



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة-
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

- دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة
على الفيسبوك ومستخدماتها -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اعلام واتصال

اشراف الدكتورة:
- جفال سامية

اعداد الطالبة الباحثة:
- حداد ناريمان

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
بن الصغير زكرياء	أستاذ محاضر أ	محمد خيضر - بسكرة-	رئيسا ومناقشا
جفال سامية	أستاذ محاضر أ	محمد خيضر - بسكرة-	مشرفا ومقررا
مبني نور الدين	أستاذ محاضر أ	محمد لمين دباغين- سطيف-2-	عضوا مناقشا
رحماني سمير	أستاذ محاضر أ	الحاج لخضر - باتنة-1-	عضوا مناقشا
بخوش نجيب	أستاذ محاضر أ	محمد خيضر - بسكرة-	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2019/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سورة الفاتحة

شكر وتقدير



اشكر الله العلي العظيم على نعمة العقل والدين

القائل في محكم تزييله

(قَالَ الَّذِي عِنْدَهُ عِلْمٌ مِنَ الْكِتَابِ أَنَا آتِيكَ بِهِ قَبْلَ أَنْ يَرْتَدَّ إِلَيْكَ طَرْفُكَ فَلَمَّا رآه مُسْتَقِرًّا عِنْدَهُ قَالَ هَذَا مِنْ فَضْلِ رَبِّي

لِيُبْلِيَني أَأَشْكُرُ أَمْ أَكْفُرُ وَمَنْ شَكَرَ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ رَبِّي غَنِيٌّ كَرِيمٌ)

سورة النمل الآية رقم 40

الى من علمت فأفادت... وغرست فأحسنت فكان الحصاد أجيالا تذكروها دائما بكل خير

وذكرى طيبة في القلوب والعقول، اليك أستاذتي ومؤطرتي على هذا العمل: الدكتورة "جفال

سامية" على دعمك وتوجيهك لإتمام هذا العمل فجزاك الله خير الجزاء.

إلى كل من وقف إلى جانبي وساعدني ودعمني، كل كلمات الشناء لا توفيهم

حقهم، شكرا لكم على عطائكم وصدقكم، لكم جميعا شكرا



مقدمة

Log In



على مدار العقود القليلة السابقة كانت أفكاراً وممارسات ما يطلق عليه بالحركة النسوية أو "الفيميترم" تعكس تياراً فكرياً قوياً وسائداً في الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية لدى الغربيين. والمتتبع لنشاط هذه الحركات يجد أثر ذلك في العديد من دور النشر المخصصة للترويج لهذه الاتجاهات إضافة إلى الجمعيات الاجتماعية والفكرية التي تعمل على تحويل هذه الظروف من إطارها النظري المجرد إلى واقع فعلي ملموس لمحاولة إحداث التغيير في واقع المرأة باستصدار القوانين والتمكين الاجتماعي للممارسات النسوية باستخدام جميع الوسائل ذات القوة الضاغطة في تشكيل الرأي العام وإحداث التعبير.

أما الحركة النسوية في واقع العالم العربي فما هي إلا امتداد للفكر النسوي الغربي في بدايات اتصال العرب بأوروبا والانفتاح على الثقافة الغربية لمحاولة الخروج من حالة التخلف والامية والفقر السائد في بلاد العرب، فظهرت العديد من الشخصيات التي أرست دعائمها لنشأة الحركة النسوية في العالم العربي والتي أخذت أشكالاً من التطور والتوسع من خلال إنشاء وتأسيس الاتحادات النسائية والمشاركة في مؤتمرات عالمية، وإدماج المرأة العربية في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية المختلفة، في محاولة لإلحاق المرأة العربية بعجلة التنمية، وبالرغم من كل ذلك كانت هذه الجهود مجرد محاولات محتشمة خاضعة للنظم الاجتماعية والسياسات الحكومية.

ومع التطورات التكنولوجية الحاصلة وسيطرة الوسيلة الرقمية على الحياة الاجتماعية تحولت مجتمعاتنا العربية إلى عوالم رقمية بامتياز فتحت معها الباب على مصرعيه للنشاط النسوي ورائدات الحركة النسوية في العالم العربي والعربي لتجديد حركتها النسوية وذلك باستغلال هذه التقنيات العالية في إعلاء صوتها، فقد ساهمت هذه التكنولوجيات الرقمية في خلق مجتمع عالمي من النسويات، اللاتي يستخدمن تكنولوجيا الاتصال الحديثة بأنواعها بداية من الانترنت وتكنولوجيا الويب وما نتج عنها من شبكات التواصل الاجتماعي ومدونات وصفحات خاصة، للمناقشات وتمدد النشاط النسوي على أرض الواقع.

لقد رأت الحركة النسوية العالمية أن تكنولوجيا الرقمية ووسائل الاتصال الحديثة في بدايات ظهورها كغيرها من المجالات تعبر عن الثقافة الذكورية، حيث كان الرجال يحسنون استخدامها والتعامل معها والاهتمام بها أكثر من النساء، ومن ثم كان ينظر إليها على أنها منتج ذكوري بحت. ونتيجة لهذا التصور طالبت ناشطات وأكاديميات نسويات بضرورة الاهتمام بالتكنولوجيا للتخلص من الأفكار التقليدية وتحدي الأنظمة ومن بينهن "جودي واكجمان" أستاذة علم الاجتماع في الجامعة الأسترالية التي نادى بضرورة أن تصبح المرأة أكثر نشاطاً في المجالات

التكنولوجية وأن يتم إعادة صياغة الثقافة التكنولوجية في إطار النوع الاجتماعي. والأكاديمية النسوية الاشتراكية "دونا هاراواي" أستاذة برنامج تاريخ الوعي بجامعة كاليفورنيا التي تستخدم "نظرية السابورغ" (إدماج الإنسان والآلة) لنقد الأفكار التقليدية للنسوية.

انطلاقاً من هذه الطروحات كانت الانترنت بتطبيقاته مجالاً للمرأة للمشاركة في أشكال جديدة من العمل النسوي ودافعاً لإنشاء مواقع على الشبكة العنكبوتية وتكوين المجموعات الحوارية لإثبات الذات النسوية.

ويلاحظ المتتبع لمسألة الحركة النسوية انتشار مئات المواقع والمجموعات والمدونات التي تعنى بمسائل وقضايا النسوية والمرأة، سواء كانت رسمية تابعة لمؤسسات ومنظمات حكومية، أو غير رسمية تعني في مجملها بمناقشة قضايا المرأة ومكافحة العنف ضد المرأة، وتجارة الجنس، والتمييز الجنسي والعرقى...، فضلاً عن الدعوة لتحقيق المساواة بين الرجل والمرأة على جميع الأصعدة، خاصة في الدول العربية أين ما تزال المرأة تعاني العنف والاضطهاد والتحرش وغيرها من أنواع العنف والاضطهاد من طرف الرجل، وبذلك غدت هذه المواقع والشبكات تلعب دوراً كبيراً في حشد الجماهير النسائية من خلال الحملات النسوية التي تتم عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي نقر بالدور الأساسي الذي لعبته في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في الكثير من المجتمعات وقدرتها الهائلة التي أثبتتها في خلق رأي عام وتنمية الاتجاهات وأنماط السلوك، خاصة في الدول العربية بعد أحداث الربيع العربي.

إن هذا التيار النسوي ذي الطابع الفردي أو المؤسسي لهذه المجتمعات الافتراضية وشبكات التواصل الاجتماعي قد شكل لنا الرغبة الشديدة والدافعية القوية للبحث في موضوع الحركات النسوية من الزاوية الإعلامية وبمحاولة رصد معالم هذه القضية في عالمنا العربي، ومعرفة هل فعلاً هناك حركة نسوية عربية مؤسسة ذات واقع ملموس عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهل المرأة العربية على درجة من الوعي بمضامين الحركة النسوية الحققة، خاصة وأننا لاحظنا من خلال دراستنا الاستطلاعية ندرة في الدراسات والبحوث الإعلامية المتخصصة في تناول موضوع الحركات النسوية، وعليه جاءت دراستنا هذه كمحاولة لوصف طبيعة مظهر الحركة النسوية عبر صفحات الفيسبوك، وأبرز القضايا المشار إليها في توليفة للكشف عن أجندة القائمين عليها في ترتيب هذه القضايا لجمهور النساء العربيات من جهة وواقع استخدام هذا الأخير للصفحات النسوية وجملة الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية المترتبة لديهن كنتاج لاستخدام والتعرض لمضامين هذه الصفحات.

وفي إطار معالجة هذا الموضوع قمنا بتقسيم دراستنا إلى مجموعة من الفصول يتناول كل فصل شقا من الدراسة كالتالي:

✓ **الفصل الأول:** ويتضمن موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية حيث حددنا من خلاله إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ورصد أهدافها وأسبابها وأهميتها إضافة لتحديد المفاهيم الأساسية فيها.

كما تعرضت في هذا الفصل إلى الإجراءات المنهجية التي حددت الإطار العام للدراسة، بداية بنوع الدراسة والمنهج المستخدم فيها مرورا بتحديد مجتمع البحث مع العينة، وصولا إلى الأداة المستخدمة في جمع البيانات والأساليب الإحصائية الخاضعة لها.

✓ **ثم خصصت الفصل الثاني:** والذي تمت عنونته بالتراث النظري للدراسة لمناقشة وطرح النظريات الموظفة فيها كنماذج إرشادية، وتقديم للدراسات السابقة لموضوع دراستنا والتي شكلت لنا الأرضية والانطلاقة الأولى في موضوع الدراسة.

✓ **أما الفصل الثالث:** فقد تناول بالشرح والتفصيل تطور الإعلام الإلكتروني والتفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والذي تم تقسيمه إلى مبحثين، جاء في **المبحث الأول:** تطور الإعلام الإلكتروني انطلاقا من المفهوم والخصائص وصولا لتمظهرات ذلك التطور في وسائله الإلكترونية، لنتنقل للمبحث الثاني والذي يتناول التفاعلية والأثر في شبكات التواصل الاجتماعي .

✓ **وجاء الفصل الرابع:** ليناقدش الحركة النسوية العربية عبر وسائل الإعلام الجديد وفق مبحثين أيضا، يعكس **المبحث الأول** الجانب النظري لواقع الحركة النسوية في الوطن العربي ويشمل **المبحث الثاني:** حركة النساء العربيات والتفاعل عبر وسائل الإعلام الجديد.

✓ **وارتبط الفصلين الخامس والسادس** بإجراءات الدراسة التطبيقية في شقيها التحليلي والميداني حيث عالج **الفصل الخامس:** الدراسة التحليلية لمضامين صفحات الحركة النسوية العربية عبر الفيسبوك، و**قدم الفصل السادس:** الدراسة الميدانية لجمهور المستخدمين للصفحات النسوية وآثارها المترتبة عليهن.

الفصل الأول

موضوع الدراسة واجراءاتها

المنهجية

Log In



أولاً: بناء موضوع الدراسة

- 1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
- 2- أهداف الدراسة
- 3- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- تحديد المفاهيم

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1- نوع الدراسة ومنهجها
- 2- مجتمع الدراسة والعينة
- 3- أدوات جمع البيانات
- 4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

نستهل موضوع أطروحتنا هذه والمتعلقة بدراسة - الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة في المحتوى والأثر- بتخصيص فصل خاص ومستقل للتفصيل في موضوع بناء الدراسة وإجراءاتها المنهجية، كإطار يحدد المعالم الأساسية للموضوع، ويوضح الاتجاه المعرفي وكذا المنهج لموضوع الدراسة وفق خطوات متناغمة تبين للقارئ مختلف المراحل والخطوات التي يمر عليها إعداد موضوع الدراسة في إطار من التناسق الإستمولوجي، حيث يحتوي هذا الفصل على مبحثين أساسين:

يتضمن **المبحث الأول** عناصر بناء موضوع الدراسة، من تحديد لمشكلة الدراسة وصياغة لتساؤلاتها وكذا الأهداف المرجوة من البحث، بالإضافة إلى الأسباب التي دفعت الباحثة لاختيار هذا الموضوع بالذات بالدراسة والبحث، ثم تحديدا للأهمية العلمية لموضوع الدراسة، وتحديد المفاهيم الأساسية.

أما **المبحث الثاني** فتم تخصيصه للإجراءات المنهجية المتعلقة بتحديد نوع الدراسة والمنهج المتبع وكذا مجتمع البحث والعينة محل الدراسة، إضافة إلى توضيح نوع الأداة المستخدمة في جمع البيانات، وأخيرا الأساليب الإحصائية المتبعة وكذا توضيح مجالات الدراسة، وفيما يلي تفصيل وشرح لما تم ذكره سابقا:

أولا - بناء موضوع الدراسة:

1- مشكلة الدراسة و تساؤلاتها

إن ما أفرزته التطورات التكنولوجية الحديثة اليوم وما تعيشه مجتمعاتنا من تطورات على مستوى الوسيلة أحدثت تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة، حيث إن المجتمع كبناء كلي يتكون من مجموعة من الأنساق الجزئية التي يتظافر جهودها للحفاظ على استقرار هذا المجتمع وتوازنه، فلا محالة أن كل ما تفرزه هذه التطورات التكنولوجية وما تنتجه من وسائل سيكون لها الأثر إما في الحفاظ على توازن البناء الكلي للمجتمع أو إحداث حالة من الاختلال واللاتوازن في إحدى تلك الأنساق الجزئية التي لم تؤدي وظيفتها كما يجب.

وإن من أهم التقنيات الحديثة التي أحدثت انقلابا كبيرا في مجتمعاتنا هي الانترنت والتي احتلت مكانة كبيرة في حياة الأفراد نظرا لمميزاتها وخصائصها العديدة التي تجعل الأفراد يستخدمونها على نطاق واسع، وكان لهذه الوسيلة الأثر البالغ على حياة الأفراد خاصة ما يتعلق بالعلاقات الاجتماعية، وإن من أهم ما قدمته الانترنت من خدمات لمستخدميها هي شبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها المختلفة، التي شكلت بصمة واضحة في تاريخ الاتصال

والتواصل بين الأفراد، ورسمت حدودا جديدة للعلاقات الاجتماعية لتنتج لنا فضاء افتراضيا وعلاقات افتراضية ومجتمعاً رقمياً حديثاً وفق علاقات جديدة ومجتمع جديد له مميزات وخصائصه .

ومع تطور شبكات التواصل الاجتماعي لم يعد دورها مقتصرًا على الاتصال والتواصل فقط، بل تحول إلى وسيلة تستخدم للتعبير عن الآراء وطرح الأفكار والقضايا المختلفة المتعلقة بجميع جوانب الحياة الاجتماعية، ومحاولة إيصال هذه الأفكار والآراء والقضايا للآخرين سواء كانوا أفراداً، أو مؤسسات إعلامية أو مسؤولين في فضاء تعبيري حر أو فضاء رقمي حر يمكن من خلاله توجيه أو خلق اتجاهات نحو حدث معين أو قضية معينة. وما حدث مؤخراً في الثورات العربية وما كان من دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحريكها أكبر دليل على ذلك.

ولا ريب أن شؤون المرأة تعد اليوم من أكثر القضايا المطروحة، خاصة وأن مفهوم المرأة وصورها قد تغيرت كغيرها من المفاهيم العديدة، ومما لاشك فيه أن المرأة في العصر الحديث قد تأثرت تدريجياً بالتطورات الحاصلة في بنية المجتمعات محاولة اللحاق بركب التطور الاجتماعي المتسارع، فتحوّلت من ربة منزل مأكثة فيه، إلى امرأة أكثر استقلالية وانفصال عن شؤون هذا البيت، ومع انتشار وتطور وسائل الاتصال والإعلام، ومع التطورات الحاصلة في المجتمعات وظهور الحركات التحررية فيها، وتقلد المرأة للكثير من المناصب والمراتب في المجتمع، واستناداً للتطورات التكنولوجية الحاصلة والاحتكاك بالمجتمعات الرقمية الأخرى، أضحت المرأة أيضاً من مستخدمي هذه التقنيات الحديثة ومستعملي شبكات التواصل الاجتماعي، فكانت البداية لأجل الاتصال والتواصل بمختلف الفئات الاجتماعية ثم تحولت هذه الوسائط إلى مجال يتيح للمرأة التعبير عن قضاياها بلغتها، وقد قدم موقع "بي بي سي" ¹ بعض الإحصائيات من خلال مقال معنون بـ: مواقع التواصل الاجتماعي وتغيير الصورة النمطية للمرأة العربية، أهم الصفحات والمواقع التي تسعى لنشر مفاهيم حرية المرأة والمساواة ومفاهيم مواجهة العنف والتحرش ضد المرأة إلى غير ذلك .

إن تعدد وتزايد هذه الصفحات وتنوع محتوياتها التي تتمحور أساساً حول فكرة الدفاع عن حقوق المرأة ومساواتها بالرجل في مختلف المستويات الاجتماعية والثقافية، تجعلنا ننظر إلى هذه الصفحات كاتجاه جديد تابع لنشاط الحركة النسوية وللتيار الفكري الذي ظهر منذ نهاية القرن الثامن عشر في أوروبا، وعرف ذروة انتشاره وشهرته مع النصف الثاني من القرن العشرين.

1 - BBC ARABIC، مواقع التواصل الاجتماعي وتغيير الصورة النمطية للمرأة العربية، مقال متاح عبر موقع:

maktoob.news.yahoo.com، تاريخ الولوج، الاثنين، 2015/11/30.

وجاءت الانترنت ممثلة خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي لتعطي جرعة جديدة لهذه الحركة كي تتجدد وتقوم بتنشيط دعوتها وأفكارها من خلال فضاء أكثر تحررا وإتاحة لآليات النشر السريع والتفاعل الفوري والتأثير على عدة مستويات.

ولا شك أن موقع الفيسبوك يعد أهم شبكات التواصل الاجتماعي وهو الذي يستقطب في كل دقيقة الآلاف من المستخدمين والمستخدمات، كما أنه يشهد كل يوم تزايدا كبيرا في ظهور صفحات خاصة تعني باهتمامات المرأة عموما وتلي مختلف حاجاتها النفسية والثقافية والاجتماعية. لذلك لم يكن مستغربا أن تستغل المرأة العربية المتشعبة بفكر الحركة النسوية (بوعي أو بلا وعي) هذه الشبكة وأن تبادر إلى إنشاء صفحات خاصة للترويج لفكرها التحرري بغية التأثير في أكبر قدر من مستخدمي هذه الصفحات.

ونظرا لما للموضوع من أهمية دفعنا للقيام بهذه الدراسة للإجابة على مجموعة من الإشكالات المتعلقة بموضوع دراستنا، وذلك من خلال معالجة الإشكالية التالية: ما هو واقع الحركة النسوية العربية من خلال صفحات الفيسبوك وما طبيعة الآثار التي تخلفها على مستخدميها؟

- انطلاقا مما سبق سأحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات الفرعية الآتية:

أولا- التساؤلات الخاصة بدراسة محتوى صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك:

1- كيف تعالج صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك قضايا النسوية من حيث الشكل؟

✓ ما هي طبيعة المواد المنشورة عبر صفحات الحركة النسوية في الفيسبوك؟

✓ ما هي اللغة المستخدمة والمعتمدة في المنشورات المتعلقة بفكر الحركة النسوية عبر صفحات الفيسبوك؟

✓ ما هي الأساليب الإقناعية والدعائم المستخدمة في منشورات الحركة النسوية عبر صفحات الفيسبوك؟

2- كيف تعالج صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك قضايا النسوية من حيث المضمون؟

✓ ما هي أبرز المواضيع والقضايا المتناولة عبر صفحات الحركة النسوية في الفيسبوك؟

✓ ما هي مصادر المواد المنشورة عبر صفحات الحركة النسوية في الفيسبوك؟

- ✓ من هم الفاعلون والشخصيات المحورية في مضامين صفحات النسوية عبر الفيسبوك؟
- ✓ ما هي القيم المتضمنة من خلال المواد المنشورة عبر صفحات الحركة النسوية في الفيسبوك؟
- ✓ ما هي الأهداف المراد تحقيقها من خلال ما تطرحه صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك؟
- ✓ ما طبيعة الجمهور المستهدف بما تنشره صفحات النسوية عبر الفيسبوك؟
- ✓ ما طبيعة التعليقات التي يتفاعل بها جمهور صفحات النسوية عبر الفيسبوك؟

ثانيا- التساؤلات الخاصة بدراسة جمهور النساء العربيات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك :

3- فيما تتمثل استخدامات جمهور النساء العربيات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك؟

وستتم الإجابة على هذا السؤال وفق ثلاثة أبعاد انطلاقا من نظرية الاستخدامات والاشباع وهي عادات وأنماط ودوافع الاستخدام:

- ✓ ما هي عادات استخدام صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك لدى مستخدماتها؟
- ✓ ما هي أنماط استخدام صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك لدى مستخدماتها؟
- ✓ ما هي دوافع استخدام صفحات الحركة النسوية في الفيسبوك لدى مستخدماتها؟

4- ما هي الآثار المترتبة على جمهور النساء العربيات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك؟

وستتم الإجابة على هذا السؤال من خلال أبعاد آثار الاعتماد على صفحات النسوية انطلاقا من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وهذه الأبعاد هي: البعد المعرفي، البعد الوجداني، البعد السلوكي:

- ✓ ما هي الآثار المعرفية المترتبة عن استخدام صفحات الحركة النسوية في الفيسبوك على مستخدماتها؟
- ✓ ما هي الآثار الوجدانية المترتبة عن استخدام صفحات الحركة النسوية في الفيسبوك على مستخدماتها؟
- ✓ ما هي الآثار السلوكية المترتبة عن استخدام صفحات الحركة النسوية في الفيسبوك على مستخدماتها؟

5- هل هناك فروق فردية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الآثار المترتبة على جمهور النساء العربيات المستخدمات لصفحات النسوية تعزى لمتغيري المستوى الدراسي والحالة المهنية ؟

2- أهداف الدراسة

إن لأي دراسة علمية مجموعة من الأهداف المرجو الوصول إليها وتحقيقها كنتيجة حتمية للبحث الميداني للدراسة، وتختلف الأهداف باختلاف نوع وطبيعة وكذا توجه الدراسة فهناك دراسات تهدف لفهم وتوصيف الظاهرة، وهناك دراسات أخرى تهدف للتأويل والتفسير، كل حسب توجهه المعرفي. أما هذه الدراسة فنطمح من خلالها للوصول إلى فهم ووصف الظاهرة المدروسة كأهداف عامة يتم الوصول إليها من خلال تحقيق جملة الأهداف الفرعية التالية:

- محاولة إزالة الغموض عن مفهوم الحركة النسوية، من خلال التعرف على ماهيته والخلفية المعرفية للمصطلح وأهم تياراته الفكرية ومدى انتشار هذا الفكر في الوطن العربي
- وصف الحركة النسوية العربية في واقعها اليوم من خلال نشاطها عبر صفحات موقع الفيسبوك كأهم شبكة تواصل اجتماعي على الانترنت.
- التعرف على طبيعة استخدام صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك من قبل عينة الدراسة من مستخدماتها من خلال بعدي العادات والأنماط .
- الكشف عن دوافع استخدام صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك من قبل عينة الدراسة من مستخدماتها.
- الكشف عن الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية لاستخدام صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك على مستخدماتها من عينة الدراسة
- دراسة الأسلوب الذي يتم به طرح القضايا المتعلقة بالحركة النسوية والخطاب الموجه ومحتوى هذه الصفحات التي تتعرض للقضايا النسوية من حيث الشكل والمضمون.

3 - أسباب اختيار الموضوع :

تقتضي الضرورة العلمية والمنهجية غالبا انطلاق الباحثين في اختيار مواضيع بحوثهم العلمية، من إحساسهم بالمشكلة التي تستدعي البحث والتنقيب حول مواضيع وظواهر يكتسيها بعض الغموض أو تعاني من التهميش في التداول وندرة الطرح من زوايا معينة، بالإضافة إلى البارديغمت والنظريات المتبناة في البحث والتي تعمل على توضيح زاوية النظر وتسطر الطريق للباحث في اختيار خطواته المنهجية. وإن من بين أهم الأسباب التي دفعتني لاختيار موضوع الدراسة إحساسي بمشكلة موضوع الدراسة وضرورة معالجته نظرا لانتشار صفحات النسوية عبر الفيسبوك وثقل أفكارها الموجهة، وملاحظتي الشخصية لكثافة إقبال النساء العربيات على هذه الصفحات. إضافة للنقص الكبير في الدراسات والأبحاث التي تناولت هذا الموضوع من زاوية إعلامية، ومن جهة أخرى تبني "البارديغم الوظيفي" والذي ساعدني في النظر إلى موضوع الدراسة بشكل عام نظرة تكاملية بالربط بين محتوى صفحات النسوية شكلا ومضمونا وفق نظرية ترتيب الأولويات من جهة والآثار المترتبة على جمهور مستخدمات ومتابعات هذه الصفحات كوسيلة إعلامية واتصالية وفق دوافع محددة لإشباع رغبات وحاجات كامنة وذلك وفق نظريتي "الاستخدامات والاشباع" ونظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام". إضافة إلى كل ذلك يمكن تقسيم أسباب اختيار الموضوع إلى النقاط التالية:

- قلة الدراسات العلمية والأكاديمية في حدود إطلاعي التي تتطرق إلى قضايا النسوية، خاصة فيما يتعلق بمعالجة هذه القضية من منظور إعلامي، وكيفية تناول وطرح هذه القضية عبر الإعلام الجديد المتمثل حسب الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي، وأثر هذه الحركة وهذه القضية على مستخدمات شبكات التواصل الاجتماعية.
- الأهمية المعرفية لحقيقة الحركة النسوية كتيار فكري له جذوره الممتدة وخصوصا من المنظور التاريخي والثقافي، وانعكاسات ذلك على الساحة الفكرية العربية والتي يبدو أنها قد وجدت في شبكات التواصل الاجتماعي فضاءها المناسب لنشر أفكارها وممارساتها.
- الاهتمام الشخصي بموضوع الحركة النسوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعد حسب وجهة نظر الباحثة من أهم القضايا المنتشرة بين النساء عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ وطابع كبير من الحرية المفرطة داخل المجتمع الافتراضي.

- الانتشار الواسع للكثير من الصفحات والمواقع المتعلقة بقضايا المساواة بين المرأة والرجل، وباقي مفاهيم الحرية والعنف والتحرش وكل مطالب الحقوق التي تطالب بها مستخدمات هاته المواقع والتي أصبحت آثارها محل تساؤل واستغراب داخل المجتمعات العربية.

4- أهمية الدراسة :

تحتفي هذه الدراسة بأهمية بالغة كونها تعالج موضوعا حيويا ومتجددا على صلة وثيقة بأهم فئة في المجتمع وهي "المرأة" وفق طرح إعلامي بالاعتماد على الكشف والتحليل للموضوع كظاهرة اجتماعية أفرزتها التطورات التكنولوجية الحاصلة كما تعالج هذه الدراسة آثار هذه الظاهرة على مستخدمات شبكات التواصل الاجتماعي. إن "الحركة النسوية" كموضوع بحث لم يلق الاهتمام المناسب على المستوى الأكاديمي العربي رغم امتدادات الحركة وتجدد نشاطها وتعدد مظهراتها في الواقع العربي، ولاشك أن شبكات التواصل الاجتماعي قد أمدت هذه الحركة آليات مهمة للتعريف بأفكارها ونشر رؤاها على أكبر قدر ممكن من المستخدمات والمستخدمين.

5- تحديد المصطلحات:

إن المقصود بتحديد مصطلحات البحث هو ضبط المعنى العام المستخدم لها في البحث، لأنه عادة ما يحمل المصطلح الواحد أكثر من مفهوم اصطلاحى، حيث أن تحديد مصطلحات الدراسة يبدأ أولا بتحديد المعنى اللغوي من خلال مراجعة القواميس والمعاجم المتخصصة وبالرجوع إلى الاشتقاقات اللغوية للمصطلح، بالإضافة إلى ذلك تقدم المفهوم العلمي الشائع لدى الباحثين لهذا المصطلح من خلال الإحاطة بمختلف التعاريف الاصطلاحية، ثم تحديد المعنى الإجرائي الخاص بهذه المصطلحات من خلال الأبعاد والمؤشرات الموضحة للمفهوم والتي تنقل الباحث إلى الدراسة الميدانية، نظرا لخصوصيتها في ذلك البحث، وبالتالي فتحديد المفهوم الإجرائي هو العمل على ضبط المعنى الخاص المقصود به في تلك الدراسة. حيث أشار "محمد حسن إسماعيل"¹ في كتابه "مناهج البحث الإعلامي" أن التحديد الإجرائي المضبوط للمصطلحات يضمن للباحث بداية موفقة لانجاز عمل ناجح يساعده في الوصول إلى نتائج دقيقة مبنية على أسس واضحة. وبالتالي فإن تحديد المصطلحات من الأمور المهمة في البحث

¹ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص84، 85

العلمي لأنه يساعد الباحث في المضي في حل مشكلته دون غموض، وكذا يساعد القارئ على الفهم الجيد لما يراد بهذه المصطلحات في البحث¹

وبما أن كل دراسة علمية تستوجب تحديد بعض المصطلحات والمفاهيم التي تسهل على الباحث عملية الإحاطة والإلمام بالموضوع محل الدراسة، نحاول من هذا الجانب ضبط المصطلحات والمفاهيم الأساسية التي تحدد الإطار العام لموضوع دراستنا "الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي" كالتالي:

1- الحركة النسوية:²

إن مصطلح "النسوية" وليد القرن العشرين، نشأ للتعبير عن اللاقي يدافع عن المساواة بين المرأة والرجل وإلغاء الفوارق بينهما في كل المجالات. وقد انتشر هذا التيار وتوزع في مختلف أنحاء العالم بفضل من يعتبرن مناضلات في صفوف الحركة النسوية العالمية والعربية، حيث آمن بالفكرة وطوعنها في إطار ما يسمى بالنسوية متعددة الثقافات الكونية **Global Féminism Multicultural** أو الهوية النسوية **Féminism Identity** فنشأت تيارات متعددة إيديولوجيا ومن بينها "النسوية الليبرالية" و"النسوية الجذرية" و"النسوية الاشتراكية" و"النسوية السوداء" (الإفريقية والأمريكية). وقد نتج عن هذا التعدد للتيارات النسوية المتباينة إيديولوجيا العديد من التوجهات في تقديم مفاهيم الحركة النسوية في العالم أو العالم العربي على السواء. ولقد تزامن ظهور مصطلح "النسوية" مع ما يعرف في أجدديات نضال المرأة بحركة تحرير المرأة، وهي حركة موجهة نحو إزالة المواقف والممارسات المبنية على اعتبارات أن الرجال أعلى رتبة وأهم من النساء، أو تلك هي الحركة المهتمة بقضايا النساء وشؤونهن.³

¹ - محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 119
² - وفاء الدرسي، النسوية الإسلامية، مشاكلها وحدودها، من سلسلة ملفات بحثية، الدين وقضايا المجتمع الراهنة، سلسلة مؤمنون بلا حدود، 13 يونيو 2016، ص 13
³ - انظر، معجم المعاني الإلكتروني متاح على الرابط، www.almany.com تاريخ الولوج، 10/11/2017، على الساعة 19:33.

- تعريف الحركة النسوية لغة:

الحركة: حَرَكَهُ اسمٌ وحَرَكَ فعلٌ يَحْرُكُ، حَرَكَاً وحَرَكََةً، وحركة تحرير المرأة: حركة موجهة نحو إزالة المواقف والممارسات المبنية على اعتبارات على أن الرجال أعلى رتبة وأهم من النساء. والنسوية: اسم مؤنث منسوب إلى نُسوة /نُسوة، ونسوي: اسم منسوب إلى نُسوة /نُسوة على غير قياس، أشغال نسوية: أشغال محصور في النساء. وحركة نسوية: حركة مهتمة بقضايا النساء وشؤونهن.¹

وقد عرف معجم أكسفورد Oxford مصطلح "النسوية" بأنه: "الاعتراف بأن للمرأة حقوقاً وفُرصاً مساوية للرجل، وذلك في مختلف مستويات الحياة العلمية والعملية". ونلاحظ أن هذا التعريف للمصطلح أكثر ميولا للنسوية الليبرالية التي من ابرز قضاياها التنديد بحق المرأة في التعليم، في حين يذهب معجم "ويستر" في تعريفه للحركة النسوية على أنها: "النظرية التي تنادي بمساواة الجنسين سياسياً واقتصادياً واجتماعياً، وتسعى كحركة سياسية إلى دعم المرأة واهتماماتها، وإلى إزالة التمييز الجنسي الذي تعاني منه."²

- تعريف الحركة النسوية اصطلاحاً:

إن "النسوية" في أصولها "حركة سياسية تهدف لتحقيق غايات اجتماعية تتمثل بعضها في حقوق المرأة وإثبات ذاتها ودورها... والفكر النسوي بشكل عام عبارة عن أنساق نظرية من المفاهيم والقضايا والتحليلات التي تصف وتفسر أوضاع النساء وخبرتهن وسبل تحسينها وتفعيلها وكيفية الاستفادة المثلى منها، وبالتالي فإن "النسوية" هي ممارسات تطبيقية واقعية ذات أهداف معينة، ولما تنامت مؤخراً باتت قادرة على التأطير النظري حتى تبلورت النظرية ونضجت، ظلت الرابطة قوية بين الفكر والواقع، الحركة أو الممارسات، تعمل على الساحة لتبديل أوضاع ملموسة وظروف اجتماعية تدعم بالنظرية وتستلهم خطاها وتوجهاتها. والنظرية بدورها تتشكل وتتفرع وتتطور لما يبدو عملياً وفعالاً أو مطلوباً في الممارسة³. انطلاقاً من هذا الطرح فإن هذا المفهوم يتمشى تحديداً مع الإطار العام لدراستنا حيث أن النسوية حسب هذا المفهوم هي عبارة عن أيديولوجية معينة تطبق على أرض الواقع

¹ - انظر، معجم المعاني الإلكتروني، مرجع سبق ذكره.

² - أحمد إبراهيم خضر، ماهية وأهداف الحركة النسوية، مقال مقدم عبر موقع <http://www.alukah.net> ، تاريخ الولوج للموقع

2013/5/1 الساعة 15.00

³ - معنى ظريف الخولي، النسوية وفلسفة العلم، دط، مؤسسة هندواي سي آي سي، المملكة المتحدة، 2017، ص11

بأساليب مختلفة لإحداث حالة من التغييرات في النسق الاجتماعي العام للنهوض بمكانة المرأة والحصول على كافة حقوقها.

وفي الاتجاه ذاته ترى النسوية الكندية الشهيرة، "لويز توبان" إحدى أبرز قائدات الحركة النسوية في العالم، أن "النسوية: هي انتزاع وعي فردي بدايةً ثم جمعي، متبوع بثورة ضد موازين القوى الجنسية والتهميش الكامل للنساء في لحظات تاريخية محددة"¹.

وجاء في ورقة عمل قدمت إلى المؤتمر التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي عام 1423هـ بعنوان: " الحركة النسوية الغربية وآثارها في ظل الانفتاح العالمي " للدكتورة نورة بنت عبدالله بن عدوان "التعريف الآتي: "الحركة النسوية الغربية المعاصرة Feminism هي تنظيم غربي انطلق من الولايات المتحدة الأمريكية، ويتخذ منها مركزاً له، وتعتبر هذه الحركة امتداداً للحركات النسوية الغربية التي ظهرت في أمريكا وبريطانيا خلال القرن التاسع عشر الميلادي، والتي ناضلت في سبيل الحصول على الحقوق الإنسانية للمرأة؛ حيث كانت المرأة في تلك البلاد محرومةً من التصرف في مالها ولا تُوفّر لها فرص التعليم والعمل، وتمحورت مطالبهن حول الحقوق الفردية للمرأة في أن تُعامل على أساسٍ مساوٍ للرجل في إنسانيته"².

وقد تشمل مصطلح "النسوية" على كثير من المفاهيم قد نوجزها فيما يلي:³

أ- النسوية كعلم وفكر: هي الدراسة المتعمقة للترقية والتمييز بين النساء والرجال في شتى مجالات الحياة، والمؤسسة على مجموعة من الحقائق المباشرة وغير المباشرة ومحاولة فهم أسباب تلك التفرقة، والتي تطلق عليها النسويات "الفجوة النوعية" مع اقتراح أفضل الطرق والسبل للتغلب عليها.

ب- النسوية كوعي: هي الإدراك الواعي المؤسس على الحقائق السابقة، هذا الإدراك الواعي يوضح أن الظلم والتفرقة الواقعيين على النساء ليسا مجرد صدفة تاريخية أو مشكلة ثقافية أو جغرافية أو قضية مرتبطة فقط بالفقر والجهل، ولكن على الرغم من أهمية تلك الأسباب، هي مرتبطة أيضاً بحزمة معقدة من العوامل المباشرة وغير المباشرة والتي تقع على النساء وحدهن ويعاني من أثرها المجتمع بالكامل.

¹ - عبد الرحمان ناصر، مقال عن النسوية، متاح عبر موقع، <http://www.sasapost.com>، تاريخ الولوج للموقع، 3 سبتمبر، 2013، الساعة 15.15

² - أحمد إبراهيم خضر، ماهية وأهداف الحركة النسوية، مرجع سبق ذكره

³ - هند محمود، شيماء طنطاوي، نظرة للدراسات النسوية، إصدار 1، مؤسسة نظرة للدراسات، دب، مارس 2016، ص3.

ج- الوعي النسوي: هو لحظة إدراك للدور الذي تلعبه تلك العوامل المسببة للتفرقة بين الرجال و النساء في تكوين إدراكنا للعالم بأسره ، كما أنه الوعي بما يمكن أن نفعله و ما لا يمكن أن نفعله ولحظة الوعي بضرورة مقاومة تلك الأسباب بمختلف الوسائل .

2- شبكات التواصل الاجتماعي

يعتبر مفهوم ومصطلح مواقع الشبكات الاجتماعية من أهم المفاهيم المرتبطة بالانترنت والإعلام الإلكتروني والمجتمع الرقمي الافتراضي الذي انتشرت فيه هذه الأخيرة بسرعة في الآونة الأخيرة. وهذا ما أدى إلى تزايد مستخدميها يوميا منذ ظهورها عبر شبكات الانترنت، فتعددت تسميات هذا المفهوم. ولكن أكثر المصطلحات التي تعبر عن فكرة التواصل الاجتماعي عبر الشبكات هو مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي أو المواقع الاجتماعية. وهو مصطلح يتكون من ثلاث كلمات: "الشبكات الاجتماعية والإلكترونية". "فالشبكات" مفردها شبكة جاءت من الفعل شبك، تقول العرب شبك الشيء أي نشب بعضه في بعض وشبكت الأمور أي تداخلت واختلطت.¹

وجاءت كلمة "الاجتماعية" من الفعل اجتمع أي انضم بعضهم إلى بعضهم الأخر، التأم انتظم الشمل وجد في مكان واحد.² أما كلمة "الإلكترونية" فجاءت من إلكترون وهو أحد العناصر التي تؤلف الذرة وحدة من وحدات الطاقة الحركية المكتسبة بالإلكترون في مجال كهربائي.³ وبالجمع بين الكلمات الثلاثة نخلص إلى مصطلح يفيد "معنى ظاهرة اتصالية اجتماعية تتم بين مجموعة من الأشخاص باستخدام تقنيات حديثة في التواصل و التشابك الآلي التواصلي".

ويذهب العديد من الباحثين إلى كون مصطلح شبكات التواصل الاجتماعية لم يكن وليد تطور تقنيات الاتصال أو المواقع المعروفة على غرار " الفايسبوك و التويتر"، ولا حتى مع الانترنت بل كان يستخدم منذ القدم ويطلق المصطلح على العلاقات التي يكونها الأشخاص فيما بينهم لغرض معين كعلاقات الصداقة والقراءة والعمل إلى غير ذلك. ولقد تطرق لهذه الفكرة الأنتربولوجي البريطاني، "Johna Barnes" في مقال له نشر سنة 1954، من خلال بحث أجراه في إحدى سواحل النرويج أين اكتشف شبكة من العلاقات الاجتماعية حيث تناول المفهوم النظري للشبكة الاجتماعية من خلال دراسته لمختلف العلاقات التي يشكلها الأفراد فيما بينهم،

¹ - افرام البستاني، منجد الطالب، د ط، دار المشرق بيروت، ص353.

² - نعمة أنطوانو آخرون، المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط2، دار المشرق للنشر و التوزيع، بيروت 2001ص37.

³ - المرجع نفسه ص219.

وتنظيماتها، لفهم مراحلها من التشكل إلى التطور نهاية بآثارها على الأفراد.¹ أما الدلالة المعاصرة لمصطلح الشبكات الاجتماعية فيطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم Web 2 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم، وفق مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، بلد، جامعة، مدرسة، شركة.. إلى غير ذلك، ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم والمعلومات المتاحة للعرض.

وعرف "شريف درويش اللبان" شبكات التواصل الاجتماعي على أنها: "خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بيانات شخصية Profile عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد يمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا وللذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام"² وفي نفس الفكرة تماما والمتعلقة بربط شبكات التواصل الاجتماعي بالويب نجد التعريف الذي قدمه: **Boyes & Ellison** وهو من بين التعاريف التي عرفت انتشارا كبيرا لدى الباحثين، بأنها: "مواقع تتشكل على شبكة الويب، تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عن حياتهم العامة أو شبه العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهات نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر"³

ويعكس التعريف الذي قدمه "راضي زاهر" خاصية الاهتمامات المشتركة في التواصل عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي في تعريفه لها بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها"⁴ وهو ما ذهب إليه تعريف "بريس Preece" و"مالوني كريش مار Maloney-Krichmar" لمواقع الشبكات الاجتماعية على أنها: "مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عددا من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج" في حين يذهب التعريف التالي لشبكات التواصل

¹ - Apropos de John Barnes, **de Réseaux Sociaux**, par Pierre Mercklé. le pierremercklé.fr. تاريخ الولوج للموقع: 2016/02/02

² - حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 82

³ -Danah m. Boyd, Nicole B.Ellison , **Social network sites; Definition , history and scholarship** , Journal of computer mediated communication , volume(13),issue1, version of record on line 17/12/2007,p2

⁴ - زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل العربي، مجلة التربية، العدد15، جامعة عمان الأهلية، عمان، سنة 2003، ص23

الاجتماعي لإبراز الخصائص التقنية أكثر لاستخدامات المصطلح حيث تعرف على أنها: "مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذي يتشاركون معهم في الاتصال؛ مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة، علما أن طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف وتتنوع من موقع إلى آخر"، وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضا: "على أنها مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية".¹

في حين يخلص "رضوان بلخيري" إلى تعريف يرى فيه شمولية في تقديم المصطلح حيث يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي: "تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، و تأتیان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية".²

3- الأثر:

بالرغم من شيوع استخدام الباحثين لمفهوم "الأثر" و"التأثير" على أن لهما نفس المعنى في أدبيات ميدان علوم الإعلام والاتصال والدراسات الخاصة به، إلا أنني أقصد في دراستي هذه، مصطلح الأثر وما يحمله من معاني النتائج التي تخلفها مضامين الرسائل الإعلامية على المتلقي سواء كانت آنية فورية ومباشرة أم مؤجلة وغير مباشرة وفيما يلي تفصيل لمفهوم الأثر:

- مفهوم "الأثر" لغة:

يعرف الأثر لغة بالرجوع لاشتقاقته اللغوية إلى: أثر، يؤثر، أثره، تأثيرا في الشيء، ترك فيه أثرا، قال ابن الخطيب غارت الشهب بنا، أو ربما أثرت فينا عيون النرجس.

¹ - مريم نومار نريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينه من مستخدم موقع الفيسبوك، جامعة الحاج لخضر الجزائر، باتنة، 2008 ص 44،47

² - رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار حصور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص21

وأثر، الأثر هو العلامة وجمعها آثارٌ قال تعالى: "سماهم في وجوههم من أثر السجود"- الآية 29، سورة الفتح-¹ أي ترك السجود علامة في وجوههم يتميزون بها. وأثر فيه ترك فيه أثرا...تأثر منه وبه أي حصل فيه أثر منه فهو متأثر والأثر جمعه آثار وأثر ما بقي من رسم الشيء²

والأثر: بقية الشيء ما بقي من رسمه، والتأثير إبقاء الأثر، أثر في الشيء ترك فيه علامة وأثر³ قال الأصفهاني: أثر الشيء حصول ما يدل على وجوده ويقال أثر وإثر والجمع آثار.

وشرح المصطفاوي الأثر فقال: ما يدل على الشيء ويبقى من آثار وجوده، ومن مصاديق هذا: الحديث المأثور، أثر الضربة، اثر الشيء بقية الشيء.⁴ أي مخلفات الشيء هي أثره، وتهدف وسائل الإعلام المختلفة إلى التأثير على جمهورها في آرائه وعاداته ومواقفه واتجاهاته، لهذا فهي تترك أثرا معيناً على الأفراد، قد يكون إيجابياً أو سلبياً، فنقول: "أثر فيه تأثيراً وترك فيه أثراً، فالأثر هو ما ينشأ عن تأثير المؤثر"⁵

وتعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر بأنه: "نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما"⁶ أما قاموس لاروس (Larousse) الفرنسي فيشير: "إلى أن لفظة أثر تستخدم للدلالة على نتيجة ومحصلة لفعل شخص أو ظاهرة ما، كالنتيجة المتوقعة من فعل منتج أو سلوك أو عمل معين، كأن نقول أن هذا الدواء بدأ يترك أثره"⁷

- مفهوم "الأثر" اصطلاحاً:

يعرف مصطلح "الأثر" في الدراسات الإعلامية على أنه نتيجة الاتصال، ويقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون الأثر ثقافي أو نفسي أو اجتماعي، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار

¹ - علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، دسنة، ص 11

² - لويس المعلوف، المنجد في اللغة والأعلام، ط 31، دار المشرق، بيروت، 1991، ص 3

³ - ابن منظور، لسان العرب المحيظ، ط1، مجلد 4، دار الفكر، بيروت، 1990، ص5

⁴ - اليامين بودهان، الآثار النفسية-الاتصالية لتعرض الشباب الجزائري لمضامين شبكة الانترنت، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2010، ص32

⁵ - عبد المنعم الخنقي، المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية، ط1، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000، ص 173.

⁶ - Bernard Lamizet. Ahmed Slimane, Dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et la communication, ellipses, paris.1997.p 228

⁷ -Larousse. (2009). [en ligne] , <http://www.larousse.fr/encyclopedie>

والمعلومات والترفيه والإفناع وتحسين الصورة الذهنية¹، كما أن كلمة "الأثر" في الإعلام "ترجع إلى نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الإعلام سواء كانت النتائج مقصودة أو غير مقصودة"²

ويعرف الباحث "عبد الله بوجلال" الأثر بأنه: "ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف أو السلوكيات والآراء والمعلومات من جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، فالرسالة الإعلامية قد تلفت انتباه المتلقي فيدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل من اتجاهاته السابقة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق"³

أما "محمد عبد الحميد" فيرى أن مفهوم الأثر أو التأثير هو: "جدوى العملية الإعلامية في إطارها الفكري والمعنوي الذي يعتبر قاعدة لاستجابات سلوكية مستهدفة في اتجاه ما. وهو ما يتفق مع تعريف عملية الاتصال وأهدافها بصفة عامة"⁴ في حين يعرف "عبد الرحمن عزي" الأثر أو التأثير: "بأنه ما يمكن أن تحدثه الرسالة الإعلامية أيًا كانت من تبديل أو تحويل أو تعديل أو تغيير أو حتى تثبيت في آراء الجمهور أو مواقفه أو سلوكياته على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد"⁵ وهو نفس ما ذهب إليه "محمد منير حجاب" في تعريفه للأثر أو التأثير في موسوعته الإعلامية بأنه: "بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلفت الرسالة انتباهه وإدراكه وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق وهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات وفي النهاية إقدام الفرد على سلوك علي"⁶

أما الباحث "سعيد بومعيزة" فيرى أن الأثر هو الفعل الناتج عن تلاقي أنظمة ثقافية متباينة وما يتركه هذا التلاقي من عواقب وردود أفعال تتوقف في مجملها على مدى قوة وفعالية نظام ثقافي، كما يرى أن الأثر هو تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور و وسائل الإعلام، تتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكيف

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص 52

² - سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دط، دار المعارف الجامعية، القاهرة، 1998، ص 152

³ - عبد الله بوجلال، اثر التلفزيون على الأطفال، مجلة بحوث، العدد1، جامعة الجزائر، 1993/1992، ص 64.

⁴ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 59.

⁵ - عبد الرحمن عزي، علم الاجتماع الإعلامي، دط، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2010م، ص68

⁶ - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1997، ص175

رسائلها مع مضامين الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً على المحتوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي.¹

4- الاستخدام:

- مفهوم الاستخدام لغة:

تعود الاشتقاقات اللغوية لمصطلح الاستخدام بالإستناد للمعاجم والقواميس لمعنى استخدام شخص أي اتخذه خادماً أو طلب منه أن يخدمه² واستخدم، أستخدم - استخداماً (استخدم الرجل غيره) فهو مستخدم والآخر مستخدم، استخدم الإنسان الآلة أو السيارة أي استعملها في خدمة نفسه³

واستخدم أي استعمل ووظف، الاستخدام هو استعمال شيء ما أو مادة أو وسيلة أو عدة أشياء واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم⁴

- مفهوم الاستخدام اصطلاحاً:

إن المتمعن في مفهوم "الاستخدام" من أول نظرة تبدو له بساطة ووضوح المعنى للمصطلح، غير أن أي محاولة لضبط المعنى والدلالة النظرية والتطبيقية للمفهوم تجعلنا نصطدم بمفهوم غامض يحمل الكثير من الدلالات المختلفة منها ما يفيد المعنى الاجتماعي ومنها ما يفيد المعنى التقني المتعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.⁵ وهذا ما يؤكد علينا ضرورة الوقوف عند المصطلح لتحديد أبعاده بدقة انطلاقاً من كونه أحد المفاهيم المحورية في الدراسة والتي تربط بين محتوى صفحات النسوية محل الدراسة والآثار المترتبة على جمهور هذه الصفحات جراء استخدامهم وتعرضهم لها. ولقد ذهب الباحث "باديس لونيس" في دراسته الآثار الثقافية للانترنت على جمهور الطلبة

¹ - السعيد بومعزة، أثر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم لدى الشباب - دراسة استطلاعية لمنطقة البلدة - رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005، ص 196، 29

² - المجدد الأجددي، الطبعة (8)، منشورات دار الشروق، لبنان، دون سنة الطبع، ص 60

³ - عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط عربي - عربي، دون طبعة، دار الكتاب العلمية، بيروت، 2005، ص 102

⁴ - ياسين قرناي، استخدامات الطلبة الجامعيين الجزائريين للانترنت، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر، 2009،

2010، ص 10

⁵ - أنظر، أحمد عبدلي، مستخدمو الانترنت، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2003، ص 4

الجزائريين¹ إلى التمييز بين مصطلحي الاستخدام والاستعمال لإزالة الغموض الذي يكتنف توظيفهما لوصف بعض الممارسات الاتصالية باستخدام الوسائط التكنولوجية، لأن ذلك التمييز هو الذي يحدد درجة امتلاك الفرد لتلك التقنية وأكد ذلك من خلال تقديم فكرة "جوال لو مارك Joelle le Marec" في أن الفرد إذا كان مستعملا لنظام ما أو غير مستعمل، وأنه كلما استعمل هذه التقنية بصفة مستقلة إلا واحتاج إلى تعبئة بعض المهارات الإدراكية والفنية والتحكم في الجهاز التقني يسمح بمنحه مرتبة المستخدم، ولكن اكتساب المعارف وحسن التدبير التي يتطلبها الشيء التقني ليست آنية ولا هي مسلم بها، ويستطرد في نفس الفكرة مدعما إياها بتعريف "سيفن وبينهال" للاستخدام بأنه "عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديد معنى الاستخدام في إطار مفهوم التعرض فقط ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، والعلاقة مع وسيلة الإعلام وطريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أوليا أو ثانويا". وهو الطرح الأكثر تجاوبا مع موضوع دراستنا من حيث استخدام صفحات النسوية من قبل النساء العربيات في ظل ظروف اجتماعية معينة بغية تحقيق وظائف وإشباع رغبات محددة، واستخدام هذه الصفحات كمحتوى ووسيلة لتحقيق أغراض معينة ويختلف الأثر في هذه الحالة بحسب نوع وطبيعة المستخدم ما إذا مستخدما أوليا أو ثانويا.

كما يشير الدكتور "عبد الوهاب بوخوافة" إلى أن مفهوم الاستخدام "يشير إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية؟ مفهوم الاستخدام يحيل بدوره على مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيات، كما أن الاستخدام فيزيائيا يحيل إلى استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجية قابلة للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات و تمثلات خصوصية²

ويفصل "فضيل دليو" في مفهوم الاستخدام فيرى بأنه يعني: "الاستعمال العادي لأي تقنية جديدة عن طريق وسائط خدمية مسهلة لاستخدام وظيفي في الحياة المهنية خاصة" وهو يتوسط مفهومي (التمني والتملك) حيث يمكن التكلم عن "التملك" إذا توفرت ثلاثة شروط اجتماعية: أولاً؛ برهنة المستعمل على التحكم التقني والمعرفي في الوسيلة. ثانياً؛ اندماج هذا التحكم اندماجا واضحا ومبدعا في النشاط اليومي للمستعمل. ثالثاً؛ يفتح التملك

¹ - للمزيد انظر، باديس لوئيس، الآثار الثقافية للإنترنت على جمهور الطلبة الجزائريين، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2017، ص32

² - نور الدين هادف، التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، الاستخدامات والإشاعات، دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الإعلام الجزائرية، رسالة ماجستير، غير م، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008م، ص 23،

المجال أمام المستعملين احتمالات تبديل أو تعديل أو إعادة إبداعهم أو المشاركة مباشرة فيتصور الابتكارات والتكنولوجيات الجديدة. أما مفهوم "التبني" فهو يرتبط أكثر بمعاني الشراء والاستهلاك وانتشار المبتكرات"¹

5- صفحات الفيسبوك:

الصفحة اسم وصفه صفحات وصفحة الشيء وجهه وجانبه، أبدى له صفحته، كاشفه وباح له بأسراره صفحة الكتاب ونحوه، احد وجهي الورقة، والصفحة النقية، العقل قبل أن يتلقى آثار ما يكسبه من خبرات²

وصفحات الفيسبوك: هي عبارة عن خدمة من مجمل الخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك، تمكن أي فرد مستخدم لهذا الموقع من الاستفادة منها ومن مميزات التي تستقيها بشكل أساسي من الموقع في حد ذاته.

تقوم فكرة صفحات الفيسبوك على إنشاء وتصميم صفحة يتم فيها وضع بيانات مختلفة باختلاف توجه الصفحة والهدف من إنشائها، تتميز بخاصية الإعجاب والتعليق والمشاركة والنشر والاتصال مع صاحب الصفحة وكذا المعجبين بها. تختلف أنواع الصفحات بحسب تنوع فكرتها الأساسية، فهناك الصفحات الرسمية وغير الرسمية، بالإضافة إلى الصفحات التجارية، الثقافية، الفنية، صفحات الموضة والأزياء، الصفحات السياسية، الصفحات الدينية، إلى غير ذلك من الصفحات المختلفة، وستتطرق إلى شرح مفصل فيما يخص صفحات الفيسبوك في الجانب النظري للدراسة.³

انطلاقاً من سرد التراث النظري المتعلق بتحديد المفاهيم المحورية للدراسة نخلص إلى تحديد المفاهيم الإجرائية التي تنطوي على أبعاد ومؤشرات كل مفهوم في الدراسة الميدانية كما يلي:

- أ- **الحركة النسوية**: ونقصد بمصطلح الحركة النسوية في دراستنا هذه موجة الأنشطة والمواقف والممارسات التي تقوم بها جهات معينة، أفراد أو مؤسسات عبر صفحات الفيسبوك الرسمية وغير الرسمية الممثلة لقضايا وأفكار مناصرة المرأة في جميع ميادين الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والدينية.. الخ.
- ب- **الاستخدام**: يفيد مصطلح الاستخدام في دراستنا هذه عادات وأنماط ودوافع التعرض للنشاط والقصدي للنساء العربيات لصفحات النسوية عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك".

¹ - فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: الاستعمالات والآثار، مجلة الصورة والاتصال، ع1 و2، سبتمبر 2012، ص 68-69.

² - قاموس المعاني الإلكتروني متاح على الموقع: www.almaany.com، تاريخ الولوج للموقع، السبت 2016/08/13

³ - معلومات مستقاة من ملاحظة واستخدام الباحثة لموقع الفيسبوك ويمكن الرجوع لإعدادات الموقع والتعرف على خصائص صفحات الفيسبوك أكثر

ج- الأثر: ونقصد بمفهوم الأثر في دراستنا هذه مجمل الآثار المعرفية والسلوكية و الوجدانية المترتبة على جمهور النساء العربيات المستخدمات فعليا لصفحات النسوية عبر الفيسبوك جراء استخدامهن لها.

د- الصفحات النسوية: يشير مصطلح الصفحات النسوية في هذه الدراسة الرسمية التابعة لهيئات ومؤسسات رسمية والصفحات غير الرسمية التي تعنى بطرح ومعالجة وتقديم كل القضايا والأفكار المتعلقة بالنسوية، والتي تعمل على المطالبة بضرورة الدفاع عن حقوق المرأة والنهوض بمكانتها في المجتمع.

ثانيا - الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة ومنهجها:

أ- نوع الدراسة:

في واقع البحث العلمي هناك تصنيفات عديدة للدراسات العلمية تبعا لمعايير تصنيف متعددة وكذلك هو الحال بالنسبة للدراسات الإعلامية، فهناك ما يتم على أساس ميدان العمل فنجد الدراسات المكتبية والميدانية، وهناك ما يتم على أساس أسلوب البحث فنجد الدراسات الكمية والكيفية، وهناك ما يتم على أساس المنهج المستخدم فنجد الدراسات الوصفية والتجريبية بالإضافة إلى كل هذا هناك من يجمع بين كل هذه التصنيفات ليعطي تصنيفا واحدا.

وانطلاقا مما سبق نخلص إلى أن دراستي هذه والمعنونة بـ: "الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي-دراسة في المحتوى و الأثر" تدخل ضمن الدراسات الكمية الوصفية الميدانية، حيث تعتبر الدراسات الكمية هي تلك الدراسات التي تفترض وجود حقائق اجتماعية موضوعية، منفردة ومعزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد، وتعتمد على الأساليب الإحصائية في الغالب، في جمعها للبيانات وتحليلها¹ كما تعرف البحوث الكمية أيضا على أنها "تلك البحوث التي تستخدم المناهج الكمية والتي تهدف في الأساس إلى قياس الظاهرة موضوع

¹ - عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دط، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن،

الدراسة، وقد تكون هذه القياسات من الطراز الترتيبي، مثل (أكثر من أو أقل) أو عددية وذلك باستعمال الحساب¹

أما الدراسات الوصفية فهي تلك الدراسات التي تقوم على وصف الظاهرة وصفا كاملا دقيقا، لذا فإن تصميمها الفني يحتاج إلى عناية كبيرة، من حيث البناء الهيكلي، إلى جانب الاهتمام بجوانب التعبير عن البيانات، حتى تكون تامة وغير منقوصة، كما أن الهدف العلمي للدراسات الوصفية هو تصوير الواقع المدروس² فالدراسات الوصفية لا تقف عند حدود جمع المعلومات والبيانات فقط، بل تحليلها تحليلا شاملا واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة المدروسة³. وتتعلق البحوث الوصفية عادة، بوصف ظاهرة معينة دون التعمق في العلاقات السببية، ومن ثمة فهي تدرس الظاهرة كما تبدو في وضعها الراهن كتقدير الاتجاهات والآراء والمسح التاريخي لظاهرة معينة، والمسح الميداني ووصف العلاقات بين المتغيرات كميًا أو كيفيًا... الخ

وتنعت البحوث الوصفية بأها بحوث ميدانية، لأنها تصف الظواهر في حيز مكاني ايكولوجي، أو سوسيوولوجي، أو سيكولوجي أو زمني تعاقبي للأحداث المراد وصفها، حيث تسمى المسوح الميدانية للظواهر النفسية أو الاجتماعية أو الإعلامية أو التاريخية أو السياسية بأنها بحوث ميدانية وصفية على حد سواء ما دامت توضع فيها الوقائع و الأحداث موضع الدراسة، وتقصي حقائقها في المكان والزمان وبحثها كما هي في الواقع... وعلى الرغم من بساطة البحث الوصفي في كونه يصف الواقع الراهن إلا انه يتطلب وسائل وتقنيات تمكن الباحث من إعطاء وصف دقيق لبنية الظاهرة أو العلاقة بين المتغيرات التي يدرسها.⁴

استنادا إلى الطروحات السابقة فيما يخص كل من ماهية الدراسات الكمية والوصفية الميدانية، وانطلاقا من كون أن دراسي تندرج ضمن الدراسات الكمية الوصفية الميدانية المستندة إلى البارديغم الوظيفي ذي النزعة الوضعية، فهي تهدف لوصف ظاهرة الحركة النسوية العربية من خلال كشف وتحليل قضاياها المطروحة عبر صفحات الفيسبوك وإبراز نوعية القضايا الموجهة عبرها ، ووصف ترتيب أولوياتها بالنسبة لمستخدماتها ومحاولة

¹ - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دط، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2004، ص100

² - أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص51، 52

³ - ربحي مصطفى غليان، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية و التطبيق، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 31

⁴ - العربي بلقاسم فرحاتي، البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص128، 127

تسجيل آثارها المعرفية والسلوكية والوجدانية التي تخلفها على مستخدماتها ومتابعاتها النشاطات، باستخدام أساليب وتقنيات امبريقية في جمع المعلومات والمتمثلة في استمارة الاستبيان وأداة تحليل المحتوى، ومعالجة البيانات المتحصل عليها معالجة إحصائية وفق التكرارات والنسب والجداول الإحصائية، ثم وصف النتائج المتوصل إليها ومحاولة تحليلها.

ب- المنهج المستخدم:

كما سبق وأسلفت الذكر بأن على الباحث إتباع مجموعة من الخطوات العلمية في انجاز بحثه فإن تحديد المنهج المستخدم في الدراسة أحد أهم الخطوات العلمية التي يقوم بها الباحث، حيث أن المنهج هو الأسلوب والطريقة العلمية التي ترسم حدود البحث، وتضع الباحث في إطار البحث العام، بحيث يترتب عليه باقي التقنيات المنهجية المتعلقة بالبحث كالأداة والعينة، فلكل منهج أدوات وعينات تتماشى معه، فمن خلال المنهج المستخدم يستطيع الباحث الإجابة على إشكالية الدراسة والتساؤلات المنبثقة عنها، وكذا تحقيق أهدافها.

والمنهج العلمي كما يري "ميلتون بارون M.Barron" في كتابه "علم الاجتماع المعاصر": "هو شيء مشترك بين كل العلوم، يتطلب وصفا منظما للوقائع التي تتم ملاحظتها في ظل ظروف مضبوطة يمكن تكرارها باستخدام إجراءات البحث، وباختصار يحدد "بارون" علميا المنهج العلمي بالملاحظة والوصف والاستقراء والاستنباط"¹

ولقد قدم "العربي فرحاتي" تعريفا للمنهج العلمي في كتابه "البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات" على أنه في أبسط معانيه هو: "الطريقة التي يتبعها الباحث عند طرحه لمفردات الطبيعة كظاهرة على السؤال واستقصائه لها بغرض التحكم فيها وتطويرها والتنبؤ مستقبلا" وأسهب شارحا لما سبق ذكره أن المنهج العلمي يرفع مستوى الملاحظة للظاهرة من طبيعتها العفوية الفضولية إلى المعاينة المنظمة والتفكير الإبداعي ورفع الفروض من التخيل والوهم والمسلمات إلى التضمين والفحص والاختبار وكذا رفع الأدوات من التقدير إلى دقة القياس.²

¹ - محي الدين مختار، الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية، ج1، منشورات جامعة باتنة، الجزائر، 1999، ص 70

² - العربي بلقاسم فرحاتي، البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، مرجع سبق ذكره، ص 20، 19

أما "موريس أنجرس" فيرى أنه: > مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة ما كما يمثل المسألة الجوهرية في العلم، فالإجراءات المستخدمة أثناء إعداد البحث وتنفيذه هي التي تحدد النتائج وعليه يجب إتباع تلك السلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي استخدامها بكيفية منسقة ومنظمة¹ ويعرفه الباحث "عمار بوحوش": > هو الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أو دراسته لمشكلة موضوع البحث²

وبالتالي فالمنهج هو الطريقة العلمية والأسلوب المتبع للإجابة على التساؤلات التي تثيرها إشكالية الدراسة، كما أن اختيار المنهج المناسب يفرضه موضوع الدراسة وأهدافها وهذا لإعطاء مصداقية أكثر للنتائج المتوصل إليها وانطلاقاً من طبيعة ونوع دراستنا الكمية الوصفية فإن المنهج المناسب لها هو "منهج المسح الوصفي التحليلي" وهو أكثر المناهج ملائمة للدراسات الوصفية التحليلية، والذي نسعى من خلاله لجمع المعلومات وآراء المبحوثين وتبويبها ثم معالجتها إحصائياً وجدولتها للتوصل إلى النتائج وتحليل كيفية طرح مضامين ظاهرة الحركة النسوية العربية عبر الصفحات النسوية في الفيسبوك ورصد آثارها على المرأة العربية المستخدمة لهذه الصفحات، وكذا دراسة الفروق الفردية بين طبيعة الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية على مستخدمات هاته الصفحات وفق متغيرات الدراسة. وبالرجوع إلى الكتب والمراجع نلاحظ أن هناك اختلافاً بين الباحثين والعلماء فيما يخص منهج المسح الوصفي فهناك من يري أن منهج المسح منفصل عن المنهج الوصفي كما ورد في معظم مراجع البحث والتعاريف المتعلقة بمنهج المسح الوصفي كمنهج واحد قليلة جداً، ولقد أشار الباحث "رابح تركي" إلى تعريف للمنهج المسحي والوصفي جنباً إلى جنب في تناوله للأبحاث الوصفية ولم يشر إلى الفرق بينهما حيث عرف المنهج الوصفي بأنه: "كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة، كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها" وهو تعريف جاء مطابقاً لتعريف المسح الذي رأى بأنه: "يهدف في الواقع إلى اكتشاف الواقع كما هو" وبالتالي وحسب رأيه فإن الفصل الحاصل بين المنهجين لا معنى له، وأن هذا الفصل ناتج عن الالتباس الواقع بين الأبحاث الوصفية كمستوى بحثي ذي خصائص علمية متميزة وبين المنهج الوصفي الذي في حقيقة الأمر هو منهج قائم على وصف الظاهرة وتحليلها وتفسيرها طبقاً لوضعها الطبيعي³ ولا يقتصر منهج المسح الوصفي على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات، وإنما يمكن اللجوء إلى استخدام مختلف

¹ - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مرجع سبق ذكره، ص 36

² - عمار بوحوش، محمد محمود الديبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007م، ص 29

³ - احمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 287، 288

الأساليب كتحليل المحتوى، الاستبيان، وغيرها من طرق جمع البيانات والمعلومات.¹ حيث يستهدف "الحصول على الحقائق والمعلومات التي تساعد على فهم الظاهرة، من خلال جمع البيانات والمعلومات عن متغيراتها".² ويتيح **المسح التحليلي** للباحث إمكانية تحديد المتغيرات والتعرف على العلاقات الارتباطية مما يساعد على الوصول إلى نتائج تفسيرية بدراسة العلاقات بين المتغيرات³

فمنهج "المسح الوصفي التحليلي" إذا لا يتوقف عند وصف الظاهرة التي يدرسها بل يتعدى ذلك إلى التحليل والتفسير والمقارنة، والتقييم، وصولاً إلى النتائج، ثم التعبير عنها بتعبيرات كمية ونوعية للوصول إلى فهم العلاقة بين الظاهرة والظواهر الأخرى.⁴

2- مجتمع الدراسة والعينة

أ- مجتمع الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع الدراسة أهم خطوة منهجية، ولها أهمية كبيرة فلا يمكن تصور دراسة ميدانية دون مجتمع بحث ونجاح أي دراسة علمية ميدانية يتوقف على دقة اختيار الباحث لمفرداتها التي تمثل مجتمع الدراسة. ويشير مصطلح الدراسة الميدانية إلى المجال البشري والبيئي، الحقل، الذي تجرى فيه دراسة المتغيرات المعنية بالبحث والتقصي في زمن محدد وهو ما ينبغي تفحص وتقصي تلك المتغيرات لدى أفراد أو جماعات أو مجموعة وثائق أو صور وتسجيلات أو مؤسسات أو حقائق تاريخية كما يراها البعض على أنها ميدان ومجال للدراسة... أو بوضعها أدوات كما يراها البعض الآخر، ومهما يكن فإننا نعتبرها أداة ومجال في نفس الوقت شريطة أن يكون مجتمع الدراسة قد حدد فعلاً نوعية المتغيرات والظواهر الموضوعية محل البحث، وبالتالي يتعين على الباحث في أول خطوة يخطوها نحو تطبيق دراسته الميدانية هي تحديد وتعين مجتمع الدراسة بدقة من حيث هو

¹ - منال المزهرة، مناهج البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص329

² - عوض عدنان، مناهج البحث العلمي، ط1، جامعة القدس المفتوحة، عمان، 1994، ص78.

³ - منال المزهرة، مناهج البحث العلمي، مرجع سبق ذكره، ص329.

⁴ - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، دط، دار الشعب، القاهرة، 1976، ص233.

بشري أو وثائقي للتطبيق¹ حيث يواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نطاق العمل، أي اختيار مجتمع البحث والعينة التي سيجرى عليها دراسته و تحديدها"²

وتعرف "مادلين غراويتز" مجتمع البحث: " أنه مجموعة من العناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجري عليها البحث أو التقصي"³ في حين يذهب "العربي فرحاتي" لتعريف مجتمع البحث على انه: "كل المفردات والوحدات أو الظواهر ذات الخصائص والمميزات والسمات المشتركة أو المقصودة بالبحث، وهو ميدان لجمع المعلومات، ومحل تعميم النتائج التي تتوصل إليها عبر المسح الشامل"⁴

ولمعرفة مجتمع البحث يجب أولاً تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفاً دقيقاً يشمل طبيعة وحداته، هل هي متجانسة أم متباينة؟ هل هي موزعة في شكل فئات و طبقات أو غير ذلك؟⁵ و في دراستنا هذه " الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي " سوف نقوم بتحديد مجتمع دراستنا كالتالي:

المجتمع المستهدف: ويتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة فيما يخص الشق المتعلق بتحليل المحتوى وجمهور النساء العربيات المستخدمات لشبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بدراسة الجمهور والآثار المترتبة عليهن.

المجتمع المتاح: ويتمثل في صفحات النسوية عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك فيما يخص تحليل المحتوى، ومستخدمات هذه الصفحات من النساء العربيات فيما يخص دراسة الجمهور وقياس الأثر.

ونظراً لكبر حجم مجتمع البحث المتاح وصعوبة إجراء مسح شامل لجميع مفرداته ، قمنا باختيار عينة لتمثيل المجتمع الأصلي وإمكانية تعميم النتائج على مستخدمات شبكات التواصل الاجتماعي وكذا صفحات النسوية عبر الفيسبوك .

¹ - العربي بلقاسم فرحاتي، البحث الجامعي بين التحرير و التصميم والتقنيات، مرجع سبق ذكره، ص 266

² - محمد شفيق، البحث العلمي والخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، دط، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998، ص 112

³ - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مرجع سبق ذكره، ص 62

⁴ - العربي بلقاسم فرحاتي، البحث الجامعي بين التحرير و التصميم والتقنيات، مرجع سبق ذكره، ص 266

⁵ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام و الاتصال ، مرجع سبق ذكره، ص 172.

ب- عينة الدراسة:

تعتبر العينة في البحث العلمي الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلاً علمياً سليماً، ونستخدم طريقة العينة في البحث في حالات المجتمعات الكبيرة التي تعد مفرداتها بالآلاف والملايين، حيث يتعذر إجراء الدراسة عن طريق الحصر الشامل¹ وتعرف العينة على أنها: "جزء من الظاهرة الواسعة معبرة عنه كله تستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة أو بالكلفة أو الوقت بحيث يمكن تعميم نتائج دراسة العينة على الظاهرة كلها"² فالعينة "جزء من المجتمع الأصلي، وبها يمكن دراسة الكل بدراسة الجزء بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذ منه"³.

وبعد تحديد مجتمع الدراسة المتاح المتمثل في صفحات النسوية عبر الفيسبوك ومستخدماتها من النساء العربيات ولأن مجتمع البحث كبير وواسع ونظراً لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع مفرداته، استخدمت أسلوب العينة، من خلال اختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث لإجراء الدراسة التحليلية الميدانية وبما أن الدراسة تنقسم إلى شقين سنوضح فيما يلي طريقة اختيار العينة لكل شق على حدا:

1- عينة الدراسة التحليلية:

اعتمدت الباحثة في الشق التحليلي من الدراسة على "العينة العشوائية المنتظمة" وهي أنسب العينات لمثل هذه الدراسات، حيث تتيح للباحث إمكانية اختيار أول عدد من المصادر بطريقة عشوائية، ثم اختيار بقية المفردات بطريقة منتظمة على أساس تساوي البعد الزمني بين كل مفردة وأخرى⁴. وبالرغم من أن هذا النوع من العينات سهل التطبيق ومختصر للوقت والجهد، فإنه من الممكن جدا الوقوع في أخطاء مثل اختيار نفس اليوم من الأسبوع لعدة مرات، وبالتالي لا يعطي للأيام الأخرى نفس فرصة الظهور، وتفاديا لذلك اقترح بعض الباحثين استعمال أسلوب "الأسبوع المصطنع"⁵ أو ما يصطلح عليه "بأسلوب الدورة" في اختيار العينة العشوائية المنتظمة وذلك بإعطاء الباحث المرونة في تحريك الاختيار يوماً واحداً في كل اختيار بعد الذي اختاره في المرة السابقة، فيكون

1- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 142.

2- صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دون طبعة، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003م، ص 29.

3- عبد الرحمان بن عبد الله الواصل، البحث العلمي خطواته ومراحل وأسبابه ومناهجه، دط، دارنشر، المملكة العربية السعودية، 1999، ص 52.

4- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، من التحليل الكمي الى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل المواقع الإعلامية، ط1، عالم

الكتب، مصر، 2010، ص 102

5- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاجيكسيكوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 19

بذلك أسبوع صناعي من اختيار الباحث، ويطبق نفس الاختيار في حالة اختيار الأسابيع خلال الشهر أو خلال السنوات. ويحقق أسلوب الدورة بهذه الطريقة في دراسة تحليل المحتوى العديد من المزايا أهمها إعطاء فرصة متساوية لجميع أيام الصدور في تمثيل العينة، ويتمكن الباحث باستخدام هذا الأسلوب من بناء الفترات الصناعية المنتظمة لأغراض التحليل (أسبوع، شهر، سنة..). مع ضمان نفس البعد الزمني بين كل الأيام وبعضها بدلا من اقترابها أو تباعدها في الاختيار العشوائي لبناء الفترات، وضمان تمثيل أيام الفترات الصناعية في العينة بنفس المستوى.¹

وقد تمثلت خطوات اختيار مفردات عينة الدراسة التحليلية في الإجراءات التالية:

1- اختيار ثلاث صفحات نسوية من مجموع الصفحات المنتشرة عبر الفيسبوك وهي "صفحة منظمة المرأة العربية" "صفحة النسوية" و"صفحة ثوري" وهي أكثر الصفحات شعبية ومتابعة وتفاعلا من قبل جمهور النساء العربيات المتابعات للحركة النسوية عبر الفيسبوك.

2- اختارت الباحثة الفترة الزمنية الممتدة من من 01 جويلية 2017 إلى غاية 26 جوان 2018 لإجراء الدراسة التحليلية، ومن وجهة نظر الباحثة فهي فترة كافية للتحليل لمعرفة طبيعة تقديم ومعالجة صفحات النسوية لقضايا النسوية من حيث الشكل والمضمون وفق الفئات المحددة سلفا، ذلك أن الصفحات محل التحليل ذات نمط روتيني في طرح القضايا والمواضيع المتناولة.

3- تم اختيار 12 شهرا بداية بشهر جويلية بشكل عشوائي، يليه تحديد أربعة أسابيع من كل شهر ويقع اختيار اليوم الأول من الأسبوع الأول للشهر الأول يليه اليوم الثاني من الأسبوع الثاني للشهر الأول وهكذا حتى نتحصل على عينة اصطناعية مكونة من 46 يوما موزع على 46 أسبوعا طيلة 12 شهرا ومدة تحليل 24 ساعة في اليوم المختار، أي تحليل كل المنشورات المستحدثة طيلة اليوم الظاهر في العينة، والجدول التالي يوضح كيفية اختيار العينة التحليلية لهذه الدراسة حسب الفترة الزمنية :

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص146.

المدة الزمنية التحليلية	تواريخ الأيام المحللة	الأيام محل التحليل	الأسابيع	الشهر
ساعة 24	01 جويلية 2017	السبت	الأسبوع الأول	جويلية 2017
ساعة 24	09 جويلية 2017	الأحد	الأسبوع الثاني	
ساعة 24	17 جويلية 2017	الاثنين	الأسبوع الثالث	
ساعة 24	25 جويلية 2017	الثلاثاء	الأسبوع الرابع	
ساعة 24	02 أوت 2017	الأربعاء	الأسبوع الأول	أوت 2017
ساعة 24	10 أوت 2017	الخميس	الأسبوع الثاني	
ساعة 24	18 أوت 2017	الجمعة	الأسبوع الثالث	
ساعة 24	26 أوت 2017	السبت	الأسبوع الرابع	
ساعة 24	03 سبتمبر 2017	الأحد	الأسبوع الأول	سبتمبر 2017
ساعة 24	11 سبتمبر 2017	الاثنين	الأسبوع الثاني	
ساعة 24	19 سبتمبر 2017	الثلاثاء	الأسبوع الثالث	
ساعة 24	27 سبتمبر 2017	الأربعاء	الأسبوع الرابع	
ساعة 24	05 أكتوبر 2017	الخميس	الأسبوع الأول	أكتوبر 2017
ساعة 24	13 أكتوبر 2017	الجمعة	الأسبوع الثاني	
ساعة 24	21 أكتوبر 2017	السبت	الأسبوع الثالث	
ساعة 24	29 أكتوبر 2017	الأحد	الأسبوع الرابع	
ساعة 24	06 نوفمبر 2017	الاثنين	الأسبوع الأول	نوفمبر 2017
ساعة 24	14 نوفمبر 2017	الثلاثاء	الأسبوع الثاني	
ساعة 24	22 نوفمبر 2017	الأربعاء	الأسبوع الثالث	
ساعة 24	30 نوفمبر 2017	الخميس	الأسبوع الرابع	
ساعة 24	08 ديسمبر 2017	الجمعة	الأسبوع الأول	ديسمبر 2017
ساعة 24	16 ديسمبر 2017	السبت	الأسبوع الثاني	
ساعة 24	24 ديسمبر 2017	الاحد	الأسبوع الثالث	
ساعة 24	01 جانفي 2018	الاثنين	الأسبوع الأول	جانفي 2018
ساعة 24	09 جانفي 2018	الثلاثاء	الأسبوع الثاني	
ساعة 24	17 جانفي 2018	الاربعاء	الأسبوع الثالث	
ساعة 24	25 جانفي 2018	الخميس	الأسبوع الرابع	
ساعة 24	02 فيفري 2018	الجمعة	الأسبوع الأول	فيفري
ساعة 24	10 فيفري 2018	السبت	الأسبوع الثاني	

24 ساعة	18 فيفري 2018	الاحد	الأسبوع الثالث	2018
24 ساعة	26 فيفري 2018	الاثنين	الأسبوع الرابع	
24 ساعة	06 مارس 2018	الثلاثاء	الأسبوع الأول	مارس 2018
24 ساعة	14 مارس 2018	الاربعاء	الأسبوع الثاني	
24 ساعة	22 مارس 2018	الخميس	الأسبوع الثالث	
24 ساعة	30 مارس 2018	الجمعة	الأسبوع الرابع	
24 ساعة	07 أبريل 2018	السبت	الأسبوع الأول	أفريل 2018
24 ساعة	15 أبريل 2018	الاحد	الأسبوع الثاني	
24 ساعة	23 أبريل 2018	الاثنين	الأسبوع الثالث	
24 ساعة	01 ماي 2018	الثلاثاء	الأسبوع الأول	ماي 2018
24 ساعة	09 ماي 2018	الاربعاء	الأسبوع الثاني	
24 ساعة	17 ماي 2018	الخميس	الأسبوع الثالث	
24 ساعة	25 ماي 2018	الجمعة	الأسبوع الرابع	
24 ساعة	02 جوان 2018	السبت	الأسبوع الأول	جوان 2018
24 ساعة	10 جوان 2018	الاحد	الأسبوع الثاني	
24 ساعة	18 جوان 2018	الاثنين	الأسبوع الثالث	
24 ساعة	26 جوان 2018	الثلاثاء	الأسبوع الرابع	

جدول رقم (01) يوضح توزيع العينة التحليلية للدراسة حسب الفترة الزمنية

2- عينة الدراسة الميدانية:

اعتمدت الباحثة في دراستها الميدانية على "العينة العرضية" - بالرغم من إشكالاتها المنهجية - والتي تعتمد على الظروف المتاحة في الميدان، والاستفادة من المرونة غير المتوقعة لدى أفراد العينة¹ وتعرف العينة العرضية أو الصدفية بأنها" نوع من العينات الغير الاحتمالية، التي يكون فيها السحب من الجزء الأقرب من المتناول في اليد من مجتمع الدراسة" بحيث يتم اختيار هذه العينة لأنها متاحة غالباً، وتمكنك من مقابلة أو مصادفة مفرداتك ميدانيا وبالتالي إدراجهم ضمن قائمة العينة² ولقد تم اختيار هذا النوع من العينة بالذات لعدة اعتبارات نذكرها فيما يلي:

¹ - عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دط، دار اليازوردي، الأردن، 2012، ص 211

² - فضيل دليو، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، ط2، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، 2012، ص 188، 189

- ضخامة وكبر حجم جمهور النساء العربيات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك، وتشتته مما يستحيل على الباحثة حصره في عدد معين والتعامل معه بشكل منتظم لاستخراج عينة محددة.

- اعتبار استخدام الاستمارة الالكترونية كأداة لجمع البيانات وتوزيعها عبر صفحات النسوية في الفيسبوك بطريقة عرضية لجمع أكبر قدر ممكن من المفردات .

- الإشكالات المنهجية التي يقع فيها أغلب الباحثين المتوجهين لدراسة الظواهر والمشكلات المتعلقة بالإعلام الجديد والصعوبات المنهجية المترتبة عن ذلك والتي تدفع الباحث لاختيار العينات التي تسهل عليه الوصول إلى جمع البيانات المتعلقة بالدراسة .

- أما فيما يخص حجم العينة فلقد عمدت الباحثة إلى إدراج الاستمارة الالكترونية على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك طيلة شهري جوان وجويلية 2018، وتكثيف توزيعها على صفحات النسوية محل الدراسة التحليلية وكذا بقية صفحات النسوية المنتشرة عبر الموقع، لتحصل على استجابات قدرها 520 استمارة، وبعد عملية الفرز والتنظيم، تم استبعاد 20 استمارة، لتبقى 500 استمارة ممثلة لحجم عينة الدراسة الميدانية، والجدول التالي يوضح توزيع العينة حسب متغيري المستوى الدراسي والحالة المهنية:

المجموع		ماكثة في البيت		عاملة		الحالة المهنية المستوى الدراسي
%	ت	%	ت	%	ت	
0.8 %	04	0.6 %	03	0.2 %	01	إعدادي
1.4 %	07	01 %	05	0.4 %	02	متوسط
14.6 %	73	9.6 %	48	05 %	25	ثانوي
64.8 %	324	27.6 %	138	37.2 %	186	جامعي
18.4 %	92	3.8 %	19	14.6 %	73	دراسات عليا
100 %	500	42.6 %	213	57.4 %	287	المجموع

جدول رقم (02) يوضح توزيع العينة الميدانية حسب متغيري المستوى الدراسي والحالة المهنية

3- أدوات جمع البيانات:

تمثل مرحلة تحديد أدوات جمع البيانات أهم خطوة في الإجراءات المنهجية المعتمدة في تصميم البحث، وفيها يقوم الباحث بتحديد الأداة أو الأدوات التي سوف يستخدمها في جمع البيانات حول موضوع الدراسة، وأدوات البيانات متعددة، فمنها الملاحظة والمقابلة، والاستبيان، وتحليل المحتوى، الأساليب الإسقاطية، والمجموعات المركزة وغيرها.¹

وأدوات جمع البيانات هي الوسائل التي يلجأ إليها الباحث لاستخدامها للحصول على البيانات والمعلومات التي يتطلبها موضوع دراسته. ويقصد بأدوات جمع البيانات أو أدوات البحث العلمي مجموعة الوسائل والطرق والأساليب والإجراءات المختلفة التي يعتمد عليها في جمع المعلومات الخاصة بالبحث العلمي وتحليلها، وهي متنوعة، ويحدد استخدامها على مدى احتياجات موضوع البحث العلمي، وبراعة الباحث وكفاءته في حسن استخدام الوسيلة والإبداع في ذلك.²

وانطلاقاً من طبيعة موضوع دراستنا وجب علينا استخدام أداتي "تحليل المحتوى" و"استمارة الاستبيان" للحصول على أكبر قدر من المعلومات والبيانات للتعرف على طبيعة مضامين صفحات النسوية عبر الفيسبوك ووصفها من الناحية الشكلية وكذا تحليل مضامينها والكشف عن آثار استخدام وتصفح هذه الصفحات على مستخدماتها من النساء العربيات.

أ- أداة تحليل المحتوى:

لقد تم الاعتماد على "أداة تحليل المحتوى" لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة التحليلية، ويعتبر تحليل المضمون أسلوباً للبرصد والتوصيف الكمي للمضامين أو للمحتوى الظاهر للاتصال، وبهذا المعنى فإن تحليل المضمون يجب أن يتضمن أبعاداً كمية في مجال رصد الظاهرة البحثية وعناصرها المختلفة حتى يمكن مقارنتها ببعضها، واستخلاص المؤشرات بطريقة موضوعية متفق عليها وهي الكم، الذي يعتبر شرطاً أساسياً وخاصة لا غنى عنها في بحوث تحليل المضمون باعتباره مرادفاً للموضوعية.³ ولقد عرف "بيرلسون" تحليل المحتوى بأنه "أحد أساليب البحث

¹ - منال المزاهرة، مناهج البحث العلمي، مرجع سبق ذكره، ص95.

² - صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، مرجع سبق ذكره، ص 24.

³ - شريف اللبان، هشام المقصود، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، دط، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص92.

العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والنظم والكمي للمضمون الظاهر من مواد الاتصال.¹ في حين قدم "سمير محمد حسين" مفهوما حديثا لتحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية على أنه أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يشخصها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية، طبقا للمقتضيات الموضوعية التي يحددها الباحث بهدف استخدامها في وصف هذه المواد الإعلامية أو التعرف على مقاصد القائمين بالاتصال من خلال كافة الأساليب التعبيرية التي تترجم أفكارهم بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منظمة ووفق منهجية ومعايير موضوعية وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.²

واستنادا للاحتياجات البحثية والمقتضيات الموضوعية التي حددناها سلفا في الإجراءات المنهجية للدراسة اقتضت الضرورة استخدام أداة تحليل المحتوى بأسلوب مستجد يختلف نوعا ما عن تحليل المحتوى في الوسائل التقليدية، حيث أن تحليل المحتوى في الشبكات الاجتماعية وصفحات الفيسبوك مختلفة نتيجة اختلاف الوسيلة و المحتوى وطريقة تقديمه، وبالرغم من ندرة إن لم نقل انعدام المراجع والدراسات التي عالجت مواضيع تحليل المحتوى في شبكات التواصل الاجتماعي وصفحات الفيسبوك خاصة والتي يمكن أن تفيد الباحثة في العمل، إلا أنها عملت جاهدة على تصميم استمارة تحليل محتوى الكتروني بمراعاة منهجية تحليل المحتوى وخصائص الوسيلة ومقتضيات البحث وأهدافه وفيما يلي نوضح مراحل تصميم استمارة تحليل المحتوى الخاصة بالدراسة التحليلية:

- عملت الباحثة على تصميم استمارة تحليل محتوى صفحات النسوية عبر الفيسبوك من خلال تقسيمها إلى فئات تحليل خاصة بالشكل وأخرى خاصة بالمضمون كالآتي:

أولا: تحديد فئات التحليل:

1- فئات الشكل (كيف قيل؟): هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للموضوع المتعلق بالدراسة وتحاول الإجابة على السؤال كيف قيل؟، ويتوقف تحليل شكل المادة الإعلامية على إشكالية وأهداف الدراسة.³ وقد تم الاعتماد في الموضوع محل الدراسة على فئات الشكل التالية:

¹ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص 17.

² - يوسف نمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سبق ذكره، ص 6

³ - المرجع نفسه، ص 26.

- فئة طبيعة المادة المنشورة عبر الصفحات: ويقصد بها نوع المنشورات التي تصاغ وتقدم وفقها مضامين صفحات النسوية، وتهدف هذه الفئة للكشف عن نوع المضامين التي تعرضها الصفحات محل الدراسة ونوع الوسائط المتعددة المرفقة لهذه المضامين فيما إذا كانت صور أو روابط أو فيديوهات أو ملفات صوتية .

- فئة اللغة المستخدمة: تعبر هذه الفئة عن طبيعة اللغة المستخدمة في مضامين منشورات صفحات النسوية محل الدراسة، وهي من الفئات الهامة في عملية التحليل، فنظرا لما يترتب عليها من نتائج مرتبطة بمدى فهم الرسالة الإعلامية واستيعابها من جانب جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين، ويستهدف تحليل اللغة المستخدمة التعرف على النمط اللغوي السائد في تقديم معلومات معينة، ومدى استخدام المستويات اللغوية المناسبة لنوع الجمهور المستهدف من المادة الإعلامية أو الدعائية.¹

- فئة الاستمالات والدعائم: ونقصد بفئة الاستمالات والدعائم جميع الأساليب والحجج والدلائل التي تضمنتها منشورات صفحات النسوية محل الدراسة، وتهدف هذه الفئة لمعرفة طبيعة ونوع الاستمالات المستخدمة في منشورات صفحات النسوية والموجهة لجمهور النساء العربيات فيما إذا كانت استمالات عقلية أو عاطفية أو تخويفية .

2- فئات المضمون (ماذا قيل؟): هي تلك الفئات المتعلقة بتحليل المحتوى الإعلامي من حيث المضمون، وقد تم الاعتماد في الموضوع محل الدراسة على فئات المضمون التالية:

- فئة الموضوع: ونقصد بفئة الموضوع في دراستنا هذه طبيعة وأنواع الموضوعات التي يدور حولها مضمون صفحات النسوية وتهدف هذه الفئة للكشف عن هذه الموضوعات التي تعالجها وتقدمها صفحات النسوية محل الدراسة والتي تم تقسيمها إلى مواضيع اجتماعية وكذا المواضيع السياسية والاقتصادية والدينية والتي بدورها قسمت إلى مواضيع جزئية.

- فئة الفاعل: وتهدف هذه الفئة لمعرفة من هم الفاعلون والشخصيات المحورية التي تدور حولهم مضامين ومنشورات صفحات النسوية محل الدراسة حيث قسمت فئة الفاعل في دراستنا إلى أفراد أو مؤسسات وبدورها قسمت كل فئة إلى فئات جزئية حسب السن والجنس وطبيعة الأشخاص فيما إذا كانوا أشخاص عاديين أو جمعيات المجتمع المدني، والمنظمات، الحكومات.. الخ .

¹ - منال الزاهرة، مناهج البحث العلمي، مرجع سبق ذكره، ص407.

- فئة المصدر: ونقصد بفئة المصدر جميع منابع التي تغذي مضمون ومنشورات صفحات النسوية محل الدراسة والتي قد تكون مدير الصفحة ومسيرها، منشورات من صفحات أو مواقع أو وسائل اعلام، هيئات حكومية معينة.. وتهدف من خلال هذه الفئة إلى الكشف عن طبيعة المصادر التي تعتمد عليها صفحات النسوية محل الدراسة التحليلية في تقديم مضامينها لجمهورها.

- فئة القيم: تستخدم هذه الفئة في تصنيف المعتقدات والأعراف والتقاليد في حياة الجماعات والأشخاص التي يمكن أن تؤثر في سلوكهم وأفكارهم اتجاه الموضوعات المطروحة¹ ونقصد بفئة القيم في دراستنا هذه كل القيم الإيجابية والسلبية التي تتضمنها منشورات صفحات النسوية محل الدراسة التحليلية والتي تهدف من خلالها للكشف عن طبيعة ونوع هذه القيم المتضمنة وفق بعدين إيجابي وسلبي و الذي بدوره تم تقسيمه إلى مجموعة من القيم .

- فئة الأهداف: ترمي هذه الفئة للتعرف على الأهداف التي يسعى المضمون الإعلامي لتحقيقها لدى الجمهور ونقصد بهذه الفئة في موضوع دراستنا مجمل الأهداف التي تصبو صفحات النسوية الوصول إليها وتحقيقها من خلال مضامينها ومنشوراتها التي تقدمها.

- فئة الجمهور المستهدف: تساعد هذه الفئة الباحث، في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه، طبيعته، سماته، هل هو جمهور خاص؟ أم جمهور عام؟ هل هي فئة معينة أم مجموعة من الفئات؟ وتهدف هذه الفئة لمعرفة طبيعة ونوع الجمهور المستهدف من قبل صفحات النسوية العربية عبر الفيسبوك فيما إذا كان أشخاص أم مؤسسات كالهيئات الحكومية و الجمعيات...

- فئة التعليقات: وتهدف هذه الفئة لمعرفة طبيعة تعليقات المتفاعلين من مضامين صفحات النسوية، واتجاهها اذا كان مؤيد أو معارض لما تطرحه الصفحات من مواضيع وكذا طبيعة المادة المستعملة في التعليق إذا كانت نص أو صورة أو أيقونة واللغة المستخدمة من قبل المتفاعلين مع الصفحات في التعليق.

ثانيا: تحديد وحدات التحليل:

للتوصل إلى التقدير الكمي لظواهر التحليل لابد من وجود وحدات يستند إليها الباحث في عد هذه الظاهرة.² ووحدة التحليل هي مقطع محدد من رسالة أو مجموعة من الرسائل مثلة لنفس خصائص وطبيعة الفئة.¹ وقد

¹ - يوسف نمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سبق ذكره، ص7.

² - سمير محمد حسين، تحليل المضمون، دط، عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصر، 1983، ص95.

اعتمدت الباحثة في دراستها هذه وحدة الموضوع لحساب المواضيع التي تضمنها المحتوى الإعلامي لصفحات النسوية في الفترة الزمنية محل الدراسة عبر الفيسبوك، كما تم الاعتماد على وحدة الفكرة كأسلوب للعد والقياس على اعتبار أن المنشورات المستحدثة في الصفحات تتضمن فكرة واحدة من خلال رصد تكرار ظهور الفئات الخاصة بالشكل والمضمون في عينة الدراسة.

ثالثاً: إجراءات تقييم الاستمارة والصدق والثبات:

حاولت الباحثة الوصول إلى نتائج تتسم بالدقة والصدق في تحليل صفحات النسوية عبر موقع الفيسبوك من خلال مجموعة من الخطوات والإجراءات الموضحة كالتالي:

تحديد فئات ووحدات التحليل بدقة بالاستناد للتعريف المختلفة من الدراسات المشابهة والمراجع المختلفة لموضوع الدراسة، وكذا الملاحظة الشخصية المباشرة للباحثة لصفحات النسوية طيلة تحضيرها للموضوع وتصميم الاستمارة في صورتها الأولية.

عرض استمارة تحليل المحتوى على الأساتذة المشرفة، وعدد من المحكمين الأكاديميين* في مجال الإعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية لتحكيمها، وقياس مدى صحتها، وهذا ما يطلق عليه بالصدق الظاهري للأداة لأنه يقوم على مبدأ اتفاق المحكمين على مدى صلاحية الفئات المحددة للإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، أين تم تسجيل بعض الملاحظات وتعديل الاستمارة بحيث أصبحت جاهزة في صورتها النهائية وطبقت على الصفحات الثلاث محل الدراسة حسب العينة الزمنية التي سبق واشرنا إليها.

¹ - عدلات الشيخ، البرامج الحوارية بقطاع غزة، مقال مقدم بمجلة الإذاعات العربية، ص191.

*أسماء الأساتذة المحكمين :

- أ.د محمد سعد، المعهد العالي للإعلام، مدينة الشروق، مصر
- أ.د عبد الرحيم درويش، جامعة دمياط، مصر
- د. مروى شمس، الجامعة الكندية، القاهرة، مصر
- أ.د مليكة عرعور، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر
- أ.د بوقرة كمال جامعة باتنة 1، الجزائر
- د. لوئيس باديس، جامعة باتنة 1، الجزائر
- د. رحمان سمير، جامعة باتنة 1، الجزائر
- د. عواج سامية، جامعة سطيف 2، الجزائر

أما فيما يخص عملية الثبات فتفيد التأكد من وجود اتساق واتفاق كامل في النتائج وقد تأكدت الباحثة من ثبات النتائج بإعادة التحليل مرة أخرى بعد انتهاء الفترة الزمنية للعينة الأصلية للدراسة بـ15 يوما، وذلك بالاستعانة بإحدى الزميلات* التي قامت بإعادة تحليل صفحات النسوية محل الدراسة لمدة 16 يوما موزعة على أربعة أشهر مختارة بأسلوب الدورة - نفس طريقة اختيار العينة- وتبين وجود اتفاق كبير بين نتائج الدراسة المتوصل إليها ونتائج الدراسة البعدية التي توصلت إليها الزميلة، وصل إلى 95% في النتائج العامة وهو ما يعادل نسبة ثبات عالية في نتائج الدراسة.

ب- أداة استمارة الاستبيان:

اعتمدت الباحثة في عملية جمع بيانات الدراسة الميدانية على "استمارة الاستبيان"، وتعرف أداة الاستبيان على أنها: "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب. ويستخدم لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المستجيبين، وكذلك الحقائق التي هم على علم بها، ولهذا يستخدم الاستبيان بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية، واستطلاعات الرأي وميول الأفراد وكذلك فإن الاستبيان يعتبر وسيلة ناجحة لدراسة الحياة الشخصية للأفراد، وخاصة تلك الجوانب من الحياة الخاصة التي لا يمارسها الأفراد إلا عندما ينفردون بأنفسهم بعيدا عن أعين المراقبين.¹

ولقد تم استخدام هذه الأداة استجابة للضرورة المنهجية للدراسة وكذا مناسبتها للطبيعة التكميلية وإمكانية التعميم، ونتيجة ما توفره من تسهيلات على الباحثة في الجهد والوقت والتكاليف في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، إضافة لكبر وضخامة حجم جمهور النساء العربيات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك وتشتته.

حيث تم بناء استمارة الاستبيان استنادا "للبارديغم الوظيفي" المتبنى من حيث زاوية النظر العامة، إضافة إلى استخدام النظريات الجزئية المتمثلة في نظرية "الاستخدامات والاشباع" في صياغة محور العادات والأنماط والدوافع من خلال مفاهيم ومتغيرات النظرية، وتقسيمات الدوافع التي جاءت بهم النظرية، وكذا "نظرية الاعتماد

* د. غضبان غالية، أستاذ مساعد ب، بجامعة خنشلة، الجزائر

¹ - قاسم عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ط1، دار النمير، دمشق، 2004، ص172.

على وسائل الإعلام" في صياغة أبعاد ومؤشرات عبارات محور الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية حيث قسمت محاور الاستبانة كالتالي:

- محور متعلق بالبيانات الشخصية: ويتضمن كل من متغير المستوى الدراسي والوضعية المهنية.

- المحور الأول: ويتعلق باستخدامات النساء العربيات للفيسبوك وصفحات النسوية وتم تقسيمه إلى بعدين عادات وأنماط الاستخدام من جهة، ودوافع الاستخدام من جهة أخرى وشمل المحور 17 سؤالاً.

- المحور الثاني: ويتعلق بالآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية المترتبة على جمهور النساء العربيات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك، حيث قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة أبعاد حسب الآثار المذكورة سابقاً والتي صنفتها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتضمن المحور 26 عبارة.

كما اعتمدت الباحثة بصفة مركزة على الأسئلة المغلقة، التي لا تتطلب سوى الإشارة لخيار واحد أو عدة خيارات، ذلك أن الأسئلة المغلقة تضمن سهولة ودقة في الإجابة خاصة وأن الاستمارة الإلكترونية يتفادى الكثير التعرض لها والإجابة عليها، كما أن هذا النوع من الأسئلة يعطي سهولة أكثر في التوبير والتفريغ.

- إجراءات صدق وثبات استمارة الاستبيان:

قامت الباحثة بتصميم وعرض استمارة الاستبيان في صورتها الأولية على الأستاذة المشرفة، وعلى مجموعة من المحكمين -سبق ذكرهم-، الذين كانت آرائهم تقريباً كلها إيجابية فيما يخص أسئلة وعبارات الاستمارة، كما تم الأخذ بعين الاعتبار الملاحظات المقدمة وتعديل وتصويب الاستبانة وفق التعديلات المطلوبة.

- تم إخضاع أسئلة وعبارات الاستبانة لاختبار معامل "ألفا كرونباخ" * لقياس مدى ثبات أداة الدراسة الميدانية "الإستبانة"، والجدول التالي يوضح معاملات ثبات الإستبانة:

* هو مقياس واحد يقيس درجة ثبات وصدق أسئلة وعبارات الإستبانة، يأخذ قيماً تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد الصحيح، وتعتبر قيمة معامل "ألفا" المساوية لـ 60% مقبولة للحكم على ثبات الاستبانة، وكلما زادت قيمة المعامل كلما زادت درجة الثبات والصدق

المحاور	عدد العبارات	ثبات المحاور
المحور الأول	10	0.680
المحور الثاني	09	0.679
المحور الثالث	07	0.655
الثبات العام للدراسة	/	0.754

جدول رقم (3) : يوضح معامل "ألفا كرونباخ" لقياس ثبات أداة الدراسة الميدانية "الاستبانة"

يتضح من الجدول أعلاه أن معامل الثبات العام لمحاور الدراسة أكبر من 60% حيث بلغ معامل المقياس 0.754 لإجمالي عبارات وفقرات المحاور الثلاثة، فيما تراوح ثبات المحاور بالتفصيل بين 0.655 كحد أدنى، و0.680 كحد أعلى، وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة من الثبات يمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة بحسب قيمة المقياس المساوية لـ 60% المقبولة للحكم على الثبات، وكلما زادت قيمة المعامل كلما زادت درجة الثبات والصدق، حيث أن قيمة معامل ثبات الاستبانة في دراستنا هي 0.754.

- ليتم تصميمها وصياغتها في شكلها النهائي بصيغة Google drive ورفع ومشاركة رابط الاستبانة في جميع صفحات النسوية عبر الفيسبوك التي استطاعت الباحثة الوصول إليها من خلال حسابها الشخصي، وأخيراً متابعة استجابات المبحوثات والبدء في عملية ترميز وتفريغ البيانات المتحصل عليها في برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss

4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

اعتمدت الباحثة في المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة، والكشف عن طبيعة آثار استخدام صفحات النسوية عبر الفيسبوك لدى النساء العربيات المثلثات لعينة الدراسة، على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss الذي يستخدم في مجالات عديدة نظراً لأهميته التطبيقية في استخلاص النتائج، ويعتبر الإحصاء علم العد لأنه يتعامل مع الأعداد والبيانات الكمية، ويعرف علم الإحصاء على أنه: " العلم الذي يهتم بجمع البيانات الكمية أو الرقمية التي تسمى أحياناً الدرجات الخام ، وتنظيمها في ضوء الجداول و رسوم بيانية، ووصف تلك

البيانات باستخدام مفاهيم إحصائية معينة والاستدلال بتلك البيانات على نتائج معينة يراد الوصول إليها" ويتضمن برنامج الإحصاء العمليات التالية: جمع البيانات، تنظيم البيانات، الوصف الإحصائي، والاستدلال الإحصائي¹

وبعد جمع بيانات الدراسة الميدانية ثم ترميزها وتبويبها وتفرغها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية "spss" في المعالجة الإحصائية للدراسة بالاعتماد على الأساليب الإحصائية التالية :

- التكرارات والنسب المئوية: التي تتعلق بجميع بيانات الدراسة .
- الجداول الإحصائية البسيطة والمركبة: المتعلقة بجميع عبارات وتساؤلات استمارة الاستبيان.
- اختبار " T test " للعينات المستقلة لاختبار متوسط متغير بعينتين (متغير الحالة المهنية).
- اختبار تحليل التباين الاحادي "One Way Anova" لتحليل متوسط متغير بأكثر من عينتين (متغير المستوى الدراسي).
- اختبار معامل "ألفا كرونباخ" لقياس ثبات وصدق الاستمارة .

1- محمد بلال الزعبي، النظام الإحصائي spss فهم وتحليل البيانات الإحصائية، ط1، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 2000، ص 5

الفصل الثاني

التراث النظري للدراسة

Log In



أولاً- النظريات الموظفة في الدراسة

- 1- نظرية البنائية الوظيفية كمنظور إرشادي عام للدراسة
- 2- نظرية ترتيب الأولويات
- 3- نظرية الاستخدامات والاشباعات
- 4- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- 5- توظيف المقاربات النظرية في موضوع الدراسة

ثانياً- الدراسات المشابهة المعتمدة في موضوع الدراسة

- 1- الدراسات الجزائرية
- 2- الدراسات العربية
- 3- الدراسات الأجنبية
- 4- جوانب الاستفادة من الدراسات المشابهة

أولا - النظريات الموظفة في الدراسة:

يتناول الإطار النظري للدراسة في هذا المقام عنصري، المقاربة النظرية المستخدمة والدراسات المشابهة على اعتبار أنهما يمثلان أهم ركائز البحث العلمي والأرضية الخصبة لاستنباط النقاط الإرشادية لمعالجة أي موضوع بحث علمي، والتي من شأنها أن تجعل الباحث يقف على نقاط واختيارات منهجية رصينة دون المضي في إجراءات بحثه العلمي من فراغ، ودون دلائل إرشادية واضحة، حيث أن من أهم مرتكزات أي بحث علمي ودعائمه اطلاع الباحث على الدراسات السابقة والمشاهدة لموضوعه وكذا انطلاقه من مقارنة نظرية تعزز دراسة موضوعه وتساهم في تحديد وطرح أبعاد اشكاليته بدقة.

وتعتبر المقاربة النظرية¹ النقطة الاستدلالية للبحث العلمي التي تساعد الباحث في الوصول إلى الأهداف المرجوة من البحث، وهي المسار الذي يوجه الباحث ويساعده على استنباط وتوظيف المعطيات التي يستطيع من خلالها الحصول على المعلومات اللازمة وفق ما يتماشى والبارديغم والنظرية المعتمدة في الدراسة، فهي بمثابة البوصلة التي توجه الباحث في جميع مراحل بحثه، وهي الحلقة الرابطة بينهم ابتداء من مرحلة بناء الموضوع وصولاً لتصميم أدوات جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، إضافة لإعطاء هذه البيانات الشرعية والتفسير العلمي والمنطقي للظاهرة المدروسة

ويكاد يكون الاتفاق وارداً على أن النظرية هي: "نسق فكري استنباطي منسق حول ظاهرة أو مجموعة من الظواهر المتجانسة، أي يحوي النسق إطاراً تصورياً ومفهومات وقضايا نظرية توضح العلاقة بين الوقائع وتنظيمها بطريقة داله وذات بعد إمبريقي. بمعنى اعتمادها على الوقائع ومعطياته وذات توجيه تنبئي يساعد على تفهم مستقبل الظاهرة ولو من خلال تعميمات احتمالية."² انطلاقاً مما سبق يمكن اعتبار النظرية مجموعة الأفكار المرتبطة والمنظمة والتي تساعد الباحث على تفسير مجموعة من الظواهر المحددة، وصالحة لأن تكون أساساً للتفسير والتوقع والتنبؤ.

¹ - ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص68

² - عبد الباسط عبد المعطي، اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، بدون طبعة، عالم المعرفة، الكويت، 1998، ص11.

انطلاقاً مما سبق ارتكزت دراستنا هذه على المقاربة النظرية المتمثلة في البنائية الوظيفية كمنظور إرشادي عام للدراسة يقدم الإطار الفكري الذي يمكننا من فهم وتفسير كيف تقدم صفحات النسوية عبر الفيسبوك الفكر النسوي، وطبيعة استخدام النساء العربيات لهذه المضامين وكذا نوع الأثر المترتب عليهن جراء ذلك الاستخدام، من خلال التطبيقات البحثية واختبار متغيرات وافتراضات النظريات الجزئية لباراديغم البنائية الوظيفية والمعتمدة في دراستنا هذه وهي، نظرية الاستخدامات والاشباع ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في دراسة جمهور النساء العربيات واستخداماتهن وتأثرهن بصفحات النسوية عبر الفيسبوك وكذا نظرية ترتيب الأولويات لتحليل مضامين صفحات النسوية شكلاً ومضموناً، وفيما يلي سرد للتراث النظري للنظريات المعتمدة وإسقاط وتوظيف لفروضها على موضوع الدراسة:

1- نظرية البنائية الوظيفية كمنظور إرشادي عام للدراسة :

1.1- الخلفية المعرفية للبنائية الوظيفية:

إن فكرة البناء لمجتمع ما كمصدر لاستقراره لا تعد جديدة كفلسفة اجتماعية فأفلاطون في جمهوريته يطرح القياس بين المجتمع والكائن العضوي فكلاهما يعني نظاماً من أجزاء مترابطة في توازن ديناميكي وفي المجتمع المثالي الذي وصفه أفلاطون تقوم كل فئة من المشاركين في هيكل اجتماعي بإنجاز الأنشطة التي تساهم في تحقيق التناسق الاجتماعي العام¹

فقد وجدت أسس الاتجاه البنائي الوظيفي لتشكيل أحد اتجاهات النظرية في دراسات علم الاجتماع بشكل عام مصاحباً للأحداث التي أتت بها الثورة الفرنسية لتتحدى التصورات العقلانية التي بنيت عليها فلسفة التنوير وتحليلها للنظم والمؤسسات التقليدية والتي أوجدت الروابط الاجتماعية اللازمة لقيام المجتمع، كما جاء هذا الاتجاه مصاحباً أيضاً للتحويلات والتعديلات على الاتجاه الوضعي السوسولوجي في القرن التاسع عشر وبخاصة في فترة ما بعد الثورة الفرنسية حيث عارض هذا الاتجاه البنائي الوظيفي منذ بدايته النزعة الفردية التي تميزت بها فلسفات التنوير ومؤكداً على أن التفكير الاجتماعي في القرن الثامن عشر قد فشل إذا استثنينا منه "مونتسكيو"، "فرجسون" فيما يتعلق بتطوير نظرية حول المجتمع باعتباره نسقاً أو بناء موضوعياً وشكلت النظرة للمجتمع باعتباره مجموع كلي كفكرة محورية في علم الاجتماع كعلم إمبريقي مستقل كما، تمكنت علاقة الأجزاء بالكل

¹ - حسن عماد مكاوي و ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص 124

الأساس المنهجي الموجه للبحث في مجال الدور الاجتماعي والوظائف الاجتماعية للنظم المختلفة وهو تصور لم يكن للاتجاه الفردي قدرة على الوصول إليه¹

وقد طور علماء الاجتماع المعاصرين مثل: "إيميل دوركايم" هذا التوجه في نهاية القرن التاسع عشرة وأصبحت فكرة أن المجتمع نظام ديناميكي من الأنشطة المتكررة فكرة هامة أيضا في تحليل المجتمعات البدائية من جانب علماء أصل الإنسان الأنثروبولوجي أمثال: "برونسيلات, مالينوفيسكي" وبعده "راد كليف براون" وفي العصور الأحداث استمرت مجموعة الافتراضات الخاصة بالمذهب البنائي تلعب دورا مهما في تطور مناقشات علم الاجتماع الحديث من خلال كتابات "روبرت ميرتون" و"تالكوت بارسونز" وكثيرين غيرهما² وعلى العموم مر تطور الاتجاه الوظيفي بعدة مراحل يمكن تصنيفها كرونولوجيا كالاتي:

أ- مرحلة الوظيفة التقليدية: ظهرت الوظيفية كمنهجية ونظرية متميزة في علم الاجتماع خاصة مع الرواد الأوائل المؤسسين أمثال "أوقست كونت، هيربرت سبنسر، إيميل دور كايم" إذ يعد "كونت" الأب الروحي لعلم الاجتماع وفي حديثه عن الاستقرار (الاستاتيكي) والحركة الاجتماعية (الديناميكية)، فقد كان يحاول أن يبحث عن العوامل التي يحفظ بها للمجتمع استقراره واستمراره، واتجه "سبنسر" إلى الطرح المعروف بمبدأ المماثلة العضوية بين الكائنين الحي والعضوي، فالمجتمع يماثل الكائن العضوي الحي الذي يتكون من عدة أعضاء وأجهزة تؤدي جميعها وظائف أساسية من أجل بقاء الكائن حي وأي خلل يصيب العضو أو الجهاز حتما ستتأثر به باقي الأعضاء والأجهزة، ومن ثمة فالمجتمع أيضا متكون من أجزاء وأنساق فرعية متفاعلة ومتداخلة ومعتمدة على بعضها البعض في توازن وانسجام وأداء وظيفي متبادل³، أما "دوركايم" فقد كان له تأثير كبير في تطور الوظيفية السوسولوجية إذ كان يرى بأن وجود النظم الاجتماعية كان القصد منه إشباع حاجات معينة، فكل الأنساق الأخلاقية تشكل وظيفة التنظيم الاجتماعي، وبغض النظر عن الحالات الشاذة وغير السوية، يطور كل مجتمع الأخلاقيات اللازمة لأداء وظائفه نحو كفاء ملائم⁴.

1- جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام، المفاهيم المداخل النظرية، القضايا، دون طبعة، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، 2008م، ص93، 94

2- حسن عماد مكاوي ولبلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 124

3- إحسان محمد الحسن، مبادئ علم الاجتماع الحديث، ط1، دار وائل، عمان، 2005، ص109.

4- السيد عبد العاطي وآخرون، نظرية علم الاجتماع (الاتجاهات الحديثة والمعاصرة)، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص51.

ب- مرحلة الوظيفة المطلقة عند "مالينوفسكي": يعود الفضل إلى العالم الأنثروبولوجي البريطاني "مالينوفسكي" من أصل بولوني في وضع مصطلح الوظيفة وفي إرساء دعائم المدرسة الأنثروبولوجية الوظيفية حيث لاحظ أن كل مجتمع يتميز ويختلف عن المجتمعات الأخرى بثقافة أصيلة وفريدة، وما يجعل من ثقافته أصيلة وفريدة هو ذلك الترتيب الخاص للعناصر التي تشكلها، فكل ثقافة تشكل كلا منسجما وكل عنصر من عناصرها لا يمكن فهمه إلا ضمن إطار ذلك الكل¹، ومن خلال نظريته الوظيفية الثقافية وضع فرضا أساسيا يتقيد به أي باحث في الميدان الثقافي" يجب أن يشير إلى بعض المبادئ العامة للسلوك الإنساني لا أن يحدد بعض العناصر الثقافية الأخرى الموجودة في نفس المجتمع، والتي توفر للعنصر الثقافي الخاص المضمون الذي يظهر خلاله²، وجعل "مالينوفسكي" من وحدة الثقافة أساس الاندماج في المجتمع وأساسا جوهر لوظيفته التي تقوم على ثلاث مسلمات هي:

- الوحدة الوظيفية للمجتمع: حيث أن العناصر الثقافية والأنشطة الاجتماعية تؤدي وظائف تخدم بها النسق الاجتماعي أو الثقافي ككل وتساعد على تكامله ووحدته.

- وظيفة كل عنصر اجتماعي أو ثقافي: فالوظيفية المطلقة لـ "مالينوفسكي" تزعم أن كل العناصر الثقافية تؤدي بالضرورة وظائف معينة، وبتعبير آخر، لا توجد عناصر ثقافية دون أن تؤدي وظائف أو دون أداء أدوار معينة تخدم بها النسق في النظام الثقافي وعبر ترابطها في نظام واحد

- مصادرة الضرورة: ويقصد بها أن كل عنصر ثقافي أو اجتماعي لا يمكن الاستغناء عنه، فأى محاولة لإزالته يترتب عنها اختلال في النسق، كما أن العنصر الذي لا يؤدي وظيفة يزول من تلقاء نفسه، والواقع أن هذه المصادرة مستلهمة من الفكر التطوري الدارويني الذي يزعم أن بعض الكائنات الحية فقدت بعضا من أعضائها في مسارها التطوري بعدما فقدت تلك الأعضاء أدوارا كانت تقوم بها قبل ذلك، فالعضو الذي لا يمارس نشاطا يضمم ثم يتلاشى. وقد تعرضت الوظيفية المطلقة التي جاء بها "مالينوفسكي" إلى نقد لا يقل شدة عن ذلك الذي كان قد وجه إلى التطوريين بسبب الإفراط والمبالغة في تكامل النسق وأداءه إلى درجة مثالية، في حين الحقائق على الأرض تبين أن الأنساق الثقافية والاجتماعية تعرف هي بدورها الاختلال والعجز عن القيام بالأدوار، وقد شهد المجتمع الغربي خلال القرن العشرين العديد من الأزمات التي عجزت الوظيفية

1- صالح محمد الفوال، علم الاجتماع (تاريخ علم الاجتماع، الرواد والاتجاهات)، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، دس، ص147.

2- بيرسي كوهن ترجمة عادل مختار الهواري، النظرية الاجتماعية الحديثة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص369.

المطلقة على تفسيرها، مما أدى إلى أزمة في النظرية كانت تعصف بها ولاسيما عندما تقدم تفسيراً لظاهرة التغير الاجتماعي¹.

ج- مرحلة الوظيفة النسبية عند ميرتون "ميرتون وتجديد الوظيفة": إن النقاش الذي أثير حول المسلمات الثلاث التي تتمحور حولها وظيفة "ماليونوفسكي"، إنتهت بـ"روبرت كينغ ميرتون" إلى تجاوز الوظيفة التقليدية وكذا الوظيفة المطلقة، وذلك بطرح أفكار ومفاهيم جديدة تتمتع بالمرونة والنسبية العملية، ومن هذه المفاهيم التي أثير بها "ميرتون" الوظيفة وأعطاهما نفساً جديداً، مفهوم "البديل" أو مفهوم "المعادل"، حيث إن القول بأن كل عنصر ثقافي ضروري للنسق ولا يمكن الاستغناء عنه مجرد أنه موجود، هو إنكار للمرونة التي يتمتع بها الإنسان، فالحاجات السيكولوجية وكذا الفيزيولوجية يمكن أن تشبع بطرق مختلفة أي عن طريق عناصر ثقافية مختلفة، إذ يعتقد "ميرتون" أن التحليل الوظيفي هو مدخل سوسولوجي واعد يعمل على تزويد الباحث بقائمة من المفاهيم أطلق عليها اسم الدليل المنهجي (براديجم) إذ يقوم التحليل الوظيفي عند "ميرتون" على ثلاثة فروض:

1- نسبة الوظيفية بمعنى أن العناصر الاجتماعية والثقافية قد تكون وظيفية بالنسبة لمجموعة معينة وغير وظيفية بالنسبة لمجموعات أخرى

2- البدائل الوظيفية: أي التنوع الممكن في الوسائل التي تشبع الحاجات مع تعدد الوظائف بالنسبة للعنصر الواحد، وإشراك عدة عناصر في تحقيق وظيفة واحدة

3- تحديد الوحدات الاجتماعية والتي تخدمها العناصر الاجتماعية أو الثقافية، فبعض العناصر تكون ذات وظائف متعددة وقد تكون بعض نتائجها ضارة وظيفياً.²

اقترح "ميرتون" هذه النظرية للتحليل الوظيفي: "إذا كان يمكن لعنصر واحد أن تكون له عدد من الوظائف، فإنه يمكن لوظيفة واحدة أن تؤدي عن طريق عناصر قابلة للتبادل فيما بينها"، وإن هذا الطرح الذي أكدته الدراسات الانثربولوجية الحقلية، فتح المجال أمام "ميرتون" ليجعل من التزعة الوظيفية أكثر مرونة

1- ناظم عبد الواحد الجاسور، موسوعة علم السياسة، دط، دار مجدلاوي، الأردن، 2004، ص344.

2- السيد عبد العاطي السيد، النظرية في علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص 302

حيث وضع مفهوم الخلل الوظيفي الذي يشير إلى الأداء غير المرغوب بحيث لا يسهم في إسناد النسق" أو الحفاظ عليه، بل يخلق عقبات تحول دون التكيف. وقد عمق "ميرتون" طرحه بشأن تجديد الوظيفية عندما عرض التمييز بين الوظائف التي يطلق عليها الوظائف البارزة، وهي تلك الوظائف المرغوبة التي تساهم في استمرار النسق، وهناك الوظائف الكامنة وهي تلك الوظائف التي تؤديها العناصر الثقافية دون قصد¹.

د- مرحلة الوظيفة النسقية عند بارسونز تالكوت: ظهرت الإضافات التي قدمها "تالكوت بارسونز" في مؤلفيه "النسق الاجتماعي" و"نحو نظرية للحدث"² عامة للنمو وتطور النظرية الوظيفية في التنظيم الاجتماعي على رؤيته للكائن البشري باعتباره فاعلا يصنع القرار ويخضع لضغوط معيارية، وعوامل الموقف التي من شأنها تجديد حاجات النسق ووظائفه لفهم السلوك الاجتماعي³. أكد "بارسونز" على أن بقاء النسق الاجتماعي واستمراره دليل على توازنه إذ يرى أن السمة الأساسية لأي نسق من الأنساق الاجتماعية تكمن في تعاضد مكوناته⁴، وقد كان الدافع الأساسي "لبارسونز" من وراء تبني التحليل النسقي الوظيفي لدراسة الواقع الاجتماعي هو اهتمامه الشديد بقضية النظام والاستقرار والبحث عن العوامل التي تؤسس لبناء التفاعل الاجتماعي.

وانطلاقاً من طروحات "بارسونز" نحو نظرية مفردة للفعل فقد جمع بين النظريات الكلية والفردية المتعلقة بالفعل ويتألف النموذج البنائي الوظيفي حسبه من مجموعة الأفكار المرتبطة ببعضها والتي تدور حول:

- الوحدات الأساسية التي يتألف منها المجتمع.
- طبيعة العلاقة القائمة بين هذه الوحدات.
- العوامل التي تؤدي إلى بقاء هذه الوحدات كما هي
- العوامل التي تؤدي إلى تغير هذه الوحدات

1- عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دط، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2002، ص149

2- إحسان محمد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة، ط1، دار وائل، عمان، 2005، ص52.

3- جراهام كلينتوش، ترجمة محمد سعيد فرح، تمهيد في النظرية الاجتماعية (تطورها ونماذجها الكبرى)، دط، دار المعرفة، الإسكندرية، 1998، ص

4- طلحت إبراهيم لطفى، كمال عبد الحميد زيات، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دط، دار غريب للطباعة، القاهرة، 1999، ص73.

ويركز التحليل الوظيفي أو البنائية الوظيفية على توضيح المهام التي يسعى أي نظام اجتماعي تحقيقها وعلى هذا الأساس تهتم نظرية البنائية الوظيفية بالأداء المؤسسي العام في إطار النظم الفرعية الأخرى في المجتمع لذلك فإن تحليل اتجاهات العلاقات وأساليب العمل التي تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر لتحقيق مستويات الأداء المطلوب أحد مهام البنائية الوظيفية¹

من خلال هذه التطورات التاريخية التي شهدتها البنائية الوظيفية على العموم يمكن القول أنها تدور حول غاية المجتمع في الحفاظ على النظام الاجتماعي وتأكيد ثباته النسبي والذي يتحقق من خلال تساند كل وظائف الأنساق الفرعية للمجتمع². وعلى هذا الأساس تم تبنيها للنظرية البنائية الوظيفية التي تخدم موضوع دراستنا وفقا لتحليلات البناء الوظيفي فإنه يفترض أن للمجتمع تركيبا عضويا يمكن فهمه بشكل أفضل من حيث الاعتماد المتبادل لأجزائه من حيث البناء والوظيفة. لأن التأكيد في تحليلات البناء الوظيفي هو على ضرورة التعاون بين الأجزاء على أساس مسلمة مشتركة بأن بقاء ورفاهية أحد الأجزاء يتوقف على بقاء ورفاهية الأجزاء الأخرى ويقال أن هذا النوع من التضامن العضوي بين الأجزاء يخلق مشاركة في المصالح تكفل الاستقرار للبناء الأكبر فليس هناك أي جزء يريد تدمير البناء لأنه إذا فعل ذلك فسوف يعني ذلك تدميره هو نفسه³

2.1- مفهوم البنائية الوظيفية:

يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة بنظرية البنائية الوظيفية التي يشير مفهومها إلى: "أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها، التي تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام، وأن هذه الأنشطة تعتبر ضرورة لاستقرار المجتمع، وأن هذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته"⁴.

يفيد المعنى العام للبنائية الوظيفية: فكرة أن تنظيم المجتمع وبنائه هو ضمان استقراره وذلك نظرا لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر. "فالبنائية" تشير إلى تحديد عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر "والوظيفة" تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في

¹ - ميرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دون طبعة، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة الطبع، ص 91، 99

² - الدسوقي عبدة إبراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، دط، دار الوفاء، الإسكندرية، د س، ص 65.

³ - ميلفين ديفلور وساندرا بول روكيتش، ترجمة جمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، ط5، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر،

2004م، ص 434

⁴ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة (2)، عالم الكتب، القاهرة، 2004م، ص 31

علاقته بالتنظيم الكلي ، وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي ويتحقق الثبات والاتزان من خلال توزيع الأدوار على العناصر في شكل متكامل وثابت، " والتنظيم" في رأي هذه النظرية هو غاية كل بناء في المجتمع حتى يحافظ هذا البناء على استقراره وتوازنه ولا يسمح التنظيم بوجود أي خلل في هذا البناء سواء من حيث العلاقات أو الوظائف يؤثر على التوازن والاستقرار.¹

3.1 - مبادئ وفروض نظرية البنائية الوظيفية:

يتفق الباحثون على عدد من المسلمات الخاصة بهذه النظرية و هي:

- النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة، وتنظيم لنشاط هذه العناصر يشكل متكامل.
- يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن ومجموع عناصره يضمن استمرار ذلك. بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.
- كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام.
- الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة لتلبية لحاجاته.
- وبتطبيق هذه المسلمات على وسائل الإعلام يفترض أن وسائل الإعلام هي عبارة عن أنشطة متكررة تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع وتقوم العلاقة بين هذه العناصر وباقي العناصر والنظم الأخرى في المجتمع على أساس الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر والأنشطة لضمان استقرار المجتمع وتوازنه.²

¹ - أنظر حسن عماد مكاوي و ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 126، 128

² - مي العبد الله، نظريات الاتصال، الطبعة 1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص 175، 176

4.1 - منظور التحليل الوظيفي واستخداماته في دراسات الاتصال: Functional Analysis

يركز التحليل الوظيفي على ظواهر خاصة تتحرك داخل النظام الاجتماعي الكلي، ويحاول تبيان كيف أن هذه الظواهر يمكن أن تؤدي إلى نتائج تسهم في المحافظة على استقرار النظام بكليته، أو أن تؤدي إلى عكس ذلك، وعندئذ تصبح الوظيفية خلافاً وظيفياً¹ حيث يهتم مفهوم الوظيفة Functionalism بتحليل العلاقة بين النظام ككل Organism والوحدات المكونة لهذا النظام، وترجع جذور هذا المصطلح إلى العلوم البيولوجية والاجتماعية والسلوكية، ففي علم البيولوجيا مثلاً: يعتبر جسم الإنسان نظاماً كلياً يحتوي على مجموعة من الأعضاء ويقوم كل عضو بدور مهم في حياة النظام ككل ويرتبط كل عضو أيضاً بالأعضاء الآخرين داخل النظام، ويتضمن مفهوم الوظيفة في النظام الاجتماعي مجموعة من الوحدات والوحدات يمكن أن تكون الفرد أو المؤسسة الاجتماعية أو غير ذلك وتمارس هذه الوحدات مجموعة أنشطة Activities مثل نقل الأخبار سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المجتمع العام ويتم ذلك داخل بناء Structure مثل النظام الليبرالي أو الشمولي، وينتج عن ممارسة الأنشطة التي تقوم بها الوحدات داخل البناء مجموعة من الوظائف أي آثار مرغوبة مثل: دور السلوك الفردي والجماعي في الحفاظ على البناء الاجتماعي والربط بين آثار هذا السلوك واحتياجات البناء الاجتماعي ومن جهة أخرى يشير مصطلح "الاختلال الوظيفي" Dysfunctional . إلى الآثار غير المرغوبة التي قد تحدث، ويركز منظور التحليل الوظيفي على طبيعة البناء المجتمعي وكيف تعمل الوحدات داخل النظام العام. وبهذا يسعى التحليل الوظيفي إلى فهم دور نمط السلوك أو التأثير الثقافي والاجتماعي في الحفاظ على توازن النظام وديناميكيته. فالاختلال الوظيفي Dysfunctional يحدث إذا كان السلوك الذي تمارسه الوحدات يخل باستقرار النظام ويعوق تقدمه²

وكان "هارولد لاسويل" بوضعه لصيغته المشهورة الخالية من أي لبس (من؟ قال ماذا؟ وبأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟)، قد زود السوسيولوجيا الوظيفية لوسائل الاتصال بإطار مفاهيمي، والتي كانت حتى ذلك الوقت لم تظهر إلا في شكل دراسات الحالة، ليشكل بعد ذلك ما أصبح يدعى "بنمط لاسويل" الذي يتمحور حول دراسة الجمهور، ودراسة التأثير، وتحليل المضمون والتي تتلخص في مقولته الشهيرة التي ذكرتها بداية (من؟ قال ماذا؟ لمن؟

¹ - فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر، دمشق، 2002، ص132

² - حسن عماد مكاي و ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 126، 128

؟وبأي تأثير؟¹ ومن هنا أصبح هذا الطرح أساسا لصياغة الأفكار والمداخل الخاصة بتحديد وظائف الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع وعلاقة هذه الوظائف بالوسائل أو المحتوى أو الأفراد المتلقين، وتجييب جميعها على الأسئلة الخاصة بالأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع، وكذلك لإرضاء المتلقي وتلبية حاجاته²

أما فيما يخص الدراسات الاتصالية التي استندت إلى منظور التحليل الوظيفي، نجد:³

دراسة "ميرطون" عن التأثير الشخصي والسلوك الاتصالي في بلدة بأمریکا عام 1948، أين سعت الدراسة للكشف عن نوع الأفراد المؤثرين في البلدة وكيفية تأثيرهم وأنماط سلوكهم الاتصالي مقارنة ببقية الأفراد، ووضحت الدراسة انه لا يوجد نمط واحد من قادة الرأي وإنما هناك نوعين "قادة رأي محليون، وقادة رأي موسوعيون" وهم أولئك الأشخاص الأكثر تعرضا لوسائل الاتصال، ولهم سلوكيات اتصالية مختلفة، فقادة الرأي المحليون يقرؤون الصحف المحلية ويستمعون للأخبار دون تعليق أو تحليل، في حين أن قادة الرأي الموسوعيون يقرؤون المجلات السياسية الوطنية ويتعرضون للتحليل السياسية وهنا يكمن الفرق فتأثير قادة الرأي المحليون أوسع ومتعدد التأثيرات، أما تأثير قادة الرأي الموسوعيون اقل لكنه أدق بحكم مجال خبرته وتخصصه، بعد ذلك أنجز "كاتز ولازارسفيدل" دراسة على عينة من 800 امرأة ينتمين إلى مدينة "الينوا"، وقد دفعتهم الدراسة السابقة "ميرطون" للربط بين الاتصال الجماهيري والتواصل الشخصي على اعتبار أن رسائل الإعلام مهما كانت طبيعتها تؤثر أولا في الأشخاص الأكثر تورطا ونفوذا كقادة رأي يعملون على إعادة نشر هذه الرسائل من خلال علاقاتهم داخل الجماعات وجها لوجه، كما اهتمت الدراسة بالخصائص المميزة لقادة الرأي، وتمكنت من تحديد بعض التمايزات فيبدو مثلا أن السن يشكل ضمانا كافية بالنسبة للأخبار السياسية، ولا يعتبر كذلك عندما يتعلق الأمر بالموضة والاستهلاك الإعلامي، وتعتبر دراسة "ميلفين ديفلير"⁴ من بين الدراسات التي اعتمدت على التحليل الوظيفي، وذلك من خلال تقسيم مضامين الوسيلة الاعلامية الى محتوى هابط، محتوى لا يثير الجدل، ومحتوى رفيع، اما عناصر النظام الاجتماعي الذي يحدث بداخله مستوى الذوق الهابط فيتكون من: الجمهور، هيئات

1- باديس لونيس، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام نحو براديجم إعلامي متميز، ج1، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، العدد الرابع، دار

الورسم، الجزائر، 2012، ص 87.

2- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 31

3- باديس لونيس، الآثار الثقافية للإنترنت على جمهور الطلبة الجزائريين، مرجع سبق ذكره، ص 57

4- أنظر: ميلفين ديفلور وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 185، 205

البحث، الموزعون، المنتجون، الممولون، وكالات الاعلان، نظم الرقابة وتتفاعل هذه العناصر في تحديد المحتوى المسموح وغير المسموح وتدرج كل وسائل الاعلام ضمن هذا النموذج العام من النظام الاجتماعي.

5.1 - الانتقادات الموجهة للبنائية الوظيفية:¹

واجهت نظرية البنائية الوظيفية هجوما متعدد الجوانب ونقدا واسعا طال بنيتها النظرية ومناهجها التحليلية وفي إطار تتبع مسارها التاريخي نلاحظ أن هذا الهجوم لا يعود إلى ضعف النظرية وقلة تماسكها وإنما نتج ذلك من عوامل إيديولوجية وامتغيرات بيئية ومنهجية وأخرى تاريخية ساهمت في كثرة الانتقادات. خاصة بعد ظهور المدارس البنوية ونظريات الصراع وما صاحبها من هجوم قاس على الوظيفة لم يكن نقدا موضوعيا وإنما اتسم بالتحيز الشديد والتعامل مع الأخذ بعين الاعتبار منطقية عدد من الانتقادات التي اتسمت بالحياد النسبي لأنها لم تنطلق من نظريات معاكسة أم متغيرة وهو ما جعل العلماء يتقبلون الوظيفة ضمن منظومة النظريات الاجتماعية حتى وإن اختلفوا معها. ولعل من المناسب تصنيف الكتابات النقدية للنظرية من خلال ثلاثة محاور يتعلق الأول بالبناء المنطقي ويهتم الثاني بكيان النظرية وجوهرها ويركز الثالث على الفلسفة الفكرية التي تستند عليها.

من أبرز النقاط التي ينطلق منها بعض الباحثين في هذا الصدد تشجيع الوظيفة على ما أسماه الباحثون بالتفسير الغائي الذي يعني في جوهره اهتمامها بفروض عامة غير قابلة للاختبار، حتى أن "كوهين" يرى أن ما تقدمه الوظيفة من فروض يتطلب نوعا من التحقيق العلمي لا يوجد في علم الاجتماع. وترتبط الانتقادات التي وجهت للقدرة التفسيرية للنظرية بعدم وضوح ما قدمته من قضايا وفروض، وما تضمنته من مفاهيم تنقصها الدقة من جهة والاتفاق على مدلولاتها من جهة أخرى.

الانتقادات الموجهة لجوهر النظرية وكيانها والذي يتبين منه بوضوح مبالغتها في التشديد على أهمية بعض القضايا أو العناصر البنائية وإغفال البعض الآخر مثل:

* **المبالغة في محاكاة العلوم الطبيعية:** أدى تفوق العلوم الطبيعية إبان نشأة النظرية إلى تأثر الوظيفية ومحاكاتها لها.

* **المبالغة في تقدير أهمية الاشتراك في القيم:** يرى أنصار هذه النظرية أن أفراد المجتمع يشتركون في القيم التي ينتسبون لها وأن هذا الاشتراك هو السبيل لتحقيق تكامل عناصر النسق الاجتماعي ومكوناته لأن على أعضاء المجتمع أن يتمثلوا لهذه القيم ويتصرفوا تبعاً لها وإلا خرجوا عن قواعد الضبط الاجتماعي. إلا أن هناك مبالغة في

¹ - ميرفت الطرابيشي و عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 106

تقدير أهميتها يتعارض مع فكرة التكامل حيث يقتضي التكامل تساند الأنساق المكونة للبناء الاجتماعي بدلا من التحيز إلى نسق بعينه. ويشير عدد من الدراسات إلى أن المبالغة في قضية الاشتراك في القيم أدى إلى أن تأتي هذه النظرية وكأنها نموذج عضوي يسير بطريقة نمطية نحو التكامل ويتناقض مع حقيقة وجود التغيير الاجتماعي.

* إهمالها لبعض أبعاد الواقع الاجتماعي: قد قللت من أهمية بعض أبعاد الواقع الاجتماعي، مما جعلها نظرية ذات منظور أحادي ثابت هو منظور النظام أو التكامل أو التوازن.

النقد الموجه لفلسفتها الفكرية التي استندت عليها ويرتبط ذلك بالتحيزات الإيديولوجية التي يتضح بعضها من المحورين السابقين ويدل عليه التأكيد على جوانب دون أخرى في البناء الاجتماعي، والرغبة الملحة في التأكيد والتشديد على الثبات، ومحاولة إلغاء كل إرادة إنسانية واعية بدعوى مبالغ فيها لسمو المجتمع وتفوقه على كل أعضائه بشكل متعال وتلك نظرة تبلورت بشكل جلي عند كل من "كونت" و"بارسونز" اللذان يريان أن أي خروج على القيم يعد انحرافا يستوجب مزيدا من الضبط ومزيدا من الجزاء.¹

لكن رغم الانتقادات الموجهة إلى البنائية الوظيفية في مختلف جوانبها إلا أن هذه النظرية تظل شكلا رصينا في عملية التنظير في علم الاجتماع بصفة عامة وتطبيقاتها في بحوث علوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة والدليل على ذلك عودة علماء الاجتماع في الولايات المتحدة الأمريكية إليها وبروز الوظيفية الجديدة التي حاولت تدارك نقائص ومبالغات البنائية الوظيفية.

¹ - ميرفت الطرايبيشي و عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 106

2- نظرية ترتيب الأولويات:

1.2- الخلفية المعرفية للنظرية:

تعود الإرهاسات الأولى لظهور نظرية ترتيب الأولويات إلى الباحث "والتر ليبمان Lipmen" الذي ركز وأكد في كتابه "الرأي العام" الصادر سنة 1922م أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية عن القضايا المختلفة وعلى الرغم من غموض هذا المفهوم مقارنة بفروض الأجندة التي جاءت فيما بعد، إلا أن الباحثين يقرون بوجود صلة بين ما قاله "ليبمان" والمفهوم اللاحق لترتيب الأولويات وهذا ما أشار إليه "نورتن لونج" "N.Lonje" سنة 1958م حيث أكد أن الصحف هي المحرك الرئيسي في ترتيب الأجندة المحلية، كما أن لها دورا مهما في أن تحدد لأغلب الناس ما سوف يفكرون فيه وتقتراح حلولاً للمشكلات التي يهتمون بمعالجتها. كما أوضحت دراسة "لانج ولانج" "lang, lang" سنة 1966م أن وسائل الإعلام توجه انتباهنا نحو قضايا معينة أو تشكل صور ذهنية عن الزعماء والسياسيين البارزين، وهي تقدم باستمرار وبشكل ثابت مواضيع تحدد من خلاله ما ينبغي للأفراد التفكير فيه¹

وفي دراسة أخرى ركز الباحثان السابقان على التأثير المتراكم للمعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام في رسم الصور الذهنية السياسية لعامة الناس في فترة الانتخابات ويزعم الباحثان: " أن وسائل الإعلام هي التي تنمي القضايا وتحدد الشخصيات وتقوم بتلك الوظيفة على فترة طويلة، وبالتالي يكون من الصعب إدراك هذا التأثير ورؤيته على الطبيعة، وغالبا ما يتم هذا التأثير بشكل غير مباشر من خلال تهيئة المناخ السياسي ورسم الصورة الذهنية للأحزاب والمرشحين و بالتالي تؤثر وسائل الإعلام في النهاية على أصوات الناخبين... " ويتفق "نيمو" مع هذا الرأي حيث يقرر: " أن وسائل الإعلام تساعد على تحديد أولويات الجمهور من خلال تحديد القضايا التي تختلف بشأنها وجهات النظر وتصلح للنقاش الجماهيري .."² وكان ذلك في الخمسينيات من القرن الماضي، كذلك رأى "برنارد كوهين" في الستينات أن الصحافة قد لا تنجح في تعريف الناس كيف يفكرون ؟ ولكنها تنجح أكثر في تعريف القراء ماذا يفكرون فيه ؟ ومثل هذه الأفكار هي التي استعادت مفهوم القوة غير المحدودة

¹ - ليندة ضيف، الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة، من يرتب أولويات وسائل الإعلام؟، مجلة الحكمة، العدد10، الجزائر، 2012،

² - حسن عماد مكاوي و ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 289، 290

لوسائل الإعلام حيث يشير هذا المفهوم إلى الدور المؤثر لوسائل الإعلام في تحريك اهتمامات الجمهور بالقضايا والموضوعات لتتفق في ترتيبها مع الترتيب الذي تضعه وسائل الإعلام لأهمية هذه القضايا و الموضوعات¹

بعد هذه المرحلة من الأبحاث طور "ماكومبس وشو" **MC combes and Shaw** اللذان تنسب لهما النظرية ويعود لهما الفضل في تطوير فروضها واختبرها فرضها الرئيسي الذي يتمثل في العلاقة الإرتباطية بين تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة واهتمام الجمهور بها وكان اختبار هذا الفرض من خلال دراستهما لدور وسائل الإعلام أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 1968م حيث جمعا قائمة الاهتمامات لدى وسائل الإعلام الرئيسية وحللا محتواها المتعلق بالحملة الانتخابية وكذلك قائمة أولويات الجمهور عبر مسح أجري على عينة مكونة من مائة مفردة من الناخبين، وكانت نتيجة هذا المسح هو وجود ارتباط قوي بين القائمتين ومنه استنتجا أن وسائل الإعلام رتبت بشكل فعال أولويات الجمهور وقد كانت الانتخابات مجالا خصبا لدراسات وأبحاث الأجندة... ثم تواصلت بعد ذلك الأبحاث والدراسات التي اختبرت هذا الفرض من خلال تحليل العلاقة بين الرأي العام والمحتوى الظاهر لوسائل الإعلام واختبار العلاقة بينهما، إذ أظهرت هذه الدراسات مؤشرات ارتباط قوية بين اهتمامات الرأي العام والمحتوى الظاهر لوسائل الإعلام² ويلخص كل من " **Bryant and Thompson**" مراحل تطور بحوث وضع الأجندة في أربع مراحل هي:

المرحلة الأولى: وتمثلها دراسة " **MC combes and Shaw**" عام 1972م و التي أثبتت نتائجها أن اهتمام الجمهور العام بالقضايا يتأثر باهتمام المحتوى الإخباري لوسائل الإعلام بالقضايا ذاتها.

المرحلة الثانية، التكرار: عندما كرر هذان الباحثان عام 1977م تطبيق افتراضات نظرية وضع الأجندة من خلال دراسة تناولت القضايا البارزة لدى الناخبين وقد كادت نتائجها على أن هؤلاء الناخبين الذين يتعرضون بصورة كبيرة لوسائل الإعلام تتأثر أجندة اهتماماتهم بالقضايا المختلفة المطروحة ضمن أجندة وسائل الإعلام

المرحلة الثالثة، دراسة المتغيرات الوسيطة: بالرغم من أن الدراسات الأولى والمبكرة في مجال وضع الأجندة تناولت بالرصد و التحليل الارتباط المباشر بن أجندة وسائل الإعلام ومثيلها لدى الجمهور، فإن دراسات أخرى تالية أكدت نتائجها على وجود مجموعة من المتغيرات الوسيطة المؤثرة في عملية وضع الأجندة

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص342

² - ليندة ضيف، الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة، من يرتب أولويات وسائل الإعلام؟، مرجع سبق ذكره، ص 195

المرحلة الرابعة، التساؤل عن وضع أجندة وسائل الإعلام: وقد درس في هذه المرحلة كل من "Kurt Long و Glady Engel long" عام 1983م العلاقة بين الصحافة والرأي العام خلال أزمة أو فضيحة "Watergate" الشهيرة وأثبتنا أن الفرضية الأصلية لنظرية وضع الأجندة تحتاج إلى توسيع مداها واقتراحا توسيع المفهوم ليشمل مفهوم بناء الأجندة وتمثل دراسة "Shoemaker و Reese" التي أجريت عام 1991م مثالا جيدا لدراسات هذه المرحلة، فقد تناولت هذه الدراسة دور المصادر المختلفة في عملية وضع أجندة وسائل الإعلام¹

ولقد قسم "ماكومبس" بحوث الأجندة إلى أربعة أشكال رئيسية كعكس تطور الاتجاهات الخاصة لهذه البحوث:

1- الدراسة الأصلية: "Chapel Hill" التي اختبرت الفرض الأساسي الخاص بان نموذج التغطية الإخبارية يؤثر في إدراك الجمهور لأهمية القضايا اليومية

2- الدراسات الخاصة بالأدوار المقارنة للصحف والتلفزيون والمصطلحات التقنية مثل: الحاجة إلى التكيف، و اتفاق الاتصال الشخصي مع عملية الاتصال الجماهيري ومثل هذه الأعمال قدمها كتاب: "The Emergence of American political Issues" وهذا الكتاب اختبر الفرض الرئيسي للأجندة بالإضافة إلى هذه الدراسات

3- الشكل الثالث الذي اهتم بالكشف عن صور المرشحين واهتماماتهم السياسية كبديل للأجندة

4- بحلول الثمانينيات انتقلت البحوث بالأجندة الإخبارية من متغير مستقل إلى متغير تابع واستبدلت السؤال: من يضع أجندة الجمهور؟ بالسؤال من يضع الأجندة الإخبارية؟ والشكل الرابع لبحوث الأجندة يعتبر أكثر تعقيدا من الثلاثة السابقة حيث يهدف إلى وصف وشرح ارتباطاتها المختلفة، ويرى "ماكومبس" أن بحوث الأجندة طورت البحوث المبكرة التي كانت تركز على التعرض لوسائل الإعلام دون إيضاح أنواع المحتوى ذات العلاقة بالتأثير، حيث تدرس التحليل المفصل للمحتوى بجانب بحوث المسح التي تقيس التأثير، ومن زاوية أخرى اهتمت البحوث بالأجندة في علاقتها بخصائص محتوى معين²

¹ - أحمد زكريا، نظريات الإعلام، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص 18

² - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 344

2. 2- مفاهيم نظرية ترتيب الأولويات:

انطلقت بحوث الاتصال الجماهيري من افتراض أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرات كبيرة في الجمهور وهو ما دعمه النجاح الذي أحرزته الدعاية النازية خلال عقد الثلاثينيات من القرن الماضي، وتطورت إلى النظرة التي قدمتها " Klapper " وآخرون مع مقدم عقد الستينيات من القرن نفسه التي ترى أن هاته الوسائل ذات تأثيرات محدودة في الاتجاهات والسلوك، ثم شهدت طفرة أخرى خلال عقد السبعينيات من ذلك القرن حيث وصلت إلى دراسات وضع الأجندة أو ما يعرف بترتيب أولويات الاهتمام والتي أكدت نتائجها أن وسائل الإعلام تشكل هذه الأولويات أو تلك الأجندة لكل من الأفراد والجماعات¹

انطلاقاً مما سبق اهتمت دراسات ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تم المجتمع، ترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه المواضيع تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية كبيرة نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام² وهذا ما قد يترتب عليه عملية جدولة لأولويات الجمهور. وفيما يلي نحاول تسليط الضوء أكثر على ماهية عملية ترتيب الأولويات لفهمها أكثر:

هناك عوامل عديدة تؤثر في وضع المواد الإعلامية والمواضيع والقضايا على صفحات الصحف أو المساحات الزمنية والخرائط البرمجية في الراديو والتلفاز، بحيث يمكن أن نقرر نظرياً وتطبيقياً انه اختيار مقصود وهادف للموقع والمساحة والشكل أو عوامل الإبراز المختلفة التي تضع حدوداً تعبر عن مستوى اهتمام الوسيلة الإعلامية بأخبار معينة أو قضايا أو موضوعات بذاتها.

¹ - أحمد زكريا، نظريات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 6

² - حسن عماد مكاوي و ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 288

فالصحف عبارة عن صفحات أو مواقع على الصفحات تتباين في أهميتها ولا يمكن لصحيفة ما أن تحدد مستوى واحد من الأهمية لكل الصفحات أو المواقع، بالإضافة إلى أنهما لا يمكن أن تجد مساحات أو مواقع ذات أهمية واحدة لكل الأخبار والقضايا المتتالية في الأهمية سواء بتأثير السياسات العامة أو الخاصة بالجريدة على سبيل المثال، ولذلك أصبح لزاما أن تقوم الصحف ووسائل الإعلام بتنظيم عرض المواد الإخبارية والقضايا والموضوعات في ترتيب يشير إلى أهمية هذه المواد في علاقتها ببعضها وتتبنى الوسيلة هذا الترتيب بحيث يعبر عن سياستها أو اتجاهاتها من هذه المواد المنشورة أو المدعاة.

وهذه العملية يطلق عليها ترتيب أولويات اهتمام الوسيلة الإعلامية أو وضع أجندة الوسيلة وتحديدها **Agenda Setting** والتي تتم بناء على قرارات عديدة تتأثر بالسياسات العامة والسياسات التحريرية والنظم الفنية والإنتاجية¹

يرى بعض الباحثين أن مفهوم وضع الأجندة لم تتم صياغته لأول مرة مع دراسة كل من "ماكومبس وشاو" عام 1972م التي اختبرت هذا المفهوم امبريقيا، ولكنه برز بقوة مع مقولة "برنارد كوهين" الذي يكرر الباحثون الاستشهاد بتأثيره على مجرى دراسات الأولويات، وقلما يخلو مقال عن الأولويات من عرضه المبسط عن قوة الصحافة عندما قال: "أنها قد لا تنجح كثيرا من الوقوف في أن تحدد لقرائها كيف يفكرون، لكنها نجح ببراعة في أن تحدد لهم في ماذا يفكرون وهذا هو مفهوم ترتيب الأولويات، رغم أن "كوهين" لم يستخدم مصطلح **Agenda Setting** بالنص".

هناك تيار آخر من الباحثين تأثروا عند صياغتهم لمفهوم وضع الأجندة بوجود مسؤولين لعملية وضع الأجندة احدهما للقضايا والآخر لسيمات هذه القضايا أو بمعنى آخر كان هذا التيار ينظر لوضع الأجندة وعينه الأخرى على نظرية التأطير، ويعبر عن هذا التيار ونظريته وصياغته لهذا المفهوم كل من "MC combes و Lopez Escobar" عندما أشاروا إلى انه: "لا يقتصر النظر إلى مفهوم وضع الأجندة على وجود التوافق بين بروز القضايا بوسائل الإعلام والجمهور فقط، لكنه يجب أن يشمل أيضا بروز السمات المختلفة سواء كانت لقضايا وموضوعات أو أشخاص أو أشياء وأحداث أخرى"

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 340

ومن ناحية أخرى حاول بعض الباحثين صياغة تعريف الأجندة كما فعل "Lyengar و Simon" بقولهما إن: "وضع الأجندة يمكن تعريفها بأنها قدرة المواد الإخبارية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة على معرفة وتحديد القضايا المهمة خلال فترة زمنية معينة".

نجد أيضا "Mcquail" الذي نظر للمردود التأثيري لوضع الأجندة في الجمهور من خلال تعريفه: "إن وضع الأجندة عبارة عن تلك العملية التي تؤثر من خلالها وسائل الاعلام بصورة مقصودة أم غير مقصودة في جمهورها من خلال ما تعرضه له من قضايا أو أحداث إخبارية وبروزها ضمن مضامينها المختلفة وهو ما يفترض أن تزايد اهتمام هذه الوسائل بتلك القضايا والأحداث يجعلها مهمة وبالتالي تزايد أهميتها لدى الجمهور".¹

تشير فكرة ترتيب الأولويات حسب ما يرى كل من "روجر وديرن" إلى وجود منافسة مستمرة بين الموضوعات والقضايا للحصول على اهتمام كل من وسائل الإعلام والجمهور والصفوة، وتدل هذه الفكرة على أن أجندة الجمهور ما هي إلا انعكاس لأجندة المحتوى الإعلامي.² وفقا للرؤى السابقة يمكن النظر لمفهوم وضع الأجندة من خلال المحاكاة العلمية الآتية :

1- وضع الأجندة عبارة عن عملية اتصال جماهيري وتفاعلية تتأثر خلال حدوثها ما بين الوسيلة الإعلامية والجمهور بالمؤثرات الاجتماعية، الثقافية، السياسية، التي يتم في إطارها هذا الاتصال

2- هذه العملية ليست أحادية الاتجاه من الوسيلة الإعلامية لجمهورها

3- الاختبارات الإمبريقية اللاحقة بمرحلة نشأة النظرية: واعتمدت على نماذج نظرية اختبرتها ثبتت تعددية هذا الاتجاه خاصة من خلال النظر لثلاثة أطراف في عملية الاتصال الجماهيري هي: "وسائل الإعلام، النخب، الجماعات، المصالح، الجمهور العام"

- الاتجاهات المعاصرة في دراسات أولويات الاهتمام التي أولت عملية بناء الأجندة عنايتها وهو ما أثمر لاحقا عن صياغة افتراضات نظرية بناء الأجندة من خلال الباحثين "لانج ولانج" اللذان قاما بتوسيع مفهوم وضع الأجندة.

¹ - أحمد زكريا، نظريات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 8

² - ليندة ضيف، الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة، من يرتب أولويات وسائل الإعلام؟، مرجع سبق ذكره، ص 139

- التيار المعاصر في نظرية التأطير التي يراها البعض المستوى الثاني لوضع الأجندة أو ما يعرف بأجندة السمات الذي ينظر للتأطير كعملية متعددة الأطراف وهو ما يجسده نموذج Scheufel لعملية التأطير الذي اقترحه عام 1999م.

- لا يقتصر محل وضع الأجندة على القضايا والموضوعات فقط وإنما يتسع ليشمل أيضا الأحداث والشخصيات والمؤسسات والقيم وغيرها.

- بالرغم من أحادية الاتجاه الخاص بعملية وضع الأجندة إلا أن نبرة الإسهامات التي قدمها هؤلاء الباحثون تعلى من وسائل الإعلام في هذه العملية، وتنظر إليها أيضا من الناحية الامريقية باعتبار أن أجندتها هي المتغير المستقل في تلك العملية وأجندة الجمهور هي المتغير التابع.¹

مفهوم وضع الأجندة: وضع الأجندة هي عملية تقوم بها وسائل الإعلام باختيار ما يوصف بأنه أهم القضايا العامة والمختلفة لكن قيامها بهذه الوظيفة لا يكون بطريقة مباشرة كان يخبر الجمهور بان هذه القضية هي الأكثر أهمية ولكن يكون ذلك من خلال تكرار تغطية هذه القضية بشكل اكبر مقارنة بالقضايا الأخرى وتخصيص حيز زمني ومساحة أكبر أو بطريقة استعراضية تجعلها أكثر بروزا. **وعرفت أيضا:** "بأنها العملية التي تقوم بها الهيئات والمؤسسات التي تقدم الأخبار والمعلومات باختيار أو التأكيد على أحداث وقضايا معينة لتغطيتها دون أخرى ومعالجة هذه القضايا وتناولها بالكيفية التي تعكس اهتمام المؤسسة وأولويات المسؤولين الحكوميين ومتخذي القرار و الصفوة"

أما "ستيفن باتروسن" ففي تعريفه ركز على: "أن الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة إعلامية ما ويتعرضون لها سوف يتكيف إدراكهم وفقا للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها وبشكل يتوافق واتجاه عرضها وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة" من خلال التعاريف المقدمة ونشأة النظرية يمكننا وصفها في هذا السياق كونها إعادة صياغة للأحداث المحيطة بقلب جديد يتم ترتيب أهميتها في الوسيلة الإعلامية بما يناسب السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهاته بما يتوافق مع التوجهات الايديولوجية لتلك الوسيلة²

¹ - أحمد زكريا، نظريات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 10

² - محمد بن سعود البشير، نظريات التأثير الإعلامية، دط، غيناء للنشر والتوزيع، الرياض، 1412 هـ، ص 69

2.3- العوامل المؤثرة في وضع الأجندة:

تفترض نظرية الأجندة أن تأثيرات وسائل الإعلام تعتمد على مجموعة المتغيرات والعوامل الوسيطة التي قد تزيد أو تضعف تأثير وسائل الإعلام لدى الجمهور، ويمكن عرض هذه العوامل كما يلي:¹

- **طبيعة القضايا ونوعها:** ويقصد ما إذا كانت القضايا ملموسة أو غير ملموسة خاصة وأن تأثيرات وسائل الإعلام تزداد في حالة القضايا الملموسة كالحملات الانتخابية ويتم إدراكها بصورة أكبر مقابل القضايا المجردة التي لا يتم إدراكها.²

- **أهمية القضايا:** وتعني وجود علاقة ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وزيادة حصولها على أولوية أكبر وأشارت الدراسة إلى وجود زيادة الاهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد.

- **الاتصال الشخصي:** أوضحت الدراسات أن المعلومات التي تنتقل عبر قنوات الاتصال الشخصي تستند على التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام، لأن وسائل الإعلام تساهم في تشكيل الأجندة الإخبارية للأفراد الذين يشاركون في محادثات مع الآخرين حول أجندة القضايا التي تثيرها أجهزة الإعلام بدرجة أكبر من الذين لا يمارسون الاتصال الشخصي، وبهذه الطريقة يقوم الاتصال الشخصي بمزعة الوصل بين الإدراك الذاتي لأهمية القضايا على المستوى الشخصي وبين إدراك أهمية هذه القضايا على المستوى العام.³

- **نوع الوسيلة:** انصب تركيز الباحثين حول ماهية الوسائل الأكثر فعالية في إحداث تأثيرات وضع الأجندة، و توصلت بعض الدراسات إلى أن التلفزيون يعد وسيلة فعالة أكثر من الصحف في وضع الأجندة على المدى القصير في حين تحقق الصحف تأثيرات وضع الأجندة على المدى الطويل.

- **المدى الزمني للأجندة:** ترى النظرية أن تأثير وسائل الإعلام يتوقف على تحديد الموضوعات وكيفية إدراكها لدى الجمهور في فترة زمنية محددة لذا حظي الفاصل الزمني الذي تحقق فيه وسائل الإعلام التأثير التراكمي على أجندة الجمهور باهتمام كبير حتى أن بعض الباحثين قالوا بأن فترة ثلاثة أسابيع هي مدى زمني كافٍ لوضع الأجندة.

¹ - أحمد زكرياء أحمد، نظريات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 21.

² - ميرفت الطرايبشي، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 293.

³ - برهان شاوي، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 177.

- الخصائص الديموغرافية: ويقصد بها مراعاة المتغيرات الديموغرافية الخاصة بالجمهور، بعدما أشارت بعض الدراسات الخاصة بوضع الأجندة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابي بين هذه المتغيرات وبين أجندة القضايا المثارة في وسائل الإعلام.

- توقيت إثارة القضايا: أشارت دراسات عديدة إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوى منها في غير أوقات الانتخابات.¹

2.4- فروض النظرية:

لنظرية ترتيب الأولويات فرض رئيسي بحسب ما جاء في كتاب محمد عبد الحميد نظريات الإعلام واتجاهات التأثير مفاده: " الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام و ترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا و الموضوعات الإعلامية ن أي وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة و الجمهور ، مما يشير إلى دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا و الموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا و الموضوعات.."²

وتقوم الافتراضات الأساسية لنظرية الأجندة على ما يلي :

_ تقوم وسائل الإعلام بانتقاء عدد من القضايا والموضوعات والأحداث من خلال ما تستقيه من البيئة المحيطة بها لتتنقل أخبار الأحداث اليومية.

_ وبسبب المساحة المحدودة أو المدة الزمنية المحددة والتزام الإعلاميين بقيم خبرية معينة فان كثيرا من القضايا يتم تجاهلها ولا تصبح جزءا من الأخبار.

_ تعطي وسائل الإعلام لبعض الموضوعات والقضايا بروزا أو درجة معينة من الاهتمام أو مكانة خاصة دون الاهتمام لموضوعات وقضايا أخرى.

¹ - برهان شاوي، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته، مرجع سبق ذكره، ص 178

² - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 343

ـ يشكل هذا الانتقاء للموضوعات والقضايا وما يشمل عليه من مستويات مختلفة من البروز أو المساحة أو المدة المخصصة ما يسمى بأجندة وسائل الإعلام.

ـ يشكل هذا الاهتمام نفس القضايا والموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور حيث أن الجمهور سوف يستخدم التقييم نفسه عندما يقرر ترتيب أهمية هذه القضايا والموضوعات بالنسبة له¹

5. 2- نقد نظرية وضع الأجندة:

تعد نظرية ترتيب الأولويات من النظريات التي اختبرت على نطاق واسع في كثير من دول العالم، إلا أنها مازالت تتعرض للعديد من صور النقد لبعض جوانبها، فقد وجه كراجيه وزملاؤه العديد من الانتقادات لهذه النظرية.² ويمكن عرض أهم الانتقادات في النقاط التالية:

- إن نظرية وضع الأجندة لم تكن مفصلة بشكل كاف، ولم تكشف عن السببية بشكل منهجي، كما أن البحث حول وظيفة وضع الأجندة كان مقصوراً على الصحافة المطبوعة في الوقت الذي كان يجب تركيزه على الوسيلة الرئيسية للمعلومات في المجتمعات الغربية وهي التلفزيون

- يفترض كل من MC combes and Shaw في النظرية وجود علاقة بين التغطية الإعلامية وأهمية القضايا التي تدرك بالحواس، وهي علاقة لا يمكن إثباتها من خلال ذلك الطرح³

- يعتبر وضع الأجندة إجراء متغيراً وفعالاً بمعنى أن التغيرات في التغطية الإعلامية تسبب في إثارة الإدراك للقضايا، وأظهرت نتائج البحوث أن وضع الأجندة لا تؤثر على الإدراك الماضي، وأن زيادة التغطية التلفزيونية لقضية ما يؤدي إلى زيادة إدراك الجمهور لتلك القضية والعكس صحيح، كما ثبت أن وعي الجمهور له نفس التأثير على التغطية التلفزيونية، ومن ثم فإن التحليل الديناميكي ينتهي⁴

¹ - ليندة ضيف، الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة، من يرتب أولويات وسائل الإعلام؟، مرجع سبق ذكره، ص 194

² - حسن عماد مكاوي و ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 299.

³ - منال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص332

⁴ - منال المزاهرة، المرجع نفسه، ص333

- تعدد الأساليب المنهجية المستخدمة في إجراء هذه البحوث.

- ضيق المجال الذي تتحرك فيه هذه البحوث.

- إغفال الطبيعة التراكمية التي تبثها وسائل الإعلام والتركيز على الآثار قصيرة المدى.

وقد أشار أيضا كل من "روجرز و ديرنج" إلى ضرورة الاهتمام بالنقاط التالية:

- ضرورة فهم العمليات المتضمنة في عملية وضع الأجندة على المستوى الفردي.

- وضع مؤشرات الواقع لتحديد مدى بروز القضايا سواء كان ذلك على مستوى وسائل الإعلام أو على مستوى الجماهير.

- اختبار تصميمات بحثية تسمح بالتحكم في المتغيرات الأخرى المحتملة في عملية وضع الأولويات.

ومن جانب آخر يرى "ماكويل وينداهل" أنه ليس واضحا إذا كانت التأثيرات ناتجة عن أجندة وسائل الإعلام أو عن الاتصال الشخصي، بالإضافة إلى السؤال حول ما إذا كان من الممكن الاعتماد على نتائج تحليل المحتوى ليعطينا مؤشرا في ذاته لتأثير أجندة الإعلام.¹

انطلاقا مما سبق يمكن إضافة زاوية نظر أخرى في الانتقادات الموجهة للنظرية و المتمثلة في تمحور دراسات دور وسائل الإعلام التقليدية في وضع أجندة الجمهور، أما اليوم في وقتنا الحالي مع التطورات التقنية الحديثة المصاحبة لتقنيات الاتصال والانترنت تغيرت العديد من المفاهيم وأصبح الجمهور يبحث بنفسه عن المعلومات التي يريد أن يستقيها من الوسيلة التي يراها مناسبة له وبالطريقة التي تلائمها، أين أصبح من الضروري تطوير فروض النظرية بما يتلاءم والمفاهيم الجديدة.

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 353.

3- نظرية الاستخدامات والإشباع:

3.1- الخلفية المعرفية للنظرية:

يحظى مدخل الاستخدامات والإشباع باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية وذلك لتركيزه على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض حيث يختار الجمهور قبل التعرض المحتوى الذي يفي بحاجاته ويحقق له إشباعاً معينة، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة يدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإنهم ينتقون استرجاع المعلومات مما تعرضوا له.¹ ومعنى آخر فإن الجمهور هو الذي يقوم بدور نشط في اختيار واستخدام وسائل الإعلام وهو بذلك يشارك بدور إيجابي في عملية الاتصال من خلال البحث عن أفضل الوسائل لإشباع واختيار ما يشبع حاجاته منها. ولقد ظهر مدخل الاستخدامات والإشباع كرد فعل لنظرية الرصاصة السحرية والتي كان يرى أن لها دوراً في تفسير تأثير وسائل الإعلام على جمهور المتلقين²، على اعتبار أن جمهور وسائل الإعلام عبارة عن مجموعة من الأفراد الذين يتأثرون على انفراد بهذه الوسائل، وبالتالي يختلف رد فعلهم إزاءها.³ فظهر مدخل الاستخدامات والإشباع كمحاولة لتلافي عيوب بحوث التأثيرات وإغفالها التام لدور الجمهور الإيجابي في عملية الاتصال، حيث أتى الجمهور خلال الستينيات والسبعينات ليصبح محل الدراسة بالنظر من زاويته الخاصة لاختياره واستجاباته لوسائل الاتصال⁴

ولذلك يعد مدخل الاستخدامات والإشباع نقطة تحول مهمة في الدراسات الإعلامية أين تحول السؤال الرئيسي من: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ فالجمهور هو الذي يختار وسائل الإعلام أو رسائل معينة لإشباع حاجات معينة لديه⁵ فقد نقلت هذه النظرية حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الإيجابي القائم على إدراك أن أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون

¹- أسامة عبد الرحيم، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية عند القراء، ط1، اترك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 81

²- حمزة السيد حمزة خليل، استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 والإشباع المحققة منها، رسالة ماجستير، منشورة، جامعة طنطا، مصر، 2012، ص 81

³- عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات الغربية، دط، دار النشر العربي، القاهرة، 1989، ص 21

⁴- عبد الحميد ماهر مؤمن، استخدامات الشباب الجامعي لوسائل الإعلام المصري والإشباع المحققة منه، رسالة ماجستير، غ م، جامعة القاهرة، 2004، ص 75

⁵- صلاح عبد المجيد، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير، غ م، القاهرة 2004، ص 74

يصطفون من الإعلام والمضامين والرسائل التي يفضلونها، وينظر مدخل الاستخدامات والاشباعات إلى أن عملية استخدام وسائل الاتصال هي: عملية تفاعلية، ترتبط من خلال مضمون الوسيلة بالاحتياجات الفردية للجمهور، ومفاهيم أفراد هذا الجمهور ومدركاته وأدواره الاجتماعية وقيمه والإطار الاجتماعي الذي يعيشون فيه، ويعتمد على فكرة مفادها أن استخدامات الجمهور لنفس الرسالة تختلف باختلاف الأهداف التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها، كما أن تأثيرات وسيلة إعلامية معينة ترتبط إلى حد كبير بالاختلافات القائمة بين الأفراد في تعاملاتهم مع الوسيلة ومن ثم فإن حاجة الأفراد ورغبتهم وتوقعاتهم تعد جميعا متغيرات وسطية بين الرسائل الإعلامية وتأثيرات تلك الرسائل¹ ويهدف مدخل الاستخدامات والاشباعات إلى محاولة شرح وتفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم ومن ثم فإن الجمهور يحظى بأهمية كبيرة في هذا المدخل، ولقد أدى ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة، وعلى رأسها الانترنت إلى بعث الحياة من جديد في هذه النظرية لطبيعتها التي تتصل بالاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور الذي يشكل محورا لاهتماماتها على افتراض أن الجمهور إيجابي وفعال وانتقائي في تعامله مع وسائل الاتصال لإشباع احتياجاته. وعلى الرغم من أن الدراسات المعاصرة للاستخدامات والاشباعات، قد قامت على نفس التصور الذي قامت به البحوث منذ أكثر من ثلاثين عام، إلا أنها اتسعت لتشمل وسائل الاتصال الجديدة كالتقنيات الفضائية والكمبيوتر والانترنت، حيث تمثل هذه النظرية مدخلا علميا مناسباً لدراسة التأثيرات الاجتماعية في مختلف مراحل التطور التي مرت بها وسائل الاتصال، كالتفاعلية وتجزئة الجمهور والمضامين الاتصالية للوسائل الجديدة كالإنترنت .

وقد اهتمت البحوث والدراسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين بدراسة دوافع واشباعات الانترنت كوسيط اتصال مكمل لدور الاتصال الشخصي ولقدرته على الوصول لأكثر قدر من الأفراد كل على حده² ولقد أشار "ماكويل" إلى ميزتين لمدخل الاستخدامات والإشباعات هما:

¹ - حمزة السيد حمزة خليل، استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 والإشباعات المحققة منها، مرجع سبق ذكره، ص 84

² - مصطفى صابر محمد عطية، استخدامات الطلاب المكفوفين للإذاعة التعليمية المصرية والإشباعات المحققة منه، رسالة ماجستير، غم، جامعة القاهرة، مصر، 2007، ص 63

1- أن مدخل الاستخدامات والإشباع يساعد في فهم أهمية ومعنى وسائل الإعلام

2- أن مدخل الاستخدامات والإشباع يقدم لنا مقترح معدل من المتغيرات الجديدة المتداخلة لتوضع في الحسبان أثناء البحث في تأثيرات وسائل الإعلام، ويمكن القول أن رواد نظرية الاستخدامات والإشباع تحركوا في المقام الأول لتحقيق مطمحين:

أ- تعويض اختلال التوازن الواضح في البحوث السابقة حيث أن حاجات المتلقي تستحق اهتمام كبير

ب- معالجة متطلبات المتلقي كمتغيرات طارئة في دراسة التأثيرات الإعلامية التقليدية¹

2.3- مفاهيم نظرية الاستخدامات والإشباع :

يطلق على نظرية الاستخدامات والإشباع بعض الباحثين نموذج والبعض الآخر مسمى النظرية في حين ذهب منظرون آخرون لاعتباره منظورا. ومصطلح "الاستخدامات" يفترض أن أفراد الجمهور ليسوا سلبيين لكنهم جزء نشيط في عملية الاتصال الجماهيري ومثل هؤلاء المشاركين النشطاء يكون عندهم حسن اختيار للمحتوى بحيث يكون متوافق مع احتياجاتهم واهتماماتهم أما كلمة "الإشباع" فتتصل بالمكافآت والارضاعات التي يمر بها الفرد ولكن عندما نستخدم هذه الكلمة في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري فهي تشير إلى المكافأة التي لها صلة بالمحتوى الإعلامي وفهم الدوافع التي تجذب الانتباه إلى وسائل الاتصال الجماهيري واستخلص كل من "كاتز و بلومر" تعريفا لمدخل الاستخدامات والإشباع بأنه:² "إستراتيجية بحثية يمكنها أن تمدنا ببناء أو هيكل لفروض متنوعة حول ظاهرة اتصالية معينة ويعد المدخل أرضية خصبة لاقتراحات الفروض المتعلقة بتوجهات الجمهور التي يمكن أن تفسرها أكثر من نظرية سيكولوجية وسوسيولوجية"

3.3- ركائز وافراضات النظرية :

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن الجمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع حاجاته وانه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات ويختار من أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية المضمون الذي يناسبه ، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموغرافية .

¹- مصطفى صابر محمد عطية، المرجع نفسه، ص63

²- محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، دط، الدار العلمية ، القاهرة، 1998، ص 252

ويرى "كاتز" وزملائه (1974) أن مدخل الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض لتحقيق أهداف رئيسية وتتضمن فروض المدخل ما يلي:

- 1- أن الجمهور المتلقي مشاركون فعالون يستخدمون وسائل الاتصال لإرضاء حاجاتهم
 - 2- أن أفراد الجمهور على وعي بالحاجات التي تدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام ويحكم ذلك الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد
 - 3- أعضاء الجمهور المتلقي قادرًا على اختيار الوسائل والمضمون الذي يشبع احتياجاتهم
 - 4- جمهور المتلقين على وعي كبير، ويستطيعون تحديد الاحتياجات والدوافع التي يشعرون بها، والوسائل التي يستخدمونها لإشباع هذه الحاجات
 - 5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.¹ حيث تعمل هذه الفروض على تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية متمثلة فيما يلي:
- أ- معرفة كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال المختلفة بافتراض انه جمهور نشط واعي، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته
 - ب- الكشف عن دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإعلام والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض
 - ج- الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال الجماهيري، ويرى "ألان روين" الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي²

¹- مصطفى صابر محمد عطية، إستخدامات الطلاب المكفوفين للإذاعة التعليمية المصرية والإشباع المحققة منه، مرجع سبق ذكره، ص 86

²- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 240

4.3- العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات والاشباعات :

تمثل العناصر الأساسية للاستخدامات والاشباعات في ستة عناصر تشكل الهيكل الرئيسي للنظرية وتتسم بالترابط العملي وفيما يلي نحاول شرح هذه العناصر للتعرف على دور كل عنصر منها في مدخل الاستخدامات والاشباعات :

أولاً: افتراض الجمهور النشط: يفترض مدخل الاستخدامات والاشباعات أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام، والتي تحددها دوافعهم الشخصية وأهدافهم واحتياجاتهم، ورغم ذلك هناك اختلاف في درجة نشاط الجمهور نحو استخدام وسائل الإعلام، حيث افترضت النظريات القديمة أن الجمهور متلق سلبي، حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الايجابي، الذي يبحث عما يريد التعرض إليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تلبى احتياجاته، والمضامين التي تحقق اشباعاته. ويشتمل نشاط الجمهور على الجوانب التالية:

1. **الاختيار "الانتقائية":** تعني قدرة الجمهور على اختيار وانتقاء وسيلة اتصالية معينة من بين وسائل الإعلام المختلفة، واختيار المضامين منها، ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل كل من الإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي
2. **المنفعة:** يتمثل ذلك تجسيدا لاهتمامات الجمهور، فجمهور وسائل الإعلام يختار المضمون الذي يحقق له إشباع حاجات و دوافع معينة
3. **العمدية:** الجمهور النشط وفقا لهذا التعريف هم الذين ينغمسون في عملية إدراكية نشطة من استقبال المعلومات والخبرات في وسائل الإعلام فاستخدام وسائل الاتصال مدفوع بحاجات سابقة لدى الفرد، وهذه الحاجات مصدرها الخصائص الفردية والاجتماعية والبيئية لجمهور وسائل الاتصال
4. **الاستغراق "المشاركة":** فكما كان أفراد الجمهور أكثر متابعة للوسيلة الإعلامية، زادت مشاركتهم فيها
5. **مناعة التأثير الغير مرغوب فيها:** تركز عملية النشاط في مدخل الاستخدامات والإشباعات على القيود التي يضعها الجمهور لمنع وصول التأثيرات غير المرغوبة ، فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه احد ويبحث بشكل نشط عن أنماط معينة.

ويقسم "بالم جرين" ايجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال إلى ثلاثة مستويات:

* الانتقائية: وهي سابقة على التعرض لوسائل الاتصال وتعني تعتمد المشاهد والتفرغ لها.

* الاستغراق: أثناء التعرض لوسائل الاتصال فشعور الجمهور وإدراكهم لما يشاهدونه أثناء العملية الاتصالية يؤثر على نتائجها.

* الايجابية بعد التعرض: تتمثل في تعليقات ومناقشات الفرد بعد التعرض للرسالة كما تتمثل في إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض، إذ يمكن القول أن مفهوم الجمهور النشط يعني استخدام هذا الجمهور لوسائل الإعلام ووفقاً لرؤيته الخاصة وبما يحقق له النفع وبالتالي فهذا الاستخدام متعمد ومقصود وليس ارتجالياً¹

ثانياً: الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام: إن مدخل الاستخدامات والاشباع يعتبر منظور إعلامي نفسي حيث انه يحول التركيز من المنظور الميكانيكي في التأثيرات المباشرة لوسائل الإعلام على المستقبلين إلى تقييم كيفية استخدام الأشخاص لوسائل الإعلام ويعني هذا ما تؤديه أهداف ووظائف وسائل الإعلام للأشخاص المستقبلين الايجابيين كما يؤكد المنظور النفسي على استخدام اختيار الأفراد كما يبحث الباحثون عن تفسيرات لتأثيرات وسائل الإعلام بلغة الأهداف والوظائف والاستخدامات، ففي دراسة "كونواي وروين" عام 1991 حول التنبؤات النفسية لمشاهدة التلفزيون عن طريق معرفة إلى أي مدى تساعد العوامل النفسية على تفسير دوافع المشاهدة وقد كشفت ردود فعل 331 شخص كعينة محددة ممن تعرضوا إلى قمع ديني عن وجود أسباب نفسية ومتغيرات محكومة ساعدت على التنبؤ بدوافع المشاهدة وكان التفاعل الاجتماعي والقلق والإبداع ومدى الشعور بالبحث عن التحرر هي أهم الدوافع وراء مشاهدة التلفزيون والارتباط به .

ومما سبق يتضح أن الظروف النفسية والاجتماعية لأفراد جمهور هذه الوسائل كمشكلات تحتاج إلى حل فيتم استخدام وسائل الإعلام لحل تلك المشكلات بواسطة مواد ومحتويات معينة مثل السعي وراء المعلومات والتفاعل الاجتماعي والتسلية والتعليم والتطور الاجتماعي وقد بينت العديد من الدراسات وجود علاقة ارتباطية دالة بين السعي لتحقيق الإشباع والتعرض لوسائل الإعلام بل إن السعي للإشباع يبدو في أحيان كثيرة كحافز قوي ووحيد للتعرض .

¹ - حمزة السيد خليل، استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 والإشباع المحققة منها مرجع سبق ذكره،

ويساعدنا موقفنا الاجتماعي على تحديد الحاجات التي نشعر بها ونوع المعلومات التي يبحث عنها لإشباع هذه الحاجات فإذا رغب أصدقاؤك في التحدث عن الرياضة فمن المحتمل أن تنتبه إلى الأخبار الرياضية سواء كنت مهتم أو غير مهتم والمثل صحيح بالنسبة للسياسة والموسيقى وكثير من الموضوعات الأخرى فوظيفتك وجيرانك وعضويتك في تنظيم ومجموعتك العرقية ستشكل أنماط اهتمامك بطريقة مماثلة أيضا فقد وجد أن الأشخاص الذين ينتمون إلى أكثر من تنظيم يبحثون عن معلومات أكثر لأنهم من الممكن أن يكون لهم فرصة أكبر من الآخرين لاستخدام هذه المعلومات في الحادثة. والعوامل الاجتماعية التي تؤدي إلى نشوء الحاجات المتعلقة بوسائل الإعلام تظهر خلال خمسة أشكال كما يلي:

1- ينتج الموقف الاجتماعي صراعات وتوترات تؤدي إلى نشوء الجهد لتخفيفها بواسطة استهلاك وسائل الإعلام

2- يخلق الموقف الاجتماعي بعض المشكلات التي تتطلب اهتماما

3- يعرض الموقف الاجتماعي فرص واقعية من الحياة لإشباع حاجات معينة و التي تتوجه بعد ذلك لوسائل الإعلام لإتمامها

4- يعطي الموقف الاجتماعي اشرافة لتقييمات معينة وتوكيدات وتقوية تستهل بالاستهلاك الملائم للمواد الإعلامية

5- يضيف الموقف الاجتماعي مجالا من التوقعات من الاحتكاكات الاجتماعية للأفراد للألفة بمواد إعلامية معينة

1.

ثالثا: دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:² يتعرض أفراد الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام مرتبط بحاجات معينة لديه يرغب في إشباعها، وتلك الدوافع من العوامل المحركة للاتصال وتوجد آراء مختلفة حول دراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

الرأي الأول: أن بعض الناس ينظر إلى الدوافع باعتبارها حالات داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من جانب الأفراد.

¹ - مصطفى صابر محمد عطية، إستخدامات الطلاب المكفوفين للإذاعة التعليمية المصرية والإشباع المحققة منه، مرجع سبق ذكره، ص 75

² - حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 245-247

الرأي الثاني: إن دوافع الجمهور يمكن إدراكها بشكل مباشر و لكن تدرك بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك و التفكير.

الرأي الثالث: إن دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق الجمهور بشكل ذي معنى

وتفترض نظرية الاستخدامات والاشباع أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، واختلف علماء الاتصال في تحديد دوافع التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري ولو لم يتفقوا على قائمة موحدة لهذه الدوافع، وكان هذا الاختلاف امتدادا لاختلاف العلماء في تحديد مفهوم الدافع، فالدافع هو "حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما، أو يشبع أو يرضي حاجة ما" وللدافع أهمية كمتغير يؤثر في العلاقة المتبادلة بين الفرد والجماعة ونشاط الدافع له ثلاثة مراحل متميزة:

- **مرحلة الإلحاح:** وهي المرحلة التي يتسارع فيها معدل التوتر ويزداد ويصبح الدافع واضحا تماما في المجال الإدراكي للفرد

- **مرحلة الإشباع:** وهي المرحلة التي يتم فيها إشباع و الدافع وتحقيق الحاجة سواء كانت بيولوجية أو اجتماعية

- **مرحلة الاتزان:** وهي المرحلة الأخيرة من مراحل نشاط الدافع حيث يتم التوافق أو التعادل في عملية التفاعل بين تركيب أجهزة الفرد و وظائف هذه الأجهزة.

وتقسم معظم الدراسات الإعلامية دوافع التعرض كما حددها "روين" إلى فئتين:

1. دوافع نفعية: حيث يقوم الفرد باختيار المضمون الذي يتعرض له ، وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار التعليمية والثقافية ويندرج تحت هذا النوع من الدوافع الحاجة إلى مراقبة البيئة.

2. دوافع طقوسية: هي التي يقوم الفرد فيها بالتعرض لوسائل الإعلام بدون قصد مسبق وذلك بهدف تمضية الوقت و الاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات والتواصل الاجتماعي وتنعكس هذه في البرامج الخيالية.¹

رابعاً: التوقعات من وسائل الإعلام: لقي مفهوم التوقع تعريفات متعددة، حيث يرى "ماكلويد وبيكر" أن التوقعات هي: "هي احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة"، ويرى "بيلد وكاتز" أن "التوقعات هي مطالب الجمهور من وسائل الإعلام" في حين يذهب "كاتز" إلى أن "التوقعات هي الاشباع التي يبحث عنها الجمهور"، فالأفراد يختارون بإرادتهم التعرض لوسائل معينة أو رسائل معينة، تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها وهو ما تشير إليه نظرية (القيمة المتوقعة) في محاولة لفهم دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ولقد ذكر (ماكويل) أن "الإعلام الجماهيري ليس صنع الرسالة أو إرسالها وليس الرسالة فقط وإنما هو الاختيار و التوقع وأسلوب استجابة الجماهير"²

خامساً: التعرض لوسائل الإعلام: أشارت العديد من الدراسات إلى وجود علاقة ارتباطية بين البحث عن الاشباع والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبى احتياجاته، ولكن هناك عوامل وسيطة تؤدي بالفرد إلى اللجوء لمصادر أخرى غير اتصالية لإشباع حاجاته، ولذلك فإن النظرة الصحية لدور وسائل الاتصال في إشباع الحاجات يجب أن تأخذ في الاعتبار بدائل وظيفة أخرى، والإشباع الذي تحققه وسائل الاتصال قد يتم بثلاث طرق وهي :

1- التعرض للوسيلة في حد ذاته

2- سياق التعرض

3- محتوى الوسيلة

ولقد ركز الباحثون على مضمون الوسائل كمصدر لإشباع الحاجات و لم يلقى المصدران الآخران (التعرض للوسيلة، سياق التعرض) العناية الكافية والاهتمام وقد أكدت العديد من الدراسات على ارتباط عمليات التعرض

¹- حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 245-247

²- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998، ص 2

بسمات الأفراد الديموغرافية كالسن والنوع ومستوى التعليم، سواء في تحديد الوسيلة التي يتعرض لها أو تحديد المضمون الذي يتعرض له داخل الوسيلة نفسها.

سادسا: الاشباغات المتحققة من وسائل الإعلام: يقصد بالإشباع هو إرضاء لحاجة الفرد وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع والإشباع للدافع قد لا يكون كاملا ومباشرا ففي كثير من الحالات يضطر الفرد إلى القبول بالإشباع المنقوص أو غير المباشر أو هما معا تحت وطأة الظروف والقيود التي تفرضها البيئة أو المجتمع الإنساني أو جوانب وإمكانيات شخصية وهناك من يقوم بتعريف الاشباغات على أنها النتائج التي قد يحصل عليها الجمهور نتيجة استخدام الوسائل الإعلامية وتنوع هذه الاشباغات من قضاء وقت الفراغ إلى الراحة إلى المنفعة أو المعرفة. فمن الافتراضات المهمة في مدخل الاستخدامات والاشباغات:

- أن استخدام الوسيلة يقدم مكافآت واشباغات يتوقعها الأفراد ويتبنون بها من خلال خبراتهم السابقة مع وسائل الإعلام.¹

- وبذلك يمكن اعتبار الاشباغات المتوقع الحصول عليها هي الحاجات والدوافع لاستخدام وسائل الإعلام والتي تنبع من السمات الشخصية والظروف الاجتماعية للفرد أما الإشباع المتحقق فهو الإشباع الحقيقي للحاجات التي يقدمها وسائل الاتصال المختلفة بكافة الأساليب المتاحة، ويوجد نوعان من الاشباغات :

أولا- إشباغات المحتوى: هي تلك الاشباغات التي تنتج عن التعرض لمحتوى ومضمون وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين:

- **إشباغات توجيهية:** هي تلك الاشباغات في حصول الجمهور على المعلومات وتأكيد الذات ومراقبة البيئة وهي اشباغات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها

- **اشباغات اجتماعية:** يقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم من خلال تحقيق اشباغات مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين والقدرة على فهم الواقع والتعامل مع المشكلات

¹ - محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص 11

ثانياً: إشباع عملية الاتصال: وهي تلك الاشباع التي يحصل عليها الفرد نتيجة دخوله عملية الاتصال حتى يهرب من التوتر والإحساس بالاستشارة، وتقليل الشعور بالعزلة الاجتماعية وتنقسم إلى نوعين:

- اشباع شبه توجيهية: هي تلك الاشباع التي تحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة

- اشباع شبه اقتصادية: تحقق تلك الاشباع من خلال توحد الجمهور مع شخصيات وسائل الإعلام المختلفة وتزيد هذه الاشباع مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة مثل تحرير الخيال و استشارة العواطف و التخلص من الشعور بالملل والضيق والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات.

5.3- العلاقة بين الحاجات والدوافع :

يعيش الإنسان طوال عمره في اتصالات لا تنتهي من اجل إشباع حاجاته المتعددة ويعتمد استمرار وجود الإنسان على إشباع حاجاته والحاجات عبارة عن نقص يشعر به الكائن الحي ويعتبر غير ملائم لوجوده ورفاهيته ويرتبط نشاط الكائن الحي بالشعور بحاجة أو عدة حاجات فمن معاني الحاجة أنها تعمل كدافع ينشط سلوك الكائن الحي ويوجهه إلى الحصول على هدف معين. والدافع يمكن تعريفه بأنه "حالة من الاستشارة والتوتر الداخلي تستثير السلوك وتدفعه إلى تحقيق هدف معين"¹ إذا فالحاجات تعتبر قوى فعالة في توجيه سلوكنا في نواحي متعددة فعندما نريد إشباع حاجة من الحاجات فنحن نوجه جهودنا لفهم المعلومات الخاصة بالحاجة التي نريد اشباعها. وهناك علاقة بين إشباع الحاجات وتفسير الدافع إلى تحقيقها وإطار العائد المتوقع من السلوك الذي يقوم به الفرد فإشباع الحاجة يؤدي إلى الحصول على العائد الذي يصل أقصاه في الظروف المواتية التي تقلل من العقاب والتوتر والجهد المطلوب لإشباع هذه الحاجة.

¹- محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال ، ط1، دار المطبوعات الجديدة، الإسكندرية، 1994، ص 18

ويصنف "ماسلو" الحاجات الإنسانية على شكل هرمي يسمى بهرم الحاجات أو هرم "ماسلو"

كما يوضحه الرسم التالي:



ويرى "ماسلو" أن الحاجات تتم بشكل متتابع وقاطع من أسفل إلى أعلى. بمعنى أن الحاجة الثانية على الهرم لا تحتل مرتبة عند الفرد إلا إذا أشبعت الحاجة الأولى ، ويمكن القول انه بسبب وجود أنواع مختلفة من الناس يواجهون في حياتهم أنواع مختلفة من المواقف فان الحاجات التي تساعد وسائل الإعلام على إشباعها كبيرة جدا ولم يحاول احد أن يستنتج قائمة كاملة لها وربما يكون ذلك مستحيلا و على الرغم من ذلك فانه يوجد أصنافا من قوائم الحاجات التي تكون وسائل الإعلام مفيدة في إشباعها وهي :

- الحاجات المعرفية: وتكون ذات علاقة باكتساب العلم والمعرفة والفهم
- الحاجات العاطفية: وتكون ذات علاقة بالخبرة العاطفية متضمنة الحاجة إلى الحب والصدقة
- حاجات الاتساق الشخصي: ذلك من اجل الثقة والاستقرار
- حاجات الاتساق الاجتماعي: وذلك من اجل تقوية صلات القرابة والصدقة
- حاجات الاسترخاء و الاستراحة من التوتر: والتي تحقق بشكل كبير من خلال وسائل الإعلام¹

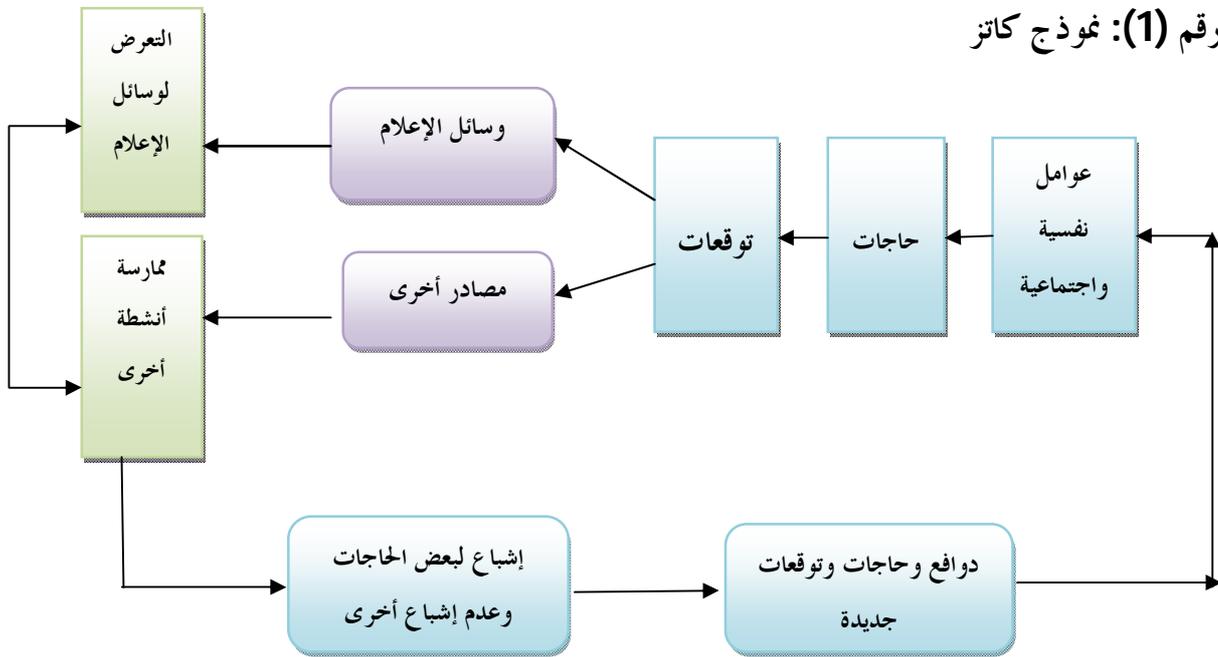
¹ - محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مرجع سبق ذكره، ص 279

6.3- نماذج الاستخدامات والاشباع:

هناك أكثر من نموذج للاستخدامات والاشباع نورد أهمها :

1. نموذج "كاتز":¹ وصف "كاتز" وزملائه في عام 1974 عملية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام على أنها تختص بالأصول النفسية والاجتماعية للحاجات التي تخلق والتوقعات من وسائل الإعلام وغيرها من المصادر التي تؤدي إلى أنماط تعرض مختلفة مما ينتج عنه إشباع الحاجات أو نتائج أخرى ، ويعبر "كاتز" وزملائه عن نموذج الاستخدامات والاشباع في الشكل التالي :

شكل رقم (1): نموذج كاتز



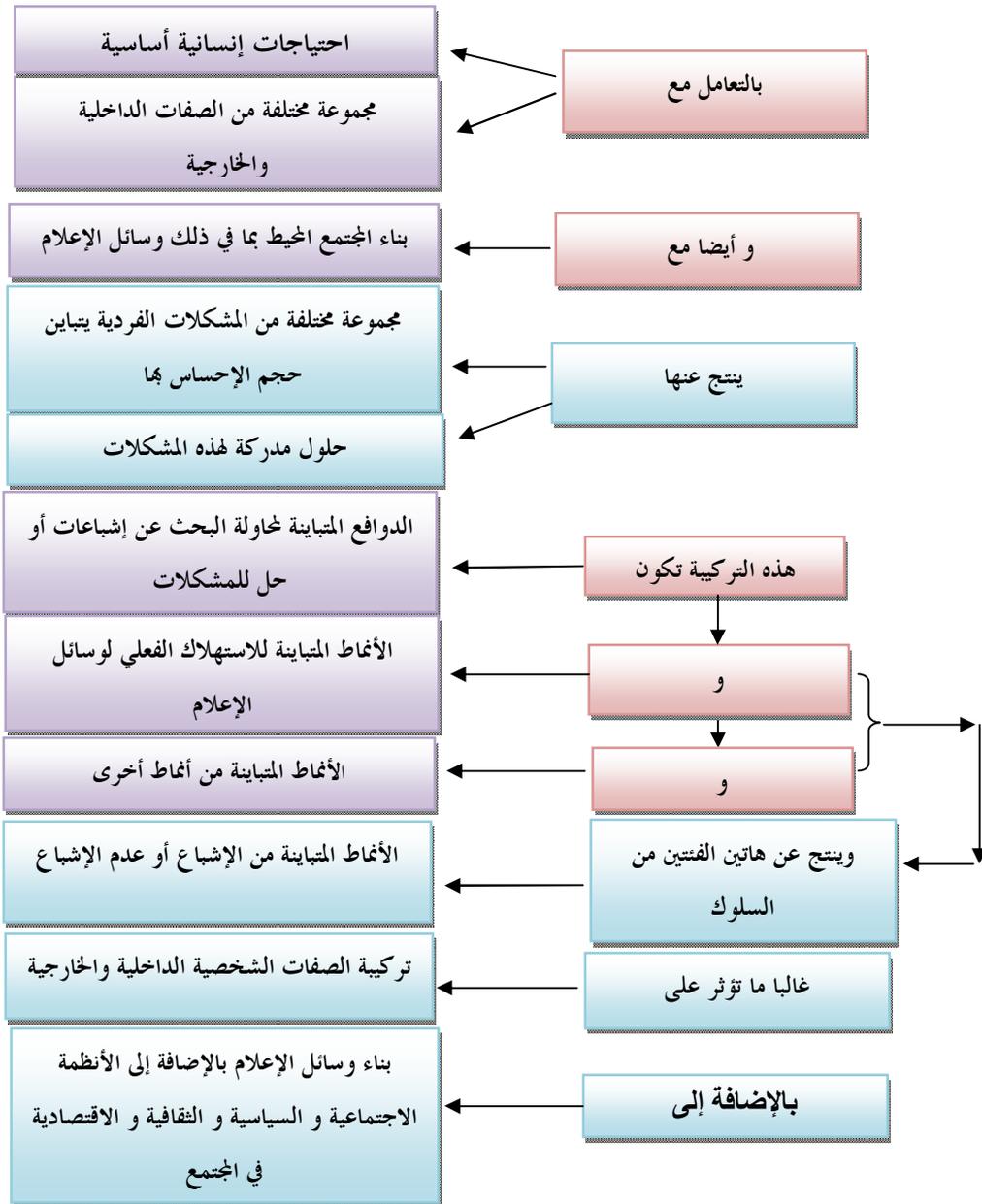
2. نموذج "روزنجرين"²: حاجات الأفراد هي التي تنشئ نقطة البداية وتطور الحاجات لا يحدث بالطبع من فراغ ولكن بالتفاعل مع عناصر خاصة بالفرد والبيئة المحيطة به وأشار "روزنجرين" إلى أن الحاجات في المستويات العليا مثل الحاجة إلى المصاحبة والحب والقبول هي الأكثر اتصالاً بنموذج الاستخدامات والاشباع مقارنة بالحاجات في المستويات الدنيا في التسلسل الهرمي " الحاجات الفيزيولوجية" وتنشأ المشكلات من خلال التفاعل بين الحاجات والصفات الشخصية والظروف الاجتماعية المحيطة ويختلف إدراك الأفراد للمشكلات بل يختلف إدراكهم لطرق حلها وعلى المستوى الفردي فان المشكلات المحسوسة يمكن أن تعطي الدافع إلى التحرك فمثلا الموقف

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 242

² - مصطفى صابر محمد عطية، إستخدامات الطلاب المكفوفين للإذاعة التعليمية المصرية والإشباع المحققة منه، مرجع سبق ذكره ، ص 71

الاجتماعية المشحونة بالصراع والتوتر قد تكسب الأفراد الدافع إلى التسلية عن طريق استهلاك وسائل الإعلام وكذلك الأفراد قد يكونوا على وعي بمشكلات المجتمع ويدفعهم ذلك إلى طلب المعلومات لتوجيههم من خلال مضمون وسائل الإعلام والمشكلات الناتجة عن الدوافع تدفع إلى التحرك في شكل استهلاك لوسائل الإعلام أو أي تصرف آخر، والشكل التالي يوضح النموذج .

شكل رقم (2) "نموذج روز نجرين"



7.3- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباع:

تعرض مدخل الاستخدامات والاشباع للعديد من الانتقادات نحاول إدراج أهمها فيما يلي:¹

- إن مدخل الاستخدامات والاشباع ليس وظيفيا بطبيعته وان مصادر التغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام أو في تنظيم محتوى هذه الرسائل.

- كما أن التناقض بين الاشباع التي يبحث عنها الجمهور وبين ما يحصل عليه بالفعل يمكن أن يؤدي إلى تغيير في محتوى وتنظيم وسائل الإعلام في أي نظام إعلامي حريص على الاستجابة للواقع الذي يعمل فيه.

- إضافة إلى أن التغيير يمكن أن ينشا من تنوع الظروف الاجتماعية والثقافية التي يتم خلالها استخدام وسائل الإعلام، فالاتجاهات الاقتصادية والتيارات السياسية تأتي معها قيم واحتياجات وظروف اجتماعية مختلفة وبالتالي يخضع محتوى وتنظيم وسائل الإعلام للتغيير.

- مناسبة المدخل بصفة أكبر مع نوعية البحوث الاستطلاعية في المجالات الجديدة لاستخدام وسائل الإعلام وهي مجالات تتطلب معلومات عن الجمهور وكيفية استخدامه لوسائل الإعلام، وغيرها من البيانات التي توفرها البحوث وفق هذا المدخل.

- كما يرى بعض النقاد أن هذا المدخل أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها وما هو إلا صياغة معادة محددة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي، ويشيرون إلى حقيقة أن الافتراض الرئيس هنا هو أن احتياجات الأفراد والمكافآت التي يحصلون عليها تؤثر في أنماط اهتمام الناس بمحتوى الإعلام والمنافع التي يحققونها باستخدام ما يحصلون عليه من معلومات، وهذا أساسا رؤية مبسطة لنظرية الفروق الفردية اعتمادا على اعتبارات تركيب المعرفة.²

- ويذهب آخرون لطرح انتقادات متعلقة بتطبيقات المدخل حيث يتساءلون فيما إذا كان طرح تساؤلات حول قياس الاستخدام، هل تكفي مؤشرات المدة التي يقضيها الأفراد في التعرض لمحتويات وسائل الإعلام لقياس كثافة التعرض والاستخدام، وهل يوضح ذلك الإحساس بالرضا طيلة فترة التعرض، وهل تشير كثافة الاستخدام

¹- أنظر: حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص34

²- ميلفين ديفلير وساندر بول روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، دط، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999،

والتعرض لقوة الدوافع وضغوط الحاجات على الفرد المتلقي بحيث يمكننا الكشف عن العلاقة بين التعرض وتلبية الحاجات، كما ركزت بحوث الاستخدامات والاشباع على الاختيار الكلي للوسائل والمحتوى ولم تحدد ماذا يفعل الجمهور بالمحتوى عندما يختارونه¹.

كما أن كثيرا من أفراد الجمهور لا تتاح لهم فرصة حرية الاختيار، استنادا للعديد من العوامل التي تؤثر على قدرتهم في الاختيار، فقد يتعرض الفرد لوسيلة معينة ليس لأنه يرغب في ذلك، ولا لأنها تحقق وتشبع رغباته ولكن لأنها تقع في حدود إمكانياته، إضافة إلى أن حاجات الفرد متعددة وتختلف من فرد لآخر ولإشباع تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام، واختيار المحتوى وهنا تكمن صعوبة تحديد شدة وقوة الحاجات وأهمية كل منها بالنسبة للفرد².

إضافة إلى أنه قد تتخذ نتائج بحوث الاستخدامات والاشباع كذريعة لإنتاج المحتوى الهابط خصوصا عندما يرى البعض أنه يلي حاجات الأفراد المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب... الخ³

ومن الانتقادات الموجهة حديثا إلى هذه النظرية قصور تطبيقاتها على الانترنت ومختلف تطبيقاتها، خاصة منها شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أنه لم تعد الدوافع التي كانت وراء استخدام وسائل الإعلام التقليدي هي نفسها دوافع استخدام الاتصال الرقمي التي تتمثل غالبا في:

- أن الانترنت تعتبر بديل عن الاتصال الشخصي

- الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة من الناس

- تعلم السلوكيات المناسبة

- المساندة المتبادلة مع الآخرين

- التعلم الذاتي

- التسلية والأمان والصحة

¹- محمد عبد الحميد، نظريات الاتصال واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص292

²- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص257

³- محمد عبد الحميد، نظريات الاتصال واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص291

- التغيير الاجتماعي والسياسي، ويرى الباحث "نصر الدين العياضي" منتقداً، أن البحوث التي تناولت مواقع الشبكات الاجتماعية وفق نظرية الاستخدامات والشبكات لا تخرج عن البارديغم الوظيفي، فهي لا ترى في هذه المواقع سوى أداة تعمل على تلبية حاجات المستخدمين وإشباعها فقد تحولت هذه النظرية إلى أداة لتفسير هذه الظاهرة الإعلامية. بما فيها مواقع الشبكات الاجتماعية، وبهذا تقع في تناقض فمن جهة تقدم تبريراً وظيفياً جاهزاً لجنوح مستخدمي الانترنت نحو استخدام المواقع المذكورة، وتسجل في نفس الوقت مآخذ أخلاقية على هذا الاستخدام الذي يؤدي إلى الإدمان والانحراف، كما استخدمت هذه النظرية لاستقراء علاقة بعض الفئات الاجتماعية بمواقع الشبكات الاجتماعية في صناعة ظاهرة في غاية التعقيد مثل الرأي العام، يضيف "نصر الدين العياضي" إذا كانت هذه النظرية تنطلق من حاجات كامنة لدى الجمهور المستخدم فإنها تتجاهل الاستراتيجيات التي يستخدمها المستخدم لتفادي ما لا يحتاجه أو لا يرغب فيه، فالجمهور هو الذي يفترض رغباته على المواقع المذكورة مع كل الفرص التي يتيحها والأكراهات التي يتعرض لها. هذه الانتقادات وغيرها، ساهمت بشكل أو بآخر في تطوير النظرية و أدت لظهور اتجاهات جديدة في محاولة لاستدراك النقائص المسجلة¹

4: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

1.4- الخلفية المعرفية للنظرية:

تعد نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع.² ويتشكل نموذج الاعتماد على وسائل من ثلاثة عناصر هي المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور وهذه العلاقة تختلف من مجتمع لآخر، فبعض المجتمعات تفرض سيطرة على نظامها الإعلامي بينما تمنح مجتمعات أخرى نظامها الإعلامي قدراً أكبر من الحرية يعطي لها القدرة على التأثير في المجتمع، كما أن تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور أيضاً تختلف من مجتمع إلى آخر.³

¹ - باديس لونيس، الآثار الثقافية للانترنت على جمهور الطلبة الجزائريين، مرجع سبق ذكره، ص 69

² - عبد الحافظ عواحي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، متاح على الرابط fr.scribd.com، تاريخ الولوج 2016/05/15، ص 18.00

³ - منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2007، ص 127.

انطلقت هذه النظرية من فكرة أن استخدام وسائل الإعلام لا يأتي من فراغ ولا بمعزل عن التأثير بالنظام الاجتماعي الذي تعيش فيه إذ أن قدرة الإعلام تزداد عندما تقوم وظائف وسائل الإعلام بأدوارها بكل فاعلية واقتدار والمتمثلة في نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف للنظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال والإعلام.¹

اهتم بعض الباحثين في العشرينيات من القرن العشرين الماضي بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام، بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة كما أوضح في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسستها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل.

ونظراً للتطور التكنولوجي المستمر لوسائل الإعلام ازدادت أهمية هذه الوسائل في نقل المعلومات والتي أصبحت المصدر الرئيسي لتزويد الجمهور بكل ما يستجد من أحداث داخلية وخارجية ومن أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، والسياسي، والديني حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة.

ومن هنا كانت البداية الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة "ساندرا بول روكيتش" وزملائها عام 1974م، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتماد الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام، أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى.

ومن ثم ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل الباحثين "ديفلور وسندرا بول روكيتش" نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما يُعرف بنظرية الاعتماد.²

ويمكن القول: إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي "نظرية بيئية"، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير السلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. ومن المفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام

¹ - راشد ناجي فريجات، دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، منشورة، تخصص اعلام، جامعة بتر، الأردن، 2015. ص 12.

² - منال هلال الزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 207-208.

جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى. وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو الصراع، وقد تكون ديناميكية متغيرة، أو ساكنة ثابتة، وقد يكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة.¹

مما سبق تتلخص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي: "أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم الاستقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع".² كما أن هذه النظرية تشترط شرطين أساسيين لحدوث التفاعل وتكوين علاقة اعتماد متبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام هما:

- أ- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة في المجتمع وعملت الوظائف المناطة بها، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من اعتماده عليها.
- ب- إذا ارتفعت حدة الصراع كنتيجة للحروب أو التغييرات السياسية أو الاقتصادية أو ما شابه، فإن ذلك سيؤثر على كثافة اعتماد الجمهور لوسائل الإعلام.³

وإجمالاً، يمكن النظر إلى عملية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها علاقة يتوقف فيها تحقيق الأهداف على مصادر وسائل الإعلام، كما تتحقق فيها عملية إشباع الاحتياجات من الحصول على الأهداف لأحد الأطراف التي تتوافق احتياجاته مع مصادر الطرف الأخر، بحيث تتغير هذه العلاقة تبعاً لتغير الأهداف ومصادر النظام الإعلامي، وتبعاً لتغيير إدراك المنفعة من مصادر المعلومات. وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين:

¹ -حسن عماد مكاوي ، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 314.

² -محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 279.

³ -فضيل الفرحي، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر - دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي "الاقتدار السياسي" على عينة من الأساتذة الجامعيين -، أطروحة دكتوراه، منشورة، تخصص اعلام واتصال، جامعة الجزائر 3، 2012/2013، ص 91.

1- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

2- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات:

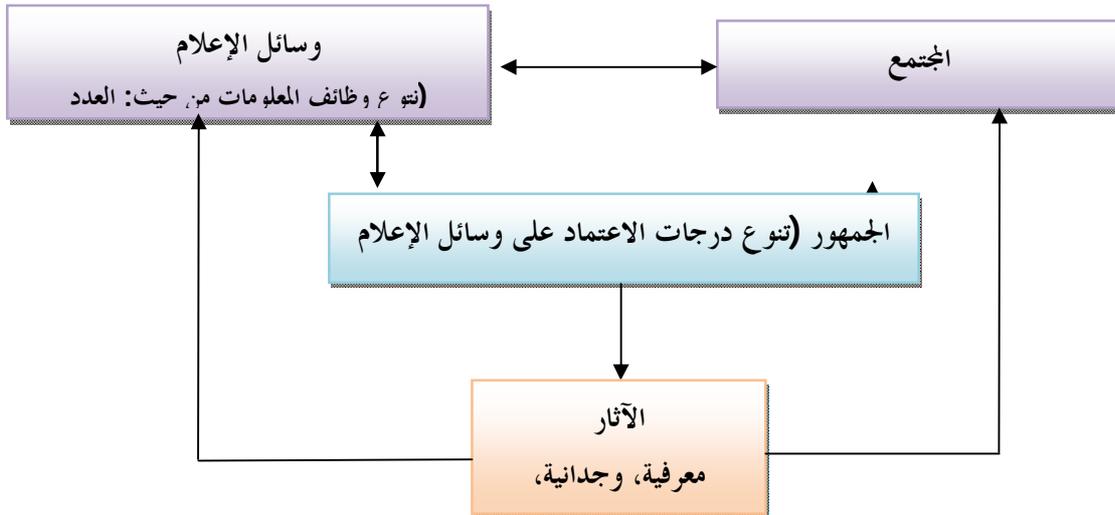
- **المصدر الأول:** هو جمع المعلومات، فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي نحتاج إلى معرفتها، ويقدم كاتب السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح لنا هدف اللعب أو المرح أو الاسترخاء.

- **المصدر الثاني:** هو تنسيق المعلومات، ويشير إلى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة والنقصان، لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فيلم سينمائي.

- **المصدر الثالث:** هو نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى الجمهور غير محدود.¹

شكل رقم (03): يوضح العلاقة التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام و الجمهور.²

يقترح كلا من "ميلفين ديفلر وساندرا بول روكيتش" النموذج التالي للتعبير عن الاعتماد المتبادل بين كل من وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى، والجمه



¹ - حسن عماد المكاوي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 315.

² - حسن عماد المكاوي وليلى السيد، المرجع نفسه، ص 316.

تعد وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:¹

- **الفهم:** وتنشأ من تبعيات الفهم الاجتماعي عندما يستخدم الأفراد مصادر معلومات ووسائل الإعلام لفهم وتفسير الأشخاص والثقافات وأحداث الماضي والحاضر والمستقبل.

- **التوجيه:** ويشير إلى توجيه العمل إلى عدد وفير من الطرق التي يقيم فيها الأفراد علاقات اعتماد على وسائل الإعلام للحصول على توجيهاته لسلوكيات معينة لأنفسهم.

- **التسلية:** وتشير إلى حالات تكون فيها محتويات ووسائل الإعلام من الجمال أو المتعة هي ذاتها عنصر الجاذبية والتسلية الاجتماعية التي تقوم على أساس قدرة وسائل الإعلام على أن تقدم محتويات تحت على التسلية بين الأشخاص.²

2.4- فروض وركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

تجدر الإشارة إلى انه يجب الوضع بعين الاعتبار عند تحديد هذه الفروض والركائز، ضرورة الربط بين المتغيرات من ناحية وبين النموذج المتكامل لطبيعة العلاقة بين كل من المجتمع ووسائل الإعلام ودورها في التأثير على الجمهور المعتمد عليها من ناحية أخرى، وانطلاقاً من هذه العلاقة الترابطية نتمكن من استخلاص الفروض الرئيسية التي تقوم عليها نظرية الاعتماد المتبادل لوسائل الإعلام والتي نوردتها كالتالي:

- يعتبر النظام الإعلامي مهما للمجتمع، بحيث تزداد درجة الاعتماد عليه في حالة إشباعه لحاجات الجمهور، وتقل في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات، كما يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.³

- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات ووسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام

¹ -منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، مرجع سبق ذكره، ص 131.

² - فضيل الفرحي، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 132.

³ -. المرجع نفسه، ص 103

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة المصادر البديلة للمعلومات، أما في حالة وجود مصادر بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقبل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية¹.
- كلما كان الاعتماد على وسائل الإعلام كبير، كلما كان مستوى الانتباه أثناء التعرض كبير، كما أن الشخص ينمي اعتماده عندما يدرك إمكانية تحقيق أهدافه الشخصية من خلال المحتوى الإعلامي، والعكس صحيح فهو يقلل من نشاط اعتماده في حالة إدراكه بأن المحتوى لا يتفق مع أهدافه.
- يتأثر مدى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بعدة متغيرات، أهمها طبيعة علاقة وسائل الإعلام بالمجتمع ومدى تنوعها وتعددتها والمضمون الذي تقدمه، إلى جوانب العوامل الخاصة بالمجتمع نفسه.
- توجد علاقة اعتماد متبادلة بين وسائل الإعلام القائمة في المجتمع وبين النظم والمؤسسات القائمة، وكذلك بين هذه الوسائل والأفراد.²

3.4- التأثيرات المترتبة عن الاعتماد على وسائل الإعلام:

إن الغرض الأساسي وراء تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير توقيت وسبب تعرض الأفراد لوسائل الإعلام وطبيعة التأثيرات المترتبة عن ذلك التعرض على مستوى معارفهم وسلوكهم، وفيما يلي نتطرق لأنواع التأثيرات التي قدمتها النظرية:

أولاً: التأثيرات المعرفية: وتتضمن عدة آثار نذكرها كالتالي:

- **الغموض:** وهو عبارة عن مشكلة نقص في المعلومات، أو عدم كفايتها لفهم وتفسير الأحداث الجارية
- **تكوين الاتجاه:** حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في تكوين اتجاهات الأفراد نحو القضايا المثارة في المجتمع.

¹ - للمزيد انظر مقال بعنوان نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory ، متاح على الرابط،

constantine3.blogspot.com ، تاريخ الولوج، 2016/05/15، ص 18.15

² - فيصل فرحي، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 104.

- ترتيب الأولويات: تقوم وسائل الإعلام بترتيب أولويات الجمهور تجاه القضايا البارزة أكثر من غيرها ليقوم الجمهور بترتيب اهتماماته نحو هذه القضايا.

- اتساع المعتقدات: تعمل وسائل الإعلام على توسيع المعتقدات التي يدركها الجمهور، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات كالأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

- القيم: هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد المجتمع ويرغبون في الحفاظ عليها وترويجها وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم مثل: الأمانة والحرية المساواة.¹

ثانياً: التأثيرات العاطفية "الوجدانية": والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضا تأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع²، وقد حددها "ديفلور وروكيتش" في:

- الفتور العاطفي: يفترض أن كثرت التعرض للعنف والرعب في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبلد أو اللامبالاة.

- الخوف والقلق: عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاختيالات، فأثما تثير الخوف لدى المتلقي.

- الدعم المعنوي والابتكار: من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد شعورهم بالاغتراب، ويلاحظ أن الاغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات من وسائل الإعلام.³

ثالثاً: التأثيرات السلوكية: وهي كل التأثيرات المتمثلة في الحركة أو الفعل، الذي يظهر في السلوك العلني، والنتيجة جراء حدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية⁴، ومن أهم التأثيرات السلوكية ما يلي:

- التنشيط: بمعنى قيام الفرد بسلوك ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو الناتج الأخير للتأثيرات المعرفية والعاطفية مثل اتخاذ مواقف وسلوكيات، كالإقلاع عن التدخين، التبرع المادي ويكون في هذه الحالة النشاط ايجابي، وقد يكون سلبيا وضارا اجتماعيا مثل التورط في أعمال عنف ضد المجتمع كالجرائم.

¹ - عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص31.

² - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 280..

³ - عبد الحافظ عواجي صلوي، مرجع سبق ذكره، ص31

⁴ - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 280

- **الحمول:** ويعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، مما يؤدي إلى اللامبالاة والسلبية والامتناع عن المشاركة في المجتمع، ويحدث ذلك نتيجة التعرض لرسائل الإعلام المبالغ فيها، والتي تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل مثل عدم القيام بالتصويت في الانتخابات.¹

4.4- مميزات النظرية:

تعتبر نظرية الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة، وتجنب النموذج وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، وكذلك تأثير غير محدود لذلك يطلق عليها نظرية شاملة، حيث تقدم رؤى كاملة للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، تهتم هذه النظرية بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الشخصية والفردية، لذلك هي أكثر ملائمة في التعامل مع النظام الاجتماعي.

وتؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام، ونفسها وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام.²

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال وتتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع، ويشمل هذا أيضا ما تعلمناه من وسائل الاتصال، كما أننا نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الاتصال. لذلك فإن أي رسالة نتلقاها من وسائل الاتصال قد تكون لها نتائج مختلفة، اعتمادا على خبراتنا السابقة عن الموضوع، وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة.³

¹- للمزيد انظر مقال بعنوان نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام **Mass Media Dependency Theory** ، متاح على الرابط،

constantine3.blogspot.com، مرجع سبق ذكره.

²- منال هلال المراهرة، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص232

³- محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سبق ذكره ، ص279.

5.4 - الانتقادات الموجهة للنظرية :

- رغم الجوانب الايجابية التي تقدمها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلا أنها تعرضت لمجموعة من الانتقادات:
- يباليغ نموذج الاعتماد في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير رسمي.¹
 - معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائياً بالتعرض، رغم انه ليس كل من يتعرض لوسيلة إعلامية يعتمد عليها.
 - تفتقد النظرية إلى الدليل المؤيد الموضوعي، ويرجع هذا إلى صعوبة إجراء دراسة على نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية، كما أنها لم تحدد علاقة كل عنصر من عناصر المجتمع بالنظام الإعلامي، فعلى سبيل المثال محدود تأثيرات الظروف الاقتصادية؟ وما مدى تأثير الفلسفة السياسية على تشكيل النظام الإعلامي.²
 - نست النظرية أو تناست التعرض بشكل دقيق لدور القنوات الاتصال الشخصي، وعلى الرغم من أن الاتجاه يتزايد نحو تعظيم قدر المعلومات التي يستقبلها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي، وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى ارتكازها على خبرات المجتمعات الغربية، ذات الخصوصية البنائية الوظيفية، والتغاضي عن المجتمعات التقليدية التي مازالت بعد لم تعتمد بالشكل الكافي، على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات الأساسية.
 - وضعت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في إطار مفاهيمي غير متسق وغير ثابت أحياناً، مما أدى إلى وجود مشكلات في بناء المصدقية، وبالتالي إلى وجود صراع وفوضى في النتائج.
 - يطرح المصطلحان "اعتماد" و"استخدام" إشكالية التحديد التوظيف، والمقاييس التي تم استخدامها في هذا الشأن لا توضح هذه الإشكالية.³
 - جزم النظرية المسبق بتأثر الجماهير بمضامين وسائل الإعلام وإهمالها بالقدرة الانتقائية للأفراد وتأثرهم بوسائل اجتماعية أخرى كالأصدقاء والجماعات المرجعية وقادة الرأي وغيرها.⁴

¹ - منال هلال المراهرة، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 233.

² - فيصل فرحي، فيصل فرحي، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 112.

³ - فيصل فرحي، المرجع نفسه، ص 113.

⁴ - راشد ناجي فريجات، دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي، مرجع سبق

ذكره، ص 14.

5: توظيف المقاربات النظرية في موضوع الدراسة:

كما سبق الإشارة في بداية الفصل فإن تبني الباحث للمقاربة النظرية يعتبر بوصلة الباحث في مراحل إعداد بحثه، وتمكنه من وضعه في سياقه المناسب وفق اختيارات منهجية مناسبة، وانطلاقاً من هذه الفكرة عمدت الباحثة لتبني البنائية الوظيفية كمنظور إرشادي عام للدراسة، حيث ينطلق البارديغم من فكرة أن المجتمع عبارة عن نظام عام لبناء كلي يتكون من مجموعة من الأنساق الجزئية المترابطة، في توازن ديناميكي على اعتبار قيام كل نسق من الأنساق الجزئية بوظيفة تحوله المشاركة في بناء النظام العام، والحفاظ عليه وعلى استقراره.

انطلاقاً من هذه الفكرة فتحت لنا البنائية الوظيفية المجال لدراسة الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من منطلق رؤية الوطن العربي يمثل البناء والنظام العام، وشبكات التواصل الاجتماعي ممثلة في موقع الفيسبوك وصفحات النسوية نسق جزئي كوسيلة اتصال تقدم العديد من الوظائف والأنشطة داخل البناء العام، هذا الأخير الذي يتكون من مجموعة من المؤسسات والجماعات والفئات والأفراد، وتعتبر النساء العربيات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك أحد الأنساق الجزئية، داخل النظام العام لها علاقة وظيفية تبادلية باستخدامها لموقع الفيسبوك والصفحات النسوية، حيث أن هذا الاستخدام عبارة عن نشاط يترتب عنه مجموعة من الآثار منها ما قد يؤدي لاستقراره وتوازن النظام العام والبناء الكلي ومنها ما يساهم في حدوث الخلل الوظيفي، بحسب طبيعة ونوع النشاط والهدف منه. فصفحات النسوية عبر الفيسبوك عبارة عن فضاء افتراضي يتيح مجالاً من الحرية لنشر جميع الأفكار والتوجهات والقيام بالعديد من الوظائف التي تستقيها من خاصية الموقع في حد ذاته، وان اختلاف مضامين وأيديولوجيات وثقافة الخطاب الموجه من هذه الصفحات قد يعتره نوع من الخلل الوظيفي الذي قد يتسبب في مشكلات خطيرة تلحق بالنساء العربيات داخل مجتمعاتهن، كمحاولة الطعن في أحكام الدين، قانون الدول، خصوصية المرأة وثقافة المجتمعات، محاولة تغيير أفكار وتوجهات بعض النساء والذي من شأنه أن يثير بعض التوترات الداخلية في المجتمعات.

ولمعالجة الموضوع بدقة استعانت الباحثة ببعض النظريات الجزئية للبنائية الوظيفية، للتعلم والغوص في موضوع الدراسة أكثر والتي سيأتي توضيح توظيفها في موضوع الدراسة، كما أن استخدام البنائية الوظيفية كمنظور إرشادي سهل على الباحثة عملية تحديد موضوع الدراسة والاختيارات المنهجية في نوع من التوافق الاستمولوجي، بالرغم من الصعوبات التي واجهتها في تحديد واختيار عينة الدراسة الميدانية، وفيما يلي شرح وتفسير لتوظيف النظريات الجزئية في موضوع الدراسة والبحث:

1- توظيف نظرية ترتيب الأولويات في موضوع الدراسة:

اهتمت دراسات ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور في تحديد أولويات القضايا التي تهم المجتمع، حيث أن وسائل الإعلام والاتصال لا تستطيع تقديم جميع القضايا وإنما تختار التركيز على ما يثير اهتمام الناس وتجعلهم يدركونها وتحتل مكانة هامة لديهم، انطلاقاً من هذه النقطة وتطبيقاً لفروض النظرية على موضوع الدراسة سعت الباحثة للكشف عن طبيعة العلاقة التبادلية بين صفحات النسوية عبر الفيسبوك كوسيلة اتصال جماهيري والنساء العرييات ودور هذه الصفحات في تحديد أولويات القضايا التي تهمهن.

ولقد تم الاستعانة بالنظرية بشكل أساسي في طرح تساؤلات الدراسة التحليلية والاستفادة من فئات ووحدات منهجية تحليل المضمون الإعلامي التي تتوافق ومنظور النظرية كنوع من الاستحداث الذي يتناسب مع الوسيلة وطبيعة مضامينها، وبالتالي تحديد فئات الشكل والمضمون وبناء استمارة تحليل المحتوى الإلكتروني.

2- توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع في موضوع الدراسة:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أولى النظريات التي ظهرت في مجال التنظير الإعلامي والتي حولت حقل الدراسات من منظور ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، بغية فهم العلاقة التي تربط الجمهور بوسائل الإعلام وبالرغم من تطور وسائل الإعلام والاتصال نتيجة تطورات المجتمعات ومقتضيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلا أن الباحثين لا يزالون يعتمدون عليها في تفسير الظاهرة الاتصالية فلقد ذهب "راي بيرن" للقول¹: "أن شكل التفاعلية على مستوى شبكة الانترنت يتمتع بمستوى أكثر قوة وارتفاعاً من مستوى وسائل الإعلام التقليدية، وكون المتلقي قصدي في تعرضه وتصفحه لمواقع معينة لإشباع حاجاته فهي تعتبر مناسبة للدراسات حول الإعلام الجديد بتطبيقاته" ولقد عمل الكثير من الباحثين للقيام بدراسات حول استخدام الأفراد للشبكة العنكبوتية مع ظهور الويب مثل: دراسات "بيرسون ودان" حول استخدام الحواسيب المنزلية، ودراسة "تشانج" حول استخدام الأفراد لمواقع الانترنت الإخبارية... وغيرهم من الباحثين.

¹ - ابتسام رايس، نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، مجلة دراسات وأبحاث، السنة الثامنة، العدد 25،

استنادا لما سبق ذكره تم الاستعانة بالنظرية بشكل أساسي للكشف عن استخدامات النساء العربيات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك وأهم الدوافع الكامنة وراء ذلك الاستخدام حيث اعتمدت الباحثة على الاستخدامات والاشباع بشكل أساسي في صياغة التساؤلات الخاصة بمحور الاستخدامات وتحديد أبعاد التساؤلات الفرعية وفق مفاهيم النظرية لقياس عادات وأنماط النساء العربيات في تصفح واستخدام صفحات النسوية عبر الفيسبوك وكذا الاعتماد على الدوافع المصنفة وفق النظرية، كما تم الاعتماد على النظرية في وضع مؤشرات مفهوم الاستخدام وكذا بناء وصياغة أسئلة استمارة الاستبيان والاستشهاد بالنظرية في الجانب التحليلي للدراسة الميدانية.

3- توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في موضوع الدراسة:

إلى جانب نظرية الاستخدامات والاشباع المعتمدة في الدراسة، استخدمت الباحثة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وهي أيضا من أهم النظريات الوظيفية والتي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وقد تعمدت الباحثة الاستناد لهذه النظرية بالذات لدراسة الآثار المترتبة على النساء العربيات جراء استخدامهن وتصفحهن لصفحات النسوية عبر الفيسبوك، نتيجة تقاطع النظريتين في مفهومي الأهداف والدوافع ومفهوم الاستخدام النشط لوسائل الإعلام من قبل الجمهور، إضافة لتوافق النظريتين في بعض الأبعاد المترجمة في الاشباع المحققة والآثار المترتبة على الجمهور المتلقي على مستوى المعرفة والوجدان والسلوك، وانطلاقا من افتراضات النظريتين كان للباحثة القدرة على النظر للموضوع بنظرة تكاملية في إعداد أبعاد ومؤشرات استمارة الاستبيان لجمع البيانات وتحليلها.

وقد استعانت الباحثة بشكل أساسي بالنظرية في طرح وصياغة الأسئلة المتعلقة بقياس الآثار المترتبة على النساء العربيات بعد استخدامهن لصفحات النسوية عبر الفيسبوك وكذا سهولة تحديد مؤشرات مفهوم الأثر وصياغة محاور الاستمارة المتعلقة بقياس الأثر وفق التأثيرات التي جاءت بها النظرية وصنفتها "ميلفين ديفلور وساندرا بول روكيتش" إلى ثلاث أبعاد: معرفية وسلوكية ووجدانية.

استنادا لما تم طرحه بخصوص توظيف المقاربات النظرية في موضوع الدراسة وكحوصلة لما سبق فان استخدام واعتماد الباحثة لمنظور إرشادي عام مكنها من النظر إلى موضوع الدراسة نظرة تكاملية تحدد الخطوط العريضة لمسار البحث العلمي إضافة لميزة تطبيق نظرياته الجزئية يعطي جانبا من التكامل وقدرة أكبر على تفسير

النتائج وتحقيق الأهداف المرجوة من البحث فبتطبيق فروض نظرية ترتيب الأولويات والكشف عن طبيعة مضامين صفحات النسوية وأساليب تقديمها ونوع القضايا الأكثر تركيزا يعطي خطوة للباحثة لتفسير الآثار المترتبة على جمهور النساء العربيات المستخدمات والمتابعات لهاته الصفحات والخروج بنتائج تكاملية لموضوع الدراسة.

ثانيا - الدراسات المشابهة المعتمدة في موضوع الدراسة

يعتبر عنصر تحديد الدراسات السابقة أو المشابهة من أهم خطوات ومراحل إعداد البحث العلمي حيث تعتبر هذه الأخيرة مرجعية أساسية للباحث لما لها من أهمية، كما أن الاطلاع على الدراسات السابقة يجعل الباحث يدرك جيدا معالم وحدود دراسته وتمكنه من وضعها في إطارها الصحيح تفاديا لإضاعة الوقت في عملية تكرار مواضيع تم دراستها بإسهاب من قبل، بالإضافة إلى أن الاطلاع على الدراسات السابقة يمكن الباحث من بلورة مشكلته البحثية جيدا وكذا تحديد أبعادها والتزود بالمراجع والمصادر التي يمكن الاستفادة منها في موضوع بحثه والتقنيات والأدوات المنهجية التي يمكن الاستفادة منها في إجراء دراسته تجنباً للأخطاء التي قد يقع فيها انطلاقاً من معرفته بالصعوبات التي واجهها غيره في دراساتهم بالإضافة إلى إمكانية بناء فروض والانطلاق منها¹، وبالتالي فالدراسات السابقة هي تلك الدراسات التي تتعلق بمشكلة البحث المدروسة، سواء كانت رسائل علمية، أو أبحاث منشورة في مجالات علمية محكمة، أو مؤتمرات علمية²

انطلاقاً من أهمية عنصر الدراسات السابقة كخطوة منهجية، دأبت الباحثة على البحث والاطلاع على التراث النظري والمعرفي الخاص بموضوع الحركة النسوية وشبكات التواصل الاجتماعي، ويلاحظ ندرة في الدراسات التي تناولت المتغيرين مع بعضهما، وكانت معظم الدراسات المتحصل عليها إما تربط متغير الحركة النسوية بوسائل الإعلام التقليدية كالسينما والتلفزيون، أو تشير لموضوع قضايا المرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وعليه رأت الباحثة بأن تقتصر في هذا المقام على سرد أهم الدراسات المشابهة لموضوع دراستها والتي تجمع بين المتغيرين في وسائل الإعلام، كما تجدر الإشارة إلى أنه تم تقسيم الدراسات المشابهة إلى ثلاثة أقسام، الدراسات الجزائرية، الدراسات العربية، والدراسات الأجنبية، على أن يتم عرضها بترتيب زمني تنازلي من الأحدث إلى الأقدم على اعتبار عنصر التفاعلية والتجديد في الوسيلة المدروسة - شبكات التواصل الاجتماعي وصفحات الفيسبوك - والتي تقتضي ظهور نتائج جديدة في كل لحظة.

¹ - محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 44/43

² - وفق السيد الإمام، البحث العلمي، إعداد مشروع البحث وكتابة التقرير النهائي، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص36

1-2: الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى: للباحثة نومار مريم ناريمان (2017-2018)¹: تلخصت إشكالية الدراسة في طرح التساؤل التالي: كيف تتمثل المرأة الجزائرية لذاها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وما هي العوامل التي تؤثر على أدائها هويتها الافتراضية؟ وللإجابة على الإشكالية المطروحة صاغت الباحثة جملة من التساؤلات الفرعية:

- 1- ما طبيعة استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك؟
- 2- كيف تقوم المرأة الجزائرية بأداء هويتها الافتراضية وإدارة الانطباع حولها على الفيسبوك؟
- 3- هل توجد اختلافات ذات دلالات إحصائية في استخدام المرأة الجزائرية لموقع فيسبوك، أداء هويتها الافتراضية وإدارة الانطباع حولها تبعا للمتغيرات السوسيوديمغرافية (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي)؟
- 4- إلى أي مدى تؤثر العوامل السوسيوسيكولوجية (الاجتماعي، النفسي، الديني، التعليمي) على تمثلات المرأة لذاها عبر موقع الفيسبوك؟
- 5- هل توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتأثير العوامل السوسيوسيكولوجية على تمثل المرأة لذاها تبعا لمتغير (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي)؟
- 6- ما هي العلاقة بين العوامل السوسيوسيكولوجية وتمثل المرأة الجزائرية لذاها عبر الفيسبوك من خلال الاسم المستعار والصور الشخصية؟
- 7- هل تؤثر العوامل السوسيوسيكولوجية على إدارة المرأة للانطباع حول هويتها الافتراضية؟

هدفت الدراسة للكشف عن تمثلات المرأة لذاها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال وصف وتحليل هوية المرأة الجزائرية عبر موقع الفيسبوك حيث تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية الميدانية باستخدام مقرب الدراما الاجتماعية والاعتماد على المنهج المختلط، وذلك بالمزج بين الاستبانة كأداة لجمع البيانات الكمية والمجموعة البؤرية لجمع البيانات الكيفية، ومن ثم تفسيرها حيث شملت الدراسة الكمية 550 امرأة جزائرية من

¹- نومار مريم ناريمان، تمثلات المرأة لذاها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية - دراسة وصفية تحليلية لهوية المرأة الجزائرية عبر موقع الفيسبوك - أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص اعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2018.

مستخدمات موقع الفيسبوك قمن بالاستجابة على استبانة تم توزيعها الكترونيا إلى جانب مقابلة مجموعة بؤرية عن طريق الفيسبوك شملت 12 مشاركة أين توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج نورد أهمها كما يلي :

- تعتقد أغلب المبحوثات أن الفيسبوك يصور هوياتهن كما هي عليها في الواقع، وتقوم المرأة الجزائرية بمحاولة إدارة الانطباع حول هويتها الافتراضية حتى تقدم صورة إيجابية عنها لكن دون أن نقدم معلومات خاطئة.

- يتأثر تمثل المرأة الجزائرية لذاتها بالعامل الاجتماعي، الديني، النفسي، التعليمي ولكن بدرجات متفاوتة.

- هناك علاقة بين العامل الاجتماعي والديني واستخدام الاسم المستعار والصور الشخصية في حين لا توجد علاقة بين العامل النفسي والتعليمي واختيار الاسم والصورة الشخصية.

- توصلت الدراسة إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام المبحوثات للفيسبوك تبعاً لمتغير السن والحالة الاجتماعية، ويتعلق بعدد مرات التصفح ومدة الاستخدام في حين كانت الفروق في المستوى التعليمي معنوية فقط بالنسبة لعدد الأصدقاء.

- كما وضحت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أداء المرأة الجزائرية لهويتها الافتراضية عبر الفيسبوك تبعاً لمتغير السن.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق باختيار الصورة الشخصية وعلاقتها بالهوية بالواقع والتمثل الخاطيء في حين تبين أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الاسم المستعار تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية.

- أما فيما يتعلق بالفروق تبعاً لمتغير المستوى التعليمي فتوصلنا إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بأداء المرأة لهويتها الافتراضية من خلال (اسم المستخدم المستعار علاقة الهوية بالواقع، نشر معلومات خاطئة) في حين تبين أنه ليس هناك اختلافات معنوية فيما يتعلق باستخدام الصورة الشخصية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

- توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة المرأة للانطباع حول هويتها الافتراضية تبعاً لمتغير السن، الحالة الاجتماعية، في حين تبين أن هناك اختلافات معنوية تبعاً لمتغيرات المستوى التعليمي.

- تبين من خلال الدراسة أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالعاملين التعليمي والنفسي واستخدام المرأة لصورها الحقيقية.

- اتضح وجود أثر إيجابي للعوامل الاجتماعية النفسية والدينية والتعليمية على طريقة إدارة المرأة للانطباع حول هويتها الافتراضية مع اختلاف الأثر من عامل لآخر.

بعد جملة النتائج التي توصلت إليها الدراسة، حاولت الباحثة من خلال الدراسة تقديم أبعاد جديدة واتجاهات مستقبلية لاستخدام مقرب الدراما الاجتماعية في دراسة التمثيل على الفيسبوك ومواقع الشبكات الاجتماعية.

الدراسة الثانية: للباحثة عواطف زراري (2015/2014)¹:

سعت الباحثة من خلال هذه الدراسة لتقديم رؤية سينمائية، عن واقع المرأة الاجتماعي من خلال التركيز على السينما النسوية الروائية، ذلك أن الايديولوجيا تنعكس أكثر في هذا النوع من السينما، حيث عملت على التعبير عن القيم السائدة والمتسارعة أكثر في المجتمع العربي من خلال اختيار نماذج أفلام من توقيع نساء مخرجات يوضحن من خلالها موقفهن في مشكلاتهن داخل المجتمع باعتمادها على التحليل العميق للعلاقة التي تجمع الصورة السينمائية بالواقع المستمدة منه وذلك بالكشف عن هذا الواقع الذي تعيشه المرأة العربية بهدف رصد ملامح الصورة التي رسمها المجتمع العربي عنها ومدى ارتباط هذه الصورة الواقعية بالصورة السينمائية التي حاولت بدورها رسمها عن المرأة، حيث أن اكتساب هذه الصورة لدى المتلقي مرتبط بمدى تطابقها بالواقع الحقيقي والبيئة الاجتماعية والثقافية التي نشأت فيها المرأة وبالتالي البحث في خفايا الرسائل الضمنية لهذه الأفلام للكشف عن الخطاب الإيديولوجي الذي تعكسه الأفلام الروائية النسوية العربية عن المرأة.

استخدمت الباحثة في دراستها التي تنتمي إلى الدراسات التحليلية التي تبحث في مشروع النقد الثقافي على المقاربة السيميولوجية معتمدة تقنية التحليل السيميولوجي لستة أفلام عربية من خلال الأسلوب القصدي في اختيار الأفلام والتي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة وكانت الأفلام محل التحليل على التوالي (الباحثات عن الحرية، سكر بنات، وجدة، حرير أحمر، ماروك وبركات)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج نلخص أهمها فيما يلي :

¹ - عواطف زراري، دلالة الخطاب النسوي في السينما الروائية العربية - دراسة تحليلية لستة أفلام نسوية، أطروحة الدكتوراه، غ منشورة، تخصص

اعلام واتصال، جامعة الجزائر 3، كلية اعلام واتصال، الجزائر، 2015

- إن السبب الأول والأساسي في تغيير صورة المرأة في السينما العربية وإلغاء صورة المرأة النمطية في الأسرة التي عودتنا عليها السينما العربية الذكورية وطرح صورة المرأة كإنسان وعنصر فعال في المجتمع هو تطور تدرج المرأة في المهنة السينمائية الذي فسح المجال للنساء المخرجات التعبير عن واقع المرأة أكثر.
- يعاني الفيلم النسوي العربي من ضعف البنية الحكائية للقصة التي تتخذ من المرأة موضوعا لها وميراثا لثقافتها السردية مكتفية باللعب على المشاعر لكسب العطف والمساندة وهذا ما يسقطها في تلك الميلودرامية البكائية.
- اشتركت الأفلام محل الدراسة في موضوع موحد يعالج وضعية المرأة داخل مجتمعاتنا مع اختلاف في الطرح حيث نجد أن أفلام المشرق كان الطرح فيها مباشرا ودليل ذلك صياغة العنوان ذات الطابع الأنثوي التي حملتها هذه الأفلام في حين كان الطرح في أفلام المغرب بطريقة إيجابية غير مباشرة لكن وضعية الشخصيات داخلها حملت بصمات نسوية بحتة.
- إظهار النساء في الأفلام محل الدراسة بأدوار بطولية بدافع استعادة توازن المجتمع وإعادة ترتيب بنيته الفكرية والثقافية وهذا ما لمسناه في الأفلام محل الدراسة التحليلية حيث كل الأدوار نسوية والتي تزاوجت بين الإيجابي والسلبي سمح بتقديم نماذج نسوية متعددة.
- اتضح بروز نموذج المرأة المتحررة جنسيا في أغلب الأفلام المدروسة بطريقة مباشرة وإيجابية والذي أثبت قصورا في طرح وتجسيد صورة المرأة وحصرها في نماذج متشابهة بهدف مداعبة غرائز الجمهور وإثارته إضافة لنموذج المرأة المتمرد على الدين والتقاليد المجتمعية لإثبات الذات النسوية.
- التركيز أكثر على المرأة العصرية المثقفة وإهمال المرأة التقليدية الريفية مع أن الواقع يؤكد أن النساء ذوات المستوى الثقافي المتدني لازالت تعرف ارتفاعا.
- تركيز الأفلام المدروسة على فكرة عزل الرجل وإبقائه بعيدا عن حياة المرأة وخارج اهتماماتها حيث قدم بطريقة سلبية هامشية ووعاء جنسي لإشباع رغبات المرأة وفتح المجال للمرأة للتعبير عن حرياتها خارج سيطرتها وتبعيته.
- إن أهم القيم التي تم التركيز عليها أكثر في الأفلام المدروسة هي القيم الدينية أما الثقافية فظهرت أكثر من الملابس والمأكولات والديكور والموسيقى، النصب التذكارية، الهندسة المعمارية، دلالة الألوان التي قدمت كشفرات ثقافية عكست ثقافة بعينها كما تمد التركيز أيضا على بعض القيم السياسية في حيث أن القيم الاجتماعية تم الإشارة إليها ككبح حرية المرأة والانحرافات الاجتماعية للفتيات إضافة للقيم النسوية.

- ركزت السينما العربية على مفهوم الجسد وتمثيل القضايا الجنسية بنوع من التحرر ومحاولة غرس فكرة التعايش الديني عبر العلاقات الغير الشرعية مما رسخ طابعا من النمطية في الطرح استنادا للسينما الغربية.
- إضافة لطرح مواضيع جريئة كالمثلية الجنسية والعلاقات خارج إطار الزواج بطريقة ضمنية والإشارة لتعدد الزوجات والزواج المبكر ومحدودية حركة المرأة خارج إطار البيت ومعاناة المرأة داخل المجتمعات.
- أما بالنسبة للغة واللهجات المستخدمة في الحوار في الأفلام محل الدراسة فقد تميز الخطاب بتعدد اللهجات العربية الموظفة كما تم توظيف اللغة الفرنسية. أن ازدواجية الخطاب اللغوي واستخدام اللغة العربية العامية حسب البلد وظف للتعبير عن العنف اللفظي الممارس من الرجل ضد المرأة في المجتمعات العربية أما خطاب اللغة الفرنسية الذي برز أكثر في الفيلمين المغربي والجزائري فيمكن القول أن توظيف لغة أجنبية والابتعاد عن اللغة الأم أكثر وسيلة للتعبير عن أفكار تحرر المرأة نابعة من فكر نسوي غربي.
- تشابه طرح المخرجات العربيات لمثلياتهن في العالم في تناول الواقع الاجتماعي وقضايا العائلة وإشكالات النوع الاجتماعي (الجندر) وأدوار المرأة في المجتمع وغرائزها إضافة لتمثيل المرأة لذاتها وواقعها وما يقترب ببعض الخصائص المشككة لهويتها.
- تشابه الخطاب النسوي العربي مع الغربي في مسألة الخوض في مواضيع كانت ولا زالت تعتبر من التابوهات الاجتماعية ولا علاقة لها مع الثقافة العربية الإسلامية كموضوع المثلية الجنسية.
- الاحتضان الغربي الكبير لهذا النوع من الأعمال السينمائية ومنحها جوائز تشجيعية ضمن المهرجانات العالمية التي تهتم بموضوع المرأة هو ما ساهم في تدعيم وانتشار التيار النسوي في السينما.

الدراسة الثالثة: للباحثة نفسية نايلي (2012)¹، والمعنونة بصورة المرأة في السينما المغاربية، تتمحور

إشكالية الدراسة في محاولة الكشف عن تطورات السينما الجزائرية والتونسية والمغربية في معالجة قضايا المرأة الاجتماعية، وكذا علاقتها بأفراد بنيتها الاجتماعية من خلال طرح إشكالية مفادها. ما هي الصورة الذهنية التي تصنعها السينما المغاربية حول المرأة من خلال الأفلام الجزائرية التونسية والمغربية؟ وقد اعتمدت الباحثة في ذلك

¹ - نفسية نايلي، صورة المرأة في السينما المغاربية، دراسة تحليلية لعينة من الأفلام الجزائرية، تونسية ومغربية 2005-2009، أطروحة دكتوراه،

منشورة، كلية علوم اجتماع والاتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012-2013

على تحليل عينة من الأفلام الاجتماعية التي يتم إنتاجها في الفترة الزمنية من 2005 إلى 2009 م. استخدمت الباحثة في دراستها التحليلية على تقنية التحليل النصي للأفلام وفق عينة عمدية للتعرف على الصورة الحقيقية التي يهدف كل مخرج طرحها حول المرأة في الفيلم محل الدراسة.

- وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نلخص أهدافها فيما يلي:

- ركزت كل الأفلام محل الدراسة التحليلية على توظيف صورة متنوعة للمرأة للتعبير بشكل أوضح عن وضع المرأة داخل هذه المجتمعات حيث أشارت للمرأة العاملة والماكنة في المنزل العزباء والمطلقة، المتعلمة والامية... الخ.
- إبراز المرأة بصورة إيجابية من خلال توظيف شخصيات نسائية تتحدى الأوضاع غير عادية والظلم.
- محاولة المخرجين في الأفلام محل الدراسة التركيز وتسليط الضوء على علاقة الرجل بالمرأة اجتماعيا ودوره في إنصافها أو ظلمها، لتوضيح وإبراز مكانة المرأة في المجتمع المغربي الذي يعد ذكوريا بالدرجة الأولى.
- عبر مخرجي هذه الأفلام عن طموحات المرأة المغربية بغض النظر عن بيئتها المعيشية وعن تقدمها أو تخلفها كما ركزت هذه الأفلام على محاولة إبراز الطابع التقليدي والعصري على حد سواء المرأة في المجتمع المغربي.
- دعوة المرأة للتحرر والانسلاخ من قوقعتها من خلال تركيز الأفلام محل الدراسة على النمط المعيشي الحديث للمرأة بالرغم من أن هناك جانب آخر تقليدي ظهر في هذه الأفلام.
- جسدت كل الأفلام المحللة معاناة المرأة في مجتمعاتها عموما وداخل أسرها خصوصا كما ركزت على القيم الاجتماعية والثقافية وأهملت القيم الدينية التي تم التطرق له بصيغ أكثر حشمة.
- عكست أيديولوجيا الأفلام الممثلة لعينة الدراسة عل ظاهرة العنف الجسدي ضد المرأة وكذا العنف المعنوي بصور واضحة.
- نقل النمط المزدوج لحياة المرأة داخل مجتمعاتها بتوظيف المرأة الماكنة في البيت والمرأة المعيلة المعتمدة على نفسها لتعيش.

- توظيف جسد المرأة حيث ظهرت المرأة في الفيلمين المغربي والتونسي بصورة المرأة الفاضحة البارزة لمفاتها في حين اكتفى الفيلمين الجزائريين بتوظيف المرأة بصورة أكثر حياء واحتراما من خلال عكس صورة المرأة ومعاناتها وقد يعود ذلك لخصوصية المجتمع في نظره للمرأة.

2-2: الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: الباحثة نجلاء جعفر (2017)¹ والمعونة بـ: أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، سعت هذه الدراسة للتعرف على الأطر التي تقدم أو قدم من خلالها الإعلام الجديد ممثلا في المدونات وصفحات الفيسبوك قضايا المرأة وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا وذلك من خلال رصد نوع الأطر المهيمنة في تقديم قضايا المرأة بهم، ومعرفة مدى اختلاف أطر تقديم قضايا المرأة باختلاف أيديولوجية القائم بالاتصال وتوجهات المدونات وصفحات الفيسبوك عينة الدراسة وذلك مع توضيح دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء قضايا المرأة.

وتحددت مشكلة الدراسة في الكشف عن الأطر التي تقدم من خلالها قضايا المرأة في وسائل الإعلام الجديد بالتركيز على الفيسبوك والمدونات وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، حيث تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية الميدانية وقد اعتمدت على منهج المسح الإعلامي وأسلوب المقارنة المنهجية مستخدمة استمارة الاستبيان والتي طبقت على عينة قوامها 488 مفردة من متابعي الإعلام الجديد وكذا استمارة تحليل المحتوى لعينة من صفحات الفيسبوك والمدونات المهتمة بنشر ومعالجة وتقديم قضايا المرأة إضافة إلى المقابلات غير موجهة مع مديري و مسيري صفحات الفيسبوك والمدونين وقد توصلت نتائج التحليل الكمي والكيفي للدراسة إلى عدد من النتائج نحاول إيجازها فيما يلي :

1- توصلت الدراسة التحليلية إلى النتائج التالية:

- أن قضايا العنف عي أهم القضايا التي قامت بتغطيتها صفحات الفيسبوك والمدونات المثلة لعينة الدراسة وتفوقت فيها المدونات بنسبة 51,9%.

¹ - نجلاء جعفر عبد الوهاب جعفر، أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، رسالة ماجستير، غير

منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مصر 2017

- كما أوضحت نتائج الدراسة أن إطار الضحية هو أهم الأطر الخيرية التي وظفها المدونات وصفحات الفيسبوك عينة الدراسة في معالجتها لقضايا المرأة حيث تم استخدامه في المدونات بنسبة 9, 36% وفي صفحات الفيسبوك بنسبة 5, 11%.

- احتلت الروابط المرتبة الأولى بين العناصر المرافقة للمضمون في عرض قضايا المرأة وتفوقت فيها صفحات الفيسبوك بنسبة 65.3%.

- أشارت نتائج الدراسة أن صفحات الفيسبوك والمدونات عينة الدراسة تعتمد أحيان التركيز على بعض القضايا دون غيرها عن عمد أو بدون قصد بل يتعدى الأمر لبعض الصفحات بالمبالغة في عرض قضايا دون غيرها وإخفاء بعض جوانبها ويرجع ذلك إلى نمط الملكية وسياسة المؤسسة.

2-توصلت الدراسة الميدانية إلى النتائج التالية:

- ارتفاع درجة اهتمام متابعي الإعلام الجديد بالحصول على معلومات عن المرأة ومتابعة قضاياها وبالأخص بصفحات الفيسبوك عن المدونات.

- توصلت نتائج الدراسة أن أول القضايا أهمية لدى الجمهور عينة الدراسة متمثلة في العنف ضد المرأة كالتحرش والاعتصاب.

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية كانت أكبر في صفحات الفيسبوك عن المدونات.

- كما اتضح اتجاه الجمهور نحو قضايا المرأة في العديد من الموضوعات المتعلقة بالمرأة والتي ارتبطت الى حد ما بالتطور الذي يشهده المجتمع والانفتاح على العالم الخارجي كما ارتبطت بخصائص العينة التي تم تطبيق الاستبيان عليها.

- عند ربط نتائج الدراسة التحليلية بنتائج الدراسة الميدانية بشكل مقارن توصلت الباحثة إلى أن هناك اتجاه عام موجب لاتجاهات الباحثين المتعرضين لصفحات الفيسبوك والمدونات التي قدمت لها قضايا المرأة بأطر إيجابية بنسبة 100 % بينما كان هناك اتجاه سالب للمبشرين المتعرضين لمدونة افتكاسات التي قدمت قضايا المرأة في أطر سلبية بنسبة 4%.

الدراسة الثانية: علاقة استخدام الصفحات النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي بتطلعات المرأة المصرية، للباحثة "ساندي عبد الفتاح" (2016)¹، وتتمثل مشكلة الدراسة في رصد استخدامات المرأة المصرية للصفحات النسائية على الفيسبوك، ودراسة أهم أسباب هذا الاستخدام، ومدى اعتمادها على الفيسبوك في الحصول على المعلومات وكذا التأثير العوامل الديموغرافية (السن، التعليم، الحالة الاجتماعية) على هذا الاستخدام وانعكاس كل ذلك على تطلعات المرأة (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية حيث تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية الميدانية بالاعتماد على أداة الاستبيان أين تم توزيع استمارة استبيان الكترونية على عينة مكونة من 400 مبحوثة من مستخدمات الصفحات النسائية عبر موقع الفيسبوك باستخدام أسلوب العينة القصدية في الاختيار والتوزيع، ولقد هدفت الباحثة من خلال الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف كانت عبارة عن ترجمة للتساؤلات الفرعية وهي :

- 1- التعرف على معدل استخدام المرأة المصرية لموقع الفيسبوك، والتعرف على أسباب استخدام المرأة المصرية لهذا الموقع.
- 2- معرفة مدى اعتماد المرأة المصرية على الصفحات النسائية عبر الفيسبوك.
- 3- التعرف على الأنشطة التي تقوم بها المرأة المصرية على الفيسبوك.
- 4- التعرف على الموضوعات التي تتابعها المرأة المصرية عبر موقع الفيسبوك.
- 5- معرفة التطلعات (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية) التي تتحقق للمرأة المصرية من وراء متابعتها لتلك الصفحات والمضامين المقدمة. وقد توصلت الباحثة من خلال الدراسة الميدانية إلى جملة من النتائج نلخصها كما يلي:

- إن النساء المصريات المثلثات لعينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات بمعدل يومي والولوج للموقع أكثر من مرة في اليوم.

¹ - ساندي سيد عبد الفتاح، علاقة استخدام الصفحات النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي، تطلعات المرأة المصرية، دراسة مقدمة لنيل درجة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مصر، 2016.

- كما وضحت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يفضلون خاصية الإعجاب ومشاركة المنشورات وكذا التعليقات بأعلى النسب نظرا لسهولة وليونة هذه الخصائص في الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى على حد قول الباحثة.

- أثبتت نتائج الدراسة أيضا أن المبحوثات يفضلن المواضيع الترفيهية بالدرجة الأولى تليها الموضوعات السياسية والاجتماعية بأعلى النسب في حين ترتبت المواضيع الدينية والفنية في آخر اهتمامتهن وفسرت الباحثة هذه النتيجة بهروب المبحوثات أو مستخدمات الصفحات النسائية من ضغوط الحياة الروتينية والبحث عن ما هو شيق وممتع من خلال المواضيع الترفيهية وكذا أحداث 25 يناير تدفعهم للاهتمام بالقضايا السياسية.

- كشفت نتائج الدراسة أن موقع "اليوتيوب YouTube" يعتبر أول وأهم المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة في مشاركة الموضوعات على اعتباره موقع الفيديو الأول في العالم، ثم يليها مشاركة منشورات من صفحات أخرى بالإضافة إلى شعور المبحوثات بالمصادقية تجاه هذه المصادر.

- اتضح أيضا تطلع المرأة المصرية للاحتياجات المالية بالدرجة الأولى والدخل الشهري للقيام بتسديد الحاجيات اليومية ومستلزماتها وقد يكون السبب أيضا أوضاع البلد الغير مستقرة اقتصاديا وغلاء الأسعار من فترة لأخرى.

- اتضح تفضيل وتطلعات المرأة المصرية لقضاء معظم أوقاتها رفقة شريك الحياة في الأماكن الراقية التي تتمتع بديكورات جذابة وخدمة عالية ومستوى اجتماعي راقى.

- كما وضحت نتائج الدراسة تطلعات المرأة في الاندماج في حياة اجتماعية ذات مستوى رفيع وراقي من خلال اختيار شريك حياة له حياة ومستوى اجتماعي واقتصادي عالي يمكنه من توفير استقرار مادي يعود بالاستقرار المعيشي للأبناء أيضا من حيث المستوى المعيشي والدراسي وكذا إمكانية السفر... الخ.

الدراسة الثالثة: للباحثة ديماء زهير اللبابيدي (2016)¹: هدفت الدراسة للتعرف على دور الاعلام الجديد في تكوين معارف الجمهور الفلسطيني حول قضايا المرأة المختلفة واتجاهاته نحو هذه القضايا، اضافة للكشف عن أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الجمهور الفلسطيني على وسائل الاعلام الجديد للحصول على معارف واتجاهات نحو قضايا المرأة.

¹- ديماء زهير اللبابيدي، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا المرأة، دراسة ميدانية في محافظات غزة، رسالة ماجستير، منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، فلسطين، 2016

بغية تحقيق جملة من الأهداف يمكن الإشارة إليها فيما يلي :

- 1- معرفة مدى تعرض الجمهور الفلسطيني للإعلام الجديد.
- 2- التعرف على مدى اعتماد الجمهور الفلسطيني على الإعلام الجديد للحصول على معلومات حول قضايا المرأة.
- 3- التعرف على أسباب اعتماد الجمهور الفلسطيني على الإعلام الجديد للحصول على معلومات حول قضايا المرأة.
- 4- معرفة أهم وسائل الإعلام الجديد التي يعتمد عليها الجمهور الفلسطيني للحصول على معلومات حول قضايا المرأة.
- 5- التعرف على مدى معرفة الجمهور الفلسطيني بقضايا المرأة.
- 6- معرفة اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو قضايا المرأة.

وتدرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية وقد اعتمدت على المنهج المسحي في جمع بيانات الدراسة باستخدام أداتي استمارة الاستبيان كأداة أساسية في جمع البيانات وكذا المقابلة المقننة حيث تم اختيار عينة عشوائية طبقية موزعة على محافظات غزة مقدرة ب 377 مفردة. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أبرزها كما يلي :

- يعتمد ما نسبته 16.7 % من المبحوثين بدرجة عالية على وسائل الإعلام الجديد للحصول على معلومات حول قضايا المرأة، و 66.3 % يعتمدون عليها بدرجة متوسطة فيما 17 % يعتمدون عليها بدرجة منخفضة.
- أهم دوافع المبحوثين للاعتماد على وسائل الإعلام الجديد للحصول على معلومات حول قضايا المرأة هي التعرف على أهم المشكلات التي تعاني منها المرأة بنسبة 46.5 % تليها المساعدة في تكوين الآراء والاتجاهات نحو قضايا المرأة بنسبة 29.5 % ومن ثم معرفة توجهات المجتمع نحو قضايا المرأة بنسبة 29.3 %.
- أكثر قضايا المرأة التي تم المبحوثين وتعلمهم يحرصون على متابعتها أكثر من خلال وسائل الإعلام الجديد هي العنف الأسري الذي تتعرض له المرأة بنسبة 61.2 % ثم انتهاكات الاحتلال بحق المرأة، ثم حرمان المرأة من الميراث بينما جاءت قضايا الترفيه والاقتصاد والرياضة في آخر أولويات المبحوثين.

- يثق المبحوثين بدرجة عالية بوسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومة الخاصة بقضايا المرأة.

- أبرز قضايا المرأة التي ساهم الإعلام الجديد في زيادة معارف المبحوثين وتشكيل اتجاهاتهم نحوها هي القضايا الاجتماعية بنسبة 58% ثم القضايا السياسية كلها بنسب متقاربة القضايا الثقافية والصحية بينما جاءت الرياضية في آخر الترتيب.

- توصلت الدراسة إلى أن التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الجديد للحصول على المعارف وتكوين اتجاهات نحو قضايا المرأة تحتل المركز الأول بنسبة 81.86% من ثم التأثيرات المعرفية وأخيرا السلوكية.

- غالبية اتجاهات الجمهور نحو قضايا المرأة ايجابية، أو لها ضرورة تعديل قوانين الأحوال الشخصية بما يستوجب سماع القاضي الزوجة قبل إيقاع الطلاق نسبة 92.13% ثم ضرورة معالجة الأسباب الغير المباشر التي تحرم المرأة من حقوقها رغم اعتراف القانون بها و ثم حلت بعض القضايا القانونية والاجتماعية بنسب متقاربة بينما كانت نسبة المحايده أكبر في البند المتعلق بأجور النساء والإسراع بتطبيق قانون الخلع لحل مشاكل النساء بنسبة 38%.

الدراسة الرابعة: الصادق الحمامي، اعتدال مجبري (2015)¹

تتناول دراسة "المرأة العربية في النقاش الافتراضي" بالتحليل زاوية خاصة من فضاء الميديا الاجتماعية، تتمثل في صفحات الميديا التقليدية عبر موقع الفيسبوك حيث سعت الدراسة لرصد تفاعل المستخدمين من الجنسين مع المضامين المتصلة بالمرأة في سياق افتراضي وتفاعلي من خلال مؤشرات متنوعة كالإعجاب والتعليق والمشاركة، حيث يعتبر رصد مضامين التعليقات مدخلا مهما لكشف تمثيلات المستخدمين والمستخدمات لمضامين الميديا حول المرأة وبالتالي تمثلاتهم حولها.

حيث إستندت الدراسة إلى موقف نظري صريح يقر بدور الميديا في مستوى وضع الأجندة للجمهور إزاء قضايا المرأة في الانتقاء والإهمال، والإبراز، فالميديا ليست مرآة لواقع المرأة العربية لأن المضامين التي تقدمها عن المرأة تم بناؤها وإنتاجها وفق أطر ذهنية وثقافية مخصوصة تحدد معاني هذه المضامين.

¹- Sadok Hammami et Atidel Mejbri, Arab women in Virtual debate, A study of women's representation in traditional medid facebook pages, centre of arabe women for training and resear cawtar, Tunis, 2015.

وقد سعت الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف المتمثلة في: فهم أدوار الميديا الاجتماعية في تشكيل صورة المرأة وكذا مقارنة أشكال تلقي الناس وتفاعلهم مع مضامين الميديا ذات العلاقة بالمرأة في الباقات التواصلية الجديدة بالإضافة للكشف عن اهتمام الميديا التقليدية بمسألة في منصاتها الاجتماعية أي الصفحات التي تديرها مؤسسات الميديا التقليدية في مواقع الشبكات الاجتماعية وكذا تفاعل المستخدمين من الجنسين مع المضامين المتصلة بالمرأة والتي تنشرها الميديا التقليدية على منصاتها في الميديا الاجتماعية.

- رصد تفاعل المستخدمين من الجنسين مع مضامين الميديا المتصلة بالمرأة العربية في سياق تفاعلي.
- رصد أنواع المضامين التي تنشرها الميديا على منصات الميديا الاجتماعية حول المرأة نصوص، صور، فيديوهات.
- رصد أشكال تفاعل المستخدمين عبر مؤشرات المشاركة، اعجاب، تعليق، مشاركة.
- رصد التعليقات على وجه الخصوص باعتبارها مؤشر أكثر تعبيرى عن تمثيلات الناس للمضامين ذات العلاقة بالمرأة.

- رصد أدوار الميديا في فضاءات التفاعل الجديد التي تشكل الفضاء العمومي الافتراضي خاصة عبر إدارة الميديا لتفاعل الناس مع مضامينها المتصلة بالمرأة وخاصة عبر موائيق الاستخدام التي تضعها الميديا لتنظيم التعليقات.

تندرج الدراسة ضمن الدراسات الاستطلاعية لأنها تتناول مسائل لم تحظ بالدراسة على المستوى النظري إضافة لغياب منهجية متفق عليها لدراسة صفحات الميديا في الفيسبوك، حيث اعتمدت الدراسة على منظومة منهجية مركبة ومزيج من الأدوات الكمية والكيفية لرصد منصاتها عن المرأة وتحليل أشكال ظهور المستخدمين عبر اسم المستخدم وصور الجدار والوسائط المستخدمة للتعبير وكذا الحجج التي يوظفها المستخدمون والمستخدمات للحديث عن المرأة، وتمثلت عينة الدراسة في عشرة صفحات لميديا عربية تقليدية عبر الفيسبوك تتوفر على بعض مقومات المجال العمومي لأنها مفتوحة لكل المستخدمين ومضامينها متاحة للمشاركين نساء ورجال وقد تم اختيار العينة بأسلوب قصدي، تتضمن العينة 130 منشورا في الصفحات محل الدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوجز أهمها فيما يلي :

- بينت الدراسة أن المواضيع السياسية تحتل المرتبة الأولى في اهتمامات الميديا الخاصة بالمرأة تليها المواضيع الاجتماعية والفنية.

- وضحت الدراسة أن أكثر القوالب استخداما في الصفحات محل الدراسة لنشر المنشورات هي نص مرفق بصورة أولا ثم صورة بمفردها ثانيا ويفسر ذلك بدور الصور في استقطاب المستخدمين والمستخدمات.

- أثبتت نتائج الدراسة وجود تفاوت هام بين الصفحات في مستوى التفاعل حيث تتميز صفحات الميديا العربية التي تتوجه إلى جمهور عريض بنسب عالية من التفاعل وهذا طبيعي بالنظر إلى عدد المشتركين ويمكن تفسير ذلك بالسياق السياسي والحريات المتاحة ومكانة قضايا المرأة في المجال العمومي في المجتمعات التي تنتمي إليها الميديا عينة الدراسة.

- كشفت الدراسة أن المواضيع والتقرير السياسية تستقطب مشاركات أكثر مقارنة بالمواضيع والتقارير الأخرى.

- بينت نتائج الدراسة أن المستخدمين من الرجال أكثر تفاعلا مع المواضيع والتقارير الخاصة بالمرأة مع بعض الاستثناءات في لبنان وتونس ويرتبط هذا التفاوت بشكل مباشر بتفاوت مستوى استخدام الفيسبوك بين الجنسين كما أن اهتمام وتفاعل الرجال مع قضايا المرأة أكثر من النساء لا يعني أنهم مناصرون ومدافعون عنها بل العكس في أغلب الحالات نلاحظ أن هذا التفاعل والاهتمام يكون على شكل تهكم واستهزاء وشتم وسلوكيات عنيفة... الخ..

- وضحت نتائج الدراسة غالبية استخدام الأسماء المستعارة ويرتبط هذا الاتجاه مثلا بالسياق الثقافي والاجتماعي وأنظمة القيم الاجتماعية التي من شأنها أن تدفع المستخدمين لإخفاء هوياتهم الأصلية حتى يتمتعن بقدر من الحرية في التعامل.

- أبرزت الدراسة أن المستخدمين يوظفون نعوتا مخصوصة للحديث عن المرأة منها خاصة، تلك التي تهدف إلى تبخيس المرأة كجسد أو مظهر وإلى نوع النسائية وردّها إلى مرتبة الحيوانية أو تشيئها كما تتواتر نعوت تجعل المرأة الناشطة سياسيا والفاعلة في المجال العمومي متمردة على المألوف الاجتماعي وعلى التقاليد والقيم الفاسدة والمهددة لعرض المجتمع والمفسدة لشرفه.

- وضحت نتائج الدراسة أيضا أساليب عديدة للتفاعل مع المنشورات في الصفحات محل الدراسة لعل أهمها: الشتم والاستهزاء والتهكم والحوار بالحجة لكن كان الشتم والاستهزاء الأسلوبين الأكثر تواترا على حساب التحاور والحجة ويحظيان بأكبر نسب بإعجاب في حين أن المرأة كانت أقل انخراطا في الاتصال العدائي حيث

كانت المستخدمين من النساء أكثر جدية في أغلب الأحيان ولا تلجأ للكلمات النابية والشتائم ذات الإيحاءات الجنسية.

- أثبتت نتائج الدراسة تفضيل المستخدمين لاستخدام النصوص بشكل أساسي للتعبير في الصفحات محل الدراسة مما يعكس رغبة في ابلاغ أفكار وأراء قد لا تكون الصور والأيقونات قادرة على ابلاغها.

- يستند المستخدمون للحجج الدينية والعقلانية والثقافية بشكل عام فأن الحجج الموظفة تعكس في أغلبيتها تمثلات تقليدية للمرأة وأدوارها، تمثلات نمطية للأدوار أو تبخيس المرأة الناشطة، ويوظف المستخدمون على وجه الخصوص موارد ثقافية تقليدية ودينية لتقييم أدوار المرأة ونادرا ما نرى حججا عقلانية أو ثقافية تحررية للدفاع عن المرأة ومناصرتها.

2-3- الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى: للباحثة "إيما كولن Emma Cullen" (2013)¹ والمعنونة بالحركة النسوية والتويتر-دراسة للنشاط النسوي من أجل التغيير الاجتماعي عبر عالم التويتر- بحثت هذه الدراسة في كيفية استخدام المجتمع النسوي لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" كأداة نشطة لخلق التغيير الاجتماعي والعالمي ومحاولة التعرف على طرق استخدام الناشطات النسويات للتويتر في النشاط النسوي ومحاولة نشر الحركة النسوية في المجتمعات، فبالرغم من أن النساء قد قطعن شوطا طويلا في العديد من المجتمعات فيما تعلق بتمكين المرأة إلا أنه من المعروف جيدا أن التمييز ضد المرأة كان جزءا من البيئة الاجتماعية لمعظم الحضارات وأنه لا يزال الكثير منهن يكافحن من أجل تحقيق المساواة ومحاربة القمع بشتى أنواع المشاركة ولقد صاغت الباحثة إشكالية دراستها كالتالي: كيف تستخدم النساء والناشطات النسويات التويتر كوسيلة للتعبير الاجتماعي على نطاق عالمي؟ وللإجابة على الإشكالية المطروحة قدمت الباحثة جملة من التساؤلات الفرعية:

- ما هي طرق استخدام النسويات للتويتر كشكل من أشكال النشاط النسوي؟

- كيف يؤثر الانترنت (تويتر) على النشاط النسوي لتحقيق التغيير الاجتماعي؟

- كيف يكون النشاط النسوي عالمي؟

¹ -Emma Cullen, **Feminism and Twitter A study Feminist Activity fot social Change in the global Twittersphere**, Master These, School of Humanities Orebro university, Sweden, 2013.

- ما هي المجالات والقضايا التي تناقشها النسويات على تويتر؟

وهدفت الدراسة للتحقق من استخدام موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" ضمن المجتمع النسوي والحركة النسوية كشكل من أشكال النشاط. استخدمت الباحثة في هذه الدراسة التي تنتمي إلى الدراسات الوصفية، المنهجية الإثنوغرافية بالاعتماد على أسلوب الملاحظة بالمشاركة والمقابلة المعمقة مع النسويات الناشطات عبر تويتر باستهدافها للمجموعات على اعتبار أن لها عدد كبير من المتابعين إضافة لمتابعة وتحليل محتوى تغريدات المستخدمين النسويات وكذا مراقبة القضايا التي يتم مناقشتها وسلوك النسويات الناشطات على تويتر.

- وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نشير لأهمها فم يلي :

- كشفت الدراسة أن النسويات يستخدمن تويتر كأداة للنشاط النسوي بطرق مختلفة كالتعريف بالنسوية أو الدعوة للفكر النسوي محاولة الدعوة لنصرة الفكر النسوي، المطالبة بالمساواة، نشر الوعي بحقوق وقضايا المرأة والتعبير عن الآراء الخاصة وتمكين المرأة ومثال ذلك لاحظت الباحثة استخدام النسويات للتويتر لمحاولة استقطاب مستخدمين آخرين وتعليمهم الفكر النسوي وتكذيب الأساطير التي تقال حول المرأة ويتجلى ذلك مثلا من خلال الاقتباس التالي والذي استشهدت به الباحثة من أحد التغريدات النسويات عبر تويتر "أستخدم التويتر لمناهضة التمييز الجنسي" وتحدي الخوف من اعلان المثلية الجنسية" وهذه هي المواضيع التي سأقوم دائما بتحدي الآخرين بشأنها" كما توصلت الدراسة الى أن التويتر يستخدم أيضا لتوعية الآخرين بخصوص قضايا المرأة.

- كشفت الدراسة أيضا أن النسويات يشاركن عبر فضاء تويتر في الكثير من الأنشطة الداعمة لمساندة قضايا المرأة ومثال ذلك التوقيع على عرائض يتم تعميمها على تويتر للمطالبة بحقوقهن مثل العريضة التي تم تداولها عبر موقع تويتر تحت عنوان "لا مزيد من الصفحات" وهي عبارة عن حملة تمت بخصوص أكبر صحيفة شعبية في بريطانيا تقوم بطباعة صور نساء عاريات الصدر في صفحتها الثالثة، وكانت هذه الحملة التي اتخذت من بريطانيا مقرا لها تدعو الصحيفة (The Sun) للتوقف عن هذا الفعل وقد شملت الحملة تصميم عريضة تضم أكثر من 101.000 توقيع و 15.000 حساب على تويتر وهذا أكبر دليل لإمكانية التويتر على حشد الجماهير لدعم قضية ما.

- أثبتت الدراسة وجود نوع من أنواع النشاط الغير مباشر للنسويات اللاتي يعبرن عن أنفسهن دون أن يدركن ذلك وبطريقة تتعارض مع وسائل الاعلام السائدة والصور النمطية التي تنقلها وسائل الاعلام حولها مما دفعن للاحتجاج ضد التيار السائد لإلغاء الصورة النمطية السائدة عنهن.

- استخدام النساء لموقع التواصل الاجتماعي تويتر خاصة اللاتي شعرن بالتهميش وبالتالي يجدن أن التويتر مكان لسماع آرائهن، حيث يسمح لجميع النساء بالتعبير عن صوتهن واعطاء جوانب مختلفة للتفكير في القصص والقضايا المطروحة.

- ركزت النسويات على ضرورة التعبير الا أن الحركة النسوية الالكترونية لا تزال ظاهرة جديدة وغير منتشرة على نطاق واسع في جميع أنحاء العالم.

- كما أثبتت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تويتر أكثر انتشارا واستخداما في الدول المتقدمة عن الدول النامية.

الدراسة الثانية: هوية المرأة الإيرانية والفضاء السيبراني- دراسة حالة حرية التخفي- للباحثة صديقة

كريمي (2015) Sadigheh Karimi¹

استهدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة الكشف عن تمثيلات الهوية الجندرية للمرأة في وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في الانترنت، وذلك بالتركيز على خاصية حرية التخفي أو إخفاء الهوية الحقيقية، حيث تعمل المرأة الإيرانية على تشكيل هويتها الافتراضية بالتححرر من قيود المجتمع الذكوري، حيث ذهبت الباحثة لسرد المنظورات والمقاربات النظرية حول النسوية السرانية وذلك بطرح مفهوم وعلاقة الهوية بالنوع الاجتماعي (الجندر)، ثم البحث في عناصر تشكل هوية النسوية وعلاقتها بوسائل الإعلام الحديثة وتأثيرها على هوية المرأة الإيرانية وتحليل التغييرات التي تؤثر عليها خاصة مع التحولات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية التي طرأت على المجتمع وفرضت عليه وعلى المرأة خاصة مواقف انتقالية تعطي أبعادا أكثر حرية للمرأة الإيرانية في التعبير عن هويتها،

¹- Karimi Sedigheh, Iranimi women's identify and Cyberspace ,Case Study of Stealthy freedom- Joournal of Social Science Studies,University of Melbourne, vol 2, n01, 2014, Australia.

وانطلاقاً من دراسة أنشطة المرأة الإيرانية في السنوات الأخيرة عبر وسائل الإعلام الجديدة توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجز أهمها فيما يلي :

- أدركت المرأة الإيرانية أهمية الانترنت كوسيلة اتصال سعت لاستخدامها لتحقيق المزيد من النجاح لبلوغ أهدافها، بالرغم من سيطرة الحكومات على شبكة الانترنت والتحكم في استخدامها، إلا أن الناشطات الإيرانيات لم يفقدن الأمل في العمل على تحقيق أهدافهن وأثبتوا درايتهم بطرق استخدام التكنولوجيا لبلوغ وتحقيق أهدافهن.
- كشفت الدراسة أنه بالرغم من الهيمنة الذكورية في المجتمع إلى أن المرأة الإيرانية استطاعت بالمضي قدماً ورفع مكانتها الاجتماعية تدريجياً واثبات ذاتها والانسلاخ من نمطية كونها فقط أمهات وربات بيوت جل اهتمامها متعلق بالأسرة والمزمل، لتصبح محورا أساسيا ومؤثرا في الحياة الاجتماعية العامة.
- كما أكدت الدراسة أن وسائل الإعلام الجديدة تقدم فرصا للمرأة تساعد على تشكيل وبناء هويتها بالاعتماد على ذاتها في المجال العام. ومثال ذلك الخصائص والخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك على اعتباره أحد وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل هوية افتراضية ومجال لفرض الذات الشخصية ووسيلة لأرشفة المعلومات والعلاقات الاجتماعية وأداة لتسجيل التفاعلات المستمرة.
- وبالتالي يعتبر مجال لأرشفة الذات وتخزين السير الذاتية للأشخاص وتعزيز الذاكرة الاجتماعية وتحويل الى سجل لنسيج حياة الأفراد اليومية أو بالأحرى الحياة التي يرغب المستخدم بتصويرها ونقلها للأخر عنه وبالتالي فهو مجال واسع لبناء وتشكيل الهوية الافتراضية التي ترغب المرأة في صنعها.
- خلاصة كل ذلك يعتبر أن الفضاء السيبراني (الالكتروني) يمثل لحظة جديدة عن الأمل بالنسبة للكثير من الفئات والأشخاص المهمشين بما في ذلك النساء، حيث يوفر بيئة طبيعية وتفاعلية افتراضية مفتوحة لهؤلاء الأشخاص لتمثل المستقل وإمكانية إدخال هويات جديدة.

الدراسة الثالثة: للباحثة "يوجاتا سوبرامانين" Subramanian Sujatha¹

تمحورت إشكالية الدراسة في تسليط الضوء على تطور النشاط النسوي في الهند حيث كان من الصعب تحديد الفترة بالضبط التي بدأت فيها النسويات باستخدام الانترنت في نشاطها النسوي بالهند، ويمكن اعتبار استخدام (نيتشا سوزان) للفيس بوك لحملة Pink chaddi نقطة تحول في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في النشاط النسوي حيث أطلقت الحملة عام 2009 كرد فعل احتجاجي على هجوم مجموعة الهند اليمينية على نساء في أحد مقاهي ماينجالور، وقامت النساء اللواتي أطلقن على أنفسهن اسم مجموعة النساء المتحررات بإطلاق مجموعة عبر الفيس بوك شهدت قرابة 30.000 عضو في غضون أسبوع وقام الأعضاء بإدارة الحملة التي أصبحت شعبية وطريقة مبتكرة للاحتجاج في النشاط النسوي، من هنا تم اكتشاف مدى استيعاب التكنولوجيا الرقمية من قبل النسويات الهنديات لجذب انتباه العديد من الأشخاص للقضايا النسائية.

وجاءت هذه الدراسة عن النشاط النسوي في الفضاء الإلكتروني نتيجة اندماج ومشاركة الباحثة الخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالسياسات النسائية، أين عملت الباحثة على إنشاء صفحة لمناقشة قضايا العنف ضد النساء عبر الانترنت وإتباع المنهجية الاثنوغرافية للكشف عن النشاطات النسوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- اهتمت هذه الدراسة بالبحث في مدى مساهمة التكنولوجيا الرقمية في السياسات والنشاطات النسائية، وفيما اذا كان النشاط النسوي له القدرة على تغيير نمطية ارتباط التكنولوجيا الرقمية بالمجتمع الذكوري، وقد هدفت الدراسة للبحث في كيفية تحول النشاط النسوي في المجتمع الهندي باستخدام التكنولوجيا الرقمية ومناقشة أشكال العنف الجنسي والنوع الاجتماعي. قدمت الباحثة مجموعة من التساؤلات للدراسة منها :

- هل تمكن وسائل التواصل الاجتماعي من تشكيل شبكات تضامنية بين الأفراد المهمشين؟

- هل تساعد وسائل الاتصال الحديثة وتكنولوجيا الاتصال الرقمي في بناء تكتلات وحركات نسائية؟

ولإتمام إجراءات الدراسة قامت الباحثة بإجراء مقابلات معمقة ومنظمة مع 13 فردا وجها لوجه أو عبر الهاتف، بالإضافة لتحليل النصوص والمنشورات المتعلقة بالنشاط النسوي من خلال المجموعات التي كانت الباحثة

¹-Sujatha Subramanian, From the streets to the web, looking at feminist Activism on Social Media, Reveiw of women's studies Economic and political weekly, Odisha, 2014.

مشاركة ومنظمة فيها بهدف التحليل النصي لطرق مناقشة النسويات لقضايا النسوية عبر هذا الفضاء مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية وسياسة المجموعات والصفحات التي انظمت إليها، تمحورت أسئلة المقابلة حول الوضع الديموغرافي وتأثر سياسات النسوية بوضعهم الاجتماعي، ووصف مشاركتهم مع وسائل التواصل الاجتماعي وكذا آرائهم في النشاط النسوي عبر الانترنت مقارنة بأنماط النشاط الأخرى ومدى تأثير التكنولوجيا الرقمية على النشاط النسوي وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوجز أهمها كما يلي :

- إن التكنولوجيات الرقمية لها أهمية كبيرة وأساسية في تعبئة الجماهير وانشاء مبادرات مختلفة.

- توصلت الدراسة إلى أن النشاط النسوي عبر الانترنت مستقل تماما عن الحركات الداخلية في المجتمع والتي قد تشكل مصدر قلق.

- ساعدت المجالات الالكترونية وقضاء الانترنت على ظهور العديد من التكتلات النسوية المختلفة وخلق مساحات تمكن النساء من مشاركة آرائها وأفكارها وحتى قصصها الشخصية وتشكيل وحدات تضامن ويؤثر لرفع الوعي النسوي.

- وضحت نتائج الدراسة تركيز النشاط النسوي عبر الانترنت لطرح مواضيع الجنس والمتعة وخلق العديد من المواضيع الأكثر حراً والتي تعتبر تهديدا للثقافة الهندية وعليه سعت السلطات الهندية للسيطرة على مثل هذه التعبيرات والأفكار واستجابة لذلك استخدم الناشطون في مجال حقوق المرأة مساحات على الانترنت لمناقشة وإعادة صياغة أفكار هندوتفا عن الثقافة والهوية الجنسية في الهند ومن هنا استعاد الناشطون النسويون فضاءهم عبر الانترنت لإنشاء مجموعات تعمل على ابتكار وطرح الأفكار المعارضة والتي تسمح لهم بصياغة تفسيرات لهوياتهم ومصالحهم واحتياجاتهم.

- كما أثبتت نتائج الدراسة أنه في خصم القضايا والأفكار المتنوعة التي يتم طرحها عبر الفضاء الرقمي فان قضايا المساواة والعنف ضد المرأة قد حد من التعبير عن الأفراد المهمشين بما في ذلك النساء.

- كما أشارت الباحثة لضرورة توسيع نطاق التعريف بالنشاط النسوي واستنباط العلاقة بين النوع الاجتماعي (الجندر) وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وأنها ليست مقتصرة على الذكور فقط.

2-4: جوانب الاستفادة من الدراسات المشابهة:

بالرغم من عدم مطابقة الدراسات المشابهة لموضوع دراستنا واقتصار الأمر على وجود توافق وتشابه إما في مجال البحث، أو اشتراكها في متغيرات الدراسة، حيث تناولت في مجملها موضوع قضايا المرأة عبر وسائل الإعلام والاتصال مع اختلاف في الطرح فقد تنوعت بين الدراسات الكمية التي تبحث في استخدام النساء لمواقع التواصل الاجتماعي "صفحات الفيسبوك والمدونات" وكذا طريقة تقديم ومعالجة هذه الأخيرة للقضايا المتعلقة بالمرأة وأخرى كيفية البحث في دلالات مضامين الأفلام والسينما العربية وطريقة طرحها ومعالجتها لقضايا المرأة. وفيما يلي نحاول توضيح أهم أوجه الاستفادة من الدراسات المشابهة:

أ- الدراسات الجزائرية:

الدراسات المشابهة الجزائرية التي تناولت هذا كانت قليلة جدا، نلاحظ أنها تتميز بقدر من الانسجام المنهجي، حيث اعتمدت دراستا الباحثتان "عواطف زراري" و "نفيسة نايلي" المنهجية الكيفية في معالجة موضوعي بحثهما باختيار عينة كبيرة نسبيا من الأفلام التي تتناول موضوع الخطاب النسوي وقضايا المرأة في الأفلام العربية، إضافة إلى الجديد الذي قدمته دراسة الباحثة "نومار مريم ناريمان" باعتمادها المنهجية المختلطة بالدمج بين الكم والكيف في المناهج والأدوات لجمع بيانات الدراسة واستخدامها لأداة جديدة توافقت وخصوصية شبكات التواصل الاجتماعي وهي المجموعات البؤرية.

ورغم أن الدراسات الجزائرية المعتمدة في هذا العنصر ليست مطابقة لموضوع دراستنا ووجود اختلافات في الناحية المنهجية وكذا مجال البحث، إلا أنه هناك اشتراك في متغير النسوية وقضايا المرأة، فقد استفادت الباحثة منها في الجانب النظري التوثيقي للدراسة، لما تحمله من تراث نظري قيم متعلق بتاريخ النسوية وتنوع قضايا المرأة المطروحة فيها، إضافة للاستدلال بنتائجها في الجانب التطبيقي للدراسة في تحليل وتفسير النتائج بنظرة تكاملية، كما استفادة بشكل أكبر من دراسة الباحثة "نومار مريم ناريمان" نظرا لتشابه الدراستين في البحث في شبكات التواصل الاجتماعي وكذا الإجراءات الميدانية والأساليب الإحصائية.

ب- الدراسات العربية:

تعد الدراسات العربية المشار إليها فيما سبق أكثر قربا وصلة ومشاهدة لموضوع دراستنا، مقارنة بالدراسات الجزائرية المتحصل عليها، حيث تناولت هذه الأخيرة في مجملها متغيري قضايا المرأة وشبكات التواصل الاجتماعي، وقد اتجهت كل هذه الدراسات المنحى الكمي في البحث وهو نفس اتجاه بحث موضوع دراستنا، حيث بحثت جلها في استخدامات النساء لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهن نحو قضايا المرأة فيها، إضافة لرصد طبيعة مضامين هذه الأخيرة المتعلقة بقضايا المرأة، مع الاتفاق في استخدام المنهج الوصفي المسحي والاعتماد على عينات ميدانية كبيرة نسبيا، وقد لاحظت الباحثة أن الدراسات المعروضة لاقت نفس الإشكال الذي تعرضت له الباحثة في تحديد نوع عينة الجمهور في الدراسة الميدانية أين توجه الباحثون إلى اختيار العينات القصدية أو العرضية رغم إشكالاتها المنهجية مع توجه دراساتهم، وقد يكون ذلك بسبب خصوصية الوسيلة واستخدام استمارة الاستبيان الإلكتروني مع جمهور غير واضح ويصعب تحديده والتحكم به، وهي من بين الإشكالات المطروحة في دراسة الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد.

ولقد استفادت الباحثة من هذه الدراسات بشكل كبير في بناء أرضية متينة للانطلاق في موضوع الدراسة، وذلك باستخلاص الأبعاد والمؤشرات التي يتم التركيز عليها انطلاقا من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات، إضافة لاستخدامها كمراجع توثيقية في الجانب النظري التوثيقي للدراسة نتيجة ندرة المراجع والكتب المتعلقة بمتغير الحركة النسوية، كما اعتمدت الباحثة عليها بشكل أساسي في بناء وتصميم أداتي الاستبيان وتحليل المحتوى، وكذا الاعتماد على النتائج المتوصل إليها في تحليل وتفسير ومقارنتها بنتائج الدراسة الحالية.

ج- الدراسات الأجنبية:

أما فيما يخص الدراسات الأجنبية فقد اتضح للباحثة أنها أيضا دراسات مشابهة لموضوع الدراسة الحالية، في متغيري النسوية وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث اشتركت في عمومها في البحث عن طبيعة نشاط هذه الحركة النسوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى حرية المرأة في هذا الفضاء في التعبير عن ذاتها، إلا أنها تختلف عن دراستنا هذه في المنهجية المتبعة، حيث اعتمدت الدراسات الأجنبية التي تم عرضها سابقا، كلها على المنهجية الكيفية باستخدام المنهج الإثنوغرافي وتطبيق أداتي الملاحظة بالمشاركة والمقابلة المعمقة مع النسويات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ورغم الاختلافات المنهجية بين الدراسات الأجنبية وموضوع دراستنا إلا أن هذا لم يمنع الاستفادة منها في الاستدلال بنتائجها في تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية الحالية كما استفادت الباحثة بشكل أساسي من دراسة الباحثة " إيما كولن " حول الحركة النسوية والتوتر نتيجة التشابه بين موضوعي الدراسة، أين اعتمدت الباحثة على النتائج التي توصلت لها الدراسة في التعليق على الجداول وتحليل البيانات المتحصل عليها وفق رؤية تكاملية نتيجة اختلاف الأدوات والمناهج المستخدمة في الحصول على هذه النتائج.

الفصل الثالث

تطور الاعلام الالكتروني والتفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

Log In



أولاً: تطور الإعلام الإلكتروني

- 1- الإعلام الإلكتروني، المفهوم والخصائص
- 2- مظاهر تطور وسائل الإعلام الإلكتروني
- 1.2- شبكات التواصل الاجتماعي، الاستخدامات والوظائف
- 2.2- الفيسبوك، خصائص الموقع والصفحات

ثانياً: التفاعلية والأثر في شبكات التواصل الاجتماعي

- 1- بين التفاعلية والأثر، المفهوم والمصطلح في دراسات الإعلام
- 2- أبعاد ومستويات التفاعلية وتطبيقاتها على شبكات التواصل الاجتماعي
- 3- أبعاد ومستويات الأثر وتطبيقاته على شبكات التواصل الاجتماعي

أولاً: تطور الإعلام الإلكتروني:

1- الإعلام الإلكتروني، المفهوم والخصائص:

1.1- إرهاصات نشأة وتطور الإعلام الإلكتروني:

تعود البدايات الأولى لنشأة الإعلام الإلكتروني الذي نشهده اليوم ونعيش عدداً من معطياته إلى سلسلة من التطورات التقنية المترابطة والمتلاحقة، والتي بدأت في وقت مبكر منذ حقبة السبعينيات من القرن الماضي، وتمت على صعيد شبكة الانترنت¹ وقد ظهرت ملامحه الأولى مع ظهور الانترنت عام 1969 في الولايات المتحدة الأمريكية حينما كلفت وزارة الدفاع الأمريكية مجموعة من الباحثين بمهمة البحث لإيجاد شبكة اتصالات تستطيع أن تستمر في الوجود حتى في حالة هجوم نووي، وللتأكد بأن الاتصالات الحربية يمكن استمرارها في حالة حدوث أي حرب، أين قام مجموعة من علماء جامعة (كاليفورنيا) بتجربة علمية تمثلت في محاولة ربط جهاز حاسب آلي في مدينة "لوس أنجلوس" بجهاز آخر في مدينة "منو بارك" بواسطة خط هاتف بحيث يستطيع الجهازان أن يعمل معاً في شكل نظام اتصال مغلق، وقد كانت هذه التجربة جزءاً من متطلبات إيجاد وسائل اتصال ذات فاعلية ومضمونة لإبقاء الصواريخ النووية الأمريكية قابلة للاستخدام في حالة تعرض أمريكا لضربة مدمرة²، وفي عام 1972 دخلت هذه الشبكة عالم البث المتاح للجميع، وبدأ العمل على تطوير تقنية تسمح باستخدامها على نطاق واسع³.

وكانت تلك الأبحاث بمثابة العمود الفقري للبنية التحتية لشبكة المعلومات العالمية، والتي بدأت تقدم للناس عملياً سنة 1985 أين كان عدد المشتركين في تزايد مستمر حتى تحولت إلى أضخم شبكة في تاريخ البشرية، ومن هنا بدأ ظهور الإعلام الإلكتروني بأشكاله المختلفة، التي قدمت تسهيلات كثيرة للجمهور باعتبارها وسائل إعلامية جديدة، سريعة الانتشار وقليلة التكلفة مقارنة بالكم الهائل من الامتيازات التي قدمتها، ومن خلالها بدأ الطابع التواصلي للإعلام كحقل تواصلي معرفي واجتماعي جديد، وتطور حتى أصبح اليوم أحد أهم الركائز في

¹ - سعد ياسين يوسف، الإعلام الإلكتروني، صحيفة المثقف أمؤذجاً، مقال من صحيفة المثقف، العدد 4028، متاح على الرابط، ns1.almothaqaf.com/h/2016-2/906449-electronic-media، تاريخ الولوج للموقع، 2017/09/15، سا 18.24.

² - علي حجاز إبراهيم، الإعلام البديل، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، د سنة، ص 79

³ - سعد ياسين يوسف، مرجع سبق ذكره.

المجتمع وأهم وسائل الإعلام والاتصال فيه مستمدا خصائصه ومميزاته من الانترنت التي تقدم امتيازات عديدة لمستخدميها¹.

صار مصطلح الإعلام الالكتروني يطلق على تكنولوجيات الاتصال الجديدة وثورة المعلومات، التي أنتجت وسائل الإعلام الجديد بتطبيقاته المختلفة الواسعة الانتشار والكثيفة الاستخدام من طرف الجمهور أين أصبح ممكنا التنبؤ بميلاد عصر اتصالي جديد أطلق عليه الباحثون والدارسون عددا من المسميات، مثل: العالم الافتراضي، الاتصال الرقمي وغيرها من التعبيرات التي تعبر عن ظاهرة إنسانية تقنية واحدة، فالإعلام الالكتروني ساهم في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القائمة على احتكار النخب السياسية والثقافية لوسائل الإعلام وباقي وسائل التعبير في الفضاء العام.

فالمتبع للتطور الكرونولوجي بمراحله يخلص إلى أن ظهور شبكة الانترنت أحدثت النقلة النوعية في حياة المجتمعات، نتيجة الإفرازات والتبعات التي جاءت وليدة الثورة التكنولوجية مترجمة فيما سمي بعد ذلك بالإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي أو بالإعلام الالكتروني وغيره من التسميات التي تصب في مفهوم واحد ويمكن إيجاز هذا التطور الكرونولوجي لوسائل الإعلام الإلكتروني كما جاءت في كتاب الإعلام الالكتروني، الأسس وآفاق المستقبل في النقاط التالية².

تم اكتشاف البريد الالكتروني سنة 1972 من قبل "راي توملينسون"، يليها عمل جامعة "مينيسوتا الأمريكية" على تطوير واجهة سهلة لاستخدام الانترنت سنة 1991، ليتم بعد ذلك في يناير 1995 ظهور نطاق "Yahoo.com" كخدمة بريد الكتروني، وفي الشهر التاسع من سنة 1997 يتم إطلاق عملاق البحث على الشبكة العنكبوتية "Google" كأضخم تقنية على شبكة الانترنت حتى ذلك الوقت، لتعمل بعد ذلك صحيفة "الجارديان البريطانية" على تصميم وإطلاق نسختها الإلكترونية عبر شبكة الانترنت كأولى مظاهر وأشكال الإعلام الإلكتروني، ومن هنا توالى ظهور مختلف تطبيقاته وأشكاله، فعقب الصحف الإلكترونية، برز إلى الساحة موقع "Fac book" في فبراير 2004 لطلبة جامعة "هارفاد" قبل أن يصبح أكثر المواقع شعبية على الانترنت، وبتزايد عدد مستخدميه يوميا إلى يومنا هذا. ليتم بعد ذلك في سنة 2006 إطلاق كل من موقعي "تويتر" و"ويكيليكس" وتوالى بعد ذلك ظهور العديد من المواقع والتطبيقات.

¹ - انظر، ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص18

² - انظر، مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص151

فمنذ أواخر عام (2005) دخلت شبكة الانترنت مرحلة جديدة، تحولت فيها مفاهيم عناصر العملية الاتصالية وتبادل للأدوار وأصبح بإمكان المستخدم أن يكون مرسلًا ومستقبلًا للمادة الإعلامية في آن واحد، وبفضل هذا كله غدت هناك مواقع على غرار موقع الفيسبوك وتويتر، تتيح لزوار الشبكة ومستخدميها امتلاك حسابات يمكنهم من خلالها التواصل وتحميل ملفات الصوت والصورة والنصوص والاطلاع على مجريات وقائع العالم، وأن يتحكموا في مضامين هاته الحسابات وكيفية التفاعل معها من طرف الغير من خلال الإعدادات الخاصة بالحساب كإتاحته على نطاق ضيق أو جعله عاماً للجميع، إضافة إلى ظهور عدد من الصحف والمجلات الالكترونية والمدونات ومختلف التطبيقات التي شكلت في وقتها ظاهرة إعلامية واتصالية فتحت أفقاً عديدة للجمهور باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة.¹ فالانترنت لم يسهل فقط عملية الوصول إلى المعلومات والأخبار والبيانات، بل أتاح الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات.²

إن بداية تشكل مفهوم الإعلام الإلكتروني كانت مع الثورة الالكترونية التي تعد ثورة الاتصال الثالثة بعد ثورتَي المعلومات التي أحدثت انفجاراً معرفياً، وثورة وسائل الاتصال الحديثة التي بدأت باستخدام الراديو بدايات القرن العشرين وصولاً إلى التلفزيون الرقمي باستخدام الحاسبات الالكترونية وشبكاتهما، وهي ما اصطُح عليه أيضاً "الثورة الرقمية" وقد جاء مفهوم الإعلام الإلكتروني ليعبر عن التزاوج بين الكمبيوتر ووسائل الاتصال وقد كان من أبرز أوصافه ما عرف بـ: "طريق المعلومات السريع" الذي تعرفه "اليونسكو" بأنه شبكة رقمية تربط بين عدد كبير من المواقع الرابطة بين العديد من الكمبيوترات والمنازل للتمكين من الانتقال السريع للمعلومات والبرامج خاصة المواد المصورة والمرئية.

كما أن تحقق ميلاد هذا المفهوم يؤكد ما سبق وتنبأ به "مارشال ماكلوهان" حول مفهوم القرية الكونية التي تنبأ ببداية تشكلها بعد عام 1900م عبر شبكة الاتصالات الالكترونية عن بعد انطلاقاً من الراديو وصولاً إلى التلفزيون فالحاسوب مربوط بمختلف الشبكات الداخلية أو الخارجية أو الويب العالمية، والتي توسعت فيما بعد لتشمل كل أجزاء العالم في مجال واحد. فقد شهد عقد الثمانينات تطوراً سريعاً نتيجة تكنولوجيا الاتصال الحديثة،

¹ - علي حجاز إبراهيم، الإعلام البديل، مرجع سبق ذكره، ص 79.

² - سعد ياسين يوسف، الإعلام الإلكتروني، صحيفة المثقف أمودجاً، مرجع سبق ذكره.

وإدخال وسائط مثل الألياف الصوتية والبصرية، والأقمار الصناعية، واتسعت رقعة التطور بعدها لتطال مبتكراً جديداً ولد لنا مختلف وسائل الإعلام والاتصال الالكترونية الرقمية.¹

2.1- مفهوم الإعلام الالكتروني:

اختلفت وتنوعت التعريفات المقدمة من قبل العلماء والباحثين والدارسين في مجال الاتصال لمفهوم الإعلام الإلكتروني، إلا أنها ورغم ذلك تصب في معنى عام واحد مرتبط بطبيعته الأساسية المنبثقة من كونه أحد نتائج تطورات تكنولوجيا الاتصال وشبكة الانترنت التي يستمد أبعاده وخصائصه الأساسية منها، وفيما يلي نقدم بعض التعريفات الشائعة لمفهوم الإعلام الإلكتروني:

حيث يعرف الإعلام الإلكتروني اصطلاحاً على انه: "إعلام متميز فتح صفحة نوعية في تاريخ الاتصال من خلال إتاحة الاتصال التفاعلي وإضفاء الطابع الديمقراطي على العملية الاتصالية من خلال توفير الفرصة لأن يكون الفرد مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد وفي التعبير عن الرأي ونشر الأفكار والتوجهات على نطاق واسع"²

وفي نفس الاتجاه نجد التعريف التالي لمفهوم الإعلام الإلكتروني "Electronic Media" بأنه الإعلام الذي يقوم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت يحض هذا النوع بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك لسهولة الوصول إليه، وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية، وتعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة والأقراص المدججة والانترنت أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث"³ في حين يذهب التعريف التالي لمفهوم الإعلام الإلكتروني لإبراز وظائفه ومدى توافقه مع الإعلام بشكل عام مع اختلاف في التقنيات المستخدمة فيقول: "يعبر الإعلام الإلكتروني عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الالكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه فهو يشترك مع الإعلام بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة، بيد

¹ - آمنة قجالي، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية - دراسة في استخدامات واشباع النخبة الأكاديمية الجزائرية دراسة تحليلية ميدانية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة، غ منشورة، جامعة باتنة 1، 2017، ص 125.

² - عبد الله سعود السراي، دور الإعلام الإلكتروني في نشر الأبحاث الأمنية، بحث مقدم في ندوة الإعلام الأمني الإلكتروني، الرياض، 2012، ص 4.

³ - علي كنعان، الصحافة: مفهومها وأنواعها، ط1، دار المعتز للنشر، عمان، 2013، ص 178.

انه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة المتمثلة في استخدام الآلية والأجيال المتطورة من الهواتف النقالة وتصفح شبكة الانترنت ، وهو يركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الإعلام "1.

ويمكن تدعيم هذه الفكرة من خلال التعريف التالي الذي يعتبر: "أن الإعلام الالكتروني هو عبارة عن نوع جديد من الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية ، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ، وفرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية ، كمحطات البث المطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل ويمكن أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها مع إدارة الموقع أو مع المتلقي"2.

كما يمكن أن يعرف الإعلام الالكتروني بأنه "الخدمات والنماذج الإعلامية التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آليا أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل والمضمون، ويشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية غنية"3.

ويذهب "أبو عيشة" بأنه: "الخدمات والنماذج الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي، آليا أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل والمضمون. فالإعلام الالكتروني هو الإشارات والمعلومات والصور والأصوات لمواد إعلامية بإشكالها المختلفة التي ترسل أو تستقبل عبر مجال مغناطيسي"4.

¹ - رضا أمين الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص36.

² - أمير عكاشة، الانترنت..عالم مخيف...مزاياه لا تحصى، ط1، وكالة الصحافة العربية، ب د، ب س، ص 28-29.

³ - ياسر الخزاعلة، جميل السمكي، إدارة الإعلام الأمني بين نظرية والتطبيق، ط1، دار الخليج، عمان، 2017، ص33.

⁴ - صالح بن علي آل شايح القحطاني، إسهامات الإعلام الالكتروني الجديد في تعزيز البرامج الإعلامية بالدفاع المدني السعودي، أطروحة دكتوراه، تخصص الفلسفة في العلوم الأمنية، منشورة، الرياض، 2012، ص14.

انطلاقاً من التعريفات السابقة يمكن أن نخلص إلى تحديد مفهوم المصطلح على أنه : عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، إلا أنه يعتمد على تقنيات الكترونية حديثة ناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث تسمح للإعلاميين تقديم مضامينهم الإعلامية في نطاق واسع بطريقة الكترونية تسمح للمتلقي بمناقشة هذه المضامين مع إدارة الموقع أو مع أفراد آخرين.

3.1- خصائص ومميزات الإعلام الالكتروني والفرق بينه وبين الإعلام التقليدي :

1.3.1- خصائص الإعلام الالكتروني:

فرض الإعلام الالكتروني بتنوع أشكاله ووسائطه واقعاً إعلامياً جديداً من حيث سعة الانتشار وضخامة التغطية وكثافة الإقبال وكذا تعدد أطراف العملية الاتصالية عبره وتغير العديد من المفاهيم الإعلامية والاتصالية ويتأكد هذا الطرح من خلال الخصائص والمميزات الكثيرة والمتنوعة التي يتمتع بها، ولقد لاحظنا اختلاف تقديمها من مرجع لآخر، فهناك من يقوم بعملية إسقاط لخصائص الانترنت وتكنولوجيا الاتصال على الإعلام الالكتروني باعتباره بعداً من أبعادها، وهناك من يضيف عليها بعض المميزات الخاصة وعليه سنحاول في هذا العنصر تقديم خلاصة ما تم التوصل إليه من خلال المراجع والكتب المتحصل عليها:

التفاعلية¹: وتعني انتهاء فكرة الاتصال الخطي أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي وهو ما يتسم به الاتصال الجمعي والجماهيري والثقافي اعتماداً على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية. وقد ولى زمن الخطية وأصبح الاتصال ذو اتجاهين، حيث تتبادل فيه أطرافه الأدوار ويكون لكل طرف القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في المكان والزمان الذي يناسبه بالدرجة التي يراها، وقد نتج عن ذلك عدة تحولات في العملية الاتصالية هي:

- لم يعد دور المتلقي يتوقف عند التلقي أو القيام بالفهم والاستيعاب بعيداً عن المرسل، لكن تحول إلى مشارك في عملية الاتصال ومؤثر في بناء عناصرها عبر تعدد اختياراته.
- لا تتوقف المشاركة على الاختيار بل تمتد إلى التأثير في بناء المحتوى وتوجيهه.

¹-آمنة فجال، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، دراسة استخدامات واشباعات النخبة الأكاديمية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص127.

- إمكانية تعدد المشاركين في عملية الاتصال عن بعد في وقت مترامن من خلال عدة وسائط مثلًا المشاركة في المؤتمرات عن طريق تقنية الفيديو عن بعد باستخدام أحد وسائل الإعلام الإلكتروني، مع إمكانية تبادل الأدوار وفقاً لاتجاه الحوار ونتائجه.

المرونة¹: تبرز خاصية المرونة على مستويين، مستوى الاستخدام بالنسبة للمتلقي وتتعلق بمدى معرفة المستخدم وقدرته على استخدام الحاسوب و تقنية الانترنت التي تخوله لسهولة معالجة المعلومات وتخزينها. مرونة كلما زادت معرفة المتلقي بإجراءات الاستخدام وكذا كلما ازدادت قدرات الحاسوب المستخدم، بالإضافة إلى المستوى الإعلامي الذي تبرز خاصية المرونة فيه من خلال إمكانية وقدرة المستخدم من الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والتولوج إلى أكبر قدر من المواقع مما يتيح له فرصة اختيار والتميز بين المعلومات المتحصل عليها. ويمكن ترجمة هذه الخاصية في قدرة الانترنت على زيادة مرونة الإعلام الإلكتروني من خلال معالجة المعلومات وتخزينها بمختلف الأشكال والطرق، فضلاً عن عرضها بعدة أشكال وأنماط لا تؤدي إلا إلى الاختصار أو الحذف كما في حالة الإعلام التقليدي، بالإضافة إلى تمكين المستخدم من الوصول إلى عدد كبير من مصادر المعلومات.²

الشمول والتنوع والتكامل والاندماج: حيث كان الصحفي أو الإعلامي يعاني في الإعلام التقليدي من ضيق المساحة المتخصصة لتناول موضوع معين، أو نشر أو تحقيق أو إنجاز أي مادة إعلامية. ومع تطور التقنيات الرقمية في الاتصال وتعددتها. بالإضافة إلى خاصية التخزين عبر الذاكرة الرقمية والإتاحة للمحتوى الاتصالي تنوعت عناصر العملية الاتصالية ووفرت للمتلقى خيارات أكبر لتلبية حاجاته ودوافعه، وشمل هذا التنوع ما يلي:

- تنوعاً في أشكال وقوالب الاتصال (الاتصال الصوتي والكتابي والفيديو...الخ).
- تنوعاً في المضمون الذي يختاره المتلقي من حيث وظائف أو مجالات هذا المحتوى أو وسائل ترميزه وروابطه وتفسيراته من خلال المضمون الذي يختاره المتلقي من حيث وظائف أو مجالات هذا المحتوى أو وسائل ترميزه وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص الفائقة أو التشعبية.

¹ - انظر، مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، مرجع سبق ذكره، ص153

² - عبد الله سعود السراي، دور الإعلام الإلكتروني في نشر الأبحاث الأمنية، مرجع سبق ذكره، ص 13

إن كلا من التنوع والشمول جعلتا من شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها، والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه في منظومة واحدة توفر للمتلقى الخيارات المتعددة في إطار التكامل... وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب التعرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة. وتشير الدراسات الحديثة حول الإعلام الجديد (الالكتروني) إلى حالة التناهي بين وسائل الإعلام الجديد كإحدى الصفات التي تتصف بها فتكنولوجيا الإعلام الجديد أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، والتي كانت في الماضي مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل .

حرية الفكر والرأي والتعبير: بعد أن واجهت وسائل الإعلام التقليدية تدخلات السلطات الرسمية من مختلف دول العالم بالمنع أو القمع أو الحجز أو التوقيف، إذ أن قدرة التحكم في وسائل الإعلام ألغيت في كثير من الأحيان السلطة الرابعة التي امتلكتها هذه الوسائل على مر الزمن. جاءت الوسائل الالكترونية لتجعل حرية الإعلام الحقيقية لا مفر منها، وذلك عبر قدرتها على اختراق الحواجز المكانية والزمنية، وتمكينها للمواطنين البسطاء من النشر وإيصال رسائلهم وتظلماتهم إلى كافة أنحاء العالم.¹

المساحة الجغرافية: ويقصد بها قدرة الإعلام الالكتروني على تغطية مساحات جغرافية واسعة من مختلف أنحاء العالم، وإمكانية الوصول إلى الأفراد المستخدمين شرط اشتراكهم واندماجهم في العالم الإلكتروني و التفاعل مع وسائله وتطبيقاته، حيث يمكن للمواقع و الشبكات الالكترونية الوصول إلى مستخدميها وتقديم خدماتها لهم بسهولة ويسر على خلاف وسائل الإعلام التقليدية التي لطالما كانت مقيدة بحدود جغرافية محددة تتحكم بها قوانين معينة، وحتى إذا تمكنت بعض الوسائل التقليدية من تجاوز محليتها وقيودها فإنها لاتصل لدرجة ضمان نشر رسائلها الإعلامية إلا لعدد محدود من المتلقين في العالم، لذلك تعمل العديد من وسائل الإعلام والاتصال إلى شق طريقها واستحداث نسخ الكترونية وصفحات ومواقع خاصة لها عبر الانترنت و الإعلام الالكتروني لتستفيد من هذه الخاصية وتستطيع تخطي حدود المساحة الجغرافية.²

¹ - آمنة فجالي، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، دراسة استخدامات واشباكات النخبة الأكاديمية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 127

² - انظر، عبد الله سعود السراني، دور الإعلام الالكتروني في نشر الأبحاث الأمنية، مرجع سبق ذكره، ص 10

تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية: من المعروف أنه يطلق على شبكة الانترنت شبكة الشبكات لما تجمع فيها من شبكات محلية وإقليمية ودولية أصبحت لا تعد ولا تحصى بالنظر للتطور التقني والمعلوماتي الهائلين وذلك ما سمح بزيادة كبيرة في أعداد مستخدمي الشبكة من جميع دول العالم مما أنتج ثقافة واحدة عابرة للحدود الجغرافية، وتميز الاتصال الرقمي بالكونية أو العالمية، وجاءت في ظل الاتصال الثقافي المفتوح مفاهيم ذات صلة لشبكة الانترنت منها التسويق الالكتروني، التجارة الالكترونية، الأعمال الالكترونية.

تجاوز المكان والزمان: إن الاتصال الرقمي بمختلف مستوياته وأشكاله لا يشترط تواجد أطراف العملية الاتصالية في مكان واحد، حتى أنه تتوفر حاليا أجهزة محمولة تسهل الاتصال عن بعد أكثر دواما الحاجة لتنقل الأفراد للاتصال. كما أن التزامن الذي كان من أسس الاتصال المواجهي سابقا لم يعد ضروريا لقدرة الأجهزة الرقمية على الاستقبال والتخزين أو التحميل على وسائط معدة لذلك وإعادة الاستقبال في وقت لاحق. وشجعت هذه المزايا على الاستغراق في برامج الإعلام الالكتروني بهدف التعلم مثلا في إطار فردي، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لإغراض اكتساب المعلومات والتسلية. وذلك فإن فترة استخدام الحاسب وبرامجه تفوق في كثير من الأحيان الفترات التي يستقطعها الفرد في القراءة أو المشاهدة أو الاستماع.¹

وانطلاقا مما سبق يمكن إيجاز خصائص الإعلام الإلكتروني في النقاط التالية:

- إعلام مفتوح وسريع ومباشر.
- انخفاض التكلفة وتوسع دائرة مستخدميه نظرا لاعتماده على تكنولوجيا الاتصال الحديثة والاستفادة من خصائصها.
- السرعة في تقديم وكذا تلقي الأخبار وتنوع وشمول المضامين المقدمة لكافة الوسائط من صور وتسجيلات صوتية وفيديوهات لتدعيم مصداقية المضامين المقدمة.
- تحطي حدود وحواجز الدول من خلال سهولة وحرية النفاذ الى المعلومات والأخبار والوقائع.
- السرعة في تداول المعلومات والبيانات على الانترنت بفارق كبير عن وسائل الإعلام التقليدية التي تأخذ وقتا معتبرا في الحصول على المعلومات وتقديمها.

¹ - آمنة فجالي، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، دراسة استخدامات واشباكات النخبة الأكاديمية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 127

- تسهيل عملية الانفتاح والإطلاع على ثقافات الشعوب نظرا لتعدد ثقافات وتوجهات مستخدمي ومتلقي الإعلام الإلكتروني.
- التفاعل المباشر بين مستخدمي الإعلام الإلكتروني من مرسل ومتلقي، نتيجة إمكانية تواجدهما في نفس اللحظة وتوسيع دائرة التنافس الإعلامي.
- تفاعلية الإعلام الإلكتروني دفعت لتغيير العديد من المفاهيم الإعلامية والاتصالية ، وظهور مفاهيم جديدة وانقلاب الأدوار في العملية الإعلامية والاتصالية حيث أصبح الجمهور شريك أساسي نظرا لقدرته على صناعة المحتوى الإعلامي.
- انخفاض التكلفة مقارنة بالإعلام التقليدي.¹

2.3.1 - مميزات الإعلام الإلكتروني:²

- الإعلام الإلكتروني يعطي القارئ فرصة الاطلاع أكبر من الناحية الكمية ،ففي الجلسة واحدة يستطيع القارئ أن يطلع على عشرات المصادر الإعلامية من جميع أرجاء العالم ودون تكلفة مادية تذكر.
- أنه يعطي للقارئ حرية الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على العديد من المصادر المختلفة الرؤى والخلفيات واستخلاص النتيجة التي يراها أقرب إلى الحقيقة دون أن يظل أسير الرؤية مخصوصة ، ولا تخفى قيمة ذلك في تحرير إرادة المتلقي وتعاطيه مع الوسيلة الإعلامية .
- إنه يمكن من القراءة المتخصصة فلم يعد من اللازم اسراف الوقت والجهد في تصفح الصحف بحثا عن موضوع معين أو الانتظار برنامج مخصوص في إحدى القنوات التلفزيونية ،بل أصبح الانترنت بوسائل البحث في مادته يمكنك مع الاطلاع على الموضوع الذي تريد في الوقت الذي تريد.
- أنه يوصل الرسالة الإعلامية إلى مدى عالمي ويتجاوز القيود التقليدية التي تقييد التلفزيون والصحافة المطبوعة فهذه تحدها حدود المكان فلا يتجاوز بعضها مساحة معينة من البسيطة كما تحدها حدود المكان وهو مجاني أو شبه مجاني عادة.

¹ - انظر، طارق الأحمد الطيبي، الجرائم الإلكترونية عبر الإعلام الإلكتروني، ورقة بحث مقدمة في ندوة الإعلام الأمني الإلكتروني، جامعة نايف، 2012، ص 8

² - نجلاء محمد جابر: الإعلام التجاري، ط1، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 237.

3.3.1- الفرق بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي:

يمكن إيجاز أهم الاختلافات بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي فيما يلي¹:

- الإعلام الإلكتروني هو إعلام حر خال من القيود والرقابة على عكس الإعلام التقليدي، فبإمكان الجميع نشر أفكارهم وتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة.

- المساحة الجغرافية: يمكن للموقع الإعلامي أن يصل عن طريق الانترنت إلى مختلف أنحاء العالم، على عكس عدد كبير جدا من وسائل الإعلام التقليدية التي تكون مقيدة بحدود جغرافية محددة حيث أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الجديد لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث ونقاط التوتر حول العالم، فذلك أكثر أمانا لرجال الإعلام.

- ظهور نوع جديد من الإعلاميين "الإعلاميين الجدد"، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي الذين أثبتوا اختصاصهم بالفعل، نظراً لتغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم، رغم ما يشوب هذه التغطية من نواقص يمكن أن تتحسن مع العمل المتواصل. حيث أشارت "رومان" لانتشار المضمون المختصر المقدم من خلال "التدوين المصغر في الفيسبوك أو التويتر أو اليوتوب"²

- يشهد الإعلام الجديد نشاطا اقتصاديا غير مسبوق، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى المواد الإخبارية.

- يشهد سوق الإعلام اليوم سباقا محموما بين بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي من خلال السبق الإخباري حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير.

- يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الإلكتروني عن طريق التسويق، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظي به الإعلام التقليدي لما ظهر هذا الأخير للعلن.

¹ - هنادي رشدي سلطان، البعد الاقتصادي والسياسة الإعلامية, (دراسة تطبيقية)، ط1، المكتب العربي للمعارف، بد، 2015، ص27.

² - قينان عبد الله الغامدي، ورقة بحثية بعنوان - التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2012،

- عدم خضوع الاعلام الالكتروني لضوابطه يعطيه الميزة التي يفتقدها الاعلام التقليدي وهي حرية التعبير والمشاركة الفعالة في صنع الإخبار والأحداث وتداول المعلومات، وهو ما احدث فرقا شاسعا في إعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي والقنوات الاعلام التقليدي حتى ولو كانت تقليدية.

- أتاحت وسائل الاعلام الالكترونية خلق مزيج من الثقافات أحيانا يكون سلبيا، ولكنه يفرض نفسه على الواقع الاعلام التقليدي.¹

- ويبقى الاعلام الالكتروني بحاجة إلى التطوير والتحديث من خلال تحسين المضمون والبحث عن طرق أفضل للتسويق، ويبقى التكامل بين النوعين الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى قسم افتراضي وآخر واقعي .

2- مظاهر تطور وسائل الاعلام الالكتروني :

ارتبط ظهور الاعلام الالكتروني بالتطورات التي شهدتها شبكة الانترنت وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها، وكانت أبرز تطبيقاته ما نشهده اليوم من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والخبرات، ومختلف التقنيات الإعلامية وأنظمة الاتصال، حيث أجبرت هذا المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت على تعدد أشكال ومظاهر الاعلام الإلكتروني التي يمكن حصرها في العناصر التالية:

- المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت.
- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة.
- الإذاعة الإلكترونية، خدمات البث الحي على الانترنت.
- القنوات التلفزيونية الإلكترونية، خدمات البث الحي المباشر على الانترنت.
- خدمات الأرشفة الالكتروني.
- شبكات التواصل الاجتماعي.
- المدونات.
- خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي على الهاتف المحمول ورسائل SMS وMMS .
- الإعلانات الالكترونية، خدمات النشر الإعلاني على الانترنت¹.

¹ - قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص17.

وفيما يلي سنقوم بالتطرق والإشارة لبعض مظاهر الإعلام الإلكتروني ل يتم التفصيل في عنصري شبكات التواصل الاجتماعي والفيديو على اعتبارها احد أهم متغيرات الدراسة

أ- **الصحافة الإلكترونية:** هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت، وتكون في شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجريدة تشمل المتن والصور والرسوم والصوت والصورة المتحركة²، وتعرف أيضا "بأنها الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الانترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدونها ويطلع ما يرغب في طباعته.³ كما تعرف الصحافة الإلكترونية أيضا على أنها: "منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بالموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكات الانترنت، والصحيفة الإلكترونية غالبا ما تكون مرتبطة بالصيغة المطبوعة"⁴. وعرفها عبد الرزاق الدليمي على أنها: "جمع وإعداد وتحرير الأخبار، وفق كتابة مصممة للانترنت وبثها عبر الأقمار الصناعية وكابلات الاتصال، فهي الصحافة الممارسة عبر الانترنت حيث تقوم ببث رسائل الكترونية إلى جمهور غير محدد جغرافيا لتقدم لهم الأخبار والتقارير والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية بآنية وبسرعة نقل وتفاعلية وسرعة استرجاع وأرشيف الكترونية يُمكن القارئ من البحث في مئات الصفحات المنشورة سابقاً، وتخطت الحدود لتحظى بصفة الكونية ومساحات لا محدودة من صفحات ناهيك عن أنها وسيلة متعددة الوسائط بحيث استطاعت تقديم خدمات إذاعية وتلفزيونية وصولاً للثفضائي الحي"⁵.

أما خصائص الصحافة الإلكترونية فإنها بخصائص الانترنت بحد ذاتها، إلا أن الكتابة في الصحيفة الإلكترونية على شبكة الانترنت ليس مثل كتابة النص العادي، ويجب التفكير في كافة الأشكال التي يمكن استخدامها في القصة الإخبارية حتى تتجاوب مع بعض خصائص الانترنت، وعليه فإن خصائص الصحافة المكتوبة تتجلى في:

¹ - ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص24
² - رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 93.
³ - المرجع نفسه، ص93.
⁴ - علي عبد الفتاح، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص08.
⁵ - المرجع نفسه، ص 09.

التفاعلية: حيث تستخدم الصحف الالكترونية هذا الأسلوب التفاعلي من خلال تكتيك النص المترابط أو الفائق الذي يتضمن وصلات لنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور (تعريف - السيرة الذاتية - معلومات الخلفية - آراء سابقة - موضوعات ذات الصلة).

العمق المعرفي: حيث تتسم الخدمات التي تقدمها العمق والشمول، حيث أن هذه الصحف لا ترتبط بقيود المساحة كما في الصحف المطبوعة، فتقدم خدمات إضافية من شأنها تقديم خلفيات للأحداث، وربطها بالقضايا المتعلقة بها، وتمثل في:

- تصفح الموضوعات ذات الصلة بالموضوع الذي يطالعه القارئ.

- إمكانية العود إلى أرشيف الصحيفة.

- الاطلاع على عدد من بعض الطبعات التي تصدرها الصحيفة كطبعة أولية.

سهولة التعرض: حيث تعد سهولة التعرض أحد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور، لذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي قل ما يجب أن يبذله ممن جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما تتوافر عليه من مواد.

إمكانية توزيعها: وبالتالي تعرض القارئ لها على مدى 24 ساعة، بينما ينتظر القارئ يوماً كاملاً للحصول على عدد جديد من الصحيفة اليومية الورقية.¹

ب- الكتاب الالكتروني Ebook: هو الكتاب الذي يمكن التعامل معه بأي من الوسائط الالكترونية كالاسطوانات الممغنطة والأقراص المدججة، سواء كان ذلك عن طريق نظم مستقلة أو قائمة بذاتها كالحاسبات الشخصية أو عن طريق الشبكات، سواء كان الكتاب ناتجاً عن التحويل من المطبوع إلى الالكتروني أو ناشئاً عن الشكل الالكتروني في الأساس، ويمكن أن يكون الكتاب مقتصرًا على النص أو مشتملاً على النص مضافاً إليه إمكانية الصوت والصورة.² ويعرف أيضاً: "بأنه وسيط معلوماتي رقمي يتم إنتاجها عن طريق إدماج محتوى النص للكتاب من جانب، وتطبيقات البيئة الرقمية الحاسوبية على الجانب الآخر، وذلك لإنتاج كتاب في شكل الكتروني يكسبه المزيد من الإمكانيات والخيارات التي تتفوق بها البيئة الالكترونية الافتراضية على البيئة الورقية

¹ - رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 105-108.

² - السعيد مبروك إبراهيم، المعلومات ودورها في دعم واتخاذ القرار الاستراتيجي، ط 1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2012، ص 40.

للكتاب، كما إمكانيات الإسترجاعية للنص، والإتاحة عن بعد، وإمكانية إضافة الوصلات المهيبة، والوسائط المتعددة إلى غير ذلك.¹

أما مميزات الكتاب الالكتروني فإنها تتميز عن مثيلاتها الورقية بالخصائص التالية :

- سهولة القراءة بسبب إمكانية تلقي المعلومات بسهولة وتجاوبية.
- إمكانية تخزين عالية مما سمح بانتقال سهل من كتاب على آخر.
- سهولة نقله من الانترنت وتخزينه مباشرة وفي أي ساعة.
- رخص ثمن الكتاب الالكتروني.²

ج- التلفزيون التفاعلي: تعد تقنية التلفزيون التفاعلي أو التلفاز المتفاعل شكلاً من أشكال الإعلام الالكتروني فقد انتشر هذا الشكل في الولايات المتحدة الأمريكية وبعض البلدان الأوروبية منذ أواسط التسعينات من القرن العشرين، وباعتماد نظام (ملتيميديا هوم بلاتفورم) الذي يتيح تصفح الانترنت على شاشة التلفزيون مع إمكانية التسوق وإجراء عمليات التصويت بالإضافة إلى مختلف أنواع التسوق وإجراء عمليات التصويت بالإضافة إلى مختلف أنواع الألعاب المسلية.

وقد جمع الدارسون خصائص التلفزيون التفاعلي فيما يلي:

- جودة الصوت والصورة، والوضوح والنقاء بشكل يماثل الواقع.
- توفير بدائل مختلفة من البرامج والأفلام والمواد التلفزيونية، التي تلي اهتمامات المستخدم ومتطلباته.
- مشاركة المستخدم في العرض والتقديم، من خلال التفاعل مع محتوى القائم بالاتصال.
- توفير أدوات التواصل والتفاعل بين القائم بالاتصال والمستخدمين، كالرسائل القصيرة والبريد الالكتروني.
- إمكانية حفظ وتخزين المواد التلفزيونية، وإعادة مشاهدتها في وقت آخر.

¹ - رامي محمد عبود داود، الكتب الالكترونية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2008، ص 36.

² - سعد ياسين يوسف، الإعلام الالكتروني... صحيفة المثقف أنموذجاً، مرجع سبق ذكره.

1.2- شبكات التواصل الاجتماعي، الاستخدامات والوظائف:

1.1.2- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:

إن التطور التقني لم يكن بمعزل عن التطورات الاجتماعية في العالم، فكما يرى "مانويل كاستلز" أن انتقال المجتمعات من النمط "الصناعي التقليدي" إلى "مجتمع الشبكة" الذي يفتقد المركز الواحد في الاجتماع والاقتصاد والسياسية، حدث بشكل متزامن مع التحول في علم الاتصال من (نمط وسائل الإعلام Mass Media الذي تنتقل فيه المعلومة من مراكز إلى الجمع) إلى نمط الاتصال الشخصي الجماهيري Mass self communication¹

ويرجع العديد من المختصين في الحقل الإعلامي ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عام 1954، من طرف عالم الاجتماع "جون بارنر"، الذي أعطى مفهوماً قريباً في إطاره النظري من المفهوم الحالي لمواقع التواصل الاجتماعي، أين عبر عن الشبكات الاجتماعية بنوادي للمراسلة العالمية، التي تستخدم لربط علاقات الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، ليتطور المفهوم بظهور الانترنت ومنها ظاهرة الشبكات الاجتماعية التي أتاحت للأفراد بناء علاقات اجتماعية مع ذوي الاهتمامات المشتركة أو النشاطات المشتركة، حيث يكون لكل مستخدم "بروفایل" أو "ملف شخصي" يسمح للمستخدمين بتبادل المعلومات والأفكار والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية²

ونلاحظ من خلال المراجع والكتب بعد البحث و التنقيب، أنه هناك اختلاف كبير بين العلماء والمفكرين حول نشأة وتطور مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، فهناك من يقوم بسرد تواريخ وبدايات ظهور أولى الشبكات الاجتماعية، في حين يميل العديد من الباحثين مباشرة إلى ربط النشأة والتطور بمراحل تطور الويب، وعليه تم التقسيم إلى مرحلتين أساسيتين، مرحلة "الويب 1.0"، ومرحلة الجيل الثاني للانترنت 2.0 التي عرفت أشهر مواقع التواصل الاجتماعية:

¹ - حسنين شفيق، الإعلام البديل، ط1، دار فكر وفن للنشر، د بلد النشر، 2010، ص 183، 181

² - عبد الكريم الديسي، وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013، ص 70

***المرحلة الأولى:** يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب web 1 وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة¹ ظهور موقع theglobe.com عام 1995 في أمريكا كأول موقع للتواصل الاجتماعي، ثم تلاه في نفس العام موقع Geacites وموقع Tripod، حيث كانت تركز هذه المواقع على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات. وفي نفس العام ظهرت مواقع كانت تهدف لربط الأفراد من خلال عناوين البريد الإلكتروني وكان أهمها موقع www.classmates.com مهتمًا بربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقة. 1998 ظهر موقع SixDegrees.com الذي يركز على الروابط غير المباشرة، والملفات الشخصية للمستخدمين، والرسائل المتبادلة المدججة ضمن قائمة الأصدقاء.² وشهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقع "لايف جورنال" وموقع "كايوورلد" عام 1999 الذي أنشئ في كوريا وموقع "رايز"، الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية. وأبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلي الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربح علي مؤسسها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

***المرحلة الثانية:** يتم وصفها بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن ربطها بالموجة الثانية للويب web 2 والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق أشهر مواقع التواصل الحالية على غرار موقع "ماي سبايس"، ثم موقع "الفيس بوك". وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية علي الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الإنترنت علي مستوى العالم، وقد جذبت هذه الموجة العديد من المتفاعلين علي مستوى العالم، أين تعتبر اليوم مواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل والتقاطع بين

¹ - رحيمة الطيب عيسان، شبكات التواصل الاجتماعي، أرقام ومؤشرات، مجلة الخليج إذاعة وتلفزيون، المملكة السعودية، فيفري 2014، العدد 96، الصفحة 59.

² - إبراهيم أحمد عبد الدوي، شبكات التواصل الاجتماعي، مقال منشور عبر المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر السعودية في 2015 - 21-01. ص 4-5.

العالمية والمحلية، حيث تتم التفاعلات على خلفية السياق العالمي، و تبلور متغيراتها على الصعيد المحلي¹ بالإضافة إلى الشبكات الاجتماعية التي ظهرت في التسعينيات والتي سبق وأشرنا إليها في المرحلة التأسيسية الأولى لشبكات التواصل الاجتماعي، ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح بين الأعوام 1999 و 2001، وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002، أين ظهرت شبكة **"Friendster"** التي حققت نجاحا دفع **"Google"** إلى محاولة شرائها سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة **Skyrock** كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل إحصائيات 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب المشتركين، ومع بداية 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من **"Google"**، وهو موقع **"ماي سبايس"** الأمريكي الشهير، و يعتبر من أوائل و أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير **"فايس بوك"** والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع **"ماي سبايس"** حتى قام **"فايس بوك"** عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، و هذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي **"فايس بوك"** بشكل كبير، و يعتقد أن عددهم حاليا تجاوز 500 مليون مشترك.

إن هذه الشبكات أصبحت محل الدراسة لدى الكثير من الدارسين في مجال المجتمعات و الباحثين في عدد من المواضيع، مثل الخصوصية و الهوية و رأس مال المجتمعات، واستخدامات المراهقين، حيث أصبحت وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي، وأداة للبحث تزداد أهميتها كلما زاد عدد المعلومات التي تقوم على تقديمها، وتظهر قوتها من خلال ارتفاع عدد المسجلين فيها.²

وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية، على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة، ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى تجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور اعتمادا على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار، وتعمل كشبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة المعارف و الأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال مع بعضهم البعض، وبعد طول سنوات ويمكنهم أيضا التواصل عند طريق الصوت والصورة والفيديو، وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد

¹ - رحيمة الطيب عيساني، شبكات التواصل الاجتماعي، أرقام ومؤشرات، مرجع سبق ذكره، ص 59

² - فضل الله وائل مبارك خضر، اثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، دار شمس النهضة، الأردن، 2010، ص 41

العلاقة الاجتماعية بينهم، و هناك آلاف من المواقع التي تعمل على الصعيد العالمي و هناك شبكات لا تبحث عن الجماهير العريضة، إنما تحدد الدخول لجمهور ضيق كما يفعل موقع "Beautiful people" و تقيد الدخول للموقع لتجعله أكثر انتقائية أو نخبوية¹

2.1.2 - مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم بصمة واضحة في مجال الإعلام والاتصال، وتحولت إلى وسيلة للتواصل حظيت بالانتشار الواسع على الصعيد العالمي، حيث قدمت سبلا للتقارب والتواصل بين الأفراد في جميع أنحاء العالم و تحولت إلى وسيلة لتبادل الآراء والأفكار ما جعل الإقبال عليها كثيفا من قبل الأفراد في المجتمع و فيما يلي نتطرق لماهية شبكات التواصل الاجتماعي:

إن مفهوم الشبكات الاجتماعية قد عرف في علم الاجتماع، إلا أنه استعير للدلالة على ظاهرة اتصالية اجتماعية جديدة² حيث عرف الفلاسفة قديما: الإنسان، بكونه "كائن اجتماعي بطبعه"، وذلك تعبير عن سعي الفرد الدائم أن يكون ضمن نسق عام أي ضمن جماعة معينة، تكفل له حاجة التواصل مع الغير، و أي مفهوم جديد يطرح عليه في إطار هذه الفكرة سيتسم بالقبول في وسطه، وهذا ما حققته "شبكات التواصل الاجتماعي"³ ويتضح ذلك من خلال التعاريفات المقدمة من قبل الدارسين والمكفرين حول المصطلح، حيث ذهب زاهر راضي لتعريف: "شبكات التواصل الاجتماعي على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات الهويات نفسها".⁴ كما نجد تعريف "كيلان أندرياس وهلين ميخائيل": "شبكات التواصل الاجتماعية هي مجموعة من الوسائل الالكترونية التي تستخدم الحاسب الآلي ولايتوب والهاتف المحمول كوسيط للتواصل مع الآخرين في شكل شبكة اجتماعية تمثل مجتمع افتراضي يتم من خلاله تبادل الآراء والمعلومات والصور و الأخبار".⁵

¹ - مريم مراكشي، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي و علاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير، جامعة

بسكرة، منشورة، 2013، ص 57

² - المرجع نفسه، ص 53

³ - Danah m. Boyd, Nicole B.Ellison , **Social network sites; Definition , history and scholar ship** ص13، مرجع سبق ذكره،

⁴ - صلاح عبد المجيد، معنى عاطف، الإعلام والفضاء الالكتروني، ط1، الأطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ب د، 2015، ص 119.

⁵ - مدحت محمد أبو النصر ، التدريب عن بعد بوابتك لمستقبل أفضل، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د ب، 2017، ص 149.

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم.

وحسب "بويد وإليسون" 2007 مواقع الشبكات الاجتماعية هي خدمات عبر شبكة الانترنت تسمح للأفراد بـ:

- بناء شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نظام محدد.
- توضيح لائحة خاصة بالمستخدمين الذين يشاركونهم الاتصال.
- عرض واجتياز قائمة الاتصالات الخاصة بهم والقوائم الخاصة بآخرين خلال نفس النظام¹

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي: "مجتمعات افتراضية تسمح للمستخدمين بالتواصل مع الآخرين كما تعد فضاء لنداء واستقطاب مجموعة واسعة"². كما تعرف أيضا على أنها: «فضاءات تسمح للأفراد بالتواصل مع جماعات الأصدقاء ودعوة الآخرين للمشاركة وتبادل المعلومات والأفكار، كما تشكل أدوات ومواقع التشبيك الاجتماعي خلفيات تجارية تستخدم في الإعلانات والتسويق وغيرها»³

لقد أصبحت الشبكات الاجتماعية هي البديل المائل لأنشطة الماضي التقليدية، وحالة تفاعل مجتمعات اليوم مع البيئة والمجتمع المحيط هي التي تسيطر على النظام الاتصالي بدرجة لافتة للنظر. فقد صار اليوم العديد من الشباب والمراهقين يقضون وقتا طويلا في التفاعل مع بعضهم عبر وسائط التواصل الاجتماعي الأمر الذي ساهم في إكسابهم فهم ثقافي أفضل وصفات قيادية أقوى، من ناحية أخرى فقد استطاعت أدوات التشبيك الاجتماعي من تجاوز الفهم السائد لها، وكذا الأدوار التي أنشأت لها بالأساس وصارت تلعب أدوار أخرى أكثر نضجا ووعيا، فتحوّلت من مجرد وسائل للتواصل العادي الى وسائل إعلامية واتصالية ترمي لتحقيق أهداف ذات أبعاد مختلفة سياسية، واجتماعية وحتى إنسانية، وهو ما ساهم في توسعها وانتشارها واستقطابها جماهير واسعة⁴

1- مريم نومار نريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 47

2- Eric Karjalutob, **A primer in social media (examining the phenomenon its relevance premise and risks)**, Samash Lab edition, 2008 Canada P 4

3- John Jonstch, **L'ers Talk Social Media for small Business**, version 2, Office Live small Business, P4.

4 - Antony Mayfiels, **What is social media?**, version 2, I crossing edition, 2008, P6

3.1.2- وظائف واستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي:

نتج عن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي عصر إعلامي اتصالي جديد وطرق تفاعل جديدة بين البشر، فقد تجاوزت هذه الأخيرة حدود الوسيلة والتقنية إلى الحياة الإنسانية نظرا لتغلغلها في استخداماتنا اليومية بشتى المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وسنقوم في هذا العنصر بتقسيم مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى بعدين: البعد الإيجابي والبعد السلبي

الجانب الأول: البعد الإيجابي لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي:

1- الاستخدامات الاتصالية الشخصية: وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى لشبكات التواصل الاجتماعي اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن بالرغم من تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات التي تؤديها، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو كما أنها مجال رحب للتعرف و الصداقة وخلق جو ممتع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.¹

2- الاستخدامات التعليمية: بدأت المجتمعات والدول التي تسعى للتقدم والتطور في مراجعة استراتيجياتها وتقييم أدائها من خلال تحليل نقاط القوة والضعف فيها من اجل العمل على النهوض بمجتمعاتها وإيجاد مكانة على خارطة الحضارة الإنسانية، فكان العمل والاهتمام الأولى بمراجعة الأنظمة التربوية لإعداد جيل قوي وقد أدى ذلك للتوجه إلى التعليم الالكتروني الذي يعرف بأنه طريقة للتعليم و التدريب تمكن المستخدم من الحصول على المعارف في أي وقت وأي مكان من خلال الاتصالات التفاعلية بطريقة متزامنة عن بعد اعتمادا على التعليم الذاتي والتفاعل.²

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها مظهرها وشكلا من أشكال الإعلام الالكتروني، أهم وسائل وتقنيات التعليم تمكن المتابعين والمستخدمين من الحصول على المعلومات والمعارف حيث تلعب دورا في تعزيز العملية التعليمية بإضافة الجانب والطابع الاجتماعي لها من خلال مشاركة كل الأطراف في المنظومة التعليمية من

¹- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دط، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص68

²- حسين محمود هبتي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص95

مدير للمدرسة ومعلمين وأولياء أمور وطلاب وعدم الاقتصار على تقديم المقررات فقط، حيث أن استخدام الشبكات الاجتماعية يزيد من فرص التواصل والاتصال التعليمي، فيمكن الأفراد من التواصل خارج أوقات الدراسة، فرديا أو جماعيا، مما يوفر جوا من مراعاة الفروق الفردية ويكسب الطالب الخجول فرصة التواصل و المناقشة وإبداء الرأي¹.

ذلك أن الكثير من الطلاب اليوم يعملون على استحداث مجموعات واسعة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل فيما بينهم ورفقة مدرسيهم وكذا استغلال غرف الدردشة والمنتديات للنقاش وإنجاز الواجبات المتزلية وتبادل المعارف والخبرات العلمية والملفات والكتب الالكترونية وتحميلها، بالإضافة لأنه هناك عدد من الطلاب والطالبات الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية في نقاشاتهم التي تخص مواضيع التعليم، وان هذه الأخيرة تعمل على دعم العلاقات التعليمية بين الأشخاص داخل هذا الفضاء².

ولقد واجه التعليم الالكتروني العديد من الانتقادات بسبب الانعزالية في التعليم والبعد عن الاجتماعية إلى أن جاء اختراع الجيل الثاني Web2 والذي غير مفاهيم التعليم الالكتروني وأعاد الثقة له خاصة بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، فلقد سجلت رابطة هيئات المدارس القومية بالولايات المتحدة الأمريكية National School Boards Association في تقرير لها أن 60% من طلبة المدارس الأمريكية يستخدمون هذه الأخيرة للتحدث في مواضيع تعليمية وأكثر من 50% منهم يتحدثون في واجباتهم المتزلية، و في نفس السياق أثبتت دراسة الدكتورة "بارعة حمزة شقير" بعنوان: استخدام أساتذة جامعة دمشق للانترنت والاشباعات المحققة منه أن معظم الأساتذة بجامعة دمشق يستخدمون الانترنت لمدة ساعتين في اليوم بدافع الحصول على البحوث والدراسات اللازمة للعمل البحثي وتطوير المنهج التعليمي.³

ونلاحظ اليوم أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تعد مقتصرة على أشخاص فقط يعملون على تبادل الأفكار والمواد التعليمية والأخبار والمعلومات والخبرات والبحث عن المصادر فلقد ازداد أيضا الإقبال من طرف المؤسسات التعليمية الخاصة والعمومية على إنشاء صفحات ومواقع خاصة لها تنشر المعلومات والمواد التعليمية من خلال

¹ - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 68

² - انظر عامر إبراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والانترنت، دط، داري اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 346

³ - حسين محمود هبيتي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره ص 96

الوسائط التعليمية فضلا عن إتاحة بعض الأساتذة والباحثين لموادهم التعليمية من مقالات وكتب الكترونية ومحاضرات على صفحاتهم الشخصية أو حتى بروابط الكترونية تسمح بتحميلها بصيغ الكترونية .

3- استخدامات إعلامية إخبارية: أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي اليوم على اختلاف أنواعها منافسا لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري التقليدية في نقل الحدث والسبق الصحفي، فلقد أتاحت إمكانية نقل الأخبار حال حدوثها من مصادرها الأساسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة سرعة النشر الإعلامي والإخباري، إلا أن هناك من يطعن أحيانا في قوة ومصداقية المادة الإعلامية نتيجة ما يضاف إليها من مبالغيات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير في الرأي العام.¹

4- استخدامات سياسية: أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مقصدا للعديد من الأفراد الذين وجدوا فيها متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية التي لا يستطيعون الجهر بها خاصة مع ميزة إتاحة حرية الرأي والتعبير وغياب الرقابة والسيطرة فلقد أظهرت العديد من الدراسات والأبحاث وكذا العديد من الإحصائيات من المواقع أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد وسيلة وأداة للعمل السياسي ووسيلة لحشد الجماهير والتحركات المعارضة، ويمكن توضيح ذلك من خلال أحداث الربيع العربي 2011 والدور الرئيس الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي فيها، أين تحول اتجاه استخدام هذه الشبكات والمواقع من اجتماعي إلى سياسي وأعربت الكثير من الدراسات التي أجريت على مستخدمي هذه المواقع أن استخدامهم لها رفع درجة الوعي في بلدانهم بشأن الحركات الاحتجاجية وساعدهم على التنسيق فيما بينهم للقيام بحركات احتجاجية ولا يقتصر دور شبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي هنا فقط وإنما يتعدى لاستغلاله أيضا في مجال التسويق السياسي والتأثير على أدوات فاعلة جدا وحيوية في الحملات الانتخابية، حيث أثبتت دراسة أن موقعي face book و twitter أدوات فاعلة جدا وحيوية في الحملات الانتخابية من خلال الدور الذي لعباه عام في 2008 في الانتخابات الأمريكية أين قام كل مترشح باستثمار التأثير المتزايد لهذه التقنيات الاتصالية لتتحول إلى خبير اتصالي تواصل بين المترشح والرأي العام الأمريكي وكانت حملة "باراك اوباما" خير دليل على ذلك وفي دراسة أجراها BOZKURT للكشف عن مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الناخبين أثناء حملة استفتاء على

¹ - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص 68

التعديلات الدستورية في تركيا في 2010 أظهرت الدراسة أن 78.8 % من الناخبين اعتمدوا على الانترنت لتلقي معلوماتهم في الشؤون السياسية¹

ولم يقتصر دور وسائل التواصل الاجتماعي على التحريض السياسي والتأثير على الناخبين بل تعدى إلى ممارسة دور مهم في نشر و تدعيم ثقافة المواطنة وحماية حقوق الإنسان، فقد أظهرت دراسة أجرتها "شريهان توظيف" و"شيرين كدواني" عام 2008 بعنوان "المدونات الالكترونية وحرية التعبير كحق من حقوق المواطن" أن شبكة الانترنت وخاصة المدونات الالكترونية تتمتع بالقوة والفاعلية للقيام بنشر وتدعيم ثقافة المواطنة على المستويات المختلفة عن طريق قدرتها على نشر المعلومات و تداولها مما يفتح الطريق لتوفير بيئة ملائمة لحرية الرأي والتعبير. انطلاقا مما سبق فان شبكات التواصل الاجتماعي في الاستخدامات السياسية تلعب دورا ذي حدين يخدم الحكومات وصناع القرار من جهة ويوصل صوت الأفراد والفئات الاجتماعية من جهة أخرى حيث

أ- يوفر للحكومات و صناع القرار فرصا:

- الترويج للإنجازات السياسية لكسب دعم المواطنين
- الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة يخفف تكاليف المشاريع الجديدة
- المساعدة على تقديم التصريحات و الظهور الحي و الآنية في تقديم المعلومات

ب- في حين يوفر للفئات الاجتماعية و الأفراد الآخرين:

- إمكانية الاهتمام بالنشر البديل الذي يتعامل مع آراء الأقليات
- التعبير عن اتجاهات والمعتقدات والأفكار السائدة والراسخة في المجتمع
- إظهار الآراء و الموضوعات التي تهمش من طرف وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري التقليدية
- التصدي للهيمنة من وسائل الإعلام التقليدية
- المشاركة في العملية الإعلامية والاتصالية
- حشد الدعم والتضامن ضد سلبات النظام السياسي²

¹ - انظر، حسين محمود هيني، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 97، 101

² - انظر، المرجع نفسه، ص 97، 101

5- استخدامات مؤسساتية: يتم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي اليوم من قبل مختلف المؤسسات والهيئات نظرا لمميزاتها التقنية وانتشارها الواسع في أوساط الفئات الاجتماعية المختلفة ولاعتبارات عديدة: منها تسهيل عملية التواصل ولوصول إلى الآخر مثل: تقوم المكتبات ومراكز المعلومات بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المستخدمين الفعليين والمحتملين للمكتبة لتوسيع نطاق خدماتها بالإضافة للمؤسسات الحكومية المختلفة التي تعمل على الحصول على رأي الجمهور من خلالها للحفاظ على نشاطاتها وخدماتها وتطويرها. كما توجه أصحاب المؤسسات الخاصة و رجال الأعمال لاستغلال هذه الشبكات لربط علاقات العملاء في معاملات البيع والشراء واستغلالها لعرض الخدمات و تقديم الإعلانات أيضا لإيصال الخدمات لجمهور المستخدمين¹

6- الاستخدامات الدعوية: قدمت شبكات التواصل الاجتماعي الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين على اختلاف أجناسهم وأعراقهم ودياناتهم، وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تفوق التواصل المباشر و تتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل وتوفير الجهد والتكاليف وسلاسة توصيل الأفكار لإقناع الآخر بها.²

7- الاستخدامات الاجتماعية: باتت شبكات التواصل الاجتماعي تضطلع بدور مهم جدا في المجتمع اليوم يعمل على تنشئة الأفراد وإكسابهم عادات وسلوكيات مختلفة وأداة أساسية في التغيير الاجتماعي نتيجة الفضاء التفاعلي الذي تتيحه للأفراد للقيام بمختلف الأنشطة، عبره وإمكانية التأثير والتأثر واكتساب خبرات مختلفة وتنمية روح المسؤولية الذاتية. حيث أكدت العديد من الدراسات التي قام بها الباحثون في هذا المجال أن الأفراد يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للتعبير عن ذواتهم وزيادة الثقة بالنفس واحترام الذات حيث أكدت دراسة "بيزكر PEISKER" 2011 أن شبكات التواصل الاجتماعي تتيح للأفراد ما يسمى المساحات من أجل التعبير من خلال خاصية التفاعلية والتشاركية التي تتيحها وأكدت أن شبكات التواصل الاجتماعي لها القدرة على إحداث التغيير بشكل ناجح يتوقف على معرفة وفهم قدرات المجتمعات.

¹ - انظر عامر إبراهيم قندلجي، الإعلام والمعلومات والانترنت، مرجع سبق ذكره، ص346

² - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص69

كما تعد الحاجة إلى التسلية ضرورة تؤثر في البعد الاجتماعي للأفراد فهي بعيدة عن كونها وسيلة للتخلص من التوتر تعتبر وسيلة لتعزيز البعد الاجتماعي للإنسان وتعليمه الأدوار والقواعد من خلال التسلية مع الآخرين، كما تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مجالا خصبا للتسلية والترفيه من خلال الخدمات التي تقدمها عبر مختلف أنواعها كخدمات "اليوتيوب" YOUTUBE والعديد من الألعاب التي توفرها تطبيقات موقع FACEBOOK إضافة إلى الألعاب الالكترونية المتعددة.

وفضلا عما سبق فإن شبكات التواصل الاجتماعي اليوم تعد سبابة من بين جميع الوسائل في تقديم فرص التكافل الاجتماعي حيث نلاحظ توافد وتسابق المستخدمين في إطلاق حملات مختلفة للإعانة والمساعدة، مثل حملة شراء 7000 آلاف خروف لتوزيعها على المحتاجين في عيد الأضحى والتي قام بها مجموعة من الشباب المصري في عيد الأضحى عام 2008م وغيره من مظاهر المساعدة والتعاون عبر هذا الفضاء .

8- الاستخدامات التجارية: يتمحور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجانب التجاري في مجال التسويق حيث عمدت معظم المؤسسات والشركات التجارية لإدماج شبكات التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها واستراتيجياتها التسويقية، بالإضافة للاعتماد عليها في إعلاناتها وكذا العمل على تسويق صورة حية للمؤسسة وترويج منتجاتها والتعرف على الصورة التي يحملها المستخدم عن المؤسسة والمنتجات وكذا العمل على تدعيم هذه الصورة وتطويرها ومحاولة إزالة الغموض منها وتصحيح التصور السيئ منها لدى الجمهور إذ أن هذه المواقع والشبكات الاجتماعية تتيح لاختصاصي العلاقات العامة في الشركات التفاعل مع أفراد المجتمع والوصول إليهم بسهولة لاستطلاع آرائهم بشكل عفوي بعيدا عن التصنع والحرص الذي يمكن أن يتعرض له الجمهور مما يمكن اختصاصي العلاقات العامة من معرفة الصورة الحقيقية لشركتهم ومنتجاتهم واعتماد ذلك في تصميم رسائلهم الاتصالية.

كما أن اعتماد الشركات على مواقع التواصل الاجتماعي لتسويق منتجاتها وصورتها مكنها من استهداف التجمعات البشرية بأقل جهد وتكلفة مادية مقارنة بالطرق التقليدية ولم يتوقف تأثير شبكات التواصل الاجتماعي عند استعمال المؤسسات والشركات التجارية لها فقط بل نخطاه إلى ما أصبح يعرف باقتصاد الانترنت وخير مثال

على ذلك ما قامت به شركة FACEBOOK عندما قامت بطرح أسهمها في البورصة في إطار ما يعرف بأكبر عملية من نوعها في مجال اقتصاد الانترنت قدرت ب 05 مليار دولار¹.

الجانِب الثاني: البعد السلبي لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي :

إن وجود استخدامات كثيرة ومجالات متنوعة ايجابية لشبكات التواصل الاجتماعي لا ينفي عدم وجود استخدامات سلبية ينتج عنها تأثيرات سلبية للأفراد والمجتمع والمنظومة الاجتماعية ككل قد يتعدى بعضها منها لتشكيل خطورة كبيرة تهدد البناء القيمي والاجتماعي للمجتمعات فلقد أكدت العديد من الدراسات على النتائج السلبية والمخاطر وراء استخدام و تبني هذه التقنيات والمواقع و الشبكات الاجتماعية الالكترونية ونحاول الإشارة إليها فيما يلي²:

- غياب المسؤولية الاجتماعية و الضبط الاجتماعي اللذان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي والتي تؤدي إلى:

- نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.

- النقاشات التي تتعد عن الاحترام المتبادل و عدم تقبل الرأي الآخر.

- إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة.

- عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.

- ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا الأم وتضيع الهوية.

- انعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية .

كما أكدت العديد من الدراسات على المخاطر التي تنتج عن الاستعمال الغير واعى وغير سليم لشبكات التواصل الاجتماعي و الذي من شأنه تدمير حياة الأفراد والمجتمعات، ففي دراسة أجرتها إحدى مواقع الواب المتخصصة في حالات الطلاق في بريطانيا أكدت انه تكرر حالة طلاق 500 شخص خلال عامي 2009 - 2011 و التي برز فيها أن الفيسبوك هو السبب الأساسي في الطلاق في 33% من دعاوي المرفوعة، ناهيك عن مشكلة الإدمان والاكتئاب وزيادة العزلة وانقطاع العلاقات الاجتماعية وانهمار الثوابت الأسرية³

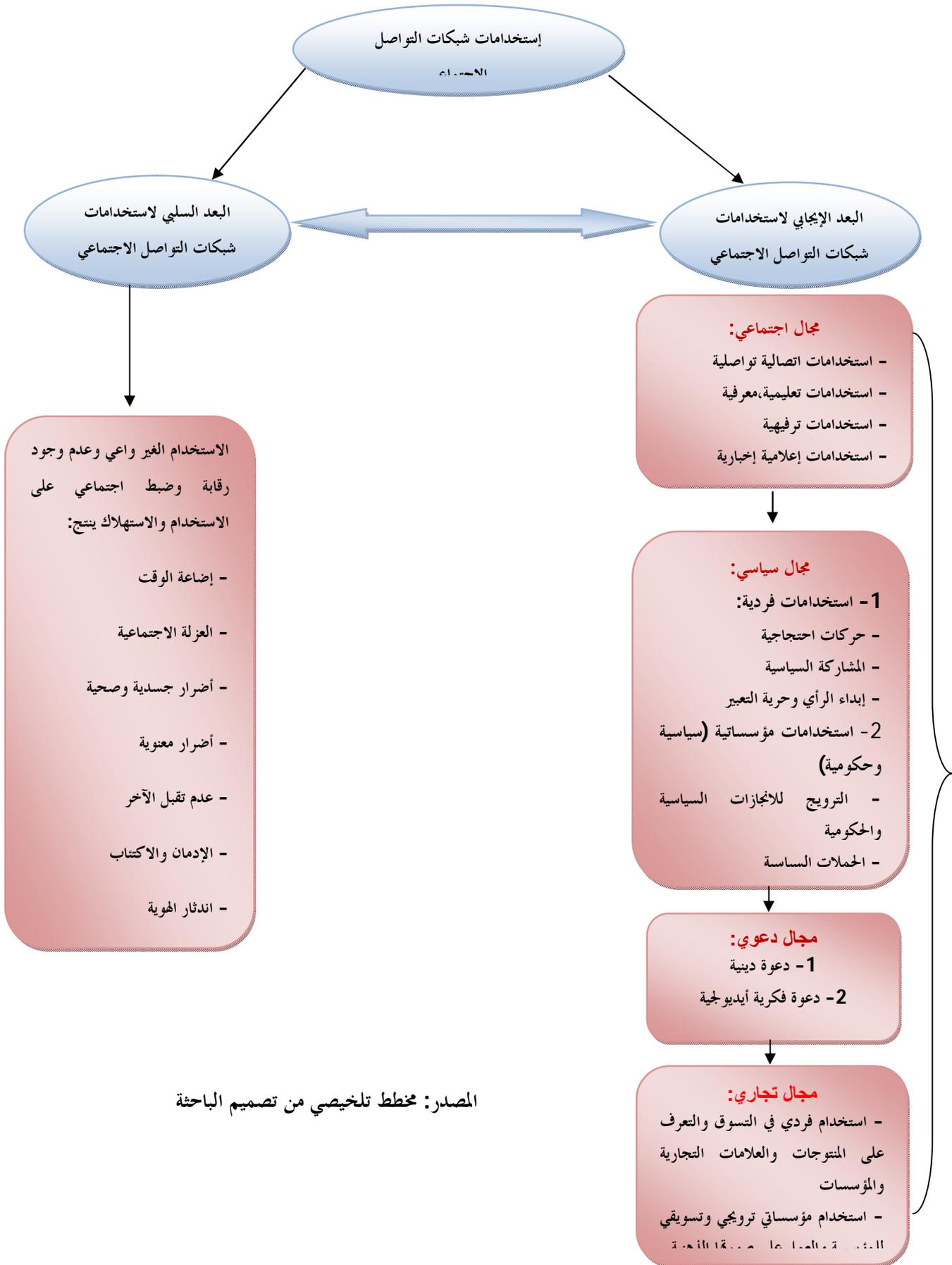
¹ -انظر، مروى محمد عيد، هل تغير شبكات التواصل الاجتماعي توجهات الاقتصاد و الإدارة؟، مجلة التنمية الإدارية، العدد95، السعودية،

2012، ص40

² - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص69

³ - انظر، حسين محمود هبي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص104

شكل رقم (4): يوضح مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



2.2- الفيسبوك خصائص الموقع والصفحات :

1.2.2- نشأة وتطور الموقع:

تعود البدايات الأولى لنشأة وتطور فكرة موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع لموقع "فيس ماش" التابع لجامعة "هارفارد" والذي قام بابتكاره "مارك زوكربورغ" عام 2003 عندما كان طالبا في السنة الثانية، ووفقا لما نشرته صحيفة "هارفارد كريمسون" فان موقع "فيس ماش" يستخدم صورا لمجموعة من الأشخاص ويقوم زوار ورواد الموقع باختيار الشخص الأكثر جاذبية لكن سرعان ما أغلق الموقع من قبل إدارة الجامعة بفعل اتهامات موجهة لهم واستغلال دليل الصور الخاص بالطلبة في الجامعة، وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام "زوكربورغ" بتأسيس موقع الفيسبوك في نوفمبر 2004 وكانت العضوية في الموقع حينها مقتصرة على طلبة الجامعة فقط.¹

وكانت فكرة الموقع الأساسية مقتصرة على جمع زملاء "زوكربورغ" وتمكينهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقعا تجاريا يجتذب الإعلانات أو ينشر الأخبار وإنما لم تشمل أصدقائه وإتاحة فرصة التواصل فيما بينهم، وسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة الجامعة واكتسب شعبية واسعة فيما بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة المنخرطين في الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى وطلبة مدارس ثانوية يسعون للتعرف على الحياة الجامعية واستمر الموقع مقتصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية حتى عام 2006م أين قرر "زوكربورغ" أن يفتح الباب أمام كل من يرغب في استخدامه وكانت النتيجة نقلة نوعية في عدد مستخدميه² إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم مع بداية عام 2007م، وفي الوقت نفسه قرر أيضا أن يفتح أبواب الموقع أمام المبرمجين ليقدموا خدمات جديدة لزواره، وأن يدخل في تعاقدات مع معلنين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة، وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحا أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل، و يسد احتياجا هاما لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن، ومن ناحية أخرى نجح موقع "فيسبوك" في هذا المجال بشكل كبير.

وكانت النتيجة أن تلقى "زوكربورغ" عرضا لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار إلا أن "زوكربورغ" وعمره 23 عاما، فقط فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض. وتوقع كثيرون أن يندم على هذا الرفض، خاصة وأنه جاء بعد

¹ - أحمد جعيد، موقع الفيسبوك وقصة نجاحه، متاح على الرابط WWW.Arb600.com، تاريخ الولوج 2015/6/16

² - عبد الرزاق دليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص182

عام واحد فقط من قيام شركة "نيوز كوربوريشن"، التي يمتلكها المليونير الاسترالي "روبرت ميردوخ"، بشراء موقع "ماي سبايس"، وهو موقع للعلاقات الاجتماعية، بمبلغ 580 مليون دولار. أما سبب رفض "زوكربورغ" لهذا العرض فيرجع إلى أنه رأى أن قيمة شبكته أعلى كثيرا من المبلغ المعروض، وحسبما قال في مقابلة مع صحيفة "فاينانشيال تايمز" البريطانية فإنه "ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما تستحق". و أضاف أن عملية الاتصال بين الناس ذات أهمية بالغة، وإذا استطعنا أن نحسنها قليلا لعدد كبير من الناس فإن هذا سيكون له أثر اقتصادي هائل على العالم كله". وأثبت واقع الحال أنه كان محقا في رفضه هذا العرض¹.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على أرض الواقع وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد عليها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل الأخبار والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، وأن يصل عدد مشتركيه في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، وليصبح مستقبلا أكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض.²

2.2.2 - مفهوم موقع الفيسبوك :

الفيسبوك هو عبارة عن أحد المواقع والشبكات الاجتماعية التي أتاحتها الشبكة العنكبوتية وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، يعمل على تكوين الصداقات والعلاقات في فترات قصيرة، والتعارف ويساعدهم على تبادل المعارف و المعلومات والأخبار والملفات والصور ومقاطع الفيديو والإعجاب بها والتعليق عليها وإمكانية مشاركتها وحفظها، بالإضافة إلى إمكانية المحادثة المطولة والردود الفورية، وكما هو متعارف عليه فان موقع الفيسبوك

¹ - سهر عثمان، فيس بوك طريق الباحثين عن العلاقات القديمة، متاح على الرابط

http://www.moheet.com/show_files.aspx?fid=46338&pg=10، تاريخ الولوج 2015/04/02، الساعة 20:10

² - مهذب نصر، "الفيسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع أفقا مقابرا، جريدة

القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 13 نوفمبر 2012، ص 08.

كسابقيه من وسائل الإعلام الاتصال له من العديد من الاستخدامات الايجابية و السلبية كل بحسب طبيعة ونوع ومجال استخدامه له وتوجد العديد من التعاريف والمفاهيم المقدمة حول الموقع نتناول البعض فيما يلي:¹

يرى مخترع الفيسبوك (مارك زوكربورغ) "أن الموقع عبارة عن حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل وانه سوف يزيح البريد الالكتروني ويحل محله وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، وبالتالي فانه يوصف بكونه دليل سكان العالم وانه يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيانا عاما من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة لهم ولذلك فان الهدف من هذا الاختراع جعل العالم مكانا أكثر انفتاحا " وبصفة عامة يعتبر الموقع أحد الشبكات الاجتماعية على الانترنت تتيح لمستخدميها إدخال بياناتهم الشخصية ومشاركتها مع بقية مستخدمي الموقع، هذه البيانات خاصة بالحالة الاجتماعية، الدراسية، الاهتمامات، ووضع هذه البيانات في الموقع يسهل على الآخرين فرصة إيجادك تمهيدا لإنشاء مجموعات ودعوة بقية مستخدمي الموقع للانضمام إليها، والبقاء على اتصال بهم، من خلال مشاركتهم للمعلومات حول الأحداث مهما كانت طبيعتها وهو ما يحقق فهما أفضل للآخرين وتوصلا مستمرا مع كل من يهتمون به"، وفي تعريف آخر الفيسبوك هو² "موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين " كالشركات" أن يبرز نفسه ويعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين."

¹ - نبيلة جعفري، انعكاسات الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، موقع الفيسبوك اغوذجا، دراسة تحليلية ميدانية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2017، ص138

² - مهاب نصر، "الفيسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع أفقا مقابرا، مرجع سبق ذكره، ص10.

3.2.2- خصائص ومميزات موقع الفيسبوك:

وتتلخص خصائص الفيسبوك فيما يلي:

1- واجهة الموقع: وهي الواجهة الأولية التي تتيح التسجيل مجاناً والانضمام للموقع، بريد حساب شخصي أو تابع لمؤسسة، ويتم عبر خطوات بسيطة، تسجيل البريد الالكتروني واسم المستخدم وكلمة السر المراد الدخول بها للموقع وهذا كفيل حتى يجعلك مالك لأحد الحسابات التابعة للموقع.

2- تطبيقات الموقع: وتمثل في مجمل الخدمات التي يتيحها الموقع لمستخدميه وتمثل فيما يلي:¹

- **الملف الشخصي "profile":** فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفاً شخصياً يحتوي على معلوماتك الشخصية صورتك أمور مفصلة لك وكلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن نعلن لك سلعتها بالتحديد.

- **إضافة صديق "add friend":** وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريد الالكتروني.

- **إنشاء مجموعة "groups":** تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعاً الكترونياً يجتمع حول قضية معينة، سياسية أم اجتماعية، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصرياً بالعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

- **لوحة الحائط "wall":** وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث يتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- **النكزة "pokes":** منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يحظر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- **الصور "photos":** وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

¹ - محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية أمودجا، رسالة ماجستير، منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012، ص

- الحالة "status": التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- التغذية الإخبارية "newsfeed": التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة ببعض أصدقاء المستخدم.

- إنشاء صفحة خاصة على موقع "face book": ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو لحزبك أو لجريدتك، ويتيح الموقع أدوات الإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات كما في المدونات وكذلك ويتيح أدوات لترويج الصفحة مع "facebook adds"، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفيسبوك.

- التعليقات "facebook notes": وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.

- الهدايا "gifts": ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تتكلف الهدايا 10 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

- السوق "Marketplace": وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية¹

- خاصية الفيديو "Vidéo": وهذه الخاصية توفر للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية "صوت وصورة".

- خاصية الأحداث الهامة "Events": وهذه الخاصية تتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

¹ - نبيلة جعفري، انعكاسات الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، موقع الفيسبوك أمودجا، دراسة

تحليلية ميدانية، مرجع سبق ذكره، ص 138

- خاصية الإعلان **Market place**: وتلك تمكن من الإعلان عن أي منتج تود الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج ترغب في شرائه.

- الألعاب **Games**: يحتوي الفيسبوك على العديد من الألعاب المختلفة يستطيع المستخدم استعمالها و يجتاز مراحلها الواحدة تلو الأخرى، و المثير في هذه الألعاب و الأكثر أهمية هو أنه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة (جماعية) .

- المناسبات: **Events**: من خلال إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم، أو عمل جماعي أو اجتماع على أرض الواقع ، توضح فيه عنوان الحدث و تاريخ بدايته و نهايته و تحديد الأعضاء المدعويين له ، و بعض المناسبات تكون مفتوحة لأي عضو في الفيسبوك .

- آلية التشبيك في الموقع: المشترك الجديد في الفيسبوك يلاحظ أنه يقترح إضافة أصدقاء يعرفهم و له معهم تواصل، مما يثير استغراب المستخدم في معرفة الموقع لهم تفسير ذلك أن الموقع يقوم بامتلاك عناوين، قائمة معارفك في البريد الالكتروني إن كان في **Gmail, Hotmail, Yahoo** و يقوم بعمل اقتراح لك إن كانوا أعضاء على الفيسبوك ، أو اقتراح لدعوتهم للانضمام إلى الموقع ، وهذه الخطوة تتم كخرق واضح من شركات البريد الالكتروني بدون مشورة صاحب البريد ، و عبر خاصية أصدقاء أصدقائك بإمكانك في فترة وجيزة التعرف و التواصل مع كل معارفك و زملاء الدراسة منذ الابتدائية و الثانوية ثم مرحلة الجامعة، و زملاء العمل و لذلك عبر التشبيك مع مختلف الشبكات في هذه الشبكة تكون قد تواصلت و كونت شبكة كبيرة كلما مر الوقت تتزايد عضوية المستخدمين.¹

4.2.2- صفحات الفيسبوك، أنواعها ومجالات استخدامها:

تعتبر صفحات الفيسبوك أحد التطبيقات والخدمات التي يقدمها الموقع، تمكن هذه الخدمة أصحابها القائمين على إنشائها وتسييرها سواء كانوا أشخاص عاديين أو مؤسسات أو جهات رسمية، مكاتب شركات، محلات أصحاب العلامات التجارية والشخصيات المشهورة أو أي جهة كانت متواجدة عبر فضاء الفيسبوك من ربط

1- فضل الله وائل مبارك خضر، اثر الفاييس بوك على المجتمع ، مرجع سبق ذكره، ص16

علاقات مع المستخدمين بشكل عام لتسهيل الوصول إليهم وتوصيل مختلف المعلومات التي يريدونها القارئون على هاته الصفحات باختلاف طبيعة ومجال والهدف من الصفحة.

وهناك العديد من الصفحات التي تم إنشاؤها عبر شبكة الفيسبوك وكل واحدة تختص في مجال معين، تتعدد وتختلف استخدامات صفحات الفيسبوك باختلاف مجالاتها ووظائفها باختلاف الفكرة الأساسية التي أنشأت بها والهدف المرجو منها فهناك الاستخدامات التجارية، الإعلانية والدعائية، الترفيهية، التعليمية، صفحات خاصة بالجمعيات الخيرية، صفحات القنوات الفضائية الإخبارية، صفحات الفن والمشاهير... الخ ونظرا لهذا التنوع سنقوم بتصنيف صفحات الفيسبوك إلى: صفحات رسمية وصفحات غير رسمية:

الصفحات الرسمية: وهي تلك الصفحات التي تنشأها وتقوم عليها هيئات رسمية وجهات خاصة وتحدد بعلامة تثبت على أنها صفحة رسمية تابعة لهيئة خاصة، وتصمم خصيصا لتسهيل التواصل مع العملاء وتوسيع نطاق التواصل مع مختلف شرائح المجتمع. ومثال ذلك الصفحات الرسمية للفضائيات التلفزيونية، الصفحات الرسمية للأحزاب السياسية، الصفحات الرسمية للشخصيات المشهورة، الصفحات الرسمية للعلامات التجارية، المصانع، الشركات، بحيث تستهدف هذه الصفحات تقديم المعلومات ونشر التحديثات واستطلاع الرأي مع الجمهور المستخدم بصور أسهل وأبسط من الطرق التقليدية.

الصفحات الغير رسمية: وهي الصفحات التي يعمل على إنشائها أشخاص عاديون وتكون لها شعبية كبيرة بين الناس تختص في مواضيع معينة تهدف للترفيه والتسلية ونقل الأخبار أو الدعاية والإعلان عن أمور معينة، مثل صفحات الطبخ والخياطة والنكت والأقوال والحكم... الخ.

5.2.2- خصائص ومميزات صفحات الفيسبوك:

أ- الخصائص والمكونات الشكلية:

- صورة غلاف الصفحة: وهي عبارة عن خلفية يتم وضع صورة عبارة عن غلاف لها يمكن أن تغير في أي وقت بالنقر عليها وإضافة صورة جديدة .

- الصورة المصغرة للصفحة: (علامة الصفحة) وتظهر كصورة خاصة للصفحة تعرف بها مثل صورة البروفايل في حساب الفيسبوك وتظهر بجانب جميع المنشورات ويمكن أيضا تغييرها في وقت.

- اسم الصفحة: ويمكن تغييره إذا لم يتعدى عدد المعجبين 200 شخص.

- **عدد المعجبين:** ويمثل عدد الأشخاص المتابعين والمعجبين بالصفحة والذين تظهر لديهم منشورات الصفحة وتحديثاتها في صفحتهم الخاصة بعد تطبيق عملية الإعجاب والمتابعة للصفحة.

- **حول approse** وهي عبارة عن مجال تتيحه الصفحة لكتابة معلومات مختصرة عن الصفحة ليفهم الزائر الهدف من الصفحة ومحتواها ومجال اهتمامها في أول زيارة له للصفحة.

- **حائط الصفحة:** وهو عبارة عن المساحة المخصصة للصفحة و الذي يتكون من جميع المنشورات التي أضيفت للصفحة بتواريخها وساعات نشرها وعدد المعجبين والمتفاعلين معها.

- **مربع الكتابة وإضافة الصور والفيديوهات والروابط:** وتتيح هذه المساحة إضافة منشورات جديدة وتحديثها بحيث تظهر في حائط الصفحة وفي الصفحات الرئيسية للمتابعين والمعجبين بالصفحة، كما يمكن للمتابعين والمعجبين إضافة منشورات في الصفحات التي يتابعونها إذا لم يتم تعديل الإعدادات من قبل مدير أو صاحب الصفحة وإلغاء هذه الخاصية من قبله.

ب- الخصائص التقنية:

- **خاصية إعدادات الصفحة:** والتي تمكن مدير أو صاحب الصفحة التحكم في إعدادات الصفحة وإضافة أو حذف مسيرين آخرين معه في الصفحة، بالإضافة إلى التحكم في محتوى الصفحة الداخلي والخارجي المتعلق بالمتابعين والمعجبين بالصفحة إذا لم يلتزموا بشروط وقواعد ومحتوى الصفحة.

- **الرؤى:** وهذه الخاصية تمكن فقط مدير ومسير الصفحة من معرفة جميع المعلومات والإحصائيات المفصلة عن الصفحة والمعجبين بها ومختلف المعلومات المهمة المتعلقة بالصفحة

- **خاصية تثبيت وإلغاء تثبيت مشاركة ما:** وتفيد هذه الخاصية الإشارة على أي منشور أو مشاركة بحيث تظهر لك أيقونة تثبيت تمكنك من تثبيت مشاركة ما لفترة معينة لتظهر في أول الصفحة دائما بالضغط على زر **pin to top** أو إلغاء التثبيت بالضغط على **unpin from top** .

- **خاصية تحديد ظهور المنشور والمشاركة بالعرض وتمييزها عن غيرها:** وتفيد هذه الخاصية بالإشارة على منشور والنقر على النجمة **highlight post** وإلغاء التثبيت بالضغط على **Rmove fromhighlight** .
pos

- خاصية إعادة ضبط مقياس وشكل الصورة: يمكن من خلال هذه الميزة إعادة ضبط الصور بالمشاركات لتضمن عرضها بأفضل شكل على الأعضاء وتحديد أجزاء معينة أيضا للظهور.

- خاصية استطلاع الرأي من خلال صندوق المشاركات: تفيد هذه الخاصية صفحات المؤسسات الرسمية في التواصل مع عملائها وجمهورها والتوصل للصور الذهنية التي يحملونها عن منتجاتهم وعلاماتهم التجارية مثلا

ثانيا - التفاعلية والأثر في شبكات التواصل الاجتماعي:

1- بين التفاعلية والأثر المفهوم والمصطلح في دراسات الإعلام:

1.1- التفاعلية، المفهوم والنشأة والتطور:

لقد بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية منذ أكد Winer عام 1948 أهمية رجوع الصدى كعنصر أساسي من عناصر العملية الاتصالية وأعقب ذلك صدور كتاب Wilbur Shramm عام 1954 وعنوانه: "عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها" والذي جاءت فيه أول إشارة لمصطلح التفاعلية وأكد "شرام" ضرورة وجود مجال خيرة بين المرسل والمستقبل، والذي بفضلها يتم توصيل نوعين من رجوع الصدى هما رسالة من المستقبل إلى المرسل ورسالة من المستقبل إلى ذاته وكانت دراسات الاتصال التقليدية المختلفة بداية بنظرية الطلقة السحرية مروراً بنموذج Shanon And Weaver ونموذج تدفق المعلومات عبر مرحلتين ووصولاً إلى نموذج Westley And Maclean Model ومفاهيمهما الخاصين بجراس البوابة قد أكدت في معظمهما على أهمية رجوع الصدى في وسائل الإعلام التقليدية التي كانت ذات اتجاه واحد وتفتقر لرجوع الصدى¹.

ورغم شعبية وشهرة هذا المصطلح إبان الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي إلا أن استعماله في بحوث الاتصال تراجع في العقود الأخيرة، والسبب يعود إلى بنية وسائل الاتصال الجماهيري، فطبيعة الإعلام الأحادي الاتجاه الذي فرضته كل من الجرائد والإذاعة والتلفزيون يستثني إمكانية عودة المعلومات من متلقي الرسائل إلى متلقيها حيث تنعدم فرصة تبادل الأدوار بين المرسلين والمتلقين، وهذا يتجسد من خلال ما يسمى التفاعلية التقليدية والتي نجدتها في الجرائد على شكل رسائل منشورة في ركن رسائل إلى المحرر التي يتم إرسالها عن طريق البريد، وما يحدث في الإذاعة والتلفزيون من مكالمات هاتفية أثناء بث البرامج أو وصول الرسائل البريدية أو

¹ - مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، مرجع سبق ذكره ص 134

الحضور في الأستوديو.¹ فنجد إحدى الخصائص الرئيسية في الاتصال الحديث تتجلى في إرساء أسلوب اتصالي لا يتيح الإعلام التقليدي ألا وهو الإعلام التفاعلي، وتجسد البناء التقني للاتصال الحديث في تجاوزه إحدى خواص الاتصال القديم أحادي الاتجاه. إن التفاعلية هي فعل اتصالي قديم يشير للتفاعل التبادل بالاتصال بين شخصين وتم استحداث المصطلح للإشارة إلى الوسائط المتعددة والعلاقات بين الأشخاص والآلات كما يختلف مفهوم ومعنى التفاعلية من وسيلة لأخرى، فالتفاعلية فالتلفاز تختلف عن التفاعلية في شبكات التواصل الاجتماعي ، وتبقى التفاعلية أهم الانجازات في مجتمع المعلومات اليوم. كما أن مفهوم التفاعلية تطور وتماشى مع الوتيرة المتسارعة لانتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، والتي بفضلها أصبحنا نتحدث عن سهولة الاتصال حققت ما يعرف بالإعلام التفاعلي ذي اتجاهين والذي يحدث بين المرسل والمستقبل .

وجاء مفهوم التفاعلية كمصطلح وتقنية وخدمة نتيجة ما يسمى بمجتمع المعلومات الذي نشأ جراء الففرة التكنولوجية الهائلة وتزواج نظم الاتصالات وتكنولوجيا الحاسبات التي قدمت لنا العديد من الامتيازات التقنية الجديدة والعديد من المفاهيم الجديدة كمفهوم التفاعلية الذي سنحاول التعمق فيه وتبسيطه وشرح خصائصه وأبعاده.

وللتعريف بمصطلح التفاعلية وجب أولاً التطرق إلى المصطلح بشقيه اللغوي والاصطلاحي، حيث يعود الأصل اللغوي للتفاعلية إلى مصطلح **Interactivity** اللاتيني الذي يتكون من كلمتين **INTER** و **ACTIVITY** بحيث تشير كلمة **INTER** إلى ما معنى "فيما بين" أو "بين"، فيما تشير كلمة **(ACTIVITY)** إلى الممارسة، وجمع الكلمتين يترجم مصطلح التفاعلية **Interactivity** من اللاتينية لمعنى الممارسة الثنائية المتبادلة بين شخصين وبالتالي التفاعل بينهما². أما الأصل العربي لمصطلح التفاعلية فمشتق من الفعل "فعل" الذي مشتقاته "فاعل" و"فعال"، والتفاعلية مصدر صناعي، اختاره مجمع اللغة العربية بالقاهرة، للدلالة على وصف الفعل بالنشاط والإيقان. والفاعلية: مقدرة الشيء على التأثير.³

¹ -ثائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2013، ص 11.

² - انظر، خالد زعموم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة، أشكاهها ووسائلها، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007، ص 28

³ - إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، مادة (ف ع ل)، تركيا، أسطنبول، 1972. ص 695.

ولقد أثار مفهوم التفاعلية جدلا واسعا بين علماء الاتصال مع تنوع الجمهور لاستكشاف تأثيرات التفاعلية بشكل كبير خاصة من زاوية المفهوم حيث رأى العلماء أن التفاعلية تنوع بقدر تنوع العنصر البنائي كوسيلة كما تنوع بقدر تنوع إدراكها في عقول المستخدمين وكذا بقدر تنوع البناء متعدد الأبعاد لها.¹

وكان مصطلح التفاعلية يستخدم على نطاق واسع في مجالات مختلفة قبل ظهور الوسائل الحديثة وتمت دراسته في مجالات متنوعة. فتعددت التعريفات التي قدمت للتفاعلية حيث يختلف معناها من كونها سمة للوسيلة الاتصالية إلى كونها سمة للعملية الاتصالية ذاتها، وفي إطار ذلك قدمت الدراسات السابقة تعريفات عديدة للتفاعلية ومقاييس مماثلة لمقاييس مستويات التفاعلية في المواقع الالكترونية الصحفية مواقع الشبكات الاجتماعية والتي تدرسها الدراسة الحالية.² وعليه سنتطرق للمفهوم التفاعلية حسب بعض الباحثين.

لقد أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطا أكثر فأكثر بالنظريات الحديثة في الاتصال، التي أعادت النظر في نموذج "لاسيويل" 1948: من يقول؟ ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ بأي تأثير؟ والذي كان يفترض أن الرسالة تنتقل من مرسل إلى متلقي سلمي، أي تدفق الاتصال في اتجاه واحد، وهذا المفهوم على صلة وثيقة بمفاهيم الحرية الديمقراطية والمشاركة والحوار، وهذا على الأقل على مستوى بعض الخطابات أصحاب السياسة والصناعة والممارسين وبعض الأبحاث الأكاديمية وفق هذا المنظور.

فإن مفهوم التفاعلية يشير إلى الحرية التي أصبح يتمتع بها المستعمل في اختيار ما يريد من الوسائل، ما يرغب من محتويات وبدون قيود الزمان والمكان. إضافة إلى إمكانية مشاركته في عملية التحرير والتعليق على المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام المختلفة وغيرها من أشكال وصور التفاعلية التي يتوقف دورها عند تلك الحدود بل كان له أثر بالغ على نماذج ومبادئ عمل تلك الوسائل حيث قللت التفاعلية من الأهمية والأدوار التي كان يمارسها "حارس البوابة" في انتقاء المحتوى، بعد أن فرض المتلقي حتمية الاعتراف برأيه وتوجهه على الصفحات والمساحات الإعلامية لكل تلك وسائل، من خلال التعليقات التي يوردها على المواد المنشورة في الصحف الالكترونية أو

¹ - أحمد عادل عبد الفتاح محمد، التفاعلية الالكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب

المصري في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي، رسالة دكتوراه، غير منشورة، تخصص الفلسفة في التربية النوعية قسم الإعلام التربوي جامعة المنصورة، مصر، 2013، ص 208.

² - المرجع نفسه، ص 208.

المواقع الالكترونية لوسائل الإعلام الأخرى (الإذاعة والتلفزيون...) أو من خلال الفضاءات التدوينية التي توفرها العديد من وسائل الإعلام على صفحات مواقعها، الالكترونية وغيرها من تطبيقات وأشكال التفاعلية.¹

ويقول "نصر الدين العياضي" عن التفاعلية بأنها: مفهوم ابتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين السمعى البصري والمشاهد، ويهدف إلى تحويل المشاهد الساكن السلبي إلى عنصر فعال ونشط بشكل يؤثر في البرمجة، لكن الاستخدام التدريجي والمتعدد لهذا المفهوم أصبح يدل على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة سواء احدث رجوع صدى أم لم يحدث.² أما "عائشة العاجل" فتقول: "يقصد بالتفاعلية Interactivity الأنماط الاتصالية عبر شبكة الانترنت كالتخاطب الفوري والبريد الالكتروني أو التعقيب المباشر على مادة الاتصال "النص" حيث يتمكن القارئ أو المتصفح من التعليق على ما يتصفحه ويحاور القارئ أو محرر المادة كما بمقدوره مراسلة الكاتب أيضاً".³ ويفرق بعض الباحثين بين نوعين من التفاعلية هما: التفاعلية البشرية وتفاعلية الوسيلة، كما يفرقون بين التفاعلية القائمة على فكرة "من المستخدم إلى المستخدم"، وبين التفاعلية القائمة على أساس "المستخدم-الوسيلة" أو ما أسماه كل من Massey and Levy، التفاعلية الشخصية وتفاعلية المضمون.⁴ وتشير stromer-Galley إلى تفاعلية البشرية بأنها أكثر أهمية من تفاعلية الوسيلة، لأنها أقرب إلى إعادة تشكيل الاتصال المواجهي (وجها لوجه)، وتعرفها بأنها اتصال بين اثنين أو أكثر من المستخدمين يحدث من خلال قناة اتصال مثل استخدام لوحة الرسائل أو استخدام روابط البريد الالكتروني. في المقابل فإن تفاعلية الوسيلة هي اتصال تفاعلي بين المستخدمين والتكنولوجيا وتقوم على طبيعة التكنولوجيا نفسها وما تتيحه للمستخدمين من أفعال مثل استخدام الروابط الفائقة للتنقل من قصة إخبارية إلى قصة أخرى.⁵

¹ - فوزي شريطي، التدوين الالكتروني والإعلام الجديد، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص119.

² - نصر الدين العياضي، التلفزيون دراسات وتجارب، ط1، دار هومة، الجزائر، دس، ص109.

³ - سهلي لامية، التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، منشورة، جامعة مسيلة، 2015، ص52.

⁴ - حسني محمد نصر، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة، بحث مقدم في مؤتمر وسائل الاتصال الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، الرياض، 2015، ص13.

⁵ - المرجع نفسه، ص13.

وفيما يلي تعريفات للتفاعلية وذلك بحسب أبعادها ونمذجتها فيما يلي:

مفهوم التفاعلية من حيث المستخدم: وينحصر مفهوم ومعنى التفاعلية من حيث المستخدم في قدرته وإمكانيته على المشاركة في تعديل شكل بيئة وساطية ومحتواها في الزمن الحقيقي، حيث يذهب هذا التعريف لطرح مفهوم القدرة في المشاركة الآنية في العملية الاتصالية وهذا ما توفره مختلف التقنيات الحديثة المتعلقة بالإعلام الالكتروني، وإمكانية تعديل مسار الحوار والاتصال انطلاقاً من نتائج ردود فعل الأطراف الأخرى وبالتالي التفاعلية هي الطريقة المعالجة التفاعلية بالحوار وتعديل اشتغال البرنامج من خلال مراقبة النتائج.

مفهوم التفاعلية من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي: ويقصد بالتفاعلية في هذا المقام الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال القدرة على التأثير في أدوار الآخرين والقدرة على التبادل، ويطلق على هذه الممارسة التفاعلية بمعنى وجود سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع فيها المرسل مثلاً أن يأخذ دور المتلقي ويقوم بأفعاله الاتصالية وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في العملية الاتصالية مثل الممارسة الثنائية، التبادل والتحكم، المشاركين، ومن أمثلة ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة¹. وبالتالي يفيد مصطلح التفاعلية في هذه الحالة معنى الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي أو متعدد الاتجاهات بين مصادر متعددة ومتلقين².

مفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة: تعتبر التفاعلية خاصية متغيرة تبعا لتغيير تقنيات الاتصال أو بناء على الوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالي ومدى إدراك الجمهور لها، حيث اعتبر الباحثون التفاعلية أنها أحد إمكانات القوة الدافعة لانتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة، حيث تعتبر أكثر خاصية يشار إليها لتمييز الانترنت عن بقية الوسائل الأخرى باعتبارها أكثر الخصائص أهمية لتقنيات الانترنت بين المرسل والمستقبل أو المستخدم والآلة أو الرسالة ومتلقيها.

ويذهب "محمد لعقاب" إلى أن التفاعلية تشير إلى التزامنية التي تعني إمكانية التعرض للمعلومات والأخبار في الوقت الحقيقي واللاتزامينة التي جعلت من شبكة الانترنت وسيلة تفاعلية تتفوق على التفاعلية التي توفرها وسائل الإعلام التقليدية مثل الهاتف والتلفزيون والصحافة المكتوبة فهي تحيلك فرصة التخاطب الفوري مع كاتب المقال أو إرسال بريد الكتروني إليه في جو من الحرية التامة مما يجعل التفاعل عملية فعلية وحميمية عبر الشبكة

¹ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، د بلد، 2005، ص177

² خالد زعموم، السعيد بومعيرة، التفاعلية في الإذاعة، أشكالها ووسائلها، مرجع سبق ذكره، ص29

وتتفوق على تفاعلية الوسائل التقليدية الأخرى¹. ومن جهة أخرى تعد التفاعلية هي صفة الأجهزة والبرامج وظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار بين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي. وحينها تعرف التفاعلية على أنها ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستعمل قادراً على التأثير في شكل أو محتوى عرض وساطي أو تجربة.² إذن تعد التفاعلية عاملاً نفسياً وإعلامياً تتغير وفقاً لتقنيات الاتصال أو بناءً على الوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالي وإدراك الجمهور لها.

ولقد تم تعريف مفهوم التفاعلية أيضاً من قبل الباحثين على أنه أحد إمكانات القوة الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة.³

وتشكل التفاعلية واحدة من أهم السمات تميز الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي فالوسيلة الإعلامية الجديدة تملك القدرة على المنافسة من خلال وفرة الخيارات التفاعلية التي تقدمها والتي تسهم بدورها في تعزيز وتدعيم المستخدم كعنصر أساسي في العملية الاتصالية.⁴

لقد أصبحت التفاعلية كلمة مألوفة وشائعة الاستخدام في اللغة اليومية للوسائل الحديثة فصار من الصعب تجاهلها فلا توجد كلمة أخرى يمكن أن تصف وضع المستخدم في عملية التفاعل بين الإنسان والكمبيوتر فالتفاعلية تركز الانتباه على الاندماج المستخدم في الاتصال بالحاسبات الالكترونية، كما أنها تعد مفهوماً رئيسياً في تطوير وتصميم واجهات التفاعل الرسومية الخاصة باستخدام الانترنت، وبالتالي فهي هامة البناء وتصميم برامج الكمبيوتر، فضلاً عن أن التفاعلية تعد مفهوماً هاماً، ونظراً للمقارنة التي تثيرها مع الوسائل السابقة وبالتالي فهي تشجع على تفكير جديد بشأن هذه الوسائل القديمة وتبقى التفاعلية مفهوماً محورياً في وسائل الإعلام الحديثة.⁵

على الرغم من وجود اختلاف في مجال الاتصال حول تحديد مفهوم التفاعلية إلا أن أغلب جهود الباحثين اتفقت على مجموعة محددات لهذا المفهوم نستعرضها فيما يلي:

¹ - ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 99

² - فضيلة تومي، تكنولوجيا الاتصال التفاعلية وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعات الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص:

الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، دس، الجزائر، ص 518-519.

³ - شريف درويش اللبان، صحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005، ص 65.

⁴ - احمد عادل عبد الفتاح محمد، التفاعلية الالكترونية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري في إطار

نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 205.

⁵ - المرجع نفسه، ص 207.

- إن التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الالكتروني، فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل وإنما مرسل لها في الوقت ذاته، الأمر الذي يحقق مستوى مرتفعا من التفاعل.
- يجب التمييز بوضوح بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والمتمثلة في رجع الصدى، والتفاعلية كمفهوم حديث مرتبط بتكنولوجيا الاتصال الحديثة، والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الانترنت.
- التفاعلية اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل، ومن المستقبل إلى المرسل، فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل.
- التفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية، فالردشة مثلا أداة تفاعلية تزامنية يشترط فيها تواجد طرفي الاتصال (المرسل والمستقبل) في آن واحد. أما البريد الالكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية لا يشترط فيها تواجد طرفي الاتصال في آن واحد.
- سيطرة المتلقي شرط من شروط التفاعلية، فالمتلقي يستطيع في ظل تكنولوجيا الاتصال التفاعل بتعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل، كما أن المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية، علاوة على قدرته على تبادل الرسائل مع المرسل والتعرض للمحتوى الاتصالي في الوقت الذي يلائمه.¹

1.1.1- الدراسات التي اهتمت بدراسة التفاعلية على شبكة الانترنت:

نظرا للأهمية البالغة التي يحوزها عنصر التفاعلية في العملية الإعلامية والاتصالية فقد اهتم به العديد من الباحثين وأفردوا له دراسات واسعة، باعتباره أحد حدود الفاعلية، بين وسائل الإعلام التقليدية والإعلام الجديد أيضا²، وسنحاول في هذا العنصر تقديم لمحة عن بعض الدراسات التي اهتمت ببحث التفاعلية:³

استهدفت دراسة "ماكميلان وداونز" 1998 رصد التعريفات المختلفة للتفاعلية، والتعرف على أهمية التفاعلية في الاتصال، والنماذج المختلفة للاتصال التفاعلي، والتعرف على أداء ومقترحات الأساتذة والدارسين المتخصصين في مجال تكنولوجيا الاتصال بالجامعات الأمريكية للوصول إلى نموذج عام للتفاعلية الالكترونية وذلك من خلال إجراء مقابلة مع عينة من الأساتذة والطلاب. وقد انتهت الدراسة إلى أن الهدف من الاتصال هو التبادل

¹ - فجال آمنة، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 74.

² - فوزي الشريطي، التدوين الالكتروني والإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 118.

³ - أنظر، شريف درويش اللبان، صحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سبق ذكره، ص 81.

والإعلام، وضرورة تحقيق المرونة الزمنية في الاتصال والتي تتراوح بين التزامنية واللاتزامنية حتى يصبح الاتصال اتصالاً فعالاً تفاعلياً، والاتصال التفاعلي هو الاتصال الذي يسمح بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، وأن الرسائل في وسائل الإعلام التفاعلية قد تكون شخصية أو جماهيرية، وأن الاتصال التفاعلي يجب أن يكون في اتجاهين. كما ركزت الدراسة على النموذج المقترح للتفاعلية يجب أن يأخذ في اعتباره الهدف من الاتصال واتجاهه والرسالة والزمن والسيطرة والجهد.

واستهدف دراسة "سالي ماكليمان" التعرف على طبيعة التفاعلية ودورها في الاتصال عبر الانترنت، وذلك من خلال التعرف على العلاقة بين التفاعلية المدركة والأدوات التفاعلية المتاحة على الموقع الإلكتروني، والعلاقة بين التفاعلية وتكوين اتجاه إيجابي نحو الموقع، وذلك من خلال اختيار عينة من مواقع الويب المتخصصة في مجال الصحة المتاحة على دليل "ياهو" للموقع، وعينة من مديري الموقع. وتوصلت الدراسة إلى إتاحة المواقع الإلكترونية للأدوات التفاعلية لا يؤثر على إدراك الجمهور للتفاعلية عليها، وأن ثمة علاقات طردية قوية بين الاتجاه نحو الموقع وكل من التفاعلية المدركة والأدوات التفاعلية، وأن الاتصال ذا اتجاهين والسيطرة هما العنصران الأساسيان للتفاعلية، وأن تفاعلية الموقع تعمل علة تعديل الاتجاه إيجابياً لدى الجمهور نحو الموقع.

أما دراسة "تائجيف شولتز" استهدفت بحث علاقة مفهوم التفاعل بوسائل الإعلام ومواقع الدردشة الإلكترونية، والبريد الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى أن الاتصال خلال وسائل الإعلام التقليدية يفقد عنصر التفاعل مقارنة بالانترنت، والتي توفر مساحة عريضة من حرية النقاش وتبادل الرأي من خلال مواقع الدردشة والمواقع الحوارية التي تضم جماعات متنوعة ومن الأفراد من مختلف أنحاء العالم، مما أتاح للجمهور أداة إعلامية إلكترونية مستقلة تماماً عن المؤسسات الإعلامية المعروفة.¹

وأشارت دراسة "نائر تلاحمة" (2011)² إلى أن المواقع الإخبارية الفلسطينية تستخدم الوسائط المتعددة في النشر بنسبة 100% كالصور والفيديو والنصوص المرفقة بوصلات تشعبية، وأنها وفرت البريد الإلكتروني وإمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار بنسب متفاوتة، حيث لا تتيح إمكانية إضافة معلومات والتواصل مع المرتادين من خلال مساحات الموقع، ولكن تتيح فقط إمكانية إبداء الرأي (التعليقات) بنسبة 77.4% .

¹ - شريف درويش اللبان، صحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سبق ذكره، ص 81، 82.

² - نائر تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت مرجع سبق ذكره، ص 6

واستهدفت دراسة "لوزيرها ولينكولن جيمس" 1998 قياس التفاعلية المتاحة على مواقع الويب الاقتصادية، وحاولت الدراسة التعرف على أبعاد التفاعلية الأكثر انتشاراً على هذه النوعية من الموقع. وأجريت الدراسة على 110 موقعاً اقتصادياً في الفترة من أكتوبر 1995 وحتى يناير 1997، وكانت وحدة التحليل هي الصفحة (الأولى)، ذلك باستخدام أداة تحليل المضمون من اجل فحص أبعاد التفاعلية، والتي تمثلت فيما يلي:

- **الترفيه:** والمقصود به مدى إتاحة مواقع الواب لبعض الألعاب الترفيهية، وبعض المحتويات الإعلامية التي تحمل طابعا ترفيهياً، وخاصة أن الترفيه يعد أحد الأهداف الرئيسية للاتصال.

- **الاختيار:** ويعني مدى إتاحة الاختيار بين البدائل المختلفة المتاحة على المواقع الاقتصادية، وكذلك اختيار طبيعة تصفح المواقع المختلفة، ويمثل الاختيار في السرعة واللغة، كذلك البدائل المختلفة كافة.

- **الارتباط:** ويعني الشعور بالقرب وإمكانية الإبحار داخل الموقع وخارجه. ويتمثل هذا البعد في إتاحة الموقع لمعلومات عن الشركة صاحبة الموقع، والوصلات الفائقة.

- **جمع المعلومات:** بمعنى جمع المعلومات من الجمهور حول اهتمامات هذا الجمهور وميوله والمستويات المعرفية لإفراده لصياغة رسائل إعلامية تتناسب وطبيعة الجمهور، ويأخذ جمع المعلومات كبعد تفاعلي عدة أشكال منها: دفتر الزوار والتسجيل.

- **الاتصال التبادلي:** ويعني الاتصال ذا الاتجاهين، فالشركات المعلنة على شبكة الانترنت تعمل على إتاحة بعض أدوات التفاعلية مثل: عناوين البريد الالكتروني للقائمين على خدمة الموقع، وإتاحة أرقام التليفون، المسوح، والرد الآلي على رسائل الجمهور.

وتوصلت الدراسات إلى انخفاض درجة الترفيه على المواقع الاقتصادية على الويب، وإلى أن الواصلات هي أكثر الأدوات التفاعلية استخداماً في مجال الارتباط، وأن الاتصال التبادلي ذا اتجاهين متاح على المواقع الاقتصادية، وذلك عن طريق الرد الآلي على رسائل الجمهور بنسبة 61,8%، وأن المواقع الاقتصادية لا تتيح الخدمات التفاعلية التي من شأنها جمع المعلومات عن الجمهور.¹

¹ - شريف درويش اللبان، صحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سبق ذكره، ص 89.

أشارت دراسة "سهير إبراهيم" (2010)، إلى أن أهم أدوات التفاعلية التي يستخدمها الشباب المصري هي البريد الإلكتروني والمحادثات الشخصية عبر الفيسبوك، يليها المجموعات الإخبارية، ثم القوائم البريدية ثم المدونات، وسجلت تأثيرات تفاعلية المواقع الإلكترونية على الشباب وفق ثلاث أبعاد: تأثيرات معرفية بالدرجة الأولى بنسبة 55% و تأثيرات وجدانية بالدرجة الثانية بنسبة 50% ثم تأثيرات سلوكية بنسبة 44%¹.

واستهدفت دراسة "حنان جنيد" 2003 التعرف على مدى اعتماد طلاب الجامعة على الاتصال التفاعلي من خلال شبكة الانترنت كمصادر أولية للمعلومات عن القضايا السياسية، وذلك من خلال التعرف على المتغيرات التي تتحكم في عملية التعرض للإخبار والمعلومات الإلكترونية من خلال الانترنت ودوافع الاستخدام التفاعلي ومدى انعكاس ذلك على التعرض لمصادر المعلومات الأخرى كالراديو والتلفزيون والصحف، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من قوامها مفردة من طلاب الجامعات الخاصة.²

وانتهت الدراسة إلى ارتفاع تأثير استخدام طلاب الجامعات الخاصة للانترنت على استخدامهم الراديو والتلفزيون، وهو ما أوضحته النتائج بانخفاض عدد ساعات الاستماع والمشاهدة بشكل كبير. وأكد البحث تأثير الانترنت على أساليب المشاركة السياسية لطلاب الجامعات، حيث تمثلت أهم هذه الأساليب في المتابعة المستمرة للأخبار السياسية والعالمية والحوار، والمناقشة مع الآخرين من خلال الاتصال الشخصي، وتلا ذلك المشاركة السياسية من حيث التصويت في الانتخابات المحلية وتكوين رؤية سياسية واضحة.

وأوضحت نتائج البحث ارتفاع نسبة المشتركين في جماعات الدردشة والحوار الإلكتروني من طلاب الجامعات وأتى الحوار وتبادل الرأي في الأمور العامة في مقدمة أسباب الاشتراك بجماعات الدردشة يليها إمكانية التعبير عن الرأي بحرية، ثم استقصاء المعلومات والأخبار عن أهم الأحداث العالمية، واحتلت القضايا السياسية الرتبة الأولى كأهم القضايا التي يفضل الشباب الجامعي مناقشتها خلال جماعات الدردشة يليها القضايا الثقافية، والقضايا الدينية، وأخيراً القضايا الاقتصادية.³

¹ - سهير إبراهيم، استخدام مواقع الانترنت التفاعلية وعلاقتها بدعم ثقافة الحوار لدى الشباب المصري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 10، العدد 2، 2010، ص 289، 354.

² - شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص 89.

³ - درويش اللبان، صحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سبق ذكره، ص 91.

2-1: الأثر:

تعرف موسوعة الإعلام والاتصال الأثر بأنه: "نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما".¹ كما أن كلمة الأثر في الإعلام "ترجع إلى أية نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الاتصال الجماهيري سواء في ذلك النتائج المقصودة أو غير المقصودة".²

كما أننا نستخدم مفهوم الأثر على خلاف التأثير الذي مازال يطرح مشاكل في ميدان بحوث الإعلام نظراً لصعوبة قياس طبيعته و درجته وتحديد مصدره بالضبط، وهذا برغم أدبيات التأثير التي تغطي مدة زمنية طويلة جداً و نطاقاً واسعاً ومتنوعاً من البلدان والجمهور و الوسيلة.³

جاء تعريف "بومعيزة" للأثر: بأنه تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها من خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية، وهذا وفقاً للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وما تمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة.⁴

والأثر كما يعرفه "حسن المكاوي وليلى السيد" هو: "نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على سواء، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية".⁵

¹ - بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، رسالة ماجستير، في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2008، ص 23

² - المرجع نفسه، ص 23.

³ - السعيدة بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب -دراسة استطلاعية لمنطقة لبلدة-، رسالة دكتوراه دولة، منشورة، تخصص علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2006، ص 29.

⁴ - المرجع نفسه، ص 29.

⁵ - حسن عماد المكاوي، ليلي حسين السيد، ط 1، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، 2001، ص 52.

كما يرى الباحث "عبد الباسط محمد عبد الوهاب" بأن الأثر " ما أحدثته تلك التكنولوجيا الإعلامية سواء كان أثراً سلبياً أو إيجابياً، كاستخدام الأقمار الصناعية أو جد عدة قنوات إرسال وكذلك وجد إرسالاً متخصصاً، وعملت على تفتيت الجماهير إلى أفراد منعزلين بعد أن كان الإرسال قبل الأقمار الصناعية يتوجه لجميع الجماهير".¹

ويعرفه الباحث "أبو جلال" بأنه " ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف أو السلوكيات والآراء والمعلومات من جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، فالرسالة الإعلامية قد تلفت انتباه المتلقي فيدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة أو يعدل من اتجاهاته السابقة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق".²

أما الباحث "نصير أبو علي": "الأثر بأنه ما يمكن أن يحدث من تغيير المواقف أو السلوكيات والآراء والمعلومات من جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، فالرسالة الإعلامية قد تلفت انتباه المتلقي فيدركها وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو تجعله يعدل من اتجاهاته السابقة وقد يجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق".³

2- أبعاد ومستويات التفاعلية وتطبيقاتها على شبكات التواصل الاجتماعي:

1.2- أبعاد التفاعلية وهي كثيرة نذكر منها ما يلي:

البعد الاجتماعي للتفاعلية: ويهتم هذا البعد بدراسة عملية التفاعل الاجتماعي والمتمثلة في الطرائق التي يتفاعل وفقها الأفراد مع بعضهم البعض وما يتخلل الحياة اليومية من تفاعلات وتبادلات وذلك لفهم المجتمع ككل بالفعل، فإن الذي يتأمل الحياة اليومية يلاحظ كيف أن كل ما يحدث فيها هو تفاعل متبادل على نحو ما، والتأثير المتبادل بين الطرفين (عاقدين أو غير عاقدين، أي إنسان أو آلة مع آلة) هو جوهر التفاعلية.

ويعتبر التفاعل مفهوماً محورياً في أعمال رواد مدرسة التفاعل الاجتماعي وتحديدًا (جورج هيربرت ميد 1934)، فحسب هذه الأعمال يتواصل الناس عن طريق تأويل الرموز التي تصدر عن الناس الآخرين، وتتموضع

¹ - بورحلة سيمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، مرجع سبق ذكره، ص23.

² - المرجع نفسه، ص23.

³ -تسعيدت قدار، أثر تكنولوجيايات الاتصال والإذاعة وجمهورها - دراسات مسحية في الاستخدامات والاشباع لدى الشباب - رسالة

ماجستير، منشورة، تخصص علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2010-2011، ص26

تأويلاتهم في السياقات الاجتماعية ومشروطة بها، إذ يرى "ميد" (مؤسس مدرسة التفاعلية الرمزية) أن الفعل الاجتماعي يتمحور في "التفاعل الاجتماعي الذي يتوقف على مقدرة أفراد المجتمع على استخدام الرموز (لغوية في معظمها) في هذا التفاعل والانتقال إلى الفعل بناء على ذلك.

وانطلاقاً من هذه الرؤية نستنتج أن "جورج ميد" يعتبر أن جوهر التفاعل بين الأفراد هي رموز اللغة اللفظية وغير اللفظية المتبادلة بينهم والمعاني التي يتوصلون إليها بعد تأويل تلك الرموز، ويشير "عبد الرحمان عزي" في هذا السياق إلى أن "بلومر Blimer" يحدد ثلاثة افتراضات للتفاعل الرمزي:

- يعتبر التفاعلات الرمزية تتعلق بالطابع الخاص للتفاعل كما يتخذه مساره بين الأفراد.
- يتمثل هذه الخصوصية والتمايز في أن الأفراد يؤولون ويعرفون أفعال بعضهم بدل الاستجابة التلقائية فقط.
- هذه الاستجابة التي تتوجه إلى أفعال بعضهم البعض تقوم على المعنى الذي يضيفه الأفراد على الفعل بالإضافة إلى أن تبادل الأدوار مهم في التفاعل الرمزي¹.

هناك أيضاً مظهر آخر للبعد الاجتماعي للتفاعلية والذي يحدد افتراض بعض بحوث الاتصال بواسطة الحاسوب ، أن الوسيط يستخدم أساساً كقناة اتصال يتدفق في اتجاهين بين المشتركين "مرسل ومتلقي" أو بصفة أعم الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المرسلين او المتلقين²

وتبرز أهمية التفاعلات الرمزية بالنسبة لدارسي التفاعلية في الأهمية التي تعطى لفعل الاتصال الذي يتم في وضعية الوجه لوجه وعملية تأويل معاني الفعل سواء تعلق الأمر بالاتصال الشخصي أو الجماهيري. وهذا يتجلى من خلال أهمية الاتصال في المجتمع الذي يتيسر فهمه بدراسة الكيفية التي يتواصل بها الأفراد، لأنها هي التي تحدد كيف يرتبط الناس بعضهم ببعض في الحياة الاجتماعية. وبالتالي سنجد مفاهيم وأفكار المدرسة الرمزية في دراسات التفاعلية والوسائط المتعددة، مثل: التفاعل والتبادل والهوية الشخصية والتفاعلات التماثلية وغيرها.³

¹ - عبد الرحمان عزي، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية، بعض الأبعاد الحضارية، ط1، دار الأمة، الجزائر 1995، ص35، 38.

² - خالد زعموم ، السعيد بومعيرة، التفاعلية في الإذاعة، أشكالها ووسائلها، مرجع سبق ذكره، ص32

³ - فضيلة تومي، تكنولوجيا الاتصال التفاعلية وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعات الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 524.

البعد الإدراكي للتفاعلية: بعد التطورات الحاصلة في مجال الاتصال واستخدام الحاسبات الالكترونية اهتم الدارسون والباحثون بدراسة كيفية تأثير الوسائط المتعددة على مختلف مظاهر الاتصال الإنساني، وانصب اهتمامهم على التفاعل الإنساني عبر الوسائط المتعددة و هو ما عرف "بالتفاعلية الحديثة" وركز الباحثون في هذا السياق على طبيعة شخصية المستخدم وقدراته الإدراكية على اعتبار أن الإدراك هو المؤشر المهم لفهم الإدراك التفاعلي الكلي.

كما أكد أصحاب هذا البعد على أن الخصائص الشخصية للفرد هي التي تؤثر حتما على تبني الوسيلة قبولها واستعمالها وبالتالي يتم إدراك مدى تأثير تكنولوجيا الوسائط المتعددة في حياة الأفراد من خلال فهم كيفية إدراك هؤلاء الأفراد للتفاعلية، انطلاقا من هذه الفكرة توصل الباحثون إلى طريقتين لقياس إدراك الناس للتفاعلية:

أولا: تفاعلات الإنسان مع الإنسان والتي لها علاقة بالمستوى السلوكي للتفاعلية.

ثانيا: تفاعلات الإنسان مع الرسالة والتي لها صلة بالمستوى الإدراكي للتفاعلية وتسمى التفاعلية المدركة.

ولقد أشارت Morrison في وجوب فهم كيفية إدراك الفرد للتفاعلية من أجل إدراك التأثيرات التي تحدثها هذه التكنولوجيات الحديثة للاتصال، ومن بين الدراسات التي طبقت في هذا المجال دراسة New Hagen et Al 1995 والتي تناولت التفاعلية من زاوية إدراك المتلقي لتفاعلية البريد الالكتروني الصادر عن مشاهدي محطة NBC الأمريكية، وتوصلت من خلال فحص هذا الأخير انه كان يحمل إحساس بعمق العلاقة بين المشاهد والقائم بالاتصال وهذا ما حدد درجة التفاعلية في الاتصال والتي كانت قوية¹ وهذا ما يؤكد الباحث WU والذي ذكره "بومعيزة" حين يقول أن "الشيء الأهم للنظر فيه عند قياس مستوى التفاعلية ليس تعداد خصائص التجهيزات التكنولوجية، ولكن بالأحرى دراسة كيف يدرك المستخدمون هذه الخصائص، إذن يؤكد أصحاب البعد الاجتماعي الإدراكي للتفاعلية على أنها خاصية من خصائص شخصية الفرد وتكمن في الإدراك، وكما يتفرع هذا البعد إلى أبعاد فرعية أخرى مثل : درجة التحكم في الوسيط الاتصالي، التخصيص المدرك والذي يتعرض له أفراد الجمهور يلي حاجاتهم.²

¹ - ماهر عودة الشمالية، الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 106

² - فضيلة تومي، تكنولوجيا الاتصال التفاعلية وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعات الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 526.

البعد النفسي الاجتماعي: يقوم البعد النفسي الاجتماعي للتفاعلية على النموذج الاجتماعي التماثلي، ويعتبر الاتصال بين الأشخاص باستخدام الحاسوب يشبه تماما الاتصال بالتلفزيون على اعتبار أن الأفراد يتفاعلون ضمنا مع أفراد آخرين افتراضيين بتصور ذهني بوجود أشخاص وكائنات داخل الحواسيب وبالتالي فالأفراد يتفاعلون اجتماعيا مع الحاسوب والتفاعل في هذه الحالة يسمى تفاعل اجتماعي ويشبه الاتصال الشخصي أكثر من الاتصال الجماهيري.

ويستخدم هذا البعد مفهوم الكثافة للشبكة الاجتماعية بمعنى أن تواجد الفرد بعيدا نسبيا عن الجماعة التي يعيش بداخلها يقلل من تبنيه لوسائل الاتصال الجديدة، ويتوقف تقييم الفرد لأي وسيط اتصالي على تأثيره بخصائص شبكته الاجتماعية بالإضافة إلى الحالة الوجدانية الداخلية للمستخدم والتي تعتبر متغيرا هاما في حصول التفاعلية. وفي هذا البعد حاول بعض الدارسين المتخصصين إسقاط مفاهيم نظرية الاستخدامات والاشباع على بحوث الوسائط المتعددة والتفاعلية للبحث في حاجات ورغبات الفرد ودوافعه التي يمكن أن تحدد كيفية استخدامه لوسائل الاتصال ويتسنى له ذلك من خلال دراسة شخصيته.

البعد التكنولوجي للتفاعلية: إن التفاعلية من منظور البعد التكنولوجي تروج لها الصناعة وإعلاناتها حول التكنولوجيات الجديدة، ويركز هذا البعد على الخصائص الجوهرية في الوسائط التكنولوجية وليس على الرسالة أو المستخدم أو حتى العملية الاتصالية التفاعلية، فالتفاعلية هنا تشير إلى المستوى العالي نسبيا للوسائط الالكترونية والإمكانيات الملائمة التي تسمح بها للتبادلات المتعددة الاتجاهات و تتحدد التفاعلية حسبما إذا الوسيط الالكتروني:

- يجعل الاتصال متعدد الاتجاهات
- يسمح للمشاركين بالتحكم في الفعل الاتصالي
- يدعم تبادل الأدوار بين المشاركين في العمليات الاتصالية و التواصل بين المرسل و المتلقي في الوقت نفسه¹

¹ - خالد زعموم، السعيد بومعيرة، التفاعلية في الإذاعة، أشكالها ووسائلها، مرجع سبق ذكره، ص41

2.2- مستويات التفاعلية:

مكنت تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام من تكريس التفاعلية بين المرسل والمتلقي، ففاعلية الانترنت تتفوق على الفاعلية التي أكتسبها الهاتف لزمان طويل، فظلا على اختلافها جذريا عن التفاعلية التي يحققها كل من التلفزيون والراديو. ففي ظلها أصبح يطلق على القائم بالاتصال مصطلح مشارك بدلا من مصدر أو مرسل، وبذلك دخلت عملية العملية الإعلامية منحى جديداً رسخته المفاهيم الجديدة المصاحبة لبروز التفاعلية كممارسة. لقد اختلف العلماء في تحديد مستويات التفاعلية، وعليه سنحاول استعراض هذه المستويات كما يلي.¹

1- مستويات "جوي Tim Guay" للتفاعلية: قدم (1995 Tim Guay) وهي ثلاثة مستويات للتفاعلية بدء من الأدنى إلى الأعلى وهي:

الإبحار (التفاعلية الإبحارية): يركز هذا المستوى على المهام الأساسية للتجول داخل الموقع من خلال البحث عن المعلومات، باستخدام محركات البحث والأوامر وقوائم الخيارات، حيث تعد الروابط الفائقة ومحركات البحث من الوسائل الشائعة للإبحار داخل المواقع الالكترونية، فمن خلاله يتم الربط بين المواقع المختلفة في شكل جذاب يشعر المستخدم بمقدرته على السيطرة داخل الموقع.

الوظيفة (التفاعلية الوظيفية): تتم من خلال تفاعل المستخدم مع نظام لتحقيق أهدافه، وقد تكون تحقيق الربح والألعاب، أو الترويج المنتج، ويعد هذا المستوى أعلى مستوى من السابق، لأنه يضيف إلى المستخدم القدرة على التعامل مع المعلومات، وتسمح للقراء أيضا بالمشاركة والتفاعل مع الزوار الآخرين والصحفيون الذين يعملون في الموقع.

التكيف (التفاعلية الكيفية): تعتبر أعلى مستويات التفاعلية، تسمح للمستخدم بتكييف الموقع حيث تمكنه من التأثير على محتويات الموقع الصحفي، لان التكيف يحقق القدر أكبر من سيطرة المستخدم على النظام.

2- مستويات "جاري شيكلي" للتفاعلية: قسم جاري شيكلي التفاعلية إلى ثلاثة مستويات هي:

- **المستوى المنخفض:** هو الطريقة الخطية في استقبال المعلومات من اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل.

- **المستوى المتوسط:** هو استجابة الموقع لاختبارات المستخدم المتعددة.

¹- أمانة فجال، التفاعلية في الصحافة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 166.

- المستوى الأعلى: يتمثل في استجابة كل من المرسل والمتلقي لبعضهم البعض من خلال التحوار الالكتروني.¹

3- مستويات التفاعلية حسب عناصر العملية الاتصالية:

توجد ثلاث مستويات للتفاعلية بين أطراف العملية الاتصالية، تتفق على أهمية مفهومي السيطرة على العملية الاتصالية، واتجاه الاتصال، وقد أشار Mc Miilan إلى أن هذه المستويات تندرج كلها تحت المفهوم الشامل للتفاعلية في عملية الاتصال منعا لحدوث أي لبس في فهم أبعادها وهي:²

التفاعلية في علاقة مستخدم بآخر User to User Interaction ويركز هذا النوع على طرق تفاعل المستخدمين مع بعضهم البعض، ويكون الاتصال هنا ثنائي الاتجاه تبادلي بين أطراف العملية الاتصالية، وقد يكون المرسل فردا أو أكثر وقد يكون المستقبل فردا أو أكثر، مثل أشكال الاتصال التفاعلي الشخصي التي تعتمد على الحاسب الآلي، منها البريد الالكتروني والدردشة والمنتديات حيث أن هذه الوسائل التكنولوجية تخلق بيئة افتراضية غير قابلة للأدوار التقليدية للمرسل والمستقبل، وتتيح أدوات جديدة تمكن المستخدمين من السيطرة على العملية الاتصالية فهم يستطيعون التغلب على قيود الزمان والمكان، ولهم القدرة في السيطرة على توزيع المعلومات والوصول إليها، وتكمن أهم الملامح لذلك المستوى من التفاعلية في أنه يعد أول تطبيق للتزامنية المقترنة بالاتصال المكتوب.

التفاعلية بين المستخدم والوثائق أو المحتوى User to Documents Interactivity: يتضح

هذا النوع من التفاعل في الطريقة التي يفسر بها الجمهور النشاط استخدامه للرسائل الاتصالية، مثل الإبحار النشط في موقع الويب والمشاركة النشطة في إنتاج محتوى تفاعلي في المواقع، حيث أكد "Rafaeli" و"la Rose" أن جمهور وسائل الإعلام الجديد لم يعد مستقبلا فقط وإنما أصبح مصدرا أساسيا لإنتاج المحتوى ومتحكما في طريقة عرضه، فلقد أتاحت وسائل الإعلام الجديدة أشكالاً وطرقاً جديدة أتاحت الفرصة لأي شخص أن يكتب ويتفاعل معه أعداد متزايدة من مستخدمي هذه المواقع كالدونات وشبكات التواصل الاجتماعي والمجموعات وصفحات الفيسبوك وغير ذلك.

¹ - أمنة قحالي، الفاعلية في الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 166.

² - سماح عبد الرزاق الشهاوي، علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الانترنت، دراسة ميدانية على الجمهور والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، 2009، ص. 167، 184.

التفاعلية بين المستخدم والنظام **User to System Interactivity** : يمثل المستوى الثالث تفاعلية المستخدم مع الحاسب الآلي، وقد بدأ علماء الكمبيوتر في استخدام كلمة التفاعلية لوصف الشكل الجديد للواجهة الخاصة بالمستخدم منذ منتصف التسعينات، وعرفت بعض الدراسات التفاعل بين الشخص وجهاز الكمبيوتر بأنه الشكل الجوهرية للتفاعلية، وتتضمن مختلف أشكال التفاعل بين الإنسان والآلة مثل ك الألعاب وآليات البحث.¹

4- مستويات التفاعلية حسب العناصر البنائية لها: تنقسم التفاعلية حسب العناصر البنائية لها إلى مجموعتين: التفاعلية التواصلية، والتفاعلية المعلوماتية.

التفاعلية التواصلية: يقصد بها تلك التفاعلية الناتجة عن الأدوات التي تجعل المستخدم يتواصل مع الآخرين وفقا لاختياره. وتمثل الأدوات في أربعة أشكال اتصالية هي ك البريد الالكتروني، حجرات الدردشة، المنتديات.

التفاعلية المعلوماتية: وهي التي تمد المستخدم بالمعلومات التي يريدونها سواء أكان ذلك عن طريق مدخلاته إلى النظام مثل: محركات البحث والأرشفة، أو اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية مثل خريطة الموقع.

5- مستويات التفاعلية حسب عامل الزمن: تتحدد الفاعلية حسب عامل الزمن إلى مستويين هما:

التفاعلية المباشرة (التزامنية): هي التي تحدث مباشرة وفي الوقت الحقيقي بين طرفي العملية الاتصالية عبر الصحافة الالكترونية. ويتم خلالها تبادل الحوار، والأفكار في الزمن الحي. ومن أدواتها: غرف الحوار، المؤتمرات التفاعلية... الخ.²

التفاعلية غير المباشرة (اللاتزامنية): هي التي يستطيع فيها الطرف البادئ بالاتصال إرسال رأيه أو تعليقه أو فكرته للطرف المستقبل، فيقوم هذا الأخير بالاطلاع عليها بعدد أي في وقت لاحق والتفاعل معها بالرد، ويحدث هذا المستوى عبر البريد الالكتروني، عبر قوائم البريدية، اشتراكات النظام RSS .

¹ - سماح عبد الرزاق الشهاوي، علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الانترنت، مرجع سبق ذكره، ص. 167، 184.

² - آمنة قحالي، الفاعلية في الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 168.

3.2- تطبيقات التفاعلية بمواقع الشبكات الاجتماعية:

تتسم مواقع الشبكات الاجتماعية بالعديد من الخدمات التفاعلية التي تقدمها للمستخدمين والتي تجعلهم يكتفون استخدامها لها، حيث تعتمد تلك المواقع في تصميمها على العديد من الإمكانيات والأدوات التفاعلية والارتباطات التشعبية والوسائط المتعددة بما يسهل العلاقة التفاعلية بين المستخدمين والمحتوى المقدم خلالها وتساعد على ربط أجزاء المحتوى ببعضها البعض وكذا ربط المحتويات الخارجية، وتسعى المواقع أيضا نحو إتاحة طرق للتفاعل تساعد المستخدمين على تصفح المواقع من خلال النقر على الكلمات أو الصور أو الارتباطات التشعبية، بما يساعد على تمديد المنشورات و المحتويات المقدمة إلى أجل غير مسمى كذا إمكانية عمل امتدادات للموضوع الواحد مع المواقع أخرى، مما يساعد على جلب المعلومات الإضافية حول موضوع دون فتح الموقع من البداية.

ومن هنا يتضح أن الاتصال بمواقع الشبكات الاجتماعية يتدفق في مسارات أفقية أو على الأقل أكثر تفاعلية ومرونة بما يختلف على النمط الأحادي الذي اعتمدت عليه وسائل الاتصال التقليدية، وهذا في حد ذاته أحد الأسباب التي تمنحها قوة ليس فقط في جذب أعداد كبيرة من مستخدمي الانترنت إليها، ولكن في الاحتفاظ بهم والإبقاء عليهم، لأنهم بمرور الوقت يجدون أنهم أصبحوا جزءا من مجتمع افتراضي يجمع أفراداه اهتمامات مشتركة، ويتبادلون الاتصال فيما بينهم على قدر كبير من المساواة والحرية لم يكن معروفا في أي وسيلة اتصال جماهيرية من قبل.¹

وبالاستناد لمراجعة التعريفات الخاصة بالتفاعلية والتي تم الإشارة لها وجد ستة مكونات يمكن أن تصف تركيب التفاعلية بالمواقع الالكترونية بصفة عامة ومواقع الشبكات بصفة خاصة وهذه المكونات تشمل تطبيقات التفاعلية بتلك المواقع وأهمها:

1- **سيطرة المستخدم:** تشير إلى المدى الذي يمكن للفرد اختيار التوقيت والمحتوى وسلسلة الاتصال مع المستخدمين الآخرين وعندما يستطيع المستخدمون تحديد المضامين التي يريدون إضافتها بمواقع الشبكات سواء نص فقط أو نص يدعم صورة أو اختيار اللغة واستخدام محرك البحث لإيجاد معلومة بالموقع، فالمستخدمون يحتاجون

¹ - مها عبد المجيد صلاح، المدونات المصرية بين الحرية والمسئولية، دراسة تحليلية على نماذج من مدونات المصرية السياسية، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر، الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، كلية الأعلام، 1-2 يوليو 2008، ص3.

للتحكم والذي ربما يرتبط بتقليل الجهد في انجاز المهمة، وهذا البعد من الأبعاد التي تدعمها مواقع الشبكات الاجتماعية.

2- **الاستجابة:** حيث يستطيع الفرد تقديم التعليقات على كافة الرسائل المقدمة عبر الموقع سواء من خلال (إضافة تعليق، التفضيل like) من الوسائل التي تنوع استجابات المستخدم عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وكذا المباشرة مع الآخرين.

3- **التفاعلات في الوقت الحقيقي:** وهذه الخاصية تشير إلى السرعة التي يحدث بها الاتصال حيث يمكن أن يحدث الاتصال في الوقت الحقيقي لحظة التواجد بمواقع الشبكات الاجتماعية، وكذا إمكانية إرسال رسائل يطالعها المستخدم وقت وجوده بالموقع.

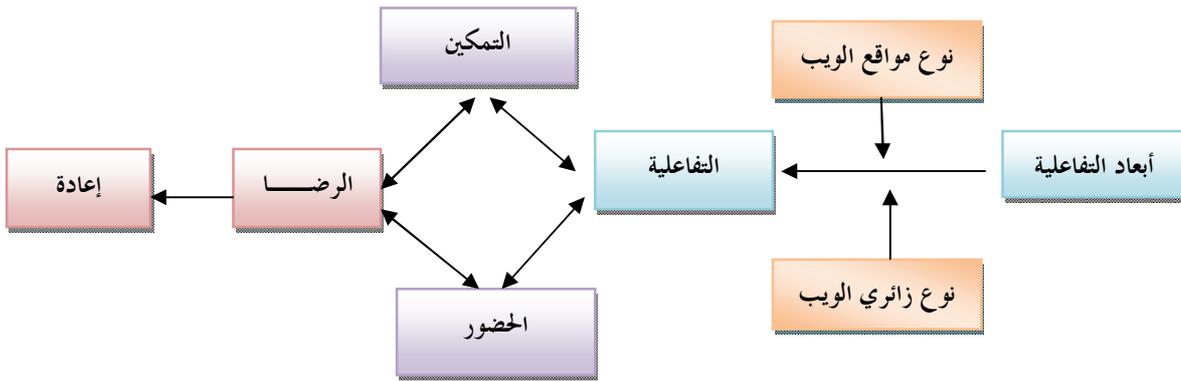
4- **الاتصال (الترباط):** الشعور بالارتباط بالعالم الخارجي لموقع محدد، وهذا يخلق روابط فائقة بمواضيع ذات الصلة وغيرها من الجمهور في بناء المواقع لتعطي إحساس بالمتجمع.¹

5- **الشخصية أو التحوير:** وهذا البعد يوضح مدى قدرة النظام على استخدام المعلومات من جانب المستخدم أو جمعها في نظام لعرضها على مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت، وهذا يضفي الخصوصية على صفحات الأفراد وكذا الطابع الشخصي الذي يميزها عن غيرها من المواقع.

6- **المرح:** وهذه الخاصية تشمل المشاعر والاستجابات السلوكية من جانب المستخدم، وهذا البعد يتضمن تفاعل المستخدم مع الموقع، لذا فالتفاعلية في ضوء تلك الأبعاد زيارة الفرد للموقع والتي تقود لإدراك والحضور الاجتماعي المتزايد بما ينعكس على الرضا المرتفع وإعادة الزيارة المحتملة ويتضح ذلك في الشكل التالي:²

¹ احمد عادل عبد الفتاح محمد، التفاعلية الالكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص337.

² احمد عادل عبد الفتاح محمد، التفاعلية الالكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص338.



شكل رقم (5) يوضح العلاقة الافتراضية بين أبعاد التفاعلية وزيارة المواقع.

ومن هنا يتضح إن التفاعلية المدركة من جانب الجمهور تتأثر بعاملين رئيسيين هما:

- نوع الموقع: سواء كانت مواقع تسوق - مواقع الترفيه والمتعة - مواقع المعلومات - مواقع الاتصال.

- نوع الزوار: حيث يزداد إدراك الأفراد للتفاعلية وفق كثافة استخدامهم لأدوات عبر المواقع الالكترونية.¹

وتأسيسا على ما سبق نجد هناك علاقة وطيدة بين أبعاد التفاعلية بالمواقع الالكترونية وإعادة زيارة المواقع، ويعزز ذلك إلى استخدام آليات تفاعلية مختلفة:²

3- أبعاد ومستويات الأثر وتطبيقاته على شبكات التواصل الاجتماعي:

بعد عملية البحث في المراجع والكتب لم نجد بشكل واضح ما يسمى بأبعاد آثار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل واضح ولا يختلف اثنان عن أن مجمل الآثار المترتبة عن استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا الاتصال الحديثة هي نفسها المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على اعتبار أن هذه الأخيرة هي تقنية من التقنيات التي توصلت إليها وأفرزتها تطوراتها التقنية، وإن وجد اختلافا فهو شكلي لا غير، فالانترنت قد طرحت العديد من الآثار النفسية والاجتماعية والصحية على مستخدميها. وفي عملية إسقاط لذلك على متغير

¹ - مها عبد المجيد صلاح، المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الانترنت - دراسة تحليلية وشبه تجريبية - رسالة دكتوراه، غير منشورة، تخصص اعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007، ص 133.

² - احمد عادل عبد الفتاح محمد، مرجع سبق ذكره، ص 339.

دراستنا المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها مظهر من مظاهر الإعلام الالكتروني نقسم هذه الآثار إلى بعدين:

1.3- الآثار الإيجابية من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتمثل في:

- نقل ثقافات الشعوب المختلفة مما يسمح للمستخدم الانفتاح عليها والتعرف على خصوصيتها ونقلها للآخرين.
- تسهيل عملية نقل الحديد في الاكتشافات العلمية التي توصل إليها العقل البشري في مختلف أنحاء العالم من خلال خاصية فورية البث وسرعة وكثافة الانتشار.
- توفير العديد من المكتبات الرقمية والروابط التي تأخذنا للعديد من الصفحات والمواقع التي تقدم مختلف العلوم والمعارف التي يحتاجها الفرد وإمكانية نشر مختلف المواضيع والمحاضرات والدروس العلمية وإتاحتها للجميع.
- تخصيص مواقع وقنوات "يوتيوب Youtube" خاصة بالتحقيق والاستشارات التربوية والطبية والاجتماعية والموضة والجمال والطبخ وكل مجالات الحياة.
- استغلال هذه المواقع لنشر مختلف القضايا وكسب تأييد العالم ومحاوله كشف ملبسات الكثير من القضايا المهمة¹.

2.3- الآثار السلبية من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

- 1- الآثار الاجتماعية : وتكون البداية دائما من الجانب الاجتماعي على اعتبار النسق العام والكلي الذي يحمل جميع الأنساق الفرعية التي تؤدي وظائفها بغية الحفاظ على استقراره العام، وأن الأثر السلبي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي لحدوث خلل في أحد الأنساق الجزئية قد يؤدي للخلل الوظيفي داخل المجتمع حيث أن تأثير الإعلام الجديد الالكتروني ممثلا في شبكات التواصل الاجتماعي قد يأتي في معظم الأحيان بتقلبات في سلوكيات الأفراد تنعكس على السياق العام للمجتمع الذي نعيش فيه، ويمكن تلخيص الآثار الاجتماعية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كما يلي:

¹ - رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 16

- الآثار السلبية على العلاقات الزوجية: وذلك من خلال انجراف بعض الأشخاص نحو إقامة علاقات غرامية غير شرعية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي و التي من شأنها تحطيم قيود الأسر سواء من ناحية الزوج أو الزوجة.

- فقدان التفاعل الاجتماعي: إن الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي و الاستخدام المكثف و المتواصل لها لساعات طويلة يؤدي الى حدوث حالات من الاغتراب وكذلك الانطواء والبعد عن العالم الحقيقي وبالتالي فقدان التفاعل الاجتماعي لأن عملية التواصل في تلك الحالة تتم عبر وسائط وآلات وأسلاك افتراضيا بعيدا عن التواصل الطبيعي الحقيقي.

- التأثير على القيم الاجتماعية: إن استخدام وتصفح الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي ومختلف الصفحات تجعلهم يتعرضون بصورة مباشرة أو غير مباشرة للعديد من القيم بهدف إعادة تشكيل الهوية والفكر تبعاً لما يسمى بتأثير الجماعات المرجعية Reference Group مما قد يؤدي الى محو آثار وقيم الجماعات الأولية داخل المجتمع الحقيقي مما يؤدي أيضاً إلى فقدان وسقوط الروابط الاجتماعية وتنمية قيم العزلة والتوتر والقلق.¹

نقاط أخرى تدخل ضمن الآثار الاجتماعية متمثلة فيما يلي:

- إضاعة الوقت خاصة عند الأطفال و الابتعاد عن ممارسة الأنشطة والهوايات التي من شأنها أن تساهم في تفرغ الطاقة لديهم في أعمال نافعة وتجديد روح النشاط لديهم.

- إغراء الأفراد المستخدمين في تقليد الثقافات الوافدة و التي قد لا تتلاءم مع قيم مجتمعاتنا.

- انخفاض مستوى التحصيل الدراسي لدى الأبناء والتكاسل عن القيام بالأنشطة التعليمية².

2- الآثار النفسية: تتعدد الآثار النفسية لشبكات التواصل الاجتماعي على مستخدميها ، فقضاء وقت طويل في البحث والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية يخلف العديد من المشاكل، ومن بين الآثار النفسية التي يعاني منها المستخدمون، نذكرها فيما يلي:¹

¹ - انظر بتصرف، خالد منصر، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب، ط1، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2017، ص 91

² - رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره ص15

- **الأرق وقلة النوم:** وذلك بسبب الوقت الطويل الذي يقضيه الفرد أمام الشبكة وهو ما يجعله يقلص من الوقت المخصص لباقي الأنشطة الأخرى لصالح التواصل عبر الشبكات. بالإضافة إلى الانعزال والاكنتاب ، ويرجع ذلك أيضا للوقت الطويل الذي يقضيه الفرد يبقى تدريجيا ينسحب من النشاطات الاجتماعية وجماعاته الانتمائية والمرجعية ويعتكف أمام الشبكة وقد يجد الشاب المتعة في الانفراد والتمركز حول الذات ويكون ذلك حالة مرضية من نوع الأنانية.

- **العيش في الأوهام والعلاقة الخيالية:** فالمزج بين ما هو حقيق وما هو رمزي خيالي وذلك أن المستعمل يكون علاقات اجتماعية افتراضية وينغمس فيها أكثر لدرجة إحساسه بأن هذه العلاقات هي حقيقة على أرض الواقع وذلك نتيجة العزلة التي يعيشها.

- **القلق وعدم الراحة:** وذلك من جراء ما يتلقاه المستعمل من رسائل عند تفاعله مع غيره قد يجعل ربما في بعض الحالات قلقا ومتوترا خاصة عند اكتشاف هويته الحقيقية هذا إذا كان مستعملا لهوية افتراضية ،بالإضافة إلى تلك الرسائل التي تستفزها، كما أن هناك أثارا نفسية أخرى على المستخدمين كتعلم الكذب والنرفزة وقلة النشاط والخمول والكسل وغيرها.

وقد بدء علماء النفس يتحدثون عن مرض نفسي يرتبط باستخدام الانترنت وهو مرض الإدمان على الانترنت، ومن أعراضه استخدام الانترنت للمتعة والإشباع وتخفيف القلق، والإحساس بالتذمر وعدم مراقبة والإحباط من جراء استخدامها.

3- الآثار العقائدية: إن من أخطر ما يحمله الإعلام الجديد الالكتروني بأساليبه المتنوعة ممثلا بشبكات التواصل الاجتماعي في موضوعنا هذا، زعزعة العقائد الإسلامية وضرب الدين في العمق حيث يعمل العديد على تخصيص صفحات ومواقع لبث آراء وأفكار عقائدية غير سوية لتشويه أفكار المستخدمين من شباب وجيل صاعد ومحاوله ضرب أسس العقيدة في داخلهم واقتلاعها، بالإضافة لانتشار العديد من مواقع وصفحات الدجل و الخرافة والسحر والكهانة المنافية لعقيدة مجتمعنا التي تستهدف ضعاف النفوس و الإيمان وبالتالي وقوعهم في حبال الشرك والكفر والإلحاد بطرق مباشرة أو غير مباشرة².

¹- مختار جلوي، الآثار النفسية والاجتماعية والصحية لشبكات التواصل الاجتماعي على مستخدميها، مقال منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد 11، جامعة باتنة، 2015/11/09، ص5.

²- رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص14

بالإضافة إلى انتشار حركات التنصير والعلمانية ومختلف الطوائف التي تعمل على تشكيك المسلمين في دينهم من خلال شبكة من المواقع داخل شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة لنشر الجنس والعري والفجور من خلال الصور الفاضحة والأفلام الخليعة بشكل علني يقتحم على الناس بيوتهم ومكاتبهم، فهناك طوفان هائل من مثيل هاته الصفحات والصور والمقالات والفيديوهات الفاضحة بشكل لم يسبق له نظير¹.

4- الآثار الأخلاقية والسلوكية: إن كثافة استخدام ومتابعة المواقع والمنتديات وصفحات الفيسبوك وغرف الدردشة والمجموعات يجعل المستخدمين من شباب ونساء وأطفال ومختلف الشرائح الاجتماعية يتعرفون على سلوكيات وأنماط حياة مختلفة تماما عما ألفوه واعتادوا عليه داخل بنائهم الاجتماعي، وبعيدة تمام عما نشئوا عليه من تعاليم وأصول، كما أن هذا التعرض المستمر يجعل تلك الأنماط والسلوكيات مباحة وعادية بالنسبة لهم مع مرور الزمن مما ينتج عنه تغير في السلوك والأخلاق ويمكن إيجاز هذه السلوكيات في النقاط التالية:

- إباحة سلوك شرب الخمر والمخدرات والتدخين والمتاجرة بهم.

- إثارة الغرائز الجنسية وانتشار ثقافة التحرش والاعتصاب.

- إثارة الدوافع للسلوك العدواني.

- السفور و انتشار ثقافة الاختلاط.

- تعويد المشاهدين على عدم غض البصر واحترام حرمان الآخرين².

5- الآثار الاقتصادية: إن توفير أجهزة حاسبات آلية ببرامجها وهواتف ذكية وألواح الكترونية إضافة إلى ضرورة الاشتراك في الانترنت وضرورة توفره في جميع الأوقات والأماكن للولوج إلى المواقع الاجتماعية والحسابات الخاصة يعتبر من المصاريف الرئيسية التي تؤثر على ميزانية الأسر خاصة محدودية الدخل وذات الدخل المتوسط، وبالتالي فإن هذه الاستخدامات تؤثر سلبا على اقتصاد الأسرة من جهة كما تؤدي إلى بعض المشاكل الاقتصادية

¹ انظر، خالد منصر، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب، مرجع سبق ذكره، ص 94

² - أنظر رضوان بلخيري، بتصرف، مدخل إلى الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 14

كالبطالة الواسعة وضرورة إعادة تدريب بعض العاملين على مهن جديدة، ومخاوف الناس على مهنتهم التي قد ينتهي زمامها¹.

ومن جهة أخرى يمكن اعتبار الإقبال على استهلاك الاشتراكات اليومية والشهرية للانترنت و اقتناء الأجهزة والهواتف مدخلا وموردا اقتصاديا أساسيا للدول من خلال الإيرادات التي تدخل جراء هذا الإقبال الواسع في مواكبة عصر الانترنت وتكنولوجيا الاتصال الحديثة من مختلف شرائح المجتمع.

6- الآثار و المخاطر الأمنية: قد يتسبب الاستخدام غير واعى وغير مدرك من قبل الأفراد في إيقاع بلدانهم في مخاطر أمنية، فعالبا ما تستهدف أجهزة الاستخبارات المستخدمين بطرق غير مباشرة، كما نجد أيضا انتشار "الهاكرز والكرakerز" الذين يعملون على نشر الفيروسات لتدمير أجهزة الآخرين والتجسس على مواقع المؤسسات والهيئات مثل ما قام به شاب أمريكي والذي يبلغ من العمر 23 عاما حينما أطلق فيروسا باسمه دمر 6 آلاف نظام عبر الانترنت من بينها أجهزة عدد من المؤسسات الحكومية بخسائر بلغت مائة مليون دولار عوقب على أثرها بالسجن لمدة ثلاث سنوات.

بالإضافة أيضا إلى القنبلة الالكترونية التي أطلقها مصمم ومبرمج ألغت كافة التصاميم والبرامج لإنتاج أحد أكبر مصانع التقنية العالية في "نيوجيرسي" التي تعمل لحساب وكالة الفضاء NAZA والبحرية الأمريكية

7- الآثار الصحية: يشير الأطباء إلى أن الجلوس لفترات طويلة أمام الحاسوب أو لاستخدام الهواتف والألواح الالكترونية يسبب العديد من المتاعب الصحية و التي يمكن إنجازها في النقاط التالية:

- مخاطر إصابة العيون بالإجهاد والحرقة وازدواجية الرؤية والالتهابات المتنوعة.

- مخاطر تهدد العضلات والمفاصل والتهاب الأوتار وآلام الكتفين والرقبة.

- تأثيرات إشعاعية غير مباشرة تؤثر مستقبلا.

ولتفادي هذه المخاطر والأضرار ينصح الأطباء اتخاذ إجراءات وقائية تقلل من هذه المخاطر:

- الجلوس في غرف واسعة ذات إنارة جيدة.

¹ - انظر، خالد منصر، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب، مرجع سبق ذكره، ص 94

- استخدام كرسي مريح ومسند للرقبة يكون ارتفاع المقعد ملائم بحيث تكون السواعد متوازية والأكتاف مرتخية.
- الإبقاء على مسافة أمام الحاسب والهاتف واللوح الالكتروني من 50 سم إلى 90 سم ووضع الشاشة بحيث تكون بعيدة عن أشعة الشمس والضوء الصناعي المباشر وكلما أمكن توضع شاشات التقييم الواقية على الشاشة وتوفير المساحة الكافية أمام لوحة المفاتيح لتسند عليها الأذرع أثناء ضغطها على المفاتيح¹.

¹ - انظر، خالد منصر، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب، مرجع سبق ذكره، ص 94، 96

الفصل الرابع

الحركة النسوية العربية ووسائل

الاعلام الجديد

Log In



أولاً: واقع الحركة النسوية في الوطن العربي

- 1- التعريف بالحركة النسوية
- 2- الخلفية المعرفية وتطور الحركة النسوية في العالم والوطن العربي
- 3- الاتجاهات الأساسية للحركة النسوية
- 4- نماذج الحركة النسوية في العالم العربي

ثانياً: حركة النساء العربيات والتفاعل عبر وسائل الإعلام الجديد

- 1- استخدامات الحركة النسوية العربية لوسائل التواصل الاجتماعي
- 2- دور الإعلام الجديد في مناقشة قضايا المرأة العربية
- 3- جمهور الفيسبوك من النساء العربيات المتفاعلة مع الحركة النسوية

أولاً - واقع الحركة النسوية في الوطن العربي:

1- التعريف بالحركة النسوية:

تعرف الحركة النسوية عموماً بأنها الحركات التي تتشكل من منطلق القناعة بوجود خلل في نظرة المجتمع للنساء والرجال، فتعمل تحت مسمى النشاط الذي يهدف لإعطاء المرأة حقها والمطالبة به، وتتشكل الحركات النسوية من أفراد أو مجموعات أو منظمات لها نفس الوعي والأيدولوجيا والموقف، وتهدف للمطالبة بنفس المطالب ولقد تعددت زوايا تعريفات المصطلح من قبل الباحثين والناشطين في هذا المجال، أعطت للمصطلح وجهات نظر مختلفة، سنحاول في هذا المقام التطرق لتعريف المصطلح بتفكيكه وتناول مفهومي الحركة والنسوية كل على حد، ثم سرد المفاهيم المتعلقة بمصطلح الحركة النسوية.

1.1- مفهوم الحراك/الحركة:

الحراك: هو عبارة عن شكل من أشكال النشاط الفردي على مستوى مجموعات صغيرة، أو الجماعي الذي يبرز كرد فعل لأوضاع تتسم بعدم المساواة، والقمع وعدم تلبية المطالب المختلفة، الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية... لفئات من المجتمع، وقد يستمر لمدة قصيرة أو طويلة، وقد يتحول لحركة واسعة أو يأخذ أشكالاً مختلفة من المقاومة الفردية والجماعية، ويمكن أن تتطور الحركة لتصبح حراكاً وقد لا يحدث ذلك.¹ فلقد اختلف علماء الاجتماع في تعريفهم للحركة الاجتماعية، حيث عرفها "غولد" gold و"كولب" colbe بأنها تلك الجهود المستمرة لمجموعة من الأفراد الهادفة إلى تحقيق مصالح مشتركة لكافة أعضائها.²

¹ - إبراهيم الناصر، الحركة النسوية العربية ومحاولات العولمة، مقال منشور عبر صفحة صيد الفوائد، ضمن موقع صيد نت، متاح على الرابط، <https://saaid.net/female/064.htm>، تاريخ الولوج: 10-02-2018، ساعة الولوج: 18:55.

² - نرمين سيد عزب سليمان، دور المنظمات العربية في تمكين المرأة دراسة مقارنة من واقع حالي مصر والبحرين، رسالة ماجستير، منشورة، تخصص العلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2011، ص ل.

2.1- مفهوم النسوية والفكر النسوي:

أما مفهوم "النسوية" فذهب العديد من المفكرين والناشطين في هذا المجال لتقديم العديد من التعاريف حسب أيديولوجياتهم وتوجهاتهم الفكرية إضافة للدلالات اللغوية للمصطلح. وفيما يلي عرض لأهم ما قدم لتعريف لمصطلح:

يعرفها "معجم Hachette" بأنها: "منظومة فكرية أو مسلكية مدافعة عن مصالح النساء، والداعية إلى توسيع حقوقهن"¹ أما معجم "ويبستر Webster" فيعرفها على أنها "النظرية التي تنادي بمساواة الجنسين سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، وتسعى كحركة سياسية إلى تحقيق حقوق المرأة واهتماماتها وإلى إزالة التمييز الجنسي الذي تعاني منه المرأة"². لقد ذهب المعجمان في تناولهما لمفهوم النسوية إلى الاتفاق بأنها ذلك الموقف المتشكك جراء عدم حصول المرأة على حقوقها وبالتالي العمل على المطالبة بها وفق ما يسمى بالنشاط النسوي. في حين نجد تعريفا آخر للنسوية على أنها: "مجموعة من التصورات الفكرية والفلسفية التي تسعى لفهم جذور وأسباب التفرقة بين الرجال والنساء وذلك بهدف تحسين أوضاع النساء في العالم، وترصد التمييز الواقع عليهن سواء من حيث توزيع الثروة أو المناصب أو الفرص وأحيانا حتى احتياجات الحياة الأساسية من مآكل وتعليم ومسكن وغيره"³ فالنسوية من هذا المنطلق إذن هي وعي مؤسس على حقائق مادية وليست مجرد هوية. كما تعرف أيضا بأنها "مفهوم سياسي مبني على نقطتين منطقيتين أساسيتين هما:

✓ أن بين النوعين مؤسسة تقوم على عدم المساواة بين النساء والرجال، وتعاني النساء بسببها من انعدام العدالة في النظام الاجتماعي.

✓ إن انعدام المساواة بين الجنسين ليست نتيجة لضرورة بيولوجية، لكنه ناتج عن الفروق التي تنشئها الثقافة بين الجنسين في المجتمع. ويقدم هذا المفهوم للنسوية جدول أعمالها الذي يتضمن نقطتين مهمتين:⁴ فهم الآليات الاجتماعية والنفسية التي تنشئ وتؤيد انعدام المساواة بين النوعين، ثم العمل على تغيير هذه

¹ - مية الرحي، الموجات النسوية في الفكر النسوي الغربي، مقال منشور ضمن مجلة حركة مصر المدينة، متاح على الرابط، <http://www.civicegypt.org>، تاريخ الولوج: 12-11-2018، الساعة، 16:54

² - خلود رشاد المصري، النسوية الإسلامية ودورها في التنمية السياسية في فلسطين، ط1، جامعة النجاح نابلس، فلسطين، 2014، ص22

³ - هند محمود، شيماء الطنطاوي، النسوية، النسائية الشابة، ط1، نظرة للدراسات النسوية، مصر، 2016، ص13.

⁴ - بام موريس، ترجمة سهام عبد السلام، الأدب والنسوية، ط1، المجلس الأعلى للثقافة، مصر، 2002، ص29.

الآليات". وفي نفس الفكرة المتعلقة بعدم المساواة بين الجنسين من النساء والرجال نجد التعريف التالي الذي يدعم الفكرة حيث تعرف النسوية وفقه على أنها: ¹ "مصطلح يشير إلى كل من يعتقد بأن المرأة تأخذ مكانة أدنى من الرجل في المجتمعات التي تضع الرجال والنساء في تصانيف اقتصادية أو ثقافية مختلفة".

استنادا لما سبق فالنسوية مصطلح يشير لمعنى الإسهامات التي تقدمها أيه امرأة في أي مرحلة من مراحل حياتها في مجال تحقيق وبلوغ قيمة المساواة بين الجنسين وهو الأمر الذي قد يتضمن اشتباكا أو صداما مع الأدوار التقليدية السائدة في المجتمع، كما يشير المصطلح إلى التشكيلات الاجتماعية النوعية التي تتزعمها النساء، وتتعدد التوجهات الإيديولوجية للحركات النسائية بين ليبرالية، وماركسية، ومحافظه، كما يوجد تصنيف حديث لهذه الجماعات على أساس اعتبارات منهجية (الحتميون-البنويين).²

أ - مفهوم الحركة النسوية:

وتعرف الحركة النسوية على أنها "حركة تسعى إلى إعادة هيكلة العالم على أساس المساواة بين الجنسين (ذكر/أنثى) في جميع العلاقات الإنسانية، فهي حركة ترفض كل تمييز بين الأفراد على أساس الجنس، وتلغي جميع الامتيازات والأعباء الجنسية، تسعى جاهدة لإقامة الاعتراف بالإنسانية المشتركة للمرأة والرجل باعتبارها أساس القانون والعرف".³ فهي النظرية والممارسة السياسية لتحرير جميع النساء الملونات، ونساء الطبقة الكادحة، والنساء الفقيرات، والنساء ذوات الصعوبات الجسدية والمثليات والنساء الكبيرات في السن، وكذلك النساء البيض السويات جنسيا والميسورات اقتصاديا، وأي شيء أقل من هذا لا يعتبر حركة نسوية، بل مجرد تعظيم أنثوي للنفس".⁴

¹ - سارة غامبل، ترجمة احمد الشامي، النسوية وما عبد النسوية (دراسات ومعجم نقدي)، ط1، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2002، ص337.

² - نرمين سيد عزب سليمان، دور المنظمات العربية في تمكين المرأة دراسة مقارنة من واقع حالي مصر والبحرين، مرجع سبق ذكره، ص "ك".

³ - ويندي كيه كومارو فرانسيس بارتكوفسكي، ترجمة عماد إبراهيم، النظرة النسوية مقتطفات مختارة، ط1، دار الأهلية للنشر والتوزيع، بيروت،

2009، ص18.

⁴ - المرجع نفسه، ص 20.

وعرفتھا "سارة غامبل": "بأنھا حركة تسعى لتغيير المواقف من المرأة كامرأة قبل تغيير الظروف القائمة وما تتعرض إليه النساء من إجحاف كمواطنات على المستويات القانونية والحقوقية في العمل والعلم والتشارك في السلطة السياسية والمدنية.¹ فالنسوية في أصولها حركة سياسية تهدف إلى غايات اجتماعية تتمثل في حقوق المرأة واثبات ذاتها ودورها.²

كما عرفت أيضا على أنها: "حركة اجتماعية تتبنى قضية النساء في المجتمع من منطلق القناعة بوجود خلل في ميزان القوى الاجتماعية والسياسية بين الرجال والنساء، وتقوم على الوعي والفعل، وتشكل الحركة النسوية من الأفراد والمجموعات والمنظمات التي تشترك في الموقف والهدف، وتعبّر عن ذلك بالفكر والعمل".³ في ذهب التعريف التالي لاعتبارها حركة غير منظمة في إطار قانون الدولة حيث يرى أنها: "حركة اجتماعية تنشأ خارج إطار مؤسسة الدولة وتستهدف إحداث تغيير في واقع النساء."⁴

ب- النسائية أو الفكر النسائي:

ظهر الفكر النسوي كفلسفة ورؤية في الستينيات من القرن العشرين، جاء تعريفه في قاموس "كامبردج Cambridge" للفلسفة: "النسوية بأنها تلك الفلسفة الراضة لربط الخبرة الإنسانية بخبرة الرجل، دون خبرة المرأة".⁵ فهي مجموعة من الأفكار والأفعال التي تهتم بما مجموعة من النساء المهتمات بالشؤون الخاصة بالنساء دون الرجال ولكنها تسعى لتغيير هذه الأوضاع. أو هي تلك المجموعات التي تختص بالحديث عما تتعرض له النساء ولا تعمل على إيجاد الحلول، أو تحاول إيجاد حلول لمشاكل النساء ولكن تلك الحلول لا تخص النساء وحدهن بل يتم إيجاد حلول لقضايا النساء ضمن قضايا أوسع وأشمل مثل قضايا حقوق الإنسان أو قضايا الوطن.

¹ - سارة غامبل، ترجمة احمد الشامي، النسوية وما عبد النسوية (دراسات ومعجم نقدي)، مرجع سبق ذكره، ص337

² - بمنى طريف الخولى، النسوية وفلسفة العلم، ط1، مؤسسة هنداوي، مصر، 2017، ص11.

³ - هند محمود وشيماء طنطاوي، نظرة للدراسات النسوية، مرجع سبق ذكره، ص29.

⁴ - فاطمة حافظ، الحركة النسائية العربية: النشأة والتطور والمعوقات، مقال منشور ضمن موقع ملتقى الفكر والإبداع، متاح على الرابط،

<http://almultaka.org>، تاريخ نشر المقال 2009/03/30، تاريخ الولوج، 20-03-2018، الساعة، 17:30.

⁵ - خالد قطب وآخرون، الحركة النسوية وخلق المجتمعات الإسلامية - المجتمع المصري أمودجا-، ط1، منتدى سور الأزيكية، مصر، 2006،

وقد نرى أن الفضاء النسوي كفكر و أيديولوجيا أو النسائي كصفة يشتركان أو متقاطعان في مجموعة من الأفكار والقضايا وهي أن كليهما مختصان بشؤون النساء بغض النظر عن طريقة معالجة هذه الشؤون عند كل فضاء أو أن الاثنتين يوجد بهما نساء بشكل أساسي، أو أن الفضاء النسائي جزء من الفضاء النسوي الكبير لان الفضاء مهتم بجميع أوضاع النساء ومهتم بطرح مجموعة من الحلول لهذه الأوضاع جميعاً، أو أن الفضاء النسائي هو الأعم فهو الأكبر ويشمل بداخله القضايا والأوضاع النسوية الأكثر تحديداً.¹

والفكر النسوي بشكل عام نسق أو انساق نظرية من المفاهيم والقضايا والتحليلات التي تصف وتفسر أوضاع النساء وخبراتهم، وسبل تحسينها وتفعيلها، وكيفية الاستفادة المثلى منها.²

2- الخلفية المعرفية وتطور الحركة النسوية في العالم والوطن العربي:

لا يمكن بأي حال من الأحوال إنكار عامل الدين الناتج عن تحريف نصوص العهدين القديمين في تهيئة الشروط والإرهاصات الأولى لظهور الحركة النسوية، فصورت المرأة في التراث اليهودي والمسيحي على أنها أصل خطيئة، بعدما أغرت ادم لفعل الخطيئة حينما أكلت من الشجرة كما هو منصوص عليه في كتبهم الدينية المحرفة، فكانت هذه النصوص هي الدافع الأساسي لظهور ما سمي بالحركات النسائية لمحاولة طمس هذه الأفكار والمعتقدات السائدة في تلك الفترة، حيث بقيت المرأة طوال عصور الظلام في أوروبا رمزا للدونية واللعنة، بل أنها كانت توصف على أنها ناقصة وثعبان لا يرتق إلى إنسان ولا تستحق روحها الدخول إلى الجنة، وظل ارتباطها بالرجل ارتباطا العبد بسيدته تأكل من فضلاته وتنام بعد أن ينام، وتسهر على خدمته وراحته.

فقد تأسست الحركة النسوية الأكاديمية في إنجلترا على "أوربتيناو كليرت Orbitino Clairt" سنة 1890م، ثم انتشرت في الغرب أصداء هذه الأصوات النسائية لتكون الأجواء ملائمة، فنتحت من خلالها في الجامعات ولاسيما في علم الاناسة الباب على مصراعيه للدراسات النسوية، فدشنت هذه الدراسات مسار التأسيس العلمي للأبحاث الأكاديمية حول المرأة، وتوسع مداها من الولايات المتحدة انطلاقاً من جامعة "سان ديغو" في السنة الجامعية "1969، 1970" باتجاه فرنسا وبريطانيا ثم الدول العربية في مرحلة متأخرة من القرن

¹ - خالد قطب وآخرون، الحركة النسوية وخلقلة المجتمعات الإسلامية - المجتمع المصري أمثودجا-، مرجع سبق ذكره، ص 16.

² - يعني طريف الخولي، النسوية وفلسفة العلم، مرجع سبق ذكره، ص 11.

الماضي¹، ففي فرنسا وبعد الثورة الفرنسية عام 1789م، استلهمت النساء أفكار الحرية والعدالة والمساواة وبدأت النساء بالمطالبة بحق المرأة في التصويت وشغل المناصب العسكرية والمدنية العليا في الجمهورية الجديدة، وفي بريطانيا- لندن- تحدثت الكاتبة والفيلسوفة ماري وولستون كرافت **Mary Walston Craft** عام 1792م في كتابها الذي يحمل عنوان "حقوق النساء" عن الطغيان المتزلي، وإنكار الحقوق السياسية للمرأة، وضرورة فرض فرص متساوية للتعليم والعمل، والتعليم المختلط، وحتى الفلسفات اليونانية الموسومة بالأنوار، التي تغنت بالعقل والمنطق لم تنصف المرأة وزادت من حجم عقدة النسوية في الغرب، حيث أن "أفلاطون" الفيلسوف اليوناني المشهور لطالما صنف النساء في عدد من كتبه ضمن العبيد والأشرار، وصنفها مع المخبولين والمرضى، إلى جانب الفلاسفة المتأخرين أمثال "ديكارت" من خلال فلسفته الثنائية التي تقوم على العقل والمادة: أين يربط العقل بالرجل ويربط المادة بالمرأة.²

ويمكن القول بأن البداية الفعلية للحركة النسوية (الكلاسيكية)، كانت في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا في ثلاثينيات القرن الماضي، حيث طالبت النساء هناك بالمساواة في التعليم، الصحة والعمل والممارسة السياسية، ثم انتقلت إلى أوروبا من خلال ظهور المصطلح في فرنسا بعدما حملت الفيلسوفة والمعلمة الفرنسية "سيمون دو بيفوار **Simon de Beauvoir**" المتطرفة لواء هذه الحركة من خلال كتابها "الجنس الثاني" أين طالبت بالمساواة المطلقة للمرأة، ومن هنا في فرنسا بدأت مرحلة الابتلاع والانحراف الإيديولوجي لمسألة الحركة النسوية.³

وقد تطورت الحركة النسوية منذ بدايات القرن التاسع عشر وحتى الآن تطوراً كبيراً، وأصبحت لها عدة مدارس، إذ لم تبق مجرد فلسفة وإيديولوجيا فقط، بل تتعدى ذلك إلى الممارسة الاجتماعية ثم السياسية وأكثر من ذلك الممارسة الشخصية والذاتية، حيث تعبر عن مجموعة الأفكار والمبادئ التي تتبناها النساء حتى في تعاملهن مع أزواجهن، وتظهر الحركة النسوية في القرن العشرين بصورة مختلفة حيث أدخلت إضافات لنشاطها ومطالبها كحقوق العمل والتملك وغيرها، ليأتي فكر ما بعد الحداثة برؤية مختلفة كلياً، وتقوم على أساس أنه لا يوجد

¹ - سفيان سامي، الانثروبولوجيا الثقافية والإنتاج المعرفي العربي، مجلة التغيير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، العدد 03، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص208

² - عبيدة صبطي وصابر بقور، تمثلات النسوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - خطاب المرأة المغاربية على موقع الفيسبوك-، مقال منشور ضمن مجلة العلوم الإنسانية، الجزء 1، العدد 7، جامعة أم البواقي، جوان 2017، ص298.

³ - المرجع نفسه، ص299.

تعريف مطلق للجنندر* (النوع الاجتماعي)، سواء من الناحية البيولوجية أو الاجتماعية، فالرؤية الثنائية للجنندر (ذكر و أنثى) في حد ذاتها تضيق على المرأة.

وترى الباحثة الأمريكية السالكة لهذا الاتجاه "جوديث بتلر Judith Butler"، إن تصنيف "المرأة" قابل للتشكيك، لأنه ينضوي تحته أمور أخرى مثل الطبقة والعرق والجنسانية وجوانب أخرى فردية، التي يمكن من خلالها تعريف كل امرأة بشكل مستقل، لهذا تعتبر كلمة "المرأة" كلمة أدائية أي التظاهر أو أداء سلوك أنثوي ولهذا تعتقد نسويات ما بعد الحداثة انه لا يوجد أساس واحد لتبعية المرأة، وأن هناك طريقة واحدة للتعامل مع هذا الأمور.¹

بالرغم من أن ظهور النسوية عادة ما يؤرخ له بمجموعة من المراحل والموجات التي تصنف ظهوره وتطوره تدريجيا بداية بالموجة النسوية الأولى في القرن التاسع عشر، إلا أن هناك بعض المواقف والكتابات التي من الممكن أن نعتبرها بداية للحركة النسوية. فعلى سبيل المثال نجد من النساء في ذلك الوقت من تعبر عن آراء قد تعد آراء نسوية، وذلك قبل ظهور خطاب تحرير المرأة بوقت طويل، إذ حاولت بعض كتابات هذه الفترة تحدي الفكرة القائلة بأن "النساء صنف من الجنس البشري أدنى من الرجال". كما أن ظهور مجموعة من السيدات في ذلك العهد قمن بتولي حكم بعض البلاد كالمملكة "إليزابيث" الأولى وغيرها من الملكات أثبت أن المرأة عندما تحصل على فرصتها يصبح لها شأن كبير في الحياة العامة.² وانطلاقا من هنا سنحاول تقسيم مراحل تطور الحركة النسوية في العالم بحسب موجات ظهورها تاريخيا كما يلي:

* يقوم مفهوم الجنندر على أساس تغيير الهوية البيولوجية والنفسية الكاملة للمرأة ويعمل على إزالة الحدود النفسية التي تفرق بين الجنسين على أساس بيولوجي أو نفسي أو عقلي، ويزيل الهوية الاجتماعية التي تحدد دورا مختلفا لكل واحد من الجنسين في الحياة وتمييزه عن الآخر، من أجل تحقيق المساواة والابتعاد عن تقسيم المجتمع على أساس الجنس، وبالتالي قيام العلاقات الاجتماعية على أساس النوع "الجنندر" وليس الجنس، وبذلك تتخلل الفئاة الاجتماعية "ذكر/أنثى".

¹ - حسان الناصر، في نقد الحركات النسوية، مقال منشور ضمن موقع جيل جديد، متاح على الرابط، <http://gealgaded.com>. تاريخ الولوج، 2018/11/13، الساعة، 12:48.

² - كريمة محمد السلاموني، القيم الثقافية وظاهرة حتان الإناث (دراسة مقارنة بين الريف والحضر)، رسالة ماجستير، غ منشورة، تخصص الآداب، قسم علم الاجتماع، جامعة طنطا، 2014، ص9.

1.2- الموجات النسوية في الفكر النسوي الغربي:

الموجة النسوية الأولى: كانت غاية النسوية في هذه المرحلة نيل المرأة لبعض من الحقوق العامة التي يتمتع بها الرجل، لذلك دأبت على تأكيد المساواة بين الجنسين، وأن الفوارق النوعية للمرأة هامشية لا تجعلها أقل مرتبة من الرجل ولا تحول دون تلقيها العلم وممارسة العمل والحياة السياسية والتصرف في أمورها مثل الرجل.

بدأت هذه المرحلة مع ظهور كتاب "ماري ولستونكرافت Mary Wallstonroft" دفاعاً عن حقوق المرأة سنة 1792م¹، في إنجلترا والذي اعتبر من أوائل النصوص في التراث المعرفي "الانجلو-أمريكي" الذي يحاول علنا النظر إلى مكانة المرأة ضمن الخطاب السياسي، الاجتماعي، المهيمن في تلك الفترة²، والذي مثل علامة دالة على انبثاق أولى موجات النضال النسوي الحديث، فقد ورد فيه إشارات ذات دلالة، على بدء الدعوة إلى مشاركة المرأة في الحياة السياسية، حيث أشارت المؤلفة إلى أن "المرأة في المستقبل قد تصبح طبيعية وصاحبة أعمال تجارية أو قد تدرس السياسة، ثم تخطت هذه الإشارة، إذ قدمت مقترحاً مثيراً يقول أن المرأة يجب أن يكون لها من يمثلها بدلا من أن تكون محكومة على نحو تعسفي دون السماح لها بأية مشاركة مباشرة في مداورات الحكم³.

انشغلت الموجة الأولى والتي ظهرت من أجل معالجة عدم المساواة الاجتماعية والقانونية التي تعاني منها المرأة في ق 19 في أوروبا بقضايا التعليم، التوظيف وقوانين الزواج، وقد تصدت المفكرات إلى ما توارثته الذاكرة الجمعية من أفكار سلبية ومواقف للمفكرين، أو الفلاسفة أو حتى في الكتب السماوية المحرفة لاعتبارها رمزا للخطيئة، بمعنى أن هذه الموجة أتت للمطالبة بحقوق المرأة والمساواة بينها وبين الرجل في حق التعليم والتصويت وهذا من خلال تغيير النظرة السائدة عن المرأة وتغيير الثقافة السائدة لدى أغلب الناس وهذا كذلك يخص المفكرين والفلاسفة بداية من أفلاطون مروراً بديكارت وصولاً لكانت الذين كانت لهم نظرة قاصرة ومحففة في حقها⁴.

¹ - يوسف بن بزة، إنجازات الحركة النسوية العالمية من منظور النوع الاجتماعي - مقارنة مفاهيمية تأصيلية-، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الأول، جامعة باتنة، مارس 2014، ص42.

² - سفيان سامي، الانثروبولوجيا الثقافية والإنتاج المعرفي، مرجع سبق ذكره، ص209

³ - يوسف بن بزة، إنجازات الحركة النسوية العالمية من منظور النوع الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص42.

⁴ - خرشوش بختة، بن حماد فتيحة، الفلسفة النسوية وأثرها في الفكر العربي المعاصر، مذكرة ماستر، منشورة، تخصص الفلسفة العربية الحديثة والمعاصرة، جامعة الجليلاني بوعامة-خميس مليانة- الجزائر، 2017/2018، ص40.

الموجة النسوية الثانية: ارتبط ظهور الموجة الثانية للنسوية بصدور كتاب "كيت مليتت Kate Mellett" عن السياسيات الجنسية¹، إلا أن العديد من الأفكار التي أثرت على الموجة الثانية من الحركة النسوية، وكذلك العديد من الأفكار التي سعت بعض النسويات لمواجهتها وتحديها، يمكن أن ترجع أصولها إلى كتاب "سيمون دي بوفوار Simon de Beauvoir" عن الجنس الثاني 1949م، وفي كتاب "بيتي فريدان Betty Friedan" عن "الغموض الأنثوي"². وتشير الموجة الثانية إلى نشاطات الحركة النسوية الممتدة بين 1960م وحتى نهايات القرن 20م، وفي هذه المرحلة بدأت الحركة النسوية تأخذ طابعا عالميا يشمل المرأة في جميع أنحاء العالم... " أين كان انتشارها واسعا وشمل مختلف بقاع العالم وامتد صداها على نطاق شامل، وقد اهتمت بقضايا المرأة، ويمكن إرجاع أصولها للأفكار التي وردت في كتاب "فريدريك انجز Frederick Engels"، "أصل العائلة والملكية الخاصة للدولة"، بالإضافة إلى كتاب "سيمون دي بوفوار" الجنس الآخر" بحيث توازي فيه بين مصير الذات الخاضعة للاستعمار وبين مصير النساء، وبالتالي تجاهل التعقيدات والخصوصيات التي تتعلق بالانتماء إلى الآخر على أساس الجنس والعرق أو الثقافة.³

لقد تميزت هذه المرحلة بالعمل على تحقيق الأهداف جماعيا وليس فقط عبر الكتابات الفردية كما تم الحديث عنه في الموجة الأولى، ولأنها راديكالية فقد انقسمت إلى تيارين في أمريكا، حيث ظهرت تكوينات مجتمعية تتبنى هذا المطلب ومنها المنظمة الوطنية للمرأة كرد مباشر على فشل اللجنة الأمريكية لتكافئ الفرص في مجال التوظيف والتعامل مع مسألة التمييز على أساس الجنس، وقد تبنت هذه المنظمة أهداف التيار الليبرالي الذي يدعو للمساواة في الحقوق، وفي المقابل نشأت حركة الحقوق المدنية والحركة الطلابية والحركة المناهضة لحرب فيتنام في الستينيات. تميزت هذه الموجة بنشر المفاهيم النسوية لجماهيريا وبالتالي التأسيس لبروز حقل الدراسات النسائية في المؤسسات الأكاديمية والجامعات الأمريكية.⁴ كما أنها هي نفس الفترة التي تم خلالها ترسيخ مفاهيم القرن الثامن

¹ - انظر، احمد عمرو، النسوية الراديكالية حتى الإسلامية، التقرير الإستراتيجي الإريادي، مجلة البيان، النسخة الإلكترونية، متاحة عبر الرابط، <http://www.albayan.co.uk>، تاريخ الولوج، 2017/12/06، الساعة 20.00.

² - نيما ناغمي، ترجمة، هالة كمال، الدراسات النسائية، دراسات الجندر، موسوعة النساء والثقافات الإسلامية، المجلد الأول، عدد بعنوان المنهجيات والمنظومات والمصادر، دار بريل للنشر، بوسطن، 2003، ص 581.

³ - خرشوش بختة، بن حماد فتيحة، الفلسفة النسوية وأثرها في الفكر العربي المعاصر، مرجع سبق ذكره، ص 41.

⁴ - يوسف بن يزة، إنجازات الحركة النسوية العالمية من منظور النوع الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

عشر والتاسع عشر ودمجها ضمن الخطاب النسوي الغربي بشأن القهر واسع الانتشار الذي تعاني منه النساء المسلمات.¹

الموجة النسوية الثالثة: لقد تميزت الموجة النسوية الثالثة عن سابقتها بالإيمان بالتعدد والابتعاد عن الإيديولوجية وكسر الاحتكار من قبل أي كان. وهي تختلف عن النسوية الأولى في أوائل القرن العشرين والتي حققت حصول النساء إلى حق التصويت الانتخابي. كما لا تشبه نسوية السبعينات أي الموجة الثانية من النسوية (والتي كانت تعكس خبرات الشريحة العليا من الطبقة الوسطى للمرأة البيضاء في سعيها لتمكين المرأة الاقتصادي والسياسي).²

عاصرت هذه الموجة ازدهار التعددية والابتعاد عن الإيديولوجية، وتعود جذورها إلى منتصف الثمانينات من منتصف القرن العشرين حينما دعت الناشطات النسويات إلى شخصية جديدة للنسوية، وقد تم التركيز على التقاطع بين العرق والنوع الاجتماعي، وهذا ما أدى إلى تزايد نسبة عدد الناشطات النسويات الملونات والأسيويات، كما تزايد عدد السياسيين من الأقليات الذين يتبنون الخطاب النسوي الجديد، يركز على جذب الشباب من النساء. ويطلق البعض على هذه الموجة ما بعد النسوية أو ما بعد الحداثة التي توصف أساسا بأنها شيء غير محدد المعالم.³

ومن أهم نقاط الخلاف الأخرى مع موجات النسوية السابقة ميل هذا التيار إلى الشك في الأفكار التي تضع الرجل والمرأة في فئتين منفصلتين ومتضادتين، كما يتبنى هذا التيار مبدأ الميل إلى الجنس الآخر ويحاول وضع مجموعة من الأولويات التي يكون فيها للرجل مكان كعاشق وزوج وأب وصديق. مع تأكيد على أن المرأة والرجل مختلفين حقا وأن الحصول على الحقوق الكاملة لا يعني تشابه بين الجنسين إطلاقا.

¹ - عريف عبد الرزاق، ميدني شايب ذراع، الجندر، جدلية العلاقة بين الرجل والمرأة في ظل تحولات الأسرة الجزائرية "مطرقة الاحتواء أم سندان الاستعباد"، ورقة بحثية مقدمة في الملتقى الوطني الثاني حول: الاتصال وجودة الحياة في الأسرة، جامعة ورقلة، يومي 10/9 أفريل، 2013، ص8.

² - نادية ليلي عيسى، تيارات الحركة النسوية ومذاهبها، مقال منشور ضمن موقع الحوار المتمدن، متاح على الرابط: <http://www.ahewar.org>، تاريخ الولوج، 12-11-2018، الساعة، 18:48.

³ - شيماء احمد فصيح عبد الرحمن السكري، التعليم المستمر لتمكين المرأة الريفية في ضوء اتجاهات الحركة النسوية (تصور مقترح)، رسالة ماجستير، غ منشورة، تخصص أصول التربية، جامعة القاهرة، مصر، ص 34.

وفي عام 1970م نشرت "جيرمين جريير Jermaine Greer" كتاب "تجريد المرأة من الأنوثة" والذي أصبح من النصوص المؤسسة للموجة الثانية، لتقوم بنشر كتاب آخر بعنوان "المرأة الكاملة" عام 1999م والذي أثار مرة أخرى جدلاً جديداً. وتوضح "Jermaine Greer" في المقدمة أنها كتبت هذا الكتاب كرد فعل على إيديولوجية ما بعد النسوية فتقول "يقال لنا إن المستقبل مؤنث وقد حققت النسوية الغرض منها ويجب أن تتوقف الآن، المرأة في تيار النسوية لها شعر طويل وترتدي زيا حشناً وأقراطاً مدلية، أما بعد النسوية فترتدي حلة عالم الأعمال وترفع شعرها وتستخدم أحمر الشفاه، أما المرحلة التالية لما بعد النسوية فتتسم بطبيعة داعرة بصورة استعراضية وبسلوك غير منتظم"¹. وانطلاقاً مما قالت "جيرمين جريير" يمكن أن نستنتج بان ما دعت إليه النسوية في موجتها الثالثة يتجاوز المطالب التقليدية في الحصول على الحقوق والمساواة، بل حتى تلك الدعوات لتحرير المرأة لا معنى لها أمام هذا التيار الجارف الذي يدعو إلى جعل المرأة سلعة حيث تؤكد "جيرمين جريير" بأن المرأة "تستطيع أن تحصل على كل شيء، كالوظيفة والأمومة والجمال والحياة الجنسية والمتعة".

من هذا المنطلق فالنسائية تعبر عن مضمون فلسفي وفكري مقصود، وبالتالي فالنسوية هي أن تبدي المرأة وجهة نظرها في أي مجال شاءت وأن يكون هذا الرأي مسموعاً معترفاً به لدى الجنس الآخر².

2.2- تطور الحركة النسوية في الوطن العربي:

مالا يختلف عليه اثنان أن الحركة النسوية ظهرت بداية الأمر في الدول الغربية، حيث أن المرأة الغربية كانت الأولى بين جميع نساء العالم التي بدأت بالمطالبة بحقوقها، كالعدل والمساواة التماثلية بينها وبين الرجل، والتحرر من قيود الدين وأبعدت كل ما يتعلق بلمس حريتها، فمارست مالها وما عليها بدون أي عقدة أو أي قيود.

أما في الوطن العربي فقد حذت المرأة العربية حذو المرأة الغربية، فكانت المطالب مشتركة والمبادئ واحدة، إذ أن الحياة التي كانت تعيشها المرأة العربية أكثر مرارة وظلماً من حياة المرأة الغربية. فكانت الحركة النسوية العربية قد بدأت بالتحرر من الأعراف والعادات والتقاليد شيئاً فشيئاً، بيد أنها لم تستطع أن تمس بالدين الإسلامي كونه كرمها وانزلها منزلة عظيمة، وكذا أنها لم تحاول التخلي عن أنوثتها التي هي رمز شخصيتها، فكل ما كانت تطالب به هو المساواة بين الرجل والمرأة في الحقوق والواجبات، وكذلك محاولة التخلي عن العادات والتقاليد التي

¹- يوسف بن يزة، إنجازات الحركة النسوية العالمية من منظور النوع الاجتماعي، مقارنة مفاهيمية تأصيلية، مرجع سبق ذكره، ص44.

²- رمضاني مرهم، تجليات النظرية النسوية في ترجمة الأدب النسوي- فوضى الخواص لأحلام مستغاني دراسة تطبيقية- رسالة ماجستير، منشورة، تخصص الترجمة، جامعة وهران، الجزائر، 2011-2012، ص2.

ما فتئت تؤثر سلبا على النساء في المجتمعات العربية، وهذا ما جعل المرأة العربية تتحسر من رؤيتها لمجتمعها يقبع في مستنقع الجهل والظلال.¹ وكانت البداية الأولى للحركة النسوية في العالم العربي بانطلاقها من مصر بتأسيس الاتحاد النسائي المصري عام 1923م، ثم بدأت بالانتشار إلى باقي المناطق والدول العربية من خلال الاتحادات النسائية والجمعيات و النشاط الجمعي.

بدأت الاتحادات والجمعيات النسوية نشاطها في مصر، عندما سافرت "هدى الشعراوي" إلى روما لحضور المؤتمر الدولي الخاص بالمرأة والذي عقد عام 1923م، وبعد عودتها من المؤتمر تزعمت الحركة النسائية في مصر ودعت إلى تحرير المرأة، ثم أسست الاتحاد النسائي العربي الأول في عام 1924م وعقد المؤتمر الأول لهذا الاتحاد، حيث دُعي إليه كبار النساء في البلد ونظرا لأهمية هذا المؤتمر لدى الدوائر الأجنبية حضرته "د.ريد Dr Reid" رئيسة الاتحاد النسائي الدولي وأرسلت زوجة "روزلفت Roosevelt" برقية للمؤتمر تشجع أعضائه للمشى على خطى شقيقتهم في العالم.² ومن أهم النقاط والقرارات التي صدرت عن أشغال هذا المؤتمر: المطالبة بحذف نون النسوة وتاء التأنيث الساكنة من المعجم اللغوي، ثم قامت بعد ذلك "درية الشفيق" بإنشاء "حزب النيل"، الذي تلقى الدعم أيضا من الخارج، ثم توالت الأحزاب والجمعيات والاتحادات النسائية بعد ذلك في مصر، حتى أن "هدى الشعراوي" أسست وحدها أكثر من خمس وعشرين جمعية نسائية. وفي النصف الثاني من القرن التاسع عشر خفت الحركات النسائية في البداية، ثم عادت للظهور في نهاية الستينيات والسبعينيات الميلادية، لتشمل أكثر البلاد الإسلامية وانتشرت مئات الجمعيات النسائية الداعية لتحرير المرأة في جميع المدن والقرى، لتمارس نشاطها المدعوم من الهيئات الدولية والإقليمية. والتي كانت في ظاهرها نشر الوعي الثقافي، والإصلاح، وتقديم المساعدات، وتعليم المرأة بعض المهن، كالشك والتطريز والخياطة، والضرب على آلة الطباعة واستخدام الحاسوب وغير ذلك، ولكن باطنها سم زعاف، فتعلم المرأة الأفكار والقيم الغربية، التي تنقلها من فكرها الإسلامي المستمد من الكتاب والسنة إلى الفكر العلماني المستمد من الغرب الكافر.³ وبدورها الحركة النسوية العربية مرت في تطورها بمجموعة من المراحل والموجات سنحاول توضيحها فيما يلي:

¹ - رمضاني مريم، تجليات النظرية النسوية في ترجمة الأدب النسوي - فوضى الحواس لأحلام مستغامي دراسة تطبيقية، مرجع سبق ذكره، ص 14.

² - صفاء عوني حسين عاشور، قضايا المرأة المسلمة والغزو الفكري، رسالة ماجستير، منشورة، تخصص العقيدة الإسلامية، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2005، ص 141.

³ - المرجع نفسه، ص 142.

3.2- الموجات النسوية في الفكر والعالم العربي:

الموجة الأولى للحركة النسوية في الوطن العربي: كان ظهور الوعي النسوي وتطوره في الوطن العربي متزامنا مع الوعي القومي منذ بدايات القرن التاسع عشر أو ما يسمى بعصر النهضة، حيث زاد اختلاط العرب بأوروبا، وتوسع انفتاحهم على حضارتها وثقافتها فنادت مجموعة من المثقفين العرب (من مسلمين ونصارى) إلى الأخذ والاستلهام من الحضارة الغربية المتقدمة في محاولة للخروج من حالة التخلف والامية والفقر الموجود في بلاد العرب، ولما كانت الثقافة الغربية تتحدث عن حقوق المرأة، وضرورة تأهيلها ومشاركتها في الحياة العامة واستقلالها اقتصاديا وخروجها للعمل وحريتها فقد اهتم هؤلاء المثقفون بموضوع المرأة.¹ ولذلك فسر البعض ظهور الوعي النسوي بظهور الوعي القومي الذي ظهر في نفس الوقت كرد فعل للهيمنة الثقافية الغربية بأنها حركة غير شرعية وغريبة عن العالم العربي وبالتالي فهي لا تناسب الشعب وثقافته العربية، ولخص "كوماري جيواردينا Kumari Jawardena" هذا الرأي بأهم يعتقدون أن الحركة النسوية هي "نتاج ثقافة رأسمالية منحطة" وما ظهرت إلا لغاية هروب النساء من مسؤولياتهن العائلية".

ولقد ركزت هذه المرحلة على المطالبة بحق المرأة في التعليم، ولم تطرح قضايا مناقضة لثوابت الدين ومسلماته، ولم ينسب إليه أي أمر متعلق بتخلف المرأة أو وضعها الاجتماعي المتدني، ولم تؤيد كتابات هذه المرحلة فكرة مساواة الجنسين بل أحيانا حذرت المرأة من تقليد الرجل ومحاولة أن تضع نفسها هذا الموضوع.² وكانت مجمل الأفكار الواردة في تلك المرحلة تبرز أن تدني وضع المرأة يرجع إلى مجموعة من الأسباب المتشابكة ما بين أسباب سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، وتم تحديد هذه الأسباب في الاستبداد السياسي واستبداد الرجل في تدني وضع المرأة وكذلك دور العادات والتقاليد في انحطاط وضع المرأة إضافة للجمود الديني وجمود بعض الفقهاء في تقديم تفسيرات خاطئة للدين من شأنها أن تسهم في تخلف وضع المرأة داخل المجتمع العربي.

الموجة الثانية للحركة النسوية في الوطن العربي: وتبدأ هذه المرحلة في الوطن العربي منذ نهاية القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين ويمكن تقسيم تلك الموجة إلى فترتين الأولى هي فترة سلبية لم يكن للمرأة أي

¹ - شيماء احمد فصيح عبد الرحمن السكري، التعليم المستمر لتمكين المرأة الريفية في ضوء اتجاهات الحركة النسوية (تصور مقترح)، مرجع سبق ذكره، ص25.

² - المرجع نفسه، ص26-27.

دور فيها وكان الرجال هم أول من رفعوا لواء تحرير المرأة ممثلون في "رفعة الطهطاوي ومحمد عبده" وكانت صورة المرأة في هذه الفترة هي صورة الأم والزوجة التي تهتم بشؤون البيت ورعاية الزوج والأطفال حتى دعا "محمد عبده" إلى ضرورة تعليم المرأة وتحسين ظروفها الاجتماعية للنهوض بالمجتمع ككل، أما الفترة الثانية فتتميز بظهور أول بادرة نسائية للدفاع عن حقوق المرأة متمثلة في الكاتبة "ملك حفني ناصف" فهي التي وضعت حجر الأساس للنهوض بالحركة النسوية.

الموجة الثالثة للحركة النسوية في الوطن العربي: وهذه المرحلة بدأت في البلدان العربية من خمسينيات القرن العشرين، حيث زادت الأحزاب في هذه المرحلة وانتقلت حركة تحرير المرأة من مرحلة التأثر بنمط الحياة الظاهري والعملي للمرأة الغربية إلى استلهاهم تلك الرؤى الفلسفية وجعلها إيديولوجيا وعقيدة للمرأة في حركتها وأدى النشاط في الكتابات الماركسية، حول تحرير المرأة إلى الانتقال إلى الحركة النسوية العربية، ذلك الأثر القوي الذي نجم عن الحرب العالمية الثانية والذي ظهر واضحاً في زيادة انفتاح المجتمع المصري وامتد ذلك الانفتاح حتى "عام المرأة العالمي 1975م" تحقيقاً للمبادئ التي طالما طالبن بها وهي: إقامة عدالة اجتماعية، وتعليم الفتاة، وإعدادها للعمل ومن خلال ذلك تم اختيار وزيرة هذا الحدث البارز لأول مرة في تاريخ النهضة النسائية في "مصر"، وظهرت في تلك الفترة الكثير والكثير من القيادات النسائية البارزة في كثير من الميادين والتخصصات، كما قامت الدكتورة "عائشة راتب" بتعديل قانون الأحوال الشخصية، وفي نهاية هذه المرحلة وهي تشمل العقد الأخير من القرن العشرين وحتى يومنا هذا زاد الاهتمام بدراسة مفهوم النوع أو الجندر، والمطالبة بالمساواة المطلقة في كل مجالات الحياة داخل الأسرة.¹

¹ - شيماء احمد فصيح عبد الرحمن السكري، التعليم المستمر لتمكين المرأة الريفية في ضوء اتجاهات الحركة النسوية (تصور مقترح)، مرجع سبق ذكره، ص 36، 31.

3- الاتجاهات الأساسية للحركة النسوية:

تعددت الاتجاهات الفكرية التي عبرت من خلالها النسويات عن أيديولوجياتهن ومطالبهن، وبعد البحث عن الاتجاهات الفكرية النسوية، ظهرت لنا العشرات من التسميات منها الشائعة وأخرى بالكاد تم التعرف عليها، والتي ظهرت إما مناقضة أو معادلة لسابقتها، وكل ذلك في سبيل تحسين واقع النساء والنهوض بشؤونهن وتسييل الضوء على أسباب معانات المرأة وإقصائها وتهميشها، وكل تيار فكري ظهر كان معبرا عن إستراتيجية خاصة لمواجهة حالة الاستضعاف تلك التي تعاني منها المرأة في مجتمعاتها، ومن هذه التيارات ما هو قديم تاريخي ومنها ما هو حديث معاصر¹. وسنحاول فيما يلي تقديم الاتجاهات الأساسية للحركة النسوية وأهم قضايا اهتماماتها:

1.3- الاتجاه الراديكالي: من الصعب نوعا ما التفرقة بين الاتجاه النسوي الراديكالي والاتجاه النسوي الاشتراكي وذلك لان الاتجاه الراديكالي يتكون أساسا من النساء المنشقات عن الفكر الاشتراكي في فترة الستينيات وان كان من الممكن النظر لأعمالهن باعتبارها تطورا لشكل جديد من أشكال الفكر الاشتراكي، حيث يطالب أصحاب ودعاة الاتجاه الراديكالي بحقوق المرأة ليس فقط للحصول على مكانة مساوية لمكانة الرجل، بل ينظرون لها باعتبارها تمثل احد الأولويات ولها درجة المكانة السامية. وانطلاقا من هذه الفكرة يعد التيار الراديكالي تيارا متشددا يدعو إلى الانفصال عن الرجال وعدم التعامل معهم وبناء مجتمع للنساء فقط، يتضمن آراء وأفكار تحمل الكثير من العداوة والكراهية للرجال "الذكور" باعتبارهم فئة ظالمة، أي أن هذا التيار يعمل على قلب الثنائية "ذكر/أنثى" بحيث يكون الأفضلية للأنثى.²

نشأت النسوية الراديكالية بين عامي 1960-1970 في الولايات المتحدة الأمريكية وطرحت أسلوب فهم جديد للعلاقات بين الجنسين عبر التاريخ، من أبرز رائدات هذا التوجه "شولاميث فايرستون **Cholamith Firestone**" و"كيت مليت **Kate Mellett**".³ حيث ولدت أفكار هذا الاتجاه من رحم اليسار الجديد وحركات الحقوق المدنية وشكلت النسويات الراديكاليات حركة تحرير النساء التي ركزت على الفضاءات الخاصة

¹ - خلود رشاد المصري، النسوية الإسلامية ودورها في التنمية السياسية في فلسطين، مرجع سبق ذكره، ص22.

² - شيماء أحمد فصيح عبد الرحمن السكري، التعلم المستمر لتمكين المرأة الريفية في ضوء اتجاهات الحركة النسوية (تصور مقترح)، مرجع سبق ذكره، ص 45.

³ - لينة معياري، مقدمة في النوع الاجتماعي والفكر النسوي، مقال منشور ضمن مجلة مساق الإعلام والنوع الاجتماعي، جامعة بيرزنت - مركز تطوير الإعلام، فلسطين، 2015-2016، ص17.

بهن وعلى قضايا المرأة بأشكال مختلفة دون القيادة المركزية ومع مشاركة جماعية، أين نادى ناشطات وأنصار التيار بضرورة إزاحة القيم الذكورية وإنشاء مراكز ومؤسسات نسوية تديرها النساء بهدف التخلص من سلطة الرجال وهيمنتهم والانفصال عن عالمهم.¹ أدرك أصحاب هذا التوجه ودعواته مدى القهر الذي تتعرض له النساء بسبب المعاملة السيئة من الرجال، فتشكل الاتجاه النسوي الراديكالي كرد فعل تاريخي تجاه نظريات التنظيم والاتجاه نحو حركة اليسار الجديد للمطالبة بإذعان الرجل للمرأة، بل واستبعاد الرجال جميعاً من عالم النساء وكان من نتائج هذا التوجه ظهور الحركة النسائية الأمريكية من جديد كحركة مضادة مناهضة للسلطة الأبوية "البطيركية" للرجال وعزلهم عن سوق العمل كما قام أنصار هذا الاتجاه بالنظر إلى التمييز الجنسي باعتباره أمراً موجوداً في المجتمع البطيركي "الأبوي".² كما توصف هذه النظرية بالراديكالية لأنها ترى قهر المرأة بوصفه واحداً من أهم أشكال القهر المجتمعي التي لا تقف فقط عند المرأة لكنها تتقاطع مع الحدود العرقية والثقافية والطبقات الاقتصادية، ومن هنا فإن النظرية توسع من تناولها للقهر الذي تتعرض له المرأة ضمن الموضوعات الاجتماعية كافة التي تشمل العرق واللون والثقافة والطبقة.³

وتنطلق أفكار هذا التيار من الاعتقاد بأن الرجال هم المسؤولون عن استغلال النساء وهم المنتفعون في الوقت نفسه من هذا الوضع، ومن هنا فإن البطيركية - أي الهيمنة النظامية المنهجية للذكور على الإناث في المجتمع - هي من القضايا المحورية لهذه المدرسة النسوية، التي تنظر إلى أن البطيركية ظاهرة شاملة انتشرت في جمع المجتمعات وفي مختلف الأزمنة والثقافات . ويركز أنصار هذا الاتجاه على العائلة باعتبارها المنبع الأول لقمع المرأة في المجتمع. ويضيفون إن الرجال يستغلون النساء بالاعتماد على ما يقدمنه من أعمال بيتية ومزلية بينما ينكرون عليهن ويحولون بينهن وبين الوصول إلى مواقع السلطة والتأثير على المجتمع.⁴

¹ - لجنة معياري، مقدمة في النوع الاجتماعي والفكر النسوي، مرجع سبق ذكره، ص 17.

* البطيركية هي كلمة يونانية تشير في معناها لممارسة السلطة الأبوية والذكورية على كافة نشاطات الحياة للمرأة وخضوعها التامة للنظام البطيركي "سيطرة الرجل: الأب، الأخ، الزوج..." في مراحل عمرها المختلفة.

² - مجري دلال، النظرية النسوية في التنمية، مجلة الفكر، العدد الحادي عشر، جامعة الحاج لخضر باتنة، ص 74.

³ - صالح سليمان عبد العظيم، النظرية النسوية ودراسة التفاوت الاجتماعي، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 41، ملحق رقم 1،

2014، ص 645.

⁴ - أنتوني غديتر، ترجمة فايز الصياغ، علم اجتماع (مع مدخلات عربية)، ط4، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005، ص 196.

فالنسوية الراديكالية شيدت الاختلافات بين الرجل والمرأة بناء على الاختلافات البيولوجية فيما بينهما وعلى النظام الأبوي. ولقد أدى تبني مفهوم الأبوية إلى منظور مزدوج يركز على قبول مسبق يستند إلى امتيازات الذكورية مقابل الخضوع الأنثوي، فلقد تم تصنيف النساء والرجال ككيانين متعارضين، وذلك من خلال التعامل معهما بوصفهما جماعتين متجانستين من ناحية الخبرات والسمات المشتركة.

ويرى "بوليرت Pollert" أننا بحاجة لمدخل مغاير لتلك الازدواجية التي يأخذ بها المدخل النسوي الراديكالي، والتي تجمع بين الرأسمالية والأبوية في الطرح، حيث يقترح مدخلا يتجاوز ذلك ويهتم بفهم النوع بوصفه مرتبطا بالعلاقات الاجتماعية كافة وغير منفصل عنها. ويأتي اقتراح "بوليرت Pollert" متوافقا مع النقد الذي توجهه "شيرى مورديج Chery Murdig" للنسوية الراديكالية التي ترى من خلاله أن تركيز هذا التيار النظري للجنسانية والمواد الإباحية جعله لا يولي أي اهتمام للنساء الملونين من ناحية ولعالم النساء الفقيرات اللاتي ينتمين للعالم الثالث من ناحية أخرى.¹

أكد أنصار آخرون من النسوية الراديكالية أن الظاهرة العالمية لجذور أو أصول النظام الأبوي ليست في طبيعة الامومية والبيولوجية ولكن النظام الاجتماعي للأسرة مبني على زواج نمط واحد بأخر، وهذا الاتجاه النسوي طبقا لتصور بوشر Boucher (1983) هو المصدر الحقيقي لاستغلال المرأة، ومن هنا نرى بأن السمة العامة للتنظير النسوي الراديكالي، أصبحت قائمة على دعائم أهمية المساواة بين الجنسين، والفكرة هي الاعتقاد بأن ما هو شخصي وما هو سياسي وان ممارسة سلطة الرجل على المرأة سائدة ليس فقط في المعالم الأيديولوجية والبنائية العامة وإنما في انساق العمل والتعليم ووسائل الإعلام وهكذا.² ورغم أهمية النظام الأبوي على المستوى الشخصي والعلاقات النهائية بالعالم الخاص بين الرجال والنساء، لذا فقد أوضحت "ماري ميناد Mary Menad" 1989م أن السلطة والقوة التي تحدث بين الأفراد داخل الأسرة تتم عندما يحاول شخص ما التحكم أو يهيمن على شخص آخر .

¹ - صالح سليم عبد العظيم، النظرية النسوية ودراسة التفاوت الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص646.

² - فليب جونز، ترجمة محمد ياسر خواجه، النظريات الاجتماعية والممارسات البحثية، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص144.

فالراديكالية التحررية تنطلق من دور المرأة في العلاقة الجنسية والإنجاب، وتنادي بضرورة القضاء على الأسرة لأنها كانت المؤسسة الكفيلة بقهر المرأة وتقليص دورها، ولا بد من تحطيم قداسة الأسرة بسبب عدم المساواة القائمة فيها، وذهبت "جوليت ميشيل Juliet Michel" إلى أن الأسرة وضعية ثقافية وليست طبيعة، ووظيفة الايدولوجيا الذكورية السائدة أن تقدمها على أنها طبيعية، ومع هذا بنيت آمال في تعديل هذا الوضع وتطويره، اعتمادا على ميل، الإنسان للثقافة أكثر من الطبيعية. وأن الحضارة المعاصرة بعيدة جدا عن الطبيعة، وكلما ازدادت تقدما ازدادت بعدا عن الطبيعة. هكذا تأتي الراديكالية الحقيقية في نسوية العشرين من هذه النظريات الكبرى، التي يتسع مداها يوما بعد يوم، وتتوغل من فرع معرفي إلى آخر، لتثبت الرؤية النسوية، التي جرى تميمشها طويلا، وفاعليتها وجدواها.¹

2.3- الاتجاه الليبرالي: تعود الإرهاصات الأولى للتيار الليبرالي للثورة الفرنسية في القرن الثامن عشر، والتي عرفت بحركات التنوير، فلقد ظهرت من خلال أفكار "ستيوارت ميل" و "هربرت تايلور" وأصبحت المبادئ الليبرالية سلاحا هاما للمطالبة بحقوق النساء، وكان الهدف الأساسي في الاتجاه النسوي الليبرالي هو المناذاة بالحقوق المدنية والسياسية للمرأة في إطار مجتمعات تقوم على منح الذكور جميع الحقوق وحرمان الإناث الكثير من تلك الحقوق. حيث يعزو هذا الاتجاه التفاوت بين الجنسين إلى التوجهات والمواقف الاجتماعية والثقافية، وخلافاً للمنحى الراديكالي، فإن أنصار ودعاة النسوية الليبرالية لا ينظرون إلى إخضاع المرأة باعتباره نسقا من البنية الاجتماعية الضخمة. فبدلا من ذلك يلفتون الانتباه إلى عدد كبير من العوامل المنفصلة التي تسهم في خلق التفاوت بين الرجال والنساء، وعلى سبيل المثال يركز هؤلاء على التحيز الجنسي والتفرقة في المعاملة ضد النساء في أماكن العمل والمؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام الجماهيري. وعلى هذا الأساس فإنهم يركزون جهودهم على إيجاد وحماية الفرص المتكافئة للنساء عبر سن التشريعات والوسائل الديمقراطية الأخرى، ويؤيد أصحاب هذا التوجه إصدار مثل هذه التشريعات والقوانين كالمساواة في الأجر والقوانين المناهضة للتمييز ضد النساء والقوانين الأخرى التي تجعل للنساء والرجال حقوقا متساوية أمام القانون. ويسعى دعاة النسوية الليبرالية من خلال الأنظمة القائمة إلى تحقيق الإصلاحات بصورة تدريجية، وهم بذلك يختلفون عن النسوية الراديكالية التي تسعى إلى الإطاحة بالنظام القائم برمته.²

¹ - بمخى طريف الخولي، النسوية فلسفة العلم، مرجع سبق ذكره، ص 31.

² - أنتوني غديتر، ترجمة فايز الصياغ، علم اجتماع (مع مدخلات عربية)، مرجع سبق ذكره، ص 196.

ويقوم هذا الاتجاه على الفرضية البسيطة بأن جميع الناس قد خلقوا متساوين، ولا ينبغي حرمانهم من المساواة بسبب نوع الجنس، يركز هذا المذهب على المعتقدات التي جاء بها عصر التنوير والتي تنادي بالإيمان بالعقلانية، وبأن المرأة والرجل يتمتعان بنفس الملكات العقلية الرشيدة، إضافة إلى أن التعليم وسيلة لتغيير وتحويل المجتمع، والإيمان بمبدأ الحقوق الطبيعية وبناء على هذا فمادام الرجال والنساء متماثلان من حيث طبيعة الوجود فإن حقوق الرجال ينبغي أن تمتد لتشمل النساء أيضاً.¹

لقد أفلحت المدرسة الليبرالية النسوية في تحقيق منجزات كثيرة للنساء خلال القرن الماضي، غير أنها وفي نظر بعض النقاد أخفقت في معالجة جذور التفاوت الجنوسي* وأسبابه العميقة، كما أن هذه المدرسة لا تعترف بطبيعة القمع الذي تعانيه المرأة في المجتمع. مجمله. وتتناول جوانب جزئية ومجزأة من التفاوت الجنوسي، لأنها تركز على معاناة المرأة في مجالات صغيرة ومحددة مثل التحيز الجنسي، والتفرقة، والاعتوار الاجتماعي، وتفاوت الأجور، كما أنهم أنصار النسوية الليبرالية بأنهم يشجعون النساء على قبول واقع اجتماعي يفتقر إلى المساواة والعدل والإنصاف، ويغلب عليه الطابع التنافسي.²

وتعد النسوية الليبرالية مصطلحاً غير طبع لأنه يشمل مجموعة كبيرة من الآراء ليست جميعها متوافقة، لكن بصفة عامة يمكن القول إن النسويات الليبراليات يسعين لتحقيق مجتمع يقوم على المساواة ويحترم حق كل فرد في توظيف إمكانياته وطاقاته. وتدلنا القراءة المتأنية للاتجاه النسوي الفردي أو الليبرالي إلى أنه أقدم الاتجاهات النسوية تاريخياً. وقد تضمن مساحة كبيرة لمناقشة جدية المرأة سواء في ارتباطها بالأسرة أو في تحررها من الأسرة تماماً.³

يركز هذا المدخل النظري بالأساس على أهمية تحقيق وإنجاز فرص متساوية لكل من الرجال والنساء بدون أي تمييز بينهما، وكما بينت "لوربير Lorbert" فإن النسوية الليبرالية نجحت في القضاء على العديد من العقبات التي تقف في وجه النساء في الدخول إلى مجالات العمل التي كانت حكراً على الرجال، كما ساعدت في المساواة في الأجور بين الجنسين، وفي القبول التشريعي للإجهاض. وكما يظهر من عمل هذا التوجه فقد ركز مباشرة على الفروق الواقعية التي تواجه المرأة بشكل خاص في مسألة العمل والمساواة في الأجر، فمن غير المعقول

¹ - لجنة المعايير، مقدمة في النوع الاجتماعي والفكر النسوي، مرجع سبق ذكره، ص 16.

* صيغ مصطلح الجنوسة على يد الأمريكي Roper Stoller، في الثلث الأخير من القرن 20، ولا يزال هناك جدل واسع بشأنه، حيث يفيد معناه مجموعة الأفكار والتصورات الاجتماعية لمعنى الرجولة والأنوثة والتي ليست بالضرورة ناجحة للجنس البيولوجي للإنسان.

² - انتوني غدينيز، ترجمة فايز الصياغ، علم اجتماع (مع مدخلات عربية)، مرجع سبق ذكره، ص 196.

³ - لجنة معياري، مقدمة في النوع الاجتماعي والفكر النسوي، مرجع سبق ذكره، ص 17.

وفقا لهذه النظرية تبرير الفروق بين الرجل والمرأة على أسس بيولوجية واستغلال هذه التصورات السلبية في تكريس الفروق على مستوى الالتحاق بسوق العمل وما يرتبط بذلك من تفاوت في الدخل من ناحية، والحصول على مناصب أعلى من ناحية أخرى.

ولقد اعتمدت السياسات الليبرالية النسوية على حركة الحقوق المدنية في الولايات الأمريكية التي ارتكزت في عملها على التشريعات المناوئة للتمييز وبرامج العمل الايجابي، لمواجهة التفاوتات القائمة على النوع، وبشكل خاص تلك المستشرية في سوق العمل والتعليم. كما أن القضايا المحورية التي ظهرت من خلال الحركة النسوية في سبعينيات القرن الماضي مثل "تعديل الحقوق المتساوية" تأثرت بدرجة كبيرة بالليبرالية النسوية. ويعني ذلك أن هذه الأخيرة لم تنفصل عن حركة المجتمع المدني في الولايات المتحدة التي بدأت في ستينات القرن الماضي وبدرجة كبيرة على رفض التمييز العنصري ضد السود والمطالبة بإجراءات تشريعية تدعم المساواة في سوق العمل والتعليم، وهو ما أدى لظهور برامج العمل الايجابية التي تمنح السود نصيباً أعلى في سوق العمل والتعليم وغيرها من الحقوق المدنية الأخرى تعويضاً لهم عما واجهوه من تمييز في فترات تاريخية سابقة، فلم يكن من الممكن ولا من الطبيعي أن تنفصل حركات المرأة التي ظهرت في سبعينيات القرن الماضي عن السياق القائم على نيل التمييز العنصري ضد السود والاستفادة من توجهاته بشكل عام.

وعلى الرغم من النجاحات التي حققتها النسوية الليبرالية في دعم المرأة للدخول لسوق العمل، وهو إنجاز ساعد في النيل من هيمنة الرجال وتحكمهم في فرص العمل المتاحة، فإنها كانت أقل نجاحاً في القضاء على أشكال التمييز الأخرى غير المعلنة في مؤسسات العمل، التي تمنع المرأة من الترقى والحصول على مناصب أعلى أسوة بما يحصل عليه الرجال. وهذا لا يعني أن ما حققته النظرية الليبرالية لم يكن شيئاً مهماً، بالعكس هو الصحيح، فقد كانت أول خطوة وأهم محاولة نحو تحقيق المساواة بين الجنسين، والأهمية التي يمكن أن تعزى إلى النظرية لا تكمن فقط في فيما حققته بقدر ما تكمن أيضاً في أنها لفتت الأنظار بشكل علمي إلى حقيقة الفروق التي يفرضها المجتمع على المرأة بالرغم من ما تقوم به من جهود تتساوى مع ما يقوم به الرجل وإن لم تكن تتفوق عليه، ووفقاً "للكامبل وواسكو" فإن النسوية الليبرالية فقد دافعت على حقوق المرأة من داخل النظام ذاته.¹

¹ - صالح سليم عبد العظيم، النظرية النسوية ودراسة التفاوت الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 642.

3.3- النسوية الاشتراكية: ظهر هذا التيار من الفكر النسوي من قلب إشكال الماركسية والراديكالية والتحليل النفسي¹، حيث يركز هذا الاتجاه على أشكال الظلم الذي يواجهه النساء بالنظر إلى أمرين مهمين:

- أولهما: اعتمادهن على الرجال

- ثانيهما: استغلالهن كمصدر رخيص ضمن قوة عمل الرأسمالية

ويناقش هذا التيار الفكري القهر الذي تعاني منه المرأة بسبب تعرضها لأشكال عديدة من الاستغلال سواء في أسرتها كابنة في مرحلة ما قبل الزواج أو فيما بعد في بيت زوجها² وتعتبر أفكار النسوية الاشتراكية مزيجاً من أفكار النسوية الماركسية والنسوية الراديكالية، استخدمت النسويات الاشتراقيات مفهوم الاغتراب واعتبرن أن المرأة تشعر بالاغتراب، لأنه لا يسمح لها المشاركة فيها إلا ضمن حدود ضيقة وغالباً ما ترفض تصوراتها وتتهم بالسخف والاحتقار. واعتبرت النسوية الاشتراكية أن أشد أنواع الاحتقار الذي تعانيها المرأة ناجمة عن تلك الأعمال المتزلية بدون مقابل، حيث طالبت النسوية الاشتراكية بمجتمع مستقل عن الذكور وتدمير البطيركية والرأسمالية معاً، لكنها اعتبرت الانفصال تكتيكياً مرحلياً وليس نهائياً (بخلاف النسوية الراديكالية)، بهدف إيجاد تكامل بين الجنسين.³

تؤكد النسوية الاشتراكية على الارتباط بين النوعين والطبقة، كما تركز على التمايزات الاجتماعية بين الرجال والنساء. كما هو معروف فإن الطبقة تمثل واحدة من المفاهيم المهمة في التحليلات بالنسبة لأوضاع المرأة من خلال محاولة الربط بين الطبقات الاجتماعية والتفاوتات المختلفة القائمة على التمييز وفقاً للنوع، من هنا، فإن النسوية الماركسية والاشتراكية تحلل أوضاع المرأة والتمايزات التي تتعرض لها وفقاً لمستويين للتحليل، أولهما الوضع الطبقي الذي تنتمي إليه، وثانيهما وضعها كأنتى مستغلة من الذكر. وتواجه المرأة الاستغلال مضاعفاً وفقاً للنسوية الماركسية: مرة بسبب انتمائها الطبقي ومرة بسبب انتمائها الجنسي.

¹ - سارة غامبل، ترجمة احمد الشامي، النسوية وما عبد النسوية (دراسات ومعجم نقدي)، مرجع سبق ذكره، ص 482.

² - صالح سليم عبد العظيم، النظرية النسوية ودراسة التفاوت الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 642.

³ - لينة المعياري، مقدمة في النوع الاجتماعي والفكر النسوي، مرجع سبق ذكره، ص 18.

وهناك اختلاف آخر للنسوية الماركسية والاشتراكية، يكمن في أن الأولى اعتمدت على تغيير القوانين التي تُنتج الظلم الذي تتعرض له المرأة، وعلى التركيز على دور الدولة في تحسين ظروفها، وأما الثانية قد أدانت دور الدولة واصفة إياها بالعمل من أجل تحقيق مصالح الرجال على حساب مصالح النساء في المجتمع.¹

لقد أكد أنصار هذا الاتجاه أن الظلم الذي تتعرض له المرأة وعزت ذلك إلى الاستغلال الموجه لها من قبل النظام الرأسمالي القائم على الملكية الخاصة وتعظيم الربح. ولهذا فهي تؤكد أن الوسيلة الوحيدة لوضع حد لأشكال الاستغلال المختلفة الذي تتعرض له المرأة يكمن في التخلص من النظام الرأسمالي، وتأسيس نظام بديل له، ولعل هذا التوجه هو ما جعل هذا الاتجاه النسوي أقرب للتوجه الراديكالي بالرغم من طابعه الإصلاحية الواضح. سلم هذا التوجه الفكري أيضا بأن حل التناقضات الطبقيّة ونجاح الثورات الاشتراكية هو أمر حتمي في إلغاء كافة أشكال التمييز بالمتجمع، وهذا بالدعوة إلى تبني فكرة (تنمية الوعي). ويقصد بهذه الفكرة ضرورة وجود نظرية للمرأة تسير مع الدعوة إلى الثورة الاشتراكية، وتساعد النساء على فهم خصوصية الاضطهاد وانعكس ذلك في صورة قيم ومفاهيم وأفكار طبعت العلاقة بين المرأة والرجل بطابع تقليدي يصعب تغييره والتقاليد المورثة.² ووفقاً لكل من "شلتون وأغر" فإن التفاوتات القائمة على النوع التي تواجهها النساء في سوق العمل ترتبط علمياً وأيديولوجياً بدورها في العمل المتزلي غير مدفوع الأجر. فالإستغلال المزدوج للمرأة ضمن العائلة وفي سوق العمل يعني أنها تنتج فائض قيمة كبير بالنسبة للرأسمالية أكثر بكثير مما يقوم الرجال بإنتاجه.

لقد ركزت النسوية الاشتراكية تاريخياً وبسبب ارتباطها بالإيديولوجية الماركسية على التزعة الطبقيّة للمجتمعات البشرية في الوقت نفسه الذي أولت فيه العوامل القائمة على العرقية والجنسية، اهتماماً أقل. ولقد أدت هذه الإسهامات إلى الاهتمام الكبير في النقاشات العلمية التي تمت فيما بعد في الفكر الماركسي الجديد.

كشف "هورست Horst" عن أهمية هذا التلاقي بين الرأسمالية والبنية الأبوية حينما قال "إن واحداً من الجوانب العظيمة لرؤية الرأس مالية والأبوية كوجهين لعملة واحدة إنما ساعدت في تشجيعنا على فحص الارتباط القائم بين الطبقة والجنس في أية محاولة تسعى لفهم الأدوار النسبية للرجال والنساء في المجتمعات البشرية". إن المسألة المهمة بالنسبة للنسوية الاشتراكية تتعلق بالتكامل بين عمل المرأة في كل من المنزل والسوق عند محاولة

¹ - صالح سليم عبد العظيم، النظرية النسوية ودراسة التفاوت الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص ص 643-644.

² - رانيا كمال، اتجاهات فكرية في النظرية النسوية، مقال منشور في مجلة عود الند، متاح على الرابط، <https://www.oudnad.net>

تفسير هيمنة الذكور وهيمنة الرأس مالية. كما بينت "سكولفر Sculver" في ما يتعلق بالنسوية الاشتراكية أن عمل المرأة في كل من المنزل والأسواق يخدم بشكل مزدوج الهدف الساعي إلى تأييد كل من الهيمنة الذكورية والرأسمالية.¹

وعلى الرغم من قيام "لوبر Lope" بتصنيف النسوية الماركسية والاشتراكية بوصفهما نظريات إصلاحية، فأنا نرى بأهمها يجب أن يصنفا ضمن النظريات الراديكالية، فهما لا يهدفان إلى تخفيف حدة التفاوتات الاجتماعية في الواقع ذاته بشكل جذري لكن بالرغم من ذلك، وبسبب تركيزهما على المرأة بشكل عام فقد وُجّهت لهما العديد من الانتقادات من النساء الملونين بسبب تجاهلهم وعدم إيلاء وضعيتهن العرقية والإثنية أية خصوصيات تحليلية ضمن هذه النظرية، وهو أمر اهتمت به على نحو رئيس النسوية المعنية بالتنوع العرقية.²

4.3 - نسوية ما بعد الحداثة (النسوية الحديثة أو ما بعد النسوية): اعتمدت فلسفة ما بعد النسوية على تحولات ما بعد الحداثة في النظر إلى الذات العارفة من حيث أن لها الدور المحوري في عملية المعرفة، وأضافت إليها تأثير الجنوسة أو دورها في عملية المعرفة ويتجلى دور الذات الذاتية- الذكورية- في أعمال جميع المفكرين والفلاسفة الذكور على امتداد التاريخ البشري، ومثالها فصل "ديكارت" للوعي العقلاني عن الجسد ليرتبط الأول بالذكر والثاني بالأثني. فصيورة إنتاج المعرفة تخضع للشروط الاجتماعية التي تشكل الوسيط بين الذات والموضوع، وبما أن الجنس مقولة اجتماعية، لا مجرد مقولة بيولوجية فقط فإن جنس الذات العارفة جزء لا يتجزأ من منظورها الاجتماعي، أي إن عملية إنتاج المعرفة عند الذكور لا يمكن فهم شروطها ومقتضياتها إلا من ضمن كونها ممارسات للذكور باعتبارهم يمثلون فئة اجتماعية لها منظورها الخاص.

وقد طرحت الفيلسوفة النسوية "لورين كود Lorraine Cod" ومن ثم الفيلسوفة الاسترالية "جنيفيف للويد Jennifer Lloyd" التغيرات التي لحقت بالمفهوم، الذي ظل محكوماً بالانجاز الذكوري، وأبانت "جنيفيف" كيف قام العقل على أسس مناقضة لكل ما هو نسوي ولسائر التوجهات الأثوية، وكيف عملت الفلسفة منذ عهدها الإغريقي على البحث عن مبدأ ميتافيزيقي يفضل الذكورة الإيجابية عن الأنوثة السلبية. عمل ذلك الجيل الثالث من الحركة النسوية على تعميق مفهوم الاختلاف بين الذكر والأثني ومحاولة تعميق هذا الاختلاف شرط الندية بينهما، وطالب بفرص متساوية للمرأة والرجل. كما عمل الجيل الثالث على نقد منظومة

¹ - صالح سليم عبد العظيم، النظرية النسوية ودراسة التفاوت الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 644.

² - المرجع نفسه، ص 645.

التضاد الثنائية (أبيض - وأسود - ليل - نهار) وبنية التفكير البطريكي التي تقوم على التعارض والتراتب وليس على الندية والتنوع والتلون، وهكذا نلاحظ استخدام النسوية المعاصرة استراتيجيات تفكيكية لكي تزرع استقرار النظام الثنائي الكامن في ثنائية "المذكر /المؤنث"، وتخلخل الهياكل الأساسية التي تقوم عليها هذه الثنائية، منعا للتمييز بينهما. ذلك يتيح للرجال والنساء المشاركة في التوصل إلى طرق جديدة لصياغة الذات المعاصرة. وقد اهتم الإعلام بالترويج لما بعد النسوية التي تعد حركة نظرية أكثر ما هي واقعية بل وتمثل تفكيكا "معرفيا" "تعديديا".

بالرغم من أن معظم النقاد يؤرخون نشأة ما بعد البنيوية بمنتصف الثمانينات للقرن العشرين تقريبا فإن "سوزان فالوردي" تزعم أن مظاهر ما بعد النسوية ظهرت قبل ذلك بكثير في صحافة السبعينيات وقد ظهر هذا المصطلح من قلب وسائل الإعلام في أوائل الثمانينيات.¹ ويعد هذا المدخل بكل افتراضاته أكثر عمقا حيث أنه يعيد الجنسوية عن تحليل المعرفة، ويحاول أن يعطي رؤية جديدة تشمل ما بعد البنيوية ونظريات نيتشوية جديدة وأخرى ذاتية، ومن أنصار هذا الاتجاه: "دونا هارواوي Donna Haraway"، "وسوزان هيكممان Susan Hickman".²

أما في الجانب الأخر نجد النسويات المتمسكات بالجانب التقليدي للنسوية، يقتربن من هذا التشكك إلى الجدل حول ماهية المفهوم ويمكن القول بان القليلات اللاتي اتفنن على وجود مصطلح ما بعد النسوية الثانية نشرت صورة غير ملائمة للأنتى كضحية غير قادرة على السيطرة على حياتها، وبذلك فقدت كل المصادقية في أعين من يحتاجون إلى معالجة قضية عدم المساواة في الأوضاع الاجتماعية والسياسية بينما تضى المرأة في حياتها وفي قلبها مبادئ راسخة للمساواة.

وتأتي "أن يبروكسفي" في كتابها "ما بعد النسوية: النسوية النظرية الثقافية والأشكال الثقافية 1997م" لاستكمال مسيرة الموجة الثانية مع معالجة أخطائها إذ أنها ترضى أن تضع التعدد محل الثنائية والتنوع محل الاتفاق وبهذا تفتح المجال للحوار الفكري الذي يتسم بالحيوية والتغير الذي تتميز به مرحلة الانتقال من الحداثة إلى ما بعد الحداثة، كما تستطيع أن تقف موقفا من خلاله يمكنها الاحتفاء بالتيارات النسوية السابقة ونقدها في آن واحد بفضل حالة التغير الاقتصادي والسياسي والتكنولوجي الذي يتسم به العصر الحديث، تجد المرأة أمامها من الفرص

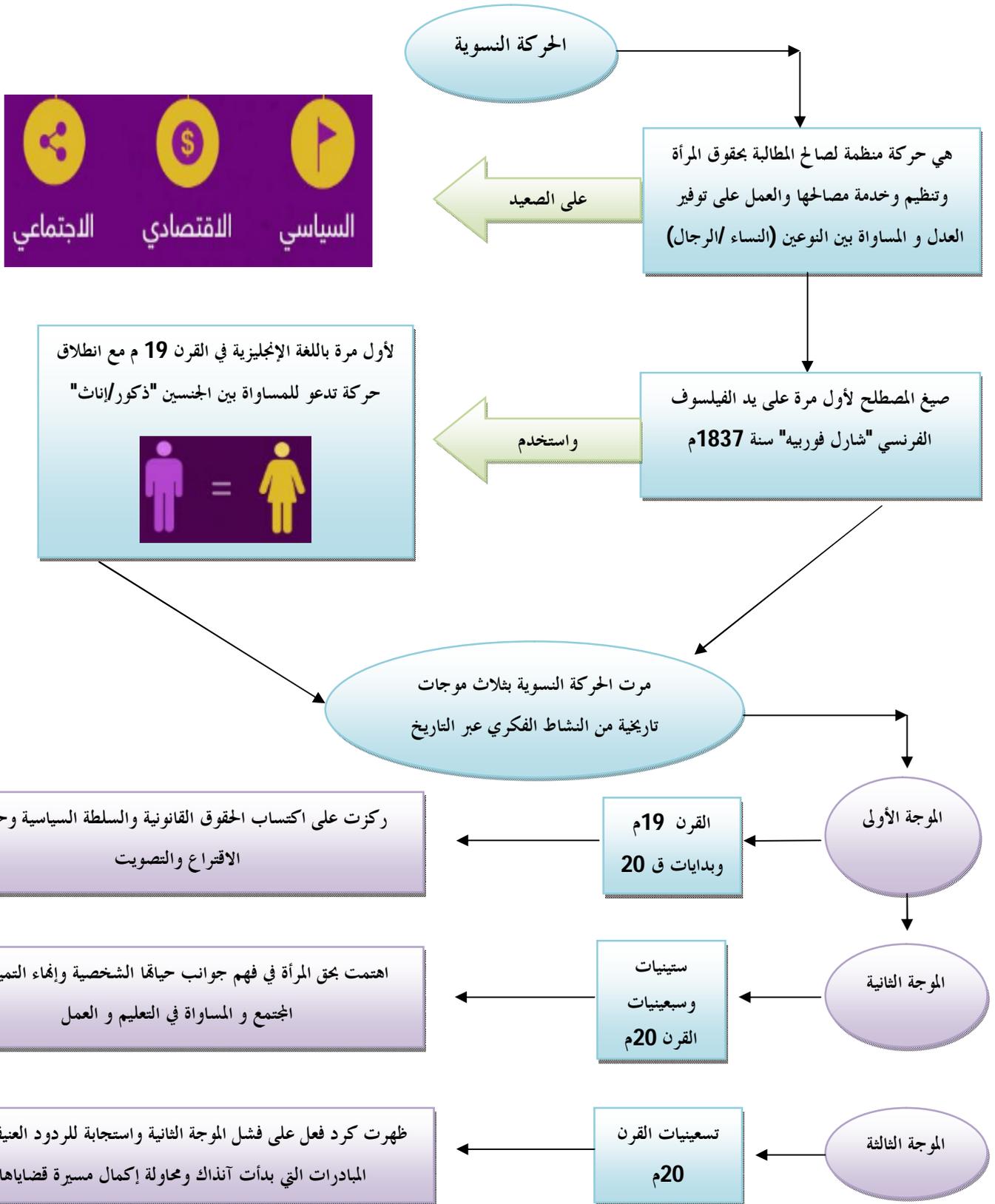
¹ - شيماء احمد فصيح عبد الرحمان السكري، التعلم المستمر لتمكين المرأة الريفية في ضوء اتجاهات الحركة النسوية، مرجع سبق ذكره، ص32.

² - إكرامي احمد عبد الجواد، الايستمولوجيا النسوية في فلسفة العلم الأمريكية المعاصرة، رسالة ماجستير، منشورة، جامعة القاهرة، مصر،

والإحطار ما لم يكن أمامها من قبل ولا تستطيع تصوره الموجتان السابقتان (الأولى والثانية) ولذلك من الضروري أن تواصل المرأة النضال من اجل قضيتها خلال الألفية الجديدة.¹

¹ - شيماء احمد فصيح عبد الرحمان السكري، التعلم المستمر لتمكين المرأة الريفية في ضوء اتجاهات الحركة النسوية، مرجع سبق ذكره، ص 34-

شكل رقم (6): مخطط توضيحي لماهية الحركة النسوية وتطورها في العالم وفق أهم أفكارها



المصدر: تصميم الباحثة

4- نماذج من الحركة النسوية في العالم العربي:

إن الدعوة التحريرية للمرأة كما سبق الإشارة إليها في العناصر السابقة ظهرت بداية في الغرب وفق سياق تاريخي واجتماعي، واعتمادا على المكاسب الفكرية للثورة الفرنسية وعصر الأنوار، ومع التوسع الحيوي الغربي الاستعماري امتدت هذه الحركة لتشمل باقي الدول في الوطن العربي، فلقد ساهمت الظروف السياسية والاجتماعية في مرحلة معينة من تاريخ الدول العربية لطرح قضية المرأة والدعوة إليها، وفيما يلي سنحاول تقديم أمثلة ونماذج عن الحركة النسوية في بعض الدول العربية ليس على سبيل الحصر وإنما فقط للتمثيل:

1.4- الحركة النسوية في مصر:

نمت قضية تحرير المرأة في مصر مع بداية النشاط السياسي، في حضم المطالبة بالاستقلال في مصر وقيام الحركة التحريرية المتمثلة في تأسيس الأحزاب الوطنية والتنظيمات العمالية، أين انبثقت أصوات نسائية من أجل المطالبة بالاستقلال السياسي والجنسي، وجاء خروجهن في تظاهرة انتفاضة 16 مارس 1919م، التي عرفت آنذاك بحركة "سعد زغلول" ثورة معادية للاستعمار بقيادة البورجوازية الوطنية وأخذت طابعا جماهيريا واسعا، وكان للمرأة مجال المشاركة الواسعة في النضال ولا تزال تلك المرحلة أهم حدث في تاريخ المرأة المصرية، وقد تبلور وتطور معها النشاط النسوي حاملا برامج ذات طابع وطني مدعم بالجانب الخيري والخلقي كأحد عوامل التحريك¹ ولقد تطورت الحركة النسوية المصرية من خلال أربع موجات تاريخية كانت بدايتها من القرن 19 م وامتدت إلى غاية ثورة 25 يناير 2011 ولا تزال مستمرة إلى يومنا هذا، وسنحاول فيما يلي عرض موجات ومراحل تطورها تباعا كما يلي:²

¹ - عواطف زراري، دلالة الخطاب النسوي في السينما الروائية العربية، دراسة تحليلية سيميولوجية لستة أفلام نسوية، رسالة دكتوراه، منشورة، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015، ص70

² - أماني عبد الرؤوف، أعرف تاريخك.. كيف بدأت الحركة النسوية في مصر؟، مقال منشور ضمن موقع مصريات، متاح عبر الرابط، www.masreiat.com، تاريخ الولوج: 2018/02/06، ساعة الولوج: 12:13.

المرحلة الأولى: وارتبطت هذه المرحلة بإعلان ملك حنفي ناصف "مطالب النساء" في نادي حزب الأمة بحضور المئات من النساء. وتلاها إنشاء العديد من المنظمات والأحزاب والاتحادات النسائية، التي تعمل على المطالبة بحقوق المرأة المصرية وخدمة مصالحها وكانت البداية مع نشأة وظهور "الاتحاد النسائي في مصر" لأول مرة سنة 1923م، ليتصدى للعادات والتقاليد والأفكار الرجعية التي تضعف جهود المرأة وسعيها في سبيل التحرر من تسلط الرجل واستبداده لها، وكانت السيدة "هدى الشعراوي" من أول وأهم رائدات النسوية في مصر، هي صاحبة الفضل في إنشاء هذا الاتحاد، ذلك أن الثورة عام 1919 كانت فرصة طيبة للتجمع النسائي الذي تؤدي فيه المرأة واجبها الوطني جنباً لجنب مع سائر فئات الشعب. وفي 16 مارس 1923م انعقد في بيت "هدى الشعراوي" اجتماع لقيادات ذلك التجمع النسائي الوطني، وتمخض عن ذلك الاجتماع مولد "الاتحاد النسائي" الذي كان من أهدافه الدفاع عن حقوق المرأة وربط حركة تحرير المرأة في مصر بالحركة التحريرية العالمية.¹ والذي كان من أهم مطالبه:

- رفع المستوى الثقافي للمرأة المصرية لتحقيق مساواتها بالرجل سياسياً واجتماعياً.
- العمل على تمكين المرأة من مواصلة تعليمها في مختلف الكليات والمعاهد العليا.
- تغيير تقاليد الزواج التي تسلب الفتاة حريتها في اختيار شريك حياتها.
- إدخال التعديلات اللازمة على أحكام الطلاق والزواج لحماية المرأة من ظلم الرجل.
- العمل على إصدار قانون بعدم زواج الفتاة قبل الثامنة عشرة والفتاة قبل السادسة عشرة "زواج القاصرات".
- تنظيم الدعاية والإعلام للزعمين لتنشيط وتقوية حركة الاتحاد النسائي.
- الدعوة إلى التمسك بالفضيلة ومحاربة الرذيلة.
- محاربة العادات والتقاليد والأفكار التي لا يقبلها العقل.
- الاستعانة بالصحافة لنشر مبادئ الاتحاد النسائي وأهدافه.

¹ - عبد الواحد إسماعيل القاضي، حركة تحرير المرأة في مصر دراسة علمية.. بمفهوم إسلامي، ط1، دار الاعتصام، القاهرة، 1983، ص 12، 13.

وتلا ذلك تأسيس "الحزب النسائي المصري" عام 1942م بزعامه "فاطمة نعمت راشدة" وارتكزت مطالبه على حقوق النساء السياسية وحقوق المواطنة ممثلة في الانتخاب والتمثيل النيابي، وتعديل قوانين العمل والمساواة في فرص العمل وحقوق العاملات، وتعديل قوانين الأسرة تعدد الزوجات والطلاق والنفقة وحضانة الأطفال. لتعمل فيما بعد "انجي أفلاطون" "رابطة فتيات الجامعة والمعاهد المصرية" عام 1945م، مع التركيز على المطالبة بالمساواة بين الجنسين في العمل والأجر، في جانب الحقوق السياسية.¹

المرحلة الثانية: ولقد شهدت هذه المرحلة احتكار الدولة لقضية المرأة، مع التركيز على تعديل أوضاع النساء في القانون، مع قيام ثورة يوليو أين تم إلغاء الدستور، وأعقبه إعلان حل الأحزاب عام 1953. وقد تزعمت "درية شفيق" اعتصاما وإضرابا في نقابة الصحفيين بالقاهرة في مارس 1954 اعتراضا على عدم استجابة الحكومة للثورة ومطالب النساء في الدستور ومنح النساء حقوقهن السياسية. والذي نتج عنه أن أعلنت حكومة الثورة عاما 1956 تأسيس "التنظيم النسائي بالاتحاد القومي" ثم "تنظيم النسائي بالاتحاد الاشتراكي" بديلا عن المنظمات والجمعيات النسائية المستقلة. فأقتصر العمل النسائي في هذه المرحلة على الأعمال الخيرية تحت سيطرة وزارة الشؤون الاجتماعية.

المرحلة الثالثة: تميزت هذه المرحلة بإدماج النوع الاجتماعي في المشاريع التنموية وظهور الجيل الأول من منظمات غير حكومية، عاملة في مجال حقوق المرأة. أين تم رصد أشكال التنميط لصور الأدوار الاجتماعية للجنسين في الإعلام والثقافة الرائجة، ومواجهتها. وسعت الناشطات النسويات في هذه المرحلة إلى تعديل القوانين بما يضمن مصالح النساء، وخاصة فيما يتعلق بقوانين الأسرة والعمل وغيرها من القوانين غير العادلة بين الجنسين.

المرحلة الرابعة: اندمجت نساء مصر في الحراك الثوري الذي تفجر عقب الخامس والعشرين من يناير لعام 2011 وتبلور حراك نسوي ضم أجيال الجديدة من الشبابات الوافدات على المجال العام. وقد تركزت أهم مطالب تلك الموجة من الحراك النسوي على المشاركة السياسية والدستور والقوانين والانتهاك الجسدي والتحرش الجنسي.²

¹ - أماني عبد الرؤوف، أعرف تاريخك.. كيف بدأت الحركة النسوية في مصر؟، مرجع سبق ذكره.

² - المرجع نفسه.

2.4- الحركة النسوية في فلسطين:

يمكن اعتبار الفترة الممتدة ما بين 1920م و1948م هي مرحلة تاريخية وهامة في تطور الفكر النسوي الفلسطيني، حيث أسست هذه المرحلة لما بعدها¹، فقد ارتبط طابع الحركة النسوية الفلسطينية على مدار تاريخها بمتغيرين اثنين لم يتوازنا بتأثيرهما، الأول في الصراع مع المشروع الكونوليالي الاستعماري في فلسطين عبر جميع مراحلها المختلفة، أي ما يمكن تسميته بالمتغير الوطني السياسي، والثاني المتغيرات القائمة على البنية الاجتماعية، والتي أثرت على مكانة المرأة وطابع حركتها، أي ما يمكن تسميته بالمتغير الاجتماعي - الاقتصادي. ومن اللافت للانتباه أن المتغير الأول كان يحدد باستمرار طابع الحركة النسوية وأشكال تنظيمها ومهامها أكثر من المتغير الثاني.²

انطلقت الحركة النسوية الفلسطينية بعد الانتداب البريطاني لفلسطين في 1922م، وما قبل ذلك كان يعتبر نشاط نسائي منتخب فقط، حيث إن الانطلاقة الرسمية، كما ذكرت العديد من الكتب التاريخية عندما اجتمعت النساء بالقدس بعد أحداث ثورة البراق 1929م وانعقاد مؤتمر في نفس العام والذي أعلنت فيه النساء عن دخولها في المجال السياسي. حيث إن ما جرى من تغييرات في فلسطين على الأرض والإنسان في تلك المرحلة، أدى للإعلان أنه حان الوقت لتشارك المرأة في العمل الوطني بكافة أشكاله، وإن تكون شريكة في الحركة الوطنية.³

كما أن السمة الأبرز للحركة النسائية في تطورها في التاريخ الفلسطيني هو تحولها من حركة اجتماعية إغاثية، خدمتية، خيرية، إلى حركة سياسية وطنية مرتبطة بالنظام السياسي الفلسطيني وأهدافه الوطنية، وتعبيراته وقد كان تطور الصراع كما قلنا سابقا هو العامل الأهم في التحول.⁴

¹ - خلود رشاد المصري، النسوية الإسلامية ودورها في التنمية السياسية في فلسطين، مرجع سبق ذكره، ص 65

² - رلي أبو دحو، المرأة العربية تحت الاحتلال فلسطين، مقال متاح عبر الرابط،

www.arab-hdr.org/publications/other/ahdr/papers/2005/abuduhu.pdf ، تاريخ الولوج، 2018/02/06، الساعة،

³ - خلود رشاد المصري، النسوية الإسلامية ودورها في التنمية السياسية في فلسطين، مرجع سبق ذكره، ص 67.

⁴ - رلي أبو دحو، المرأة العربية تحت الاحتلال فلسطين، مرجع سبق ذكره، ص 3.

وتعتبر المحطة الأهم في تاريخ الحركة النسوية الفلسطينية تلك الفترة التي واكبت نشوء "منظمة التحرير الفلسطينية" عام 1964م و تلاها تشكل "الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية" عام 1965م الذي عقد مؤتمره الأول في القدس بحضور ممثلات عن جميع المؤسسات النسوية الفلسطينية والذي خرج بنقاط بارزة أهمها:

- تبني نظام أساسي وبرنامج سياسي واجتماعي للعمل في أوساط النساء الفلسطينيات في كافة أماكن تواجدهن داخل الوطن وفي الشتات.

- وحدة الاتحاد هيكل المؤسسات النسوية الفلسطينية على اختلاف مواقعها على أساس البرنامج والنظام المقرين في المؤتمر الأول.

ولقد شرع الاتحاد على الفور في تأسيس فروعه وإنشاء مؤسساته وتوسيع قواعده التنظيمية حيث استمر ونهض في مواقع الشتات بعد الاحتلال عام 1967م كما انتقلت قيادته بالتوالي إلى حيث كانت تستقر قيادة منظمة التحرير: في عمان حتى عام 1970 وفي بيروت حتى عام 1982 وفي تونس حتى عام 1994 ثم العودة إلى الوطن من عام 1994 وحتى يومنا هذا.

تميز الاتحاد في مسيرته الطويلة بالحفاظ على صيغته الائتلافية السياسية والاجتماعية فقد ضمت قياداته ممثلات لجميع الاتجاهات في إطار الحركة الوطنية الفلسطينية وعكس هذا الوضع نفسه على قواعد الاتحاد التي ضمت نساء فلسطينيات من كافة الشرائح والطبقات. كتنظيم نسوي لمواجهة وخدمة القضية الوطنية، حددت الحركة النسوية مسارها وأعلنت هويتها، بأنها تجمعات نسائية مناهضة للاحتلال الإسرائيلي¹

3.4- الحركة النسوية في المغرب:

جاءت نشأة الحركة النسوية في المغرب في سياق وطني عرف تطورا للحركة السياسية والاجتماعية التي تسعى إلى تحقيق التنمية الديمقراطية والاقتصادية فلقد اعتبرها الباحثون صيرورة طبيعية للتطورات التي شهدتها المشهد السياسي في المغرب، وتعود جذور هذه النشأة إلى الثلاثينيات من القرن العشرين حيث كان المغرب لا يزال تحت سيطرة المستعمر، إلا انه يمكن اعتبار منتصف الثمانينات بداية لتعزيز موقف الحركة النسوية كحركة مدنية مستقلة ذات مشروع منسجم وطموح هدفه التأثير في البنية الأسرية والاجتماعية للمغرب وإحداث تحولات

¹ - عبلة أبو عبلة، الحركة النسوية الفلسطينية في الشتات بعد اتفاق أوسلو، مقال منشور ضمن مجلة دراسات المرأة، المجلد 5، معهد دراسات المرأة،

بغية تحقيق المساواة بين الجنسين وضمان حقوق النساء وكرامتهن وفق ما تنص عليه المواثيق الدولية لحقوق الإنسان¹

يظهر من خطاب الحركة النسوية بالمغرب أنها أقامت مشروعها من أجل الدفاع عن حقوق المرأة المغربية "المهضومة" منذ زمن بعيد خضعت فيه المرأة لصورة من المعاناة والممارسات الظالمة المهذرة لإنسانيتها في الأسرة وفي المجتمع. أين نظر للمرأة في التصور الاجتماعي المغربي على أنها كائن قاصر عن الرجل، وهي محكومة بالتبعية له، امتدادا لنظرة الأسرة الأبوية إليها، فهي في تصورهما كائن من الدرجة الثانية.²

جاءت الحركة النسوية المغربية في سياق تمييز بتأجج الكفاح الوطني لمناهضة الاستعمار الفرنسي، حيث ظهرت إبان هذه المرحلة تعبيرات أولى عن مصالح النساء على شكل قطاعات حزبية، غير أن عملها قد تركز أساسا في النضال الوطني لمواجهة المستعمر الفرنسي وفي العمل الخيري والعمل الاجتماعي، لكن هذه المرحلة قد سجلت خصوصية لتجربة نسائية، جعلت من حقوق النساء معركة ذات أولوية في عملها، حيث اتخذ نضال المرأة المغربية لأول مرة شكلا منظما³، وكانت جمعية "أخوات الصفا" التابعة لحزب الشورى والاستقلال التي تأسست سنة 1947م، واحدة من أقدم الجمعيات والتنظيمات النسوية التي تأسست في المغرب، وهو لا يزال تحت الاحتلال الفرنسي، كما تأسس بعد الاستقلال "الاتحاد الوطني لنساء المغرب" سنة 1969 بدعم الدولة.⁴ وكانت سنوات الثمانينات من القرن الماضي في المغرب عصرا ذهبيا للحركة النسوية، أين كان الأمر أشبه ما يكون بربيع نسائي ازدهرت فيه الحركة الاحتجاجية النسائية جراء عاملين أساسيين هما:

العامل الأول: يتمثل في أحواء النضال الديمقراطي التي أفضت إلى إعلان ميلاد الكتلة الديمقراطية يوم 17 ماي 1992م، وصولا إلى ما يسمى تجربة حكومة بتناوب بقيادة رئيس الوزراء الأسبق في مارس 1994م.

¹ - انظر ، نعيمة بنواكريم، تجربة الحركة النسائية المغربية، المناصرة والأبحاث والسياسات العامة في مجال حقوق الإنسان، دراسة حالة المغرب، معهد السياسات والشؤون الدولية ومعهد الأصفرى للمجتمع المدني، الجامعة الأمريكية، بيروت، 2017، ص6

² - عبد الرحمن بن محمود العمراني، مشروع الحركة النسوية اليسارية في المغرب - منطلقاته، أهدافه، وسائله، ط1، سلسلة الحركة النسوية في العالم العربي، مجلة البيان، المغرب، 2006، ص11.

³ - نعيمة بنواكريم، تجربة الحركة النسائية المغربية، المناصرة والأبحاث والسياسات العامة في مجال حقوق الإنسان، دراسة حالة المغرب، مرجع سبق ذكره، ص9.

⁴ - إدريس أبو الحسن ، النسوية في المغرب العربي، النشأة الأثر، مقال منشور ضمن شبكة لها أون لاين، متاح عبر الرابط، www.lahaonline.com/articles/view/47288.htm، تاريخ الولوج، 2018/09/19، الساعة 16.30.

أمال العامل الثاني: فعبر عن الدينامكية التي مثلتها رائدات الكفاح النسائي المغربي المنحدرات من تقاليد يسار سنوات السبعينيات من القرن الماضي، اللواتي أسسن في فبراير 1983م أول تنظيم نسائي بالمغرب.¹ وعليه يمكن القول بأن مرحلة ما بعد الثمانيات، هي البداية الفعلية للنسوية المغربية التي تكامل فيها الوعي بطبيعة النشاط النسوي سياسيا وحقوقيا، فأصبحت لها ملفات مطلبية، وأدوات ضغط كالوقفات الاحتجاجية والمسيرات والمظاهرات والتنسيق السياسي مع الأحزاب، لفرض مطالبها عبر القنوات السياسية كالبرلمان والتنسيق في ذلك مع الحركات النسوية الداخل والخارج.

4.4- الحركة النسوية في الجزائر:

بدأت إرهابات الحركة النسوية في الجزائر بنمو حركة شعبية عميقة وواسعة اتخذت طابع الكفاح المسلح الجماهيري وناضلت لتثبيت "الهوية القومية" بوجه السياسة الفرنسية. حيث كان الإسلام هو الحاجز الدفاعي الأيديولوجي والسياسي التعبوي الجامع في حين كانت الرابطة القومية في بدايات نشوئها وكان أثرها ضعيفا نسبيا في مجتمع طابعه الأساسي قبلي. وفي ظل قيادة للثورة التحريرية من قبل عناصر منحدره من حيث الانتماء الطبقي من فئات البورجوازية الوسطى والصغرى وبعض الزعامات القبلية، نمت الحركة النسوية عبر أوسع مشاركة في الثورة ووصلت حدود قيادة نسائية لتجمعات قتالية ضد المستعمر. ونشأت أول منظمة نسائية مع بدء حرب التحرير تابعة لجبهة التحرير الوطني، تحولت بعد الاستقلال إلى "الاتحاد النسائي الجزائري"، ولقد طبعت هذه الحركة بطابع الثورة وتأثرت بتكوينها الأيديولوجي الذي انعكس في برنامجها وسلوكها وممارستها و بالتالي بقيت محكومة في نشاطها بالسقف السياسي لقيادة الثورة²

كان "الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات" هو أول منظمة نسائية، وكانت نواتها ضمن أذرع الجيش الوطني للتحرير بالجزائر، وكانت الحركة الوطنية الجزائرية في كفاحها للمستعمر الفرنسي تعلن حتى قبل الاستقلال عن ميلاد النسوية الجزائرية، وتركز على بعض حقوقها بخلفية لا تخلو من التأثير بال طرح التغريبي، فكانت البيانات الصادرة في "ميثاق الصومال" سنة 1956م، وبعده "ميثاق طرابلس" سنة 1962م، تشيد بالحركة النسوية وجهودها في المقاومة، كما تنص على التزام الحركة الوطنية بدعم تطور هذه الحركات، فقد جاء في بيان "ميثاق

¹ - سعيدا ناشد، الحركة النسائية المغربية: المال والآمال، مقال منشور في صحيفة العرب، متاح عبر الرابط: <https://alarab.co.uk> ، تاريخ الولوج: 2018-03-22، ساعة الولوج: 09:10.

² - عواطف زراي، دلالة الخطاب النسوي في السينما الروائية العربية، دراسة تحليلية سيميولوجية لستة أفلام نسوية، مرجع سبق ذكره، ص72

الصومال": "توجد الحركة النسوية بإمكانات واسعة تزيد وتكثر، وأنا نحيها بكل انفعال وإعجاب وتقدير". ومنذ الاستقلال بقيت الحركات النسائية رهينة للبرامج الحزبية، لا سيما الحزب الحاكم بخلفية اشتراكية، وأسهمت في اختزال المطالب النسوية في الحقوق الشخصية، وحق التعليم والتوظيف وهامش من الحقوق السياسية، في ظل إقرار الجزائر للمساواة بين الجنسين، وكل ذلك لم يسهم إلا في تغريبها وطمس هويتها الإسلامية دون أن تنال الحقوق النسوية الغربية المتعلقة بمكانتها الأسرية تحديدا. فقانون الأحوال الشخصية الصادر سنة 1984م بقي عصيا على تلبية مطالب النسوية، برفع القصور عن المرأة كعدم اشتراط الولاية في الزواج أو إعطائها حق الطلاق. وكان من بين أهم الأسباب في تباطؤ تطور النسوية في الجزائر، وتحقيق مطالبها احتكار الحزب الحاكم للعمل الجمعي والحزبي معا، ولذلك شهدت فترة ما بعد انتفاضة 1988م طفرة في تأسيس الجمعيات النسائية بمختلف توجهاتها اليسارية الاشتراكية والليبرالية والإسلامية، وتحديدا بعد صدور قانون الجمعيات سنة 1991م، وهنا بدأت النسوية الجزائرية في التنامي، لاسيما بعد حضورها لمؤتمر بكين 1995م، والدعم المقدم لها بلا حدود لمواجهة التيار الإسلامي بمختلف توجهاته، ونشر الوعي بالمبادئ النسوية، وهو ما تزال تعمل عليه حتى وقتنا الحاضر.¹

¹ - إدريس أبو الحسن، النسوية في المغرب العربي، النشأة الأثر، مقال منشور ضمن شبكة لها أون لاين ، مرجع سبق ذكره.

ثانيا - حركة النساء العربيات والتفاعل عبر وسائل الإعلام الجديد:

1- استخدامات الحركة النسوية العربية لوسائل التواصل الاجتماعي:

تزامن ظهور شبكة الانترنت بتطبيقاتها وحجم ما تلقته من إقبال وشعبية واسعة في الاستخدام إلى تغيير العديد من المفاهيم الاجتماعية بين الأفراد والجماعات والشعوب، وقد اكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تعزز العلاقات الاجتماعية. لكن سرعان ما تجاوزت وظيفتها الاجتماعية لتتحول إلى أداة تعبيرية احتجاجية عن المواقف والآراء تجاه كافة الأفكار والقضايا والمواقف التي تحدث وتحيط بالفرد والمجتمع، فلقد أنتجت من خلال ما قدمته من وسائل إعلام جديد كشبكات التواصل الاجتماعي، نوعية جديدة من الاتصال والإعلام، وشكلت عامل ضغط على المسؤولين والحكومات والأنظمة. ومن هنا بدأت تتجمع أنواع من التكتلات والأفراد داخل هذه المواقع والشبكات تحمل أفكارا ورؤى متنوعة تارة وموحدة تارة أخرى، وتنامت عبر شبكات التواصل الاجتماعي وأصبح من الصعب على الرقابة الوصول أو السيطرة عليها، فامتد استخدام هذه الشبكات للدعوة للتظاهرات والمطالبة بالحقوق والمشاركة في الأنشطة ذات الاهتمامات المشتركة وتوحيد التطلعات الخاصة بالفئات الثائرة من مختلف فئات المجتمع وكان للمرأة مشاركة فعالة وواضحة في هذا الصرح¹.

يتفق الخبراء والمختصون على أن وسائل الإعلام الاجتماعي اليوم تعد أداة فعالة للتغيير والتمكين في المجتمعات، وبالرغم من الاستخدام الواسع لها من قبل جميع الأفراد بمختلف شرائحهم وفئاتهم إلا أنه لاتزال هناك فجوة رقمية بين استخدامات النساء والرجال في الدول العربية لوسائل الإعلام الاجتماعي الجديد، فحسب التقرير الثالث الذي أصدرته مؤخرا "كلية دبي للإدارة الحكومية"² عن الإعلام الاجتماعي في العالم العربي تحت عنوان "دور الإعلام الاجتماعي في تمكين المرأة" لتسليط الضوء على الدور الهام الذي تقوم به شبكات الإعلام الاجتماعي في اشتراك كافة طوائف المجتمع في الأحداث الجارية سواء سياسية أو اجتماعية وغيرها، وقد أرجع التقرير أسباب وجود الفجوة بين النساء والرجال في العالم العربي في استخدام الإعلام الاجتماعي، بشكل رئيسي إلى القيود والمعوقات المجتمعية والثقافية التي تواجه النساء في المنطقة العربية، على أرض الواقع والتي تحول دون

¹ - انظر، بتصرف، حاتم سمح أبوظه، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تناول قضايا المرأة الاجتماعية من وجهة نظر الإعلاميين في قطاع غزة، مركز شؤون المرأة، غزة، 2013، ص ص، 8:15

² - نانسي السيد، المرأة العربية في المواقع الاجتماعية 2011، مقال منشور ضمن مدونة ديجيتال قطر، متاح على الرابط، <http://www.digitalqatar.qa>، تاريخ الولوج، 24-03-2018، الساعة، 16:30.

إشراكهن في الإعلام الاجتماعي بشكل عام، بالإضافة إلى المعوقات التكنولوجية التي تحول دون نفاذهم إلى التكنولوجيا وشبكة الانترنت بشكل عام.¹

بالرغم من أن نسبة استخدام النساء لوسائل الإعلام الاجتماعي منخفضة مقارنة بالرجال وكذا مقارنة بمثيلتها حول العالم إلا أن هذه الأخيرة ساعدت المرأة بشكل كبير، خاصة في التواصل مع الجنس الآخر، والتعمق في قضايا يمنع المجتمع من تداولها مثل الجنس والدين والسياسة وغيرها. ورغم أن الكثيرين يعتبرون وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي من "فيسبوك" و"تويتر" و"المدونات"... الخاصة جبهات وهمية لن تعطي المرأة أي نتيجة ملموسة، غير أن الناشطات والناشطين الحقوقيين في مجال حقوق المرأة وحقوق الإنسان يؤكدون أن هذه الحركات المعتمدة في أساسها على الإعلام الجديد بدأت تحدث تغييرا ما في الدول العربية.²

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي أتاح فرصا مميزة للنساء العربيات للمشاركة بتجاربهن الخاصة في حياتهن، أين أثبتت الدراسات والإحصائيات تزايد إقبال المرأة العربية على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أشارت الأبحاث حول النساء المدونات أنهن يساعدن في توليد الأفكار والمعرفة ويتحدن المشكلات الاجتماعية، وأن هذه الوسائل التكنولوجية والشبكات الاجتماعية تحمل فرصا للنساء لتبادل الخبرات من غير حراس بوابة يمنعون المحتوى من النشر، فمع تطور خصائص هذه الشبكات وظهور العديد من الحسابات النسائية وكذا الاستفادة من خاصية الصفحات داخل شبكة الفيسبوك تحديدا أصبح مصدرها مهما لمناقشة قضايا المرأة³ انطلاقا من هذه الأهمية توجهت النساء العربيات والناشطات النسويات والقائمات على المطالبة بحقوق المرأة سواء التابعة لمنظمات نسوية رسمية أو جمعيات وتكتلات غير رسمية هدفها نشر الفكر النسوي والدعوة لنصرة قضايا المرأة داخل مجتمعاتها لاستغلال هذه المساحة الافتراضية لبناء وتكوين حركة ونشاط نسوي يضمن لهم حشد أكبر قدر ممكن من الأنصار لرفع لواء هذه الحركة بوسائل اتصال جديدة.

¹ - نانسي السيد، المرأة العربية في المواقع الاجتماعية 2011، مرجع سبق ذكره.

² - ديماء زهير البايدي، دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا المرأة - دراسة ميدانية في محافظات

غزة - رسالة ماجستير، منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2016، ص 84.

³ - ساندي سيد عبد الفتاح، علاقة استخدام الصفحات النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي بتطلعات المرأة المصرية، مرجع سبق ذكره،

✓ اتجاه المرأة نحو استخدام الإعلام الجديد لإثبات الذات:

تتجه المرأة العربية اليوم لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي كوسيلة وأداة لتمكينها من التعليم والتكوين والمساهمة في دفع عجلة التقدم والتنمية في مجتمعاتها. فقد سمحت تكنولوجيا المعلومات الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي للنساء في العالم العربي بإبراز قدرتهن على المناقشة والتحري وتقديم القضايا المختلفة والتفاعل بشكل كبير وتبادل المعلومات والآراء بشكل أسرع، وفي الوقت نفسه، تعمل الحركات النسائية في المنطقة العربية على تزايد استخدامها واستغلالها لوسائل الإعلام الالكترونية لطرح أفكارها وحشد الأنصار لتأييدها و الدعوة للتضامن معها.¹

لقد أتاحت التكنولوجيا الحديثة للاتصال العديد من الفرص لتعزيز مبادرات تمكين النساء من خلال الشبكات الاجتماعية، فقد خلقت المساحات والبوابات للحث على التعاون والتشارك، وإتاحة الأسئلة وردود الأفعال، بل ولعبت دورا هاما في تمكين أصوات النساء، وخلق توجهات محددة للفتيات والنساء اللاتي تدعين إلى التشريعات وإضافة اطر تنظيمية وسياسية لحمايتهن وتمكينهن من خلال وسائل الإعلام ومحو أمية المعلومات وغيرها من الوسائل، كما تحدث مجازفات للعمل ضد الانتهاكات ولتأمين مساحة آمنة للفتيات والنساء لممارسة حقهن في التواصل دون خوف من الاعتداء والتحرش، والعنف مع ضمان أن تكون قادرة على الاستفادة من الفرص التي توفرها التكنولوجيا الجديدة.²

استفاد الحركة النسائية من الوسائط المتعددة مثل الانترنت ومنتديات الحوار الالكتروني، ومهدت هذه الوسائل لإنتاج خطاب جديد في التحرر يتجه اليوم لاحتلال مجالات كثيرة في النطاق العام لم تكن المرأة قادرة على بلوغها اعتمادا على المادة المقروءة في الجريدة.³ فلقد وجدت أن مواقع التواصل الاجتماعي منحتهما الفرصة لخلخلة الهيمنة الذكورية على النساء في الواقع، وان النجاح مرتبط بمدى الاستثمار الذكي والايجابي لهذه المواقع.

ومن أجل تصحيح واقع تفاعل المرأة مع وسائل الإعلام الجديد، بذلت المؤسسات النسوية والاجتماعية والإقليمية والدولية جهودا كبيرة لتنشيط جهود المرأة في هذا المجال، ففي عام 1999م عقد "مؤتمر تفاعل المرأة

¹ - نجلاء جعفر عبد الوهاب جعفر، اطر تقديم قضايا في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه قضايا، مرجع سبق ذكره، ص143.

² - المرجع نفسه، ص144.

³ - محمد ابراهيم عايش، المرأة العربية والصحافة الالكترونية، دراسة تحليلية للحضور الإعلامي للمرأة العربية في ثلاث مواقع إعلامية الكترونية، دراسة منشورة، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الشارقة، يونيو 2006، ص7.

العربية مع التكنولوجيا" في أبو ظبي، وتم إنشاء مواقع إلكترونية تهم بتعزيز دور المرأة في التفاعل مع الشبكة العنكبوتية باعتبارها أداة لتطوير مكانتها وتعزيز قيمتها.¹ فانتشار وسائل التواصل الاجتماعي يثير أسئلة اجتماعية وثقافية وسياسية، وجدالاً واسعاً حول مشاركة المرأة في صناعة تغيير العالم العربي، خصوصاً بعد أن وجدت النساء في هذه الوسائل متنفساً، يهربن إليه للتعبير عن رأيهن في القضايا التي لطالما كان الخوض فيها محرماً عليهن.² وبحسب التقرير العالمي لحقوق الإنسان استطاعت النساء العربيات استغلال مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير الحر عما يواجههن من انتهاك لكرامتهن واستغلال لصمتهن، كما في بعض القضايا مثل التحرش الجنسي، وحشد آلاف المناصرين لها. واستطاعت هذه المواقع التوغل في مجتمعات عربية عرفت بالقبليّة المغلقة، كما في المملكة العربية السعودية، حيث ارتفع صوت النساء مطالباً بحققهن في المشاركة السياسية، وقد أذعت السعودية صرح مسئول أن النساء يشاركن في الانتخابات المحلية القادمة.³

بشكل عام يضيف الإعلام الجديد أبعاداً ومميزات كثيرة على أي قضية يتولى مجتمع ما أن يثيرها أو يتبناها باعتبار أن هذا الإعلام هو أول وسيلة إعلامية ثنائية الاتصال، أما عن المميزات التي أضافها الإعلام الجديد على المناصرة والحشد لقضايا المرأة، فأبرزها الوصول السريع والانتشار الكبير لفئات متعددة ودوائر مختلفة من المجتمع للمشاركة في تبادل المحتوى الخاص بقضايا المرأة مما رفع معدل الحوادث والتفاعل معها. كما أضاف هذا الإعلام ميزة مشاركة الجمهور في خلق المحتوى وصنعه وإرساله عبر الشبكات بخلاف ما كان معهوداً باستقبال جمهور المعلومات والاكتفاء بها، فالمستخدم أصبح قادراً على صنع محتوى يعبر عن مناصرته ودعمه لقضايا المرأة ونشرها في حسابات مختلفة.⁴

¹ - دينا زهير البايدي، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا المرأة، مرجع سبق ذكره، ص 85.

² - المرجع نفسه، ص 86.

³ - النظرة العالمية لحقوق الإنسان، التقرير العالمي لعام 2011، pdf.

⁴ - دينا زهير البايدي، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا المرأة، مرجع سبق ذكره، ص 87.

2- دور الإعلام الجديد في مناقشة قضايا المرأة العربية والنسوية:

إن للمرأة على الصعيد العالمي قضايا مشتركة من جهة، وطابعا من الخصوصية من جهة أخرى، حيث تنوع وتختلف طبيعة هذه القضايا باختلاف كل سياق وكل إطار ثقافي ومسار تطور تاريخي، وتنطبق ذات الفكرة على قضايا المرأة العربية في الدول العربية المختلفة، فكما أن للمرأة العربية قضايا وهموم متشابهة أو حتى متماثلة وآمالا من الداخل وتطلعات مشتركة، فإن هناك تباينات واختلافات في العديد من القضايا طبقا للإقليم الفرعي داخل الوطن العربي الذي تعيش فيه المرأة أو الدولة التي تنتمي إليها أو المجتمع الذي تعيش بداخله.

إن هذه التباينات والاختلافات تكون موجودة طبقا للعديد من المعايير الأخرى مثل درجة التعليم الذي حظيت به هذه المرأة والطبقة التي تنتمي إليها، وحالتها الاقتصادية والاجتماعية، ودرجة استقلالها المادي، وطبيعة العمل الذي تمارسه أو كونها ربة بيت لا تعمل أو على الجانب الآخر كونها امرأة معيلة، وعمّا إذا كانت تربت وكبرت وتعيش في الحضر أو الريف أو البادية بل إذا كانت تعيش في عواصم ومدن كبرى أو صغرى، والعقيدة التي تنتمي إليها والمنظومة الثقافية التي نشأت في إطارها ودرجة وعيها الفئوي والحقوقى والسياسي والنقابي، وذلك ضمن أمور أخرى كثيرة تستوجب أخذها في الاعتبار ومراعاتها والوعي بها في شكل متعمق واستيعابها بصورة كاملة عند الحديث عن قضايا المرأة بشكل عام.

ومن الضروري في هذا المقام التفرقة بين القضايا التي تواجهها المرأة العربية باعتبارها تنتمي إلى دولة عربية بعينها وتحمل هويتها وبين القضايا التي تواجهها، على المستوى العربي ككل أو على المستوى الوطني أو العالمي، فقط بسبب كونها امرأة، بل تتساوى في المعاناة منها، حتى وإن اختلفت أحيانا زاوية تلك المعاناة أو تفاوتت درجتها، مع الرجل العربي في المجتمع نفسه الذي تعيش فيه، سواء كانت هذه التحديات تشريعية أو قانونية أو مدنية أو سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.¹

¹ - عائشة بن عمرة، قضايا المرأة العربية في برامج التلفزيونية العربية - دراسة تحليلية لمضمون برنامج كلام نواعم في قناة MBC1، مذكرة ماستر، منشورة، تخصص صحافة مكتوبة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2017، ص ص 27:28.

فمنذ انطلاق دعاوي تحرير المرأة العربية في بداية القرن الماضي، بدأت قضايا المرأة تأخذ مكانها في وسائل الإعلام العربية، ومع تطور هذه المسائل وكذا تطور معالجة قضايا المرأة بأشكال وصور مختلفة، وصولاً إلى عصرنا الحاضر الذي يتناشهد فيه العديد من وسائل الإعلام الموجهة للمرأة والعاكفة على معالجة وتقديم قضاياها خاصة وسائل الإعلام الاجتماعي التي أصبحت تشهد تنافساً في طرح قضايا المرأة لكسب أكبر قدر ممكن من الجماهير وتعبئتها¹

لقد استغلت المرأة العربية الفضاءات الرقمية فأوجدت لنفسها مساحة كبيرة للتعبير عن آرائها وانشغالاتها حول القضايا الأكثر اهتماماً لها، فاتخذت من وسائل الإعلام الجديد منصة للتحدث عن مختلف هذه القضايا والأفكار والتوجهات، ومن بين هذه الوسائل صفحات "الفيسبوك" و "المدونات" وغيرها من الوسائل التي سمحت للمرأة بالتعبير عن آرائها ومناقشة قضاياها بجرأة ودون الخوف من المحاسبة، فالملفت للانتباه أنه كانت للمرأة العربية حصة قوية في الحركات الاحتجاجية، سواء من خلال مشاركتها في المظاهرات والاعتصامات الجماهيرية أو من خلال إنشاء صفحات فيسبوك ومدونات وقنوات يوتيوب خاصة، حيث أسهمت المرأة في تعزيز الوعي بمفهوم الحريات والتحرر والدفاع عن حقوق النساء وحرية الرأي والتعبير، فاستطاعت أن تسطر اسمها في سجل الإعلام الجديد للمطالبة بحقوقها وإثبات ذاتها².

وانطلاقاً مما سبق سنحاول في هذا العنصر التطرق لمختلف القضايا النسوية والمرأة التي لعبت دوراً في طرحها وإدارتها من خلال وسائل الإعلام الجديد عامة وشبكات التواصل الاجتماعي تحديداً ممثلة في صفحات الفيسبوك.

أ- القضايا الاجتماعية: تداولت شبكات التواصل الاجتماعي تزامناً مع حركات تحرر المرأة، ومطالبتها بحقوقها العديد من القضايا الاجتماعية التي تمس المرأة، بأساليب متنوعة في الطرح سواء في صفحات رسمية تابعة لمنظمات نسوية أو صفحات غير رسمية لناشطات وحقوقيات مهتمات بشؤون المرأة، ومن أهم وأبرز القضايا الاجتماعية التي تم التطرق لها من خلال منصات التواصل الاجتماعي ما يلي:

¹ - علاء علاونة، مناقشة واقع الإعلام العربي وقضايا المرأة، ندوات الخليج، مقال متاح على الرابط، www.alkhaleej.ae، نشر بتاريخ، 2012/01/27، تاريخ الولوج للموقع، 2017/02/02، الساعة 06.00.

² - انظر، نجلاء جعفر عبد الوهاب جعفر، اطر تقديم قضايا في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه قضايا، مرجع سبق ذكره، ص

قضية الختان:¹ تعتبر ظاهرة ختان الإناث من بين أكثر القضايا انتشارا في مناطق من الدول العربية، حسب ما أكدته تقديرات "منظمة اليونيسيف" و"منظمة الصحة العالمية" "WHO"، فمازالت العديد من الفتيات تتعرض لهذه الممارسة وتقدر أعدادهن على مستوى العالم بأكثر من (140 مليون فتاة وامرأة) حول العالم تم ختانهن بدواع ثقافية وموروثات متعود عليها لا تستهدف العلاج، وتعتبر المرأة والفتاة المصرية من أكثر النساء في الدول العربية عرضة لهذه الظاهرة، كونها أكثر انتشارا وشيوعا في دولة مصر، بالرغم من النصوص القانونية التي تجرم ظاهرة ختان الإناث والصادر عام 2008، إلا أن الفتاة في مصر لا تزال ضحية لهاته العادات، وطبقا لتقديرات المسوح السكانية الصحية الخاصة بمصر نجد أن نسبة انتشار ظاهرة ختان الإناث في المجتمع المصري تتخطى نسبة الـ90% وفقا لآخر مسح سكاني صحي عام 2008، بالإضافة إلى نية 54% من الأسر لتعريض بناتهن لها في المستقبل حسب تقديرات تلك الفترة، وذلك بسبب تغلغل وتعمق هذه الظاهرة في المورثات الثقافية حول العالم في المجتمع المصري، واعتقاد العديد من الأسر بأهمية هذه الممارسة في الحفاظ على عفة بناتهن وضمان صيانة شرفهن.²

قضايا التحرش الجنسي والاعتصاب: إن مصطلح التحرش الجنسي لفظ جديد على الثقافة العربية، حيث كان يعرف من قبل ويطلق عليه بمصطلحات تفيد، الغزل والمعاكسة، والمرادة، وهتك العرض، والزنا والاعتصاب.³

والتحرش الجنسي هو نوع من الانتهاك البدني للمرأة، فيه خدش لحياتها، وهو ظاهرة مستنكرة في موثيق أخلاقيات المجتمعات عموما والمجتمعات العربية والإسلامية خصوصا نظرا لخضوعها لضوابط للتعامل مع جسد المرأة، فالتحرش لا يكون باللمس فقط، فهناك تحرش بالألفاظ الإباحية.

كما أن انتشار ظاهرة التحرش الجنسي من أبرز القضايا التي تقيد المرأة بشكل أصيل في أبسط حقوقها، وهي حرية التحرك والتواجد في المجالات العامة، دون توفر مصدر أمني يضمن سلامتهن وتواجههن، وقد عبرت النساء عن قناعتهم الأصلية بهذا الحق، عندما قمنا برفض ما يتعرضن له من تحرش جنسي واعتداءات جنسية أو

¹ - كريمة محمد السلاموني، القيم الثقافية وظاهرة ختان الإناث (دراسة مقارنة بين الريف والحضر)، رسالة ماجستير، غ منشورة، تخصص آداب، قسم علم الاجتماع، جامعة القاهرة، مصر، 2014، ص12

² - المرجع نفسه، ص12

³ - أبو شيما، التحرش الجنسي المرأة في العمل، مقال منشور ضمن موقع صيد الفوائد، متاح عبر الرابط، <http://www.saaid.net/female/0114.htm>، تاريخ الولوج: 13-11-2018، الساعة: 9:20 .

اغتصاب كادت أن تؤدي بجياقن ومنهن من فقدت حياتها فعلا جراء هذه الأفعال التي أقل ما يقال عنها غير إنسانية.¹ فالنظرة الاجتماعية السائدة لظاهرة التحرش الجنسي والاعتصاب هي فعل شديد الندرة، يقوم بيه قلة صغيرة جدا من الذكور غير الطبيعيين والمنحرفين، وتجربة فردية سيئة الحظ تعاني منها عدد قليل من النساء.² وفي محاولة منهن للمطالبة بالحد من هذه الظاهرة وضرورة سن قوانين رديعة للمتحرشين والمغتصبين لجأت النساء العربيات لمواقع التواصل الاجتماعي وصفحات الفيسبوك لطرح هذه القضية بأبعادها، فقد سعت صفحة "قوة ضد التحرش _ الاعتداء الجنسي الجماعي" وهي صفحة مصرية عبر الفيسبوك إلى طرح هذه القضايا، وحماية النساء أثناء أي تحركات جماعية، من خلال التدخل السريع فور وقوع حادثة التحرش، والمراقبة المستمرة لميادين التظاهرات والاعتصامات، لتجنب مثل هذا التحرشات الجماعية.³ وفي تترانيا تم تأسيس مركز أزمات women's Crisis عام 1991م ليتصدى لحالات تعرض النساء للتحرش الجنسي والعنف والتمييز للنساء في العالم.⁴

العنف ضد المرأة: لقد أصبحت ظاهرة العنف ضد المرأة بجميع أنواعه العنف اللفظي والجسدي والنفسي من أكثر القضايا انتشارا في مناطق الدول العربية خاصة بعد انعدام الاستقرار السياسي واستمرار الحروب في المنطقة العربية، تزامنا مع ثورة الربيع العربي وما انجر عنها من تبعات، حيث تعاني قرابة ما نسبته 07 بالمائة من النساء ما بين سن 15 عاما و 44 ربيعا من ظاهرة العنف الجسدي الذي يؤدي للوفيات أحيانا في جميع أنحاء العالم، بحسب التقرير الصادر عن منظمة الصحة العالمية، ويعتبر العنف ضد المرأة واحدا من أبرز المشاكل الصحية والنفسية التي تواجه المرأة في العالم عامة والوطن العربي خاصة، وتسلبها ابسط حقوقها الإنسانية،⁵ فقد تم التركيز على أشكال محددة للعنف ضد المرأة، وكان للاهتمام النسوي بهذه القضية بدايات مبكرة، حيث تأسست أول أزمة للاغتصاب كان لها أهميتها- في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1971م، وافتتح أول ملجأ للنساء

¹ - هالة كمال وأية سامي، ترجمة عايذة سيف الدولة، النسائية والجنسانية، مجلة سلسلة ترجمات نسوية، العدد 7، مؤسسة المرأة والذاكرة، مصر، 2012، ص265.

² - مروة مصطفى مصطفى شمس، فاعلية الحملات الإعلانية في مواجهة العنف ضد المرأة، رسالة دكتوراه، غير منشورة، في الآداب قسم علم الاجتماع، شعبة الإعلام، جامعة عين شمس، مصر، 2013، ص85.

³ - صفحات الفيس بوك يجب متابعتها في يوم المرأة العالمي، مقال منشور ضمن صحيفة رصيف 22، متاح عبر الرابط، <https://raseef22.com/life/2016/03/08>، تاريخ الولوج، 22-08-2018. الساعة، 16:20.

⁴ - مروة مصطفى مصطفى شمس، فاعلية الحملات الإعلانية في مواجهة العنف ضد المرأة، مرجع سبق ذكره، ص82.

⁵ - عائشة بن عمارة، قضايا المرأة العربية في البرامج التلفزيونية العربية، مرجع سبق ذكره، ص35،34.

المعنفات في إنجلترا عام 1972م، وبالتالي أصبحت مشكلة العنف ضد المرأة محور تركيز مهم لدى الناشطات النسويات والحقوقيات في العالم، وتشكلت جماعات داعمة للنساء اللاتي تعرضن للإساءة وهي موجودة في العديد من البلدان.¹ ثم توجهت النساء لاستغلال منصات التواصل الاجتماعي وصفحات الفيسبوك لرفع الستار عما تعاني منه المرأة من أنواع العنف في مجتمعاتها وذلك بعرض تجارب بعض النساء اللاتي عايشن مثل هذه الظاهرة في سبيل رفع وعي المرأة بحقوقها وكسر حاجز الصمت لدى الكثير من النساء اللواتي يعانين في صمت ومحاولة حثهم للتبليغ عن حالات العنف التي تعرضن لها، من خلال إطلاق حملات ضد العنف بأنواعه.

الزواج المبكر "زواج القاصرات": الزواج المبكر أو ما يطلق عليه بزواج القاصرات هو زواج الفتاة قبل سن الثامنة عشر، ويقسم طبيا إلى: زواج الفتاة قبل سن الخامسة عشر عاما، والزواج بين 15 و18 عاما. والزواج المبكر يعتبر نوع من أنواع العنف المسلط على المرأة ونوع من القمع والإيذاء النفسي والجسدي للفتاة، وهي مشكلة عالمية منتشرة في الكثير من دول العالم ولا يقتصر وجودها على دولة معينة، بل ترتبط بتراث المجتمعات والعوامل الاقتصادية والاجتماعية المتجذرة في ثقافة المجتمعات، ويعتبر زواج القاصرات من بين المشكلات والمعوقات التي تحول دون حصول المرأة على حقها في التمتع بحياتها والحق في التعلم والعمل، وحرية الاختيار ناهيك عن الأضرار الصحية والجسدية التي تلحق بها نتيجة الإنجاب في سن مبكرة وامتداد فترة الخصوبة وتنتشر هذه الظاهرة في الكثير من البلدان العربية.²

ولقد عملت النسويات والناشطات الحقوقيات في مجال المرأة على جذب الانتباه إلى قضية الإساءة الجنسية للأطفال، لكون الطفلة غير مؤهلة نفسيا وجسديا للدخول في علاقة زوجية من خلال طرح وتناول هذه القضية عبر وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة لما لهذه الظاهرة من نتائج سلبية على الفتاة كممارسة العنف ضدها وحرمانها من مشاركة صنع القرارات الأسرية والنظرة الدونية وغير ذلك من اشكال العنف التي تتولد عنها اضطرابات نفسية وحالات اكتئاب ومعاناة....

ب- القضايا الاقتصادية: تعتبر القضايا الاقتصادية احد أهم القضايا التي تم المرأة في عصرنا الحالي كونها أصبحت تساهم وبشكل كبير في تطوير الجانب الاقتصادي، حيث إن تمكين المرأة في مجالات العمل الاقتصادي

¹ - مروة مصطفى مصطفى شميس، فاعلية الحملات الإعلامية في مواجهة العنف ضد المرأة، مرجع سبق ذكره، ص82.

² - انظر، خديجة محمد مجرش، المشكلات الاجتماعية والنفسية والصحية المترتبة على زواج القاصرات وسبل الحد منها، رسالة ماجستير، منشورة، قسم الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك سعود، السعودية، 2013، ص3

يتم عن طريق التنمية وتمكينها في الجوانب السياسية والاجتماعية، وهو أحد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سائر الدول النامية،¹ حيث تساهم المرأة في جميع أنحاء العالم بصفة كبيرة في الاقتصاد وسوق العمل من خلال عملها المأجور وغير المأجور في المحيطين العام والخاص، إلا أن عدم المساواة في الحقوق الاقتصادية يعرضها للاستغلال والانتهاك، وهذا ما دفعهن للمطالبة بحقوقهن الاقتصادية وطرحها على شكل قضايا يستوجب معالجتها في إطار ما نصت عليه "الجمعية العامة للأمم المتحدة" في "الإعلان العالمي لحقوق الإنسان" والذي حددت فيه الحقوق المدنية والثقافية والاقتصادية والسياسية التي ينبغي أن يتمتع بها جميع البشر، وفي عام 1966م، تم ذكر الحقوق الاقتصادية في المعاهدات الدولية الخاصة تحت مسمى الحقوق القانونية مع الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، والذي يلزم جميع الدول بضرورة تكفل الحقوق الاقتصادية من غير تمييز على أي أساس كان سواء العرق، اللون، الجنس، اللغة، الدين، الجنسية، السن، من أجل القضاء على التمييز، وتؤكد ديباجة الإعلان العالمي لحقوق الإنسان انه "يتعين على كل فرد وهيئة في المجتمع" السعي إلى توطيد احترام حقوق الإنسان من أجل ضمان الاعتراف بها ومراعاتها بصورة عالمية فعالة² وبالرغم من ذلك لا تزال المرأة في الدول العربية تعاني من التمييز والاضطهاد فيما يخص حقوقها الاقتصادية في مجتمعتها ويظهر ذلك من خلال طرح الناشطات الحقوقيات العربيات عبر منصات التواصل الاجتماعي بالمطالبة بحقوقهن الاقتصادية وضرورة المساواة مع الرجل فيما يخص قضايا العمل والبطالة، والمشاركة الاقتصادية للنساء في المجتمع.

ج- القضايا السياسية: تزامنا مع الأحداث الأخيرة الحاصلة في دول الوطن العربي و بروز المرأة للساحة كمشاركة فعالة فيها، احتلت قضايا المرأة أهمية بالغة عبر وسائل الإعلام الجديد، لاسيما ما يتعلق بالجانب السياسي وفي مقدمتها مشاركتها الفعالة في العمليات الانتخابية كناخبة و كمرشحة، بالإضافة إلى تمثيل المرأة في المجالس النيابية والأحزاب، وتوليها لمناصب سياسية عليا، فتزايد الاهتمام بقضايا المرأة السياسية على اعتبارها تشكل فئة هامة في المجتمع ويستحيل بناء الديمقراطية من دونها، ومن بين أهم القضايا والمواضيع السياسية التي تم طرحها ومناقشتها عبر منصات شبكات التواصل الاجتماعي ما يلي:

تمثيل المرأة في المجالس النيابية: تتحصل النساء في العالم على المزيد من المناصب والسلطة داخل البرلمانات في العالم، عند الأخذ بنظام الحصص في التوزيع بينها وبين الرجال، ففي عام 2012 قفزت نسبة عدد النساء

¹ - دينا زهير اللبائدي، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا المرأة، مرجع سبق ذكره، ص 79.

² - مقدمة إلى الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، مقال مقدم ضمن الشبكة العالمية للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، متاح على الرابط، www.escri-net.org، تاريخ الولوج، 2017/02/02، الساعة، 16.00

العضوات في البرلمان عالميا مع بداية السنة من 19.6% إلى 20.4% بنهاية السنة، في 22 بلداً من أصل 48 أحرقت فيها الإنتخابات، فإن الزيادة عن المتوسط المعتاد عزيت إلى حد كبير إلى استخدام نظام الحصص في التشريعات أو اختياريا، وحيثما ادخل نظام الحصص في التشريعات، تحصلت المرأة على 24 في المائة من المقاعد البرلمانية، أما في نظام الحصص الاختيارية فقد تحصلت على 22 في المائة مقاعد فقط.¹

التمكين السياسي للمرأة العربية: بعد الثورات العربية نالت قضية التمكين السياسي للمرأة اهتمام وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة، ومنها وسائل الإعلام الجديد، فانطلقت في بث العديد من التقارير حول دور المرأة واليات تمكينها من أجل إثارة القضية على الرأي العام في سعي المجتمع المدني في دعم قضايا تمكين المرأة والقضاء على أزمة التهميش التي تعاني منه المرأة، وكان ذلك كله في إطار سعي منظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام المختلفة -التقليدي أو الجديد- لدعم قضية المرأة، وكانت المرأة المصرية خير دليل على ذلك نتيجة المواقف والإسهامات الفعالة لها في فترة الثورة ويمكن القول إن هذا الاهتمام غير المسبوق احد انجازات الثورة المصرية في توجيه الرأي العام المصري إلى قضايا المرأة وخاصة الإعلام.²

د- القضايا الدينية: عندما يتعلق الأمر بالدين، نجد أن التوترات والتناقضات والمخاوف في قضايا المرأة هي الأكثر بروزاً وتعقيداً من غيرها. هذا لأنها قضايا ذات أبعاد تتضمن العلاقات الإنسانية، والتمثيلات الاجتماعية ممتدة الجذور، ومنطق العلاقات المتجذر - فيما وراء النصوص الدينية- في التراث الثقافي والاجتماعي الذي لا يزال متأصل بعمق وحساسية شديدتين. الحديث عن المرأة في أي سياق بشري مجتمعي يعني التدخل في قواعد البنى الاجتماعية والرموز الثقافية، والأدوار الوظيفية لكل من الجنسين، وفي مكانة الأسرة ووحدها، وأخيرا السلطة والنفوذ العلاقات. في السنوات القليلة الماضية، ركّز النقاش الدائر في الغرب، وتبعه النقاش في البلدان ذات الأغلبية المسلمة، على الجوانب الأكثر بروزا بشأن "مكانة المرأة في الإسلام." وهي بالفعل جوانب هامة وضرورية، ولكن اختزال قضايا المرأة في نقاش تبسيطي عاطفي حول قائمة من "الممارسات المشكّلة" قد أدى إلى التهرب من صلب الموضوع. وقد انتشرت قضية "النساء المسلمات" على الألسنة اليوم كما لو أنها ترمّز للعلاقة غير التوافقية بين الإسلام والغرب، والمعارضة بين عالم من الخضوع، وآخر يحمل وعد الحرية، مع، النغمة السائدة بشأن التباين بين التقاليد الأبوية

¹ - بإمكاننا إنهاء الفقر الإنمائية للألفية وما بعد ألفية 2015، صحيفة الوقائع، إصدار إدارة شؤون الإعلام التابعة للأمم المتحدة، سبتمبر 2013، ص 2.

² - أسماء محمد رحابي وآخرون، التمكين السياسي للمرأة العربية في مصر وتونس، مقال منشور ضمن المركز الديمقراطي العربي، متاح عبر موقع <https://democraticac.de/?p=51478>، 12، نشر بتاريخ جانفي 2018، تاريخ الولوج: 2018-05-23، الساعة، 20:45.

والحدائث الغربية التي يقال إنَّها وجهة نظر نسويّة على نحو متزايد. ومن ثمّ فلائحة التمييز المتعلّقة بقضايا "اللباس، وتعدد الزوجات، والعنف، والميراث،.." وغيرها من القضايا تتكرر مرارا وتكرارا¹ في العديد من وسائل الإعلام الحديثة التي فتحت المجال للنسويات والناشطات النسوية للخوض في هذه القضايا والمواضيع بجرأة أكبر لفتح المجال لاستقلالية المرأة لحياتها الجنسية وأدوارها في الأسرة والمجتمع والاقتصاد والسياسة ومن أبرز المواضيع التي تمّ طرحها عبر صفحات وشبكات التواصل الاجتماعي:

حرية المرأة في الإسلام: إن الحرية التي تطالب بها المرأة الحقيقية هي أن تعامل في المجتمع على أنها مكرمة، كرمها الله تعالى كما كرم الرجل، وألا يهضم الرجل حقوقها التي منحها الشرع لها، وألا يتجاوزها تحت شعار السلطة.²

المساواة بين الرجل والمرأة: وتعني المساواة بين الرجل والمرأة وتضمن مفهوم أننا جميعا بشر، فالرجال والنساء هم أحرار في تطوير قدراتهم الشخصية وليصنعوا القرارات بدون الحدود المرسومة بواسطة الأفكار النمطية، والمساواة بين الجنسين تعني أن السلوكيات المختلفة والتطلعات واحتياجات المرأة والرجل يجب أن تؤخذ في الاعتبار، وهذا لا يعني أن الرجل والمرأة يجب أن يكونوا متشابهين ولكن حقوقهم ومسؤولياتهم وفرصهم لا تعتمد على نوع جنسهم، حيث أن المساواة تعني الإنصاف في المعاملة بين الرجل والمرأة طبقا للاحتياجات الخاصة، وهذا ما سعت مختلف الصفحات في الفيسبوك إلى الدفاع عنه حتى تتمكن المرأة من إثبات كيانها داخل المجتمع، وإثبات قدراتها في ميادين كانت حكرا على الرجل فقط .

حكم الدين في عمل المرأة: أصبحت المرأة في الوقت الحالي تستطيع أن تنهي دراستها الجامعية وحتى الدراسات العليا مما يمكنها من الالتحاق بمجال العمل، وتحقيق ذاتها ومن خلال إثبات جدارتها وقدرتها على العمل، إلا أن للإسلام رأي آخر في حكم عمل المرأة حيث يرى الدين أن المرأة مكرمة من عند الله، وعلى الرجل أن يوفر لها حاجياتها المختلفة والتكفل بمصاريفها، مما يسد عندها الحاجة للخروج إلى العمل، وهذا ما كان يتداول عبر الصفحات الدينية التي تهتم بالمرأة.

¹ - طارق رمضان، الحديث عن قضايا المرأة في الإسلام، مقال متاح عبر مدونة tariqramadan.com، تاريخ الولوج، 2016/03/16، الساعة، 15.00

² - فؤاد عبد الكريم بن عبد العزيز العبد الكريم، قضايا المرأة في المؤتمرات الدولية دراسة نقدية في ضوء الإسلام، رسالة دكتوراه، منشورة، تخصص الثقافة الإسلامية، جامعة الملك سعود، السعودية، ص 84.

3- جمهور الفيسبوك من النساء العربيات المتفاعلة مع الحركة النسوية:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم الوسائل التي استخدمتها المرأة لتحقيق غاياتها، كأكثر أدوات التعبير عن الآراء وتوصيل الصوت للآخر، فشبكات التواصل الاجتماعي مثل "الفيسبوك والتويتر والمدونات"... استطاعت القيام بما لم تستطع الوسائل التقليدية القيام به من تغييرات جذرية في المجتمعات والدول العربية، ومن أشكال التعاون والمشاركة والإبداع على شبكة الانترنت استخدام المرأة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي وتفاعلها عبرها لكسر حاجز المعاناة والاضطهاد والحرمان التي كانت تعاني منها قديما، حيث دأبت الناشطات في مجال المرأة على تسخير هذه الشبكات الاجتماعية لخدمة برامج وأهداف الجمعيات والمنظمات النسوية لمساعدتهم للظهور في المجال العام والتخلص من سلطة الزمان والمكان وبالتالي إمكانية المشاركة الفعالة وإلقاء الضوء على قضايا المرأة والنسوية والمطالبة بحقوقهن¹ فالمرأة العربية كغيرها من المستخدمين، كان لها نصيب في هذا العالم الرقمي، فتمثلت عبره من خلال صفحات الفيسبوك وباستخدام حسابات عديدة، تمثل وجهات نظرها، ومنصات لمعالجة القضايا حسب اهتماماتها وميولاتها، وفي هذا السياق عجز الفضاء الأزرق بهذه المستخدمين الافتراضية المرئية الأهداف².

كما تعتبر الشبكات الاجتماعية الفرصة الأوفر التي جلبتها الانترنت للنساء والتي سمحت لهن بخوض تجارب اتصالية بحتة من نوع خاص تتمتع بالمزيد من الحرية في النقاش في مجال يتعد عن إكراهات وطقوس وضوابط المجتمع ورقابته. فتميز تواجدها في هذا العالم الافتراضي في صور الاختفاء أحيانا وفي صور التزييف أحيانا أخرى في شكل أسماء وصور مستعارة لتناقش قضاياها بشكل مختلف عن القضايا التقليدية التي كانت تطرح في وسائل الإعلام التقليدية. ومن أكثر مواقع الشبكات التي وجدت إقبالا من المرأة العربية، هو موقع الفيسبوك، نظرا لما يوفره من خدمات وتطبيقات تجذبها، لتجعلها بالصورة المأمولة، والتي تريد أن تسوق لنفسها من خلالها، فهذا الموقع أصبح يكشف عن عالم المرأة المعقد والمتخلف³.

¹ - انظر بتصرف، نجلاء جعفر عبد الوهاب جعفر، اطر تقديم قضايا في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه قضايا، مرجع سبق ذكره، ص33

² - فضيلة تومي ويسعد زهية، الحضور الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الافتراضية، دراسة تحليلية لقضايا المرأة عبر صفحات الفيسبوك، مجلة الباحث العلمي، العدد 37، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، ص122.

³ - المرجع نفسه، ص124، 126.

ففي هذا العالم الرقمي تحررت المرأة أكثر مما كانت عليه في الأزمنة الغابرة، وزجت بجل المخاوف في الزمن الماضي، فاستطاعت أن تغير من صورتها النمطية التي سوقت لها كثيرا وسائل الإعلام التقليدية، بعد أن أتاحت التكنولوجيا الرقمية للمرأة أن تنتج أفكارا وتنشأ حوارات وتبادلات وأن تتواصل مع الآخر، لكنها لم تستطع التحرر من الجندرة، فأغلبيتهن يتواجدن على صفحات الفيسبوك من خلال نشر كرونولوجيا حياتهن اليومية على غرار رحلات التسوق ووصفات الطبخ، والخياطة والموضة والأزياء ومستلزمات الزينة (الماكياج وتصفيف الشعر)، ونشر وتبادل الأخبار عن الحمل والولادة وتعدد الزوجات وتأخر الزواج وقصص الشرف وغيرها من القضايا الاجتماعية التي تعاني منها المرأة العربية في مجتمعاتها لحد اليوم. وهنا نرى أن المرأة بقيت حبيسة النسق الثقافي التقليدي للأسرة العربية.

انطلاقا من هنا يمكن القول بوجود علاقة قوية بين النساء العربيات واستخداماتهن لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تشكيل الاتجاهات الايجابية والتصورات حولهن مقارنة بالرجال في القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وهذا ما ذهبت إليه نتائج إحدى الدراسات العربية التي أجريت على عينة من طلاب الجامعات الحكومية المصرية والخاصة، ويمكن ذكر بعضها وهي¹:

- إن النساء المستخدمات للفيسبوك اللاتي لديهن اتجاهات وأدوار فعالة وإيجابية في المجتمع، هم أكثر حداثة وتحضرا، مقارنة مع صورتهن في وسائل الإعلام التقليدية، التي تعتمد على الجسد الذي لا يتفق مع قيم المجتمع العربي والإسلامي. وفي المقابل، فإن الرجال المنضمين إلى الفيسبوك لديهم صورة سلبية بسبب استخدامهم للغة الشتائم.

- إظهار المرأة بصورة سياسية إيجابية لما لها من دور فعال في الثورات، والرجال أيضا بنفس الصورة فيما يتعلق بالقضايا السياسية

- يسمح الفيسبوك للمرأة أن تتحرر من الوجود التقليدي وتحقيق كيانها، والاستقلالية والتحرر من القيود المفروضة عليها، والتي عكست عبر وسائل الإعلام التقليدية.

¹ - نجلاء جعفر عبد الوهاب جعفر، أطر قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، مرجع سبق ذكره،

- مجموع التسهيلات التي يقدمها الموقع في جانب التحرير والتعبير عن الآراء بحرية دون خوف ومن ثم فيشارك كل من الرجال والنساء في الاستفادة من الحيز العام في التعبير عن آرائهم بحرية وحرارة.

- يقترح استثمار الانترنت كأداة للتغيير أو دعم الآراء المتفائلة لادوار الجنسين وخصائصهم في المجتمعات العربية، وهذا يمكن أن يكون أفضل إنجاز لإعادة تقديم الخطاب المرتبطة بكل من الرجال والنساء.

إضافة لذلك أكدت الكثير من الأبحاث ارتفاع نسبة استخدام النساء لشبكات التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة حتى أصبحت معادلة لنسبة استخدام الذكور إن لم نقل أقوى منها في بعض الشبكات بعد أن كانت ضعيفة جدا في السنوات الأولى، حيث وضح تصنيف الفيسبوك في المنطقة العربية وفقا للنوع الاجتماعي الصادر في ابريل من عام 2011، وجود زيادة طفيفة في نسبة النساء المستخدمات، والتي ارتفعت من 32% في نهاية عام 2010 إلى 33.5% في الربع الأول من عام 2011، إلا أن تلك النسبة كانت أقل بكثير من الاتجاه العالمي في الاستخدام، والذي تشكل المرأة فيه 61% من مستخدمي الفيسبوك، وجاءت أكبر نسبة لمستخدمات الفيسبوك في لبنان بنسبة 45% تليها البحرين وتونس بنسبة 42% فالأردن بنسبة 41% والمغرب وفلسطين 38% وحصلت على المركز السابع بنسبة 36% للإناث.¹

وفي ديسمبر من عام 2013 انخفضت نسبة المستخدمات في بلدان الدول العربية للفيسبوك إلى أن وصلت إلى 32.25%، وظلت تلك النسبة أقل بكثير من النسبة العالمية التي تصل إلى 50% تقريبا.²

كما أثبتت إحصائيات ديسمبر 2016 عن تواجد قوي للنساء في مختلف شبكات التواصل الاجتماعي بنسب متقاربة مع الرجال حيث نشر موقع **global media insight** في ذات الشهر اجتياح النساء بكثافة لاستخدام "الفيسبوك والتويتر وشبكة بينترست"، كما أوضحت البيانات العالمية احتلال موقع "الفيسبوك"

¹ - تقرير الإعلام الاجتماعي العربي 2011، الإعلام الاجتماعي والحراك المدني، تأثير الفيسبوك وتويتر، متاح عبر الرابط ، <http://www.arabsocialmediareport.com/pdf>، تاريخ الولوج، 04-09-2018، الساعة، 09:25.

² - نظرة على الإعلام الاجتماعي العربي 2014، مقال منشور عبر موقع البيان الالكتروني، متاح عبر الرابط: <https://www.albayan.ae/supplements/arab-media-forum/news-and-reports/2014-05-20-1.2126664> تاريخ الولوج: 06-09-2018، ساعة الولوج: 16:39.

للصدارة في مضممار السوشيال ميديا، حيث سجلت مع بداية سنة 2016 أكثر من 1.6 مليار مستخدم نشط شهريا، تشكل النساء نسبة 52 % من إجمالي المستخدمين حول العالم بينما يشكل الذكور 48 %¹

إضافة لما أدلت به "كلية دبي للإدارة الحكومية" ممثلا في الإصدار السابع من سلسلة دراسات مستمرة حول "الإعلام الاجتماعي العربي"، بتحليل بيانات 22 دولة عربية تم جمعها من مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وتويتر وانستقرام ولينكدن" في الفترة الممتدة من كانون الثاني 2016 إلى كانون الثاني 2017 وتشير النتائج التي خلصت إليها الدراسة بالمجمل، إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية في العالم العربي، تكتسب أهمية متزايدة وتتغلغل في حياة العرب، خاصة منهم اليافعين والشباب، كما أن النسبة الأكبر من مستهلكي الإعلام الاجتماعي ذكور، وقدمت جملة من الإحصائيات متمثلة في²:

أ- 64% من مستخدمي السوشيال ميديا في البلدان العربية تحت سن الـ30

ب- اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداما في الأنشطة على مواقع التواصل الاجتماعي في البلدان العربية، ما جعلها تتراأس ترتيب اللغات الأكثر شيوعا في مواقع التواصل الاجتماعي في الدول العربية

ج- واحد من أصلا ثلاثة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الدول العربية من السيدات وهي نسبة قليلة مقارنة بنشاط النساء في العالم ولم تشهد هذه النسبة تغيرات خلال السنوات الأخيرة

د- واحد من أصل أربع مستخدمي فقط من السيدات في دول الخليج العربي بنسبة 24.6% من مجمل المستخدمين وسيدة واحدة من أصل 3 مستخدمي في باقي الدول العربية أي ما نسبته 32.6% من مجمل المستخدمين

هـ- 36% من المستخدمين نساء في بلدان المغرب العربي وتشكل هذه النسبة الأعلى عربيا، ومن جهة أولى فإن فلسطين - الضفة الغربية وقطاع غزة- هي الدولة العربية الأولى من حيث توازن استخدام النساء والرجال للفيسبوك، فيما سلطنة عمان في آخر ترتيب القائمة.

¹ - النساء يتفوقون على الرجال في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مقال منشور عبر موقع الغد، متاح عبر الرابط، alghad.com، تاريخ الولوج، 2018/03/12، الساعة، 16.00

² - مقدمة عامة عن دراسة الإعلام الاجتماعي، الإصدار 7، متاح عبر الرابط، weedoo.tech، تاريخ الولوج، 2018/09/10، الساعة، 18.00

هذا ويتوقع توسع قاعدة مستخدمي مختلف هذه الشبكات حول العالم، وذلك مع التطورات والتحسينات التي تجريها على خدماتها ومنصاتها، ويعزز ذلك انتشار شبكات الانترنت العريضة النطاق، عالية السرعة والانتشار الكبير لاستخدامات الهواتف الذكية.

الفصل الخامس

الدراسة التحليلية لمضامين صفحات الحركة النسوية العربية عبر شبكة الفيسبوك

Log In



أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث الشكل

- 1- طبيعة المضامين المنشورة عبر صفحات النسوية
- 2- اللغة المستخدمة في منشورات صفحات النسوية
- 3- الأساليب الإقناعية والدعائم المستخدمة في منشورات صفحات النسوية

ثانياً: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث المضمون

- 1- أبرز المواضيع والقضايا المتناولة عبر صفحات النسوية
- 2- مصادر المضامين المنشورة عبر صفحات النسوية
- 3- الفاعلون والشخصيات المحورية في منشورات صفحات النسوية
- 4- القيم المتضمنة في منشورات صفحات النسوية
- 5- الأهداف المراد تحقيقها من خلال ما تطرحه صفحات النسوية
- 6- الجمهور المستهدف بمنشورات ومضامين صفحات النسوية
- 7- طبيعة ونوع التعليقات التي يتفاعل بها جمهور صفحات النسوية مع مضامينها

بعد عرض الإطار المنهجي والنظري التوثيقي الخاص بالمتغيرات الأساسية لموضوع الدراسة والمتمثلة في سرد التراث النظري المتعلق بتطور الإعلام الإلكتروني والتفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من جهة وواقع الحركة النسوية ووسائل الإعلام الجديد من جهة أخرى، سنقوم في هذا الفصل بالتطرق لعرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية في شقها التحليلي، والنتائج المتوصل إليها بعد تحليل مضامين منشورات صفحات الحركة النسوية العربية عبر الفيسبوك التي وقع عليها الاختيار وهي: "صفحة النسوية"، "صفحة ثوري"، "صفحة منظمة المرأة العربية"، استنادا لاستمارة تحليل المحتوى التي تم اعتمادها للتوصل إلى إجابة على التساؤلات المطروحة والكشف عن طبيعة تقديم صفحات النسوية لمضامينها المتعلقة بالفكر النسوي وقضايا المرأة وفق عشرة محاور، كل محور يعكس فئة تحليل معينة تشمل أبعاد ومؤشرات الدراسة التحليلية من حيث الشكل والمضمون، أين عملت الباحثة على تحليل مضمون منشورات الصفحات الثلاثة وفق عينة زمنية مدتها سنة، بداية من 01 جويلية 2017 إلى غاية 26 جوان 2018، وفق أسلوب الدورة الاصطناعي، وتشكلت لدينا عينة متمثلة في 46 يوما بمدّة تحليل المواد التي نشرت طيلة 24 سا في اليوم الظاهر في العينة، كما سبق توضيحه في شرح خطوات اختيار مفردات العينة في الإطار المنهجي للدراسة.

والجدول رقم (04) يوضح بيانات أولية تعريفية بالصفحات محل إجراء الدراسة التحليلية:

مدة التحليل	المتفاعلون مع الصفحة	التعريف بالصفحة	رابط الصفحة	بيانات الصفحة شعار الصفحة
تحليل 46 يوم تم التحصل عليه من 46 أسبوعا موزع على 12 شهرا، حيث تم تحليل المنشورات طيلة 24 سا في اليوم الظاهر للعينة.	للصفحة 377 725 معجبا طبق تطبيق الإعجاب على الصفحة و380 437 متابعا للصفحة	صفحة لمنظمة النسوية مكرسة لتحقيق المساواة التامة للنساء في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بدأت العمل منذ تاريخ 08/جويلية/2014، إلى غاية يومنا هذا، شعارها حقوق المرأة، والنسويات وحقوق الإنسان	www.facebook.com/Nasawyia	 النسوية Nasawyia @Nasawyia
تحليل 46 يوم تم التحصل عليه من 46 أسبوعا موزع على 12 شهرا، حيث تم تحليل المنشورات طيلة 24 سا في اليوم الظاهر للعينة.	للصفحة 48.455 معجبا طبق تطبيق الإعجاب على الصفحة و48.660 متابعا للصفحة	صفحة لمنظمة حكومية تعمل في إطار جامعة الدول العربية ومقرها جمهورية مصر العربية، تعمل لتحقيق التضامن للمرأة العربية وتنمية الوعي بقضاياها، ودعم التعاون المشترك، وتبادل الخبرات للنهوض بقضايا المرأة، تأسست	www.facebook.com/ArabWomenOrganization	 منظمة المرأة العربية Arab Women Org منظمة المرأة العربية @ArabWomenOrganization

		الصفحة في 27/1/2015م، لا يزال نشاطها مستمرا إلى يومنا هذا.		
تحليل 46 يوما تم التحصل عليه من 46 أسبوعا موزع على 12 شهرا، حيث تم تحليل المنشورات طيلة 24 سا في اليوم الظاهر للعينة.	للصفحة 573 310 معجب طبق تطبيق الإعجاب على الصفحة و 582 428 متابع للصفحة	صفحة حرة غير تابعة لأي منظمة أو جهة مؤسساتية، تهتم بقضايا المرأة والفكر النسوي، شعارها وهدفها الدفاع عن حقوق المرأة، ضد كل ما يقف أمام حريتها الشخصية واختياراتها لأسلوب حياتها، بدأت نشاطها من 2015 إلى غاية يومنا هذا، تشهد تفاعل كبير من قبل الناشطين عبر الفيسبوك.	www.facebook.com/Thorygir /ls	

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه، التعريف بالصفحات محل الدراسة التحليلية، وشعارها الرسمي عبر صفحات الفيسبوك إلى جانب عنوانها الإلكتروني عبر الشبكة، وعدد المعجبين بها والمتابعين لها، حيث كانت هذه من أهم الأسباب والدوافع وراء اختيار هذه الصفحات بالذات لإجراء الدراسة التحليلية، بحكم أنها أكثر الصفحات رواجاً وانتشاراً بين النساء العربيات في الفيسبوك، وأكثرها جرأة في طرح الفكر النسوي، والمناداة بحقوق المرأة العربية، إضافة لكونها تمثل وتعرعن شكلين من صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك: "الصفحات الرسمية" التابعة لهيئة حكومية ممثلة في "صفحة منظمة المرأة العربية"، و"صفحات غير رسمية" بنوعين، أحدهما تابعة لمنظمة حقوقية مدعومة من منظمات نسوية أخرى ممثلة في "صفحة النسوية Nasawiyia" والثانية صفحة "ثوري" وهي صفحة غير رسمية أنشأها ناشطون حقوقيون غير تابعين لأي جهة ولا أي منظمة، وهذا ما يعطي إمكانية تحليل ومقارنة النتائج والبيانات المتحصل عليها بحسب توجه كل صفحة وسياستها الأيديولوجية، أين لاحظت الباحثة إقبالا وتفاعلا كبيرا من قبل النساء العربيات مع مضامين هذه الصفحات وهذا ما حفزنا لتسليط الضوء عليها بالدراسة والتحليل للكشف عن طبيعة تقديمها للفكر النسوي وقضايا المرأة وذلك برصد طبيعة المنشورات المقدمة واللغة المستخدمة فيها وأنواع الأساليب الإقناعية والدعائم المستخدمة فيها، ناهيك عن طبيعة القضايا المطروحة والأكثر تركيزا من قبلها فيما إذا كانت قضايا اجتماعية، سياسية، إقتصادية، دينية، ونوع القيم المتضمنة فيها، إضافة للكشف عن مصادر منشوراتها المقدمة، وجمهورها المستهدف... كل ذلك للكشف عن أجندة كل صفحة وأهدافها .

أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث الشكل

الجدول رقم (5): إجمالي تكرارات ونسب طبيعة منشورات صفحات الحركة النسوية حسب عينة الدراسة

المجموع		طبيعة
%	ت	منشورات صفحات النسوية
10.62%	34	نص فقط
39.06%	125	نص مرفق بصورة معبرة
30.31%	97	نص مرفق بصورة إخبارية
06.56%	21	نص مرفق بفيديو
-	-	نص مرفق بصورة وفيديو
05.00%	16	صورة فقط
-	-	ملف صوتي
-	-	فيديو
04.69%	15	روابط
03.75%	12	إشعارات ورموز وأيقونات
-	-	أخرى
100%	320	المجموع

يمثل الجدول رقم (5) إجمالي تكرارات ونسب طبيعة منشورات صفحات النسوية، حسب العينة المختارة ويتضح من خلال نتائج الجدول بأن الصور هي أكثر العناصر المرافقة لمنشورات الصفحات الثلاث محل الدراسة بأعلى نسبة، سواء كانت صور معبرة أو خبرية، حيث جاءت الصور المعبرة المرافقة للنص في الترتيب الأول من حيث الاستخدام بنسبة 39.06%، كأعلى نسبة، على اعتبار أن الصور المعبرة هي الصور التي يتم اختيارها لتجسد موضوعاً وتعبر عنه سواء في وقت حدوثه أو بعد ذلك وتختلف الصور المعبرة باختلاف الموضوع المراد التحدث عنه، وغالباً ما تشكل الصورة المعبرة المنتقاة باحترافية والسطور المصاحبة لها قصة متكاملة تجذب المتلقي للتعلم أكثر في الموضوع المطروح.

وتلاها مباشرة النص المرفق بصورة إخبارية في المرتبة الثانية بنسبة 30.31%، والصور الإخبارية أيضا هي الصورة التي تمثل وتنقل أحداث واقعة معينة حدثت في مكان ما وزمان ما وتعطي للمتلقي تفاصيل الحدث مما يضيف جانبا من المصدقية على المضمون المقدم، ويمكن تفسير اعتماد الصفحات محل الدراسة على استخدام الصور بنوعيتها رفقة النصوص بأعلى نسبة لما لها من فائدة في لفت انتباه القراء بإضفاء الجاذبية نحوها وكذا المساعدة في إيصال المعاني، فلقد ذهب الدارسون إلى تعريف الصورة بأنها "عبارة عن شكل من أشكال التعبير عن جزء من الواقع، وهي ذات أهمية بالغة في مجال الاتصال إلى جانب اللغة، وكما يقول المثل الصور أصدق تعبير من ألف كلمة"¹، ولذلك لجأت صفحات الفيسبوك محل الدراسة إليها كمنط لنشر مضامينها من أجل زيادة التفاعل مع مناشيرها، على اعتبار أن أعين المتصفحين تقع عادة على الصورة قبل النص باعتبارها أكثر بروزا منه، ولهذا حرصت الصفحات على استخدامها بالدرجة الأولى، فالصورة لها أهمية كبيرة في نقل وإيصال المعنى في الرسالة الإعلامية، وتأتي أهمية الصورة في الإعلام الإلكتروني- كما في الصحافة المطبوعة- من اعتبارها عنصرا بارزا يجذب انتباه القارئ أو زائر الموقع ومستخدم الصفحات، ولذلك يجب أن تستغل المساحة التي تحتها أفضل استغلال، بحيث يكتب عليها التعليق المناسب، ولأن زائر الإنترنت -مستخدم صفحات الفيسبوك- لا يقرأ النص كلمة كلمة، وإنما يبحث عن العناصر البارزة، فإن التعليق على الصورة يجب أن يتضمن المعلومات التي يراد إبرازها في الموضوع المنشور، لأن الصورة تحمل رسالة ذات معنى، مثلها مثل النص اللغوي، ولذلك يمكن للمتلقي أن يقوم بتحليل عميق للصور لغاية استخراج المعنى أو الرسالة المراد إيصالها.

واحتلت الترتيب الثالث النصوص غير المرفقة (نص فقط) بنسبة ضئيلة مقارنة مع ما سبق والمقدرة بـ 10.62%، ففي بعض الأحيان لا تحتاج الكلمات إلى دعائم لتوضيح معانيها التي تكون قوية وبارزة في هذه الحالات، كما قد يعود ذلك لسرعة تحديث المنشورات عبر هذه الصفحات، وبالتالي لا يساعد الوقت للبحث كل مرة عن صور أو فيديوهات أو أي شكل من أشكال الدعائم الأخرى المرافقة للنص.

كما جاءت النصوص المرفقة بفيديو في المرتبة الموالية بنسبة 06.56%، ومرد هذا إلى الانتشار الملمت لعنصر الفيديو عبر شبكة الانترنت وعلى شبكات التواصل الاجتماعي تحديدا، بالنظر إلى ميزتها في شرح فكرة أو موقف معين في لحظات قصيرة، وجاءت الفيديوهات في عينة الدراسة مرافقة لنصوص مكتوبة تمهد أو تشرح محتواها، أو نصوص جذابة من أجل لفت الانتباه لفتح الفيديوهات والاطلاع عليها.

¹ - يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سبق ذكره، ص، 58

واعتمدت الصفحات على الصور فقط بنسبة 05.00%، ولجأت الصفحات لهذا النوع من المنشورات بما أن الصور بإمكانها أن تعبر عن المعنى المراد إيصاله في بعض الأحيان حتى دون إرفاقها بمنشور مكتوب، أو حين تعجز الكلمات عن التعبير، و"إن ما يمكن أن تقوله صورة ما، لا يمكن أن يقوله كتاب في ألف كلمة"¹، وهو أمر شائع كثيرا عبر شبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك تحديدا، الذي يتبادل مستخدموه يوميا عددا هائلا من الصور كل لحظة، وتحظى هذه الصور بأعداد كبيرة من المشاركات والتعليقات، كما أن استخدام الصور لوحدها يمكن المستخدمين من التغلب على حاجز اللغة والحاجة إلى الترجمة، فالصورة اليوم تشكل لغة عالمية للتواصل بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على اختلاف جنسياتهم ولغاتهم، ومنها ما يعرف بمنصات تبادل الصور مثل تطبيق "انستغرام" الذي تملكه شبكة فيسبوك منذ سنة 2012.

في حين رتبت الروابط المرافقة للنص ثم الشعارات والرموز والأيقونات آخر الترتيب بنسب قليلة ومتقاربة، كما نلاحظ من خلال الجدول بأن الصورة والفيديو معا لم يرافقا أي منشور، والأمر نفسه بالنسبة للفيديو والملف الصوتي.

ونستنتج من خلال النتائج الواردة في الجدول أن صفحات النسوية محل الدراسة تعتمد بنسبة كبيرة على استخدام النصوص المصاحبة للصور المدعمة لفكرة النص، في تقديم مضامينها لمحاولة إضفاء نوع من التكامل في تقديم الرسالة الإعلامية والمضامين المراد توصيلها للنساء العربيات لما للصورة من دور كبير في شرح الفكرة وتثبيتها في أذهان المتلقين حتى تبقى عالقة.

بالإضافة إلى ما سبق فإن الحديث عن الصورة "المرئي" والمكتوب "القراءة" يميلنا إلى الاهتمام المتداول حول تكنولوجيا الاتصال عموما والانترنت خاصة بأنها قد أثرت بشكل بارز في فعل القراءة، كفعل ثقافي مهم يحمل دلالات العمق والتركيز والقدرة على التذكر، وصارت تشجع أكثر فعل الرؤيا والبصر الذي ينمي روح الكسل والسلبية ويضعف ملكة النقد والايجابية، كما أن كثرة المواقع الالكترونية، وتنوعها وكثرة المحتويات إلى حد ازدحامها، وسهولة انتقال المستخدم بينها، قد زادت من ارتباك وقلق المستخدم الذي صار هائما بينها، مكتفيا بقراءة سطحية للعناوين والصور ومشاهدة الفيديوهات إن كانت موجودة ومن المعروف أن الإنسان انتقل في تواصله من مجال التقاط الاتصال بحاسي الأذن والعين "الاتصال الشفوي" إلى مرحلة الاعتماد على حاسة العين

¹ - أنظر، حسين شفيق، الأساليب العلمية والفنية للتصوير الصحفي، ط1، دار النهضة العربية، مصر، 2011، ص

"الاتصال المكتوب" ثم إلى مرحلة العودة إلى الاتصال الأول "الوسائل السمعية البصرية"، واستكمالا لهذه التزعة، من ذلك إلى الاتصال الأول والثاني معا "الاتصال التفاعلي باستخدام الشبكات المعلوماتية والانترنت¹

الجدول رقم (6): تفصيل تكرارات ونسب طبيعة منشورات صفحات الحركة النسوية عينة الدراسة حسب

كل صفحة

منظمة المرأة العربية		ثوري		النسوية		الصفحات
%	ت	%	ت	%	ت	طبيعة المنشورات
%00.00	00	%22.96	31	%02.67	03	نص فقط
%69.86	51	%34.07	46	%25	28	نص مرفق بصورة معبرة
%21.91	16	%25.18	34	%41.96	47	نص مرفق بصورة إخبارية
%04.11	03	%02.22	03	%13.39	15	نص مرفق بفيديو
-	-	-	-	-	-	نص مرفق بصورة وفيديو
%00.00	00	%06.67	09	%06.26	07	صورة فقط
-	-	-	-	-	-	ملف صوتي
-	-	-	-	-	-	فيديو
%04.11	03	%00	00	%10.72	12	روابط
%00.00	00	%08.89	12	%00.00	00	إشعارات ورموز وأيقونات
-	-	-	-	-	-	أخرى
%100	73	100%	135	%100	112	المجموع

يعكس الجدول رقم (06) تفصيل تكرارات ونسب طبيعة منشورات صفحات النسوية موضوع الدراسة حسب كل صفحة. ويتضح من خلال الأرقام الواردة فيه اتفاق الصفحات الثلاثة بأعلى النسب في استخدام النصوص المرفقة بصور تعبيرية وخبرية كشكل أساسي في تقديم منشوراتها:

✓ فبالنسبة لطبيعة منشورات صفحة "النسوية".

استخدمت "النسوية" الصورة بنوعها الإخباري والتعبيري المرفقة للنص بأعلى نسبتين، فجاء النص المرفق بصورة إخبارية في المرتبة الأولى بنسبة 41.96%، يليه النص المرفق بصورة معبرة في المرتبة الثانية بنسبة 25%، وقد

¹ - باديس لونيس، الآثار الثقافية للانترنت على جمهور الطلبة الجزائريين، مرجع سبق ذكره، ص 268

لاحظت الباحثة طيلة فترة التحليل استخدامات كثيرة للنصوص مرفقة بالصور على شكل قصة مصورة تحكي موضوعا معيناً كالعنف ضد المرأة مثلاً، ومن أمثلة ذلك منشور التحرش الجنسي الذي تعاني منه النساء العربيات وجسد على شكل ألبوم يجوي مجموعة من الصور، وتكون كل صورة مرفقة بتعليق يعبر عنها، قدمته الناشطة النسوية "دارين حسان" رئيسة منظمة النسوية وصاحبة الصفحة، عن موضوع التحرش الجنسي والاعتصاب ومعاناة المرأة من ذلك في البلدان العربية.

كما استخدمت صفحة "النسوية" النص المرفق بالفيديو بنسبة 13.39%، وهي عبارة عن فيديوهات معنونة بنص قصير يشرح محتواها، وأغلبها صور مركبة في شكل فيديو ومنها ما تضاف له مقاطع موسيقية، ومن أمثلتها فيديوهات متسلسلة في عدة أجزاء قدمتها الصفحة تحت عنوان "النساء الحاصلات على جوائز نوبل، الجزء 1، الجزء 2، ..."، يليه في المرتبة الموالية اعتماد الصفحة في منشوراتها بروابط بنسبة 10.72%، وتكون هذه الروابط لمواقع مختصة على شكل مصادر في حالة نشر الصفحة لأخبار معينة من مواقع أخرى تهم بنشر مثل هذه المواضيع وهذا من أجل التأكيد على صحة منشوراتها. لتأتي باقي الأنماط بنسب ضئيلة متقاربة حيث استخدمت الصفحة الصورة فقط من دون نص بنسبة ضئيلة 06.26%، والنص فقط من دون أي مادة أخرى بنسبة 02.67%. ولم تستخدم الصفحة ملفات فيديو غير مرفقة بنص، أو ملفات صوتية، أو شعارات وأيقونات ورموز.

✓ وبالنسبة لطبيعة منشورات صفحة "ثوري".

نلاحظ أيضاً تركيز الصفحة على اعتماد نمط النص المرفق بالصورة بنوعيتها الإخباري والتعبيري بنسبتين كبيرتين مثل "صفحة النسوية"، فاحتل النص المرفق بصورة معبرة المرتبة الأولى بنسبة 34.07%، والنص المرفق بصورة إخبارية المركز الثاني بنسبة 25.18%، وكانت هذه المنشورات أيضاً عبارة عن نصوص مرفقة بصور عن مواضيع مختلفة مثل تحرر المرأة، والعنف ضد المرأة، والحجاب والتبرج، والمساواة بين الجنسين وغيرها. ويتضح أيضاً من خلال الجدول اعتماد "صفحة ثوري" على خلاف "صفحة النسوية" على استخدام النص فقط دون أي شكل أو عنصر داعم في المرتبة الثالثة بنسبة 22.96%، وكانت أغلب هذه النصوص عبارة عن رسائل وطلبات وردت إلى بريد الصفحة من متابعيها، أو عبارة عن جمل قصيرة فيها مقولات وأمثال وحكم، مثل منشور: "اعتنق الإنسانية أولاً قبل اعتناق ما شئت من الأديان"، و"كلنا إنسان ولكننا نستحق الحياة"، ولجأت الصفحة لهذا النوع من المنشورات لسهولة خاصة وأنها تتميز بكثرة التحديثات.

وكانت هذه أكثر الأنماط المعتمدة في النشر والتدوين في الصفحة، لتتوزع باقي أشكال النشر بنسب قليلة ومتفاوتة، حيث استخدمت "ثوري" أيضا الإشعارات والرموز والأيقونات بنسبة 08.98%، وهي عبارة عن إيماءات ودلالات يعبر بها صاحب المنشور عن مشاعر مثل الحزن والحيرة وغيرها.

كما استخدمت الصفحة نمط "الصورة فقط" بنسبة ضئيلة وقرينة من نسبة "صفحة النسوية"، وهي 6.67%، ولم تستخدم العناصر الأخرى نهائيا وهي الروابط، ملفات فيديو غير مرفقة بنص، و ملفات صوتية.

✓ أما فيما يخص طبيعة منشورات صفحة "منظمة المرأة العربية".

فيتضح من خلال ما ورد في الجدول اعتماد الصفحة بشكل كبير أيضا على استخدام الصورة بنوعيتها الإخباري والتعبيري المرفقة للنص في المرتبتين الأولى والثانية، لكن وعلى خلاف "صفحتي النسوية وثوري"، استخدمت هذه الصفحة النص المرفق بالصورة المعبرة بفارق كبير في النسبة التي قدرت بـ 69.86%، وهذا من أجل إبراز بعض القضايا المرتبطة بمختلف أنواع حقوق المرأة مثل المشاركة في العمل السياسي، أما النص المرفق بصورة خبرية والذي جاء في المرتبة الثانية فتم استخدامه بنسبة 21.91% في منشورات هذه الصفحة، وكانت هذه المنشورات عبارة عن تغطيات إخبارية لأنشطة المنظمة عبر مختلف البلدان العربية مثل الاجتماعات والدورات التدريبية والمؤتمرات التي تعقد بخصوص مناقشة واقع المرأة العربية في مجتمعاتها.

وتتوزع باقي النسبة مناصفة بين نمطين في التدوين عبر الصفحة في المرتبة الموالية، حيث استخدمت الصفحة النص المرفق بفيديو بنسبة 04.11%، وكانت هذه الفيديوهات عبارة عن تصريحات رسمية لشخصيات مسئولة في المنظمة بشأن مناسبات أو أحداث معينة، أو انطباعات النساء المشاركات في الدورات التدريبية التي تنظمها المنظمة، إضافة للنشرة التلفزيونية الأسبوعية التي تعدها المنظمة، وتسلط الضوء على أبرز النشاطات التي تقوم بها، وتكون النصوص المرفقة للفيديوهات عبارة عن عناوين أو جمل توضيحية لمحتوى الفيديو مثل: (جزء من كلمة السفيرة "مرفت تلاوي" عن وضع اللاجئات والنازحات في المنطقة العربية).

استخدمت "صفحة منظمة المرأة العربية" كذلك الروابط بنسبة 04.11%، في بعض المنشورات التي تحتوي عن أخبار من مواقع أخرى أو دراسات حول مواضيع ذات علاقة باهتمامات المنظمة، وتقوم الصفحة بوضع ملخصات عنها والإشارة إلى إمكانية الاطلاع على الدراسة كاملة عبر الرابط.

أما فيما يخص باقي أنماط التدوين المتمثلة في "نص فقط" و"صورة فقط" و"الشعارات والرموز والأيقونات" فلم تستخدم الصفحة أي منهم على عكس "صفحتي النسوية وثوري" وقد يكون ذلك لاعتبارها صفحة رسمية تابعة لهيأة حكومية، وبالتالي تميل أكثر نحو الطابع الإخباري والمواضيع المناسبة بعيدا عن التوجه العام والمجرد للصفحتين الأخريين.

انطلاقا من النتائج السابق ذكرها نستنتج أن صفحات النسوية الثلاثة محل الدراسة تعتمد على نمط واحد في التدوين والنشر عبر منصاتها يركز على استخدام النصوص المرفقة بالصورة بالدرجة الأولى هذه الأخيرة التي تحولت إلى واقع اتصالي جديد عبر شبكات التواصل الاجتماعي اليوم، فلقد أثبتت العديد من الدراسات والأبحاث أهمية الصورة اليوم في وسائل الإعلام الاجتماعي التي تقترب من أن تشكل لغة عالمية للتواصل ويمكن الاستدلال على ذلك بإحدى نتائج الدراسات السابقة المعتمدة في دراستنا هذه للباحثة "نجلاء جعفر"¹ والتي توصلت أيضا إلى أن الصور أكثر العناصر المرافقة للتدوينات والمنشورات بنسبة 41.7% من إجمالي العناصر المرافقة فينته دراستها، إضافة لما ذهب إليه أستاذ التصوير الفوتوغرافي "روين كيلسي" في جامعة "هارفارد" بقوله²: "إن هذا وقت فاصل نتقل فيه بعيدا عن التصوير بصفته طريقة للتسجيل، وحفظ لحظة مضت، ويتحول فيها إلى وسيلة للاتصال"

الجدول رقم (7): طبيعة ونوع اللغة المستخدمة في منشورات ومضامين صفحات النسوية عينة الدراسة

المجموع		طبيعية اللغة المعتمدة
ت	%	
224	69.56%	العربية الفصحى
-	-	العامية
56	17.39%	دمج بين الفصحى والعامية
-	-	اللغة الفرنسية
42	13.04%	اللغة الانجليزية
322	100%	المجموع

¹- للمزيد يمكن الرجوع لعنصر الدراسات السابقة في الفصل الثاني والإطلاع على دراسة الباحثة نجلاء جعفر عبد الوهاب

²- اطلع على مقال، الصور لغة جديدة للتواصل عبر الانترنت، مقال متاح عبر الرابط، www.emaratyoun.com، تاريخ الولوج،

يبين الجدول رقم (7) إجمالي تكرارات ونسب طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات الصفحات محل الدراسة، وتوضح نتائجه بأن "اللغة العربية الفصحى" هي الأكثر استخداماً من بين اللغات الأخرى وبنسبة كبيرة قدرت بـ 69.56%، ويمكن تفسير اعتماد الصفحات على اللغة العربية الفصحى في تقديم منشوراتها بأعلى نسبة لتسهيل فهم منشوراتها لكافة جمهور متابعيها العرب على اختلاف مناطق انتماءاتهم ومستوياتهم التعليمية خاصة وأن هذه الصفحات ومضامينها موجهة لجمهور عريض ومتباين غير واضح الملامح، كما أن العربية الفصحى هي اللغة المناسبة عندما يتعلق الأمر بنشر تدوينات متعلقة بالحكم وأقوال المشاهير وحتى الأقوال المترجمة من لغات أخرى.

تليها في المرتبة الثانية وبنسبة ضئيلة مقارنة بسابقتها اعتماد الصفحات محل الدراسة على استخدام جمل وعبارات مختلطة تدمج بين العربية الفصحى والعامية بنسبة 17.39%، والملاحظ أثناء التحليل أن العامية المستخدمة في المنشورات مشرقية (شامية أو مصرية)، وقد يرجع ذلك لكون أن معظم مشرفي ومسيري الصفحات المدروسة ينتمون إلى دول المشرق العربي، ولهذا تم استخدامهم للهجات المحلية إلى جانب اللغة العربية. وقد يكون ذلك على سبيل التعريف والتبادل اللغوي الثقافي للهجات الدول العربية المختلفة.

الملاحظ كذلك من نتائج الجدول بأن الصفحات محل الدراسة تستخدم "اللغة الإنجليزية" أيضاً بنسبة 13.04% من منشوراتها، ويأتي ذلك في الترتيب الثالث لاستخدام اللغة وكانت هذه المنشورات عبارة عن أقوال متأثرة لمشاهير أو حكم بالإنجليزية هذه اللغة التي تعتبر اللغة الأجنبية الأولى في جل دول المشرق العربي التي ينتمي مشرفو ومسيرو الصفحات إليها، وهذا ما يبرر عدم استخدام الصفحات للغة الفرنسية في منشوراتها إطلاقاً حسب عينة الدراسة.

بالرجوع لأرقام وإحصائيات الجدول واستناداً لما سبق يتضح تصدر اللغة العربية الفصحى قائمة اللغة المستخدمة في صفحات النسوية المدروسة عبر الفيسبوك في طرح مضامينها، ويمكن الإشارة من خلال هذه النتيجة إلى تعمد مديري ومسيري هذه الصفحات لاستخدام اللغة العربية بالذات لأنها موجهة أساساً لجمهور النساء العربيات اللاتي تهدف هذه الصفحات أساساً لحثهن على المطالبة بتغيير واقعهن والنهوض بقضايا المرأة والمطالبة بحقوقها فلقد لاحظت الباحثة من خلال منشورات الصفحات استخدام لغة عربية بمصطلحات ثقيلة ورنانة ذات دلالات عميقة ترسخ في أذهان قارئها وتكون لهم الدافعية لتشكيل سلوك كرد فعل عن الوضع المتحدث عنه

باستخدام تلك المصطلحات، ومن أمثلة ذلك: " المنشورات التي تتحدث عن المرأة العورة، والمغتصبة جنسيا، والمعنفة جسديا... " وتستدل الباحثة في هذه النقطة بنتائج دراسة أخرى اثنوغرافية قامت بها مؤخرا حول "تمثلات النسوية عبر صفحات الفيسبوك" أين توصلت إلى اعتماد الصفحات المدروسة على اللغة العربية كرموز للتواصل وفسرت ذلك نتيجة عدم المعرفة التامة بطبيعة الجمهور المتفاعل مع هذه الصفحات إذا كان يتقن بقية اللغات الأجنبية، إضافة إلى أن استخدام اللغة الأم في الخطاب - كونها صفحات نسوية عربية- وسيلة تمكنهم من الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور المستهدف لتمثيل خطابهم له ومحاولة توصيل أفكارهم لكسب جمهور مؤيد ومساند.

الجدول رقم (8): توزيع تكرارات ونسب طبيعة ونوع اللغة المستخدمة في منشورات ومضامين صفحات النسوية حسب كل صفحة

طبيعية اللغة المعتمدة		النسوية		ثوري		منظمة المرأة العربية	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
العربية الفصحى	63	55.26%	88	65.18%	73	100%	
العامة	-	-	-	-	-	-	-
دمج بين الفصحى والعامة	28	24.56%	28	20.74%	-	-	-
اللغة الفرنسية	-	-	-	-	-	-	-
اللغة الإنجليزية	23	20.17%	19	14.07%	-	-	-
المجموع	114	100%	135	100%	73	100%	

يمثل الجدول رقم (8) تفصيل تكرارات ونسب طبيعة ونوع اللغة المستخدمة في منشورات ومضامين صفحات النسوية محل الدراسة حسب كل صفحة. ويتضح جليا اتفاق الصفحات المدروسة بأعلى النسب على اعتمادهم للغة العربية الفصحى بالدرجة الأولى في التدوين ✓ فالبنسبة للغة المستخدمة في صفحة "النسوية".

تبين استخدامها للغة العربية الفصحى في المرتبة الأولى من بين اللغات الأخرى وكان ذلك بنسبة 55.26%، وجاء هذا الاستخدام في المنشورات ذات الطابع الخبري والمقالات المقدمة بالعربية أصلا أو المترجمة من اللغات الأخرى إلى اللغة العربية، التي تتحدث عن قضايا النساء والمقتبسة من مصادر أخرى كوسائل الإعلام

والفضائيات، والمجلات العربية والأجنبية، كما تبين بأن "صفحة النسوية" تهتم باللغة العربية الفصحى حتى تتمكن من إيصال رسائلها بطريقة واضحة ومفهومة أكثر كونها موجهة للجمهور العربي عموماً.

ثم يأتي استخدام الصفحة لمنشورات تدمج بين "العربية الفصحى والعامية" في المرتبة الثانية بعد العربية الفصحى الخالصة وذلك بنسبة 24.56%، وكانت اللهجة العامية المستخدمة إلى جانب العربية الفصحى تعكس لهجات مسيريتها والقائمين عليها باختلاف لهجاتهم المحلية شامية ومصرية وحتى لهجات عربية أخرى، وهذا يرجع إلى أن مشرفي الصفحة ينتمون إلى هذه الدول كما سبقنا وذكرنا آنفاً في الجدول السابق، مثل الناشطة السورية النسوية "دارين حسن"، إضافة إلى قيام مسيري الصفحات بإعادة نشر بعض الرسائل التي ترد إلى بريد الصفحة وتم كتابتها على شكل منشور. بمزيج بين العربية ولهجات محلية، ومثال هذا: منشور كتب فيه "لازم نتحرك سوا ونصير أيد بأيد مو بس حكي سوشال ميديا"، بمعنى يجب أن نتحد ونتحرك على أرض الواقع ولا تبقى مبادراتنا هنا فقط في مواقع التواصل الاجتماعي".

والملاحظ أيضاً من نتائج الجدول اعتماد الصفحة للغة الإنجليزية في النشر بنسبة 20.17% في المرتبة الثالثة، وهي نسبة قريبة نوعاً ما من سابقتها، وتمثل أغلب هذه المنشورات في اقتباسات ومقولات وحكم بهذه اللغة وقد يرجع تفضيل واعتماد "صفحة النسوية" للغة الإنجليزية بعد اللغة الأم العربية الفصحى والعامية، لكونها أكثر لغة مستخدماً عالمياً من جهة، ولاعتبارها ثاني لغة بعد اللغة الأم في جل دول المشرق العربي وهذا ما يعكس تركيز استخدامهم لها على غرار اللغة الفرنسية التي لم تستخدم إطلاقاً في منشورات الصفحة.

✓ أما فيما يخص اللغة المستخدمة في صفحة "ثوري".

فقد اعتمدت أيضاً اللغة العربية الفصحى في المرتبة الأولى بنسبة 65.18%، ويعود هذا التوجه في استخدام اللغة في نشر التدوينات أيضاً بهدف إيصال رسائل وأفكار الصفحة باللغة التي يفهمها الجمهور المتابع والمستخدم لها، والتي تعبر أكثر عن ما يراد إيصاله من أفكار ومعاني، وتجسد استخدام اللغة العربية الفصحى في منشوراتها بالعديد من المواضيع المتعلقة بقضايا المرأة وواقعها في مجتمعاتها ومثال ذلك: منشور نقبتس منه ما يلي "لن أجبر أطفالنا على أي دين، ولن أفرض على ابنتي الحجاب والسواد، ولن أحرمهم من لذة السؤال وحرية الاعتقاد"، كمنشور يتناول وضعية المرأة العربية تحت وطأة حتمية عادات وتقاليد وأعراف المجتمع والدين على حد تعبير ما ورد في الصفحة، بلغة يستطيع أي مستخدم عربي لهذه الصفحات من إدراك معاني ما ورد فيها.

كما توضح أيضا من خلال ما ورد في الجدول اتجاه صفحة "ثوري" لاستخدام منشورات دجت أيضا العربية الفصحى والعامية بنسبة 20.74% من منشوراتها وجاء هذا الاستخدام في المرتبة الثانية بنفس توجه ونسبة "صفحة النسوية" تقريبا، حيث برز تجسد المزج بين الفصحى والعامية في المنشورات الخاصة ببريد الصفحة الوارد من متبعيها، وكانت هذه العامية المدججة مشرقية بدرجة كبيرة بين اللهجة الشامية والمصرية والخليجية بدرجة أقل واللهجة المغاربية بدرجة أقل بقليل وقد يرجع ذلك لاعتبار أن "صفحة ثوري" تشهد تفاعلا واستخداما من قبل النساء العربيات بدرجة أكبر من صفحتي "النسوية"، ومنظمة المرأة العربية" مما حفزها لتشمل مختلف أنواع الجماهير من مختلف ربوع الوطن العربي.

ليأتي استخدام صفحة "ثوري" لمنشورات باللغة الانجليزية في الترتيب الثالث بنسبة 14.07%، والسير في نفس اتجاه "صفحة النسوية" تماما من حيث استخدام اللغة

✓ وبالنسبة لطبيعة اللغة المستخدمة في صفحة "منظمة المرأة العربية".

على خلاف ما تقدم سابقا بالنسبة لاستخدامات صفحتي "النسوية و ثوري" للغة العربية الفصحى بالدرجة الأولى ودمجها بالعامية كمنطوقين معتمدين في النشر والتدوين، تذهب "صفحة منظمة المرأة العربية" لاستخدام اللغة العربية الفصحى في كل منشوراتها بنسبة 100%، مما يعني استغنائها عن كافة الأنواع الأخرى سواء الدمج بين الفصحى والعامية أو بقية اللغات الأجنبية الأخرى "فرنسية، إنجليزية" وجاء اعتماد الصفحة للغة العربية الفصحى بهذه النسبة الساحقة الكلية، لكون أغلبية منشوراتها عبارة عن مواضيع ومقالات تعكس أخبار وتغطيات لنشاطات المنظمة على أرض الواقع، مما يفرض عليها التعامل باللغة العربية الفصحى الأم، إضافة لكونها منظمة رسمية حكومية تعمل في إطار جامعة الدول العربية مما يجبرها على الاهتمام بالهوية العربية وبرز ذلك من خلال اللغة المستخدمة في منشوراتها، كما يمكن أن نشير إلى اهتمام مشرفي ومسيري الصفحة باللغة العربية الفصحى من خلال استخدامها في كل المنشورات مما يؤكد دعمهم لهذه اللغة وتجنب استخدام اللغات الأخرى.

انطلاقا مما تم طرحه واستنادا للنسب الواردة في الجدول، تتصدر اللغة العربية الفصحى قائمة اللغات المعتمدة في النشر والتدوين عبر صفحات النسوية في الفيسبوك، سواء كانت لغة عربية صحيحة أو الدمج بينها وبين العامية المحلية وهذا ما ذهبت إليه أيضا دراسة الباحثة سارة إسماعيل حسن¹، والمعونة بـ: "قضايا المرأة في المدونات الالكترونية

¹ - للمزيد انظر سارة إسماعيل حسن، قضايا المرأة في المدونات الالكترونية، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة عين شمس، قسم اجتماع شعبة

دراسة تحليله" حيث توصلت من خلال دراستها التحليلية إلى اعتماد المدونات على اللغة العربية الفصحى والعامية بالدرجة الأولى في التدوين تليها اللغة الانجليزية وفسرت النتيجة كون الجمهور المستهدف بتلك المدونات هو الجمهور العربي، هذا وقد أكدت آخر الإحصائيات المقدمة في الإصدار السابع من سلسلة الدراسات حول "الإعلام الاجتماعي العربي" التي قامت بها "كلية دبي للإدارة الحكومية"¹ كما سبق وأشارنا إليه في الفصل النظري المتعلق بالحركة النسوية، أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداماً في الأنشطة على مواقع التواصل الاجتماعي في البلدان العربية، ما جعلها تترأس ترتيب اللغات الأكثر شيوعاً في مواقع التواصل الاجتماعي في الدول العربية.

الجدول رقم (9): الاستمالات والدعائم المستخدمة في منشورات ومضامين صفحات النسوية عينة الدراسة

المجموع		نوع الاستمالات	
%	ت		
18.06%	80	تقديم أرقام	استمالات عقلية
02.93%	13	تقديم نصوص قانونية	
01.60%	07	حجج ونصوص دينية، قرآنية،	
19.19%	85	حجج ثقافية وآراء مثقفين	
26.64%	118	الاستشهاد بأمثلة من الواقع	
17.15%	76	استمالات التخويف	استمالات عاطفية
14.44%	64	استمالات الترغيب	
100%	443	المجموع	

يعكس الجدول رقم (9) إجمالي تكرارات ونسب أنواع الاستمالات التي تستخدمها صفحات النسوية محل الدراسة بهدف استمالة وإقناع متابعيها. ويقصد بالاستمالات والدعائم جميع الأساليب والحجج والدلائل التي تضمنتها منشورات صفحات النسوية محل الدراسة.

ويظهر من خلال قراءة نتائج الجدول بأن هناك تنوعاً في استخدام الصفحات لمختلف الاستمالات العقلية والعاطفية في منشوراتها بغض النظر عن التباين الطفيف في نسبها، وتوضح الأرقام الواردة في الجدول بأن الصفحات عمدت إلى استخدام استمالة "الأمثلة الواقعية" في المرتبة الأولى بنسبة 26.65%، أين ذهبت في

¹ - للإطلاع يرجى الرجوع للفصل الرابع الخاص بالحركة النسوية العربية ووسائل الإعلام الجديد، العنصر المتعلق بـ جمهور الفيسبوك من النساء العربيات المتفاعلة مع الحركة النسوية.

بمجموعها إلى طرح نماذج من مشاكل وقضايا حدثت بالفعل في الواقع للاستشهاد بها إما من صاحب القضية في حد ذاته أو نقلا عن وسائل الإعلام والمصادر الأخرى، يليها استخدام استمالة "حجج ثقافية وآراء مثقفين" في المرتبة الثانية بنسبة 19.19%، لتتمركز استمالة "تقديم الأرقام" في المرتبة الثالثة من حيث الاستخدام بنسبة 18.06%، من خلال تقديم إحصائيات حول مواضيع وقضايا المرأة في المجتمعات العربية، وتصنف هذه الإستمالات الثلاث ضمن الاستمالات العقلية التي اعتمدها الصفحات كدعائم وبراهين لوجهات نظر وآراء مشرفيها المتعلقة بقضايا النسوية عموما والقضايا المرتبطة بها خصوصا. ويمكن الإشارة لتركيز الصفحات على استخدام الاستمالات العقلية نتيجة مخاطبة الأخرى للمنطق باستخدام الشواهد التجريبية من واقع المرأة العربية المضطهدة من جهة محاولة التأثير في النساء ورفع درجة وعيهم بواقعهم وحثهم للتغيير، أو التمثيل بشواهد المرأة الناجحة و المثابرة للتحفيز وكل ذلك بهدف كسب التأييد.

أما فيما يخص "استمالاتي التخويف والترغيب" فقد اعتمدت عليهما صفحات النسوية المحللة بنسب متقاربة نوعا ما وقدرت بـ 17.15% لإستمالات التخويف و 14.44% لاستمالة الترغيب على التوالي، وهما استمالاتان عاطفيتان، تم اعتمادهما من أجل التأثير عاطفيا على متابعي الصفحات للتأثير عليهم وإقناعهم لاعتناق الأفكار التي تروج لها هذه الصفحات. حيث تهدف الاستمالات العاطفية لوضع المتلقي في سياق شعوري ملائم لهدف الرسالة الإقناعية من خلال مخاطبة مشاعره وقيمه وعواطفه من جهة أو وضعه في سياق من الفرح والسعادة عند تلقي الرسالة الإعلامية من جهة أخرى، وتجسدت الاستمالات العاطفية في صفحات النسوية محل الدراسة في مجمل المنشورات التي تناقش حالات الضعف والاضطهاد والتهميش والمعاناة التي تشهدها وتعاني منها معظم النساء في الدول العربية ومثال ذلك: مواضيع زواج القاصرات الذي اخذ حيزا كبيرا من الطرح والنقاش على انه اغتصاب لبراءة الطفلة وطفولتها وسلب لحقوقها.

الجدول رقم (10): الاستمالات والدعائم المستخدمة في منشورات ومضامين صفحات النسوية عينة الدراسة حسب كل صفحة.

نوع الاستمالات		الصفحات		النسوية		ثوري		منظمة المرأة العربية	
				%	ت	%	ت	%	ت
استمالات عقلية	تقديم أرقام	06.98%	12	15.43%	25	39.45%	43		
	تقديم نصوص قانونية	04.07%	07	01.85%	03	02.75%	03		
	حجج ونصوص قرآنية	04.07%	07	-	-	-	-		
	حجج ثقافية وآراء مثقفين	25%	43	11.72%	19	21.10%	23		
	الاستشهاد بأمثلة من الواقع	27.91%	48	18.51%	30	36.70%	40		
استمالات عاطفية	استمالات التخويف	15.70%	27	30.24%	49	-	-		
	استمالات الترغيب	16.27%	28	22.22%	36	-	-		
المجموع		100%	172	100%	162	100%	109		

يوضح الجدول رقم (10) توزيع نسب وتكرارات مختلف الاستمالات والدعائم الإقناعية المستخدمة في كل صفحة من الصفحات موضوع الدراسة التحليلية. ويتضح جلياً من خلال النتائج الواردة في الجدول أعلاه وجود اختلاف طفيف بين الصفحات الثلاثة من حيث استخدام الإستمالات والدعائم الإقناعية وفيما يلي تفصيل لاستخدام كل صفحة:

✓ فبالنسبة لصفحة "النسوية".

فقد اعتمدت هذه الصفحة على "الإستمالات العقلية" بالدرجة الأولى في منشوراتها وكان ذلك بأعلى النسب، حيث جاءت استمالة "الاستشهاد بأمثلة من الواقع" في المرتبة الأولى بنسبة 27.91%، وكان ذلك من أجل إبراز الواقع الفعلي للعنصر النسوي سواء في جانبه الإيجابي أو السلبي في الوطن العربي وحتى في العالم من خلال تسليط الضوء على بعض الشخصيات الواقعية بهدف إقناع المتابعين وجمهور المستخدمين لها بآراء وأفكار الصفحة والمشرفين والقائمين عليها، وتجسد ذلك في العديد من المواضيع والمنشورات ومن أمثلتها: الاستمالات المتضمنة في المنشورات المعنونة بـ "فتيات غيرن التاريخ"، أين يلجأ مسيرو الصفحة ومدرائها كل مرة بنشر سير ذاتية لفتيات ونساء من مختلف بقاع العالم ساهمن في الأحداث الكبرى في تاريخ الإنسانية، وفي مقابل ذلك لم يحظن بالتقدير اللازم نظير هذه الأعمال التي قمن بها، وتجسد ذلك في المنشورات التي تتناول بالحديث والطرح،

النسويات اللاتي قامت الصفحة بنشر نبذة عن حياتهن، كالكاتبة والمناضلة الأمريكية "انا ديكنسون"، والغرض من هذه المنشورات إقناع جمهور متابعي الصفحة بأن المرأة لا تلقى عادة ما تستحقه من تقدير واعتراف، بل أن هناك تقصير في حقها مهما كان تأثيرها إيجابيا في بلدها وحتى في العالم أجمع.

ليأتي اعتماد الصفحة بالمرتبة الثانية على استمالة "حجج ثقافية وأراء مثقفين" بنسبة 25%، وتجسدت هذه الاستمالات في أقوال وتصريحات مثقفين عرب وغربيين من الجنسين حول القضايا النسوية، ويكون هؤلاء المثقفين من المعروفين أو غير المعروفين بالنسبة لجمهور ومتابعي الصفحة، والاستشهاد بها في حالة التطرق لقضايا معينة أو بغية الترويج والدعوة لأفكار معينة.

في حين نلاحظ اعتماد "صفحة النسوية" أيضا على تضمين الاستمالات العاطفيتين "التخويف" و"الترغيب" في منشوراتها وتدويناتها بنسب أقل مقارنة بسابقتها وقدرت بـ 15.70% "لاستمالة التخويف" تليها بنسبة قريبة والمقدرة بـ 16.27% "لاستمالة الترغيب"، وهذا لطبيعة المواضيع التي تتطرق إليها مثل العنف والتحرش وغيرهما.

كما نلاحظ أيضا توجه الصفحة لاستخدام باقي أنواع الإستمالات العقلية بنسب ضئيلة، حيث جاءت نسبة استخدام "استمالة الأرقام" مقدرة بـ 06.98%، وتجسدت في مختلف الإحصائيات المقدمة في المنشورات الداعمة لمختلف المواضيع التي تناوهرها الصفحة مثل: إحصائيات حالات النساء المعتنفات في بعض الدول العربية، والأرقام التي توضح حالات النساء المتزوجات تحت السن القانوني -زواج القاصرات-، وحالات الاغتصاب والتحرش الجنسي، والاعتداءات الجسدية وغيرها، لتتمركز كل من "استمالة النصوص القانونية" و "استمالة النصوص القرآنية" في نفس المرتبة وبنسبة متساوية في الحالتين و المقدرة بـ 04.07%.

✓ أما فيما يخص الإستمالات المستخدمة في صفحة "ثوري".

فيتضح من خلال النسب الواردة في الجدول أعلاه وعلى خلاف صفحة "النسوية" اعتماد "صفحة ثوري" على الإستمالات العاطفية بالدرجة الأولى في منشوراتها بأعلى النسب، فقد جاء ترتيب استمالات "التخويف والترغيب" في المرتبتين الأولى والثانية على التوالي وبنسب متقاربة نوعا ما، حيث قدرت نسبة 30.24% لاستمالة التخويف، تليها 22.22% لاستمالة الترغيب، وذلك بهدف مخاطبة غريزة الخوف لدى جمهور ومتابعي الصفحة والمهتمات بقضايا المرأة والنسوية، إزاء قضايا معينة مثل ختان البنات والمثلية الجنسية والاعتصاب وغيرها من المواضيع التي تمثل في غالبها طابوهات في مجتمعاتنا العربية، للتأثير على وجدانهم وانفعالاتهم وإثارة حاجتهم النفسية والاجتماعية، وتعبئتهم لتبني وجهات نظرهم إزاء هذه القضايا واعتناق أفكارها والدفاع عليها. ويمكن إرجاع

ذلك لكون "صفحة ثوري" أكثر جرأة في الطرح والتمثيل والاستشهاد خاصة في المواضيع المتعلقة بالجنس والمثلية والعلاقات الحميمة، والزواج ونظرة المجتمع للمرأة باعتبارها عورة....

في حين جاء استخدام "صفحة ثوري" للإستمالات العقلية في الترتيب الموالي بعد الاستمالات العاطفية بنسب أقل مقارنة بسابقتها، أين اعتمدت الصفحة على استمالة "الاستشهاد بأمثلة من الواقع" في المرتبة الثالثة بنسبة 18.51%، كدعائم للترويج لبعض الأفكار والبرهنة على صحة وجهات نظر معينة يدعمها مسيرو الصفحة والقائمين عليها، ومن أمثلة ذلك نقتبس المنشور الذي يحمل تفاصيل قضية إحدى الناشطات الحقوقيات: "أمل فتحي حقوقية مصرية تم الحكم عليها بعامين سجنًا نافذاً على خلفية فيديو تحدث فيه عن تعرضها للتحرش الجنسي، وقد انتقدت منظمة العفو الدولية هذه الممارسات من النظام المصري"، ويتم الاستدلال بمثل هذه الأمثلة والمواضيع عبر الصفحة من أجل إيصال فكرة أن المرأة العربية تعاني من بعض الممارسات اللااخلاقية والعنيفة نفسياً وجسدياً مثل الاغتصاب، التحرش، الضرب... كما أنه لا يحق لها التعبير بحرية عن مواقفها.

كما تعتمد الصفحة أيضاً على استخدام استمالة "تقديم الأرقام" بنسبة 15.43% وتمثل هذه الأرقام إحصاءات تخص بعض المواضيع التي تتطرق إليها الصفحة وأبرزها قضية العنف ضد النساء بأنواعه اللفظي والجسدي وظاهرة التنمر، التحرش، من أجل دق ناقوس الخطر ولفت انتباه النساء وكذا الجهات المعنية بضرورة حماية المرأة وسن القوانين الرادعة لمثل هذه السلوكيات.

كما استخدمت الصفحة استمالة "حجج ثقافية وأراء مثقفين" بنسبة 11.72% وتجسدت في آراء ناشطات نسويات إزاء بعض القضايا، من مثيلات الناشطة والكاتبة اللبنانية "جمانة حداد" والناشطة المصرية "نوال السعداوي". إضافة "لاستمالة النصوص القانونية" المستخدمة بنسبة ضئيلة جداً بمثل 01.85%، في حين لاحظنا غياب تام لاستمالة "النصوص القرآنية" في منشوراتها، ويقدر يفسر ذلك بالخلفية الفكرية والتوجه الديني لمسيري هذه الصفحات والقائمين عليها.

✓ وبالنسبة لصفحة "منظمة المرأة العربية".

فيتضح من خلال النسب الواردة في الجدول اعتماد الصفحة بالدرجة الأولى وبنسبة 100% موزعة بالتقارب على الإستمالات العقلية، في كل منشوراتها ومضامينها واستغنائها التام على الاستمالات العاطفية، فقد تبين استخدام صفحة "منظمة المرأة العربية" لاستمالة "تقديم الأرقام" في المرتبة الأولى بنسبة 39.45%، ويرجع تفسير هذه النسبة لكون الصفحة - كما ذكرنا سابقاً - رسمية وخاصة بهيأة حكومية، تقوم بنشر أخبار حول نشاطات المنظمة من تنظيم مؤتمرات، دورات تدريبية، وأيام دراسية، وتمثل هذه الأرقام في بعض الإحصاءات

التي تجمعها المنظمة والتي تخص مواضيع نسوية وقضايا خاصة بالمرأة مختلفة، ومن أمثلة هذه المنشورات ما يلي "كشف مجلس سيدات أعمال دبي عن نمو العدد الإجمالي لأعضائه بنسبة 36.5 في المائة مع نهاية الربع الثالث من العام الجاري مع انضمام 216 عضوا جديدا خلال العالم الحالي إلى عضوية المجلس منهم نحو 50 عضوا خلال الربع الثالث مما يرفع العدد الإجمالي إلى 807 أعضاء مقارنة مع 591 في بداية العام".

يليهما استخدام الصفحة في المرتبة الثانية استمالة "الاستشهاد بأمثلة من الواقع" بنسبة قريبة من سابقتها والمقدرة بـ 36.70%، وتجسدت في منشورات تتحدث عن تجارب بعض الجهات الناشطة في مجال ترقية المرأة من خلال تبيين الدور الذي تلعبه في هذا الإطار مثل تطرقها لتجربة جمعية "اقرأ" الجزائرية في محاربة الأمية في أوساط النساء بفضل جهودات القائمين عليها مع تقديم بعض الأرقام والإحصاءات المتعلقة بالموضوع.

لتأتي إستمالة "حجج ثقافية وآراء مثقفين" في المرتبة الثالثة من حيث استخدام الصفحة لها وكان ذلك بنسبة 21.10%، وتتضح الحجج الثقافية وآراء المثقفين المعتمد عليها في تصريحات وانطباعات رصدتها الصفحة ازاء بعض القضايا التي تخص المرأة في العالم العربي خصوصا ومن بين هذه المنشورات ما يلي "كشفت "شمسة صالح" مديرة مؤسسة دبي للمرأة بان المؤسسة تعكف على دراسة واقتراح بعض التشريعات ومراجعة التشريعات الحالية، بهدف خلق بيئة محفزة لاستقطاب المرأة لسوق العمل، إلى جانب نشر الوعي حول بعض الوظائف التي كانت مقتصرة سابقا على الرجل".

في حين جاء استخدام الصفحة لاستمالة "تقديم نصوص قانونية" بنسبة ضئيلة جدا مقارنة بالاستمالات العقلية السابقة وقدرت بـ 02.75%، كما نلاحظ أن الصفحة لم تستخدم إطلاقا الاستمالات العاطفية بنوعيتها "الترهيب أو الترغيب"، وهذا على خلاف صفحتي "النسوية" و "ثوري" ويعود ذلك لطبيعتها كصفحة رسمية تابعة لهيئة حكومية ناشطة على ارض الواقع، وخصصت أساسا لتغطية نشاطاتها غالبا، وبالتالي يطغى عليها الطابع الخبري، عكس الصفحتين السابقتين، اللتين تعتمدان بكثرة على منشورات تتسم بالذاتية وتعبر عن آراء لأصحابها والمشرفين عليها لهذا تقوم باستخدام الاستمالات العاطفية التي تناسب المواضيع التي تتطرق لها.

انطلاقا من نتائج الجدول، وما تم طرحه يتضح وجود اختلاف بين الصفحات الثلاث محل الدراسة في طبيعة ونوع الاستمالات والدعائم المعتمدة في مضامينها، حيث ذهبت الصفحة الرسمية للاعتماد على الاستمالات العقلية مخاطبة المنطق بالشواهد والتجربة لخلق حالة من التأييد والمساندة لأفكارها وتوجهاتها وكذا مضامينها الموجهة، لمحاولة إقناع مستخدميها بالوضع الحقيقي، في حين لجأت الصفحات الغير رسمية للاعتماد على الاستمالات العقلية

والعاطفية معا بنسب متفاوتة ومختلفة أيضا ويرجع ذلك الاختلاف لطبيعة توجه الصفحة وهدفها وكذا آراء وأفكار القائمين عليها وتوجههم الديني.

2- عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث المضمون

الجدول رقم (11): طبيعة وأنواع القضايا المطروحة في صفحات النسوية عينة الدراسة

المجموع		طبيعة القضايا والمواضيع المطروحة	
%	ت		
-	-	وضع المرأة داخل البيت	قضايا ومواضيع اجتماعية
13.47%	57	المساواة بين الجنسين	
01.42%	06	الطلاق والخلع	
-	-	العنف الأسري	
02.13%	09	الاعتداء الجسدي (الضرب)	
02.36%	10	العنف النفسي	
01.65%	07	العنف اللفظي	
01.42%	06	تعدد الزوجات	
0.94%	04	زواج القاصرات	
02.13%	09	العنوسة	
14.66%	62	حقوق المرأة	
04.25%	18	التحرش الجنسي	
04.02%	17	الاغتصاب	
-	-	زنا المحارم	
02.60%	11	الزواج المدني	
00.70%	03	الختان	
01.65%	07	القتل والخطف	
01.42%	06	هتك العرض	
04.25%	18	أخرى	
00.47%	02	تمثيل المرأة في مجالس نيابية	
-	-	تمثيل المرأة في الأحزاب	
-	-	تمثيل المرأة في النقابات	
00.47%	02	تمثيل المرأة في المجالس المحلية	
-	-	تمثيل المرأة في البرلمان	
00.71%	03	الترشح لمجلس الشعب	
00.47%	02	حقوق المرأة في الدستور	

05.20%	22	المرأة والمشاركة السياسية	قضايا ومواضيع دينية	
01.42%	06	تولي المرأة للمناصب السياسية العليا		
-	-	المشاركة بوقفات احتجاجية		
00.94%	04	المشاركة في الانتخابات		
02.36%	10	دور المرأة في الحياة السياسية		
00.94%	04	المرأة في الإسلام والتحرر		
00.71%	03	الدين وزی المرأة والحجاب		
03.07%	13	المفاهيم الخاطئة عن الدين والحياة		
-	-	حكم الدين في عمل المرأة		
11.11%	47	الحجاب والسفور		
00.71%	03	ميراث المرأة		
-	-	نفقة الزوجة		
01.18%	05	مشاركة المرأة في ميزانية الأسرة		قضايا ومواضيع اقتصادية
01.65%	07	المرأة المعيلة		
01.41%	06	بطالة المرأة		
08.75%	37	عمل المرأة		
100%	423	المجموع		

يمثل الجدول رقم (11) إجمالي تكرارات ونسب المواضيع والقضايا المطروحة من خلال صفحات النسوية موضوع الدراسة، وقد قامت الباحثة بعد متابعة مكثفة لهذه الصفحات والمواضيع الأكثر طرحا وتناولا من خلالها إلى تصنيفها وفق أربع أنواع هي: وهي القضايا والمواضيع الاجتماعية، السياسية، الدينية، والاقتصادية، وبدورها تم تجزئتها إلى قضايا جزئية تحت كل تصنيف.

ويتبين من نتائج الجدول أعلاه أن القضايا والمواضيع الاجتماعية، تصدر قائمة القضايا الأكثر تناولا واهتماما من قبل الصفحات محل الدراسة التحليلية، ومن بين أكثر القضايا الاجتماعية التي تناولتها منشوراتها، وأخذت حيزا كبيرا من الطرح والمعالجة، قضية حقوق المرأة بنسبة 14.66% من إجمالي القضايا المطروحة، تليها قضية المساواة بين الجنسين بنسبة 13.47%، ثم قضايا التحرش الجنسي بنسبة 4.25%، وقضية الاغتصاب بنسبة 4.02%، لتأتي بقية القضايا الاجتماعية الأخرى مثل العنف، الطلاق، التعدد، بنسب ضئيلة، وتعتبر نتائج الجدول الموضحة وتصدر القضايا الاجتماعية المرتبة الأولى من إجمالي القضايا المطروحة منطقية جدا، حيث اتضح أن هدف هذه الصفحات الأول يتلخص في تسليط الضوء على هذا النوع من القضايا ولفت الانتباه إليها باستخدام مختلف أساليب الإقناع والاستشهاد بأمثلة من الواقع الفعلي، كما لاحظنا من خلال نتائج الجدول السابق المتعلق

بالإستimalات والدعائم المستخدمة، فهذه الصفحات ترفع شعارات مناهضة للاضطهاد الاجتماعي والثورة على العادات والتقاليد وحث المرأة على ضرورة المطالبة بحقوقها ورفض كافة أنواع التهميش والاستغلال والعنف الذي قد تتعرض له، ومن بين مواضيع المساواة بين الجنسين المطروحة في الصفحات محل الدراسة، المساواة بين المرأة والرجل كمواطنين، وفي أماكن العمل، وفي الميراث، وضرورة المساواة بين المرأة والرجل بالمواثيق القانونية وتطبيقها على أرض الواقع، وحرية المرأة على غرار الرجل ضد السلطة الأبوية، وهي في مجملها مطالب ينادي بها "التيار النسوي الليبرالي" الذي يطغى على فكر هذه الصفحات. كما سبق وأشرنا سابقاً في الفصل النظري التوثيقي المتعلق باتجاهات وتيارات الحركة النسوية¹، ويمكن الاستدلال على هذه النتيجة أيضاً من خلال نتائج الورقة البحثية التي قدمتها الباحثة في المؤتمر الدولي "الخدمة الاجتماعية وقضايا المرأة العربية"² أين توصلت الباحثة من خلال دراستها التحليلية لذات صفحات النسوية عبر الفيسبوك أن القضايا الاجتماعية أكثر طرحاً وتناولاً مقارنة بالقضايا الأخرى وذلك بنسبة 28.16% خاصة القضايا المتعلقة بحقوق المرأة ونظرة المجتمع للمرأة و العنف الأسري والتحرش... الخ

ونلاحظ أيضاً من خلال النسب والتكرارات الواردة في الجدول ترتيب القضايا الدينية في المرتبة الثانية بعد القضايا الاجتماعية من حيث التناول. بمختلف مواضيعها، فاحتلت مواضيع الحجاب والسفور المرتبة الأولى ضمن هذا التصنيف بنسبة 11.11% من إجمالي المواضيع المطروحة، إضافة إلى القضايا والمواضيع المتعلقة بالمفاهيم الخاطئة عن الدين والحياة بنسبة 03.07%، وكانت هذه المواضيع عبارة عن نقد مباشر وغير مباشر للباس الإسلامي للمرأة كالحجاب والنقاب، واعتباره نوعاً من تقييد الحرية، إضافة إلى أحكام الميراث، والتطرق إلى أحكام الدين الإسلامي المتعلقة بهذا الشأن، كما بدا في جل هذه المواضيع معاداة فكر وتوجه هذه الصفحات المدروسة للتعاليم والأحكام الدينية الإسلامية والنصوص القرآنية والأحاديث النبوية بخصوص المرأة وطعنها وتصوير نظرة الدين الإسلامي للمرأة على أنه إذلال واضطهاد، وكانت هذه المنشورات - في أغلبها - ساخرة ومقللة من شأن تعاليم الإسلام.

¹ - للإطلاع أكثر على فكر التيار الليبرالي ومطالبه يمكن الرجوع للفصل النظري الرابع المتعلق بالحركة النسوية ووسائل الإعلام الجديد، العنصر الخاص باتجاهات وتيارات الحركة النسوية.

² - ناريمان حداد، أطر التناول الإعلامي لقضايا المرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية لعينة من صفحات الفيسبوك، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر الدولي السنوي السابع والعشرون حول الخدمة الاجتماعية وقضايا المرأة، جامعة الفيوم، مصر، 4،3 ماي 2018.

إن هذا التزوع إلى الحديث بجرأة عن التعاليم الدينية أو عن بعض من مظاهرها، لم يكن مفاجئاً ولا غريباً عن تيار فكري وفلسفي كتيار النسوية الذي دائماً ما كان يقف في مقام الداعي إلى التحرر من قيود الأديان التي حسب أغلب مفكريها لم تقدم للمرأة شيئاً سوى زحزحتها إلى الهامش وإعطاء الرجل محوراً للمقام ومركزية القيادة، ورغم أن هذه الصفحات محل الدراسة حاولت أن تبدي اهتمامها بالواقع الاجتماعي والتقليل من مواجهات قد تكون صادمة مع الدين إلا أنه ليس من الصعب ملاحظة مدى تشابك الاجتماعي ومؤثراته المذكورة أعلاه بالموضوع الديني خاصة في مجتمعات كالمجتمعات العربية الإسلامية

أما القضايا الاقتصادية فجاءت في المركز الثالث من حيث الطرح والتناول بعد القضايا الاجتماعية والدينية ضمن منشورات الصفحات محل الدراسة، ومن بين المواضيع الاقتصادية المطروحة عمل المرأة بنسبة 8.75% والمرأة المعيلة بنسبة 1.65%، وكانت هذه المنشورات عبارة عن تشجيع للمرأة على ضرورة القيام بمختلف الأعمال مع إعطاء نماذج تصور المرأة على أنها قوية عقلاً وجسداً ولها إمكانيات تسمح لها بالقيام بأي عمل مهما كانت طبيعته، واحتلال مراكز قيادية ومسئولة.

ثم جاءت القضايا السياسية بمختلف مواضيعها بداية بموضوع "المرأة والمشاركة السياسية" بنسبة 5.20% و"دور المرأة في الحياة السياسية" بنسبة 2.36%، وأبرزت هذه المواضيع تقلد المرأة للمناصب السياسية وأهمية تواجدها في الحكومات والنشاطات الحزبية ومشاركتها في الانتخابات ومختلف المجالس المحلية والوطنية وغيرها من القضايا السياسية التي تحاول من خلال جعل صورة للمرأة مختلفة عن الصورة النمطية المروج لها في المجتمعات العربية.

الجدول رقم (12): توزيع تكرارات ونسب القضايا والمواضيع المطروحة في صفحات النسوية حسب كل صفحة

منظمة المرأة العربية		ثوري		النسوية		طبيعة القضايا والمواضيع المطروحة	
%	ت	%	ت	%	ت		
-	-	01.77%	03	01.81%	03	وضع المرأة داخل البيت	قضايا ومواضيع اجتماعية
04.54%	04	14.79%	25	16.86%	28	المساواة بين الجنسين	
-	-	03.55%	06	-	-	الطلاق والخلع	
-	-	-	-	-	-	العنف الأسري	
-	-	03.55%	06	01.81%	03	الاعتداء الجسدي (الضرب)	
-	-	01.77%	03	04.21%	07	العنف النفسي	
-	-	01.77%	03	02.40%	04	العنف اللفظي	
-	-	03.55%	06	-	-	تعدد الزوجات	
-	-	-	-	02.40%	04	زواج القاصرات	
-	-	03.55%	06	01.81%	03	العنوسة	
07.95%	07	16.57%	28	16.26%	27	حقوق المرأة	
-	-	03.55%	06	07.22%	12	التحرش الجنسي	
-	-	05.32%	09	04.82%	08	الاغتصاب	
-	-	-	-	-	-	زنا المحارم	
03.40%	03	-	-	04.82%	08	الزواج المدني	
-	-	01.77%	03	-	-	الختان	
-	-	01.77%	03	02.40%	04	القتل والخطف	
-	-	03.55%	06	-	-	هتك العرض	
-	-	04.14%	07	06.62%	11	اخرى	
02.27%	02	-	-	-	-	تمثيل المرأة في مجالس نيابية	
-	-	-	-	-	-	تمثيل المرأة في الأحزاب	
-	-	-	-	-	-	تمثيل المرأة في النقابات	
02.27%	02	-	-	-	-	تمثيل المرأة في المجالس المحلية	
-	-	-	-	-	-	تمثيل المرأة في البرلمان	
03.40%	03	-	-	-	-	الترشح لمجلس الشعب	
02.27%	02	-	-	-	-	حقوق المرأة في الدستور	
22.72%	20	-	-	01.20%	02	المرأة والمشاركة السياسية	
06.82%	06	-	-	-	-	تولي المرأة للمناصب السياسية العليا	
-	-	-	-	-	-	المشاركة لوقفات احتجاجية	
04.54%	04	-	-	-	-	المشاركة في الانتخابات	
11.36%	10	-	-	-	-	دور المرأة في الحياة السياسية	

-	-	-	-	02.40%	04	المرأة في الاسلام والتحرر	القضايا ومواضيع اقتصادية
-	-	-	-	01.81%	03	الدين ووعي المرأة بالحجاب	
-	-	05.32%	09	02.40%	04	المفاهيم الخاطئة عن الدين والحياة	
-	-	-	-	-	-	الدين في عمل المرأة	
-	-	25.44%	43	02.40%	04	الحجاب والسفور	
-	-	01.77%	03	-	-	ميراث المرأة	
-	-	-	-	-	-	نفقة الزوجة	
02.27%	02	-	-	01.81%	03	مشاركة المرأة في ميزانية الأسرة	قضايا ومواضيع اقتصادية
02.27%	02	01.77%	03	01.20%	02	المرأة المعيلة	
03.40%	03	-	-	01.81%	03	بطالة المرأة	
20.45%	18	-	-	11.44%	19	عمل المرأة	
100%	88	100%	169	100%	166	المجموع	

يعكس الجدول رقم (12) توزيع نسب مختلف القضايا والمواضيع المطروحة في كل صفحة من صفحات النسوية موضوع الدراسة. ويتضح من خلال نتائجه اختلاف أولويات الصفحات المدروسة في طرح القضايا، أين اتجهت صفحتي "النسوية وثوري" للاهتمام بالقضايا والمواضيع الاجتماعية التي تخص المرأة في حين توجهت صفحة "منظمة المرأة العربية" لتسليط الضوء على القضايا السياسية بالدرجة الأولى .

✓ فالنسبة للقضايا والمواضيع المطروحة في صفحة "النسوية".

فقد احتلت القضايا الاجتماعية المرتبة الأولى ضمن منشوراتها، ومن بين المواضيع الاجتماعية المطروحة، الاهتمام بطرح قضية المساواة بين الجنسين بنسبة 16.86% كأعلى نسبة في هذا التصنيف، ومن العدد الإجمالي للمواضيع، وكانت هذه المواضيع في عمومها، عبارة عن منشورات تدعو لضرورة المساواة بين المرأة والرجل في الوطن العربي في كافة مجالات الحياة وحتى في الأشغال المنزلية باستخدام نماذج يستشهدون بها في الدول الغربية، والدعوة إلى الثورة على كافة أشكال التمييز بين الجنسين، ومن أمثلة ذلك المنشور الذي قدمته الصفحة ونقتبس منه ما يلي: "صادف تاريخ أمس مرور 43 سنة على خروج النساء الأيسلنديات إلى الشارع للاحتجاج ورفض العمل في المنزل وطهي الطعام ورعاية الأطفال، وتحتل أيسلندا اليوم المرتبة الأولى في المساواة بين الجنسين في العالم"، في محاولة لجذب انتباه المرأة العربية ووضعها في سياق المقارنة بالنساء الغربيات واستمالتها بأمثلة ونماذج واقعية، حتى تتشكل لها الدافعية بضرورة المطالبة بسن قوانين تفرض المساواة بين الرجل والمرأة في كافة مناحي الحياة، ثم جاء موضوع حقوق المرأة في المرتبة الثانية ضمن هذا التصنيف بنسبة 16.26%، وكانت هذه

المنشورات أيضا عبارة عن دعوة وتحفيز لضرورة تحصيل المرأة العربية لكافة حقوقها تماما مثل المرأة الغربية والدعوة إلى بذل تضحيات والقيام بثورات في سبيل تحقيق هذه المطالب والحقوق وتحصيلها. لتأتي باقي القضايا الاجتماعية الأخرى على التوالي وبنسب متقاربة من حيث الطرح والتناول عبر صفحة النسوية مثل التحرش الجنسي بنسبة 7.22% والاعتصاب بنسبة 4.82%، والقتل والخطف بنسبة 2.40% وكانت هذه المواضيع عموما في طرحها عبارة عن سرد لواقع هذه الظواهر في المجتمعات العربية بإحصائيات مختلفة ونماذج حية تعرضت لمثل هذه القضايا، ودعوة لضرورة دق ناقوس الخطر بشأن هذه السلوكيات والظواهر العنيفة ضد النساء في العالم العربي. كسرد قصة طفلة تبلغ من العمر 8 سنوات تموت نزيها ليلة زفافها من رجل يبلغ من العمر 60 عاما كضحية لزواج القاصرات مثلا والمطالبة بضرورة الحد من هذه الظاهرة في مجتمعاتنا، وطرح مشكلة التحرش الجنسي وحالات الاعتصاب والاستشهاد بإحصائيات لمجمل النساء اللاتي يتعرضن لمثل هذه السلوكيات يوميا في دولنا العربية، إضافة للنساء اللاتي يتعرضن للعنف الجسدي يوميا من قبل الرجال سواء كان زوجا أو أخوا أو وليا... الخ

وبعد القضايا الاجتماعية جاءت القضايا الاقتصادية في المرتبة الثانية حسب نتائج الجدول، واحتلت مواضيع عمل المرأة المرتبة الأولى من حيث التناول ضمن هذا الصنف بنسبة 11.44% من إجمالي القضايا المطروحة، وتجسدت هذه المواضيع في المنشورات التي تقدم نماذج لنساء في مناصب قيادية ووظائف راقية كالمراة الرئيسة والوزيرة والطبيبة والمهندسة، وغيرها من المواضيع التي تقدم صورة جديدة للمرأة العربية في عصر الانفتاح الإعلامي والاقتصادي، في محاولة لكسر الصورة النمطية للمرأة العربية التي لطالما روجت لها وسائل الإعلام التقليدية سابقا من خلال برامجها وحتى مسلسلاتها وأفلامها أين كانت تجسد المرأة بصورة الماكثة بالبيت المريبة للأطفال والمهتمة بشؤون الطبخ والتنظيف فقط، ومن أمثلة هذه المنشورات التي دأبت "صفحة النسوية" على تقديمها ما يلي "لائحة تضم أسماء طبيبات تحدين العراقيين ودرسن الطب وأصبحن من أوائل الطبيبات في بلدانهم...". كما تناولت الصفحة مواضيع اقتصادية أخرى بنسبة ضئيلة وهي مشاركة المرأة في ميزانية العائلة، المرأة المعيلة، وبطالة المرأة بنسب لم تتعدى 1.81% من إجمالي القضايا المطروحة كافة.

ثم جاءت القضايا الدينية في الترتيب الثالث من أولويات قضايا "صفحة النسوية" في الطرح والتقديم، ومنها مواضيع المرأة في الإسلام والتحرر، الحجاب والسفور، المفاهيم الخاطئة عن الدين والحياة، بالنسبة ذاتها وهي 2.40%، تليها قضية الدين ووعي المرأة بالحجاب بنسبة 01.81%، وتجسدت هذه القضايا والمواضيع في

بمحملها في منشورات ناقدة لتعاليم الدين الإسلامي ومظاهره مثل الحجاب والنقاب، وساخرة من كلام الأئمة والدعاة.

لتبقى القضايا السياسية في المرتبة الأخيرة من حيث التناول في هذه الصفحة، وبرزت في موضوع المرأة والمشاركة السياسية بنسبة ضئيلة هي 1.20%، وكانت هذه المنشورات عبارة عن تأييد لتقلد المرأة مراكز سياسية عالية، مثل الوزارة والرئاسة بما تتمتع به من صفات تؤهلها لهذه المناصب.

✓ أما ما يتعلق بأولويات القضايا المطروحة في صفحة "ثوري".

فعلى غرار "صفحة النسوية" احتلت أيضا القضايا الاجتماعية المرتبة الأولى من مجموع القضايا المطروحة في صفحة "ثوري"، وتصدرتها مواضيع حقوق المرأة أولا بنسبة 16.57%، وكانت عبارة عن منشورات معادية لسلطة الرجل والذكورة بنوع من الجرأة في الطرح، والتشجيع على ضرورة الثورة على العادات والتقاليد وسلطة الأسرة والأبوة والأخوة والتبعية للرجل في حد ذاته، ومن أمثلة هذه المنشورات ما يلي "الطاعة للرجل ليست فضيلة بل رذيلة، الطاعة صفة العبيد، الإنسان الحر لا يطيع، بل يناقش".

تلتها في المرتبة الثانية من القضايا الاجتماعية، مواضيع المساواة بين الجنسين بنسبة 14.76% وكانت هذه المنشورات أيضا تدعو إلى ضرورة المساواة بين المرأة والرجل في الحقوق والواجبات مثل ما دعت إليه منشورات صفحة النسوية تماما، كما تناولت "صفحة ثوري" في منشوراتها مواضيع الاغتصاب بنسبة 5.32%، ثم مواضيع الطلاق والخلع، التعدد، الاعتداء الجسدي بنسب متساوية قدرت بـ 3.55%، في التفاتة منها بتقديم حقائق وأمثلة واقعية وإحصائيات لشد انتباه الجهات المعنية والأفراد والمجتمعات لمعاناة المرأة في الدول العربية، ومحاوله استمالة متابعي الصفحة والمتفاعلين معها لنصرة النساء ضد الاضطهاد الاجتماعي ورفع شعارات تطالب بسن قوانين ردعية للحد من كافة أشكال العنف ضدهن.

ثم جاءت القضايا الدينية بمختلف مواضيعها في المرتبة الثانية من حيث الطرح و التناول عبر منشورات صفحة "ثوري"، واحتلت فيها مواضيع المفاهيم الخاطئة عن الدين والحياة المرتبة الأولى بنسبة 5.32% تليها مواضيع الحجاب والسفور بنسبة 25.44%، وهي نسب مقارنة لنسب المواضيع الدينية في صفحة "النسوية"، ثم مواضيع ميراث المرأة بنسبة 1.77% وتجسدت في منشورات تطالب باستبدال قانون الميراث في الدول العربية المستمد من الشريعة الاسلامية بقوانين وضعية تضمن المساواة بين الجنسين في مقدار الميراث وترفض التقسيم الإسلامي غير

العادل -حسبها- (لذكر مثل حظ الأنثيين)، ومن أمثلة المنشورات الدينية في صفحة "ثوري" ما يلي: لن أجبر أطفالنا على أي دين، ولن أفرض على ابنتي الحجاب والسواد، ولن أحرمهم من لذة السؤال وحرية الاعتقاد، ولن أقمع طفولتهم بسبب ما ورثته من آبائي وأجدادي من طقوس، لن اسمح لنفسي بأن أخطف طفولتهم".

ويتضح أيضا من خلال النسب المتعلقة بالصفحة تناولها للقضايا الاقتصادية بنسب ضئيلة في منشوراتها وكانت هذه المواضيع في مجملها حول "المرأة المعيلة" بنسبة 1.77%، فيما لم ترد إطلاقا القضايا السياسية في منشورات هذه الصفحة.

✓ أما بخصوص القضايا المتناولة عبر صفحة "منظمة المرأة العربية".

فعلى عكس صفحتي "النسوية" و"ثوري" ترتبت القضايا السياسية في المرتبة الأولى من حيث أنواع القضايا المطروحة في منشوراتها، وجاءت مواضيع المرأة والمشاركة السياسية بنسبة 22.72% أول المواضيع وأكثرها اهتماما وطرحا، وفي نظر الباحثة هي نتيجة منطقية باعتبار أن صفحة منظمة المرأة العربية، تعكس السياسة العامة للمنظمة الفعلية على أرض الواقع، منذ تأسيسها والتي من أهدافها دعم المشاركة السياسية للمرأة من خلال مشاركة العنصر النسوي في الأحزاب والحكومات كأعضاء فاعلات، والمشاركة في الانتخابات كأفراد لهم حرية الاختيار والإدلاء بالأصوات، ومن بين المنشورات السياسية في الصفحة نقتبس المنشور التالي: "منظمة المرأة العربية تنظم الدورة التدريبية المتخصصة للسيدات في مجال مراقبة الانتخابات بهدف اكتساب مجموعة متميزة من المتدربات في مراقبة الانتخابات الديمقراطية بشكل مهني محترف يفهم طبيعة المجتمعات العربية".

لتأتي بعدها القضايا الاقتصادية في المرتبة الثانية من حيث التناول في منشورات الصفحة، وفيها موضوع عمل المرأة في الترتيب الأول في هذا التصنيف بنسبة 20.45%، يليه مواضيع بطالة المرأة في الترتيب الثاني بنسبة 3.40%، من إجمالي القضايا المطروحة عامة، ويعتبر تناول الصفحة للقضايا الاقتصادية بالدرجة الثانية من الأهمية أيضا من بين سياسات المنظمة الأساسية، إذ تهدف إلى تنمية إمكانات المرأة وبناء قدراتها كفرد وكمواطنة من أجل المساهمة بدور فعال في مؤسسات المجتمع، وفي ميادين العمل والأعمال كافة وعلى المشاركة في اتخاذ القرارات، ومن أمثلة المنشورات التي تتضمن القضايا الاقتصادية في الصفحة نقتبس ما يلي: "نظمت جمعية العدالة المجتمعية للملكة الهاشمية الأردنية لقاء تشاوريا ضمن المشروع الوطني حول تمكين المرأة الأردنية بمشاركة ممثلي الجمعيات الإنتاجية في المحافظة، وقال محافظ جرش "مأمون اللوزي" الذي رعى اللقاء أن المحافظة تتمتع

بإمكانات إنتاجية مميزة على مستوى المملكة لاسيما الزراعية والسياحية، مشيراً إلى أهمية دور المرأة في دفع العجلة الإنتاجية والاقتصادية في المجتمع".

في حين جاءت القضايا الاجتماعية في الترتيب الثالث بعد القضايا السياسية والاقتصادية، وترتبت بنسب متفاوتة طفيفة بدأ بمواضيع "حقوق المرأة" بنسبة 7.95 % ، تليها مواضيع المساواة بين الجنسين بنسبة 4.54 %، ثم الزواج المدني بنسبة 3.40 % وتجسدت هذه المواضيع والقضايا في منشورات تعكس التغطية الإخبارية لأنشطة المنظمة في هذا المجال من مؤتمرات وملتقيات وأيام دراسية ودورات تدريبية ومن أمثلة هذه المنشورات نقبس المنشور التالي: "تم افتتاح فعاليات النسخة الثانية من مؤتمر تكافؤ الفرص بين المرأة والرجل الذي تنظمه الجامعة الأهلية بالمنامة بالتعاون مع جامعة برونييل البريطانية، وذكر أمين عام مجلس التعليم العالي الدكتور عبد الغني الشويخ بأن اهتمام المؤتمر بتكافؤ الفرص بين المرأة والرجل يأتي ضمن أولويات وزارة التربية والتعليم ومجلس التعليم العالي".

هذا ونلاحظ من خلال نتائج الجدول بأن الصفحة لم تتناول ضمن منشوراتها إطلاقاً القضايا الدينية بمختلف مواضيعها، وهي نتيجة منطقية باعتبار أن الصفحة رسمية ممثلة لمنظمة حكومية لا يجدر بها الخوض في أي موضوع ديني لما لهذا النوع من المواضيع من حساسية وقداسة لدى مختلف الشعوب العربية، على عكس صفحتي "النسوية وثوري" التي جعلت القضايا الدينية من صلب اهتمامها بأسلوب ناقد وطاعن وساخر كما ذكرنا ذلك من قبل.

انطلاقاً مما سبق طرحه بخصوص أولويات القضايا المتناولة حسب كل صفحة واستناداً للأرقام والإحصاءات الواردة في الجدول يتضح جلياً في فئة المواضيع وجه الاختلاف بين صفحات النسوية الرسمية ممثلة في "صفحة منظمة المرأة العربية" والصفحات الغير الرسمية ممثلة في صفحتي "النسوية وثوري" من حيث التوجه الفكري، حيث توجهت هذه الأخيرة - صفحة النسوية وثوري- لطرح مختلف القضايا الاجتماعية بالدرجة الأولى من وحي الواقع الذي يعكس معاناة المرأة العربية من العنف بجميع أنواعه، والاضطهاد، وزواج القاصرات، والاعتصاب، والتحرش والعديد من القضايا التي تترجم مأساة المرأة العربية لحد اليوم في العديد من المناطق، بنوع من الجرأة في الطرح والتمثيل والاستشهاد، وقوة في رفع الشعارات المعادية لكافة قوانين الخضوع والخوف والسلطة الذكورية، وسيطرة العادات والتقاليد وحكم الدين، في محاولة لاستمالة الجمهور نحو حركة من التغيير على جميع الأصعدة، بحرية تامة بعيداً عن الرقابة والسلطة وأي عامل من عوامل تقييد الحرية في التعبير بحكم أنها لا تمثل أي جهة رسمية ويمكن الاستدلال على هذه النتيجة بما توصلت إليه الباحثة سارة إسماعيل حسن¹، في

¹ - سارة إسماعيل حسن، قضايا المرأة في المدونات الالكترونية، دراسة تحليلية، مرجع سبق ذكره.

دراستها قضايا المرأة في المدونات الالكترونية، أن المدونات تركز على القضايا الاجتماعية بالدرجة الأولى بنسبة 30.6% وتمثلت تلك القضايا في الزواج والعنف ضد المرأة وقضايا عمل المرأة، بحكم مساحة الحرية في تناول المواضيع عبر المدونات أيضا بعيدا عن الرقابة، إضافة لما توصلت إليه الباحثة نجلاء الجعفري¹ من تصدر قضايا العنف (التحرش والاعتصاب) بنسبة 46.6% مقدمة القضايا التي تم طرحها ومعالجتها في صفحات الفيسبوك والمدونات عينة الدراسة التحليلية التي قامت بها.

في حين توجهت صفحة "منظمة المرأة العربية" ممثلة للصفحات الرسمية لتناول القضايا السياسية والاقتصادية المتعلقة بتمكين المرأة في محاولة للإشارة للدور الفعال الذي يمكن أن تلعبه المرأة في المجتمع والمؤسسات كعنصر فعال مثله مثل الرجل في ترجمة لسياساتها العملية وأهدافها القائمة على تحقيقها بنوع من الجدية في الطرح بعيدا عن القضايا التي من شأنها أن تثير الجدل نتيجة المراقبة وسيطرة الجهات التابعة لها.

الجدول رقم (13): الفاعلون والشخصيات الخورية في منشورات ومضامين صفحات النسوية عينة الدراسة

المجموع		تقسيم		
%	ت	الفاعلين والشخصيات الخورية		
38.87%	124	ذكور	حسب الجنس	أفراد
61.14%	195	إناث		
100%	319	المجموع		
10.03%	32	أطفال	حسب السن	
73.66%	235	شباب		
16.30%	52	كهول		
00.00%	00	عجائز		
100%	319	المجموع		
71.78%	229	عاديين	حسب الشهرة	
28.21%	90	مشهورين		
100%	319	المجموع		
19.65%	23	جمعيات المجتمع المدني	مؤسسات	
48.71%	57	منظمات وجمعيات نسوية		
31.62%	37	الحكومات		
100%	117	المجموع		

¹ - نجلاء جعفر عبد الوهاب جعفر، اطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد و علاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، مرجع سبق ذكره

الأفراد الفاعلين	319	73.16%
المؤسسات الفاعلة	117	26.83%
المجموع	436	100%

المجموع الإجمالي

يوضح الجدول رقم (13) إجمالي تكرارات ونسب الفاعلين والشخصيات المحورية في منشورات ومضامين صفحات النسوية محل الدراسة، التي تعكس وتجسد المحركين الأساسيين في المضمون من أفراد أو هيئات أو منظمات، التي تصنع الحدث في المنشورات والتدوينات عينة الدراسة، وقد قامت الباحثة بتقسيم الفاعلين في مضامين الصفحات محل الدراسة الى فئتين رئيسيتين هما الأفراد والمؤسسات، تتضمن كل فئة منهما فئات فرعية أخرى بما يخدم موضوع الدراسة.

وتبين نتائج الجدول أن فئة الأفراد كفاعلين رئيسيين في المنشورات، كانت أكثر ظهوراً من فئة المؤسسات، وقدرت نسبتها بـ 73.16% فيما كانت نسبة المؤسسات الفاعلة 26.83%. واستناداً لنتائج الجداول السابقة فإن غالبية نسبة الأفراد كفاعلين وشخصيات محورية في منشورات الصفحات منطوية إلى أبعد الحدود، حيث لاحظنا من خلال المواضيع المطروحة من قبل الصفحات معالجتها للقضايا الاجتماعية والسياسية بنسبة عالية والتي تتناول في معظمها مواضيع تدور أحداثها حول الأفراد في مجملها. وفيما يلي تفصيل في نتائج الفاعلين حسب النسب الواردة في الجدول:

تصدرت فئة الأفراد قائمة الفاعلين والشخصيات المحورية في مضامين الصفحات المحللة، بتقسيماتها الثلاثة حسب "الجنس، السن، الشهرة"، فكانت نسبة ظهور الإناث كفاعلين في منشورات الصفحات أكثر بكثير من الذكور، حيث قدرت نسبتهم 61.14%، في حين جاءت نسبة الذكور 38.87%، وقد تعود هذه النسبة كون الصفحات نسوية وموجهة لرفع وعي النساء العربيات لواقعهن وتعالج قضايا نسوية وذات علاقة بالمرأة بالدرجة الأولى، فمن الطبيعي أن تكون فئة الاناث أيضا كشخصيات فاعلة أكثر من فئة الذكور حسب تقسيم النوع.

أما بالنسبة للشخصيات الفاعلة حسب تقسيم السن، فقد جاءت فئة الشباب في المرتبة الأولى بنسبة 73.66% وبفارق كبير عن فئة الكهول والمقدرة بـ 16.30% ثم فئة الأطفال بنسبة 10.03%، فيما كانت نسبة العجائز منعدمة، ويمكن الإشارة إلى أن هذه النتيجة متوافقة مع سبق التوصل إليه من خلال نتائج الجداول السابقة حيث سبق وتعرضنا للكثير من المنشورات المقتبسة من الصفحات والتي كانت تطرح في عمومها تجارب

ونماذج عن أشخاص في مرحلة الشباب ناجحين كدافع للاحتذاء بهم ورفع شعارات لضرورة المضي نحو الأحسن من جهة، أو أمثلة عن أشخاص يعانون من القهر والتهميش كنماذج لواقع حال المجتمعات العربية، الواجب تغييره من جهة أخرى، إضافة إلى المواضيع التي تطرح معاناة الأطفال من التشرد والعنف وطلاق الأولياء وضحايا الإنجاب الغير الشرعي، وضحايا الختان وزواج القاصرات وغيره من المواضيع التي تجسد الأطفال فيها الشخصيات المحورية وبالتالي فيروز هذه النسب للفاعلين حسب تقسيم السن متجانسة مع توصلنا إليه سابقا من نتائج ومنطقية إلى أبعد الحدود.

أما تقسيم الفاعلين بحسب الشهرة فقد كان الأفراد الفاعلون العاديون الأكثر ظهورا بنسبة 71.78% مقارنة مع المشهورين الذين قدرت نسبتهم بـ 28.21%. ويمكن تفسير هذه النتيجة كون الصفحات خاصة بتقديم ومعالجة قضايا خاصة بالمرأة من واقع الحياة الاجتماعية بعيدا عن مجالات المشاهير وسياقاتهم الحياتية المختلفة.

وفيما يتعلق بفئة المؤسسات كفاعل في مضامين صفحات النسوية المدروسة بتقسيماتها الجزئية، فقد ترتبت فئة "المنظمات والجمعيات النسوية" في المرتبة الأولى بنسبة 48.71%، وظهر هذا النوع من المؤسسات في منشورات الصفحات محل الدراسة كفاعل رئيسي هو أمر منطقي وطبيعي خاصة في المنشورات التي تتضمن نشاطات وممارسات هذه المنظمات في سبيل الرقي بالمرأة والدفاع عن حقوقها والنهوض بقضاياها على السبيل الداخلي والخارجي والعمل على نشر الفكر النسوي كمنفذ لإثبات الذات النسوية في المجتمعات وكسر القاعدة النمطية المتعارف عليها، وبالتالي تحقيق مختلف الأهداف التي تسعى إليها هذه الأخيرة، يليها تركز فئة الحكومات بنسبة 31.62% في المرتبة الثانية، ثم جمعيات المجتمع المدني بنسبة 19.65%. كشخصيات محورية في مجموع التدوينات والمنشورات التي تحاول من خلالها الصفحات ومسيريها والقائمين عليها بمخاطبة الهيئات الحكومية الخاصة لضرورة الالتفاتة لبعض الظواهر السلبية والسلوكات الخطيرة التي تحدث للمرأة في المجتمع وضرورة سن القوانين الردعية وحماية المرأة منها، فتتجسد هذه الأخيرة فيها كفاعلين وشخصيات محورية من جهة أو الإشارة لأنشطة وقرارات الحكومات والمجتمع المدني بشأن المرأة في المجتمع ومكانتها ومشاركتها فيها.

الجدول رقم (14): توزيع تكرارات ونسب الفاعلون والشخصيات الخورية في منشورات ومضامين صفحات النسوية حسب كل صفحة

منظمة المرأة العربية		ثوري		النسوية		تقسيم الفاعلين والشخصيات الخورية			
%	ت	%	ت	%	ت				
%15.78	06	%38.92	58	%45.45	60	ذكور	الرجال	أفراد	
%84.21	32	%61.07	91	%54.54	72	إناث			
%100	38	%100	149	%100	132	المجموع			
-	-	-	-	%24.24	32	أطفال	المرأة		
%76.31	29	%100	149	%43.18	57	شباب			
%23.68	09	-	-	%32.57	43	كهول			
-	-	-	-	-	-	عجائز			
%100	38	%100	149	%100	132	المجموع			
%18.42	07	%81.87	122	%75.75	100	عاديين	المنظمة		مؤسسات
%81.57	31	%18.12	27	%24.24	32	مشهورين			
%100	38	%100	149	%100	132	المجموع			
%19.04	12	%20.00	03	%20.51	08	جمعيات المجتمع المدني			
%61.90	39	%40.00	06	%30.76	12	منظمات وجمعيات نسوية			
%19.04	12	%40.00	06	%48.71	19	الحكومات			
%100	63	%100	15	%100	39	المجموع			
%37.62	38	%90.85	149	%77.19	132	الأفراد الفاعلين	المجموع الإجمالي		
%62.37	63	%09.14	15	%22.80	39	المؤسسات الفاعلة			
%100	101	%100	164	%100	171	المجموع			

يمثل الجدول رقم (14) توزيع تكرارات ونسب أنواع الفاعلين الرئيسيين والشخصيات الخورية في كل صفحة من الصفحات محل الدراسة. ويتضح من خلال الأرقام الواردة في الجدول وجود اختلاف طفيف أيضا فيما يخص طبيعة الشخصيات الفاعلة في الصفحات المدروسة أين تركز ظهور الأفراد كفاعلين أساسيين بنسب أعلى من المؤسسات في صفحتي "النسوية وثوري" في حين جاءت نسبة ظهور المؤسسات كفاعل محوري في منشورات صفحة "منظمة المرأة العربية" أكثر من الأفراد في المجموع الإجمالي لنتائج الجدول، كما يتضح أيضا

توجه الصفحات الثلاثة نحو التوافق النسبي بخصوص تفصيلات النسب المتعلقة بتقسيم الفئات وفيما يلي نقدم نتائج الشخصيات الفاعلة لكل صفحة مفصلة:

✓ فبالنسبة للفاعلين في منشورات صفحة النسوية.

فتوضح نتائج الجدول بان نسبة الأفراد الفاعلين باختلاف تقسيماتهم "السن، الجنس، الشهرة" كانت أكبر من نسبة المؤسسات الفاعلة بتصنيفاتها في منشورات الصفحة، حيث جاءت نسبة الأفراد مقدره بـ: 77.19% ونسبة المؤسسات تمثل 22.80%، أين اتضح توجه اهتمام الصفحة بالأفراد أكثر من المؤسسات وذلك من خلال إبرازهم كشخصيات محورية وفاعلة في منشوراتها وهو ما لمسناه فعلا أثناء ملاحظتنا لمطية النشر طيلة فترة التحليل واستنادا للنصوص المقتبسة للاستشهاد بها في الجداول السابقة والتي كانت تدور في مجملها للحديث حول أشخاص بعينهم أكثر من المؤسسات.

كما يتضح أيضا من خلال النسب الواردة في الجدول تركز الإناث في الدرجة الأولى من حيث الظهور كشخصيات فاعلة في مواضيع الصفحة بنسبة 54.54%، يليها ظهور الذكور بنسبة 45.45% حسب تصنيف السن في فئة الأفراد، وهي نتيجة حتمية كون الصفحة نسوية وموجهة بدرجة أولى للنساء فمن المنطقي أن يكون الإناث كشخصيات فاعلة في منشوراتها أكبر من الذكور، ومن بين منشورات الصفحة التي تبرز الأفراد الفاعلين الإناث نقتبس المنشور التالي: "الناحية من الإبادة الجماعية تصبح أول جراحة، ستصبح الدكتورة "كلير كاريكري"، وهي طبيبة شابة نجت من الإبادة الجماعية في رواندا، الجراحة العصبية الأولى والوحيدة في البلد الإفريقي، حيث تدربت في مستشفى "تورونتو الغربي" في برنامج جراحة الدماغ المتقدم، وستعود إلى بلدها الأم كأول جراحة عصبية".

أما فيما يتعلق بالتصنيف الثاني للأفراد الفاعلين حسب الفئة العمرية في منشورات صفحة النسوية، فقد تركز الشباب في المرتبة الأولى بنسبة 43.18%، يليهم الكهول في المرتبة الثانية بنسبة 32.57%، ثم الأطفال بنسبة 24.24%، فيما كانت نسبة العجائز منعدمة تماما، ويمكن تفسير هذه النتيجة كون معظم القائمين على الصفحة ومسيريها من فئة الشباب يستهدفون نشر المواضيع الخاصة بفتتهم ومن أمثلة المنشورات التي تمحور فيها الأفراد الفاعلين مجسدين في الشباب نقتبس المنشور التالي: "الشابة فرخنده ملكزادة وهي سيدة أفغانية ذات 27 سنة تم اغتيالها في كابول سنة 2015 مما أثار موجة من الاحتجاجات العارمة في البلاد ساعدت في جذب الانتباه نحو الدعوة لحقوق المرأة من العنف والاضطهاد". ومن أمثلة منشورات الصفحة التي تبرز الأفراد الفاعلين الكهول،

منشور يروي قصة أم إيرانية تدعى "سمية مهري" تعرضت للحرق بمادة كيميائية على يد زوجها مما أحرق وجهها وأذهب بصرها.

كما يتضح أيضا غلبة ظهور الأفراد العادين كفاعلين في منشورات ومضامين "صفحة النسوية" أكثر من الأشخاص المشهورين، وكان ذلك حسب تصنيف الشهرة للأفراد، حيث قدرت نسبة الفاعلين العادين بـ 75.75% في حين جاءت نسبة الفاعلين المشهورين مقدرة بـ 24.24%، الذين لم تهتم الصفحة بإبرازهم كشخصيات فاعلة في منشوراتها، بقدر اهتمامها بنشر مواضيع وأفكار عن قضايا وظواهر بغض النظر عن مدى شهرة الفاعلين فيها، فالهدف ليس الدعاية لشخصيات معينة و التغيي بانجازاتها، وإنما تسليط الضوء حول ظواهر معينة بجميع أبعادها.

ويتضح من خلال نتائج الجدول أيضا وضمن تصنيف المؤسسات كفاعل محوري في منشورات الصفحة، تمركز الحكومات في المرتبة الأولى في الظهور كفاعلين أساسيين وقدر ذلك بنسبة 48.71%، حيث عمدت الصفحة إلى إبراز هذا النوع من المؤسسات كمحرك أساسي ومحوري في مضامينها، سواء كانت هذه الحكومات عربية أو أجنبية، من خلال التطرق إلى إجراءات حكومية معينة حول قضايا المرأة أو المطالبة بسن قوانين ما في إحدى المجالات التي تهتم بها الصفحة، يليها في المرتبة الثانية ظهور المنظمات والجمعيات النسوية كفاعل رئيسي في منشورات الصفحة بنسبة 30.76% ومن أمثلة هذه المنظمات "منظمة حقوق المرأة العراقية" في منشور يتحدث عن كرامة النساء في دولة العراق وكفاح المنظمة في سبيل القضاء على الممارسات السيئة ضد النساء، ثم ظهرت جمعيات المجتمع المدني كفاعل رئيسي في المرتبة الثالثة بعد سابقاتها بنسبة 20.51%.

✓ أما الفاعلين والشخصيات المحورية في منشورات صفحة "ثوري".

فتوضح التكرارات والنسب الواردة في الجدول تقارب كبير بين صفحتي "ثوري والنسوية" من حيث إظهار الفاعلين والشخصيات المحورية في تدويناتها، حيث اتضح أيضا بان نسبة ظهور الأفراد الفاعلين في منشورات الصفحة والمقدرة بـ 90.85% أكبر بكثير من نسبة المؤسسات الفاعلة التي مثلت فقط 09.14%، ما يفسر بأن صفحة "ثوري" تهتم بإبراز المواضيع المحورية حول الأفراد أكثر من المواضيع التي تطرح المؤسسات وفي الواقع هي نتيجة حتمية ومنطقية خاصة وان صفحة ثوري تهتم بطرح المواضيع الاجتماعية التي تعكس واقع المرأة العربية وتستشهد بأمثلة من الواقع كثيرا، وهذا ما ذهبت إليه نتائج جداول الاستمالات والدعائم المستخدمة، وأيضا الجدول المتعلق بفتنة المواضيع المطروحة وبالتالي فهي نتيجة منطقية ومتناسقة مع ما سبق التوصل إليه سابقا.

وفي نفس توجه "صفحة النسوية" تركز الإناث في المرتبة الأولى من حيث الظهور في منشورات الصفحة كشخصيات محورية بنسبة 61.07% في حين جاءت نسبة الذكور مقدرة بـ 38.92% فقط حسب تقسيم الجنس، ما يفسر أيضا بان الصفحة توجهها نسوي وتهتم بشؤون المرأة ومن الطبيعي أن يكون الفاعلون الرئيسيون في منشوراتها إناثا أكثر من الذكور. وهذا ما ذهبت إليه "صفحة النسوية" أيضا، ويمكن الاستدلال على هذه النتيجة بما توصلت إليه دراسة الباحثة "حنان إبراهيم" والمعنونة بـ: **قضايا المرأة المسلمة على شبكة المعلومات الدولية¹** أين توصلت إلى أن الفاعلين والشخصيات المحورية في المواضيع والقضايا المقدمة في المواقع محل الدراسة التحليلية كانوا إناث كفاعلين مركزين في النصوص المحللة بأعلى النسب وفسرت ذلك بالرجوع لخصوصية المواقع المحللة والتي تركز أساسا على قضايا المرأة .

وعلى خلاف صفحة "النسوية" يتضح من خلال النسب الواردة في الجدول تمحور الشباب كشخصيات فاعلة ومحورية بدرجة أساسية في منشورات صفحة "ثوري" على أساس تصنيف السن حيث جاءت نسبة الشباب كلية مقدرة بـ 100% ولم تظهر منشورات الصفحة أي فئة عمرية أخرى في مضامينها لتتقسم هذه النسبة حسب الشهرة بين أشخاص عادين ومشهورين مع غلبة ظهور الأشخاص العادين كفاعلين أساسيين بنسبة كبيرة مقارنة بالمشهورين حيث جاءت نسبة الفاعلين العادين في تدوينات ومنشورات الصفحة مقدرة بـ 81.87% يقابلها نسبة 18.12% للمشهورين، ومن أمثلة المنشورات التي قدمتها الصفحة وتتناول في مضمونها أفراد عادين كفاعلين أساسيين من فئة الشباب، المنشور المتعلق بالشابان "مان ودولسي" الذي يتحدث عن زواج المثليين في الولايات المتحدة الأمريكية، وضرورة الاعتراف بأصحاب هذه الميولات وعدم نبذهم وتعنيفهم، على أساس الحريات الشخصية²، وفي الاتجاه المقابل نقتبس أحد منشورات الصفحة الذي يظهر الأفراد المشهورين كفاعلين رئيسيين من فئة الشباب أيضا، مثل المنشور الذي يقدم رئيس الوزراء الكندي الشاب "جستن ترودو".

أما فئة المؤسسات الفاعلة في تدوينات ومنشورات "صفحة ثوري" فيتضح من خلال ما ورد في الجدول، تركز الحكومات والجمعيات والمنظمات النسوية في المرتبة الأولى في هذه التصنيف من حيث ظهورها كفاعل محوري في منشورات الصفحة بنسبة واحد ومتساوية لكلا المؤسستين و المقدرة بـ 40.00% في حين جاءت نسبة جمعيات المجتمع المدني مقدرة بـ 20.00%، ومن أمثلة المنشورات التي ظهرت فيها الحكومات كفاعل

¹ - حنان محمد عبد المجيد إبراهيم، قضايا المرأة المسلمة على شبكة المعلومات الدولية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب،

رئيسي في المضمون الحكومة المصرية في منشور حول مشروع قانون يحظر النقاب في الأماكن العامة قدمه نواب في البرلمان.

✓ أما الفاعلين في صفحة "منظمة المرأة العربية".

وعلى عكس صفحتي "النسوية وثوري" يتضح لنا من خلال الأرقام الواردة في الجدول أعلاه، أن نسبة المؤسسات كفاعل محوري في منشورات ومضامين صفحة "منظمة المرأة العربية" أكبر من نسبة الأفراد الفاعلين، حيث جاءت نسبة المؤسسات ممثلة بـ 62.37% في حين قدرت نسبة الأفراد بـ 37.62%. ويمكن تفسير هذه النتيجة وهذا الاختلاف بين الصفحات كون الصفحة تركز على تغطية نشاطات "منظمة المرأة العربية" على أرض الواقع كمنظمة حكومية، وتعتبر هذه الأخيرة مؤسساتها الفرعية في مختلف الدول العربية الفاعل الرئيسي والمحوري في منشورات الصفحة التي تعبر عن نشاطاتها وإسهاماتها في تقديم ومعالجة قضايا المرأة واقعيًا، وجاءت النتيجة بهذا الشكل كون الصفحة أساسًا هي الصفحة الرسمية للمنظمة على الفيسبوك.

كما يتضح أيضًا من خلال الجدول أن نسبة الإناث دائمًا أكبر من نسبة الذكور كفاعل محوري في مضامين ومنشورات الصفحة حيث قدرت نسبتهم بـ 84.21% في مقابل 15.78% وهو اختلاف وفرق كبير نسبيًا، في ظهورهن كشخصيات محورية وفاعلة عبر مضامين الصفحة وكما ذكرنا سابقًا فإن هذه النتيجة منطقية وحتمية كون توجه الصفحة نسوي ومهتم بقضايا المرأة بالدرجة الأولى.

وفيما يخص التصنيف العمري للأفراد الفاعلين في منشورات صفحة منظمة المرأة العربية، فقد تركز الشباب أيضًا في المرتبة الأولى بنسبة 76.31%، يليه نسبة الكهول في المرتبة الثانية بـ 23.68%، فيما كانت نسبة الأطفال والعجائز منعدمة تمامًا، وقد عملت الصفحة على تقديم العديد من التدوينات التي تطرح مواضيع يكون فيها الشباب والكهول شخصيات محورية في الطرح والحديث، مثل تقديم نماذج عن نساء رائدات في مجالات معينة كجانب من التحفيز والدعم المعنوي للمرأة، ومن بين أمثلة التدوينات والمنشورات التي تقدم فئة الكهول كفاعل رئيسي، المنشورات التي تتحدث عن السيدة "فاديا كيوان" المديرية العامة لمنظمة المرأة العربية.

وعلى خلاف صفحتي "النسوية وثوري" وبنسب مختلفة ومتباعدة تمامًا، تظهر الشخصيات الفاعلة والمحورية في منشورات صفحة "منظمة المرأة العربية" إستنادًا لتصنيف الأفراد بحسب الشهرة، على أنهم أفراد مشهورين بالدرجة الأولى بنسبة 81.57%، لتأتي شخصيات الأفراد العاديين كفاعلين في منشورات الصفحة في المرتبة الثانية وبنسبة أقل كثيرًا مقارنة بسابقتها ممثلة في 18.42%، ويمكن تفسير وتوضيح هذه النتيجة كون المؤسسات تعمل في إطار جامعة الدول العربية وتابعة لهئية حكومية ولها العديد من الفروع في مختلف الدول العربية، وجل أعضائها

من الشخصيات البارزة و المسؤولين في الحكومات والسلطات العليا التي تراقب نشاطها وهذا ما يجعل معظم منشوراتها تتضمن شخصيات مشهورة كفاعلين أساسيين في الأحداث، ومن أمثلة الأفراد الفاعلين المشهورين في منشورات صفحة منظمة المرأة العربية الكاتبة الجزائرية "عائشة كسول" والناشطة العراقية "ناديا مراد".

أما فيما يخص فئة المؤسسات كفاعل محوري وأساسي في منشورات صفحة المنظمة، فقد انقسمت نسبتها تواليا بين تصنيفاتها، حيث جاءت المنظمات والجمعيات النسوية في المرتبة الأولى بنسبة 61.90%، تليها جمعيات المجتمع المدني والحكومات بنسب متساوية قدرت بـ 19.04%، وتعتبر هذه النتائج منطقية ويمكن تبريرها كون أن معظم المنشورات المطروحة عبر صفحة المنظمة تناول نشاطات المنظمات والجمعيات النسوية التي تعمل في إطارها، وبالتالي تتحول إلى فاعل محوري في مضامين الصفحة، ومن بين المنشورات التي تقدم المنظمات والجمعيات النسوية كفاعل أساسي منظمة المرأة العربية نفسها وفروعها والمنظمات التي تعمل في إطارها فهي صفحتها الرسمية ولهذا تتمحور جل المنشورات حولها وتبرزها كفاعل رئيسي في مضامينها

الجدول رقم (15): المصادر المعتمد عليها في تقديم مضامين ومنشورات صفحات النسوية عينة الدراسة

المجموع		تقسيمات المصدر
%	ت	
36.69%	142	مدير الصفحة "أدمن"
20.67%	80	منشورات من مواقع الكترونية (صفحات أخرى، مدونات، مواقع إخبارية... الخ)
15.76%	61	وسائل الإعلام (فضائيات، وكالات أنباء، إذاعات... الخ)
10.59%	41	اقتباسات
02.06%	08	هيئات حكومية
04.13%	16	منظمات المجتمع المدني
-	-	أحزاب
07.49%	29	خبراء (إعلاميون.. مثقفون..)
01.55%	06	نتائج تقارير
-	-	جمهور عام
01.03%	04	غير محدد (بدون مصدر)
100%	387	المجموع

يوضح الجدول رقم (15) إجمالي نسب المصادر المعتمد عليها من طرف صفحات "النسوية" محل الدراسة عند تقديمها لمختلف المضامين والمنشورات والقضايا، ويتبين من خلال النسب الواردة في الجدول اعتماد الصفحات على مصادر متنوعة في توثيق منشوراتها بنسب مختلفة، حيث نلاحظ أن الصفحات موضوع الدراسة، تعتمد بدرجة كبيرة على مصدر مديري الصفحة "أدمن" بنسبة 36.69%، يليها في المرتبة الثانية "منشورات من مواقع الكترونية" أخرى مختلفة كمصدر لها بنسبة 20.67%، ثم "وسائل الإعلام المختلفة" بنسبة 15.76%، في الترتيب الثالث من حيث الاستخدام، إضافة إلى "الاقتباسات" بنسبة 10.59%، ليأتي اعتمادها أيضا على "الخبراء من إعلاميين ومتقنين" كمصدر بنسبة 7.49% في الترتيب الرابع، وتتوزع باقي النسبة تاليا على بقية المصادر بنسب ضئيلة مقارنة بما سبق، كمنظمات المجتمع المدني، والهيئات الحكومية، نتائج تقارير، ونسبة ضئيلة أيضا من المنشورات غير محددة المصدر.

ويمكن تفسير اعتماد الصفحات المدروسة بنسبة كبيرة على مسيريتها ومشرفيها "الأدمن" كمصادر رئيسية يعود لطبيعة منشوراتها بالدرجة الأولى، والتي في مجملها عبارة عن آراء أصحاب الصفحات - غالبا - حول قضايا معينة لها علاقة بقضايا النسوية، ومثلما قد يكون هذا مؤشرا للعناية التي توليها هذه الصفحات لقضايا النسوية والمرأة، فقد يكون كذلك مؤشرا للذاتية والتحيز في تناول المواضيع من اتجاه واحد مما يؤثر على مصداقيتها.

وعلى عكس ذلك فقد اعتمدت الصفحات على مصادر خارجية مختلفة، بداية بالمواقع الأخرى من صفحات ومدونات ومواقع إخبارية وغيرها، وأيضا وسائل الإعلام التقليدية من فضائيات ووكالات أنباء وإذاعات، وهو أمر يحسب لها باعتبار أن مثل هذا النوع من المصادر يضيف نوعا من المصداقية على منشوراتها، والأمر نفسه ينطبق على توجه الصفحات محل الدراسة في تجنب الاعتماد على منشورات ومواضيع مجهولة المصدر إلا في عدد قليل من المنشورات وبنسبة ضئيلة، اذا وضعنا في الحسبان أن الاعتماد على المصادر المجهولة يضيف ضباية على موضوعية المنشورات ومصداقيتها لدى متتبعيها. ويمكن الاستدلال على هذه النتيجة، بما توصلت إليه الباحثة أيضا من خلال الدراسة التي قامت بها مؤخرا و المعنونة بـ "أطر التناول الإعلامي لقضايا المرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي"¹، والتي خلصت من خلالها اعتماد صفحات الفيسبوك محل الدراسة في نشر مواضيع قضايا المرأة على مسيري الصفحات وذلك بنسبة 80.12% ثم على اقتباسات من صفحات فيسبوك بنسبة 16.77% ثم اقتباسات من وسائل الإعلام بنسبة 3.10%.

¹ - ناريمان حداد، أطر التناول الإعلامي لقضايا المرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره.

الجدول رقم (16): توزيع تكرارات ونسب المصادر المعتمد عليها في تقديم مضامين ومنشورات صفحات النسوية حسب كل صفحة

منظمة المرأة العربية		ثوري		النسوية		المصدر
%	ت	%	ت	%	ت	
18.75%	15	39.18%	67	44.11%	60	مدير الصفحة "أدمن"
8.75%	07	26.90%	46	19.85%	27	منشورات من مواقع الكترونية (صفحات أخرى، مدونات، مواقع إخبارية... الخ)
33.75%	27	11.11%	19	11.03%	15	وسائل الإعلام (فضائيات، وكالات أنباء، إذاعات... الخ)
-	-	10.53%	18	16.91%	23	اقتباسات
10%	08	-	-	-	-	هيئات حكومية
20%	16	-	-	-	-	منظمات المجتمع المدني
-	-	-	-	-	-	أحزاب
-	-	10.53%	18	8.09%	11	خبراء (إعلاميون.. مثقفون..)
3.75%	03	1.75%	03	-	-	نتائج تقارير
-	-	-	-	-	-	جمهور عام
05%	04	-	-	-	-	غير محدد (بدون مصدر)
100%	80	100%	171	100%	136	المجموع

يمثل الجدول رقم (16) نسب وتكرارات أنواع المصادر التي اعتمدت عليها كل صفحة من صفحات النسوية موضوع الدراسة في تقديم مضامينها ومنشوراتها. ويتضح جليا من خلال النسب الواردة في الجدول اعتماد الصفحات على مصادر مختلفة بنسب متفاوتة في معظم منشوراتها وتدويناتها وهذا ما يعطي نوعا من الوضوح والمصدقية في الطرح، إلا أننا نلاحظ توجه صفحة "منظمة المرأة العربية" لاستخدام وسائل الإعلام بالدرجة الأولى كمصدر لمضامينها على خلاف صفحتي "النسوية وثوري" التي اعتمدتا على "أدمن الصفحة" أكثر من المصادر الأخرى في الطرح

✓ فالنسبة للمصادر التي اعتمدت عليها صفحة "النسوية".

تبين نتائج الجدول بان صفحة "النسوية" اعتمدت على مشرفيها ومسيريها "أدمن" بنسبة كبيرة وصلت إلى 44.11% في المركز الأول من حيث الاعتماد مقارنة بالمصادر الأخرى، ويعود هذا كون هذه الصفحة تم

إنشائها أصلاً لتمرير أفكار أصحابها والمسؤولين عليها ولهذا فإن اعتمادها عليهم بهذه النسبة يعد أمراً منطقياً، ومن بين مديري هذه الصفحة الذين يكتبون العديد من المنشورات بشكل يومي نجد "نائلة حبيب" و"سارة الفتياي" و"دارين حسين" وغيرهم وهم أنفسهم أعضاء فعليين لمنظمة النسوية على أرض الواقع وأصحاب الصفحة و القائمين عليها.

كما تظهر نتائج الجدول بأن منشورات الصفحة اعتمدت على "المواقع الالكترونية" كمصدر ثاني لها وبنسبة 19.85% وتمثل هذه المواقع في صفحات الفيسبوك أخرى، مدونات، ومواقع إخبارية، حيث تقوم الصفحة بإعادة مشاركة منشوراتها الخاصة بالمواضيع التي تهتم بها الصفحة، والمتعلقة بقضايا النسوية والمرأة عموماً. ويتضح لنا من خلال الجدول أيضاً بأن الصفحة اعتمدت في المرتبة الثانية على "الاقتباسات" كمصدر لمنشوراتها بنسبة 16.91% ثم "وسائل الإعلام المختلف" بنسبة 11.03% و"الخبراء من إعلاميين ومثقفين" بنسبة 8.09% وهو الأمر الذي من شأنه أن يضيف نوعاً من المصداقية على المنشورات التي تعتمد على هذه المصادر على عكس المنشورات التي تعتمد على مصادر مجهولة التي يعترتها نوع من الضبابية.

✓ أما مصادر صفحة "ثوري".

فقد توجهت صفحة "ثوري" للإعتماد على المصادر نفسها تقريباً التي اعتمدت عليها صفحة "النسوية"، وبنسب متقاربة نوعاً ما، بداية بمديري الصفحة "الأدمن" في الترتيب الأول بنسبة 39.18% وتكون هذه المنشورات عبارة عن نصوص طويلة أو قصيرة من أجل تمرير مجموعة من الأفكار التي تتوافق مع فكر التيار "النسوي" وتؤيده وتروج له والفرق بينها وبين صفحة "النسوية" هو أن منشورات هذه الأخيرة ترفق باسم الأدمن صاحب المنشور في الأسفل عكس صفحة "ثوري" التي يكون فيها اسم الأدمن صاحب المنشور عبارة عن رموز فقط مثل (M.M) أو (ROZ)

كما اعتمدت الصفحة في المرتبة الثانية على منشورات من "مواقع الكترونية" مختلفة كمصادر لها بنسبة 26.92%، ومن أمثلة ذلك المنشور الذي يتحدث عن مشروع قانون يحظر ارتداء النقاب في الأماكن العامة بمصر والذي قامت الصفحة بمشاركته من موقع BBC بنسخته العربية.

ثم اعتمدت الصفحة على "وسائل الإعلام التقليدية" الأخرى كمصادر لمنشوراتها بنسبة 11.11% وهي عبارة عن أخبار لها علاقة بالقضايا التي تهتم بها الصفحة يتم نشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة وخاصة منها وكالات الأنباء.

صفحة "ثوري" اعتمدت كذلك على "الخبراء من إعلاميين و مثقفين في منشوراتها" بنسبة 10.53% ومن بينهم "نوال السعداوي" و"روان القحطاني" المعروفتان بأنهم ناشطتان في هذا المجال. إضافة إلى مصادر أخرى بنسب ضئيلة مثل نتائج التقارير وهي عبارة عن دراسات حول إحدى قضايا النسوية التي تهتم بها الصفحة.

✓ في حين توجهت صفحة "منظمة المرأة العربية" للإعتماد على المصادر التالية:

على خلاف صفحتي "النسوية وثوري"، توجهت صفحة المنظمة لاستخدام "وسائل الإعلام التقليدية" المختلفة كمصدر أول لمنشوراتها وبنسبة 33.75% وهي عبارة عن أخبار وتقارير إعلامية للنشاطات الرسمية وغير الرسمية التي تعمل على إنجازها المنظمة وفروعها في الدول العربية، بشأن قضايا معينة تتعلق أساساً بتعزيز حقوق المرأة وتمكينها وإدماجها في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والسياسية ومناهضة كافة أشكال العنف ضدها.

كما جاء اعتماد الصفحة كذلك على "منظمات المجتمع المدني" كمصادر لمنشوراتها بنسبة 20% ومن بين هذه المنظمات التي كانت حاضرة كمصدر قوي في منشورات الصفحة "مجلس سيدات أعمال الشارقة" و"الجمعية الوطنية للمرأة اليمنية"، و"جمعية العدالة المجتمعية بدولة الأردن".

ليأتي مديري الصفحة "ادمن" في المرتبة الثالثة بنسبة 18.75% وكانت هذه المنشورات أيضاً عبارة عن تغطية إخبارية لمختلف النشاطات التي تشرف عليها أو تشارك فيها منظمة المرأة العربية مثل المؤتمرات والندوات والأيام الدراسية والدورات التدريبية.

لتنوع باقي النسبة على مصادر أخرى بنسب متفاوتة، ومن بينها الهيئات الحكومية بنسبة 10%، إذ تقوم الصفحة بنشر أخبار حول نشاطات جهات رسمية وهيئات حكومية تهتم بالمرأة ومن أمثلة ذلك المديرية العامة للتربية والتعليم العمانية والجامعة الأهلية بالبحرين ووزارة الدولة لشؤون المرأة اللبنانية.

الجدول رقم (17): إجمالي نسب القيم المتضمنة في منشورات ومضامين صفحات النسوية عينة الدراسة

المجموع		القيم	
%	ت		
04.26%	27	الحرية	البعد الإيجابي للقيم
09.95%	63	العدل	
04.42%	28	النجاح	
04.89%	31	التفوق	
01.73%	11	العلم	
07.58%	48	العمل	
-	-	العفة والحياء	
06.31%	40	الانجاز	
15.16%	96	الاعتراف الاجتماعي	
-	-	احترام التنوع الثقافي	
-	-	احترام الأديان	
01.89%	12	أخرى	
03.94%	25	السفور	
10.58%	67	التمرد ضد قيم الدين	
04.43%	28	رفض القوامة	
10.27%	65	التحرر	
02.05%	13	عدم الاحترام	
00.94%	06	التفتح السلبي على الآخر	
05.05%	32	الصراع مع الرجل	
02.05%	13	العنف بأنواعه	
01.26%	08	الزنا	
01.42%	09	تبادل الأدوار مع الرجل	
01.73%	11	أخرى	
100%	633	المجموع	

يعكس الجدول رقم (17) أنواع القيم المتضمنة في منشورات الصفحات موضوع الدراسة، وتعتبر فئة القيم الأكثر صعوبة في التداول من بين الفئات الأخرى في مجال تحليل المضمون لما لها من خصوصية في الطرح، ولقد حاولت الباحثة إيجاد تصنيف مناسب بما يخدم أهداف الدراسة، حيث تم تقسيم القيم إلى صنفين رئيسيين مثلما يوضح الجدول: البعد الإيجابي للقيم والبعد السلبي، يتضمن كل تقسيم مجموعة من القيم الجزئية التي استطاعت الباحثة الوصول إليها .

وتظهر نتائج الجدول بأن هناك توزيعاً متبايناً في نسب القيم المتضمنة في منشورات الصفحات محل الدراسة، ويعود هذا التباين لكون هذه الصفحات سعت إلى إظهار قيم معينة على حساب أخرى من أجل تحقيق الأهداف التي من أجلها تم إنشاؤها، وفي الوقت نفسه ظهر أيضاً من خلال نتائج الجدول تنوعاً كبيراً في القيم المبرزة عبر منشورات الصفحات المدروسة. ولقد جاءت القيم ذات البعد الإيجابي أكثر بروزاً من القيم ذات البعد السلبي مع تفاوت طفيف في النسب الدالة على ذلك.

فالنسبة للبعد الإيجابي للقيم، جاءت قيمة الاعتراف الاجتماعي كأبرز قيمة في منشورات الصفحات بأكثر نسبة قدرت بـ 15.16% من إجمالي القيم المتضمنة، ويمكن اعتبار هذه النتيجة منطقية كون أن الصفحات النسوية موضوع الدراسة تسعى من خلال منشوراتها إلى الحصول على الاعتراف الاجتماعي بشأن حقوق وحرية العنصر النسوي في البلدان العربية والتي لا تعترف بها العادات والتقاليد في هذه البلدان ناهيك عن التشريعات والقوانين. وقد اتضح ذلك جلياً من خلال مجموع المنشورات المقتبسة كأمثلة في الجداول السابقة وفي سياق الحديث عن الاعتراف لا يمكننا أن نتجاوز براديجم "الاعتراف" عن "أكسل هونيث" الذي ينطلق من أن علاقة الذات مع الآخر مبنية على اعتراف الذات بحرية باقي الذوات وكرامتها اعترافاً متبادلاً فالمساواة المطلقة بالنسبة لذاتها ليست بالأساس مساواة مباشرة ولكنها مساواة تتكون من خلال إلغاء المساواة الحسية المباشرة التي تتعرض بهذا الشكل مع أنا آخر كأننا حر ومستقل عن المحسوس، هكذا يتم تأمل الوعي بالذات كمطابق لمفهومه وبما أنه يعترف بواقعية الأنا فإنه من المستحيل أن لا يتم الاعتراف به.. ويضيف "هونيث" على لسان "هيغل" بأن مفهوم الاعتراف ليس ممكناً إلا حين يقوم الموضوع الآخر في ذاته لصالح الأول، كما يقوم الأول بنفس الشيء لصالح الثاني، فهذا يعني أن هناك عملية مزدوجة، عملية الآخر وعملية الذات¹

¹ - دهماني حنان، نظرية الاعتراف كبراديجم لتغيير المجتمع، أكسيل هونيث أمودجا، مجلة دراسات، العدد 4، جامعة قسنطينة2، جوان 2016،

كما ظهرت قيمة العدل في المرتبة الثانية ضمن هذا الصنف وبنسبة 9.95%، وهي نسبة لباس بها مقارنة بالنسب الأخرى، بما أن المسعى الظاهر لصفحات النسوية الذي تنادي به من خلال مختلف منشوراتها هو المساواة بين الرجل والمرأة في كافة الحقوق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والقانونية، وبذ كافة أشكال التفرقة والتمييز والاضطهاد.

إضافة لذلك تبين بروز قيم أخرى ضمن تصنيف البعد الإيجابي للقيم بنسب متفاوتة وهي العمل بنسبة 7.58% والإنجاز بنسبة 6.31% والتفوق بنسبة 4.89% والنجاح والحرية والعلم بنسب ضئيلة مقارنة بسابقتها، كما نلاحظ من خلال نتائج الجدول بان هناك تغييرا كبيرا لقيمة احترام الأديان والتنوع الثقافي، كون هذه الصفحات ذات توجه واحد هو رفض الأديان والظلم في تعليماتها خاصة الدين الإسلامي الذي عمدت منشورات الصفحات موضوع الدراسة على الظلم في مختلف أحكامه وتعليماته المرتبطة بموضوع المرأة.

أما بخصوص البعد السلبي للقيم، فقد أظهرت نتائج الجدول بأن قيمة التمرد ضد قيم الدين احتلت المرتبة الأولى بنسبة 10.58% وهذا من خلال مختلف المنشورات الداعية إلى التمرد على التعاليم والأحكام الدينية خاصة الإسلامية منها المتعلقة بالمواضيع التي تكون المرأة جزءا منها مثل تعدد الزوجات والميراث والزنا والحجاب وغيرها، حيث أن هذه المنشورات تدعو إلى رفضها صراحة والظلم فيها وعدم الامتثال بها.

كما جاءت في المرتبة الثانية قيمة التحرر بنسبة 10.27% وذلك في المنشورات الداعية إلى إعادة الحقوق المسلوقة من المرأة والقضاء على الأفكار التي تنظم المجتمع على أساس سلطوي ذكوري، ومفهوم التحرر في هذه الصفحات هو تحرر المرأة عن كافة قيود الدين والمجتمع والأسرة وقيود السلطة الذكورية. إضافة إلى ظهور قيم أخرى بنسب ضئيلة مثل الصراع مع الرجل بنسبة 5.05% ورفض القوامة بنسبة 4.43% والعنف بنسبة 2.05% والزنا بنسبة 0.26%.

استنادا لما سبق طرحه وبالرجوع للنسب الواردة في الجدول، نستنتج توزيع القيم بصنفيها الإيجابي والسلبي في مضامين صفحات النسوية المحللة بنسب متفاوتة تفاوتنا طفيفا لا يعبر عن الاختلاف، فمن جهة تركزت قيم الاعتراف الاجتماعي والمطالبة بالمساواة والعدل والعمل والإنجاز كقيم نادرة الوجود في مجتمعاتنا، تضمنتها المنشورات التي تنادي بضرورة المساواة والعدل بين الجنسين في العمل والعلم والتمكين، ومن جهة أخرى وباستغلال المطالبة بالقيم الإيجابية السالفة الذكر يتضح جليا بروز القيم السلبية المتمثلة في التحرر والتمرد ضد تعاليم الدين والصراع مع الرجل بغية تحقيق والوصول إلى العدل والمساواة خاصة في مجتمعاتنا العربية، فمن أجل تحقيق العدل والمساواة لا بد من الصراع مع الرجل، والخروج عن العادات والتقاليد وأعراف مجتمعاتنا العربية،

وكذا عدم الامتثال لتشريعات الدين الإسلامي والخروج عن نصوصه وهذا ما توصلت إليه الباحثة من خلال الدراسة الاثنوغرافية¹ التي قامت بها ويمكن الاستدلال بنتائجها، أين برز تمركز القيم السلبية في خطاب ومضامين صفحات النسوية عبر الفيسبوك بطابع ايجابي مغطى بمطالب العدل والمساواة والاعتراف الاجتماعي ومحاربة العنف والاضطهاد الذي تعاني منه المرأة العربية . وذلك بمحاربة والتمرد عن كافة تعاليم وشريعة الدين الإسلامي والدعوة للتحرر والسفور ورفض القوامة والانفتاح السليبي على الآخر من منطلق تعسف تشريعات الدين الإسلامي بحقوق المرأة وإنزاله من مكانتها مقارنة بالرجل وطمس حريتها وجعلها مرتبطة بالشهوة والغريزة والعورة دائما.

الجدول رقم (18): توزيع تكرارات ونسب القيم المتضمنة في منشورات ومضامين صفحات النسوية حسب كل صفحة

منظمة المرأة العربية		ثوري		النسوية		القيم	
%	ت	%	ت	%	ت		
-	-	06.57%	19	03.84%	08	الحرية	البعد الإيجابي للقيم
08.89%	12	10.72%	31	09.57%	20	العدل	
08.14%	11	02.07%	06	05.26%	11	النجاح	
08.89%	12	02.42%	07	05.74%	12	التفوق	
02.22%	03	-	-	03.82%	08	العلم	
28.88%	39	-	-	04.31%	09	العمل	
-	-	-	-	-	-	العفة والحياء	
17.77%	24	03.11%	09	03.34%	07	الانجاز	
23.70%	32	08.30%	24	19.13%	40	الاعتراف الاجتماعي	
-	-	-	-	-	-	احترام التنوع الثقافي	
-	-	-	-	-	-	احترام الأديان	
01.48%	02	02.07%	06	01.91%	04	أخرى	
-	-	08.65%	25	-	-	السفور	
-	-	17.99%	52	07.17%	15	التمرد ضد قيم الدين	
-	-	04.15%	12	07.65%	16	رفض القوامة	
-	-	17.64%	51	06.69%	14	التحرر	

¹ - ناريمان حداد، تمنلات الحركة النسوية العربية عبر الفيسبوك، مرجع سبق ذكره.

-	-	02.07%	06	03.34%	07	عدم الاحترام
-	-	01.04%	03	01.43%	03	التفتح السلبي على الآخر
-	-	04.50%	13	09.09%	19	الصراع مع الرجل
-	-	03.46%	10	01.43%	03	العنف بأنواعه
-	-	02.77%	08	-	-	الزنا
-	-	01.38%	04	02.39%	05	تبادل الأدوار مع الرجل
-	-	01.04%	03	03.82%	08	أخرى
100%	135	100%	289	100%	209	المجموع

يمثل الجدول رقم (18) تكرارات ونسب أنواع القيم التي تضمنتها كل صفحة من صفحات النسوية محل الدراسة. ويتضح من خلال النتائج الواردة في الجدول اختلاف في توزيع القيم المتضمنة في منشورات وتدوينات الصفحات الثلاثة، حيث توجهت صفحة "النسوية" للتنوع في تضمين القيم الايجابية والسلبية في منشوراتها وكانت القيم الايجابية أكثر بروزا بقليل من القيم السلبية، واكتفت صفحة "منظمة المرأة العربية" بإبراز القيم الإيجابية فقط في منشوراتها، وعلى خلاف الصفحتين توجهت "ثوري" لتضمين القيم السلبية أكثر بكثير من القيم الايجابية في منشوراتها وكان هذا الأمر متوقع استنادا لخطابها الموجه الذي يعتره نوع من الجرأة و الصراحة التامة في المعاداة لتعاليم الشريعة الإسلامية والدعوة الصريحة للتحرر والسفور في منشوراتها.

✓ فالنسبة لصفحة "النسوية".

فقد تضمنت منشوراتها العديد من القيم وبنسب متفاوتة، ففي البعد الايجابي للقيم ظهرت "قيمة الاعتراف الاجتماعي" في المرتبة الأولى بنسبة 19.13%، وكان ذلك في مختلف منشوراتها التي تعكس توجهاتها، فهي تسعى إلى انتزاع الاعتراف الاجتماعي لمختلف حقوق المرأة حسب نظرها وهذا بشأن مختلف حقوق المرأة التي تنادي بها الصفحة، من تحرر ومساواة ومختلف الحقوق الأخرى.

كما تضمنت منشورات صفحة "النسوية" قيمة العدل بنسبة 9.57%، وهو أمر منطقي أيضا، كون الصفحة تنادي إلى العدل بين الرجل والمرأة، ولو أن هناك خلطا مفاهيميا بين مفهوم العدل ومفهوم المساواة بين الجنسين، فعلى سبيل المثال فان الصفحة تنادي إلى المساواة في الميراث بين الجنسين في المجتمعات العربية والإسلامية التي تستمد قانون الميراث من الشريعة الإسلامية، وتذهب الصفحة من خلال مطالبتها لرفض مبدأ "للذكر مثل حظ الأنثيين" الوارد في القرآن كمصدر للتشريع، في وقت يرى أصحاب التوجه الإسلامي بأن قانون الميراث عادل في

تقسيمه رغم عدم المساواة في المقدار الموروث، كما تنادي منشورات الصفحة بضرورة أن يكون للجنسين نفس الحقوق والموارد والفرص المتاحة والحماية القانونية والحرية في كل شيء في بيئة تربت على أن القوامة للرجل. وبرزت كذلك "قيمة التفوق" في منشورات الصفحة ونسبة 5.74%، من خلال منشورات تتضمن نماذج لتفوق المرأة ونجاحها في عديد المجالات والدعوات إلى ضرورة التضحية والمثابرة لتحقيق الأهداف التي تصبوا إليها كل امرأة، كما ظهرت قيم أخرى ضمن هذا التصنيف مثل النجاح بنسبة 5.86% والعمل بنسبة 4.31%. أما البعد السليبي للقيم، تضمن منشورات صفحة "النسوية" "قيمة الصراع مع الرجل" بنسبة 9.09%، فمنشورات الصفحة توجه أصابع الاتهام إلى الرجل أو ما تصفه بالسلطة الذكورية التي تقف حائلا دون حصول النساء على حقوقهن كاملة وبتضييق الخناق عليهن في مختلف المجالات من الأسرة إلى العمل، وتحميلها مسؤولية التقييد والحرمان والعنف.

وهو الأمر الذي ينطبق تقريبا على "قيمة رفض القوامة" التي ظهرت في منشورات الصفحة بنسبة 7.65% فالصراع مع الرجل هو صراع حول النفوذ والهيمنة والقوامة، فمنشورات الصفحة ترفض قوامة الرجل الواردة في التعاليم الإسلامية، والظاهرة - غالبا - في المجتمعات العربية الإسلامية كما تنادي به النسوية الغربية ذات المنشأ العلماني، وتريد أن تتولى المرأة رعاية نفسها دون الحاجة لأن يفعل الرجل ذلك، بل أن بعض المنشورات تتهم الدين صراحة وتحميله الظلم الذي لحق بالنساء وتعتبر قوامة الرجل تمييزا وظلما.

وفي سياق مشابه أيضا ظهرت قيمة "التمرد ضد قيم الدين" بنسبة 7.17%، بداية في رفض قوامة الرجل كما أشرنا إلى ذلك، إلى التمرد على القيم والتعاليم الأخرى مثل الحجاب وتعدد الزوجات وتقسيم الميراث وغيرها. كما ظهرت كذلك قيم أخرى ضمن هذا التصنيف كما هو موضح في الجدول، مثل التحرر بنسبة 6.69% وعدم الاحترام بنسبة 3.34% وقيم أخرى بنسب ضئيلة.

✓ أما القيم المتضمنة في منشورات صفحة "ثوري".

وعلى خلاف الصفحة السابقة تضمنت منشورات صفحة ثوري العديد من القيم ضمن التصنيفين، إلا أن بروز القيم السلبية كان متصدرا لقائمة القيم المتضمنة في منشوراتها بنسب أعلى من القيم الإيجابية، ففي البعد الإيجابي للقيم ظهرت قيمة العدل بنسبة 10.72% والتي سعت الصفحة إلى إبرازها كذلك من خلال المنشورات التي تتحدث عن المساواة بين احتياجات وتطلعات الجنسين وحتى تقييم سلوكياتهم، ويمكن الاستشهاد ببعض منشورات الصفحة التي تحدثت عن ضرورة المساواة بين الأفراد بالنظر إلى سلوكياتهم وتقييمها على أنها ليست حكرًا على نوع معين مثل سلوك التدخين وبعض الأعمال والوظائف التي سادت نمطية التفكير على أنها حكر على

الرجل دون المرأة، وذهبت للإقتداء ببعض نماذج النساء اللواتي قمن بها كدليل على أن المرأة باستطاعتها القيام بأي شيء مثلها مثل الرجل.

كما ظهرت أيضا "قيمة الاعتراف الاجتماعي" في المرتبة الثانية ضمن هذا التصنيف بنسبة 8.30% من إجمالي القيم، وبنفس توجه "صفحة النسوية" دأبت الصفحة على تقديم منشورات تدعو الى ضرورة النضال من أجل انتزاع الاعتراف لمجموعة المطالب التي تنادي بها.

وتضمنت منشورات صفحة "ثوري" كذلك "قيمة الحرية" بنسبة 6.57% إذ أنها تنادي بضرورة أن تكون المرأة قادرة على فعل أي شيء واتخاذ أي قرار بإرادة كاملة ودون أي شكل من أشكال الجبر أو التأثير من سلطة الأسرة والمجتمع أو العادات والتقاليد. وإضافة إلى ذلك تضمن هذا التصنيف قيما أخرى ظهرت في منشورات الصفحة بنسب ضئيلة مثل قيمة الانجاز، قيمة النجاح، وقيمة التفوق.

أما البعد السلبي للقيم والتي كانت لها النسبة الأكبر في الظهور عبر منشورات الصفحة، جاءت قيمة "التمرد ضد قيم الدين" في الترتيب الأول من إجمالي القيم المتضمنة في الصفحة بنسبة 17.99%، حيث تناولت منشوراتها هجمات لاذعة ضد تعاليم الدين الإسلامي، في المواضيع التي تتعلق بالحجاب بدرجة أولى، ومواضيع أخرى مثل الميراث والقوامة وختان النساء وتعدد الزوجات ونظرة الدين للمرأة بصفة عامة.

تلتها مباشرة وبنسبة قريبة جدا "قيمة التحرر" وقدرت بـ 17.64% وهي قيمة مرتبطة كذلك بالتمرد ضد قيم الدين والتمرد على الأسرة وعلى العادات والتقاليد وقيم المجتمع وغيرها، والدعوة إلى التحرر مما سمته بالقيود الدينية والاجتماعية.

وإضافة إلى ذلك، جاءت "قيمة السفور" في الترتيب الثالث من إجمالي القيم المتضمنة في منشورات الصفحة بنسبة 8.65% بجميع أنواع التعابير والإيحاءات من نصوص وصور وغيرها صراحة إلى رفض اللباس الإسلامي للمرأة العربية من حجاب ونقاب، بحجة أنه تقييد لحرية داعية في مقابل ذلك إلى التعري والسفور كنوع من أنواع الحرية في الاختيار والحياة. لترتب باقي القيم ذات البعد السلبي المتضمنة في منشورات صفحة "ثوري" بنسب ضئيلة متتالية مثل قيمة الصراع مع الرجل، رفض القوامة، العنف، والزنا التي لم تظهر في منشورات صفحة النسوية إطلاقا.

✓ وبالنسبة لصفحة "منظمة المرأة العربية".

فتوضح نتائج الجدول بأنه وعلى خلاف الصفحتين الأولى والثانية، فإن البعد السلبي للقيم لم يظهر إطلاقا في منشورات صفحة "منظمة المرأة العربية"، فباعتبارها صفحة رسمية لهيأة تابعة لجهة حكومية فهي تركز على طرح

كل ما هو ايجابي في مجال دعم المرأة وقضاياها في مختلف المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية والقانونية، وتمنية الوعي بها في أوساط الحكومات والمجتمعات العربية. والابتعاد عن كل ما هو سلبى من شأنه أن يحدث الخلل الوظيفي داخل المجتمع. بمناقضته لقيم المجتمع وعاداته وتقاليده، أو الخروج عن شريعة الدين الإسلامي للدول العربية، حيث كانت منشوراتها عبارة عن خطاب معتدل يطرح مفاهيم تمكين المرأة في الحياة الاجتماعية دون المساس بقيم المجتمع وعقيدته.

وفي البعد الايجابي للقيم، ظهرت "قيمة العمل" بنسبة 28.88% في المنشورات التي تشجع المرأة على اقتحامها عالم الشغل وفي كافة المجالات خاصة منها المناصب القيادية، كما جاءت قيمة "الاعتراف الاجتماعي" بنسبة 23.70% وهو الاعتراف بحق المرأة في ولوج عالم الشغل وعالم السياسة وتبوأ أحسن المناصب والمشاركة في التغيير والتنمية، وفي المركز الثالث، تضمنت منشورات صفحة "منظمة المرأة العربية" "قيمة الانجاز" بنسبة 17.77% ثم "قيمة التفوق" بنسبة 8.89% لترتب باقي النسبة على بقية القيم بنسب متقاربة نوعا ما.

الجدول رقم (19): أهداف ووظائف مضامين وصفحات النسوية عينة الدراسة

المجموع		الهدف
%	ت	
19.34%	117	نشر الفكر النسوي
26.61%	161	طرح قضايا النسوية
11.40%	69	معالجة قضايا نسوية
07.93%	48	إيجاد حلول لقضايا نسوية
12.89%	78	الدعوة للفكر النسوي
10.41%	63	نشر الوعي بقضايا المرأة
06.78%	41	التعريف بالفكر النسوي
04.62%	28	أخرى
100%	605	المجموع

يمثل الجدول رقم (19) إجمالي نسب الأهداف التي تصبوا إليها صفحات النسوية من خلال المنشورات التي تطرحها عبر منصاتهما، والوظائف التي تقوم بها بغية تحقيق التغيير، ويتضح لنا من خلال النتائج الواردة فيه أن هناك تنوعا فيها، مع تباين طفيف في النسب.

فيتضح بروز أكثر هدفين بنسب كبيرة مقارنة مع الأهداف والوظائف الأخرى، وتجسد في تمرکز هدف "طرح قضايا النسوية" في الترتيب الأول بنسبة 26.61% من إجمالي نسب الأهداف عامة، من خلال سعي الصفحات إلى طرح وتناول مختلف القضايا النسوية، الذي يعكس ويترجم الهدف الأول والأساسي من إنشاء هذه الأخيرة والذي يتضمن مواضيع وقضايا المرأة وتناولها بالمعالجة والتحليل من أجل لفت الانتباه إليها، ويمكن الجزم أيضاً أن الصفحات سعت لتحقيق هذا الهدف بشكل مباشر وجلي، بمنشورات صريحة تطرح وتتناول مختلف هذه القضايا التي سبق وأن تطرقنا إليها بنتائج الجدول المتعلق بفترة الموضوع "اجتماعية، سياسية، دينية، واقتصادية" أين اتضح بصورة جلية كيفية طرح هذه الصفحات للمواضيع والاستشهاد بأمثلة من الواقع والتمثيل بها .

يليه في المرتبة الثانية هدف "نشر الفكر النسوي" بنسبة 19.34% ويمكن اعتبار هذا الهدف خفي أكثر منه ظاهر في منشورات الصفحات المدروسة بصفة مباشرة، أي الترويج للفكر النسوي بشكل غير مباشر وغير صريح، ويمكن اعتباره أيضاً من بين الأهداف الرئيسية التي أنشأت من أجلها صفحات "النسوية"، بغية نقل الفكر النسوي من المجتمعات الغربية إلى المجتمعات العربية، بإتباع عدة أساليب منها الحجج والبراهين ومختلف الاستمالات الاقناعية الأخرى التي سبق أيضاً التوصل والإشارة إليها من خلال نتائج الجدول المتعلق بالاستمالات والدعائم المستخدمة، أين كانت الصفحات في مجملها تميل للحجج والبراهين العقلية لمخاطبة الجماهير بالمنطق ومحاولة إقناعهم لحشد أكبر قدر ممكن من التابعين لهذا الفكر.

ثم يليه في الترتيب الثالث من إجمالي الأهداف "الدعوة للفكر النسوي" بنسبة 12.89% وهو هدف يتقاطع مع الهدف السابق لكنه يختلف عنه من حيث تناول، ففي هذه الحالة تدعو الصفحات صراحة عبر منشوراتها لاعتناق هذا التوجه أو التيار الفكري كمنفذ للنهوض بواقع المرأة العربية على اعتبار انه التيار الفكري الذي دأب على الدعوة للمطالبة بحقوق المرأة على مر السنين وفق تياراته الفكرية كما سبق وأشرنا في الإطار النظري للدراسة¹. إضافة إلى ما سبق فإن صفحات النسوية محل الدراسة سعت إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الأخرى بنسب ضئيلة ومتقاربة جاءت موزعة على التوالي "معالجة قضايا النسوية" بنسبة 11.40% و"نشر الوعي بقضايا المرأة" بنسبة 10.41% و"إيجاد حلول لقضايا نسوية" بنسبة 7.93% .

¹ - للمزيد يمكن الإطلاع على الجانب النظري التوثيقي للدراسة، الفصل المتعلق بالحركة النسوية، عنصر الخلفية المعرفية للحركة النسوية في العالم والوطن العربي.

الجدول رقم (20): تكرارات ونسب أهداف ووظائف مضامين وصفحات النسوية حسب كل صفحة

منظمة المرأة العربية		ثوري		النسوية		الهدف
%	ت	%	ت	%	ت	
%19.44	35	%23.42	52	%14.77	30	نشر الفكر النسوي
%23.89	43	%30.18	67	%25.12	51	طرح قضايا النسوية
%18.33	33	%05.40	12	%11.82	24	معالجة قضايا نسوية
%11.11	20	%04.05	09	%09.36	19	ايجاد حلول لقضايا نسوية
%08.89	16	%12.16	27	%17.24	35	الدعوة للفكر النسوي
%08.33	15	%12.16	27	%10.34	21	نشر الوعي بقضايا المرأة
%03.88	07	%09.91	22	%05.91	12	التعريف بالفكر النسوي
%06.11	11	%02.70	06	%05.42	11	أخرى
%100	180	%100	222	%100	203	المجموع

يوضح الجدول رقم (20) توزيع تكرارات ونسب أهداف ووظائف صفحات النسوية المدروسة، حسب كل صفحة، ويتبين من خلال النتائج الواردة في الجدول اتفاق في توجه الصفحات الثلاثة نحو طرح قضايا النسوية، ونشر الفكر النسوي، ومعالجة قضايا المرأة بأعلى النسب، وترجم هذه النتيجة الهدف الأساسي من إيجاد هذه الصفحات عبر فضاء الإعلام الإلكتروني الذي يقدم لهم مساحة من الحرية في الطرح والمعالجة وحشد أكبر قدر ممكن من التابعين لهذا الفكر ومحاولة دفع الوضع نحو حركة من التغيير للأوضاع التي تعاني منها المرأة العربية خاصة النواحي الاجتماعية وفيما يلي تفصيل للأهداف حسب كل صفحة:

✓ فالنسبة لأهداف ووظائف صفحة "النسوية".

نلاحظ من خلال النسب والنتائج الواردة في الجدول ظهور هدف "طرح قضايا النسوية" في الترتيب الأول بنسبة 25.12 %، من إجمالي أهداف الصفحة، حيث تصبو من خلال منشوراتها إلى طرح وتقديم مختلف قضايا النسوية والمرأة في المجتمع. بمجالاتها وتصنيفاتها التي سبق وأن تطرقنا إليها من خلال نتائج جدول فئة القضايا والمواضيع، أين توصلنا لبروز القضايا الاجتماعية بصفة أكبر وتقدمها بشكل مباشر وصريح ضمن منشوراتها¹،

¹ - يمكن الرجوع للجدول المتعلق فئة طبيعة القضايا المواضيع المنشورة عبر صفحات النسوية المدروسة

بغية تسليط الضوء على أهمية هذه القضايا سواء من طرف النساء بحكم أنها تمس إهتماماتهن أو بقية شرائح المجتمع والجهات المعنية.

ليظهر في الترتيب الثاني هدف "الدعوة للفكر النسوي" بنسبة 17.24%، وتجسد عبر منشورات الصفحة التي يقوم مديرها والصفحة والقائمين عليها من خلالها بدعوة جمهور الصفحة ومتابعيها وحتى باقي الأفراد في المجتمع لاعتناق الفكر والتيار النسوي والذي تنبثق منه مجموعة من الأفكار الأخرى المتضمنة في طيات هذه المنشورات ومن بينها التمرد على الدين والمجتمع والعادات والتقاليد وإلغاء مؤسسة الزواج واستبدال اسم الزوج بالشريك بما يكرس مبدأ المساواة ويرفض الطبقية والسيادة الذكورية، وإلغاء دور المرأة في تربية الأولاد والقيام بمختلف الأشغال المنزلية والمناداة بالمساواة بينها وبين الشريك في كل الواجبات المنزلية. ما نتج عنه بالضرورة "نشر الفكر النسوي" بطريقة غير مباشرة، واستنادا لذلك ترتب هذا الهدف مباشرة بعد "الدعوة للفكر النسوي"، بنسبة 14.77%، في توجه من الصفحة لتحقيق هذا الهدف باستخدام استمالات اقناعية عقلية وعاطفية ومن دون الدعوة إلى ذلك صراحة كما في الهدف السابق ويمكن الاستدلال على هذه النتيجة بما توصلنا إليه من خلال الجدول المتعلق بالدعائم المستخدمة وجملة الاقتباسات من الصفحات عين الدراسة¹.

لتظهر باقي الأهداف في الصفحة تاليا بنسب متقاربة نوعا ما، حيث جاء هدف "معالجة قضايا نسوية" بنسبة 11.82% وتجسد هذا الهدف في منشورات الصفحة التي تتطرق إلى قضية معينة وإبداء وجهة النظر بشأنها وفتح النقاش حولها مع جمهور الصفحة والمتابعين لها عبر تعليقاتهم مثل قضايا العنف والتحرش وغيرها من المواضيع التي سبق الإشارة إليها في جدول فئة القضايا والمواضيع في التفاتة من مسيري الصفحة لمعرفة آراء وتوجهات جمهورها هل هي مساندة لهم أم معارضة ويمكن التفصيل أكثر في هذه النقطة في الجدول المتعلق بفئة تعليقات الجمهور المتفاعلين مع صفحات النسوية محل الدراسة، إضافة إلى هدف "نشر الوعي بقضايا المرأة" بنسبة 10.34%، و"إيجاد حلول لقضايا نسوية بنسبة 9.36%، وأهداف أخرى بنسب ضئيلة.

✓ أما صفحة "ثوري".

بنفس نتائج صفحة النسوية نلاحظ من خلال الجدول توجه صفحة "ثوري" لتحقيق هدف "طرح قضايا نسوية" كأهم أهدافها حيث تركز في الترتيب الأول بنسبة 30.18% من إجمالي أهداف الصفحة، وينطبق على هذه النتيجة ما قيل عن الصفحة الأولى غير أن هناك اختلافا بسيطا في القضايا والمواضيع المطروحة مثلما وقفنا على ذلك فيما سبق. ثم يليه هدف "نشر الفكر النسوي" بنسبة 23.42% وهو من بين الأهداف الأساسية

¹ - للمزيد يمكن الرجوع في هذا الفصل إلى الجدول المتعلق بالاستمالات والدعائم المتضمنة في صفحات النسوية محل الدراسة

لإنشاء الصفحة وذلك أيضا باستخدام أساليب الإقناع المختلفة من أجل تمرير ونشر أفكار هذا التوجه والتيار الغربي إلى المجتمعات العربية العربية. كأهم هدفين للصفحة بأعلى النسب كما نلاحظ ترتب باقي الأهداف بنسب متتالية حيث جاء هدف "الدعوة للفكر النسوي" و"نشر الوعي بقضايا المرأة" بالنسبة نفسها والمقدرة بـ 12.16% لكليهما، أين تجسد سعي الصفحة لتحقيق هدف "الدعوة للفكر النسوي" من خلال منشورات تدعو -مثلما ذكرنا من قبل- إلى اعتناق الفكر النسوي وما يدعوا إليه، في حين ظهر هدف "نشر الوعي بقضايا المرأة" من خلال المنشورات التي تلفت الانتباه إلى أهمية الوعي بقضايا المرأة المختلفة ووضعها في خانة أولويات الحكومات والمجتمعات العربية، ويمكن الاستدلال على هذه النتيجة بالشعار التعريفي الذي جاء في التعريف بالصفحة من قبل منشئها بأنها "صفحة للدفاع عن حقوق المرأة ضد ما يقف أمام حريتها الشخصية واختياراتها لأسلوب حياتها".

ومن بين أهداف ووظائف صفحة "ثوري" أيضا "التعريف بالفكر النسوي" والذي قدرت سبته بـ 9.91% وتجسد هذا الهدف في منشورات وفق ما يتوافق وآراء وأفكار القائمين عليها، خاصة وقد توصلنا إلى أنهم يعتبرون المصدر الأول الأساسي في المواضيع والمنشورات المقدمة فيها حسب نتائج الجدول المتعلق بمصادر مضامين الصفحات المدروسة¹ خاصة إذا علمنا بأن الفكر النسوي في حد ذاته هو مجموعة مختلفة من النظريات والرؤى والحركات والفلسفات التي تحركها دوافع متعلقة بقضايا المرأة. كما سعت صفحة "ثوري" لتحقيق أهداف أخرى بنسبة ضئيلة مثل معالجة قضايا نسوية وإيجاد حلول لقضايا النسوية.

✓ وبالنسبة لأهداف ووظائف صفحة "منظمة المرأة العربية".

نلاحظ من خلال النسب والتكرارات الواردة في الجدول أعلاه اتفاق صفحة منظمة المرأة العربية مع الصفحتين الأولى والثانية في التوجه نحو تحقيق هدف "طرح قضايا النسوية" بالدرجة الأولى حيث تمثلت نسبته بـ 23.89%، من إجمالي نسب أهداف الصفحة وهي نفس النتيجة حسب صفحتي "ثوري والنسوية"، إلا أن وجه الاختلاف بين الصفحات الثلاثة، يقع في طبيعة المواضيع والقضايا التي تسعى الصفحة لطرحه وتناوله عبر منصتها، فكما توصلنا سابقا استنادا لنتائج الجدول المتعلق بفئة القضايا والمواضيع المتناولة، فإن صفحة المنظمة تتوجه للاهتمام بالقضايا السياسية بالدرجة الأولى في حين تتوجه الصفحتين الأخريين للاهتمام بالقضايا الاجتماعية أكثر.

¹ - للمزيد يمكن الرجوع للجدول المتعلق بمصادر منشورات الصفحات محل الدراسة التحليلية

يليه مباشرة وبنسبة قريبة نوعا ما سعي الصفحة لتحقيق هدف "نشر الفكر النسوي" بنسبة 19.44%، وتجسد هذا الهدف أيضا بطريقة ضمنية غير مباشرة من خلال تمرير هذه الأفكار ضمن منشوراتها المختلفة. ثم يأتي هدف "معالجة قضايا النسوية" بنسبة 18.33% في الترتيب الثالث، من خلال التطرق لمنشورات تثبت عمل دور منظمة المرأة العربية وفروعها على أرض الواقع بدراسة قضايا المرأة وإعطائها حيزا من الأهمية بغية إيجاد حلول لها خاصة تلك المواضيع والقضايا التي تشكل مشكلات ومعاناة المرأة في بعض المناطق في الدول العربية، ويمكن الاستدلال على هذه النقطة بنتائج الجدول حيث ترتب هدف "إيجاد حلول لقضايا النسوية والمرأة" عبر الصفحة مباشرة بعد هدف "معالجة قضايا النسوية" وهي نسبة مرتفعة مقارنة بظهور هذا الهدف في الصفحتين السابقتين، حيث تسعى منظمة المرأة العربية إلى النهوض بمختلف قضايا المرأة العربية في كافة مجالات الحياة مثلما جاء في تقديم الصفحة وهو ما يدخل ضمن إطار إيجاد الحلول لمشاكل وانشغالات المرأة في العالم العربي. كما تهدف الصفحة كذلك إلى "الدعوة للفكر النسوي" و"نشر الوعي بقضايا المرأة" وغيرها من الأهداف الأخرى بنسب ضئيلة.

انطلاقا مما سبق طرحه وبالرجوع للنسب الواردة في الجدول أعلاه واستنادا لنتائج الجداول السابقة المكتملة لبعضها البعض، نستنتج انه نتيجة لبعض الأوضاع المزرية التي مازالت تعاني منها معظم النساء في العديد من المناطق في العالم العربي، من أشكال الظلم والعنف والزواج القسري، وسلب طفولة الإناث بتزويجهن زواج قاصرات، والحرمان من التعليم، وظواهر التحرش والاعتصاب، وكذا محاولة تهميش المرأة وإقصائها الكامل عن المشاركة في الحياة السياسية والاقتصادية، دأبت هذه الصفحات الرسمية ممثلة في صفحة منظمة المرأة العربية، والغير الرسمية ممثلة في صفحتي "ثوري والنسوية" على العمل لتحقيق أهداف مشتركة تتجسد في طرح القضايا النسوية لتسليط الضوء عليها، ومحاوله شن حركة من نشر الفكر النسوي، لمحاولة رفع وعي المرأة بحقوقها من خلال هذا الفضاء الافتراضي الذي يتيح المجال للتعبير بحرية، ووضعها في طريق السعي لإعادة حقوقها والدفاع عن كرامتها وتمكينها اجتماعيا والتوحد بيد واحدة وفكرة واحدة نحو التغيير، وكان ذلك باختلاف في طريقة الطرح والمعالجة بين الصفحات ويعود ذلك كما سبق وذكرنا لتوجه ومسار الصفحة في حد ذاته.

الجدول رقم (21): الجمهور المستهدف بمنشورات ومضامين صفحات النسوية محل الدراسة:

الجمهور المستهدف		المجموع	
أفراد	نساء	ت	%
	رجال	77	17.62%
مؤسسات	هيئات حكومية	52	11.90%
	منظمات دولية	49	11.21%
	جمعيات	55	12.58%
المجموع		437	100%

يوضح الجدول رقم (21) إجمالي نسب الجمهور المستهدف بمنشورات ومضامين صفحات النسوية عينة الدراسة، حيث قامت الباحثة بتقسيم أنواع الجمهور إلى صنفين رئيسيين هما الأفراد والمؤسسات، ينقسم كل تصنيف إلى تصنيفات جزئية، ونلاحظ حسب نتائج الجدول أن صفحات النسوية محل الدراسة تستهدف جماهير متنوعة بنسب متقاربة، إلا أن فئة النساء كانت الأكثر استهدافاً بمنشوراتها بنسبة كبيرة تقارب النصف وقدرت بـ 46.68% من إجمالي الجماهير المستهدفة، وهي نتيجة منطقية ومتوقعة بحكم أن الصفحات نسوية ومن الطبيعي أن توجه رسائلها إلى فئة النساء بالدرجة الأولى لتوعيتهن بحقوقهن وحثهن على العمل لتغيير الواقع المعاش الذي يعانين فيه من الخوف والتهميش وعدم الاعتراف، وبالتالي نشر أفكارها وتحقيق الأهداف التي تطرقنا إليها سابقاً في فئة الأهداف والوظائف.

يليه مباشرة وبفارق واضح في النسب استهداف الصفحات المدروسة لفئة الرجال بنسبة 17.62%، بمنشوراتها أين ظهر هذا في بعض المنشورات باستخدام عبارة "المرأة النسوية والرجل النسوي"، فبالرغم من الصراع الواضح حسب هذا التيار الفكري بين النساء والرجال، ومطالبة النساء بالمساواة مع الرجال في الكثير من الأمور والقضايا وتوجيه أصابع الاتهام لهم حول الكثير من السلوكيات والمواضيع التي تعاني منها المرأة، إلا أنه هناك فئة من الرجال الذين يتبنون الفكر النسوي ويطالبون بحقوق المرأة، فأول من رفع لواء قضايا المرأة وتحريرها والمطالبة بإدماجها وتمكينها في العالم العربي في بدايات دخول الفكر النسوي الوطن العربي هم رجال أمثال "رفعة

الطهطاوي" و"محمد عبده" و"قاسم أمين" كما سبق وذكرنا في الجانب النظري للدراسة عندما تطرقنا للخلفية التاريخية لتطور الحركة النسوية في الوطن العربي¹

لتأتي فئة المؤسسات في التصنيف الثاني للجمهور المستهدف من قبل منشورات الصفحات المدروسة بعد فئة الأفراد، وبرز فيها إستهداف "الهيئات الحكومية" بنسبة 11.90%، من خلال المنشورات التي تدعو من خلالها الصفحات هذه الهيئات بضرورة النظر في الواقع الذي تعيشه المرأة العربية والاضطهاد والعنف والجرائم التي تلحقها ومناداتها بضرورة تشريع وسن قوانين جديدة لحماية فئة النساء من مختلف أشكال العنف وتجرم بعض السلوكيات كزواج القاصرات والختان والاعتصاب لردع الأشخاص للحد منه، كما استهدفت منشورات أيضا "المنظمات الدولية" بنسبة 11.21% وغالبا ما تكون هذه المنظمات نسوية أو حقوقية، إضافة الى الجمعيات بنسبة 12.58%. ومن أمثلة ذلك المنشورات التي تتضمن إحصائيات النساء المعنفات والمغتصابات واللواتي تعانين من أمراض وحتى نسبة وفيات الإناث نتيجة العنف الزوجي تحت السن القانوني كنماذج للفت انتباه المنظمات الحقوقية والهيئات الحكومية لضرورة الالتفاتة لهذه القضايا و منحها جانبا من الأهمية في الطرح والمعالجة .

الجدول رقم (22): توزيع تكرارات ونسب الجمهور المستهدف بمنشورات ومضامين صفحات النسوية حسب كل صفحة:

الجمهور المستهدف		النسوية		ثوري		منظمة المرأة العربية	
		%	ت	%	ت	%	ت
أفراد	نساء	28.06%	55	54.30%	82	74.44%	67
	رجال	21.94%	43	22.51%	34	-	-
مؤسسات	هيئات حكومية	19.89%	39	05.96%	09	04.44%	04
	منظمات دولية	16.33%	32	03.97%	06	12.22%	11
	جمعيات	13.77%	27	13.24%	20	08.90%	08
المجموع		100%	196	100%	151	100%	90

¹ - للمزيد يمكن الرجوع للفصل النظري التوثيقي، المتعلق بالحركة النسوية، العنصر المتعلق بالخلفية المعرفية وتطور الحركة النسوية في العالم العربي

يبين الجدول رقم (22) توزيع نسب وتكرارات أنواع الجماهير المستهدفة بمنشورات ومضامين كل صفحة من صفحات النسوية محل الدراسة. ونلاحظ من خلال نتائج الجدول أن الصفحات الثلاثة تستهدف بمنشوراتها وتدويناتها مختلف أنواع الجماهير بنسب متفاوتة ولكن يبقى الاتفاق على التركيز في استهداف النساء من فئة الأفراد بالدرجة الأولى في الصفحات الثلاثة، كونها الفئة المحورية في الطرح والنقاش الدائر عبر الصفحات.

✓ فالجمهور المستهدف لصفحة "النسوية":

فقد تمثل في فئة النساء بالدرجة الأولى من مجموع نسب الجمهور المستهدف للصفحة وقدرت نسبتهم بـ 28.06%، تليها مباشرة وبنسبة مقاربة نوعاً ما فئة الرجال بنسبة 21.94%، ومن بين منشورات صفحة "النسوية" التي استهدفت الرجال نقتبس المنشور التالي: "عزيزي الشاب النسوي المحترم، نحن ندرك تمام حجم معاناتك في هذه المجتمعات التي تتغنى بالشرف والعفة والحياء، فمعاناة الرجل الذي يحترم حرية المرأة، ويؤمن بالمساواة بينه وبينها ولا ينتظر منها إذناً أو تصريحاً ليركها تعيش وتستمتع بحياتها، لا تقل عن معاناة المرأة نفسها" ويتضح من خلال هذا المنشور أن الصفحة تستهدف أيضاً فئة الرجال بأفكارها وتجلي ذلك من خلال عبارة "الشاب النسوي المحترم".

ثم جاءت فئة المؤسسات في الترتيب الثاني بعد الأفراد كجمهور مستهدف بمنشورات صفحة النسوية، فقد خاطبت الصفحة الهيئات الحكومية من خلال تدويناتها بنسبة 19.89% وتتمثل هذه الهيئات في حكومات الدول العربية من خلال محاولة لفت انتباهها لقضايا المرأة في بلدانهم وبحثاً عن الحلول اللازمة مثل سن القوانين ومعاقبة المتورطين وغيرها. كما استهدفت منشورات الصفحة المنظمات الدولية بنسبة 16.33% كمنظمات حقوق الإنسان والجمعيات بنسبة 13.77%.

✓ وبالنسبة لصفحة "ثوري":

فقد كانت منشوراتها موجهة لفئة النساء بدرجة أكبر حيث قدرت النسبة بـ 54.30%، وهي نسبة أكبر مقارنة مع نسبة النساء المستهدفات عبر صفحة النسوية، يليها بفارق واضح نسبة الرجال كجمهور مستهدف بمضامين ومنشورات الصفحة وقدرت نسبتهم بـ 22.51% وهي نتيجة متوقعة كون توجه الصفحة كان واضحاً منذ البداية بتخصسه على الحديث في قضايا المرأة، ومعاداتها الواضحة للذكور فدلالة اسم الصفحة

"ثوري" يجعلنا ندرك أن المقصد من تصميم الصفحة في حد ذاته كان لغاية نشر أفكار معينة في أوساط النساء وحثهن وحتى تحريضهن على مجموعة من السلوكات بعد تبني واعتناق هذه الأفكار.

ورغم ذلك تم استهداف فئة الرجال أيضا بمنشورات أخرى وبنسبة حتى وإن كانت قليلة ويمكن تفسيرها بنفس ما تم التطرق إليه في تفسير النتيجة في الصفحة السابقة، إضافة لمحاولة توجيه رسائل لفئة الرجال من أجل اقناعهم أيضا بالفكر النسوي أو لفت الانتباه تجاه قضايا النساء عامة، وذلك بنسبة، كما استهدفت منشورات الصفحة المؤسسات كجمهور، بداية بالجمعيات بنسبة 13.24% ثم الهيئات الحكومية بنسبة 05.96% وأخيرا المنظمات الدولية بنسبة 03.97%.

✓ أما الجمهور المستهدف بمضامين صفحة "منظمة المرأة العربية":

على خلاف صفحتي "النسوية وثوري" استهدفت صفحة المنظمة بمنشوراتها فئة النساء بنسبة كبيرة جدا مقارنة بسابقتها من النسب في الصفحات الأخرى، وقدرت بـ 74.44%، في حين لم نلمس أي منشور موجه للرجال تماما، وبالتالي كانت نسبة استهداف الرجال كجمهور للمنظمة منعدمة تماما، تلاها بفارق كبير جدا استهداف المؤسسات كجمهور لصفحة المنظمة بنسب متفاوتة، وضئيلة جدا مقارنة بنسب النساء في هذه الصفحة والنسب المتحصل عليها في صفحتي "ثوري والنسوية"، حيث قدرت نسبة المنظمات الدولية بـ 12.22%، يليها نسبة الجمعيات بـ 08.90%، ثم الهيئات الحكومية بنسبة 04.44%، ويعود تركز نسبة النساء بنسبة كبيرة الجمهور المستهدف بمضامين الصفحة، كون جل المنشورات عبر الصفحة تتناول تغطية لأعمال المنظمة ونشاطاتها في النهوض بواقع المرأة في الدول العربية.

الجدول رقم (23): طبيعة تعليقات جمهور المتفاعلين مع مضامين صفحات النسوية عينة الدراسة

المجموع		طبيعة التعليقات	
%	ت		
50.88%	143	مؤيد	اتجاه التعليق
49.18%	138	معارض	
-	-	محايد	
100%	281	المجموع	
76.86%	216	نص	نوع التعليق
03.20%	09	صورة	
19.92%	56	رموز و أيقونات	
100%	281	المجموع	
49.47%	139	عربية فصحي	اللغة المستخدمة في التعليق
48.39%	136	عامية	
-	-	عربية بحروف لاتينية	
-	-	فرنسية	
02.13%	06	انجليزية	
100%	281	المجموع	

يمثل الجدول رقم (23) إجمالي نتائج فئة تعليقات جمهور المتفاعلين مع مضامين صفحات النسوية محل الدراسة، ويتضح منه أن الباحثة قسمت فئة التعليقات إلى ثلاث أبعاد تستطيع من خلالها تحليل طبيعة هذه الفئة وتمثلت هذه الأبعاد في اتجاه التعليق بين مؤيد ومعارض ومحايد، ونوع مادة التعليق، واللغة المستخدمة فيه . وحسب النتائج المتحصل عليها فإنه بالنسبة لبعدها "اتجاه التعليق"، فقد انقسم الجمهور المتفاعل مع مضامين الصفحات المدروسة بين مؤيد ومعارض بنسب متقاربة جدا ، بحيث كانت نسبة التعليقات المؤيدة 50.88% تلتها التعليقات المعارضة بنسبة قريبة جدا قدرت بـ 49.18%، ويمكن القول أن الأفكار والمواضيع والآراء التي تقدمها منشورات ومضامين صفحات النسوية المدروسة، لها نوعين من جمهور المتابعين والمتفاعلين، جمهور مؤيد، وآخر معارض لما تقدمه وما تدعو إليه، وقد لاحظت الباحثة أثناء فترة التحليل أن معظم المعارضين لمضامين هذه الصفحات إما رجال رافضين رفضا تماما ما تدعو إليه هذه الصفحات، أو أولئك النساء والرجال المتدينين الذين

يعبرون في تعليقاتهم عن استيائهم من حال نساء الأمة العربية الذي وصلن إليه وأن هذا نوع من أنواع تهميش ثقافتنا وديننا ومعتقداتنا، ودعوتهم من خلال تعليقاتهم للتوبة والرجوع عن مثل هذه الأفكار الهدامة.

أما بالنسبة لنوع مادة التعليقات فقد ترتبت التعليقات على شكل نصوص في المركز الأول بنسبة 76.86% وهي أعلى وأكبر نسبة في بعد نوع التعليقات، ويمكن تفسير هذه النتيجة كون أن صاحب التعليق يبحث - غالباً - عن شرح وجهة نظره تجاه الموضوع الذي يتضمنه المنشور لذا يلجأ إلى الكلمات والجمل من أجل إثبات وشرح وتدعيم وجهة نظره بالحجج والبراهين وإثبات صحة أو خطأ المعلومات الواردة في المنشور، على خلاف التعليقات التي يتم فيها استخدام الرموز والأيقونات والتي لا تفيد في شرح وجهة نظر صاحب التعليق، بقدر ما يمكن أن توصفه من حالته تجاه الموضوع المنشور، وشعوره هل يتمثل في السعادة أو الحزن أو الإعجاب أو الغضب أو الدهشة إلى غير ذلك من التعبيرات التي تعكسها الأيقونات المدرجة كخدمة وخاصة في التعليقات عبر صفحات الفيسبوك، وقد ترتبت التعليقات على "شكل أيقونات ورموز" مباشرة بعد التعليقات على شكل نصوص وبنسبة أقل بكثير عن سابقتها وقدرت بـ 19.92% ونسبة ضئيلة جدا للتعليقات التي جاءت على شكل صورة بـ 03.20%.

وفيما يخص بعد اللغة المستخدمة في التعليق، فقد تبين من خلال النسب الواردة في الجدول استخدام كل من الفصحى والعامية في التعليق بالدرجة الأولى، حيث جاء التعليق باللغة العربية الفصحى أكثر استخداماً بنسبة 49.47% يليه استخدام العامية بفارق ضئيل وبنسبة 48.39%، وتمثلت العامية المعتمدة في التعليقات في اللهجة المشرقية بدرجة أولى سواء كانت شامية، خليجية، أم مصرية، ثم عدد من التعليقات بلهجات مغاربية، ويعود هذا الاستخدام لكون متابعي الصفحات هم من مختلف الجنسيات العربية، لهذا يميلون للكتابة بالعربية الفصحى رغم ما يعتري تعليقاتهم من أخطاء نحوية وصرفية، بالإضافة إلى لهجاتهم المحلية خاصة في التعليق على المنشورات التي تضمنت عبارات بالعامية.

أما اللغات الأجنبية فقد كان ظهورها ضئيلاً جداً حيث لمسنا بعض التعليقات باللغة الإنجليزية وبنسبة ضئيلة قدرت بـ 02.13%، في حين لم يتم إطلاقاً التعليق باللغة الفرنسية والأمر نفسه ينطبق على العربية المكتوبة بحروف لاتينية.

الجدول رقم (24): توزيع تكرارات ونسب طبيعة تعليقات المتفاعلين مع منشورات ومضامين صفحات النسوية حسب كل صفحة

منظمة المرأة العربية		ثوري		النسوية		طبيعة التعليقات	
%	ت	%	ت	%	ت		
%100	17	%38.15	58	%60.71	68	مؤيد	اتجاه التعليق
-	-	%61.84	94	%39.28	44	معارض	
-	-	-	-	-	-	محايد	
%100	17	%100	152	%100	112	المجموع	
%88.23	15	%78.28	119	%73.21	82	نص	طبيعة التعليق
-	-	%05.92	09	-	-	صورة	
%11.17	02	%15.78	24	%26.78	30	رموز و أيقونات	
%100	17	%100	152	%100	112	المجموع	
%58.82	10	%48.68	74	%49.10	55	عربية فصحي	اللغة المستخدمة في التعليق
%41.17	07	%48.68	74	%49.10	55	عامية	
-	-	-	-	-	-	عربية بحروف لاتينية	
-	-	-	-	-	-	فرنسية	
-	-	%02.63	04	%01.78	02	الانجليزية	
%100	17	%100	152	%100	112	المجموع	

يمثل الجدول رقم (24) نتائج تكرارات ونسب طبيعة تعليقات المتفاعلين مع منشورات ومضامين كل صفحة من صفحات النسوية محل الدراسة. ويتضح جليا اختلاف طبيعة التعليقات من حيث الاتجاه وطبيعة مادة التعليق واللغة المستخدمة فيه من صفحة إلى أخرى، وهذا ما يعكس اختلاف توجهات الجمهور المتفاعل مع مضامينها في حد ذاته، وفيما يلي تفصيل للنسب المتحصل عليها حسب كل بعد من أبعاد تصنيف التعليقات وكل صفحة على حدا.

✓ فالنسبة لتعليقات المتفاعلين مع صفحة "النسوية".

اتضح من خلال النسب المتعلقة بالاتجاه، انقسام تعليقات جمهور ومتابعي صفحة النسوية بين مؤيد ومعارض، أين ترتبت نسبة التعليقات المؤيدة للمنشورات في الترتيب الأول بنسبة %60.71 تليها نسبة %39.28 من

التعليقات المعارضة، لمضامين ومنشورات الصفحة ومن أمثلة التعليقات المؤيدة لمنشورات الصفحة نقتبس التعليق التالي: "بالنسبة للمثلية فكل واحد حر بلي يعمل، هذه طبيعة تم إثباتها من قبل منظمة الصحة العالمية، المثلية ليست خياراً أو مرضاً بل طبيعة"، وهو تعليق على أحد المنشورات التي تنادي بحقوق المثليين "وهناك أمثلة أخرى على التعليقات المعارضة للموضوع نفسه نقتبس منهم: "لو كانت المثلية طبيعية لما حرمها الخالق، هذا أمر منافي للفطرة". وتعتبر هذه عينة من التعليقات المرافقة للعديد من المواضيع والأفكار المطروحة عبر الصفحات والتي تنقسم غالباً بين مؤيدين للفكرة والموضوع المنشور ومعارضين لها، كما يتضح جلياً من النسب المتعلقة باتجاه التعليق، أن معظم جمهور صفحة النسوية التابع لها والمتفاعل مع مضامينها مؤيد لما تطرحه الصفحة من أفكار ومتقبل لها.

أما بخصوص طبيعة مادة التعليق، فتبين الأرقام الواردة في الجدول أن أغلب التعليقات جاءت عبارة عن "نصوص" وهذا بنسبة 73.21%، تليها نسبة 26.78% من التعليقات التي جاءت على "شكل رموز وأيقونات" في حين لم يتم استخدام الصور نهائياً في التعليقات على منشورات ومضامين الصفحة، ويمكن تفسير هذه النتيجة، والتباين في طبيعة التعليقات، كون المعلقين يعتمدون عادة بالدرجة الأولى على الجمل والعبارات من أجل شرح وجهات نظرهم حول القضايا المطروحة في المنشورات وتقديم الحجج والبراهين التي يرونها مناسبة. إضافة إلى النقاش حول موضوع ما وإبداء الرأي لا يمكن أن يكون باستخدام الصور والأيقونات.

نلاحظ أيضاً من خلال الجدول، فيما يتعلق بنوع اللغة التي يستخدمها جمهور المتفاعلين مع منشورات صفحة النسوية، أنهم يستخدمون كلا من اللغة العربية الفصحى و العامية في التعليقات على حد سواء وبنفس النسبة والتي قدرت بـ 49.10% لكل منهما، في حين برز استخدام اللغة الإنجليزية في التعليق بنسبة ضئيلة جداً مقارنة بسابقتها و قدرت بـ 01.78%، وهو ما يؤكد أن جمهور المتفاعلين مع صفحة النسوية، يفضلون شرح وجهات نظرهم حول القضايا المطروحة وفق إمكاناتهم اللغوية، و باعتبارهم من جنسيات عربية فقد فضلوا التعليق بالعربية الفصحى وبالعامية المحلية بحسب انتمائهم، إضافة إلى أن بعض التعليقات كانت تتضمن ألفاظاً بذيئة، وتعبيرات واستشهاداً بأمثال شعبية مما يجبر المعلق على استخدام لغته الأصلية، ومن أمثلة التعليقات بالعربية الفصحى نقتبس التعليق التالي: "موجة طاغية من المرأة للتمرد على الزوج تحديداً... وعدم تفهمها نهائياً لظروف الحياة الصعبة التي يواجهها الزوج" ومن أمثلة التعليقات بالعامية "أكثر شي ممكن عمله لما تحمقي من هيك كلام، بس كلامه منطقي وهو اما اجا جنب النساء وقال ان حقوقهم مشروعة، انتو بتشوهوا صورة النسوية".

✓ اما عن تعليقات جمهور المتفاعلين مع صفحة "ثوري".

على خلاف "صفحة النسوية" توجه جمهور "صفحة ثوري" للمعارضة على معظم الأفكار والموضوعات المطروحة عبر الصفحة، حيث جاءت نسبة التعليقات المعارضة لمنشوراتها مقدرة بـ 61.84%، في حين مثلت نسبة التعليقات المؤيدة لمضامينها 38.15%، ويمكن تفسير اتجاه أغلب التعليقات لرفض الأفكار ومعارضتها كون أن توجه "صفحة ثوري" أقل عقلانية من صفحة "النسوية"، ومعظم المواضيع التي تطرحها تحمل كما هائلا من العدوانية، والتطرف والانحياز، خاصة لما يتعلق الأمر بالأديان والإسلام تحديدا لهذا تكون التعليقات عبارة عن انتقادات لما تقدمه الصفحة، ففي الأخير هي صفحة تخاطب جمهورا من الدول العربية معظمهم يدين بديانة إسلامية وترى في سياق معتقدات وتقاليد لا يمكن الخروج عنها بالطريقة التي تدعو إليها أفكار الصفحة، وهو ما تفسره نسبة المعارضين، ومن أمثلة التعليقات المعارضة نقبتس مايلي: "إن الذين ينادون بحرية المرأة لا يريدون حريتها، وإنما يريدون حرية الوصول إليها" وهو تعليق على منشور ضد الحجاب الإسلامي ويدعوا إلى السفور والتعري، ومن التعليقات المؤيدة لهذا المنشور "لماذا ترتدين الملابس أصلا وأنت أجمل بدونها".

وفيما يتعلق بطبيعة مادة التعليقات، فقد جاءت التعليقات على "شكل نصوص" في الترتيب الأول بنسبة 78.28%، يليها التعليقات على شكل "رموز وأيقونات" بنسبة 15.78%، ونسبة ضئيلة للتعليقات التي كانت في "شكل صوتي" بـ 05.92% وهو ما ذببت إليه نتائج طبيعة تعليقات صفحة النسوية وينطبق عليها نفس التفسير والتأويل.

أما فيما يخص اللغة المستخدمة في التعليقات فجاءت نتائج ترتيب اللغة المستخدمة مشاهمة تماما لما ذهبت إليه سابقتها، حيث كانت نسبتا التعليقات بالعربية الفصحى والعامية متساويتان أيضا وقدرت بـ 48.68% في حين جاءت نسبة التعليقات بالانجليزية ضئيلة بـ 02.63%. ولم نلمس أي تعليق باللغة الفرنسية أو باستخدام حروف لاتينية.

✓ أما صفحة "منظمة المرأة العربية":

فقد كانت النتائج المتحصل عليها مخالفة تماما لنتائج الصفحتين الأولى والثانية، ففيما يخص اتجاه التعليق، كانت كل التعليقات مؤيدة لمنشورات الصفحة بنسبة 100%، فيما كانت نسبة التعليقات المعارضة منعدمة، وهذا يعود لكون منشورات الصفحة يغلب عليها الطابع الإخباري، بحيث تتناول نشاطات المنظمة المختلفة من مؤتمرات وندوات علمية ودورات تدريبية وغيرها من الأنشطة التي تقام في سبيل توعية المرأة بحقوقها، وتمكينها في الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، لهذا من الطبيعي أن لا تكون هناك تعليقات معارضة.

وفيما يتعلق بطبيعة التعليقات، فقد استخدم جمهور المتفاعلون مع الصفحة التعليقات "على شكل نص" بنسبة 88.23% وفي مقابل ذلك تم استخدام الرموز والأيقونات بنسبة أقل 11.17% وكانت نسبة استخدام الصور في التعليقات منعدمة، ومن أمثلة هذه التعليقات نقتبس ما يلي: " كانت دورة حلوة واستفدنا منها كثيرا" وهو تعليق احد النساء المشاركات في دورة تدريبية حول آليات قياس الجودة في التعليم، قامت بتنظيمها منظمة المرأة العربية وعرفت بمشاركة واسعة من مختلف الدول العربية".

أما اللغة المستخدمة في التعليقات على منشورات "صفحة منظمة المرأة العربية"، فكانت العربية الفصحى في المرتبة الأولى بنسبة 58.82% تلتها العامية بنسبة 41.17% فيما كانت نسبة التعليقات باللغتين الأجنبيتين منعدمة تماما، وهو ما يؤكد أن جمهور المتفاعلين مع منشورات الصفحة يفضلون التعليق باللغة العربية الفصحى بدرجة أولى كون المنشورات في حد ذاتها مكتوبة بالعربية الفصحى. بما أن الصفحة هي صفحة رسمية ومعتمدة لهيأة رسمية ومنظمة حكومية.

3- نتائج التحليل الكمي لصفحات النسوية محل الدراسة التحليلية حسب كل محور:

استعرضت الباحثة في هذا الفصل طبيعة تناول وتقديم صفحات النسوية المدروسة لموضوع الحركة النسوية عبر صفحات الفيسبوك، من خلال إبراز شكل ونوع المضامين المقدمة، واللغة المستخدمة فيها، وأهم الدعائم المعتمد عليها في توصيل أيديولوجيات التيار النسوي لجمهور الوطن العربي، إضافة لإبراز أولوية القضايا المقدمة عبر الصفحة، وأهم القضايا المطروحة والمتناولة على حساب الأخرى، في سياسة لجعلها من أولويات تفكير الجمهور المتابع والمتفاعل مع هذه الصفحات، إضافة لأهم المصادر المعتمد عليها في توثيق المعلومات المقدمة، وإبراز الشخصيات الفاعلة فيها، وكذا طبيعة وأنواع القيم المتضمنة في أفكارها والأهداف المرجو تحقيقها وفق سياستها، وإيديولوجيتها المتبعة إضافة للكشف عن نوع الجمهور المستهدف بمضامينها، وقد توصلت نتائج التحليل الكمي لعدد من النقاط نبرزها فيما يلي:

✓ كشفت نتائج الدراسة أن المنشورات المقدمة عبر صفحات النسوية المحللة جاءت على شكل نصوص مرفقة بالصور بنوعها "الخبرية والتعبيرية"، حيث جاءت المنشورات على شكل نصوص مرفقة بصور تعبيرية بنسبة 39.06% تليها النصوص المرفقة بصور خيرية بنسبة 30.31%.

✓ برز استخدام اللغة العربية الفصحى بالدرجة الأولى في أغلب منشورات وتدوينات الصفحات محل الدراسة بنسبة 69.56% يليها استخدام الدمج بين الفصحى والعامية بدرجة أقل بنسبة 17.39%.

✓ أثبتت نتائج الدراسة اعتماد الصفحات الثلاثة على التنوع في الاستمالات والدعائم في منشوراتها، إلا أن الاستمالات العقلية كانت أكثر بروزاً خاصة استمالة الاستشهاد بأمثلة من الواقع بنسبة 26.64% تليها استمالة الحجج وآراء المثقفين بنسبة 19.19% ثم تقديم الأرقام بنسبة 18.06% فاستمالة التخويف بنسبة 17.15%.

✓ كشفت نتائج الدراسة التحليلية اهتمام صفحات النسوية بطرح ومعالجة مختلف القضايا النسوية بنسب متقاربة لكن كان تركيز الاهتمام بالقضايا الاجتماعية بالدرجة الأولى، في صفحتي "النسوية وثوري" كقضية حقوق المرأة بنسبة 14.66%، المساواة بين الجنسين بنسبة 13.47%، إضافة لقضايا التحرش والعنف والاعتصاب، فيما اهتمت صفحة "منظمة المرأة العربية" بالقضايا الاقتصادية والسياسية بالدرجة الأولى تليها القضايا الاجتماعية.

- ✓ توصلت الدراسة إلى بروز فئة الأفراد كفاعل وشخصية محورية في منشورات ومضامين صفحات النسوية مقارنة بالمؤسسات حيث جاءت نسبة الأفراد 73.16% مقسمة كما يلي:
- وضحت نتائج الدراسة بروز النساء كشخصيات فاعلة ومحورية في مضامين الصفحات حسب تصنيف الجنس في فئة الأفراد بنسبة 61.14%.
 - وأثبتت نتائج التحليل الكمي أيضا ظهور الشخصيات الفاعلة في تدوينات صفحات النسوية المدروسة ممثلة في فئة الشباب حسب السن بنسبة 73.66%.
 - كما برز تصنيف الأشخاص الفاعلين في مضمون ومنشورات الصفحات المحللة على أنهم أناس عادين بنسبة 71.78%.
- ✓ تبين من خلال نتائج التحليل الكمي اعتماد الصفحات محل الدراسة على مصادر مختلفة في توثيق وتقديم معلوماتها ومضامينها، تجسدت أعلى نسبة في مسيري الصفحة "الادمين" بنسبة 36.69% ثم اقتباسات من مواقع الكترونية أخرى بنسبة 20.67% يليها الاعتماد على وسائل الإعلام بنسبة 15.76%، وكانت هذه النتائج متوافقة بالنسبة لصفحتي "النسوية وثوري" في حين كانت صفحة "منظمة المرأة العربية" تستخدم وسائل الإعلام كمصدر أول لمضامينها يليها المصدرين الآخرين بنسب اقل.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة وجود تنوع في القيم المتضمنة بنسب متقاربة بين البعد الايجابي والبعد السلبي للقيم، في مضامين صفحات النسوية محل الدراسة التحليلية، حيث جاءت قيمة الاعتراف الاجتماعي في الترتيب الأول من إجمالي القيم بنسبة 15.16%، تليها مباشرة قيم التمرد ضد الدين بنسبة 10.58% ثم قيمة التحرر بنسبة 10.27% فقيمة العدل بنسبة 9.95%، وكانت هذه القيم متوافقة من حيث البروز في صفحتي "النسوية وثوري" أما صفحة "منظمة المرأة العربية" فبرزت فيها قيم الاعتراف الاجتماعي، والانجاز، والعمل بشكل أكبر من باقي القيم.
- ✓ أعربت نتائج الدراسة على أن أهم الأهداف المرجو تحقيقها من خلال صفحات النسوية، وما تقدمه من مضامين ترجم في هدف "طرح قضايا النسوية" بنسبة 26.61% يليه هدف "نشر الفكر النسوية". بنسبة 19.34% كأهم هدفين بأعلى النسب مقارنة بالأهداف الأخرى.
- ✓ تبين أيضا أن الجمهور المستهدف من خلال صفحات النسوية هن النساء بنسبة 46.68% للصفحات الثلاثة محل الدراسة التحليلية.
- ✓ كشفت نتائج الدراسة التحليلية فيما يخص فئة التعليقات عن النتائج التالية:

- انقسم جمهور المتفاعلين مع الصفحات المدروسة بين مؤيد ومعارض بنسب متقاربة جدا قدرت نسبة التعليقات المؤيدة 50.88% و المعارضة 49.18%.
- تجسدت أغلب التعليقات المحللة على شكل نصوص بنسبة 78.86%.
- تم استخدام اللغة العربية الفصحى بالدرجة الأولى في تعليقات الجمهور المتفاعلين بنسبة 49.47% يليها العامة بنسبة 48.39%.

الفصل السادس

الدراسة الميدانية لجمهور المستخدمين

للصفحات النسوية المتاحة عبر شبكة الفيسبوك

Log In



أولاً: عرض وتحليل بيانات استخدامات عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك

1- استخدامات عينة الدراسة للفيسبوك

2- عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك

3- دوافع استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك

ثانياً: عرض وتحليل بيانات الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على عينة

الدراسة من المستخدمين للصفحات النسوية عبر الفيسبوك

1- الآثار المعرفية المترتبة على استخدامات صفحات النسوية عبر الفيسبوك

2- الآثار الوجدانية المترتبة على استخدامات صفحات النسوية عبر الفيسبوك

3- الآثار السلوكية المترتبة على استخدامات صفحات النسوية عبر الفيسبوك

ثالثاً: الفروق الفردية بين طبيعة الآثار المترتبة على عينة الدراسة المستخدمين

لصفحات النسوية ومتغيري المستوى الدراسي والحالة المهنية

بعد تقديمنا للفصل الخامس والذي تم فيه عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية للصفحات النسوية محل الدراسة من حيث الشكل والمضمون، تم تخصيص الفصل السادس كتكملة للجانب التطبيقي للدراسة، حيث استهدفنا من خلاله عرض وتحليل المعطيات والبيانات المتحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية على جمهور النساء العربيات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك، والتي تم الحصول عليها عن طريق تفرغ الاستمارة الالكترونية في جداول إحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية SPSS ثم تحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج متعلقة بالإطار الميداني، وكذا النتائج النهائية للدراسة ككل.

ولقد تناول هذا الفصل استخدامات النساء العربيات للفيسبوك كمحور عام، للانتقال إلى استخداماتهن للصفحات النسوية عبره من خلال بعدين، عادات وأنماط الاستخدام، إضافة إلى الدوافع الكامنة وراء ذلك الاستخدام، وفق نظرية الاستخدامات والاشباع، من خلال مؤشرات مدة وحجم الاستخدام، أنواع الوسائل المفضلة لديهن، الفترات والأماكن المفضلة لاستخدام وتصفح صفحات النسوية، والخدمات التي توفرها لهم وطرف تفاعلهم معها... إضافة للكشف عن الآثار المترتبة عن مستخدمات هذه الصفحات والتي تم تقسيمها وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى ثلاث أبعاد، معرفية، وجدانية، سلوكية، للتوصل إلى معرفة فيما إذا كانت هناك فروق فردية بين هذه الآثار المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية تعزى لمتغيري المستوى الدراسي والحالة المهنية باستخدام اختبار كل من T.Test و Anova .

أولاً - عرض وتحليل بيانات استخدامات عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك

1: استخدامات عينة الدراسة للفيسبوك:

الجدول رقم (25): توزيع العينة الميدانية حسب متغير المستوى الدراسي:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
0.8 %	04	إعدادي
1.4 %	07	متوسط
14.6 %	73	ثانوي
64.8 %	324	جامعي
18.4 %	92	دراسات عليا
100 %	500	المجموع

يوضح الجدول توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي وقد أدرجت الباحثة هذا المتغير على اعتبار انه من أهم المتغيرات التي تؤثر في طريقة استخدام المبحوثات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك، ويفسر كيفية التعاطي مع مضامينها خاصة وأنها تقدم فكرا وأيديولوجيا منبثقة من تيار فكري وفلسفي، وذلك لاختلاف الرؤى والاهتمامات والتوجهات بين النساء تبعا للمستوى الدراسي الذي قد يظهر حتى في اختيار الرسائل الإعلامية واستقبالها والفاعلية في تلقي المضامين والتعامل معها مما ينتج عنه اختلاف في كثافة الاستخدام ودرجات التأثير.

وتثبت التكرارات والنسب الواردة في الجدول أعلاه أن المبحوثات بالمستوى الجامعي والدراسات العليا شكلت أغلبية عينة الدراسة حيث قدرت نسبة الجامعيات بـ 64.8%، تليها مباشرة نسبة المبحوثات في مستوى الدراسات العليا مقدرة بـ 18.4% ثم 14.6% منهن يحملن مستوى الثانوي، لتتوزع باقي النسبة على مستوى المتوسط بـ 1.4% والإعدادي بـ 0.8%

ونلاحظ من نتائج الجدول مدى توجه النساء وإقبالهن على التعليم وإكمال المسار الدراسي وتوجههم للتعليم العالي كنوع من إثبات الذات وتحقيق الطموح، خاصة وقد أضحت قضايا التعليم والمرأة تمثل موقفا متقدما في أولويات المجتمعات العربية في العقود الأخيرة، خاصة في ظل تزايد الاهتمام بالديمقراطية وحقوق الإنسان وموجات

التحرر الفكري تأثراً بالعمولة وما صاحبها من تحولات جذرية في المجتمعات والآفاق التي قدمتها أمام جميع فئات المجتمع بما فيهم المرأة.

حيث طرأ تغير كبير في مستوى تعليم النساء العربيات ففي عام 2010 شكلت النساء العربيات الحاصلات على أكثر من 16 سنة تعليمية نحو 11% من مجمل النساء العربيات في حين كانت نسبتهم 3.5% فقط في عام 1998م، وقد ساهم الارتفاع المتواصل في مستوى تعلم النساء العربيات ضمان المساهمة في ارتفاع نسبة عمالتهن، حيث انه من أواسط الثمانيات ومستوى تعليم النساء العربيات في ازدياد¹ مستمر وترديدا لصدى التوجه الملاحظ عالميا في عدد النساء العربيات اللاتي سعين وحصلن على الشهادات الجامعية والالتحاق بالتعليم العالي، كخطوة للتمكين وتكافؤ الفرص بعيدا عن التمييز، حتى يتحصلن على المزيد من الفرص والامتيازات لتحقيق تطلعاتهن.

الجدول رقم (26): توزيع العينة الميدانية حسب متغير حالة المهنة:

النسبة المئوية	التكرار	الحالة المهنية
57.4%	287	عاملة
42.6%	213	ماكثة بالبيت
100%	500	المجموع

يبين الجدول توزيع العينة حسب متغير الحالة المهنية، ولقد تعمدت الباحثة أيضا لإدراج هذا المتغير إلى جانب متغير "المستوى الدراسي" لما له من أهمية ودور في تفسير وتحليل حجم استخدام المبحوثات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك والفروق الفردية بينهن في مستوى الآثار المترتبة عن استخدامهن لمضامينها، نتيجة اختلاف سياق وظروف المبحوثات الموظفات على غرار الماكثات بالبيت وكذا ظروف تلقيهن للمادة والمضامين المتعلقة بالفكر النسوي عبر صفحات الفيسبوك، وكيفية التعامل معها، والتي قد تؤثر على درجات التأثير لديهن.

¹ - احمد شيخ محمد وآخرون، واقع النساء العربيات في إسرائيل، دط، جمعية الخليل، الجمعية العربية القطرية للبحوث والخدمات الصحية، إسرائيل، 2012، ص 09.

وتوضح نتائج الجدول أعلاه وجود اختلاف طفيف في توزيع العينة حسب متغير الوضعية المهنية، أين جاءت نسبة متقاربة نوعاً ما بين المتغيرين، فقد قدرت نسبة المبحوثات العاملات بـ 57.4% من عينة الدراسة تليها مباشرة 42.6% منهن ماكنات بالبيت.

إن هذا التقارب في النسب بين توزيع المبحوثات عينة الدراسة يوضح أنه بالرغم من سعي النساء العربيات نحو التقدم والمضي قدماً في مجال التعليم والدراسات العليا بحسب نتائج الجدول السابق، إلا أنه لم يمنح المرأة منفذاً وفرصاً للدخول لسوق العمل نتيجة العديد من العوائق، فمن بين مجموع الشابات العربيات الساعيات يجد إلى العمل تبقى نسبة 43.9% عاطلات عن العمل في منطقة الشرق الأوسط وهو ضعف معدل البطالة بين الذكور، حسب ما جاء في مقال بعنوان: "معدل التحاق النساء العربيات بالتعليم العالي"¹.

وكما وضح التقرير في المقال فإن المقارنة بين نسبة النساء العاملات إقليمياً بين عامي 2000 و 2016 تشهد تقدماً طفيفاً ناتجاً عن ارتفاع المكون النسوي من خريجات التعليم العالي بالرغم من معدلات التقدم الملموسة في البلدان العربية مثل قطر والبحرين حيث تعتبر النساء جزءاً لا يتجزأ من القوة العاملة الداخلية فان غالبية الدول في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تبقى أدنى بكثير من المتوسط العالمي ولا تزال الأسباب وراء عدم عمل النساء العربيات المتعلقات غير مفهومة بصورة واضحة.

انطلاقاً من نتائج الجدول السابق المتعلق بتوزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي ونتائج الجدول أعلاه يمكن القول انه بالرغم من الوصول إلى أعلى مراتب التعليم فان عدم الحصول على فرص العمل المناسبة هي نوع من إهدار الحقوق والتهميش الذي تعاني منه النساء العربيات في واقع أصبح فيه التعليم والشهادة لا يوفر الحماية والفرص لتأمين المساواة بين النساء والرجال في فرص العمل.

¹ - معدل التحاق النساء العربيات بالتعليم العالي، مقال متاح عبر الرابط، www.mabarrat.org.lb، تاريخ الولوج، 2018/09/06،

الجدول رقم (27): مدة استخدام أفراد عينة الدراسة للفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	مدة استخدام الفيسبوك
1.6 %	08	أقل من سنة
8.6 %	43	من سنة إلى 3 سنوات
21 %	105	من 3 سنوات إلى 5 سنوات
68.8 %	344	أكثر من 5 سنوات
100 %	500	المجموع

يوضح الجدول الفترة الزمنية لاستخدام عينة الدراسة شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، ويتضح من خلال الأرقام الواردة في الجدول أعلاه أن معظم أفراد عينة الدراسة لديهم فترة طويلة منذ بداية استخدامهم للفيسبوك حيث صرحت 68.8% من المبحوثات على استخدامهن له منذ "أكثر من 05 سنوات" وهي فترة لبأس بما تماشيا مع نسبة تصاعد استخدام الفيسبوك وانتشاره في الدول العربية يليه 21% من المبحوثات أجابوا باستخدامهن للفيسبوك من "03 إلى 05 سنوات" في حين توزعت باقي النسبة في استخدام عينة الدراسة للشبكة من "سنة إلى 03 سنوات" وقد درت بـ 8.6% ثم أقل من سنة بـ 1.6% وقد تعبر هذه النسبة الأخيرة عن الملتحقات الجدد (حديثا) بالشبكة نتيجة التأثير بعوامل عديدة كالخوف على الخصوصية والانتهاكات والقرصنة والخوف من هدر الوقت، لكن بعد تعديلات الأمان والخصوصية في الشبكة شكلت لهم الدافع للالتحاق بهذا العالم، كما يمكن تفسيرها أيضا بمجموع الأشخاص الغير مهتمين مطلقا بالعوامل الافتراضية أو نتيجة المشاكل التقنية كعدم وصول تقنية الانترنت لجميع المناطق والتجمعات السكنية مما حال دون ولوجهم لهذا العالم منذ زمن.

أما فيما يخص إجماع أغلبية المبحوثات عينة الدراسة على استخدامهن للفيسبوك منذ "أكثر من 05 سنوات"، فيمكن ربطها بطبيعة عينة الدراسة في حد ذاتها، حيث اتضح من خلال نتائج الجداول السابقة أن أغلب أفراد العينة من المبحوثات متعلمات بمستوى جامعي ودراسات عليا يشغلن وظائف معينة وبالتالي يتميزن بنوع من الوعي الفكري والتوجه في استخدام هذه الشبكة لربط علاقات العمل والاتصال في سياق من النضوج الفكري والتكنولوجي، إضافة كما سبق وأشرنا لمدى انتشار وتوسع استخدام الفيسبوك في السنوات الأخيرة في معظم الدول العربية والعالم، أين تحول إلى مجال لممارسة مختلف الأنشطة، ناهيك عن دوره الاتصالي والتواصل مع الأصدقاء والأهل وتفعيل العلاقات الاجتماعية فقد أثبتت العديد من المواقف والأزمات دور هذا الأخير في الحياة

الإعلامية والاجتماعية في مختلف البلدان العربية، إضافة لباقي الأدوار التثقيفية والتعليمية والتوعوية، كما أشارت العديد من الإحصائيات لانتشار ورواج الفيسبوك حول العالم، فلقد أسفرت نتائج إحصائيات¹ الربع الثالث من سنة 2016 إلى وجود 1.79 مليار مستخدم شهريا أي نسبة ارتفاع قدرت بـ 16% عن عام 2015 أين شمل هذا الرقم ربع سكان العالم تقريبا، إضافة إلى 1.09 مليار مستخدم نشيط يوميا.

كما أثبتت الإحصائيات أيضا تصدر شبكة الفيسبوك قائمة الشبكات والمواقع الأكثر استخداما في الدول العربية، حيث أشارت إحصائيات بداية 2017 إلى وجود قرابة 156 مليون مستخدم لهذه الشبكة أي زيادة أكثر من 41 مليون مستخدم مقارنة بـ 2016 م الذي قدر عدد المستخدمين فيه 115 مليون مستخدم في الدول العربية².

إن خصائص عينة الدراسة ومجتمع البحث تفسر هذه النسبة في مدة استخدام الفيسبوك، حيث أن معظم النساء الممثلات لعينة الدراسة يتميزن بمستوى عالي في الدراسة إضافة لكونهن موظفات ومندجات في عالم الشغل، وهذا ما يؤكد إقبالهن على استخدام هذه الشبكة واندفاعهن وتفتحهن نحو التعامل مع التكنولوجيا الرقمية والاستفادة من خصائصها وأن الفيسبوك شبكة مشهورة تعرف إقبال كبير ومتزايد من طرف جميع شرائح المجتمع منذ نشأتها وتوظيفها في كافة مساعي الحياة، فان إجابة المبحوثات باستخدامهن الفيسبوك "الأكثر من 05 سنوات" دليل على الاهتمام الواضح والإقبال المتزايد لكافة الأفراد على استخدام هذه الشبكة وشهرتها في البلدان العربية بعد دورها البارز في الأحداث الشعبية والربيع العربي والتناول الإعلامي الواسع لدور هذه الشبكة في تحريك الأحداث مما جذب انتباه المستخدمين أكثر للإقبال على استخدامها أكثر منذ 2011 باختلاف مساعيهم وأهدافهم.

¹ - إحصائيات مقدمة عبر الرابط، www.dzair mobile.com، تاريخ الولوج، 2018/09/6، الساعة 15.30

² - إحصائيات الفيسبوك في الدول العربية 2017، مقال متاح عبر الرابط، www.weedoo.tech، تاريخ الولوج، 2018/09/06، الساعة 15.30

الجدول رقم (28): الوسيلة المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة لاستخدام الفيسبوك:

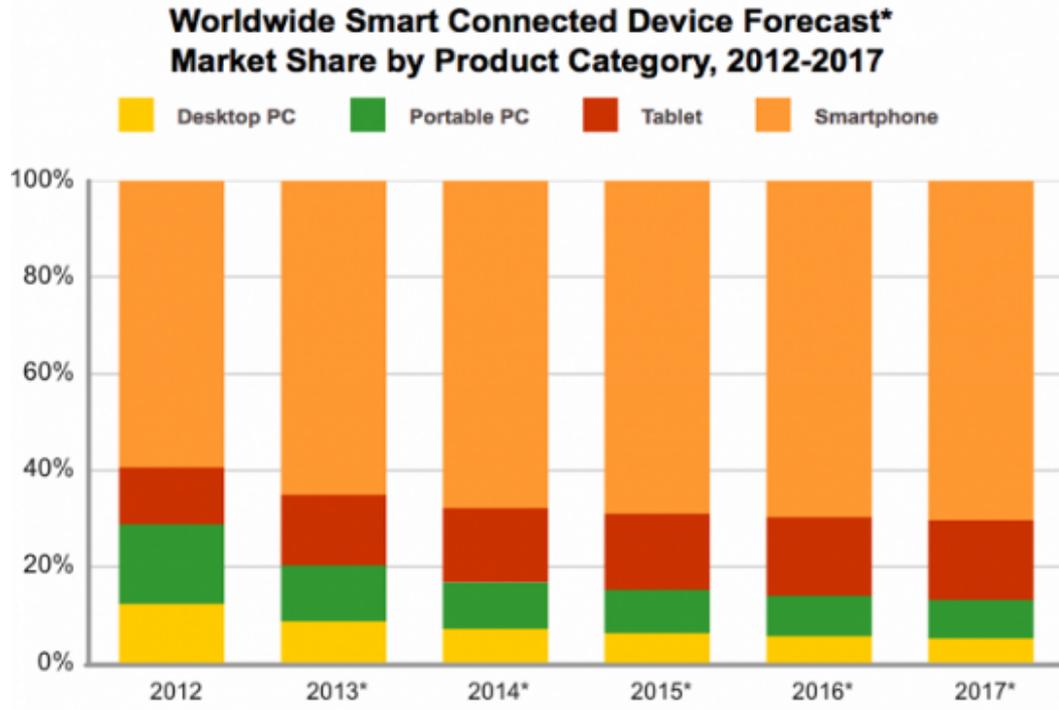
النسبة بدلالة حجم العينة/500	النسبة بدلالة استخدام الوسيلة المفضلة	التكرار	الوسيلة المفضلة
7.4%	5.2%	37	حاسوب مكتبي
36.8%	25.7%	184	حاسوب محمول
93.2%	65.2%	466	هاتف نقال ذكي
5.6%	3.9%	28	لوحة الكترونية
/	100%	715	المجموع

يمثل الجدول ترتيب تكرارات ونسب تفضيل عينة الدراسة للوسائل الاتصالية في استخدام وتصفح الفيسبوك، ويتضح توجه أغلب المبحوثات لتفضيل "الهاتف الذكي" بالدرجة الأولى، أين عبرت عن ذلك نسبة 65.2% يليها 25.7% منهن يفضلن "الحاسوب المحمول" لتوزع باقي النسب بين وسيلتي "الحاسوب المكتبي" و"اللوحة الالكترونية" بنسب متقاربة وضيئلة مقارنة بالوسيلة الأولى والثانية.

ويعد تركز "الهاتف النقال الذكي" في المرتبة الأولى بين قائمة الوسائل الأكثر استخداما في الولوج لشبكة الفيسبوك وتصفحها لدى عينة الدراسة، أمر طبيعي خاصة مع انتشارها الكبير في المجتمعات كتكنولوجيا اتصال حديثة في العالم بين مختلف فئات وأفراد المجتمع نتيجة ما تقدمه من خصائص وتقنيات عالية ومتطورة في التواصل وكسر حواجز المكان والزمان وحفظ البيانات خاصة مع تطور وانتشار تقنيات الجيل الثالث (3G) والرابع (4G) للإنترنت، إضافة لتوفر الهواتف الذكية على مختلف التطبيقات التفاعلية من جهة والأسعار التنافسية المغرية التي أصبحت تقدمها الشركات من جهة أخرى للترويج لماركاتهما في السوق.

ويمكن تفسير تفضيل عينة الدراسة "الهواتف الذكية النقالة" بأعلى النسب وبفارق واضح مقارنة بنسب باقي الوسائل الأخرى انطلاقا من خاصية هذه الوسيلة وإمكانية نقلها من مكان لآخر وما تقدمه من مزايا التواصل عبر أبراج الاتصال الخاصة والأقمار الصناعية إما بالصوت أو الكتابة أو الفيديو أو بهم جميعا، فيما نلمس غياب هذه الخصائص بتقنياتها العالية عن بقية الوسائل الأخرى وصعوبة حملها ونقلها في كافة الأماكن، فالهواتف النقالة الذكية نقلت نوعيتها وتطور طبيعتها للحواسيب الشخصية، أدى رواجها واستخدامها بين مختلف شرائح المجتمع وفئاته بتنوع مجالات استخدامها لانخفاض كبير في شعبية باقي تلك الأجهزة بعد عقود كبيرة من الهيمنة والسيطرة في

علاقة طردية تعكس انخفاض كبير ومستمر في درجة اعتماد الأشخاص على بقية الوسائل مقارنة بالهواتف الذكية في كل مرحلة تزيد فيها الشركات في ذكاء هواتفها ومميزاتها وخصائصها وقوة المواصفات الداخلية والقدرة الأفضل في الأداء والسرعة على الإنجاز وكذا تشغيل الوسائل المتعددة وإمكانية تصفح الانترنت وحتى القدرة على إنجاز بعض الأعمال كل هذا يجعله أول البدائل في الاستخدام و التفضيل ويمكن الاستدلال على هذه النتيجة بإحصائيات المقدمة عبر موقع "أراجيك" "arageek" الذي قدم مقالا بعنوان "هل اقتربنا من نهاية عصر الحواسيب المحمولة" إحصائيات ارتفاع نسبة استخدام الهواتف الذكية في العالم منذ سنة 2012 إلى غاية 2017 مقارنة بباقي الوسائل الأخرى والتي كانت في ارتفاع مستمر ووصلت إلى قرابة 70% سنة 2017 كما هو موضح في الشكل التالي¹:



شكل رقم (7): يوضح إحصائيات ارتفاع نسبة استخدام الهواتف الذكية في العالم منذ سنة 2012 إلى غاية 2017 مقارنة بباقي الوسائل الأخرى

¹ - هل اقتربنا من نهاية عصر الحواسيب المحمولة، مقال مقدم عبر الرابط، WWW.ARAGEEK.COM، تاريخ الولوج للموقع،

الجدول رقم (29): ساعات استخدام الفيسبوك في اليوم:

النسبة المئوية	التكرار	ساعات استخدام الفيسبوك
/	/	أقل من ساعة
42.8%	214	من ساعة إلى 3 ساعات
57.2%	286	أكثر من 3 ساعات
100%	500	المجموع

يعبر الجدول عن حجم استخدام المبحوثات عينة الدراسة للفيسبوك أو المتوسط الزمني المستغرق في استخدام وتصفح الفيسبوك يوميا، ويتضح من خلال الأرقام الواردة فيه أن معظم أفراد العينة يستخدمونه "لأكثر من 03 ساعات" في اليوم بنسبة 57.2% يليه مباشرة 42.8% من هن يستخدمن الفيسبوك بمعدل "من ساعة الى 03 ساعات" وهي نسب متوسط استخدام زمني كبيرة جدا مقارنة مع خصائص عينة الدراسة، فكما سبق وأشرنا فإن أغلب أفراد عينة الدراسة هن موظفات ومرتبطات بساعات عمل محددة يفترض أن تؤثر على المتوسط الزمني لاستخدامهن للفيسبوك خاصة وإن كن ربات بيوت لديهن من المسؤوليات ما تحول دون القدرة على استخدامهن لهذه الشبكة بهذا المعدل الزمني فبالجمع بين النسبتين نجد أن كل أفراد العينة بنسبة 100% يستخدمون الفيسبوك بما لا يقل عن ساعتين في اليوم وهي نسبة مهولة، وقابلة للارتفاع بمعدل زمني أكثر مع ما نعيشه من انتشار ورواج للشبكة بين أفراد المجتمع نتيجة التحديثات والتسهيلات التي قدمتها الشبكة يوميا لمستخدميها تجذبهم لاستخدامها أكثر والارتباط به وبالتالي نجد أنفسنا أمام خطورة الوصول إلى مرحلة الإدمان على استخدام الفيسبوك والتعرض للآثار السلبية المترتبة عن استخدامه كما سبق وتم الإشارة إليها في الفصل الثالث¹ والمتمثلة في:

- الآثار السلبية على العلاقات الزوجية: حيث نلاحظ ارتفاع حالات طلاق في العديد من الأسر كان السبب الأول فيها الفيسبوك واستخداماته سواء من ناحية الزوج أو الزوجة.

¹ - للإطلاع و المزيد يمكن الرجوع للفصل الثالث: تطور الإعلام الإلكتروني والتفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

- فقدان التفاعل الاجتماعي.

- التأثير على القيم الاجتماعية والتي من شأنها تحيد المرأة من عادات وقيم مجتمعتها الأصلي وبالتالي ضرب المجتمع في العمق بحكم أن المرأة نصف المجتمع.

- هدر الوقت إضافة للكثير من الآثار النفسية والصحية التي ينتج عنها الكثير من الآثار السلوكية والأخلاقية الغير مرغوبة في المجتمع.

وبحسب المستشار التربوي النفسي "د.رتشارد لاشين **Richard Lachin**" إن الوقت الذي يقضيه الفرد في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أي الوقت الذي يقضيه على الشاشات ويسمى وقت الشاشة **screem time** يجب أن لا يتجاوز الساعتين، حيث أن تجاوز وقت الشاشة الساعتين يدخل الفرد داخل الاستخدام السيئ، وإذا تعدى وقت الشاشة "من ساعتين إلى 06 ساعات" ينقل الفرد من الاستخدام السيئ إلى مرحلة الإدمان ويستثني الدكتور (رتشارد لاشين) من هذا التصنيف الأشخاص الذين يتطلب عملهم الجوس أمام الحاسوب لساعات طويلة.¹

انطلاقاً من هذا الطرح توضح نتائج الجدول أن وقت الشاشة لدى أفراد عينة الدراسة يتعدى الساعتين مما يدخلهن دائرة الاستخدام السيئ للفيسبوك بالرغم من ارتباطهن بوظائف عمل ومسؤوليات مختلفة.

¹ - هل أنت مدمن على مواقع التواصل الاجتماعي، مقال مقدم عبر موقع الجزيرة نت، متاح عبر الرابط ، www.aljazeera.net ، تاريخ

الولوج: 2018/07/01، الساعة: 18.00

الجدول رقم (30): الخدمات المفضلة لدى عينة الدراسة عند استخدام الفيسبوك:

النسبة بدلالة حجم العينة/500	النسبة بدلالة استخدام الخدمات المفضلة	التكرار	الوسيلة المفضلة
% 30.5	% 14	152	الردشة
% 30.9	% 14.2	154	التعليقات
% 23	% 10.6	115	مشاركة الصور والفيديو
% 3.2	% 1.5	16	الألعاب
% 3.6	% 1.7	18	التطبيقات
% 56.1	% 25.8	280	تصفح ومتابعة الصفحات والتفاعل عبرها
% 35.7	% 16.4	178	تصفح ومتابعة الصفحات و عدم التفاعل عبرها
% 34.5	% 15.9	172	النشر والتفاعل
/	% 100	1085	المجموع

يوضح الجدول توزيع النسب وتكرارات تفضيلات عينة الدراسة للخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك، حيث يتميز هذا الأخير بتوفيره للعديد من الخدمات والمميزات لمستخدميه، تجعلهم أكثر إقبالا واستخداما له، كما سبق التطرق إليها بالتفصيل في الفصل النظري الثالث بالعنصر المتعلق بخصائص ومميزات موقع الفيسبوك، أين تم ذكر مختلف الخدمات والمميزات التي يتميز بها موقع الفيسبوك، تجعله أكثر المواقع شعبية واستخداما بين أفراد المجتمع .

إضافة لذلك تعمل الشبكة على تطوير خدماتها وإطلاق العديد من المميزات الجديدة التي تساعد في جذب المزيد من المستخدمين للشبكة ودفعهم للاستغناء عن باقي المواقع وخدمات الانترنت والبقاء على موقع الفيسبوك فقط، فقد أطلق الموقع منذ بداية 2017 العديد من التحديثات الجديدة التي توفر لمستخدميه مميزات مختلفة متعلقة بالنواحي الأمنية للحساب إضافة لروابط مع باقي المواقع مثل: "تويتر وسناب شات" وإمكانية إضافة علم الدولة لصاحب الحساب على بروفايله، وأداة لرصد ذوي الميولات الانتحارية حسب ما جاء في تقرير بصحيفة اليوم

السابع الالكترونية¹ إضافة للعديد من الخدمات التي أطلقها الموقع خلال المؤتمر f8 للمطورين الذي يعقد سنوياً²، وبالرجوع للنتائج الواردة في الجدول أعلاه نلاحظ أن المبحوثات من عينة الدراسة يفضلن "تصفح ومتابعة الصفحات عبر الفيسبوك والتفاعل عبرها" في المرتبة الأولى نسبة 25.8% يليها في الترتيب الثاني نسبة 16.4% منهن يفضلن "تصفح الصفحات وعدم التفاعل عبرها" ثم جاءت نسبة 15.9% من المبحوثات يفضلن خدمة "النشر والتفاعل" في الترتيب الثالث لتتوزع باقي النسبة بين "خدمة الدردشة والتعليق" بنسب متقاربة، في حين جاءت نسبة خدمة الألعاب والتطبيقات في آخر ترتيب تفضيل عينة الدراسة وبنسب ضعيفة جداً.

إن توجه المبحوثات لتفضيل واستخدام خدمات معينة بالدرجة الأولى على غرار أخرى يعكس الدوافع الكامنة وراء ذلك الاستخدام، فكما تفترض نظرية الاستخدامات والاشباع³ المتنبأة في موضوع دراستنا فإن الجمهور ينطلق في استخدام وسائل الإعلام محددة ومضامين معينة انطلاقاً من حاجات ورغبات كامنة، تكون لديه دوافع مختلفة، تقف وراء اختياراته وتفضيلاته، واستناداً لهذه الفكرة، يمكن تفسير تفضيل أعلى نسبة من عينة الدراسة لخدمة "تصفح الصفحات والتفاعل عبرها بغية تحقيق اشباع معرفية أو نفسية أو تنقيفية بحسب مضمون ومجال الصفحة والذي سنتطرق إليه في الجدول رقم (32) المتعلق بطبيعة مضامين الصفحات التي نالت إعجاب المبحوثات من عينة الدراسة، كما يمكن النظر إلى الخدمات التي يقدمها الفيسبوك والواردة في الجدول كمصادر للمعلومات، تساعد في تحقيق أهداف المستخدمين وفق ما جاءت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتي تفترض أن الاعتماد على وسائل الإعلام يقوم وفق علاقة توفر المصادر المختلفة للمعلومات بغية تحقيق الأهداف، من خلال المعلومات التي يستقونها من المصادر المختلفة⁴.

ويرجع تفضيل عينة الدراسة لخدمتي تصفح الصفحات بأعلى نسب إلى خصائص ومميزات هذه الخدمة التي تتيح مجالاً للتفاعلية والاندماج وإبداء الرأي بحرية أكثر إضافة لكم المعلومات التي تقدمها بصورة آنية ومستحدثة لجمهورها بحسب نوعها وتوجهها⁵.

¹ - 05 تغييرات جديدة طرأت على الفيسبوك منذ بداية 2017، مقال مقدم عبر الرابط، www.youm7.com ، تاريخ الولوج:

18.30، الساعة: 2018/07/01

² - 10 خدمات جديدة أطلقها الفيسبوك خلال مؤتمر f8، مقال مقدم عبر الرابط، <http://vapulus.com/blog/Ar/> ، تاريخ الولوج:

18.30، الساعة: 2018/07/01

³ - للاطلاع أكثر يمكن الرجوع للفصل الثاني المتعلق بالتراث النظري للدراسة والاستفادة من نظرية الاستخدامات والاشباع.

⁴ - ميلفين ديفلور وساندرا بول روكيش، نظريات وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 414، 415.

⁵ - يمكن الاطلاع على عنصر صفحات الفيسبوك في الفصل النظري.

أما فيما يخص تمرکز خدمتي "الألعاب والتطبيقات" في ذيل التفضيلات لعينة الدراسة وبنسب ضئيلة جدا مقارنة بما سبقها في الخدمات، فيمكن تفسير ذلك وفق خصائص عينة الدراسة المتمثلة بنسبة كبيرة من النساء الحاملات لشهادات جامعية ودراسات عليا، إضافة لامتلاكهن لوظائف محددة ما يجعلهن بعيدا عن تضييع وإهدار الوقت في الألعاب الالكترونية والتطبيقات مقارنة بتفضيلهن لتصفح الصفحات والنشر والتفاعل والردود في الخدمات تساهم في الاندماج والتواصل مع الأخر والاطلاع على ثقافة الأخر من جهة وأثبات الذات وإبداء الرأي والمشاركة به من خلال النشر والتفاعل سواء عبر صفحات الفيسبوك أو الحساب الشخصي للمستخدم في حد ذاته.

الجدول رقم (31): عدد صفحات الفيسبوك التي نالت إعجاب عينة الدراسة وطبقوا عليها تطبيق الإعجاب:

عدد صفحات الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 10 صفحات	42	8.4 %
من 10 إلى 20 صفحة	85	17 %
أكثر من 20 صفحة	373	74 %
المجموع	500	100 %

يعبر الجدول عن عدد صفحات الفيسبوك التي نالت إعجاب المبحوثات عينة الدراسة وطبقوا عليها تطبيق الإعجاب (LIKE) أي أصبحوا متابعين فعليين لهذه الصفحات ويتلقون مضامينها فعليا، حيث تنتشر عبر الفيسبوك العديد من الصفحات المختلفة باختلاف مضامينها وتوجهها والهدف من إنشائها كما سبق التطرق إليه والإشارة له في الفصل النظري الثالث، حيث تنتج هذه الصفحات لجمهور الفيسبوك خدمتي المتابعة فقط والإعجاب، حيث أن خدمة المتابعة تمكن المستخدم من الحصول على بعض تحديثات منشورات الصفحات التي يتابعها أحيانا بحسب تفضيلاته، أما خدمة الإعجاب وتطبيق الإعجاب (LIKE) على الصفحة تجعل المستخدم احد المتابعين الفعليين ضمن جمهور الصفحة وتمكنه من الحصول على جميع تحديثاتها والاطلاع على كافة منشوراتها أولا بأول إضافة لظهور تحديثاتها في صفحته الشخصية الرئيسية كإشعارات (Notification) تقوده لفتح التحديث والمنشور في صفحته الأساسية، ولذلك تم تحديد عبارة عدد الصفحات التي تعجب فعلا عينة الدراسة والتي طبقت عليها خاصية الإعجاب كمجال لتحديد مفهوم (النشاط في الاختيار والقصدية) الذي جاءت به نظرية الاستخدامات والشباعات والتي تفترض أن الجمهور نشط وفعال في اختيار الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته ورغباته، وانطلاقا من هذا الفرض تمثل الأرقام والنسب الواردة في الجدول أعلاه نسب عدد الصفحات

التي نالت إعجاب عينة الدراسة وقاموا باختيارها عن وعي وقصد وطبقوا عليها خاصية الإعجاب وفق دوافع كامنة تدفعهم لاختيارها بغية إشباع حاجات كامنة.

وبالرجوع للنتائج الواردة في الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد عينة الدراسة الذين يمثلون تكرار 373 مبحوثة من إجمالي 500 مفردة معجبون "بأكثر من 20 صفحة" في الفيسبوك بنسبة 74% تليها 85 مبحوثة يفضلن أو يتصفحن وهن معجبات بـ: "من 10 إلى 20" بنسبة 17% في حين جاءت 8.4% منهن معجبات "بأقل من 10 صفحات" وهي نسب منطقية إلى حد بعيد مقارنة بنتائج الجدول السابق والذي أثبتت نتائجه تفضيل معظم أفراد عينة الدراسة لتصفح ومتابعة الصفحات عبر الفيسبوك سواء وفق التفاعل عبرها أو عدم التفاعل عبرها فجمع نسبتي الجدول السابق والتي عبرت عن تفضيل عينة الدراسة لتصفح ومتابعة الصفحات والتفاعل عبرها بنسبة (25.8%) يليها تصفح ومتابعة الصفحات وعدم التفاعل عبرها بنسبة (16.4%) نجد أن ما نستنه 42.2% من عينة الدراسة يفضلن خدمة استخدام وتصفح الفيسبوك وهي نتيجة دالة ومنطقية لتفضيل عينة الدراسة لأكثر من 20 صفحة بأعلى نسبة.

الجدول رقم (32): مضامين صفحات الفيسبوك التي نالت إعجاب عينة الدراسة:

النسبة بدلالة حجم العينة/500	النسبة بدلالة استخدام الصفحات ذات المضامين المفضلة	التكرار	مضامين الصفحات المفضلة
85.2%	17.7%	425	فكرية
58.7%	12.2%	293	تعليمية
80.2%	16.7%	400	ثقافية
56.9%	11.9%	284	ترفيهية
15.4%	3.2%	77	دينية
18.6%	3.9%	93	رياضية
63.3%	13.2%	316	اجتماعية
36.1%	7.5%	180	سياسية
41.3%	8.6%	206	صحية وطبية
24.4%	5.1%	121	خاصة بالمشاهير
/	100%	2395	المجموع

يوضح الجدول مضامين صفحات الفيسبوك التي نالت إعجاب عينة الدراسة ونلاحظ من خلال النسب والتكرارات الواردة في الجدول أن المبحوثات والمقدرة نسبتهم بـ 85.2% من عينة الدراسة يفضلن صفحات الفيسبوك ذات المضامين الفكرية بالدرجة الأولى بنسبة 17.7% يليها 80.2% منهن يفضلن الصفحات الثقافية بنسبة 16.7% ثم الصفحات الاجتماعية بنسبة 13.2% في الترتيب الثالث لتتمركز الصفحات التعليمية الترتيب الرابع بنسبة 12.2% في حين كان تفضيلهن للصفحات الترفيهية بنسبة 11.9% في الترتيب الخامس لتأتي باقي المضامين في ذيل تفضيل عينة الدراسة وبنسب ضعيفة جدا مقارنة بسابقتها.

تشير نتائج الجدول وترتيب تفضيل المبحوثات للمضامين الفكرية والثقافية والاجتماعية والتعليمية في أول اهتماماتهن لتوجه عينة الدراسة لاستخدام الفيسبوك في اتجاه إيجابي وهي نتيجة ونسب متوافقة مع خصائص عينة الدراسة التي جاء أغلب أفرادها من النساء المتعلقات الحاملات لشهادات جامعية وكذا دراسات عليا وامتلاكهن لوظائف عمل وبالتالي توجههن للإقبال على صفحات الفيسبوك للتثقيف والحصول على المعارف والمعلومات وكل ما هو جديد وهادف، فياسقاط الفرض الأساسي لبراديجم البنائية الوظيفية¹ تعمل صفحات الفيسبوك كنسق جزئي على القيام بنشاط متكرر ووظيفة تقديم المعلومات والأفكار للمستخدمات كنسق جزئي آخر فتحدث حالة من الرضا الوظيفي تساهم في حدوث نوع من توازن البناء الكلي للمجتمع، ناهيك عن أن صفحات الفيسبوك الفكرية والثقافية والتعليمية تعتبر من وسائل الاتصال الجماهيري التي تؤدي وظائف التعليم والتثقيف والتكوين وهي من وظائف وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع كما قدم الاتجاه الوظيفي، حيث أشار "ماكويل McCoyle" إلى أن من أهم وظائف وسائل الإعلام في المجتمع "وظيفة الإعلام" ويقصد بها نشر المعلومات بالوقائع والأحداث وشرح وتفسير والتعليق على الأفكار، كما أشار "ليزلي مولر" لوظائف الأخبار والتزويد بالمعلومات إضافة للربط والتفسير بهدف تحسين المعلومات والتنشئة الاجتماعية.

- انطلاقا مما سبق يمكن تفسير نتائج الجدول وفق منطلقين:

المنطلق الأول: خصائص عينة الدراسة التي تعكس المستوى الدراسي لأفرادها ومكانتهم الاجتماعية بحسب الوظائف التي يشغلونها، تلعب دورا في اختيارهم لمضامين صفحات الفيسبوك.

¹ - حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره ص75.

المنطلق الثاني: اعتبار الفيسبوك وصفحاته وسيلة ومصدر للمعلومات والمعارف المختلفة، حيث يعتبر الفيسبوك أول شبكة اجتماعية تكفل مهمة البحث عن المعلومات وتسهل الحصول على المعرفة نظرا لخصائصه المتعددة، فلقد قدم هذا الأخير خدمات كثيرة في مجال تدعيم التعليم وإيصال المعلومات في مختلف بقاع العالم وبأقل تكلفة وفق أساليب مختلفة، كما قلل من تكاليف التعليم وخفف من أعباء التدريب على إدارة الموارد البشرية، بتوفير مواقع تدريسية الكترونية مباشرة، حيث أصبح يطلق على التعليم والتكوين المعرفي عبر هذه الشبكات اسم "التعليم التشاركي الإلكتروني" والذي يعرف "بأنه نمط من التعليم قائم على التفاعل الاجتماعي بين المتعلمين، يقومون بإنشاء مجموعات صغيرة يتشاركون في انجاز المهمة أو تحقيق أهداف تعليمية مشتركة من خلال أنشطة جماعية في جهد منسق باستخدام خدمات وأدوات الاتصال والتواصل المختلفة عبر الويب"¹، ومن ثم فهو يركز على توليد المعرفة وليس استقبالها وبالتالي يتحول التعليم من نظام مركز حول المعلم يسيطر عليه، إلى نظام مركز حول المتعلم ويشترك فيه المتعلم.

¹ - نيلية جعفري، انعكاسات الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص313.

ثانياً: عادات وأنماط استخدام وتصفح عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك:

الجدول رقم (33): مدة إعجاب عينة الدراسة بصفحات النسوية:

النسبة المؤوية	التكرار	مدة الإعجاب
25 %	125	أقل من سنة
49.4 %	247	من سنة إلى 3 سنوات
25.6 %	128	أكثر من 3 سنوات
100 %	500	المجموع

يوضح الجدول المدة التي تعكس الفترة الزمنية لإقبال عينة الدراسة على استخدام وتصفح صفحات النسوية عبر الفيسبوك، ويتضح من خلال التكرارات والنسب الواردة في الجدول أن معظم أفراد عينة الدراسة يستخدمون صفحات النسوية "من سنة إلى ثلاث سنوات" بنسبة 49.4% وهي نسبة قريبة لتمثيل نصف عينة الدراسة، يليها مباشرة وينسب متقاربة 25.6% من المبحوثات يستخدمن هذه الصفحات منذ أكثر من "ثلاث سنوات" وفي المقابل 25% منهن يستخدمنها منذ أقل من سنة.

إن نتائج الجدول المتعلقة بإجماع معظم أفراد عينة الدراسة من المبحوثات على استخدامهن لصفحات النسوية "من سنة إلى ثلاث سنوات" بأعلى نسبة، هي نتيجة متوقعة يمكن الاستدلال عليها من خلال البيانات الواردة في الجدول المتعلق بتعريف الصفحات محل الدراسة التحليلية في الفصل الخامس¹ من الدراسة، حيث وضحت بيانات الجدول أن الصفحات التي وقع عليها الاختيار لإجراء الدراسة التحليلية والتي استخدمناها أيضاً لتوزيع الاستمارة الالكترونية تمت نشأتها منذ ثلاث إلى أربع سنوات فليس غريباً أن تنعكس تلك المدة الزمنية على المتوسط الزمني لاستخدام الجمهور لها، هذا من جهة، إضافة إلى أنه تم تفعيل خاصية إنشاء صفحات متخصصة عبر الفيسبوك وإدارتها، وتضمينه فقط في السنوات القليلة الماضية.

كما أن انتشار استخدام الفيسبوك في السنوات القليلة الماضية كأداة ووسيلة إعلامية لتوثيق الحدث ومساهمته في إدارة العديد من الأزمات والثورات الشعبية في البلدان العربية إضافة للنجاح الباهر الذي حققته في تعبئة الجماهير، وخلق الاتجاهات وتكوين رأي عام أعطى دفعة قوية للنساء العربيات والمنظمات النسوية لاستنباط

¹ - للاطلاع يمكن الرجوع للفصل الخامس الخاص بالدراسة التحليلية المتعلقة بتحليل صفحات النسوية.

الفكرة من قلب الحدث واستغلاله كمنصة لمعالجة قضايا المرأة من خلال خدمة وخاصة الصفحات الخاصة عبر الفيسبوك في السنوات القليلة الماضية، هذا ما يترجم حداثة إنشاء هذه الصفحات عبر الفيسبوك وجدة إقبال النساء العربيات على استخدامها، خاصة مع موجة الصحوة والوعي التي شهدتها النساء العربيات مع مخلفات أحداث الربيع العربي خاصة. أين لاحظت الباحثة صيرورة انتشار صفحات النسوية عبر الفيسبوك وسلم ارتفاع عدد الصفحات بشكل ملحوظ وكذا عدد المتفاعلين معها إلى غاية يومنا هذا لتصبح فضاء هاماً للنشاط النسوي.

أما فيما يخص توازي نسبي النساء اللواتي يستخدمن صفحات النسوية "منذ أكثر من ثلاث سنوات" المقدرة نسبتهن بـ 25.6% في مقابل 25% منهن التحقن حديثاً باستخدام هذه الصفحات أين عبرن عن استخدامهن لها "منذ اقل من سنة".

انطلاقاً من نتائج الجدول نستنتج أن الحركة النسوية العربية الالكترونية كظاهرة حديثة نوعاً ما مقارنة بالخلفية المعرفية والتطور التكنولوجي لموجات الحركة النسوية في الدول العربية، فكما سبق الإشارة إليه في الفصل النظري الرابع المتعلق بالحركة النسوية العربية ووسائل الإعلام الجديد¹ فإن بدايات ظهور الحركة النسوية في العالم العربي تعود للقرن 19م عندما حذت المرأة العربية حذو النساء في الغرب مطالبة بالحقوق والمساواة، وكانت بدايتها بالتححرر من الأعراف والعادات والتقاليد التي كانت تمثل العنصر الضاغط على المرأة في المجتمع وتطورت الحركة في البلدان العربية شيئاً فشيئاً بتنظيم اتحادات نسائية ومنظمات وجمعيات للعمل النسوي على أرض الواقع، وانتشار هذه الاتحادات والمنظمات بفروعها في العمل في مختلف الدول العربية إلا أنها كانت في معظمها تعمل تحت لواء قانون الدول والسلطة والمراقبة، فبقيت أوضاع المرأة على حالها من تمهيش وعنف وجهل وخضوع لعادات وتقاليد سلبية كزواج القاصرات والختان بالرغم من رفع لواء التححرر باسم الحركة النسوية في اغلب مناطق الوطن العربي، ومع التغييرات السياسية والاجتماعية الحاصلة في الدول العربية من 2011 إلى غاية 2013 انتقلت النسوية للإعلام الجديد وشبكات لتواصل الاجتماعي كمنفذ جديد ووسائل جديدة لرفع راية الحركة والمضي في المطالبة بحقوق المرأة بطرق حديثة وطابع مختلف عن العمل المؤسسي للمنظمات والاتحادات النسائية وكجهات داعمة لها في جو من الحرية بعيداً عن قيود الرقابة والمتابعة وفي محاولة لنشر الوعي بالفكر النسوي وحشد أكبر قدر ممكن من الجماهير.

¹ - للمزيد يمكن الإطلاع على الفصل النظري الرابع، الحركة النسوية العربية ووسائل الإعلام الجديد

الجدول رقم (34):مدى الحرص على تصفح صفحات النسوية عبر الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الحرص على تصفح صفحات النسوية
73.2 %	366	غالبا
23 %	115	أحيانا
3.8 %	19	نادرا
100 %	500	المجموع

يعبر الجدول عن مدى حرص عينة الدراسة على تصفح صفحات النسوية عبر الفيسبوك ويتضح من خلال الأرقام في الجدول أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة حريصون على تصفح صفحات النسوية بأعلى نسبة وقدرت بـ 73.2% "غالبا" يليها مباشرة وبفارق واضح 23% منهن حريصات على تصفحها "أحيانا" في حين أن 3.8% فقط من عينة الدراسة يتصفحون النسوية "نادرا".

ويعبر حرص المبحوثات من عينة الدراسة على تصفح صفحات النسوية "غالبا" بأعلى نسبة على اهتمامهن بهذه الصفحات وما تقدمه من مضامين وهي نسبة ونتيجة متوافقة مع ما سبق وتوصلنا إليه من خلال نتائج الجدول المتعلق بالخدمات المفضلة لدى عينة الدراسة عند استخدامهن لموقع الفيسبوك، أين علقت معظم المبحوثات بأعلى النسب على تفضيلهن لخدمة تصفح ومتابعة الصفحات عبر الفيسبوك سواء بالتفاعل أو عدم التفاعل غيرها والاكتفاء فقط بالتصفح ومراقبة المضامين أين قدرت نسبتهن مع بـ 42.2%.

كما يمكن الاستدلال على هذه النتيجة أيضا من خلال نتائج الجدول المتعلق بعدد الصفحات التي نالت إعجاب عينة الدراسة وطبقوا عليها تطبيق الإعجاب (Like) أين عبر اغلب أفراد العينة على إعجابهم الفعلي "لأكثر من 20 صفحة" عبر موقع الفيسبوك، مما يدل على اهتمام أفراد عينة الدراسة بخدمة الصفحات المتخصصة عبر الفيسبوك وما تقدمه من مضامين ناهيك عن تصدر المضامين الفكرية والثقافية قائمة المضامين المفضلة لدى عينة الدراسة من خلال صفحات الفيسبوك التي تنال إعجابهم ومتابعتهم، وعلى اعتبار أن التيار النسوي، تيار فكري أيديولوجي وفلسفي، يهتم بالنهوض بمكانة المرأة في المجتمع وإثبات ذاتها والمطالبة بحقوقها ومعالجة قضاياها والذي أصبح متداولاً من خلال صفحات الفيسبوك، أين نال اهتمام ومتابعة الكثير من النساء العربيات الممثلات لجمهور هذه الصفحات.

وانطلاقاً من خصائص عينة الدراسة التي تمثل أعلى نسبة فيها من النساء المتعلقات بالحاملات لشهادات جامعية ودراسات عليا فمن المنطقي حرصهن على متابعة هذا النوع من الصفحات غالباً وذلك بغية إشباع حاجتهم المعرفية والاطلاع على كل ما هو متعلق بشؤون المرأة وحقوقها وقضاياها.

كما يمكن تفسير النتائج الواردة في الجدول والتي تعكس اهتمام الباحثات بتصفح صفحات النسوية غالباً من منطلق الأوضاع والسياق الاجتماعي الذي تعيشه المرأة العربية، والذي يكون لها مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية التي تترجم في دوافع تحركهن نحو استخدام وتصفح هذه الصفحات كمصادر للحصول على المعلومات بغية تحقيق أهداف معينة كالمطالبة ببعض الحقوق، تسليط الضوء على بعض قضايا المرأة المهمشة، المشاركة مع الآخر والتواصل، التعبير عن الرأي دون قيود، التعبير عن الذات، الانسلاخ من عقد العادات والتقاليد وتحقيق ذلك تكون المستخدمين لصفحات النسوية عبر الفيسبوك المثلثات للنساء العربيات حسب نظرية الاستخدامات والإشباعات جمهور متلقي نشط وفعال اختار عن وعي وإدراك الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته ورغباته واعتبارها مصادر تقديم معلومات لتحقيق أهداف معينة في علاقة اعتماد متبادلة كما جاءت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أيضاً، مما ينتج عنه آثار معرفية وسلوكية ووجدانية مختلفة سنحاول الكشف عنها من خلال الجداول اللاحقة.

الجدول رقم (35): المدة المستغرقة في تصفح والتفاعل عبر صفحات النسوية في اليوم:

النسبة المؤوية	التكرار	المدة المستغرقة في اليوم
50.4 %	252	أقل من ساعة
39.4 %	197	من ساعة إلى 3 ساعات
10.2 %	51	أكثر من 3 ساعات
100 %	500	المجموع

يمثل الجدول أعلاه المدة الزمنية التي تستغرقها عينة الدراسة في التصفح والتفاعل عبر صفحات النسوية في اليوم، وتوضح الأرقام الواردة في الجدول أن نصف عينة الدراسة يستخدم من صفحات النسوية ويتفاعلن عبرها لمدة "أقل من ساعة" في اليوم وهذا ما عبرت عنه 50.4% من عينة الدراسة يليها 39.4% منهم صرحن باستخدامهن وتفاعلن معها لمدة "ساعة إلى ثلاث ساعات" في اليوم في حين أن 10.2% من الباحثات يتصفحن هذه الصفحات لمدة تتجاوز "3 ساعات في اليوم".

ويمكن تفسير توجه ما يعادل نصف عينة الدراسة المقدر بـ 50.4% نحو استخدام وتصفح صفحات النسوية لمدة "أقل من ساعة يوميا" والتفاعل عبرها بالاستخدام الرصين، فبالرجوع لنتائج الجدول المتعلق بساعات استخدام أفراد العينة لموقع الفيسبوك في اليوم نجد أن أغلب أفراد العينة المقدرة نسبتهم بـ 57.2% يستخدمونه "أكثر من 03 ساعات" في اليوم يليها وبفارق بسيط 42.8% منهم يستخدمونه "من ساعة إلى ثلاث ساعات" فتخصيص حجم ساعي يقدر من نصف ساعة إلى ساعة يوميا لتصفح صفحات النسوية لوحدها مقارنة بالخدمات الأخرى (كالردشة والتعليق والإعجاب) في إجمالي الاستخدام اليومي لموقع الفيسبوك ككل، هو متوسط زمني مرتفع، خاصة وأن ثاني أكبر نسبة في الجدول الموضح أعلاه من المبحوثات عرن عن استغراقهن لمدة من "ساعة إلى ثلاث ساعات" في اليوم في تصفح صفحات النسوية والتفاعل عبرها، ويمكن الاستدلال على هذه النتيجة أيضا من خلال إجماع أغلب عينة الدراسة على تفضيلهن لخدمة صفحات الفيسبوك والتفاعل عبرها كأفضل خدمة عبر موقع الفيسبوك في الجدول (30) مما يشير للاستخدام الدائم واليومي لأفراد عينة الدراسة لصفحات النسوية والتي أصبحت نشاطا ضمن روتينهم اليومي الذي خصصن له حيز زمني معين، والتي يمكن الجزم أنها تعمل على توفير وإشباع حاجاتهم ورغباتهم المتنوعة إضافة لما تقدمه لهم من خصائص قد لا توفرها باقي الخدمات كالمشاركة والتشارك في الاستخدام، المناقشة حول القضايا وتبادل الآراء، الحوار، إبداء الرأي بجرية، الحضور الدائم، إمكانية استقبال وإرسال التعليقات والردود في أي لحظة وأي مكان وخصائص أخرى متعلق بالوسائط المتعددة، المتوفرة عبر هذه الصفحات والتي سبق وتطرقنا إليها بالشرح في الفصل الثالث النظري، العنصر المتعلق بالفيسبوك وصفحات عبر الفيسبوك.

الجدول رقم (36): الاكتفاء بمصادفة منشورات صفحات النسوية على جدار البروفايل دون الرجوع للصفحة:

النسبة المئوية	التكرار	
27.4 %	137	غالبا
46.4 %	232	أحيانا
18 %	90	نادرا
8.2 %	41	أبدا
100 %	500	المجموع

يوضح الجدول نسب وتكرارات إجابات الباحثين المتعلقة بأنماط تفاعلهم مع مضامين و منشورات صفحات النسوية وترتيب إطلاعهم عليها، بين الاكتفاء بمصادفة المنشور على جدار الحساب الشخصي للمستخدم والإطلاع على عناوين المواضيع بسطحية أو متابعة الموضوع بالنقر على رابطته والرجوع لصفحة الأساسية لمتابعة المنشور، ولقد تم إدراج هذا السؤال عن قصد لمحاولة الكشف واختبار مدى علاقة اعتماد مستخدمي هذه الصفحة على الحصول على مضامينها، ودرجة عمق أو سطحية استخدامهم وتصفحهم لها.

ويتبين من خلال نتائج الجدول أن أكبر نسبة من الباحثين والمقدرة بـ: 46.4% صرحن بالاكتفاء بمصادفة منشورات صفحات النسوية على جدار البروفايل دون الرجوع للصفحة الأساسية "أحيانا" يليها 27.4% منهن أيضا يكتفين بمصادفة المنشورات "غالبا" لتتوزع باقي النسبة من الباحثين اللواتي صرحن بذلك "نادرا" بنسبة 18% و 8.2% منهن أجبن بـ "أبدا".

إن الملاحظ لنتائج الجدول وبالجمع بين نسب الباحثين اللواتي عبرن عن اكتفائهن بمصادفة المنشورات على جدار البروفايل دون الرجوع للصفحة الأساسية "أحيانا و نادرا" و "أبدا" نجد ما يعادل 72.6% من الباحثين والتي تعكس أغلبية أفراد العينة مقارنة بنسبة الباحثين اللواتي صرحن بغالبية اكتفائهم بمصادفة المنشورات، وهذا ما يوضح عمق اعتماد المستخدمين على صفحات النسوية كمصدر للمعلومات ومتابعة مضامينها وهي نتائج متوافقة مع نتائج الجداول السابقة.

الجدول رقم (37): مع من يتصفح عينة الدراسة محتويات صفحات النسوية:

النسبة المئوية	التكرار	
51 %	255	لوحدهم
3.8 %	19	مع أفراد عائلتك
23 %	115	تشاركينها مع صديقاتك
22.2 %	111	تشاركينها على حسابك الخاص
100 %	500	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يعكس نمط استخدام وتصفح عينة الدراسة لصفحات النسوية عادة، إن كانوا بمفردهم أم مع العائلة أم المشاركة مع الأصدقاء، ويتضح من خلال الأرقام الواردة في الجدول أن معظم أفراد العينة من المبحوثات صرحن بتعودهن على استخدام وتصفح صفحات النسوية بمفردهن "لوحدهم" بنسبة 51% يليها 23% منهن تشاركن هذه المضامين مع صديقاتهن، وبنسبة مقاربة جدا مقدر بـ 22.2% من المبحوثات تشاركن تلك المحتويات على الحساب الخاص، فيما عبرت نسبة قليلة جدا والمقدرة بـ: 3.8% على استخدام وتصفح محتويات النسوية مع أفراد العائلة.

إن توجه معظم أفراد العينة للتصريح باستخدامهن وتصفحهن لصفحات النسوية بمفردهن بأعلى نسبة، نتيجة متوقعة، فصفحات الفيسبوك المتخصصة كخدمة وخاصة من خصائص الموقع الذي يعد إحدى تطبيقات الإنترنت، أعربت العديد من الدراسات والبحوث عن نتائج توضح إجماع المستخدمين على تفضيلهم لاستخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بمفردهم، حيث يتجه معظم هؤلاء المستخدمين للعزلة والفردية في الاستخدام، وهذا ما ذهبت إليه دراسة الباحث "لونيس باديس"¹، أين أثبتت نتائج دراسته أن 70.31% من عينة الدراسة يفضلون استخدام الإنترنت بمفردهم وهي نتيجة استدلت عليها بنتائج العديد من الدراسات السابقة التي أثبتت النسب الغالبة فيها دائما للاستخدام الفردي مثل دراسة الباحث "أحمد عبدي" الذي وضح توصله لأن أغلبية المبحوثين يستخدمون الإنترنت بمفردهم نسبة 77% وكذلك دراسة "اليامين بودهان" الذي أثبت أيضا أن

¹ - للمزيد اطلع، باديس لونيس، الآثار الثقافية للإنترنت على جمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين، مرجع سبق ذكره، ص 254 .

54% يفضلون التواصل بالشبكة لوحدهم، وهو نفس ما وصلت إليه الباحثة "نبيلة جعفري"¹ والتي عبر معظم أفراد عينتها على استخدامهم لموقع الفيسبوك بمفردهم.

ويمكن تفسير هذا التوجه للمستخدمين نحو الانفرادية في الاستخدام إلى خصائص وطبيعة الوسيلة في حد ذاتها، حيث تختلف شبكات التواصل الاجتماعي كوسائل إعلام جديدة عن الوسائل التقليدية من حيث التقنية والخصائص والخدمات التي تنعكس في مجملها في سلوك الاستخدام، فقد تتيح وسائل الإعلام التقليدية إمكانية الاستخدام والتعرض الجماعي للوسيلة في حين تشجع وسائل الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي الفردية في الاستخدام من خلال التطورات التكنولوجية المقدمة التي تميل للشخصية والخصوصية في الامتلاك والاستخدام تماشياً مع أحجامها وخصائص استخدامها هذا من جهة، ومن جهة أخرى يمكن تفسير توجه معظم أفراد عينة الدراسة نحو الفردية في استخدام صفحات النسوية إسناداً لطبيعة مضامينها التي تعكس فكر وأيديولوجيا صاحبه والذي قد لا يكون نفس فكر وتوجه أصدقائه وأفراد عائلته مما يجعله يفضل الانفرادية في الاستخدام.

إضافة إلى ما سبق وكما لاحظنا فإن ثاني أعلى نسبة موضحة في الجدول من المبحوثات يفضلن مشاركة مضامين صفحات النسوية مع صديقاتهن وعلى حساباتهن الخاصة بنسب متقاربة جدا مقدرة بـ: 23% للخيار الأول و 22.2% للخيار الثاني وللإشارة هنا يقصد بمفهوم المشاركة خاصية "partager،share" التي يتيحها موقع الفيسبوك والتي تمكن المستخدم من إعلام أصدقائه وتقاسم منشورات معهم، أي أن المبحوثات يفضلن بثاني أعلى النسب مقاسمة وإعلام صديقاتهن بما يتعرضن له ويتصفحنه من مضامين عبر صفحات النسوية والتي قد تكون بهدف إطلاع وتزويد الغير بمعلومات وتقاسم معارف معهم وقد يعود ذلك ويفسر بتقاسم الاهتمامات المشتركة ونفس الاهتمام والتوجه الفكري نحو قضايا المرأة.

وبالجمع بين النسبتين يتضح أن 45.5% من أفراد عينة الدراسة يمثلن جمهوراً نشطاً يستخدم ويشارك مواضيع صفحات النسوية التي تعبر عن اهتمامات مشتركة مع أصدقائه سواء كانوا واقعيين أو افتراضيين وهذا ما يعكس اهتمامهم بمضامين هذه الصفحات.

¹ - نبيلة جعفري، انعكاسات الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص 316.

الجدول رقم (38): نوع القضايا التي تفضل المبحوثات تصفحها والتفاعل معها عبر صفحات النسوية:

النسبة بدلالة حجم العينة/500	النسبة بدلالة استخدام وتصفح القضايا المفضلة	التكرار	القضايا المفضلة لدى عينة الدراسة
75.6%	10.6%	378	العنف الأسري ضد المرأة
60%	8.4%	300	قضايا جرائم الشرف
45.8%	6.4%	229	مشاركة المرأة في الحياة السياسية
67.2%	9.4%	336	إنجازات المرأة
71.8%	10.1%	359	تحديات المرأة داخل المجتمع
65.2%	9.1%	326	قضايا الدين والمرأة
75%	10.5%	375	انتهاكات حقوق المرأة
61.8%	8.7%	309	الزواج والزواج المبكر
36.8%	5.2%	184	البطالة التي تعاني منها المرأة
72.8%	10.2%	364	التحرش
81.4%	11.4%	407	التمييز بين المرأة والرجل
0.2%	0.0%	1	الصحة والجمال والطبخ
0.2%	0.0%	1	علاقة المرأة بالرجل
0.4%	0.1%	2	جميع قضايا المرأة
/	100%	3571	المجموع

يبين الجدول نتائج القضايا التي تفضل المبحوثات عينة الدراسة تصفحها والتفاعل معها عبر صفحات النسوية، ويتضح جلياً من خلال الأرقام والإحصائيات الواردة في الجدول توزيع النتائج على مختلف القضايا بنسب متقاربة كثيراً.

حيث صرحت نسبة 81.4% من المبحوثات على تفضيلهن للقضايا التي تطرح "مواضيع التمييز بين المرأة و الرجل" بالدرجة الأولى بنسبة 11.4% يليها 75.6% من المبحوثات صرحن بتفضيلهن للقضايا التي تقدم مواضيع "العنف الأسري ضد المرأة" بنسبة 10.6% في الترتيب الثاني على التوالي بعد ذلك جاءت النسب متقاربة لبقية القضايا أين تركزت قضايا "انتهاكات حقوق المرأة" بنسبة 10.5% في الترتيب الثالث، تلتها مباشرة "قضايا التحرش" بنسبة 10.2% ثم "تحديات المرأة داخل المجتمع" بنسبة 10.1% و "إنجازات المرأة"

بنسبة 9.4% ثم قضايا "الدين والمرأة" بنسبة 9.1% "فالزواج والزواج المبكر" بنسبة 8.7% وقضايا "جرائم الشرف" بنسبة 8.4% في حين جاءت قضايا مشاركة المرأة في الحياة السياسية في الترتيب العاشر بنسبة 6.4%.

انطلاقاً من الإحصائيات المذكورة سابقاً نستنتج أن مستخدمات صفحات النسوية عبر الفيسبوك مهتمات بمختلف قضايا المرأة بنسب متقاربة جدا وقد يكون ذلك ناتج للواقع الذي تعيشه المرأة العربية في مجتمعاتها، والذي يعكس دائرة خاصة من النضال الفكري والوجودي قلما تعبر عنه الصورة التي تقدمها وترسمها وسائل الإعلام، فلطالما عكفت وسائل الإعلام التقليدية على التعامل مع قضايا المرأة بتخصيص مساحات كبيرة وملفات وبرامج لها، يقتصر الحديث فيها عن قضايا الأسرة والزواج والموضة والطهي، مما يعكس المرأة في قالب الزوجة والأم وربة المنزل فقط، أو استغلالها في المواد الإعلانية لتبقى القضايا الأكثر محوراً في حياة المرأة العربية كالمساواة والتمكين والانجاز العلمي والاقتصادي، إضافة لانتهاكات المرأة اجتماعياً، أقل تمثيلاً وإدراجاً في المساحات الإعلامية وتجنباً، وتصنيفها ضمن قائمة القضايا الاجتماعية والمحتوى الجاد المتحفظ عليه، وحتى في حالة طرحه على طاولة النقاش يتم الاعتماد على خبراء وضيوف للتعليق على تلك القضايا من الرجال، وتبقى المرأة في دور الضحية والشاهدة فقط، مقارنة مع هذا الواقع في الطرح، يتمركز الإعلام الجديد الاجتماعي وشبكات التواصل في مركز القوة والحرك الأساسي والأقوى في اتجاه التغيير في طرح ومناقشة قضايا المرأة لرسم صورة أكثر استقلالية وتحراً للمرأة العربية مما أتاح لها التوجه لهذا المجال الافتراضي للتعبير عن آرائها والتفاعل مع المواضيع والقضايا الأكثر محوراً في حياتها وفكرها والتي عبرت عنها إجابات المبحوثات كما هو موضح من خلال الجدول والنتائج التي سبق ذكرها ومناقشتها، والتي ترتبت تواليها وبنسب متقاربة بداية من التمييز بين المرأة والرجل وقضايا العنف الأسري وصولاً لتحديات المرأة في المجتمع وبقية القضايا المحورية التي تعانيها المرأة العربية انتهاك الحقوق فيها وهميشاً ونقصاً في الحصول عليها في مجتمعاتها ناهيك عن الفجوة بين الجنسين فيها.

ويمكن الاستدلال على هذه النتائج بما توصلنا إليه أيضاً من خلال الدراسة التحليلية لصفحات النسوية، حيث توصلت الباحثة إلى أن الصفحات الثلاثة محل التحليل والدراسة تهتم بنشر وعرض قضايا المرأة المتعلقة بالمساواة والعنف والتحرش وزواج القاصرات كأهم المواضيع في فئة الموضوع مما يثبت تجاوب جمهور هذه الصفحات من النساء العربيات والمستخدمات لها مع هذه القضايا التي تعبر أكثر عن واقعهم.

الجدول رقم (39): أشكال منشورات صفحات النسوية الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة:

النسبة بدلالة حجم العينة/500	النسبة بدلالة أشكال المنشورات المفضلة	التكرار	أشكال المنشورات
74.6%	35%	373	صور
41.6%	19.5%	208	فيديو
80.8%	37.9%	404	نصوص
16.2%	7.6%	81	روابط
/	100%	1066	المجموع

الجدول يعبر الجدول عن أشكال منشورات صفحات النسوية الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة، ويتضح من خلال النسب والتكرارات الواردة فيه تمركز المنشورات على شكل نصوص في الترتيب الأول في قائمة تفضيلات المبحوثات بنسبة 37.9% و التي عبر عنها 80.8% من إجمالي عينة الدراسة، تليها وبنسبة قريبة من سابقتها 35% للمنشورات على شكل صور، لتتوزع باقي النسبة تالياً للمنشورات على شكل فيديو مقدرة بـ 19.5% والروابط بنسبة 7.6%.

وبالرجوع لنتائج الدراسة التحليلية لمضامين صفحات النسوية، توصلت الباحثة إلى أن أغلب المنشورات المحللة تعتمد طابع النص المرفق بصورة بنوعيتها التعبيري والخبري بأعلى النسب، على اعتبار التكامل في إيصال المعنى من خلال دمج الصورة المعبرة عن المعنى المتضمن في النص المقدم والمعبر عنه على أساس أن الصورة أكثر جذبا للانتباه، إن نتيجة الدراسة التحليلية في الفصل الخامس تتقاطع مع ما هو واضح في الجدول أعلاه حيث أن المبحوثات صرحن بتفضيلهن بأعلى النسب، وبنسب متقاربة على تفضيلهن للمنشورات التي تأتي على شكل نصوص وصور خاصة وان معظم منشورات الصفحات تطرح مواضيع تستدعي الاسترسال في تقديم الأحداث والوقائع والإحصاءات والاستشهاد وتقديم الأدلة، والتي تأتي غالبا على شكل نصوص، إضافة لتقديم صور معبرة عن معناها وهذا ما يتقاطع مع تفضيلات النساء العربيات من جمهور صفحات النسوية.

كما يمكن تفسير تفضيل المبحوثات عينة الدراسة للمنشورات على شكل نصوص وصور بالدرجة الأولى وبنسب كبيرة ومتقاربة مقارنة بنسب المنشورات على شكل فيديو وروابط التي كانت نسبتها اقل بكثير، إلى سهولة وسرعة تحميل وتصفح هذه المنشورات مقارنة بالفيديوهات التي غالبا ما تكون ذات حجم كبير وتتطلب

وقتا للتحميل والمشاهدة استنادا لما تتيحه تقنية الجيل الثالث والرابع للانترنت في الهواتف النقالة والألواح الالكترونية، والتي تحول دون إمكانية تحميل ومشاهدة الفيديو بسرعة والانتقال إلى روابط أخرى خاصة وان اغلب أفراد عينة الدراسة صرحوا باستخدامهم للهواتف النقالة الذكية بالدرجة الأولى مقارنة بالوسائل الأخرى حسب ما جاء في نتائج الجدول الرابع وبالتالي الاعتماد على تقنية انترنت الشريحة في الهاتف الناقل التي تحد من إمكانية تصفح واستخدام هذا النوع من المنشورات مما قد يبرر أن هذا التوجه في تفضيل منشورات معينة على حساب أخرى قد يكون سببه تقني من جهة.

كما لا يمكن أن نغفل أيضا الدلالات العميقة المتضمنة في النص والصورة والتي تعبر عن الفكرة المراد تقديمها لجمهور صفحات النسوية التي تستهدف رفع وعيهم وإدراكهم بقضايا المرأة بالأدلة والبراهين سواء كانت أرقام وإحصاءات ونماذج واقعية يشار إليها في نصوص تطرح قضية معينة أو اختصار كل ذلك في صور معبرة تجذب انتباه المتابعين وتؤثر فيهم.

فبالجمع بين نتائج الدراسة التحليلية لصفحات النسوية محل الدراسة والتي أعربت عن عكوف القائمين على هذه الصفحات لاستخدام نمط الدمج بين النص والصورة في نشر مواضيعها في اغلب الأحيان وكذا نتائج الجدول 34 من الدراسة الميدانية الذي وضح حرص معظم أفراد عينة الدراسة على تصفح منشورات هذه الصفحات وعدم الاكتفاء بمصادفتها وتصفحها بسطحية نخلص إلى وجود نشاط ذهني للمبحوثات عينة الدراسة الذي يعبر عن جمهور نشط يتعرض ويتفاعل مع هذه المضامين التي اختارها عن قصد لإشباع رغبات كامنة لديه.

الجدول رقم (40): طرق تفاعل المبحوثات مع مضامين صفحات النسوية:

المجموع	نادرا	أحيانا	دائما	طريقة التفاعل	
500	29	128	343	التكرار	الإعجاب
%100	% 5.8	% 25.6	%68.6	النسبة %	
500	168	273	59	التكرار	التعليق
%100	% 33.6	% 54.6	% 11.8	النسبة %	
500	237	220	43	التكرار	المشاركة على حسابي الخاص
%100	% 47.4	% 44	%8.6	النسبة %	
500	335	134	31	التكرار	المشاركة على حساب أصدقائي أو مجموعات اهري
%100	% 67	% 26.8	% 6.2	النسبة %	
500	157	222	121	التكرار	الاكتفاء بالقراءة فقط
%100	% 31.4	% 44.4	% 24.2	النسبة %	

يعبر الجدول الموضح أعلاه طرق وتقنيات تفاعل المبحوثات عينة الدراسة مع مضامين ومنشورات صفحات النسوية عبر الفيسبوك، حيث تختلف تقنيات وخصائص التفاعل عبر الفيسبوك بين الإعجاب والتعليق والمشاركة، وتعتبر من أهم المميزات التي تتيحها الشبكة لمستخدميها للتفاعل فيما بينهم وكذا مع ما يقدمه الآخرون، حيث يتجه المشاركون والمستخدمون لهذه الصفحات لاستخدام هذه التقنيات في التفاعل مع المنشورات والمضامين التي تنال إعجابهم وتتقاطع مع ميولاتهم وبالتالي فهو نوع من النشاط في التفاعل مع مضامين تلي اهتمامات مستخدميها.

ويتضح من خلال الأرقام الواردة في الجدول أعلاه تباين في نسب تفاعل المبحوثات مع مضامين صفحات النسوية يتم مناقشتها فيما يلي:

- **الإعجاب:** نلاحظ من خلال الجدول أن معظم أفراد عينة الدراسة يتفاعلون مع منشورات صفحات النسوية عن طريق الإعجاب "دائم" بنسبة %68.6 يليها %25.6 منهم "أحيانا"، في حين أن %5.8 فقط من عينة الدراسة عبرن على تفاعلهم بالإعجاب "نادرا"، وبالجمع بين نسبي المبحوثات اللواتي يتفاعلن بالإعجاب "دائما" وأحيانا" نجد أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون تطبيق الإعجاب وهذا ما يدل على مدى نشاط صفحات النسوية وانتشارها وقدرتها على تلبية رغبات واهتمامات معجبيها ومستخدميها والمتفاعلين معها الذين يعبرون عن

ذلك بتقنية الإعجاب التي يتيحها موقع الفيسبوك عبر شبكته، كما يمكن تفسير هذا التفاعل نظرا لسهولة استخدام وتطبيق هذه الآلية التي تغنيهم عن الاسترسال في الكتابة كما تعبر عن أحاسيسهم خاصة وقد طرأت عدة تغيرات على تقنية الإعجاب في الفيسبوك وصفحاته باستخدام أيقونات تعبر عن الحالة الشعورية للمتفاعل كالفرح والحزن، الدموع، الدهشة، المحبة وغير ذلك من الأيقونات التي تسهل على المستخدم التعبير عن حالته دون الحاجة للكتابة.

- التعليق: ويتبين من خلال الأرقام الواردة في الجدول أعلاه أن المبحوثات يفضلن التعليق على مضامين ومنشورات الصفحات "أحيانا ونادرا"، على غرار الإعجاب فلقد عبرت 54.6% من المبحوثات عن تفاعلها بالتعليق "أحيانا"، تليها 33.6% منهن "نادرا"، وهي أعلى النسب لتبقى 11.8% فقط من المبحوثات يتفاعلن بالتعليق "دائما" وبالدمج بين النسبتين الأولى والثانية نجد أن أغلبية المبحوثات لا يفضلن خاصية التعليق "دائما"، حيث أن التعليق على المنشورات يحمل دلالات أكثر صراحة وعمقا وفاعلية لجمهور صفحات النسوية مع مضامينها خاصة أثناء دخولهم في نقاشات وحوارات قد تتطور لنقاشات حادة حول مواضيع معينة أو تكتفي بتبادل الآراء والأفكار حول قضية ما، وبالتالي فالتعليقات تتيح المجال للغير أكثر، وتنوع هذه التعليقات من حيث طبيعتها بين التعليقات على شكل نص أو صورة أو أيقونة وفي جميعها هي عبارة عن دلالات تصف وتوضح رأي ووجهة نظر صاحبها في المنشور سواء كانت مؤيدة أو معارضة لمضمون المنشور ولقد وضحت نتائج الدراسة التحليلية في الفصل الخامس أن التعليقات حول مضامين هذه الأخيرة انقسمت بين مؤيد ومعارض بنسب متقاربة، بالاعتماد على نمط النص في التعليق بالدرجة الأولى مما يدل على تفاعل الجمهور مع هذه المضامين وتقديم آرائهم حولها من خلال خاصية التعليقات التي تتيحها الشبكة عبر صفحاتها ويمكن تفسير توجه غالبية المبحوثين للكتابة "أحيانا فقط ونادرا" لطبيعة الموضوعات المنشورة التي قد لا تدخل جميعها في نطاق اهتمامهم مما يشكل لهم الدافعية للتفاعل معها بالتعليق.

- المشاركة: يظهر من خلال نتائج الجدول إجماع أغلب المبحوثات من عينة الدراسة بأعلى النسب على استخدامهن لتقنية مشاركة المنشورات بنوعيتها سواء على الحساب الخاص أو حسابات الأصدقاء والمجموعات "نادرا"، حيث قدرت نسبة المبحوثات اللواتي صرحن بمشاركتهن للمضامين على الحساب الخاص "نادرا" بـ: 47.4% يليها بفارق طفيف 44% منهن "أحيانا" و8.6% "دائما"، حيث أن المشاركة كخاصية وآلية من

خدمات الفيسبوك وصفحاته تعبر عن القيمة التي يمنحها المستخدم لتلك المضامين تجعله يتبناها ويروج لها عن طريق حسابه الشخصي لأصدقائه ومتابعيه.

أما ما يخص المشاركة على حساب الأصدقاء والمجموعات فقد عبرت أغلب المبحوثات بأعلى نسبة عن ذلك "نادرا" قدرت نسبتهن بـ 67% وبفارق واضح أحيانا بنسبة 26.8% و 6.2% دائما، ويمكن تفسير هذه النسب كون هاته المستخدمين تفضلن الاحتفاظ بقناعتهم حول ما يتعلق بالفكر النسوي وقضايا المرأة لأنفسهن أو تقاسمها مع صديقاتهن ذات الاهتمامات المشتركة فقط، ما قد يكون ذلك نتيجة ما تحمله هذه المضامين من أفكار تحررية قد لا يتقبلها جميع الأصدقاء والأشخاص .

- **الاكتفاء بالقراءة فقط:** عبرت المبحوثات عن اكتفائهن بالقراءة فقط "أحيانا" بنسبة 44% يليها 31.4% "نادرا" لتبقى 24.2% منهن يكتفين بالقراءة فقط "دائما"، وبالدمج بين النسبتين الأولى والثانية نجد أن معظم أفراد عينة الدراسة لا يفضلون الاكتفاء بالقراءة فقط وإنما يتفاعلون مع هذه المضامين والمنشورات وهي نسب منطقية مقارنة مع ما سبق ذكره والذي يوضح تفاعل الجمهور من النساء العربيات المستخدمين لصفحات النسوية بشتى أنماط التفاعل من إعجاب وتعليق ومشاركة بنسب متفاوتة.

انطلاقا مما سبق، واستنادا للتحليل الوظيفي فان هاته المستخدمين يمثلن جمهورا نشطا يستخدم صفحات النسوية ويتفاعلن معها، بنشاطات متكررة لتلبية وإشباع رغبات انطلاقا من أهداف مسبقة تجعلهم يعتمدون على هذه الصفحات في إطار التفاعل المستمر .

ثالثاً: دوافع استخدام وتصفح عينة الدراسة لصفحات النسوية:

الجدول رقم (41): الدوافع المعرفية لاستخدام وتفاعل عينة الدراسة مع صفحات النسوية:

النسبة بدلالة حجم العينة/500	النسبة بدلالة الدوافع المعرفية	التكرار	الدوافع المعرفية
% 76.4	% 23.5	382	التعرف على أهم القضايا النسوية
% 44.4	% 13.6	222	التعرف على توجهات رائدات النسوية نحو قضايا المرأة
% 68	% 20.9	340	تكوين آراء واتجاهات نحو قضايا النسوية المطروحة
% 61.4	% 18.9	307	التعرف على أهم مشكلات الفكر النسوي المعاصر
% 75.4	% 23.2	377	التعرف على أهم الحلول المطروحة لمعالجة قضايا النسوية
/	% 100	1628	المجموع

يعكس الجدول نسب وتكرارات إجابات أفراد عينة الدراسة عن الدوافع المعرفية الكامنة وراء استخدامهم وتفاعلهم مع مضامين وصفحات النسوية، ولقد عمدت الباحثة تقسيم الدوافع حسب هذا المحور إلى دوافع معرفية وأخرى نفسية انطلاقاً من منظور نظرية الاستخدامات والشباعات المتبنية في الجزء المتعلق بدراسة عادات وأنماط ودوافع المبحوثات عينة الدراسة، على اعتبار أن الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام بهدف إشباع وتحقيق أهداف معينة منطلقين في تحقيق تلك الأهداف من حاجات كامنة تشكل لهم دوافع مختلفة، وتنقسم الدوافع حسب ذلك إلى دوافع "منفعية/معرفية"، تستهدف اكتساب المعارف، أو "طقوسية/نفسية" تستهدف الاسترخاء والتنفيس عن النفس.

ويتضح من خلال الجدول الموضح أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون صفحات النسوية بدافع التعرف على أهم قضايا النسوية بالدرجة الأولى بنسبة 23.5% يليه مباشرة وبنفس النسبة تقريباً دافع التعرف على أهم الحلول المطروحة لمعالجة قضايا النسوية بنسبة 23.2% بأعلى النسب تليها بفارق طفيف الرغبة في تكوين آراء واتجاهات نحو قضايا النسوية المطروحة بنسبة 20.9% لتتوزع باقي النسبة على التوالي

على باقي الدوافع الأخرى مما يعكس توجه أفراد عينة الدراسة لاستخدام هذه الصفحات بالدرجة الأولى لإشباع حاجة التعرف على أهم قضايا النسوية وحلها المطروحة.

إن توجه المبحوثات للتعبير عن أهم دوافعها في استخدام صفحات النسوية وحصرها في التعرف على أهم قضايا النسوية وحلها المطروحة لمعالجتها، نابعة من الواقع والبنية المعرفية للنساء العربيات بواقعهن، ومحاولة اتخاذ الفكر النسوي كمنفذ لتلبية احتياجاتهن وبناء ذاتهن، وهذا طبيعي بالنظر إلى خصائص مجتمع البحث فالمبحوثات عينة الدراسة يتميزن بمستوى دراسي عالي ويشغلن وظائف معينة في المجتمع هذا ما يعبر عن درجة وعيهن بضرورة الاطلاع والاندماج مع الفكر النسوي للنهوض بقضاياهن وواقعهن داخل المجتمعات العربية، كما يمكن النظر أيضا إلى هذه المعلومات التي قد تقدمها صفحات النسوية والحلول والآراء التي تساهم في تكوينها لجمهورها تجعلها تتحول إلى مصادر أولية لتقديم المعلومات لتحقيق أهداف معينة، كما ذهبت إليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتي ترى أن علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على الأهداف من جهة والمصادر من جهة أخرى، حيث يسعى الأفراد لتحقيق بعض الأهداف من خلال المعلومات التي توفرها المصادر.

الجدول رقم (42): الدوافع النفسية لاستخدام وتفاعل عينة الدراسة مع صفحات النسوية:

النسبة بدلالة حجم العينة/500	النسبة بدلالة الدوافع المعرفية	التكرار	الدوافع النفسية
50.2 %	18.3 %	251	الميول للفكر النسوي والرغبة الشخصية في استخدام صفحات النسوية
66.6 %	24.3 %	333	الإحساس بقواسم واهتمامات مشتركة مع ما تطرحه صفحات النسوية
75.6 %	27.6 %	378	لأنك من المؤيدين للفكر النسوي
66.4 %	24.2 %	332	لأنها تتناول قضايا النسوية بجرأة وصراحة
6.0 %	2.2 %	30	تمضية الوقت
9.4 %	3.4 %	47	التنفيس والاسترخاء
/	100 %	1371	المجموع

يوضح الجدول رقم 42 الدوافع النفسية لاستخدام وتفاعل عينة الدراسة مع صفحات النسوية، وتفيد معنى الدوافع النفسية في دراستنا هذه الاستخدامات النابعة من ميولات داخلية تشكل الدافع لدى أفراد عينة الدراسة لاستخدام هذه الصفحات والتعرض لمضامينها إضافة لمعنى الاسترخاء والتنفيس عن النفس.

ويتضح من خلال الأرقام الواردة في الجدول أن معظم أفراد عينة الدراسة والمقدرة نسبتهم بـ75.6% يستخدمون صفحات النسوية انطلاقاً من "شعورهم الداخلي بتأييدهم للفكر النسوي" بالدرجة الأولى وعبروا عن ذلك بنسبة 27.6% من إجمالي نسبة الإجابات، أي أن الدافع الأساسي لهم هو تصفح واستخدام صفحات النسوية نظراً لاهتمامهم بالفكر النسوي، يليه مباشرة 66.6% من المبحوثات عبرن عن "إحساسهن بقواسم مشتركة مع ما طرحه صفحات النسوية" كثاني دافع نفسي بنسبة إجابة مقدرة بـ24.3%، وبنفس النسبة تقريباً لدافع "أن هذه الصفحات تتناول القضايا النسوية بجرأة وصراحة" بنسبة 24.2%، إضافة لدافع "الميول للفكر النسوي والرغبة الشخصية في استخدام صفحات النسوية" بنسبة 18.3%، في حين نلاحظ أن الدوافع النفسية المترجمة في لتسلية وتمضية الوقت جاءت في آخر ترتيب دوافع عينة الدراسة لاستخدام صفحات النسوية وبنسب ضئيلة جداً مقارنة مع سابقتها.

إن تفاعل المبحوثات مع مضامين صفحات النسوية انطلاقاً من دوافع نفسية تترجم رغباتهم الداخلية وميولاتهم للفكر النسوي وإحساسهم بالقواسم المشتركة هو نوع من التفاعل الاجتماعي حتى وإن كان افتراضياً مع مصادر تشكل لهم جانب من الخبرات تساعدهم في إشباع حاجاتهم للانتماء والشعور بالقرب النفسي والاجتماعي وإدراك الدعم من الآخر الذي يتقاسم معه نفس الميولات والأفكار والاهتمامات حتى وإن كان بعيداً عنه خاصة وإن هذه الشبكات الاجتماعية والمجالات الافتراضية تخلق حالة المؤانسة والدعم والشعور بالانتماء للجماعة، مما يحقق للأشخاص المشاركة وتحقيق الذات.

ويمكن تفسير تمرکز دافع تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء في آخر ترتيب دوافع المبحوثات كون الصفحات النسوية أساساً ذات طابع فكري إيديولوجي، تناقش أفكار وتقدم وقائع وتدعو للوعي والإدراك والتحفيز للتغيير بعيداً عن التسلية وملاً الفراغ والسطحية في التفكير .

الجدول رقم (43): مميزات صفحات النسوية التي تدفع المبحوثات للاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول النسوية:

النسبة بدلالة حجم العينة/500	النسبة بدلالة الدوافع المعرفية	التكرار	مميزات الصفحات
59.8%	23.4%	298	تنقل مختلف وجهات النظر بحرية
52.2%	20.4%	260	إتاحة المجال للتفاعل وإبداء الرأي
77.3%	30.3%	385	تطرح القضايا بصراحة وجرأة أكبر
25.5%	10%	127	استخدام الوسائط المتعددة كالفديو والصور
40.6%	15.9%	202	عرض وجهات النظر غير الرسمية
/	100%	1272	المجموع

يعبر الجدول أعلاه عن مميزات صفحات النسوية التي تدفع المبحوثات للاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول الفكر النسوي، ويتضح من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول أن اغلب أفراد عينة الدراسة والمقدرة بـ 77.3% يعتمدون على صفحات النسوية للحصول على معلومات لأنها تطرح القضايا بصراحة وجرأة أكبر حيث عبرن عن ذلك بنسبة 30.3% من إجمالي إجابات المبحوثات، يليها 59.8% من أفراد عينة الدراسة أيضا صرحن بتفضيلهن لها لأنها تنقل مختلف وجهات النظر بحرية بنسبة إجابة مقدرة بـ 23.4% يليها مباشرة 20.4% لميزة إتاحتها المجال للتفاعل وإبداء الرأي لتتقسم باقي النسبة تواليها على ميزتي عرض وجهات النظر الغير رسمية بنسبة 15.9% واستخدام الوسائط المتعددة كالفديو والصور بـ 10%.

إن خصائص ومميزات صفحات النسوية في طرح القضايا بجرأة وفسح المجال لنقل وجهات النظر وإبداء الرأي بحرية وديون قيود من أهم العوامل المشجعة للنساء العربيات المستخدمات لصفحات النسوية للإقبال على هذا المجال الافتراضي الذي يتيح مجالا واسعا من الحرية في الطرح دون رقابة وقيود والتطرق لجميع المسائل والمواضيع النسوية التي لطالما كانت طابوهات في مجتمعاتنا لا يمكن التطرق إليها وكذا وسائل الإعلام التقليدية، فكما لاحظنا من خلال نتائج الدراسة التحليلية لصفحات النسوية، اختلاف المواضيع والقضايا المطروحة عبر هذه الصفحات من قضايا الأسرة والمساواة والزواج إلى قضايا الختان والمثلية والشذوذ الجنسي والسفور والحرية

المطلقة، بطابع جريء في الطرح والنقاش لم تعهده مجتمعاتنا العربية سابقا، والتعرف على الواقع الفعلي الذي تعيشه المرأة العربية سابقا وحتى اليوم.

رابعاً: الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية :

الجدول رقم (44): الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك:

المجموع	غير موافق	محايد	موافق	الآثار المعرفية
500	08	47	445	ت زيادة معلوماتك ومعارفك حول قضايا المرأة المختلفة والنسوية
%100	% 1.6	% 9.4	% 89	%
500	19	109	372	ت إزالة الغموض حول بعض قضايا النسوية
%100	%3.8	% 21.8	% 74.4	%
500	06	61	433	ت التعرف على ظروف المرأة الحياتية في مختلف مناطق الدول العربية
%100	%1.2	%12.2	%86.6	%
500	04	46	450	ت التعرف على ردود أفعال المجتمع نحو قضايا النسوية والمرأة
%100	%0.8	%9.2	%90	%
500	85	138	277	ت تغيير موقفك تجاه حكم الدين في قضايا المرأة
%100	%17	%27.6	%55.4	%
500	30	102	368	ت اكتساب ثقافة جديدة مختلفة عن ثقافة مجتمعك
%100	%6	%20.4	%73.6	%
500	29	86	385	ت تكوين آراء جديدة مختلفة تجاه قضايا النسوية
%100	%5.8	%17.2	%77	%
500	27	112	361	ت زيادة معارفك حول رائدات الحركة النسوية وإسهاماتهن في نشر الفكر النسوي
%100	%5.4	%22.4	%72.2	%
500	98	137	265	ت تصحيح آراء مغلوطة كونتها سابقا عن قضايا النسوية
%100	%19.6	%27.4	%53	%
500	54	119	327	ت اكتساب قيم نسوية تتنافى وعادات وتقاليد مجتمعك
%100	%10.8	%23.8	%65.4	%

يشرح الجدول رقم 44 الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك، والذي تم استخدامه للكشف عن طبيعة الآثار المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية وفق البعد المعرفي الذي قدمته نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وسيتم مناقشة البعد المعرفي لآثار صفحات النسوية من خلال عشرة مؤشرات تم إسقاطها أيضا انطلاقا من منظور النظرية.

يتضح من خلال نتائج الجدول أن اغلب المبحوثات عينة الدراسة صرحن على موافقتهن بأعلى النسب فيما يخص جميع المؤشرات المترجمة للآثار المعرفية المتكونة لديهن جراء استخدامهن لصفحات النسوية والتعرض لمضامينها كالتالي:

- **المؤشر الأول:** والمتعلق بزيادة معلوماتك ومعارفك حول قضايا المرأة المختلفة والنسوية، صرحت 445 مفردة من عينة الدراسة على موافقتها بهذا المؤشر كأثر معرفي ناتج عن استخدامهن لصفحات النسوية بنسبة 89%.

- **المؤشر الثاني:** إزالة الغموض حول بعض قضايا النسوية، أين عبرت 74.4% من إجمالي المبحوثات على موافقتها بان استخدامهما وتصفحها لصفحات النسوية ساهم في حصولها على المعلومات ولعب دورا في إزالة الغموض لديها حول بعض قضايا المرأة والنسوية.

- **المؤشر الثالث:** عبرت 433 مبحوثة من إجمالي أفراد عينة الدراسة على أن استخدامهن لصفحات النسوية ساعدها في التعرف على ظروف المرأة الحياتية في مختلف مناطق الدول العربية ومواقفها على شكل اثر معرفي لديهن بنسبة 86.6%.

- **المؤشر الرابع:** نلاحظ أن جل المبحوثات من عينة الدراسة الممثلات لـ 90% يوافقن على أن استخدامهن لصفحات النسوية ساعدهن في التعرف على ردود افعال المجتمع نحو قضايا النسوية والمرأة من خلال المجال الافتراضي المفتوح لإبداء الرأي بجرأة وحرية كما سبق وذكرنا.

- **المؤشر الخامس:** المتعلق بتغيير موقفك تجاه حكم الدين في قضايا المرأة، تراوحت إجابات المبحوثات لعينة الدراسة فيما يخص هذا المؤشر بين الموافقة والرفض والحياد، حيث نلاحظ أن 55.4% من المبحوثات صرحن "موافقتهن" على تشكل هذا الأثر المعرفي لديهن جراء استخدامهن لصفحات النسوية والتعرض لمضامينها مما جعلهن يغيرن بعض مواقفهن تجاه حكم الدين في قضايا المرأة، في حين فضلت 27.6% منهن التزام "الحياد" في الإجابة، و17% "غير موافقات" على هذا المؤشر.

انطلاقاً من الملاحظة الشخصية للباحثة لصفحات النسوية طيلة فترة البحث والدراسة، وجدت أن هذه الصفحات كانت تطرح في غالبها مواضيع تتعلق بنظرة الدين للمرأة وحكم الحجاب وقانون الميراث في الشريعة وغالبا ما كنت هذه المواضيع والمنشورات المطروحة رافضة ومعادية لأحكام الشريعة والدين الإسلامي بالذات مقارنة بباقي الديانات الأخرى، على اعتبار -حسب وجهة نظرهم- انه أكثر الديانات هضما لحقوق المرأة وحريتها، ونظرتة الدونية لها مقارنة بالرجل وغالبا ما كانت تحظى هذه المنشورات بتأييد وموافقة جمهور هذه الصفحات خاصة ما يتعلق بمواضيع الإرث والحجاب التي نالت متسعا ومجالا كبيرا من النقاش الافتراضي.

- **المؤشر السادس:** نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن اغلب أفراد عينة الدراسة صرحوا بان استخدامهم وتصفحهم لصفحات النسوية ساهم في اكتسابهم لثقافة جديدة مختلفة عن ثقافة مجتمعاتهم الأصلية وذلك بنسبة 73.6% من إجمالي عينة الدراسة، وتعتبر هذه النتيجة منطقية كون أن صفحات النسوية عبر الفيسبوك مجال افتراضي مفتوح يجمع العديد من الأفراد من مختلف الجنسيات ومختلف مناطق الدول العربية والعالم، له إمكانية المطلقة والمجال الحر لنشر فكر وثقافة مجتمعه أين يكون الآخر على استعداد تام لتلقي واكتساب تلك الثقافة خاصة عند إحساسه بالراحة في ذلك المجال.

- **المؤشر السابع:** تكوين آراء جديدة مختلفة تجاه قضايا النسوية، نلاحظ أن اغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهم بـ 77% يوافقن على أن استخدامهن لصفحات النسوية ساهم في تكوين آراء جديدة ومختلفة لديهن تجاه قضايا النسوية.

- **المؤشر الثامن:** صرحت 361 مبحوثة أي ما يعادل 72.2% من إجمالي عينة الدراسة على زيادة معارفهن حول رائدات الحركة النسوية واسهاماتهن في نشر الفكر النسوي كأثر معرفي تشكل لديهن حراء استخدامهن وتصفحهن لصفحات النسوية.

- **المؤشر التاسع:** نلاحظ من خلال نتائج الجدول أيضا اختلاف توزيع نسب إجابات المبحوثات فيما يخص اثر تصحيح الآراء المغلوطة التي كونتها سابقا عن قضايا النسوية حيث اجابت 53% من المبحوثات على موافقتهن بتشكيل هذا الأثر المعرفي لديهن في حين فضلت 27.4% من المبحوثات التزام الحياد في الإجابة لتأتي 19.60% من المبحوثات ويعبرن بعدم الموافقة لتكون هذا الأثر المعرفي لديهن.

- المؤشر العاشر: اكتساب قيم نسوية تتنافى وعادات وتقاليد مجتمعك، نلاحظ ان 65.4% من المبحوثات عبرن عن موافقتهن لتكوين هذا الأثر المعرفي لديهن جراء استخدامهن وتصفحهن لصفحات النسوية، في حين التزمت 23.8% من المبحوثات الحياد في الاجابة عن هذا المؤشر، لتعبر 10.8% منهن عن رفضهن وعدم موافقتهن لهذا الأثر المعرفي.

إن الملاحظ لطبيعة الموضوعات المدرجة عبر صفحات النسوية يتضح له أنها تناقش في مجملها مواضيع حساسة وتدعو لنشر فكر وقيم تتنافى في غالبها مع طبيعة مجتمعاتنا العربية وعاداتنا وتقاليدنا التي تعرف بها المجتمعات العربية الشرقية، فبالضرورة تساهم في اكساب جمهورها هذه القيم خاصة المتأثر بفكرها و المتبنى له على أساس أن الفكر النسوي الحق الذي يسعى للنهوض بمكانة المرأة العربية داخل مجتمعاتها دون تقييم تلك القيم والأفكار الدخيلة.

تلخيصا لما سبق نلاحظ أن صفحات النسوية عبر الفيسبوك قد ساهمت بشكل كبير في تعزيز البعد المعرفي للمبحوثات عينة الدراسة وشكلت لهن مصدرا للحصول على المعلومات والمعارف المتعلقة بالفكر النسوي وقضايا المرأة مترجمة في آثارها المعرفية تكون لديهن هذه النتائج للكشف عن قدرة هذه الصفحات على إشباع حاجات ورغبات جمهورها المعرفية مما كون لديهن علاقة طردية في الاعتماد عليها كوسائل إعلامية تحقق أهدافهم ورغباتهم الكامنة التي دفعتهم أساسا لاستخدامها.



الجدول رقم (45): الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام عين الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك وفق متغير المستوى الدراسي:

الآثار المعرفية الدراسي		إعدادي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
مستوى	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
زيادة معلوماتك ومعارفك حول قضايا المرأة المختلفة والنسوية	موافق	04	08	07	1.4	07	68	13.6	291	58.2	75	15	445
	محايد	00	00	00	00	04	08	06	30	2.6	13	2.6	47
	غ موافق	00	00	00	00	01	02	0.2	03	0.6	04	0.8	08
	المجموع	04	08	07	1.4	73	14.6	324	64.8	92	18.4	500	100
إزالة الغموض حول بعض القضايا النسوية	موافق	02	04	07	1.4	60	12	48.2	241	48.2	62	12.4	372
	محايد	02	04	00	00	09	1.8	14.4	72	5.2	26	5.2	109
	غ موافق	00	00	00	00	04	0.8	2.2	11	0.8	04	0.8	19
	المجموع	04	08	07	1.4	73	14.6	324	64.8	92	18.4	500	100
التعرف على ظروف المرأة الحياتية في مختلف مناطق الدول العربية	موافق	03	06	05	01	67	13.4	57	285	57	73	14.6	433
	محايد	01	02	02	0.4	06	1.2	7.2	36	3.2	16	3.2	61
	غ موافق	00	00	00	00	00	00	0.6	03	0.6	03	0.6	06
	المجموع	04	08	07	1.4	73	14.6	324	64.8	92	18.4	500	100
التعرف على ردود أفعال المجتمع نحو قضايا النسوية والمرأة	موافق	02	04	07	1.4	70	14	59.2	296	59.2	75	15	450
	محايد	02	04	00	00	03	0.6	5.4	27	5.4	14	2.8	46
	غ موافق	00	00	00	00	00	00	0.2	01	0.2	03	0.4	04
	المجموع	04	08	07	1.4	73	14.6	324	64.8	92	18.4	500	100
تغيير موقفك تجاه حكم الدين في قضايا المرأة	موافق	02	04	03	0.6	45	09	38	190	38	37	7.4	277
	محايد	02	04	02	0.4	19	3.8	17	85	17	30	06	138
	غ موافق	00	00	02	0.4	09	1.8	9.8	49	9.8	25	05	85
	المجموع	04	08	07	1.4	73	14.6	324	64.8	92	18.4	500	100



73.6	368	11	55	48	240	12.8	64	01	05	0.8	04	موافق	اكتساب ثقافة جديدة مختلفة عن ثقافة مجتمعك
20.4	102	05	25	13.4	67	1.6	08	0.4	02	00	00	محايد	
06	30	2.4	12	3.4	17	0.2	01	00	00	00	00	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	
77	385	12	60	50.8	254	12.2	61	1.4	07	0.6	03	موافق	تكوين آراء جديدة مختلفة تجاه قضايا النسوية
17.2	86	04	20	11.2	56	1.8	09	00	00	0.2	01	محايد	
5.8	29	2.4	12	2.8	14	0.6	03	00	00	00	00	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	4	المجموع	
72.2	361	13	65	45.6	228	11.4	57	1.4	07	0.8	04	موافق	زيادة معارفك حول رائدات الحركة النسوية وإسهاماتهن في نشر الفكر النسوي
22.4	112	3.8	19	16.2	81	2.4	12	00	00	00	00	محايد	
5.4	27	1.6	08	03	15	0.8	04	00	00	00	00	غ موافق	
100	500	14.8	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	
53	265	8.8	44	34.2	171	8.6	43	01	05	0.4	02	موافق	تصحيح آراء مغلوطة كونتها سابقا عن قضايا النسوية
27.4	137	5.2	26	18	90	3.6	18	0.2	01	0.4	02	محايد	
19.6	98	4.4	22	12.6	63	2.4	12	0.2	01	00	00	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	
65.4	327	8.6	43	44.6	223	10.8	54	1.2	06	0.2	01	موافق	اكتساب قيم نسوية تتنافى وعادات وتقاليد مجتمعك
23.8	119	5.4	27	14.6	73	03	15	0.2	01	0.6	03	محايد	
10.8	54	4.4	22	5.6	28	0.8	04	00	00	00	00	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	

يناقش الجدول رقم 45 الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك استنادا لمتغير المستوى الدراسي أين سجلنا الملاحظات التالية:

يتضح من خلال الأرقام والنسب الموضحة في الجدول أعلاه أن اغلب المبحوثات يوافقن على أن تصفحهن لصفحات النسوية مكنهن من اكتساب معارف مختلفة متعلقة بالفكر النسوي وقضايا المرأة وكان ذلك بارزا على مستوى إجابات المبحوثات من مختلف المستويات التعليمية الموضحة في الجدول بأعلى النسب وفق جميع المؤشرات المحددة في البعد المعرفي للآثار المترتبة عليهن جراء استخدامهن لصفحات النسوية عبر الفيسبوك.

صرحت 89% من إجمالي المبحوثات على موافقتها بان استخدامها لصفحات النسوية ساهم في زيادة المعلومات والمعارف حول قضايا المرأة المختلفة ووزعت النسبة على التوالي بين مختلف المستويات الدراسية كالتالي: 58.2% جامعيات، 15% دراسات عليا، 13.6% تعليم ثانوي، 1.4% متوسط و0.8% إحصائي.

نلاحظ أن 74.4% من أفراد عينة الدراسة أقرروا بمساهمة استخدامهن لصفحات النسوية في إزالة الغموض حول بعض القضايا النسوية، وتوزعت إجاباتهن بين 48.2% جامعيات، يوافقن على ذلك، يليها 12.4% دراسات عليا و12% تعليم ثانوي، 1.4% متوسط، و0.4% إحصائي.

تبين نتائج الجدول أيضا اتفاق المبحوثات بجميع المستويات بنسبة 86.6% على مؤشر مساهمة استخدامهن لصفحات النسوية على التعرف على ظروف المرأة الحياتية في مختلف مناطق الدول العربية وعبرت عن ذلك 57% من المبحوثات الجامعيات، تليها 14.6% من المبحوثات دراسات عليا، ثم 13.4% منهن تعليم ثانوي، و1% متوسط، ثم 0.6% إحصائي.

عبرت جل المبحوثات من أفراد عينة الدراسة والمقدرة نسبتهن بـ 90% بالإجماع بين المستويات الدراسية كافة موافقتهم بمساهمة صفحات النسوية بتعريفهن على ردود أفعال المجتمع نحو قضايا النسوية والمرأة، حيث صرحت 59.2% من المبحوثات بالمستوى الجامعي عن موافقتهم لهذا المؤشر، يليها 15% من المبحوثات دراسات عليا، و14% المستوى الثانوي لتتوزع باقي النسبة بين 1.4% متوسط و0.4% إحصائي.

نلاحظ أيضا من خلال النسب الواردة في الجدول اتفاق المبحوثات من جميع المستويات الدراسية بالإجماع بأعلى النسب على استخدامهن لصفحات النسوية عبر الفيسبوك ساهم في تغيير مواقفهن تجاه حكم الدين في

قضايا المرأة بنسبة 55.4% موزعة كالتالي بين المستويات الدراسية: 38% للجامعات، 9% للمستوى الثانوي، 7.4% دراسات عليا، 0.6% متوسط، 0.4% إعدادي.

أجمعت اغلب أفراد عينة الدراسة مترجمة في 73.6% من إجمالي المبحوثات على موافقتهم بمدى مساهمة صفحات النسوية في إكسابهن ثقافة جديدة مختلفة عن ثقافة مجتمعاتهن، حيث عبرت 48% من المبحوثات في المستوى الجامعي يليها 12.8% مستوى ثانوي و 11% دراسات عليا ثم 1% متوسط، 0.8% إعدادي.

توضح نسب الجدول بالنسبة لمؤشر تكوين آراء جديدة مختلفة تجاه قضايا النسوية اتفاق المبحوثات أيضا بالإجماع وبأعلى النسب على مساهمة صفحات النسوية في تشكيل هذا الأثر المعرفي لديهن حيث أجبن بالموافقة بنسب عالية لمختلف المبحوثات بمختلف مستوياتهم الدراسية، 50.8% جامعات، يليها 12.2% تعليم ثانوي، 12% دراسات عليا، 1.4% متوسط، 0.6% إعدادي.

صرحت اغلب المبحوثات بالإجماع بنسبة 72.2% من إجمالي المبحوثات على مساهمة صفحات النسوية عبر الفيسبوك واستخدامهن لها في زيادة المعارف حول رائدات الحركة النسوية وإسهاماتهن في نشر الفكر النسوي أين عبرت 45.6% من المبحوثات ذات المستوى الجامعي بموافقتهم على ذلك يليها 13% من المبحوثات دراسات عليا، ثم 11.4% تعليم ثانوي، لتتوزع باقي النسب بين 1.4% متوسط، 0.8% إعدادي.

في نفس الاتجاه عبرت المبحوثات بأعلى النسب فيما يخص عبارتي ومؤشري تصحيح آراء مغلوطة كونتها سابقا عن قضايا النسوية واكتساب قيم نسوية تتنافى وعادات وتقاليد مجتمعاتهن أين أجمعت معظم المبحوثات من عينة الدراسة من مختلف المستويات الدراسية بأعلى النسب على موافقتهم في إسهام صفحات النسوية في التأثير عليهن معرفيا فيما يخص هذين المؤشرين أيضا.

انطلاقا من النتائج السابق ذكرها نلاحظ اتفاق تام بين المبحوثات في إجماعهن بالموافقة على جميع المؤشرات للبعد المعرفي لآثار صفحات النسوية عليهن بأعلى النسب على جميع المستويات الدراسية.

الجدول رقم (46): الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية وفق متغير الحالة المهنية:

الجموع		ماكينة بالبيت		عاملة		الآثار المعرفية	
%	ت	%	ت	%	ت	المستوى الدراسي	
89	445	38.4	192	50.6	253	موافق	زيادة معلوماتك ومعارفك حول قضايا المرأة المختلفة والنسوية
9.4	47	3.6	18	5.8	29	محايد	
1.6	08	0.6	03	01	05	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
74.4	372	32.2	161	42.2	211	موافق	إزالة الغموض حول بعض القضايا النسوية
21.8	109	8.6	43	13.2	66	محايد	
3.8	19	1.8	09	02	10	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
86.6	433	37.2	186	49.4	247	موافق	التعرف على ظروف المرأة الحياتية في مختلف مناطق الدول العربية
12.2	61	05	25	7.2	36	محايد	
1.2	06	0.4	02	0.8	04	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
90	450	39.2	196	50.8	254	موافق	التعرف على ردود أفعال المجتمع نحو قضايا النسوية والمرأة
9.2	46	03	15	6.2	31	محايد	
0.8	04	0.4	02	0.4	02	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
55.4	277	25.4	127	30	150	موافق	تغيير موقفك تجاه حكم الدين في قضايا المرأة
27.6	138	10.8	54	16.8	84	محايد	
17	85	6.4	32	10.6	53	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
73.6	368	33.8	169	39.8	199	موافق	اكتساب ثقافة جديدة مختلفة عن ثقافة مجتمعك
20.4	102	7.4	37	13	65	محايد	
06	30	1.4	07	4.6	23	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
77	385	33.8	169	43.2	216	موافق	تكوين آراء جديدة مختلفة تجاه قضايا النسوية
17.2	86	7.2	36	10	50	محايد	
5.8	29	1.6	08	4.2	21	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
72.2	361	30.4	152	41.8	209	موافق	زيادة معارفك حول رائدات الحركة النسوية وإسهاماتهن في نشر الفكر النسوي
22.4	112	9.8	49	12.6	63	محايد	
5.4	27	2.4	12	03	15	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
53	265	23.4	117	29.6	148	موافق	تصحيح آراء مغلوطة كونتها سابقا عن قضايا النسوية
27.4	137	12.2	61	15.2	76	محايد	
19.6	98	07	35	12.6	63	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
65.4	327	29	145	36.4	182	موافق	اكتساب قيم نسوية تتنافى وعادات وتقاليد مجتمعك
23.8	119	10.8	54	13	65	محايد	

10.8	54	2.8	14	08	40	غ موافق
100	500	42.6	213	57.4	287	المجموع

يعالج الجدول رقم 46 الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك وفق متغير الحالة المهنية. وتبين النسب والإحصاءات الواردة في الجدول أعلاه نفس مسار نتائج الجدول السابق أين أجمعت أيضا اغلب المبحوثات عينة الدراسة بأعلى النسب على موافقتها بالبعد المعرفي للآثار المتكونة لديهن جراء استخدام صفحات النسوية عبر الفيسبوك، بغض النظر عن حالتها ووضعها المهني، فقد أجمعت بأعلى النسب دائما على استخدامها وتصفحها لصفحات النسوية ساهم في تشكيل مجموعة من الآثار المعرفية لديها والمتمثلة في:

- زيادة المعلومات والمعارف حول قضايا النسوية والمرأة بنسبة 89% موزعة بين 50.6% من المبحوثات العاملات و38.4% منهن ماكنات بالبيت.

- إزالة الغموض حول بعض القضايا النسوية بنسبة 74.4% منهن 42.2% عاملات و32.2% ماكنات بالبيت.

- التعرف على ظروف المرأة الحياتية في مختلف مناطق الدول العربية بنسبة 86.6% منهن 49.4% عاملات و37.2% ماكنات بالبيت.

- التعرف على ردود أفعال المجتمع نحو قضايا النسوية والمرأة والتي صرح بها جل أفراد العينة المتمثلة في 90% منهن 50.8% عاملات و39.2% ماكنات بالبيت.

- تغيير موقفك تجاه حكم الدين في قضايا المرأة والذي عبرت عنه 55.4% منقسمة بين 30% عاملات، و25.4% ماكنات بالبيت.

- اكتساب ثقافة جديدة مختلفة عن ثقافة مجتمعك والتي صرح بها 73.6% منهن 39.8% عاملات، و33.8% ماكنات بالبيت.

- تكوين آراء جديدة مختلفة تجاه قضايا النسوية وصرحت عنها 77% موزعة بين 43.2% عاملات و33.8% ماكنات بالبيت.

- زيادة معارفك حول رائدات الحركة النسوية وإسهامتهن في نشر الفكر النسوي وعبرت عنه 72.2% من المبحوثات، و41.8% عاملات، و30.4% ماكنات بالبيت.

- تصحيح آراء مغلوبة كونتها سابقا عن قضايا النسوية وأجابت به 53% من إجمالي المبحوثات، 29.6% منهن عاملات و 23.4% ماكنات بالبيت.

- اكتساب قيم نسوية تتنافى وعادات وتقاليد مجتمعك والذي عبرت عنه 65.4% منقسمة بين 36.4% عاملات و 29% ماكنات بالبيت.

انطلاقا من النتائج السابق ذكرها نلاحظ اتفاق تم بين المبحوثات في إجماعهن بالموافقة على جميع عبارات البعد المعرفي للآثار المترتبة عليهن جراء استخدامهن لصفحات النسوية .

الجدول رقم (47): الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك :

المجموع	غير موافق	محايد	موافق	الآثار الوجدانية
500	55	135	310	التفيس عن المشاعر من خلال المشاركة والتفاعل عبر صفحات النسوية
% 100	% 11	% 27	% 62	
500	11	57	432	الشعور بالحزن تجاه بعض قضايا النساء
% 100	% 2.2	% 11.4	% 86.4	المنغفات
500	03	51	446	الشعور بالفرح تجاه بعض قضايا ونماذج النساء الرائدات والناجحات
% 100	% 0.6	% 10.2	% 89.2	
500	16	56	428	الشعور بالقلق والاضطراب تجاه استمرارية اضهاد المرأة وعدم الاعتراف بحقوقها
% 100	% 3.2	% 11.2	% 85.6	
500	39	144	317	الإحساس بالتححرر والحرية في التعبير عبر صفحات النسوية في الفيسبوك
% 100	% 7.8	% 28.8	% 63.4	
500	304	97	99	الشعور بالحياء والحساسية تجاه بعض الأفكار النسوية المطروحة كالجنس والتحرش
% 100	% 60.8	% 19.4	% 19.8	
500	403	69	28	الشعور بتضييع وهدر الوقت
% 100	% 80.6	% 13.8	% 5.6	
500	24	99	377	تحسين بتقديرك لذاتك وثقتك بنفسك واعتزازك بأنك نسوية
% 100	% 4.8	% 19.8	% 75.4	
500	87	134	279	الإحساس بالاغتراب عن المجتمع الحقيقي الذي تنتمين إليه
% 100	% 17.4	% 26.8	% 55.8	

يعالج الجدول رقم 47 الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك، حيث ناقش من خلال نتائج الجدول البعد الوجداني المتشكل لدى أفراد عينة الدراسة جراء استخدامهن لمضامين صفحات النسوية وفق تسعة مؤشرات، ويتضح جليا من خلال النسب والإحصاءات الواردة في الجدول أعلاه اتفاق تام بين إجابات المبحوثات حول كل مؤشر من مؤشرات البعد الوجداني بأعلى النسب:

- أجمعت 62% من المبحوثات على موافقتها بان استخدامها لصفحات النسوية ساعدهن بالتنفيس على مشاعرهن من خلال المشاركة والتفاعل عبر صفحات النسوية، حيث يفيد معنى التنفيس عن المشاعر في هذا المؤشر مشاركة المرأة والتفاعل عبر صفحات النسوية بطابع من الحرية في التعبير عن واقعها وذاتها دون قيود مما يخلق لديهن حالة من لتنفيس بعيدا عن اضطهاد ومراقبة المجتمع والعادات والتقاليد والقوانين، وهي عملية ايجابية وظيفية تساهم في خلق حالة من الاستقرار الداخلي للمستخدم.

- صرحت معظم واغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهن بـ 86.4% على موافقتهن بأن صفحات النسوية والمضامين المقدمة عبرها تخلق لها حالة من الشعور بالحزن تجاه بعض قضايا النساء المعنفات.

- كما توضح نتائج الجدول أيضا اغلب أفراد عينة الدراسة الممثلون لنسبة 89.2% يقرون بان صفحات النسوية ومضامينها تنمي لهم شعور الفرح تجاه بعض القضايا ونماذج النساء الرائدات والناجحات.

- عبرت 85.6% من المبحوثات عن موافقتهن بان استخدامهن لصفحات النسوية يساهم في حدوث حالة من القلق والاضطراب تجاه استمرارية اضطهاد المرأة وعدم الاعتراف بحقوقها.

- أثبتت نتائج الجدول أيضا أن اغلب أفراد العينة موافقون على ان استخدامهم لصفحات النسوية يجعلهم يحسون بالتححرر والحرية في التعبير عبر صفحات النسوية وقدرت نسبتهم بـ 63.4%.

- عبرت معظم المبحوثات من عينة الدراسة والمقدرة نسبتهن بـ 60.8% عن عدم موافقتهن بالشعور بالحياء والحساسية تجاه بعض الأفكار النسوية المطروحة كالجنس والتحرش.

- كما صرحت أيضا اغلب المبحوثات عن عدم موافقتهن بالشعور بتضييع الوقت وهدره عند استخدام صفحات النسوية.

- أجمعت اغلب المبحوثات بنسبة 75.4% على موافقتهن بان استخدام صفحات النسوية يجعلهن يحسنن بالتقدير للذات والثقة في النفس والاعتزاز بأنهن نسويات.

- عبرت نصف عينة الدراسة والمقدرة ب55.8% على موافقتها بالإحساس بالاعتراب عن المجتمع الحقيقي الذي ينتمين اليه، في حين فضلت 26.8% من العينة التزام الحياد في الإجابة عن هذا المؤشر.

انطلاقا من النتائج السالفة الذكر نلاحظ أن اغلب أفراد عينة الدراسة إجاباتهن متوافقة بأعلى النسب فيما يخص البعد الوجداني للآثار المترتبة عليهن جراء استخدام صفحات النسوية والتي تترجم الأحاسيس والحالات الشعورية المتكونة لديهن، والمثير للانتباه أن صرحت المبحوثات بأعلى النسب بموافقتها على جميع المؤشرات التي تفيد الراحة النفسية في استخدام صفحات النسوية وإيجاد الذات وتقاسم شعور الحزن والفرح مع الآخر وعدم الحياء والحساسية من الموضوعات التي طالما كانت طابوهات في مجتمعاتنا.



الجدول رقم (48): الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية وفق متغير المستوى الدراسي:

المجموع		دراسات عليا		جامعي		ثانوي		متوسط		إعدادي		المستوى الدراسي		الآثار الوجدانية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	موافق	محايد	
62	310	9.8	49	42	210	8.6	43	1.2	06	0.4	02	موافق	التفيس عن المشاعر من خلال المشاركة والتفاعل عبر صفحات النسوية	
27	135	06	30	15.2	76	5.2	26	0.2	01	0.4	2	محايد		
11	55	2.6	13	7.6	38	0.8	04	00	00	00	00	غ موافق		
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع		
86.4	432	14.8	74	56.6	283	13	65	1.2	06	0.8	04	موافق	الشعور بالحزن تجاه بعض قضايا النساء	
11.4	57	03	15	6.8	34	1.4	07	0.2	01	00	00	محايد	المنعفات	
2.2	11	0.6	03	1.4	07	0.2	01	00	00	00	00	غ موافق		
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع		
89.2	446	15.4	77	58.4	292	13.2	66	1.4	07	0.8	04	موافق	الشعور بالفرح تجاه بعض قضايا ونماذج النساء الرائدات والناجحات	
10.2	51	2.6	13	6.2	31	1.4	07	00	00	00	00	محايد		
0.6	03	0.4	02	0.2	01	00	00	00	00	00	00	غ موافق		
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع		
85.6	428	13.8	69	57.2	286	12.8	64	1.2	06	0.6	03	موافق	الشعور بالقلق والاضطراب تجاه استمرارية اضطهاد المرأة وعدم الاعتراف بحقوقها	
11.2	56	3.6	18	5.8	29	1.4	07	0.2	01	0.2	01	محايد		
3.2	16	01	05	1.8	09	0.4	02	00	00	00	00	غ موافق		
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع		
63.4	317	9.8	49	42.4	212	9.4	47	1.4	07	0.4	02	موافق	الإحساس بالتححرر والحرية في التعبير عبر صفحات النسوية في الفيسبوك	
28.8	144	6.2	31	18.2	91	04	20	00	00	0.4	02	محايد		
7.8	39	2.4	12	4.2	21	1.2	06	00	00	00	00	غ موافق		
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع		
19.8	99	4.2	21	12	60	03	15	0.6	03	00	00	موافق	الشعور بالحياء والحساسية تجاه بعض الأفكار النسوية المطروحة كالجنس والتحرش	
19.4	97	3.8	19	12.2	61	2.6	13	0.2	01	0.6	03	محايد		
60.8	304	10.4	52	40.6	203	09	45	0.6	03	0.2	01	غ موافق		
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع		



5.6	28	2.2	11	2.4	12	0.8	04	0.2	01	00	00	موافق	الشعور بتضييع وهدر الوقت
13.8	69	2.8	14	9.6	48	1.4	07	00	00	00	00	محايد	
80.6	403	13.4	67	52.8	264	12.4	62	1.2	06	0.8	04	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	
75.4	377	11.4	57	49.2	246	12.8	64	1.4	07	0.6	03	موافق	تحسين بتقديرك لذاتك وثقتك بنفسك واعترازك بأنك نسوية
19.8	99	5.2	26	12.8	64	1.6	08	00	00	0.2	01	محايد	
4.8	24	1.8	09	2.8	14	0.2	01	00	00	00	00	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	
55.8	279	08	40	37.4	187	9.4	47	0.8	04	0.2	01	موافق	الإحساس بالاغتراب عن المجتمع الحقيقي الذي تنتمين إليه
26.8	134	5.6	28	17	85	3.2	16	0.6	03	0.4	02	محايد	
17.4	87	4.8	24	10.4	52	02	10	00	00	0.2	01	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	

يعالج الجدول رقم 48 الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك حسب متغير المستوى الدراسي، ويتضح من خلال الأرقام والنسب الموضحة في الجدول أعلاه اتفاق إجابات اغلب المبحوثات بأعلى النسب في جميع مؤشرات البعد الوجداني وكان ذلك بارزا من خلال نسب إجابتهن بين مختلف المستويات الدراسية والتي نوضحها فيما يلي:

- صرحت معظم المبحوثات على اختلاف مستويتهن الدراسية بأعلى النسب على أن استخدامهن لصفحات النسوية يساهم في التنفيس عن مشاعرهن بنسبة 62% موزعة على التوالي بـ 42% من المبحوثات في المستوى الجامعي 9.8% دراسات عليا، يليها 8.6% مستوى ثانوي، لتتوزع باقي النسبة بين 1.2% متوسط و 0.4% إعدادي.

- عبرت اغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهن بـ 86.4% عن موافقتهن بالإجماع على اختلاف مستويتهن الدراسية على أن استخدامهن لصفحات النسوية يخلق لهن حالة من الشعور بالحزن تجاه بعض قضايا النساء المعنفات حيث أجابت 56.6% من المبحوثات في المستوى الجامعي بالموافقة على ذلك يليها 14.8% منهن دراسات عليا ثم 13% مستوى ثانوي، 1.2% متوسط و 0.8% إعدادي.

- أثبتت نتائج الجدول أيضا أن 89.2% من إجمالي عينة الدراسة يشعرون بالفرح تجاه بعض قضايا ونماذج النساء الرائدات والناجحات ووزعت النسبة بالموافقة على مختلف المبحوثات من جميع المستويات الدراسية كالتالي: 58.4% جامعيات، 15.4% دراسات عليا، 13.2% ثانوي، 1.4% متوسط، و 0.8% إعدادي.

- أفادت 85.6% من إجمالي مبحوثات عينة الدراسة عن تكون شعور القلق والاضطراب لديها تجاه استمرارية اضطهاد المرأة وعدم الاعتراف بحقوقها أين أجمعت المبحوثات بالموافقة على هذا المؤشر بأعلى النسب حيث عبرت عن ذلك 57.2% من المبحوثات بالمستوى الجامعي يليها 13.8% دراسات عليا وبنسبة قريبة منها ومقدرة 12.8% ثانوي لتتوزع باقي النسبة على المستويين المتوسط بـ 1.4% والإعدادي بـ 0.4%.

- صرحت أيضا اغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهن بـ 63.4% عن موافقتهن فيما يتعلق بمؤشر الإحساس بالتححرر والحرية في التعبير عبر صفحات النسوية في الفيسبوك وعبرت بذلك 42.4% من المبحوثات في المستوى الجامعي يليها 9.8% دراسات عليا، ثم 9.4% مستوى ثانوي و 1.4% متوسط و 0.4% إعدادي.

- أثبتت نتائج الجدول أيضا أن اغلب المبحوثات عبرن عن رفضهن وعدم موافقتهن على مؤشر الشعور بالحياء والحساسية تجاه بعض القضايا والأفكار النسوية المطروحة كالجنس والتحرش والملاحظ أيضا إجماع المبحوثات على اختلاف مستوياتهن الدراسية بعدم الموافقة عن هذا المؤشر بأعلى النسب أين عبرت عن ذلك 40.6% من المبحوثات بالمستوى الجامعي، يليها 10.4% بالمستوى دراسات عليا، و9% ثانوي لتتوزع باقي النسبة على المستويين المتوسط والإعدادي.

- كما صرحت أيضا اغلب المبحوثات عن عدم الموافقة بمؤشر الشعور بتضييع وهدر الوقت بنسبة 80.6% حيث عبر أفراد عينة الدراسة بعدم موافقتهم على أن استخدامهم لصفحات النسوية عبر الفيسبوك يولد لديهن هذا الشعور وعبرت عن ذلك 52.8% من المبحوثات في المستوى الجامعي، 13.4% دراسات عليا، 12.4% ثانوي، 1.2% متوسط، 0.8% إعدادي.

- أثبتت نتائج الجدول أيضا إجماع أغلب أفراد عينة الدراسة بنسبة 75.4% على إحساسهم بتقدير الذات والثقة في النفس والاعتزاز بكونهن نسويات وموافقتهن على هذا المؤشر بأعلى النسب موزعة على جميع مستوياتهم الدراسية كالتالي: 49.2% جامعيات، 11.4% دراسات عليا، 12.8% ثانوي، 1.4% متوسط، 0.6% إعدادي.

- تراوحت إجابات المبحوثات فيما يخص مؤشر الإحساس بالاعتراب عن المجتمع الحقيقي الذي تنتمين إليه بين الموافقة والحياد في الإجابة أين صرحت نص العينة مقدرة بـ 55.8%. بموافقتها على هذا المؤشر في حين انقسمت نصف العينة الأخرى بين الحياد في الإجابة بنسبة 26.8% وعدم الموافقة بنسبة 17.4% إلا أن النسبة الأعلى من المبحوثات على اختلاف مستوياتهن الدراسية عبرن بموافقتهم على أن استخدامهن لصفحات النسوية عبر الفيسبوك يولد لديهن حالة من الإحساس بالاعتراب عن المجتمع الحقيقي الذي ينتمين إليه.

الجدول رقم (49): الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية وفق متغير الحالة

المهنية:

الجموع		ماكنة بالبيت		عاملة		الآثار المعرفية	
%	ت	%	ت	%	ت	المستوى الدراسي	
62	310	27.6	138	34.4	172	موافق	التفيس عن المشاعر من خلال المشاركة والتفاعل عبر صفحات النسوية
27	135	10.8	54	16.2	81	محايد	
11	55	4.2	21	6.8	34	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
86.4	432	38.2	191	48.2	241	موافق	الشعور بالحزن تجاه بعض قضايا النساء المعنفات
11.4	57	3.8	19	7.6	38	محايد	
2.2	11	0.6	03	1.6	08	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
89.2	446	38	190	51.2	256	موافق	الشعور بالفرح تجاه بعض قضايا ونماذج النساء الرائدات والناجحات
10.2	51	4.4	22	5.8	29	محايد	
0.6	03	0.2	01	0.4	02	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
85.6	428	39	195	46.6	233	موافق	الشعور بالقلق والاضطراب تجاه استمرارية اضطهاد المرأة وعدم الاعتراف بحقوقها
11.2	56	3.2	16	08	40	محايد	
3.2	16	0.4	02	2.8	14	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
63.4	317	25.8	129	37.6	188	موافق	الإحساس بالتححرر والحرية في التعبير عبر صفحات النسوية في الفيسبوك
28.2	144	13.2	66	15.6	78	محايد	
7.8	39	3.6	18	4.2	21	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
19.8	99	7.8	39	12	60	موافق	الشعور بالحياء والحساسية تجاه بعض الأفكار النسوية المطروحة كالجنس والتحرش
19.4	97	7.6	38	11.8	59	محايد	
60.8	304	27.2	136	33.6	168	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
5.6	28	02	10	3.6	18	موافق	الشعور بتضييع وهدر الوقت
13.8	69	5.2	26	8.6	43	محايد	
80.6	403	35.4	117	45.2	226	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
75.4	377	33	165	42.2	212	موافق	تحسين بتقديرك لذاتك وثقتك بنفسك واعتزازك بأنك نسوية
19.8	99	08	40	11.8	59	محايد	
4.8	24	1.6	08	3.2	16	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	
55.8	279	27.4	137	28.4	142	موافق	الإحساس بالاغتراب عن المجتمع الحقيقي الذي تنتمين إليه
26.8	134	10.2	51	16.6	83	محايد	
17.4	87	05	25	12.4	62	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	الجموع	

يناقش الجدول رقم 49 الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك حسب متغير الحالة المهنية، وتوضح النسب والإحصاءات الواردة في الجدول أيضا انسجام واتفاق تام بين إجابات المبحوثات بأعلى النسب فيما يخص الآثار الوجدانية المترتبة عليهن جراء استخدامهن وتصفحهن لصفحات النسوية بالرغم من اختلاف حالتهم المهنية حيث عبرن بأعلى النسب حول كل مؤشر من مؤشرات البعد الوجداني كالتالي:

- صرحت 34.4% من المبحوثات العاملات تلتها 27.6% منهن ماكنات بالبيت عن موافقتهن على مؤشر التنفيس عن المشاعر من خلال المشاركة والتفاعل عبر صفحات النسوية.

- عبرت 48.2% من المبحوثات العاملات تلتها 38.2% منهن ماكنات بالبيت عن موافقتهن بتكون شعور الحزن لديهن تجاه بعض قضايا النساء المعنفات.

- صرحت أيضا اغلب المبحوثات عن شعورهن بالفرح تجاه بعض القضايا ونماذج النساء الرائدات والناجحات متمثلة في 51.2% من المبحوثات عاملات و38% ماكنات بالبيت.

- وضحت الأرقام الواردة في الجدول أن اغلب المبحوثات يشعرون بالقلق والاضطراب تجاه استمرارية اضطهاد المرأة وعدم الاعتراف بحقوقها وعبر عن ذلك 46.6% من عينة الدراسة عاملات يليها 39% منهن ماكنات بالبيت.

- وضحت نتائج الجدول أعلاه أن معظم المبحوثات يشعرون بالتححرر والحرية في التعبير عبر صفحات النسوية في الفيسبوك وصرحن بذلك 37.6% من المبحوثات عاملات يليها 25.8% منهن ماكنات بالبيت.

- أعربت نسبة 60.8% من إجمالي المبحوثات عن عدم موافقتها ورفضها لمؤشر الشعور بالحياء والحساسية تجاه بعض الأفكار النسوية المطروحة كالجنس والتحرش وكان ذلك متوازيا بأعلى النسب لكل المبحوثات العاملات بنسبة 33.6% و27.2% ماكنات بالبيت.

- كما وضحت أيضا نتائج الجدول أن اغلب المبحوثات أبدين عدم موافقتهن فيما يخص مؤشر الشعور بتضييع وهدر الوقت وعبر عن ذلك 80.6% منهن 45.2% عاملات و35.4% ماكنات بالبيت.

- أما مؤشر الإحساس بتقدير الذات والثقة بالنفس والاعتزاز بأنك نسوية فقد أجمعت أيضا اغلب المبحوثات على موافقتهن عليه وعبرت عن ذلك 42.2% من المبحوثات عاملات، 33% ماكنات بالبيت.

- وضحت النسب والإحصاءات الواردة في الجدول أعلاه فيما يخص عبارة ومؤشر الإحساس بالاغتراب عن المجتمع الحقيقي الذي تنتمين إليه، وجود اختلاف طفيف في إجابات المبحوثات أين توزعت إجابتهن بين الموافقة والحياد والرفض لهذا المؤشر، حيث عبرت قرابة نصف عينة الدراسة عن موافقتها لهذا المؤشر موزعة بين 28.4% عاملات و 27.4% ماكنات بالبيت عبرن بالموافقة في حين توزعت باقي النسبة بين الحياد والرفض بنسب ضئيلة مقارنة مع سابقتها.

انطلاقا من النتائج السابقة الذكر نلاحظ توافق في إجابات المبحوثات بأعلى النسب فيما يخص الآثار الوجدانية حسب متغير الحالة المهنية .

الجدول رقم (50): الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك :

المجموع	غير موافق	محايد	موافق	الآثار السلوكية
500	12	67	421	ت مشاركة المرأة المعنفة آلامها
%100	%2.4	%13.4	%84.2	%
500	21	123	356	ت محاولة التفاعل وتقديم المساعدة المادية
%100	%4.2	%24.6	%71.2	% والنفسية لبعض النساء
500	28	112	360	ت المشاركة في أنشطة توعوية تجاه قضايا المرأة
%100	%5.6	%22.4	%72	% والنسوية
500	36	114	350	ت التفاعل وكتابة منشورات عبر صفحات
%100	%7.2	%22.8	%70	% النسوية للدعوة لنصرة قضايا النسوية والمرأة
500	44	166	290	ت المشاركة في فعاليات وأيام تضامنية داعمة
%100	%8.8	%33.2	%58	% لقضايا المرأة والنسوية
500	40	89	371	ت تغيير نمط وأسلوب تفكيرك
%100	%08	%17.8	%74.2	%
500	75	127	298	ت اكتساب سلوكيات ومواقف منافية لقيم
%100	%15	%25.4	%59.6	% مجتمعتك

توضح نتائج الجدول رقم 50 الآثار المترتبة على النساء العربيات من جمهور المستخدمين لصفحات النسوية في بعدها السلوكي ويتضح من خلال النسب الواردة فيه إجماع اغلب المبحوثات بأعلى النسب بالموافقة على جميع المؤشرات والعبارات المصاغة لقياس الأثر السلوكي المترتب عليهن وفيما يلي تفصيل لكل مؤشر على حدا:

- **المؤشر 1:** مشاركة المرأة المعنفة آلامها، صرحت اغلب أفراد عينة الدراسة والمقدرة بـ 84.2% عن موافقتها بالأثر السلوكي المترجم في مشاركة النساء المعنفات آلامها.

- **المؤشر 2:** عبرت أغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهن بـ 71.2% من إجمالي أفراد عينة الدراسة عن موافقتهن فيما يخص المؤشر المتعلق بمحاولة التفاعل وتقديم المساعدة المادية والنفسية لبعض النساء.

- **المؤشر 3:** اتفقت معظم أفراد عينة الدراسة والمقدرة نسبتهن بـ 72% على موافقتهن بمساهمة استخدامهن لصفحات النسوية في تشكيل الدافع لديهن للمشاركة في أنشطة توعوية تجاه بعض قضايا المرأة والنسوية.

- **المؤشر 4:** صرحت 70% من المبحوثات على تفاعلهن وكتابة منشورات عبر صفحات النسوية للدعوة لنصرة قضايا النسوية والمرأة.

- **المؤشر 5:** توزعت إجابات المبحوثات في هذا المؤشر بين الموافقة والحياد بأعلى النسب حيث صرحت 58% من إجمالي المبحوثات على قيامهن بالمشاركة في فعاليات وأيام تضامنية داعمة لقضايا المرأة والنسوية في حين فضلت 33.2% منهن التزام الحياد في الإجابة.

- **المؤشر 6:** أسفرت نتائج الجدول أعلاه عن إقرار 74.2% من المبحوثات اللواتي حدث لهن تغيير في نمط وأسلوب تفكيرهن جراء استخدامهن لصفحات النسوية عبر الفيسبوك.

- **المؤشر 7:** تراوحت إجابات المبحوثات في هذا المؤشر بين الموافقة والرفض والحياد بنسب مختلفة حيث عبرت 59.6% من إجمالي المبحوثات عن اكتسابهن لسلوكيات ومواقف منافية لقيم مجتمعاتها جراء استخدامها لصفحات النسوية في حين فضلت 25.4% منهن التزام الحياد في الإجابة لتعبر 15% من أفراد عينة الدراسة عن رفض وعدم الموافقة لهذا المؤشر وبالتالي عدم تشكل هذا الأثر لديهن.



الجدول رقم (51): الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية وفق متغير المستوى الدراسي:

المجموع		دراسات عليا		جامعي		ثانوي		متوسط		إعدادي		المستوى الدراسي		الآثار السلوكية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	موافق	محايد	
84.2	421	14.6	73	55.2	276	12.6	63	1.2	06	0.6	03	موافق	محايد	مشاركة المرأة المعنفة آلامها
13.4	67	3.4	17	8.2	41	1.4	07	0.2	01	0.2	01	محايد	محايد	
2.4	12	0.4	02	1.4	07	0.6	03	00	00	00	00	غ موافق	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	المجموع	
71.2	356	13	65	46.2	231	10.2	51	1.4	07	0.4	02	موافق	محايد	محاولة التفاعل وتقديم المساعدة المادية والنفسية لبعض النساء
24.6	123	3.8	19	16	80	4.4	22	00	00	0.4	02	محايد	محايد	
4.2	21	1.6	08	2.6	13	00	00	00	00	00	00	غ موافق	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	المجموع	
72	360	12.8	64	45.6	228	11.6	58	1.4	07	0.6	03	موافق	محايد	المشاركة في أنشطة توعوية تجاه قضايا المرأة والنسوية
22.4	112	4.4	22	15.4	77	2.4	12	00	00	0.2	01	محايد	محايد	
5.6	28	1.2	06	3.8	19	0.6	03	00	00	00	00	غ موافق	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	المجموع	
70	350	13	65	45	225	10.5	51	1.2	06	0.6	03	موافق	محايد	التفاعل وكتابة منشورات عبر صفحات النسوية للدعوة لنصرة قضايا النسوية والمرأة
22.8	114	4.2	21	15.6	78	2.6	13	0.2	01	0.2	01	محايد	محايد	
7.2	36	1.2	06	4.2	21	1.8	09	00	00	00	00	غ موافق	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	المجموع	
58	290	9.8	49	36.8	184	9.8	49	01	05	0.6	03	موافق	محايد	المشاركة في فعاليات وأيام تضامنية داعمة لقضايا المرأة والنسوية
33.2	166	6.6	33	22.2	111	3.8	19	0.4	02	0.2	01	محايد	محايد	
8.5	44	02	10	5.8	29	01	05	00	00	00	00	غ موافق	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	المجموع	
74.2	371	11.4	57	48.8	244	12.2	61	1.4	07	0.4	02	موافق	محايد	تغيير نمط وأسلوب تفكيرك
17.8	89	4.2	21	11	55	2.2	11	00	00	0.4	02	محايد	محايد	
08	40	2.8	14	05	25	0.2	01	00	00	00	00	غ موافق	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	المجموع	



59.6	298	6.4	32	41.2	206	10.4	52	1.4	07	0.2	01	موافق	اكتساب سلوكيات ومواقف منافية لقيم مجتمعك
25.4	127	6.2	31	15.4	77	3.4	17	00	00	0.4	02	محايد	
15	75	5.8	29	8.2	41	0.8	04	00	00	0.2	01	غ موافق	
100	500	18.4	92	64.8	324	14.6	73	1.4	07	0.8	04	المجموع	

يعالج الجدول رقم 51 الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك وفق متغير المستوى الدراسي، وتوضح نسب وإحصاءات الجدول أعلاه اتفاق أغلبية المبحوثات بأعلى النسب على الموافقة على جميع مؤشرات الآثار ذات البعد السلوكي المتكون لدى أفراد عينة الدراسة جراء استخدامهن لصفحات النسوية وفيما يلي تفصيل في نسب إجابات المبحوثات حول كل مؤشر على حدا:

- المؤشر 1: مشاركة المرأة المعنفة آلامها، صرحت أغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهن بـ 84.2% عن موافقتهن بدور صفحات النسوية في تحفيزهن على مشاركة المرأة المعنفة آلامها ووزعت النسبة على مختلف المستويات الدراسية للمبحوثات حيث صرحت بذلك 55.2% من المبحوثات في المستوى الجامعي، يليها 14.6% دراسات عليا، ثم 12.6% من المبحوثات مستوى ثانوي، لتتوزع باقي النسبة على المستويين المتوسط والإعدادي.

- المؤشر 2: صرحت اغلب افراد عينة الدراسة والمتمثلة في 71.2% من إجمالي العينة على موافقتها بمؤشر محاولة التفاعل وتقديم المساعدة المادية والنفسية لبعض النساء وعبرت عن ذلك المبحوثات من جميع المستويات الدراسية بأعلى النسب، حيث أجابت 46.2% من المبحوثات ذات المستوى الجامعي بالموافقة، على اثر صفحات النسوية عليهن في تشكيل الدافع لمحاولة التفاعل وتقديم المساعدة المادية والنفسية لبعض النساء يليها مباشرة 13% من المبحوثات بمستوى الدراسات العليا و 10.2% ثانوي، 1.4% متوسط، 0.4% إعدادي

- المؤشر 3: عبرت أغلبية أفراد عينة الدراسة عن مشاركتهم في أنشطة توعوية تجاه قضايا المرأة والنسوية من خلال استخدامهن لصفحات النسوية عبر الفيسبوك وانقسمت هذه النسبة لإجابات المبحوثين ين مختلف المستويات الدراسية كالتالي: 45.6% جامعيات، 12.8% دراسات عليا، 11.6% ثانوي، 1.4% متوسط، 0.6% إعدادي.

- المؤشر 4: وضحت نتائج الجدول أعلاه أيضا أن اغلب أفراد عينة الدراسة والمقدرة نسبتهن بـ 70% من إجمالي عينة الدراسة صرحوا بعبارة موافق فيما يخص التفاعل وكتابة منشورات عبر صفحات النسوية للدعوة لنصرة قضايا المرأة والنسوية حيث أجابت 45% من المبحوثات بالمستوى الجامعي بموافق، يليها 13% من المبحوثات دراسات عليا، 10.5% مستوى ثانوي، 1.2% متوسط، 0.6% إعدادي

- أما فيما يخص المؤشر 5: فقد تراوحت إجابات المبحوثات بين الموافقة والحياد والرفض إلا أن أعلى نسبة منهن المقدرة بـ 58% من إجمالي أفراد عينة الدراسة صرحن بمشاركتهن في فعاليات وأيام تضامنية داعمة لقضايا المرأة والنسوية في حين فضلت 33.2% من المبحوثات التزام الحياد في الإجابة وبقى إجماع المبحوثات بأعلى النسب على صعيد مختلف مستويتهن الدراسية بالموافقة على الأثر السلوكي الناتج لديهن والمترجم في المؤشر الخامس وتوزعت نسب إجابتهن كالتالي: 36.8% جامعيات، 9.8% دراسات عليا، 9.8% ثانوي، 1% متوسط، 0.6% اعدادي

- المؤشر 6: وضحت نتائج الجدول والأرقام الواردة فيه أيضا أن اغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهن بـ 74.2% قد صرحن بموافقتهن على أن استخدامهن لصفحات النسوية ساهم في تغيير نمط وأسلوب تفكيرهن بالرغم من اختلاف مستويتهن الدراسية إلا أنهن عبرن الموافقة على ذلك بأعلى النسب حيث جاءت نسبة 48.8% من المبحوثات جامعيات موافقات عن ذلك يليها 11.4% دراسات عليا و 12.2% مستوى ثانوي، 1.4% متوسط، 0.4% اعدادي،

- المؤشر 7: نلاحظ أيضا من خلال النسب الواردة في الجدول تصريح معظم أفراد عينة الدراسة بـ 59.6% بموافقتهم على مؤشر اكتسابهم لسلوكيات ومواقف منافية لقيم مجتمعاتهم وقد عبرت عن ذلك المبحوثات من مختلف المستويات الدراسية بأعلى النسب، حيث جاءت نسبة المبحوثات من المستوى الجامعي اللواتي صرحن بذلك تقدر بـ 41.2% يليها 10.4% مستوى ثانوي، 6.4% دراسات عليا، لتتوزع باقي النسبة على المستويين المتوسط والإعدادي.

الجدول رقم (52): الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية وفق متغير الحالة المهنية:

المجموع		ماكنة بالبيت		عاملة		الآثار السلوكية	
%	ت	%	ت	%	ت	المستوى الدراسي	
84.2	421	37.2	186	47	235	موافق	مشاركة المرأة المعنفة آلامها
13.4	67	4.8	24	8.6	43	محايد	
2.4	12	0.6	03	1.8	09	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	المجموع	
71.2	356	28.4	142	42.8	214	موافق	محاولة التفاعل وتقديم المساعدة المادية والنفسية لبعض النساء
24.6	123	12.8	64	11.8	59	محايد	
4.2	21	1.4	07	2.8	14	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	المجموع	
72	360	28.4	142	43.6	218	موافق	المشاركة في أنشطة توعوية تجاه قضايا المرأة والنسوية
22.4	112	11.4	57	11	55	محايد	
5.6	28	2.8	14	2.8	14	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	المجموع	
70	350	29.2	146	40.8	204	موافق	التفاعل وكتابة منشورات عبر صفحات النسوية للدعوة لنصرة قضايا النسوية والمرأة
22.8	114	10.2	51	12.6	63	محايد	
7.2	36	3.2	16	04	20	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	المجموع	
58	290	24.4	122	33.6	168	موافق	المشاركة في فعاليات وأيام تضامنية داعمة لقضايا المرأة والنسوية
33.2	166	13.8	69	19.4	97	محايد	
8.8	44	4.4	22	4.4	22	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	المجموع	
74.2	371	33.2	166	41	205	موافق	تغيير نمط وأسلوب تفكيرك
17.8	89	07	35	10.8	54	محايد	
08	40	2.4	12	5.6	28	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	المجموع	
59.6	298	28.2	141	31.4	157	موافق	اكتساب سلوكيات ومواقف منافية لقيم مجتمعك
25.4	127	9.6	48	15.8	79	محايد	
15	75	4.8	24	10.2	51	غ موافق	
100	500	42.6	213	57.4	287	المجموع	

يوضح الجدول رقم 52 نسب وتكرارات الآثار السلوكية المترتبة والناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك وفق متغير الحالة المهنية، وتوضح الأرقام الواردة في الجدول أعلاه توجه المبحوثات للاتفاق على الإجابة بالموافقة والإجماع بأعلى النسب فيما يخص جميع المؤشرات الخاصة بالبعد السلوكي جراء استخدام

- والتعرض لمضامين صفحات النسوية، حيث عبرت أغلب المبحوثات من كلا الجانبين، العاملات والماكنات بالبيت عن ذلك بأعلى النسب وفيما يلي تفصيل في إجابات المبحوثين كل مؤشر على حدا:
- عبرت 84.2% من إجمالي المبحوثات عن موافقتها فيما يخص تشكل سلوك مشاركة المرأة المعنفة آلامها، وعبرت عن ذلك 47% من المبحوثات العاملات، و37.2% ماكنات بالبيت.
 - صرحت 71.2% من إجمالي المبحوثات بالموافقة عن محاولتها بالتفاعل وتقديم المساعدة المادية والنفسية لبعض النساء وأجابت بذلك 42.8% من المبحوثات العاملات، و28.4% ماكنات بالبيت.
 - أجمعت 72% من المبحوثات عن موافقتها بالقيام بالمشاركة في أنشطة توعوية تجاه قضايا المرأة والنسوية، وانقسمت هذه النسبة الى 43.6% عاملات و28.4% ماكنات بالبيت.
 - وضحت نتائج الجدول أن 70% من إجمالي المبحوثات مقسمة بين 40.8% عاملات و29.2% ماكنات بالبيت، تقمن بالتفاعل وكتابة منشورات عبر صفحات النسوية للدعوة لنصرة قضايا النسوية والمرأة.
 - أثبتت نتائج الدراسة أن 58% من إجمالي عينة الدراسة يشاركون في فعاليات وأيام تضامنية داعمة لقضايا المرأة والنسوية منهن 33.6% عاملات و24.4% ماكنات بالبيت.
 - صرحت 74.2% من إجمالي أفراد عينة الدراسة بأن استخدامهم لصفحات النسوية وتعرضهم لمضامينها ساهم في تغيير نمط وأسلوب تفكيرهن حيث أجابت بذلك 41% من المبحوثات عاملات، و33.2% ماكنات بالبيت.
 - كشفت نتائج الدراسة بأن 59.6% من أفراد عينة الدراسة أقروا بإكتسابهم لسلوكيات ومواقف منافية لقيم مجتمعاتهم أين صرحت بذلك 31.4% عاملات و28.2% ماكنات بالبيت.

الجدول رقم (53): درجة ثقة عينة الدراسة بما تقدمه صفحات النسوية من أفكار ومعلومات:

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
46.8%	234	عالية
49.8%	249	متوسطة
3.4%	17	منخفضة
100%	500	المجموع

يوضح الجدول أعلاه درجة ثقة عينة الدراسة بما تقدمه صفحات النسوية من أفكار ومواضيع ومعلومات عبر صفحاتها المخصصة ونلاحظ من خلال النتائج الواردة في الجدول أن نسب إجابات الباحثين متقاربة بين مستوى الثقة والمتوسطة والعالي بما تقدمه هذه الصفحات حيث عبرت 49.8% من الباحثات عن درجة ثقتها المتوسطة بما تقدمه صفحات النسوية من مضامين ومتقاربة منها وقدرت بـ: 46.8% منهن عبرن عن ثقتهم العالية بها في حين جاءت نسبة الباحثات اللواتي عبرن عن ثقتهم المنخفضة بسابقتها وقدرت بـ: 3.4%. بالجمع بين النسبتين الأولى والثانية نجد أن أغلب أفراد عينة الدراسة من النساء العربيات الممثلات لمستخدمات صفحات النسوية يثقن بما تقدمه هذه الصفحات من معلومات وأفكار مع تفاوت طفيف جدا في درجة الثقة.

إن تكوين عامل الثقة وتصديق وتبني ما يتم تقديمه من فكر ومعلومات عبر هذه المنصات لا يأتي من فراغ وإنما ينطلق من طبيعة ما يتم تقديمه عبرها من قضايا واقعية لمست الحياة الفعلية للمرأة العربية والمعاناة التي تتعرض لها وبالتالي فهي تحاكي واقعها إضافة لاعتماد هذه الأخيرة على مصادر محددة وموثقة في كل معلومة تقدمها ويمكن الاستدلال على هذه الفكرة بالنتيجة التي توصلنا إليها من خلال الدراسة التحليلية أين أثبتت النتائج اعتماد صفحات النسوية المدروسة على مصادر محددة رسمية غالبا في طرح أفكارها ومعلوماتها وتقديم إحصاءات والاستشهاد ببراهين مما يولد حالة من الاطمئنان والثقة لدى جمهورها إضافة إلى النتائج التي عبرت تأييد أغلبية تعليقات جمهور هاته الصفحات لما تقدمه من مضامين ومواضيع ما يعكس تجاوبهم وتفاعلهم مع أفكارها التي تنتقل وتوضح توجههم واهتمامهم المشتركة التي تحكي واقعهم.

الجدول رقم (54): آفاق استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية مستقبلا:

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
%46.8	234	ستبقين بنفس الوتيرة في الاستخدام
%49	245	ستزيدين من نسبة استخدامك لها
%3.2	16	ستنقصين من نسبة استخدامك لها
%01	05	ستتخلين عن استخدامك لها
% 100	500	المجموع

تعكس النتائج الموضحة في الجدول آفاق استخدام المبحوثات من عينة الدراسة لصفحات النسوية مستقبلا ويتضح من خلاله أن اغلب أفراد عينة الدراسة عبرن عن رغبتهم في زيادة استخدامهن لصفحات النسوية مستقبلا بنسبة **49%** في حين صرحت **46.8%** منهن على بقائهن بنفس وتيرة الاستخدام وهي أعلى النسب مقارنة بباقي المبحوثات اللواتي صرحن بإمكانية إنقاصهن لنسبة استخدامهن لها بنسبة **3.2%** والتخلي عنها نهائيا بنسبة **1%**.

إن نتائج هذا الجدول منطقية ومتوقعة انطلاقا مما توصلنا إليه من خلال الجدول رقم **53** والذي وضح درجة ثقة المبحوثات بمضامين صفحات النسوية التي تراوحت بين المتوسط والعالي مما يؤكد وترجم رغبة هاته المبحوثات أيضا في البقاء على استخدام صفحات النسوية بنفس الوتيرة وإمكانية زيادة نسبة الاستخدام انطلاقا من زيادة درجة الثقة بما تقدمه هذه الأخيرة وقدرتها على اتباع حاجياتهم وتحقيق أهدافهم الكامنة وراء استخدامهم لها بالدرجة الأولى.

ثالثاً - الفروق الفردية بين الآثار المترتبة على عينة الدراسة المستخدمة لصفحات النسوية وفق متغيري المستوى الدراسي والحالة المهنية:

جدول رقم (55) نتائج اختبار (T test) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار المعرفية تبعاً لمتغير المهنة

مستوى الدلالة	القيمة الاحتمالية	قيمة (T)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	إجمالي الآثار المعرفية
0.05	0.037	-2.095	3.08	13.004	213	ماكثنة في البيت
			3.37	13.612	278	عاملة

يعالج الجدول نتائج اختبار (T test) للعينة المستقلة لدراسة فروق الآثار المعرفية على المبحوثات مستخدمات صفحات النسوية عبر الفيسبوك، للإجابة على السؤال هل هناك فروق فردية في الآثار المعرفية المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية تعزى لمتغير الحالة المهنية.

وتشير نتائج الجدول أن متوسط درجات المبحوثات العاملات قد بلغ 13.612 وبانحراف معياري يقدر بـ 3.37 وهو أعلى من متوسط درجات المبحوثات الماكثات بالبيت الذي بلغ 13.004 بانحراف معياري قدر بـ 3.08، كما نلاحظ أن قيمة (T) المحسوبة قدرت بـ -2.095 بقيمة احتمالية تساوي 0.037 أقل من مستوى الدلالة 0.05. وعليه يتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط الآثار المعرفية المترتبة لدى المبحوثات العاملات ومتوسط الآثار المعرفية للماكثات بالبيت. بحيث نختار قيمة T ومستوى دلالتها بناء على اختبار F* والذي كان مستوى دلالاته أكبر من 0.05.

* اختبار Levene's test for Equality of variances، وهو اختبار نعرف من خلاله حساب مستوى دلالاته شرط تساوي التباينات تحقق أم لم يتحقق لنقرر هل سنختار قيمة t في حالة افتراض تساوي التباينات أم في حالة افتراض عدم تساوي التباينات بحيث يتحقق شرط تساوي التباينات إذا كان مستوى الدلالة أكبر من أو يساوي 0.05

جدول رقم (56) نتائج اختبار (T_{test}) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار الوجدانية تبعاً لمتغير المهنة

مستوى الدلالة	القيمة الاحتمالية	قيمة (T)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	إجمالي الآثار الوجدانية
0.05	0.078	-1.765	2.37	14.23	213	ماكثنة في البيت
			2.45	14.61	278	عاملة

يعبر الجدول عن نتائج اختبار (T_{test}) للعينة المستقلة لدراسة فروق الآثار الوجدانية المترتبة على المبحوثات مستخدمات صفحات النسوية عبر الفيسبوك، للإجابة على السؤال هل هناك فروق فردية في الآثار الوجدانية على مستخدمات صفحات النسوية تعزى لمتغير الحالة المهنية.

ولقد توصلنا من خلال نتائج هذا الاختبار والموضحة في الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق في الآثار الوجدانية بين المبحوثات العاملات والماكثنات في البيت، حيث بلغت قيمة (T_{test}) -1.765 بقيمة احتمالية قدرت بـ 0.078، وهي ذات دلالة إحصائية أكبر من 0.05، وقد قمنا باختيار قيمة T ومستوى دلالتها بناء على اختبار F والذي اخترنا من خلاله قيمة احتمالية T في حالة افتراض تساوي التباينات لأن دلالتة المقدرة بـ 0.665 كانت أكبر من 0.05، وقد بلغ متوسط الآثار الوجدانية للمبحوثات العاملات 14.61، بانحراف معياري قدر بـ 2.45، كما بلغ متوسط الآثار الوجدانية للمبحوثات الماكثنات في البيت 14.23، بانحراف معياري مقدر بـ 2.37، وهذا ما يثبت أن الآثار الوجدانية عن المبحوثات العاملات مقارنة جداً مع متوسط المبحوثات الماكثنات في البيت

جدول رقم (57) نتائج اختبار (T_{test}) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار السلوكية تبعاً لمتغير المهنة

مستوى الدلالة	القيمة الاحتمالية	قيمة (T)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	الآثار السلوكية
0.05	0.631	-0.480	2.56	9.55	213	ماكثنة بالبيت
			2.70	9.66	278	عاملة

يوضح نتائج اختبار (T_{test}) للعينة المستقلة لدراسة فروق الآثار السلوكية المترتبة على المبحوثات مستخدمات صفحات النسوية عبر الفيسبوك، للإجابة على السؤال هل هناك فروق فردية في الآثار السلوكية على مستخدمات صفحات النسوية تعزى لمتغير الحالة المهنية.

ويتبين من الأرقام الواردة في الجدول أعلاه أن متوسط درجات الآثار السلوكية للعاملات بلغ 9.66 بانحراف معياري يقدر بـ 2.70 وهو أعلى بقليل فقط من متوسط درجات الآثار السلوكية للمبحوثات الماكثات بالبيت الذي بلغ 9.55 بانحراف معياري يقدر بـ 2.56، كما نلاحظ أن قيمة (T) المحسوبة قدرت بـ -0.480 بقيمة احتمالية تبلغ 0.631 أكبر من مستوى الدلالة 0.05، والتي تم اختيارها ومستوى دلالتها في حالة افتراض تساوي التباينات، بناء على اختبار F لأن دلالته المقدرة بـ 0.424 كانت أكبر من 0.05.

وبناء على ذلك نخلص إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار السلوكية بين المبحوثات العاملات والماكثات بالبيت عند مستوى الدلالة (0.05)، ولا بين متوسط درجات العاملات تجاه الآثار السلوكية ومتوسط درجات الماكثات بالبيت.

جدول رقم (58) نتائج اختبار (One Way Anova) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار المعرفية لاستخدام صفحات النسوية لدى أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

مستوى الدلالة	القيمة الاحتمالية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	الآثار المعرفية
0.05	0.000	7.119	2.21	13.25	4	إعدادي
			2.23	12.00	7	متوسط
			2.57	12.45	73	ثانوي
			3.04	13.16	324	جامعي
			4.06	14.48	92	دراسات عليا

يوضح الجدول نتائج تحليل اختبار التباين أحادي الاتجاه، وقد استخدمنا هذا الاختبار للإجابة على السؤال هل هناك فروق فردية في الآثار المعرفية المترتبة على المبحوثات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

وتشير القيم الواردة في الجدول أعلاه إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار المعرفية تبعا لمتغير المستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة F مقدر بـ 7.119 بقيمة احتمالية بلغت 0.000، وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة 0.05 فجاءت دالة إحصائية.

كما نلاحظ من خلال المعطيات أيضا ارتفاع المتوسط الحسابي "المستوى الدراسات العليا" والذي قدرت قيمته بـ 14.48، يليه في الترتيب الثاني "مستوى الإعدادي" بمتوسط قدره 13.25، ثم يليه "المستوى الجامعي" بمتوسط قدره 13.16، ثم "المستوى الثانوي" بمتوسط 12.45، وأخيرا "مستوى المتوسط" قيمة أقل بلغ متوسطها 12.00.

جدول رقم (59) نتائج اختبار (One Way Anova) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار الوجدانية لاستخدام صفحات النسوية لدى أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

مستوى الدلالة	القيمة الاحتمالية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	الآثار الوجدانية
0.05	0.006	3.650	2.50	14.75	4	إعدادي
			2.22	12.57	7	متوسط
			2.19	14.10	73	ثانوي
			2.34	14.36	324	جامعي
			2.73	15.17	92	دراسات عليا

يعكس الجدول نتائج تحليل اختبار التباين أحادي الاتجاه، وقد استخدمنا هذا الاختبار للإجابة على السؤال هل هناك فروق فردية في الآثار الوجدانية المترتبة على المبحوثات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

توضّح النتائج الواردة في الجدول أعلاه بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار الوجدانية المترتبة على عينة الدراسة من مستخدمات صفحات النسوية تبعا لمتغير المستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة F مقدرة بـ 3.650 بقيمة احتمالية بلغت 0.006، وهي أصغر من مستوى الدلالة 0.05 مما يثبت دلالتها إحصائيا.

كما يوضّح الجدول ارتفاع المتوسط الحسابي "للمستوى الدراسات العليا" بـ (15.17)، يليه مباشرة في الترتيب الثاني "مستوى الإعدادي" بمتوسط قدره 14.75، ليتركز "المستوى الجامعي" في الترتيب الثالث بمتوسط قدره 14.36، ثم يليه بفارق بسيط "المستوى الثانوي" بمتوسط 14.10، وأخيرا "مستوى المتوسط" بقيمة أقل بلغ متوسطها الحسابي 12.57.

جدول رقم (60) نتائج اختبار (One Way Anova) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار السلوكية لاستخدام صفحات النسوية لدى أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

مستوى الدلالة	القيمة الاحتمالية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	الآثار السلوكية
0.05	0.003	4.072	2.94	10.00	4	إعدادي
			0.78	7.57	7	متوسط
			2.31	9.06	73	ثانوي
			2.59	9.55	324	جامعي
			2.95	10.41	92	دراسات عليا

يعالج الجدول الموضح أعلاه نتائج تحليل اختبار التباين أحادي الاتجاه، وقد استخدمنا هذا الاختبار للإجابة على السؤال هل هناك فروق فردية في الآثار السلوكية المترتبة على المبحوثات المستخدمات لصفحات النسوية عبر الفيسبوك تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

ويتبين من خلال القيم الموضحة من خلال الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية، في الآثار السلوكية بين المبحوثات عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة F مقدرة بـ 4.072 بقيمة احتمالية بلغت 0.003، وهي نسبة أصغر من مستوى الدلالة 0.05، مما يثبت دلالتها إحصائيا.

كما نلاحظ أيضا من خلال الأرقام الواردة في الجدول، تركز "مستوى الدراسات العليا" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر بـ 10.41، يليه في الترتيب الثاني "مستوى الإعدادي" بمتوسط بلغ 10.00، ثم "المستوى الجامعي" بمتوسط قدر بـ 9.55، في حين بلغ متوسط "المستوى الثانوي" 9.06، وأخيرا "مستوى المتوسط" بأقل تقدير مقارنة بما سبقه بمتوسط حسابي قيمته 7.57.

رابعاً: نتائج التحليل الكمي للدراسة الميدانية لجمهور مستخدمي صفحات الحركة النسوية:

- توصلت الدراسة الميدانية لحملة من النتائج نشير إليها في النقاط التالية:

- ✓ كشف الدراسة أن أغلب أفراد العينة والمقدرة نسبتهم 68.8% يستخدمون موقع الفيسبوك منذ أكثر من سنوات.
- ✓ صرح أغلب أفراد عينة الدراسة بتفضيلهم للهاتف الذكي النقال كأهم وأول وسيلة لاستخدام الفيسبوك بنسبة 93.2% من إجمالي أفراد العينة ونسبة إجابة مقدرة بـ: 65.2% من إجمالي نسبة الوسائل المفضلة في الاستخدام لديهم.
- ✓ وضحت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف العينة يقضون مدة أكثر من ثلاث ساعات في اليوم لاستخدام الفيسبوك والمقدرة بـ: 57.2%.
- ✓ صرحت أكثر من نصف عينة الدراسة والمقدرة بـ: 56.1% من إجمالي المبحوثات على تفضيلهن "لخدمة تصفح صفحات الفيسبوك والتفاعل معها" بالدرجة الأولى بنسبة إجابة مقدرة بـ: 25.8% يليها 35.7% من المبحوثات أيضاً عبرن بتفضيلهن لهذه "الخدمة دون التفاعل عبرها" بنسبة إجابة مقدرة بـ: 16.4% وجمع النسبتين تعد "خدمة تصفح صفحات الفيسبوك" أهم وأول خدمة محبذة لدى أفراد عينة الدراسة .
- ✓ وضحت نتائج الدراسة أن 74% من أفراد عينة الدراسة معجبون "بأكثر من 20 صفحة" على الفيسبوك إعجاب فعلي بتطبيق الإعجاب (LIKE) عليها ومتابعتها.
- ✓ أثبتت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهم بـ: 85.2% يفضلن "المضامين الفكرية" في صفحات الفيسبوك التي نالت إعجابهم بالدرجة الأولى بنسبة إجابة مقدرة 17.7% يليها "المضامين الثقافية" بنسبة 16.7% ثم "المضامين الاجتماعية" بنسبة 13.2%.
- ✓ عبرت نسبة 49.4% من المبحوثات عن إعجابها بصفحات النسوية عبر الفيسبوك لمدة تتراوح من "سنة إلى 03 سنوات" فيما انقسمت بقية النسبة مناصفة 25.6% منهن "أكثر من 03 سنوات" يليها 25% "أقل من سنة" وتعبر عن حديثي العهد بمتابعة هذه الصفحات.
- ✓ وضحت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد عينة الدراسة من المبحوثات حريصات على تصفح صفحات النسوية عبر الفيسبوك "غالباً" وقدرت نسبتهم بـ: 73.2%.

- ✓ عبرت نتائج الدراسة فيما يخص المدة التي تستغرقها المبحوثات في تصفح والتفاعل عبر صفحات النسوية أن نصف العينة يستخدمونها "لأقل من ساعة" وقدرت النسبة بـ: 50.4% في حين أن 39.4% يستخدمها من "ساعة إلى 03 ساعات في اليوم".
- ✓ صرحت 46.4% من المبحوثات عن اكتفائها بمصادفة منشورات صفحات النسوية على جدار البروفايل دون الرجوع للصفحة "أحيانا" فقط.
- ✓ توصلت نتاج الدراسة إلى أن معظم المبحوثات يفضلن استخدام وتصفح صفحات النسوية "بمفردهن" وقدرت النسبة بـ: 51%.
- ✓ كشفت أيضا نتائج الدراسة أن القضايا الأكثر تفضيلا في التصفح والتفاعل معها عبر صفحات النسوية لدى أفراد العينة تتمثل في قضايا "التمييز بين المرأة والرجل" بالدرجة الأولى والتي عبرت عنها 81.4% من المبحوثات نسبة إجابة مقدره بـ: 11.4% يليها "قضايا العنف الأسري" بنسبة 10.6% ثم "انتهاكات حقوق المرأة" بنسبة 10.5% و"قضايا التحرش" بنسبة: 10.2% ثم "تحديات المرأة داخل المجتمع" بنسبة 10.1% على اعتبارها أهم وأول القضايا في قائمة اهتمامهن.
- ✓ وضحت المبحوثات تفضيلها للمنشورات على "شكل نصوص" نسبة 37.9% بالدرجة الأولى يليها المنشورات على "شكل صور" بنسبة 35% على أنها أهم الأشكال تفضيلا لديها.
- ✓ وضحت نتائج الدراسة اختلاف طرق التفاعل للمبحوثات مع مضامين صفحات النسوية بين "الإعجاب والتعليق والمشاركة" لكن فضلت المبحوثات تطبيق "الإعجاب" بالدرجة الأولى حيث صرحت المبحوثات بتفاعلهن بتطبيق الإعجاب (LIKE) مع مضامين صفحات النسوية (دائما) بنسبة 68.6% من إجمالي عينة الدراسة في حين جاءت نسبة 54.6% للتعليق (أحيانا) و47.4% للمشاركة على الحساب الخاص (نادرا)، ثم 67% للمشاركة على حساب الأصدقاء والمجموعات أيضا (نادرا) في حين صرحت 44.4% بتفضيلها للقراءة فقط "أحيانا".
- ✓ صرحت أغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهن بـ: 76.4% أن "التعرف على أهم قضايا النسوية" يعد أول وأهم الدوافع المعرفية لديهن لاستخدام صفحات النسوية وجاءت نسبة إجابتهن على هذا الدافع مقدره بـ: 23.5% يليها "دافع التعرف على أهم الحلول المطروحة لمعالجة قضايا النسوية" بنسبة: 23.2% كثاني أهم دافع، ثم "تكوين آراء واتجاهات نحو قضايا النسوية المطروحة" بالدرجة الثالثة بنسبة 20.9%.

✓ كشفت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون صفحات النسوية بدافع "تأييدهم للفكر النسوي" كأول دافع نفسي بنسبة 27.6% من إجابات 75.6% من المبحوثات، يليه "إحساسهن بقواسم مشتركة مع ما تطرحه صفحات النسوية" بنسبة 24.3% من إجابات 66.6% من المبحوثات ثم "لأنها تتناول قضايا نسوية بجرأة وصراحة" بنسبة 24.2% من إجابات 66.4% من المبحوثات.

✓ توصلت نتائج الدراسة إلى أن تميز صفحات النسوية بطرح القضايا وجرأة أكبر، من أهم المميزات التي تدفعهن للاعتماد عليها للحصول على معلومات بنسبة 30.3% من إجابات 77.3% من المبحوثات، يليها كونها تنقل مختلف وجهات النظر بحرية بنسبة 23.4% من إجابات 59.8% من المبحوثات.

✓ كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثات من عينة الدراسة أجابوا بأعلى النسب بموافقتهم على جميع العبارات والمؤشرات للآثار المعرفية المترتبة عليهن جراء استخدامهن لصفحات النسوية عبر الفيسبوك كالتالي:

- 89% لزيادة المعلومات والمعارف حول قضايا المرأة المختلفة والنسوية.
 - 74% إزالة الغموض حول بعض قضايا النسوية.
 - 86% التعرف على ظروف المرأة الحياتية في مختلف مناطق الدول العربية.
 - 90% التعرف على ردود أفعال المجتمع نحو قضايا النسوية والمرأة.
 - 55.4% تغيير موقفك تجاه حكم الدين في قضايا المرأة.
 - 73.6% اكتساب ثقافة جديدة مختلفة عن ثقافة مجتمعك.
 - 77% تكوين آراء جديدة مختلفة تجاه قضايا النسوية.
 - 72.2% زيادة معارفك حول رائدات الحركة النسوية وإسهاماتهن في نشر الفكر النسوي.
 - 53% تصحيح آراء مغلوطة كونتها سابقا عن قضايا النسوية.
 - 65.4% اكتساب قيم نسوية تتنافى مع عادات وتقاليد مجتمعك.
- ✓ أثبتت نتائج الدراسة توجه أغلب المبحوثات من عينة الدراسة في الاتفاق في الإجابة حول مؤشرات وعبارات الآثار الوجدانية المترتبة لديهن جراء استخدامهن لصفحات النسوية بأعلى النسب وكانت الإجابات كالتالي:
- 62% من المبحوثات يوافقن على حدوث مؤشر التنفيس عن المشاعر من خلال المشاركة والتفاعل عبر صفحات النسوية.

- 86.4% منهن يشعرن بالحزن تجاه بعض قضايا النساء المعنفات.
- 89.2% يشعرن بالفرح تجاه بعض قضايا ونماذج النساء الرائدات والناجحات.
- 85.6% يشعرن بالقلق والاضطراب تجاه استمرارية اضطهاد المرأة وعدم الاعتراف بحقوقها.
- 63.4% يحسسن بالتححرر والحرية في التعبير عبر صفحات النسوية في الفيسبوك.
- 60.8% غير موافقات على مؤشر الشعور بالحياء والحساسية تجاه بعض الأفكار النسوية المطروحة كالجنس والتحرش.
- 80.6% من المبحوثات غير موافقات على مؤشر الشعور بتضييع وهدر الوقت جراء استخدامهن لصفحات النسوية.
- 75.4% من المبحوثات يشعرن بتقدير الذات والثقة بالنفس والاعتزاز كونهن نسويات.
- 55.8% منهن يحسسن بالاغتراب عن المجتمع الذي ينتمين إليه.
- ✓ توصلت نتائج الدراسة فيما يخص الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك، أيضا اتفاق أغلب المبحوثات بأعلى النسب بالموافقة على كل مؤشرات وعبارات الآثار السلوكية كالتالي:
- 84.2% من المبحوثات صرحن بمشاركتهن المرأة المعنفة آلامها.
- 71.2% منهن يحاولن التفاعل وتقديم المساعدة المادية والنفسية لبعض النساء.
- 72% من المبحوثات يشاركن في أنشطة توعوية تجاه قضايا المرأة والنسوية.
- 70% من المبحوثات يتفاعلمن بكتابة منشورات على صفحات النسوية للدعوة لنصرة قضايا النسوية والمرأة.
- 58% من المبحوثات يشاركن في فعاليات وأيام تضامنية داعمة لقضايا المرأة.
- 74.2% من المبحوثات صرحن بحدوث تغيير على نمط وأسلوب تفكيرهن جراء استخدامهن لصفحة النسوية.
- 59.6% صرحن باكتسابهن سلوكيات ومواقف منافية لقيم مجتمعاتهن.
- ✓ أما فيما يخص درجة ثقة المبحوثات بعينة الدراسة بما تقدمه صفحات النسوية من مضامين، فقد عبرت أغلب المبحوثات بثقتها بهذه المضامين المتراوحة بين الثقة المتوسطة بنسبة 49.8% في حين جاءت 46.8% منهن يثقن في مضامينها ثقة عالية.

- ✓ توصلت نتائج الدراسة إلى أن 49% من أفراد عينة الدراسة سيعملون على زيادة وتيرة استخدامهم لصفحات النسوية مستقبلاً، في حين عبرت 46.8% من المبحوثات بمحافظتهن على نفس وتيرة الاستخدام مستقبلاً.
- ✓ توصلت نتائج الدراسة باستخدام معامل اختبار (T_{test}) لدراسة الفروق، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار المعرفية المترتبة على استخدامات صفحات النسوية تبعاً لمتغير الحالة المهنية.
- ✓ كما كشفت أيضاً نتائج اختبار (T_{test}) بعدم وجود فروق فردية في الآثار الوجدانية ولا الآثار السلوكية المترتبة على استخدامات صفحات النسوية تبعاً لمتغير الحالة المهنية.
- ✓ تبين من خلال نتائج اختبار ($One\ Way\ Anova$) لدراسة الفروق، ثبوت وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية في كل من الآثار المعرفية والوجدانية، والسلوكية، المترتبة على استخدامات صفحات النسوية تبعاً لمتغير المستوى الدراسي.



النتائج العامة للدراسة:

Log In



سعيًا من خلال هذه الدراسة للكشف عن طبيعة تناول وتقديم صفحات النسوية عبر الفيسبوك لموضوع النسوية وقضايا المرأة في الوطن العربي، من حيث الجانب الشكلي الذي تقولب فيه المواضيع والأفكار، ومضمون هذه المواضيع في حد ذاتها، للكشف عن القيم المتضمنة فيه وأهم الأفكار المروج لها والأساليب المستخدمة في ذلك، إضافة لطبيعة الجمهور المستخدم والمتابع لهذه الصفحات من جهة أخرى، و السعي للكشف عن حجم استخدامه لها وجملة الآثار المترتبة عليه في محاولة للنظر إلى موضوع الدراسة بنظرة تكاملية منهجية بدراسة الرسالة وتأثيرها على الجمهور المتلقي انطلاقًا من منظوري بنائي وظيفي، وبالرغم من أن مفهوم الحركة النسوية له من الثقل الفكري والأيدولوجي ما يحول دون حصره في هذه الجزئية فقط، إلا إننا حاولنا النظر إليه من زاوية استكشافية لمحاولة وصف الظاهرة في سياق وسائل الإعلام الجديدة وكانت هذه من أكثر الصعوبات التي واجهتنا في معالجة الموضوع خاصة النقص الكبير في الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع في حد ذاته، إضافة لنقص المراجع التي تشرح وتوضح المناهج المتبعة في دراسة المشكلات الإعلامية في الإعلام الجديد.

إن هذه الصعوبات التي يتعرض لها كل باحث في أي مجال من مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية، لا يمكن أن تحول دون بلوغه الأهداف المسطرة، كإجابات لتساؤلاته المصاغة، وحتى استفهامات جديدة تفتح المجال للبحث أكثر في سلسلة من الترابط.

انطلاقًا من هنا خلصت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى جملة من النتائج سنقوم بعرضها وفق المحاور الأساسية للدراسة، ستفتح المجال لطرح تساؤلات لا تزال بحاجة إلى إجابات في المستقبل.

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

1- عرض نتائج الدراسة التحليلية من حيث الشكل:

✓ كشفت نتائج الدراسة أن المنشورات المقدمة عبر صفحات النسوية المحللة جاءت على شكل نصوص مرفقة بالصور بنوعيتها "الخبرية والتعبيرية"، حيث جاءت المنشورات على شكل نصوص مرفقة بصور تعبيرية بنسبة 39.06% تليها النصوص المرفقة بصور خبرية بنسب 30.31%، فالصور تلعب دوراً كبيراً في شد انتباه المستخدم وتدعيم الفكرة وتثبيتها في ذهن الملتقى، فتوجه صفحات النسوية للدمج بين النص والصورة نوع من التكامل في إيصال المعنى للمستخدمين.

✓ برز استخدام اللغة العربية الفصحى بالدرجة الأولى في أغلب منشورات وتدوينات الصفحات محل الدراسة بنسبة 69.56% يليها استخدام الدمج بين الفصحى والعامية بدرجة أقل بنسبة 17.39%، فهي أكثر لغة مناسبة للتوجه للنساء العربيات للتعبير عن واقعهن الفعلي وحثهن على التغيير.

✓ أثبتت نتائج الدراسة اعتماد الصفحات الثلاثة على التنوع في الاستمالات والدعائم في منشوراتها، إلا أن الاستمالات العقلية كانت أكثر بروزاً خاصة استمالة الاستشهاد بأمثلة من الواقع بنسبة 26.64% تليها استمالة الحجج وآراء المثقفين بنسبة 19.19% ثم تقديم الأرقام بنسبة 18.06% فاستمالة التخويف بنسبة 17.15%، فالملاحظ لتوجه صفحات النسوية يدرك سعيها لإقناع جمهور متابعيها بالأفكار التي تروج لها، فمن المنطقي الاعتماد على الأساليب العقلية بالدرجة الأولى في خطابها الموجه لاستهداف فكر متابعيها وإقناعهم بالأدلة والبراهين.

2- عرض نتائج الدراسة التحليلية من حيث المضمون:

✓ كشفت نتائج الدراسة التحليلية اهتمام صفحات النسوية بطرح ومعالجة مختلف القضايا النسوية بنسب متقاربة لكن كان تركيز الاهتمام بالقضايا الاجتماعية بالدرجة الأولى، في صفحتي "النسوية وثوري" كقضية حقوق المرأة بنسبة 14.66%، المساواة بين الجنسين بنسبة 13.47%، إضافة لقضايا التحرش والعنف والاعتصاب، فيما اهتمت صفحة "منظمة المرأة العربية" بالقضايا الاقتصادية والسياسية بالدرجة الأولى تليها القضايا الاجتماعية.

✓ توصلت الدراسة إلى بروز فئة الأفراد كفاعل وشخصية محورية في منشورات ومضامين صفحات النسوية مقارنة بالمؤسسات حيث جاءت نسبة الأفراد 73.16% مقسمة كما يلي:

- وضحت نتائج الدراسة بروز النساء كشخصيات فاعلة ومحورية في مضامين الصفحات حسب تصنيف الجنس في فئة الأفراد بنسبة 61.14%.
- وأثبتت نتائج التحليل الكمي أيضا ظهور الشخصيات الفاعلة في تدوينات صفحات النسوية المدروسة ممثلة في فئة الشباب حسب السن بنسبة 73.66%.
- كما برز تصنيف الأشخاص الفاعلين في مضمون ومنشورات الصفحات المحللة على أنهم أناس عادين بنسبة 71.78%. ويعتبر بروز الأفراد كشخصيات محورية في مضامين صفحات النسوية أمر منطقي متوقع خاصة وأنها تحاكي قضايا المرأة في مجتمعاتها سواء كانت اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية...

✓ تبين من خلال نتائج التحليل الكمي اعتماد الصفحات محل الدراسة على مصادر مختلفة في توثيق وتقديم معلوماتها ومضامينها، تجسدت أعلى نسبة في مسيري الصفحة "الادم" بنسبة 36.69% ثم اقتباسات من مواقع الكترونية أخرى بنسبة 20.67% يليها الاعتماد على وسائل الإعلام بنسبة 15.76%، وكانت هذه النتائج متوافقة بالنسبة لصفحتي "النسوية وثوري" في حين كانت صفحة "منظمة المرأة العربية" تستخدم وسائل الإعلام كمصدر أول لمضامينها يليها المصدرين الآخرين بنسب اقل.

✓ أظهرت نتائج الدراسة وجود تنوع في القيم المتضمنة بنسب متقاربة بين البعد الإيجابي والبعد السلبي للقيم، في مضامين صفحات النسوية محل الدراسة التحليلية، حيث جاءت قيمة الاعتراف الاجتماعي في الترتيب الأول من إجمالي القيم بنسبة 15.16%، تليها مباشرة قيم التمرد ضد الدين بنسبة 10.58% ثم قيمة التحرر بنسبة 10.27% فقيمة العدل بنسبة 9.95%، وكانت هذه القيم متوافقة من حيث البروز في صفحتي "النسوية وثوري" أما صفحة "منظمة المرأة العربية" فبرزت فيها قيم الاعتراف الاجتماعي، والانجاز، والعمل بشكل أكبر من باقي القيم، وهذا ما يعكس الواقع الذي تعيشه المرأة العربية من تهميش وانتهاك للحقوق يترجم في مناداتها بضرورة الاعتراف الاجتماعي والعدل والمساواة.

✓ أعربت نتائج الدراسة على أن أهم الأهداف المرجو تحقيقها من خلال صفحات النسوية، وما تقدمه من مضامين تترجم في هدف "طرح قضايا النسوية" بنسبة 26.61% يليه هدف "نشر الفكر النسوي" بنسبة 19.34% كأهم هدفين بأعلى النسب مقارنة بالأهداف الأخرى، في محاولة لتفكيك وتشريح

القضايا التي تعاني منها المرأة العربية من منظور نسوي لإيجاد حلول لها، وبالتالي تمرير هذا الفكر لجمهور مستخدمات هذه الصفحات.

✓ تبين أيضا أن الجمهور المستهدف من خلال صفحات النسوية هن النساء بنسبة 46.68% للصفحات الثلاثة محل الدراسة التحليلية، فهن أكثر فئة مستهدفة بهذا الفكر كمنفذ للنهوض بواقعهن في مجتمعاتهن، والمطالبة بحقوقهن ومحاولى إيصال صوتهن لباقي فئات المجتمع و الجهات المعنية.

✓ كشفت نتائج الدراسة التحليلية فيما يخص فئة التعليقات عن النتائج التالية:

- انقسم جمهور المتفاعلين مع الصفحات المدروسة بين مؤيد ومعارض بنسب متقاربة جدا قدرت نسبة التعليقات المؤيدة 50.88% و المعارضة 49.18%.
- تجسدت أغلب التعليقات المحللة على شكل نصوص بنسبة 78.86%.
- تم استخدام اللغة العربية الفصحى بالدرجة الأولى في تعليقات الجمهور المتفاعلين بنسبة 49.47% يليها العامية بنسبة 48.39%.

ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية:

1- استخدامات عينة الدراسة للفيسبوك:

✓ كشف الدراسة أن أغلب أفراد العينة والمقدرة نسبتهم بـ 68.8% يستخدمون موقع الفيسبوك "منذ أكثر من 05 سنوات" وهي فترة متجانسة مع نسبة تصاعد استخدام الفيسبوك وانتشاره بين فئات المجتمع في الدول العربية.

✓ صرح أغلب أفراد عينة الدراسة بتفضيلهم للهاتف الذكي النقال كأهم وأول وسيلة لاستخدام الفيسبوك بنسبة 93.2% من إجمالي أفراد العينة ونسبة إجابة مقدرة بـ: 65.2% من إجمالي نسبة الوسائل المفضلة في الاستخدام لديهم. لما له من مميزات كثيرة في سهولة الاستخدام والتنقل، وتوفير خدمة الانترنت عبر الشريحة المصاحبة لمستخدمه دائما، مما يسهل عليه إمكانية استخدام الانترنت والولوج لشبكات التواصل الاجتماعي في أي وقت كان وأي مكان.

✓ وضحت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف العينة يقضون مدة أكثر من ثلاث ساعات في اليوم لاستخدام الفيسبوك والمقدرة بـ: 57.2%، وهي نتيجة متوقعة ويمكن تفسيرها أيضا انطلاقا من

النتيجة السابقة، فالمستخدم لموقع الفيسبوك عن طريق جهاز الهاتف النقال الذكي المصاحب له دائما، يمكنه قضاء أكبر فترة ممكنة في التصفح والولوج إليه دائما .

✓ صرحت أكثر من نصف عينة الدراسة والمقدرة بـ: 56.1% من إجمالي المبحوثات على تفضيلهن لخدمة تصفح صفحات الفيسبوك والتفاعل معها بالدرجة الأولى بنسبة إجابة مقدرة بـ: 25.8% يليها 35.7% من المبحوثات أيضا عبرن بتفضيلهن لهذه الخدمة دون التفاعل عبرها بنسبة إجابة مقدرة بـ: 16.4% وبجمع النسبتين تعد خدمة تصفح صفحات الفيسبوك أهم وأول خدمة محبذة لدى أفراد عينة الدراسة، ويمكن تفسير هذه النتيجة انطلاقا مما تقدمه خاصية الصفحات الخاصة عبر الفيسبوك من خدمات لمستخدميها كما سبق وأشارنا سابقا في الجانب النظري للدراسة.

✓ وضحت نتائج الدراسة أن 74% من أفراد عينة الدراسة معجبون بأكثر من 20 صفحة على الفيسبوك إعجاب فعلي بتطبيق الإعجاب (LIKE) عليها ومتابعتها، وهي نتيجة متوافقة ومتوقعة انطلاقا من النتيجة السابقة المتعلقة بتفضيل المبحوثات لخدمة تصفح صفحات الفيسبوك والتفاعل عبرها.

✓ أثبتت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهن بـ: 85.2% يفضلن المضامين الفكرية في صفحات الفيسبوك التي نالت إعجابهم بالدرجة الأولى بنسبة إجابة مقدرة 17.7% يليها المضامين الثقافية بنسبة 16.7% ثم المضامين الاجتماعية بنسبة 13.2%، ويمكن تفسير هذه النتيجة انطلاقا من خصائص المبحوثات المتعلقة بمستوياتهن الدراسية، أين اتضح أن أغلبهن موظفات بمستويات جامعية ودراسات عليا، مما ينعكس في توجههن للمضامين الفكرية والثقافية أكثر من المضامين الترفيهية.

2- عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك

✓ عبرت نسبة 49.4% من المبحوثات عن إعجابها بصفحات النسوية عبر الفيسبوك لمدة تتراوح "من سنة إلى 03 سنوات" فيما انقسمت بقية النسبة مناصفة بين 25.6% منهن "أكثر من 03 سنوات" يليها 25% من المبحوثات عبرن "أقل من سنة" وتعتبر هذه النسبة الأخيرة عن حديثي العهد بمتابعة هذه الصفحات.

- ✓ وضحت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد عينة الدراسة من المبحوثات حريصات على تصفح صفحات النسوية عبر الفيسبوك غالبا وقدرت نسبتهن بـ: 73.2%. وتعكس هذه النتيجة مدى اهتمام المبحوثات الممثلات لجمهور صفحات النسوية، بما تقدمه لهن من مواضيع وأفكار، وعمقهن في المتابعة والتصفح بالرجوع لتلك الضامين، وعدم الالتزام بالسطحية في المتابعة.
- ✓ أثبتت نتائج الدراسة فيما يخص المدة التي تستغرقها المبحوثات في تصفح والتفاعل عبر صفحات النسوية أن نصف العينة يستخدمونها "لأقل من ساعة" وقدرت النسبة بـ: 50.4% في حين أن 39.4% يستخدمها "من ساعة إلى 03 ساعات" في اليوم . وهو معدل زمني معقول مقارنة باستخدامهن للموقع ككل، كما عبرت عنه النتيجة المتعلقة بالمعدل الزمني لاستخدام عينة الدراسة للفيسبوك في اليوم.
- ✓ صرحت 46.4% من المبحوثات عن اكتفائها بمصادفة منشورات صفحات النسوية على جدار البروفایل دون الرجوع للصفحة أحيانا فقط. وهذا ما يثبت عمق المبحوثات في متابعة مضامين صفحات النسوية.
- ✓ توصلت نتاج الدراسة إلى أن معظم المبحوثات يفضلن استخدام وتصفح صفحات النسوية بمفردهن وقدرت النسبة بـ: 51%، ويعتبر تفضيل عينة الدراسة لاستخدام وتصفح صفحات النسوية خدمة وخاصة من خصائص الفيسبوك بمفردهن، نتيجة متوافقة مع سبق وتوصلت إليه العديد من الدراسات السابقة في توجه الأفراد نحو الانعزالية في استخدام موقع الفيسبوك وقد يرجع ذلك للعديد من الأسباب منها طبيعة الوسيلة المستخدمة والخصوصية.
- ✓ كشفت أيضا نتائج الدراسة أن القضايا الأكثر تفضيلا في التصفح والتفاعل معها عبر صفحات النسوية لدى أفراد العينة، تتمثل في قضايا التمييز بين المرأة والرجل بالدرجة الأولى، والتي عبرت عنها 81.4% من المبحوثات، بنسبة إجابة مقدرة بـ 11.4%، يليها قضايا العنف الأسري بنسبة 10.6%، ثم انتهاكات حقوق المرأة بنسبة 10.5%، وقضايا التحرش بنسبة: 10.2%، ثم تحديات المرأة داخل المجتمع بنسبة 10.1%، على اعتبارها أهم وأول القضايا في قائمة اهتمامهن، وهي نتيجة متوافقة مع ما توصلنا إليه من خلال أكثر المواضيع والمضامين تناولا في صفحات النسوية المحللة، مما ينعكس تدريجيا في توجه جماهيرها نحو استخدامها ومتابعتها، خاصة وأنها تعكس واقعهم ومعاناتهم الحقيقية بالأدلة والبراهين.

✓ وضحت المبحوثات تفضيلها للمنشورات على شكل نصوص بنسبة 37.9% بالدرجة الأولى يليها المنشورات على شكل صور بنسبة 35% على أنها أهم أشكال المنشورات تفضيلاً لديها، وهي أيضاً نتيجة متوافقة مع ما سبق وتوصلنا إليه من خلال نتائج الدراسة التحليلية، التي تعكس تركيز صفحات النسوية في استخدام المنشورات على شكل "النص المرفق بصورة"، حيث تعتبر أكثر الأنماط سهولة وقدرة في توصيل المعنى وترسيخه في أذهان المتلقين باستخدام الاستمالات الإقناعية والصور المعبرة.

✓ كشفت نتائج الدراسة عن اختلاف طرق التفاعل للمبحوثات مع مضامين صفحات النسوية، بين الإعجاب والتعليق والمشاركة، لكن فضلت المبحوثات تطبيق الإعجاب بالدرجة الأولى، حيث صرحت بتفاعلهن بتطبيق الإعجاب (LIKE) مع مضامين صفحات النسوية "دائماً" بنسبة 68.6% من إجمالي عينة الدراسة في حين جاءت نسبة 54.6% للتعليق "أحياناً" و 47.4% للمشاركة على الحساب الخاص "نادراً"، ثم 67% للمشاركة على حساب الأصدقاء والمجموعات أيضاً "نادراً" في حين صرحت 44.4% بتفضيلها للقراءة فقط "أحياناً".

3- دوافع استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك:

✓ صرحت أغلب المبحوثات والمقدرة نسبتهن بـ: 76.4% أن "التعرف على أهم قضايا النسوية" يعد أول وأهم الدوافع المعرفية لديهن لاستخدام صفحات النسوية وجاءت نسبة إجابتهن على هذا الدافع مقدرة بـ: 23.5%، يليها دافع "التعرف على أهم الحلول المطروحة لمعالجة قضايا النسوية" بنسبة: 23.2% كثاني أهم دافع، ثم "تكوين آراء واتجاهات نحو قضايا النسوية المطروحة" بالدرجة الثالثة بنسبة 20.9%.

✓ كشفت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون صفحات النسوية "بدافع تأييدهم للفكر النسوي" كأول دافع نفسي بنسبة 27.6% من إجابات 75.6% من المبحوثات، يليه "إحساسهن بقواسم مشتركة مع ما تطرحه صفحات النسوية" بنسبة 24.3% من إجابات 66.6% من المبحوثات، ثم "لأنها تتناول قضايا نسوية بجرأة وصراحة" بنسبة 24.2% من إجابات 66.4% من المبحوثات .

✓ توصلت نتائج الدراسة إلى أن "تميز صفحات النسوية بطرح القضايا وجرأة أكبر"، من أهم المميزات التي تدفعهن للاعتماد عليها للحصول على معلومات بنسبة 30.3% من إجابات 77.3% من المبحوثات، يليها "كونها تنقل مختلف وجهات النظر بجرية" بنسبة 23.4% من إجابات 59.8% من المبحوثات .

4- الآثار المعرفية المترتبة على مستخدمي صفحات النسوية عبر الفيسبوك:

✓ كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثات من عينة الدراسة أجمعوا في غجاباتهم بأعلى النسب بموافقتهم على جميع العبارات والمؤشرات للآثار المعرفية المترتبة عليهن جراء استخدامهن لصفحات النسوية عبر الفيسبوك كالتالي:

- 89% لزيادة المعلومات والمعارف حول قضايا المرأة المختلفة والنسوية.
- 74% إزالة الغموض حول بعض قضايا النسوية.
- 86% التعرف على ظروف المرأة الحياتية في مختلف مناطق الدول العربية .
- 90% التعرف على ردود أفعال المجتمع نحو قضايا النسوية والمرأة.
- 55.4% تغير موقفك تجاه حكم الدين في قضايا المرأة.
- 73.6% اكتساب ثقافة جديدة مختلفة عن ثقافة مجتمعك.
- 77% تكوين آراء جديدة مختلفة تجاه قضايا النسوية.
- 72.2% زيادة معارفك حول رائدات الحركة النسوية وإسهاماتهن في نشر الفكر النسوي.
- 53% تصحيح آراء مغلوطة كونتها سابقا عن قضايا النسوية .
- 65.4% اكتساب قيم نسوية تتنافى مع عادات وتقاليد مجتمعك.

5- الآثار الوجدانية المترتبة على مستخدمي صفحات النسوية عبر الفيسبوك:

✓ أثبتت نتائج الدراسة توجه أغلب المبحوثات من عينة الدراسة في الاتفاق في الإجابة حول مؤشرات وعبارات الآثار الوجدانية المترتبة لديهن جراء استخدامهن لصفحات النسوية بأعلى النسب وكانت الإجابات بالموافقة كالتالي:

- 62% من المبحوثات يوافقن على حدوث مؤشر التنفيس عن المشاعر من خلال المشاركة والتفاعل عبر صفحات النسوية.
- 86.4% منهن يشعرن بالحزن تجاه بعض قضايا النساء المعنفات.
- 89.2% يشعرن بالفرح تجاه بعض قضايا ونماذج النساء الرائدات والناجحات.
- 85.6% يشعرن بالقلق والاضطراب تجاه استمرارية اضطهاد المرأة وعدم الاعتراف بحقوقها.
- 63.4% يحسسن بالتححرر والحرية في التعبير عبر صفحات النسوية في الفيسبوك.
- 60.8% غير موافقات على مؤشر الشعور بالحياء والحساسية تجاه بعض الأفكار النسوية المطروحة كالجنس والتحرش.
- 80.6% من المبحوثات غير موافقات على مؤشر الشعور بتضييع وهدر الوقت جراء استخدامهن لصفحات النسوية.
- 75.4% من المبحوثات يشعرن بتقدير الذات والثقة بالنفس والاعتزاز كونهن نسويات.
- 55.8% منهن يحسسن بالاغتراب عن المجتمع الذي ينتمين إليه.

6- الآثار السلوكية المترتبة على استخدامات صفحات النسوية عبر الفيسبوك:

- ✓ توصلت نتائج الدراسة فيما يخص الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك، أيضا اتفاق أغلب المبحوثات بأعلى النسب بالموافقة على كل مؤشرات وعبارات الآثار السلوكية كالتالي:
- 84.2% من المبحوثات صرحن بمشاركتهن المرأة المعنفة آلامها.
- 71.2% منهن يحاولن التفاعل وتقديم المساعدة المادية والنفسية لبعض النساء.
- 72% من المبحوثات يشاركن في أنشطة توعوية تجاه قضايا المرأة والنسوية.
- 70% من المبحوثات يتفاعلن بكتابة منشورات على صفحات النسوية للدعوة لنصرة قضايا النسوية والمرأة.
- 58% من المبحوثات يشاركن في فعاليات وأيام تضامنية داعمة لقضايا المرأة.
- 74.2% من المبحوثات صرحن بحدوث تغيير على نمط وأسلوب تفكيرهن جراء استخدامهن لصفحة النسوية.

- 59.6% صرحن بإكتسابهن سلوكيات ومواقف منافية لقيم مجتمعاتهن.
- ✓ أما فيما يخص درجة ثقة المبحوثات عينة الدراسة بما تقدمه صفحات النسوية من مضامين، فقد عبرت اغلب المبحوثات بثقتها بهذه المضامين المتراوحة بين الثقة المتوسطة بنسبة 49.8% في حين جاءت 46.8% منهن يثقن في مضامينها ثقة عالية .
- ✓ توصلت نتائج الدراسة إلى أن 49% من أفراد عينة الدراسة سيعملون على زيادة وتيرة استخدامهم لصفحات النسوية مستقبلاً، في حين عبرت 46.8% من المبحوثات بمحافظتهن على نفس وتيرة الاستخدام مستقبلاً.

7- الفروق الفردية بين الآثار المترتبة على عينة الدراسة المستخدمة لصفحات النسوية وفق متغيري المستوى الدراسي والحالة المهنية:

- ✓ توصلت نتائج الدراسة باستخدام معامل اختبار (T_{test}) لدراسة الفروق، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار المعرفية المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية تبعاً لمتغير الحالة المهنية.
- ✓ كما كشفت أيضاً نتائج اختبار (T_{test}) بعدم وجود فروق فردية في الآثار الوجدانية ولا الآثار السلوكية المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية تبعاً لمتغير الحالة المهنية.
- ✓ تبين من خلال نتائج اختبار (One Way Anova) لدراسة الفروق، ثبوت وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية في كل من الآثار المعرفية والوجدانية، والسلوكية، المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية تبعاً لمتغير المستوى الدراسي.



خاتمة



خاتمة

Log In



إن الحركة النسوية العربية بوصفها حركات اجتماعية تهدف لتغيير وضع المرأة والنهوض بمكانتها في المجتمع هي نتاج وضع اجتماعي وثقافي عربي له من الخصوصية ما يميزه، دون التناقض مع التوجه والمفهوم العالمي الذي تتوحد فيه أيديولوجيا النسوية والمشكلات التي تواجه المرأة، وبما أن المسار الفكري المشكل لهذا التوجه النسوي واحد من حيث الانطلاقة، متعدد من حيث الأهداف والغايات والوسائل المستخدمة في الممارسات، إلا أنها تشترك أيضا في طريقة التحريك والتعبئة الجماهيرية، فكما لاحظنا من خلال الدراسات المشابهة المعتمدة في دراستنا، كان التوجه عالمي من حيث استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تنظيم حركات وحملات توعوية في سبيل نشر الفكر النسوي والتوعية بقضايا المرأة، لرفع المستوى الفكري والنهوض بمكانة المرأة وتحقيق التمكين الاجتماعي لها في جميع المجالات.

لكن بالرغم من هذه النقاط المشتركة في التوجه والوسيلة والأهداف والممارسة، إلا أن الحديث عن الحركة النسوية في الوطن العربي يحتاج تدقيقات مفهومية متعددة، فبعد النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة، والملاحظة المعمقة للباحثة لهذه الحركة عن طريق صفحات الفيسبوك طيلة فترة البحث، إضافة لبعض الدراسات المنجزة إلى جانب الأطروحة، للكشف عن مدى تجلي النسوية في مجتمعاتنا العربية، ومدى التأسيس لها، توصلت الباحثة إلى أن الفكرة لم تتجاوز بعد الرؤية المنحصرة في احتياجات المرأة في التحرر وكسر الصورة النمطية المتعلقة بالمرأة الزوجة وربة المنزل ومواضيع الزواج والجنس والختان والحجاب..، بالرغم من التطورات الحاصلة في بعض الدول العربية والتقدم والتطور العلمي للنساء العربيات والنماذج الرائدة من النساء العربيات الناجحات، إلا أن الخطاب الموجه عبر شبكات التواصل الاجتماعي وصفحات الفيسبوك لا يزال حبيس فكرة النوع الاجتماعي في ثنائية (ذكر/أنثى) في مقابل نماذج غربية يتحدث فيها عن الحدأة في تحرير المرأة أين غدت فيها أداة للتقدم الاجتماعي والتمكين والتنمية.

لقد كنا نأمل أن نصل في نهاية هذه الدراسة إلى نتائج تقدم لنا فهما معتبرا لطريقة تلقي الجمهور المستخدم لصفحات النسوية وشبكات التواصل الاجتماعي لمحتوى الرسالة المنظمة لأيديولوجيا النسوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الوسيلة)، إلا أننا توصلنا في نهاية هذا البحث إلى نتائج تفضي بضرورة إعادة النظر والبحث المعمق في إشكالات أكثر تعقيدا والمتمثلة في:

- الأزمة المنهجية المتمثلة في إشكالات التعامل مع معطيات الوسيلة الافتراضية.

- الأزمة النظرية المترجمة في الخصوصية الأيديولوجية للمرأة العربية. فلا بد من منهج لدراسة المرأة كحركة نسوية في المجتمع العربي، بصياغة قواعد وأطر دقيقة وليس ذلك بالهين في ظل الاختلافات الكمية والنوعية في البنيات العربية ودرجات النمو والتطور في البلدان العربية المتفاوتة.



المصادر والمراجع

Log In



المصادر:

- القرآن الكريم برواية ورش

أولاً: المراجع باللغة العربية والمترجمة:

1- المعاجم والقواميس:

- 1- ابن منظور، لسان العرب المحيط، ط1، مجلد 4، دار الفكر، بيروت، 1990.
- 2- عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط عربي - عربي، دون طبعة، دار الكتاب العلمية، بيروت، 2005 م.
- 3- علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، دسنة.
- 4- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1997.
- 5- المنجد الأبجدي، الطبعة (8)، منشورات دار الشروق، لبنان، دون سنة الطبع.
- 6- منجد الطالب: نظر فيه ووقف على ضبطه فؤاد، افرام البستاني، د ط، دار المشرق ببيروت.
- 7- المنجد في اللغة و الأعلام، ط 31، دار المشرق، بيروت، 1991.
- 8- نعمة أنطواناتو آخرون، المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط2، دار المشرق للنشر والتوزيع، ببيروت 2001 .

2- الكتب:

- 8- إحسان محمد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة، ط1، دار وائل، عمان، 2005.
- 9- إحسان محمد الحسن، مبادئ علم الاجتماع الحديث، ط1، دار وائل، عمان، 2005.
- 10- أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 11- أحمد زكريا، نظريات الإعلام، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009 .
- 12- أسامة عبد الرحيم، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية عند القراء، ط1، اترك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 13- أمير عكاشة، الانترنت..عالم مخيف...مزاياه لا تحصى، ط1، وكالة الصحافة العربية، ب د، ب س.
- 14- احمد شيخ محمد وآخرون، واقع النساء العربيات في إسرائيل، دط، جمعية الجليل، الجمعية العربية القطرية للبحوث والخدمات الصحية، إسرائيل، 2012، ص09.

- 15- برهان شاوي، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
- 16- بيرسي كوهن ترجمة عادل مختار الهواري، النظرية الاجتماعية الحديثة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996.
- 17- جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام، المفاهيم المداخل النظرية، القضايا، دط، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، 2008م.
- 18- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
- 19- حسنين شفيق1، الإعلام البديل، ط1، دار فكر وفن للنشر، د بلد النشر، 2010.
- 20- حسين شفيق2، الأساليب العلمية والفنية للتصوير الصحفي، ط1، دار النهضة العربية، مصر، 2011.
- 21- حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 22- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998.
- 23- خالد منصر، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب، ط1، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2017.
- 24- الدسوقي عبدة إبراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، دط، دار الوفاء الإسكندرية، د س.
- 25- رامي محمد عبود داود، الكتب الالكترونية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2008.
- 26- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 27- ربحي مصطفى عليان، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية و التطبيق، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
- 28- رضا أمين الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015 .
- 29- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

- 30- رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 31- سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دط، دار المعارف الجامعية، القاهرة، 1998.
- 32- السعيد مبروك إبراهيم، المعلومات ودورها في دعم واتخاذ القرار الاستراتيجي، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2012.
- 33- سمير محمد حسين 1، تحليل المضمون، دط، عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصر، 1983.
- 34- سمير محمد حسين 2، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، دط، دار الشعب، القاهرة، 1976.
- 35- السيد عبد العاطي وآخرون، نظرية علم الاجتماع (الاتجاهات الحديثة والمعاصرة)، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- 36- شريف درويش اللبان 1، هشام المقصود، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، دط، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 37- شريف درويش اللبان 2، صحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005.
- 38- صالح محمد الفوال، علم الاجتماع (تاريخ علم الاجتماع، الرواد والاتجاهات)، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، دس.
- 39- صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دون طبعة، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003م.
- 40- صلاح عبد المجيد، يمى عاطف، الإعلام والفضاء الالكتروني، ط1، الأطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ب، د، 2015.
- 41- طلحت إبراهيم لطفى، كمال عبد الحميد زيات، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دط، دار غريب للطباعة، القاهرة، 1999.
- 42- عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات الغربية، دط، دار النشر العربي، القاهرة، 1989.

- 43- عامر إبراهيم القندلجي¹، الإعلام والمعلومات والانترنت، دط، داري اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 44- عامر إبراهيم قنديلجي²، منهجية البحث العلمي، دط، دار اليازوردي، الأردن، 2012.
- 45- عامر ابراهيم قنديلجي³، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دط، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2008.
- 46- عبد الباسط عبد المعطي، اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، ب ط، عالم المعرفة، الكويت، 1998.
- 47- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دط، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 48- عبد الرحمان بن عبد الله الواصل، البحث العلمي خطواته ومراحله وأسبابه ومناهجه، دط، د دار نشر، المملكة العربية السعودية، 1999.
- 49- عبد الرحمان عزي¹، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية، بعض الأبعاد الحضارية، ط1، دار الأمة، الجزائر، 1995.
- 50- عبد الرحمن عزي²، علم الاجتماع الإعلامي، دط، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2010م.
- 51- عبد الرزاق دليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 52- عبد الله بوجللال، اثر التلفزيون على الأطفال، مجلة بحوث، العدد1، جامعة الجزائر، 1993/1992.
- 53- عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دط، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2002
- 54- العربي بلقاسم فرحاتي، البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 55- علي حجاز إبراهيم، الإعلام البديل، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، د سنة ط.
- 56- علي عبد الفتاح، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، ط1، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 57- علي كنعان، الصحافة: مفهوما وأنواعها، ط1، دار المعتز للنشر، عمان، 2013.
- 58- عمار بوحوش، محمد محمود الديبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007م.

- 59- عوض عدنان، **مناهج البحث العلمي**، ط1، جامعة القدس المفتوحة، عمان، 1994.
- 60- فريال مهنا، **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، ط1، دار الفكر، دمشق، 2002.
- 61- فضل الله وائل مبارك حضر، **اثر الفيسبوك على المجتمع**، ط1، دار شمس النهضة، الأردن، 2010.
- 62- فضيل دليو1، **أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية**، ط2، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، 2012.
- 63- فضيل دليو2، **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: الاستعمالات والآثار**، مجلة الصورة والاتصال، ع1 و2، سبتمبر 2012.
- 64- فوزي شريطي، **التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 65- قاسم عبود عبد الله العسكري، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ط1، دار النمير، دمشق، 2004.
- 66- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، **الإعلام الرقمي الجديد**، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 67- محمد بلال الزعبي، **النظام الإحصائي spss فهم وتحليل البيانات الإحصائية**، ط1، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 2000.
- 68- محمد بن سعود البشير، **نظريات التأثير الإعلامية**، دط، غيناء للنشر والتوزيع، الرياض، 1412 هـ.
- 69- محمد شفيق، **البحث العلمي والخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية**، دط، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998.
- 70- محي الدين مختار، **الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية**، ج1، منشورات جامعة باتنة، الجزائر، 1999.
- 71- محمد عبد الحميد1، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
- 72- محمد عبد الحميد2، **دراسة الجمهور في بحوث الإعلام**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
- 73- محمد عبد الحميد3، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل المواقع الإعلامية**، ط1، عالم الكتب، مصر، 2010.
- 74- محمد عبد الحميد4، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط3، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

- 75- محمد عبد الحميد 5، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 76- محمد عمر الطنواي، نظريات الاتصال، ط1، دار المطبوعات الجديدة، الإسكندرية، 1994.
- 77- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، ط1، الدار العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 78- محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
- 79- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، د بلد، 2005.
- 80- مدحت محمد أبو النصر، التدريب عن بعد بوابتك لمستقبل أفضل، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د ب، 2017.
- 81- مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 82- منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2007.
- 83- منال المزاهرة، مناهج البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 84- منال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 85- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية- تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دط، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004.
- 86- مي العبد الله، نظريات الاتصال، الطبعة 1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006.
- 87- ميرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، د ط، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة الطبع.
- 88- ميلفين ديفلور وساندرا بول روكيتش، ترجمة جمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، ط5، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2004م.
- 89- ناظم عبد الواحد الجاسور، موسوعة علم السياسة، دط، دار مجدلاوي، الأردن، 2004.
- نجلاء محمد جابر: الإعلام التجاري، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

- 90- نصر الدين العياضي، التلفزيون دراسات وتجارب، ط1، دار هومة، الجزائر، دس.
- 91- هنادي رشدي سلطان، البعد الاقتصادي والسياسة الإعلامية، (دراسة تطبيقية)، ط1، المكتب العربي للمعارف، بد، 2015.
- 92- هند محمود، شيماء طنطاوي، نظرة للدراسات النسوية، إصدار 1، مؤسسة نظرة للدراسات، د ب، مارس 2016.
- 93- وقفي السيد الإمام، البحث العلمي، إعداد مشروع البحث وكتابة التقرير النهائي، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2011.
- 94- ياسر الخزاولة، جميل السمكي، إدارة الإعلام الأمني بين نظرية والتطبيق، ط1، دار الخليج، عمان، 2017.
- 95- يمى ظريف الخولي، النسوية وفلسفة العلم، دط، مؤسسة هندواي سي آي سي، المملكة المتحدة، 2017.
- 96- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاجيكسيكوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.

3- المجلات:

- 97- ابتسام رايس، نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقاها على الإعلام الجديد، مجلة دراسات وأبحاث، السنة الثامنة، العدد 25، الجزائر، 2016.
- 98- باديس لونيس، نظرية الحتمية القيمة في الإعلام نحو براديجم إعلامي متميز، ج1، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، العدد الرابع، دار الورسم، الجزائر، 2012.
- 99- دحماني حنان، نظرية الاعتراف كبراديجم لتغيير المجتمع، أكسيل هونيث أنموذجا، مجلة دراسات، العدد 4، جامعة قسنطينة2، جوان 2016، ص235.
- 100- رحيمة الطيب عيساني، شبكات التواصل الاجتماعي، أرقام ومؤشرات، مجلة الخليج إذاعة وتلفزيون، المملكة السعودية، فيفري 2014، العدد 96.
- 101- زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل العربي، مجلة التربية، العدد15، جامعة عمان الأهلية، عمان، سنة 2003.
- 102- سهير إبراهيم، استخدام مواقع الانترنت التفاعلية وعلاقتها بدعم ثقافة الحوار لدى الشباب المصري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد10، العدد2، 2010.

- 103- عبد الكريم الديسي، وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013.
- 104- فضيلة تومي، تكنولوجيا الاتصال التفاعلية وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعات الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص: الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، دس، الجزائر.
- 105- ليندة ضيف، الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة، من يرتب أولويات وسائل الإعلام؟، مجلة الحكمة، العدد 10، الجزائر، 2012.
- 106- مختار جلولي، الآثار النفسية والاجتماعية والصحية لشبكات التواصل الاجتماعي على مستخدميها، مقال منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد 11، جامعة باتنة، 2015/11/09.
- 107- مروى محمد عيد، هل تغير شبكات التواصل الاجتماعي توجهات الاقتصاد و الإدارة؟، مجلة التنمية الإدارية، العدد 95، السعودية، 2012.
- 108- وفاء الدرسي، النسوية الإسلامية، مشاكلها وحدودها، من سلسلة ملفات بحثية، الدين وقضايا المجتمع الراهنة، سلسلة مؤمنون بلا حدود، 13 يونيو 2016 .

4- الرسائل والمذكرات:

- 109- أحمد عادل عبد الفتاح محمد، التفاعلية الالكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي، رسالة دكتوراه، غير منشورة، تخصص الفلسفة في التربية النوعية قسم الإعلام التربوي جامعة المنصورة، مصر، 2013.
- 110- آمنة قحالي، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية - دراسة في استخدامات واشباكات النخبة الأكاديمية الجزائرية دراسة تحليلية ميدانية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة، غ منشورة، جامعة باتنة 1، 2017.
- 111- باديس لونيس، الآثار الثقافية للانترنت على جمهور الطلبة الجزائريين، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2017.
- 112- بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكاتهم، رسالة ماجستير، في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2008.

- 113- تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيايات الاتصال والإذاعة وجمهورها - دراسات مسحية في الاستخدامات والاشباع لدى الشباب- رسالة ماجستير، منشورة، تخصص علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2010-2011.
- 114- ديماء زهير اللباييدي، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا المرأة، دراسة ميدانية في محافظات غزة، رسالة ماجستير، منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، فلسطين، 2016.
- 115- حنان محمد عبد المجيد إبراهيم، قضايا المرأة المسلمة على شبكة المعلومات الدولية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، مصر، 2006.
- 116- حمزة السيد حمزة خليل، استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 والإشباع المحققة منها، رسالة ماجستير، منشورة، جامعة طنطا، مصر، 2012 .
- 117- راشد ناجي فريجات، دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، منشورة، تخصص اعلام، جامعة بتر، الأردن، 2015.
- 118- ساندي سيد عبد الفتاح، علاقة استخدام الصفحات النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي، تطلعات المرأة المصرية، دراسة مقدمة لنيل درجة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مصر 2016.
- 119- السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم لدى الشباب-دراسة استطلاعية لمنطقة البليدة- رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006 .
- 120- سماح عبد الرزاق الشهاوي، علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الانترنت، دراسة ميدانية على الجمهور والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، 2009.
- 121- سهلي لامية، التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، رسالة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، منشورة، جامعة مسيلة، 2015.
- 122- سارة إسماعيل حسن، قضايا المرأة في المدونات الالكترونية، دراسة تحليله، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة عين شمس، قسم اجتماع شعبة اعلام، مصر، 2016.
- 123- صالح بن على آل شايع القحطاني، إسهامات الإعلام الالكتروني الجديد في تعزيز البرامج الإعلامية بالدفاع المدني السعودي، أطروحة دكتوراه، تخصص الفلسفة في العلوم الأمنية، منشورة، الرياض، 2012.

- صلاح عبد المجيد، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير، غ م ، القاهرة 2004.
- 124- عبد الحميد ماهر مؤمن، استخدامات الشباب الجامعي لوسائل الإعلام المصري والإشباع المحققة منه، رسالة ماجستير، غ م ، جامعة القاهرة، 2004.
- 125- عواطف زراري، دلالة الخطاب النسوي في السينما الروائية العربية - دراسة تحليلية للستة أفلام نسوية، أطروحة الدكتوراه، غ منشورة، تخصص اعلام واتصال، جامعة الجزائر 3، كلية اعلام واتصال، الجزائر، 2015.
- 126- فصيل الفرحي، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر - دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي "الاقتدار السياسي" على عينة من الأساتذة الجامعيين-، أطروحة دكتوراه، منشورة، تخصص اعلام واتصال، جامعة الجزائر 3، 2013/2012.
- 127- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أمودجا، رسالة ماجستير، منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012.
- 128- مريم مراكشي، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي و علاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير، جامعة بسكرة، منشورة، 2013.
- 129- مريم نومار نريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية ، دراسة على عينة من مستخدمي مواقع الفيسبوك ، جامعة الحاج لخضر الجزائر، باتنة، 2008.
- 130- مصطفى صابر محمد عطية، إستخدامات الطلاب المكفوفين للإذاعة التعليمية المصرية والإشباع المحققة منه، رسالة ماجستير ، غ م، جامعة القاهرة، مصر، 2007.
- 131- مها عبد المجيد صلاح، المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الانترنت - دراسة تحليلية وشبه تجريبية-، رسالة دكتوراه، غير منشورة، تخصص اعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
- 132- نبيلة جعفري، انعكاسات الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، موقع الفيسبوك أمودجا، دراسة تحليلية ميدانية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2017.

133- نجلاء جعفر عبد الوهاب جعفر، أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مصر 2017.

134- نفيسة نايلي، صورة المرأة في السينما المغربية، دراسة تحليلية لعينة من الأفلام الجزائرية، تونسية ومغربية 2005-2009، أطروحة دكتوراه، منشورة، كلية علوم اجتماع والاتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012-2013.

135- نور الدين هادف، التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، الاستخدامات والإشباع، دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الإعلام الجزائرية، رسالة الماجستير، غير م، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008م.

136- نورمار مريم ناريمان 2، تمثيلات المرأة لذاتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية - دراسة وصفية تحليلية لهوية المرأة الجزائرية عبر موقع الفيسبوك - أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص اعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2018.

137- ياسين قرناي، استخدامات الطلبة الجامعيين الجزائريين للانترنت، رسالة الماجستير، غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر، 2009 - 2010م.

138- اليامين بودهان، الآثار النفسية-الاتصالية لتعرض الشباب الجزائري لمضامين شبكة الانترنت، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2010.

139- نائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2013. جراهام كلينتوش، ترجمة محمد سعيد فرح، تمهيد في النظرية الاجتماعية (تطورها ونماذجها الكبرى)، دط، دار المعرفة، الإسكندرية، 1998.

5- الأوراق البحثية في التظاهرات العلمية:

140- طارق الأحمد الطيبي، الجرائم الإلكترونية عبر الإعلام الإلكتروني، ورقة بحث مقدمة في ندوة الإعلام الأمني الإلكتروني، جامعة نايف، 2012.

141- عبد الله سعود السراي، دور الإعلام الإلكتروني في نشر الأبحاث الأمنية، بحث مقدم في ندوة الإعلام الأمني الإلكتروني، الرياض، 2012.

142- قينان عبد الله الغامدي، ورقة بحثية بعنوان -التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2012.

143- ناريمان حداد، أطر التناول الإعلامي لقضايا المرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية لعينة من صفحات الفيسبوك، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر الدولي السنوي السابع والعشرون حول الخدمة الاجتماعية وقضايا المرأة، جامعة الفيوم، مصر، 3، 4 ماي 2018.

6- المقالات والنصوص عبر الانترنت (المواقع الإلكترونية):

144- مواقع التواصل الاجتماعي وتغير الصورة النمطية للمرأة العربية، maktoob.news.yahoo.com .
BBC ARABIC الاثنيين/2015/11/30 عبر موقع:

145- إبراهيم أحمد عبد الدوي، شبكات التواصل الاجتماعي، مقال منشور عبر المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر السعودية في 2015-01-21.

146- قاموس المعاني الإلكتروني متاح على الموقع: www.almaany.com ، تاريخ الولوج للموقع، السبت 2016/08/13.

147- أحمد إبراهيم خضر، ماهية وأهداف الحركة النسوية، مقال مقدم عبر موقع

http://www.alukah.net ، تاريخ الولوج للموقع 2013/5/1 الساعة 15.00.

148- أحمد جعيد، موقع الفيسبوك وقصة نجاحه، متاح على الرابط WWW.Arb600.com، تاريخ الولوج 2015/6/16.

149- سعد ياسين يوسف، الإعلام الإلكتروني، صحيفة المثقف أنموذجاً، مقال من صحيفة المثقف، العدد

4028، 2016/6/6، متاح على الرابط، ns1.almothaqaf.com/h/2016-2/906449-

electronic-media، تاريخ الولوج للموقع، 2017/09/15، سا 18.24.

150- سهير عثمان، فيس بوك طريق الباحثين عن العلاقات القديمة، متاح على الرابط

http://www.moheet.com/show_files.aspx?fid=46338&pg=10:، تاريخ الولوج

2015/04/02، الساعة 20: 10 .

151- عبد الرحمان ناصر، مقال عن النسوية، متاح عبر موقع، http://www.sasapost.com/،

تاريخ الولوج للموقع، 3 سبتمبر، 2013، الساعة 15.15

- 152- الصور لغة جديدة للتواصل عبر الانترنت، مقال متاح عبر الرابط،
www.emaratalyoun.com، تاريخ الولوج، 2018/07/16، الساعة، 18.00
- 153- معدل التحاق النساء العربيات بالتعليم العالي، مقال متاح عبر الرابط، www.mabarrat.org.lb،
 تاريخ الولوج، 2018/09/06، الساعة 15.00
- 154- مقال بعنوان نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام **Mass Media Dependency Theory**،
 متاح على الرابط، constantine3.blogspot.com، تاريخ الولوج، 2016/05/15، سا 18.15
- 155- مهاب نصر، "الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد إنتاج
 صورته أم تصنع أفقا مُقابرا، جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 13 نوفمبر 2012.

ثانيا: المراجع باللغة الاجنبية:

1- الكتب:

- 156-Activity fot social Change in the global Twittersphere, Master These, School of Humanities Orebro university, Sweden, 2013.
- 157-Antony Mayfiels, **What is social media?**, version 2, I crossing edition, 2008,
- 158-Danah m. Boyd, Nicole B.Ellison , **Social network sites; Definition , history and scholar ship** , Journal of computer mediated communication , volume(13),issue1, version of record on line 17/12/2007.
- 159-de sciences de l'information et la communication, ellipses, paris.1997.
- 160-Emma Cullen, **Feminism and Twitter A studyFeminist**
- 161-Eric Karjalutob, **A primer in social media (examining the phenomenon its relevance premise and risks)**, Samash Lab edition, 2008 Canada
- 162-John Jonstch, **L'ers Talk Social Media for small Business**, version 2, Office Live small Business,

163-Karimi Sedigheh, **Iranimi women's identify and Cyberspace ,Case Study of Stealthy freedom-** Joournal of Social Science Studies,University of Melbourne, vol 2, n01, 2014, Australia.

164-Sadok Hammami et Atidel Mejbri, **Arab women in Virtual debate, Astudy of women'srepresentation in traditional medid facebook pages**, centre of arabe women for training and resear cawtar, Tunis, 2015.

165-Sujatha Subramanian, **From the streets to the web, looking at feminist Activism on Social Media**, Reveiew of women's studies Economic and political weekly, Odisha, 2014.

2- المقالات:

166- Apropos de John Barnes, **de Réseaux Sociaux**, par Pierre Mercklé le 19/02/2014 انظر الموقع : pierremerckl.fr

167-Larousse. (2009) [en ligne] , <http://www.larousse.fr/encyclopedia>.



الملاحق



الملاحق

Log In





الملحق رقم 01



جامعة محمد خيضر بسكرة - الجزائر -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

استمارة تحليل المحتوى:

بين أيديكم استمارة تحليل محتوى ودليل الاستمارة اللتان تدخلان في إطار التحضير لرسالة دكتوراه L.M.D تخصص علوم الإعلام والاتصال، والموسومة بـ: "الحركة النسوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي" - دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك ومستخدماتها - ولقد تم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى كأداة ثانية مكمل للدراسة الميدانية إلى جانب استمارة الاستبيان، لتحليل مضامين الصفحات الممثلة للعينة محل الدراسة، وتم الاعتماد على وحدة العد كأسلوب لجمع تكرارات ووحدة الفكرة كوحدات أساسية في التحليل، وعليه نرجوا من سيادتكم التمعن في الاستمارة وفي فئاتها من حيث الشكل والمضمون، وإبداء الملاحظات وتصويب الأخطاء الموجودة وإثرائها وتصحيحها.

إشراف الدكتورة

د/ سامية جفال

الطالبة الباحثة:

ناريمان حداد

السنة الجامعية: 2018/2017

استمارة تحليل المحتوى

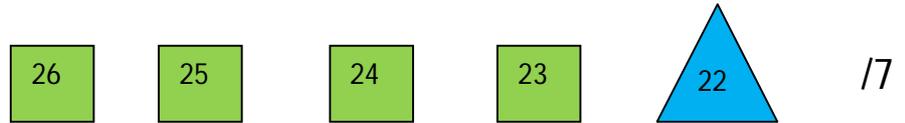
1. البيانات الخاصة بالوثائق المدروسة:

1/ اسم الصفحة: 1

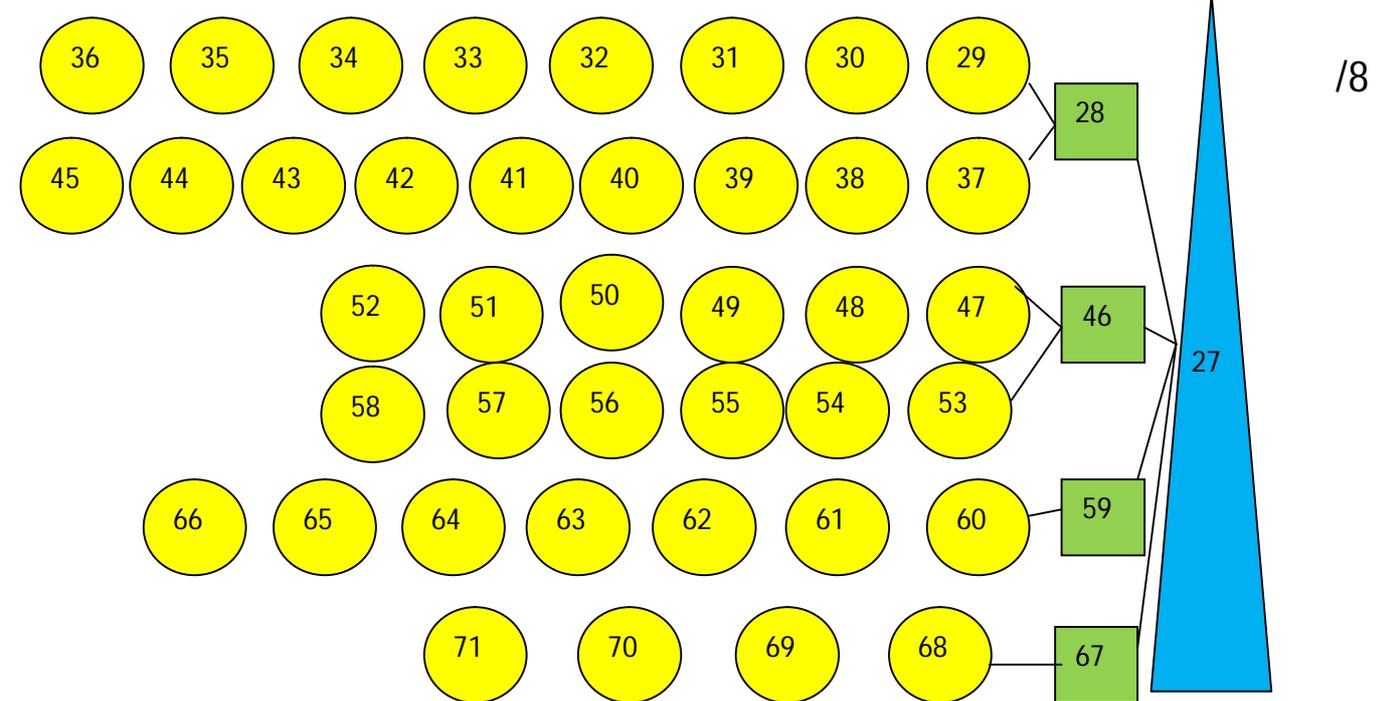
2/ التعريف بالصفحة: 2

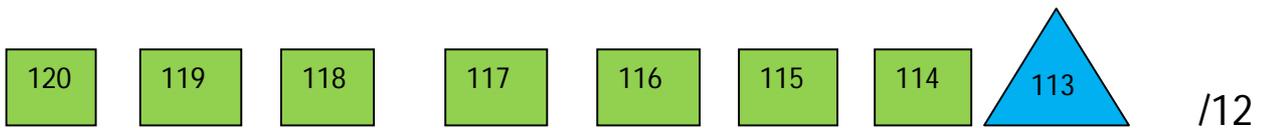
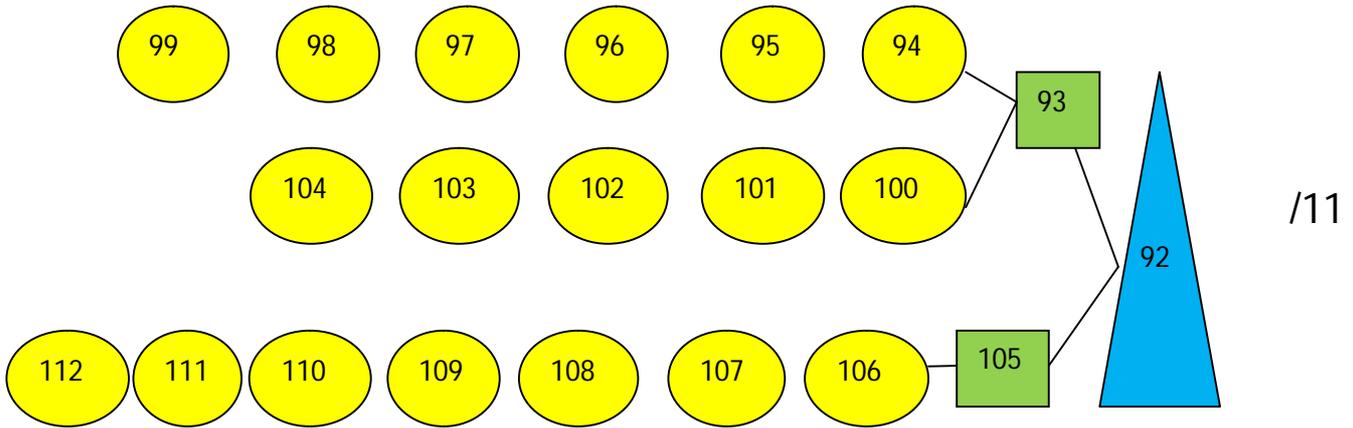
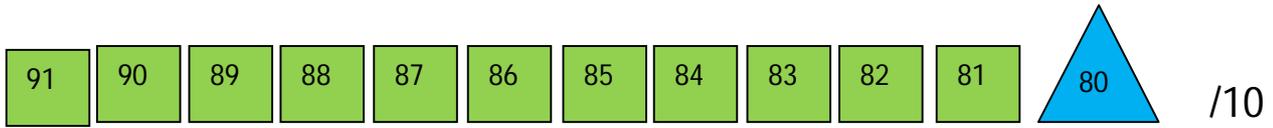
3/ عدد المعجبين بالصفحة: 3

2. البيانات المتعلقة بفئات الشكل وعناصرها:



3. البيانات المتعلقة بفئات المضمون وعناصرها:





دليل الاستمارة:

1. البيانات الخاصة بالصفحات المدروسة:

2. المربع رقم 1: يشير إلى اسم الصفحة محل الدراسة.
3. المربع رقم 2: يشير إلى التعريف بالصفحة.
4. المربع رقم 3: يشير إلى عدد المعجبين بها.

2. البيانات المتعلقة بفئات الشكل وعناصرها:

- المثلث رقم 4: يشير إلى فئة طبيعة المادة المنشورة عبر الصفحات المدروسة ويضم المربعات من 5 إلى 15 والتي تمثل على التوالي نص فقط، نص مرفق بصورة، نص مرفق بصورة إخبارية، نص مرفق بفيديو، نص مرفق بصورة وفيديو، صورة فقط، ملف صوتي، ملف فيديو، روابط، شعارات ورموز (أيقونات)، أخرى.
- المثلث رقم 16: يشير إلى فئة اللغة المستخدمة في مضامين الصفحات النسوية المدروسة، ويضم المربعات من 17 إلى 21 والتي تمثل على التوالي عربية صحيحة، عامية، دمج بين الفصحى والعامية، فرنسية، إنجليزية.
- المثلث رقم 22: يشير إلى فئة الاستمالات المستخدمة في مضامين صفحات النسوية المدروسة، ويضم المربعات من 23 إلى 26 والتي تمثل على التوالي استمالات عاطفية، استمالات عقلية، استمالات التخويف، استمالات الترغيب.

3. البيانات المتعلقة بفئات المضمون وعناصرها:

- المثلث رقم 27: يشير إلى فئة المواضيع، ويضم المربع رقم 28 الخاص بالمواضيع الاجتماعية وينقسم إلى 17 دائرة من الدائرة رقم 29 إلى الدائرة رقم 45 وهي تمثل على التوالي مواضيع وضع المرأة داخل البيت، المساواة بين الجنسين، الطلاق والخلع، العنف الأسري، الاعتداء الجسدي (الضرب)، لعنف النفسي، العنف اللفظي، تعدد الزوجات، زواج القاصرات، العنوسة، حقوق المرأة، التحرش الجنسي، الاغتصاب، زنا المحارم، الختان، القتل والخطف، هتك العرض، وكذا المربع رقم 46 الخاص بالمواضيع السياسية وينقسم إلى 12 دائرة وهي الدوائر من الدائرة رقم 47 إلى الدائرة رقم 58 وتمثل على التوالي مواضيع تمثيل المرأة في المجالس النيابية، تمثيل المرأة في الأحزاب، تمثيل المرأة في النقابات، تمثيل المرأة في المجالس المحلية، تمثيل المرأة في البرلمان، الترشح لمجالس الشعب، حقوق المرأة في الدستور، المرأة والمشاركة السياسية، تولى المرأة للمناصب السياسية العليا، المشاركة بوقفات احتجاجية، المشاركة في الانتخابات، دور المرأة في الحياة السياسية، والمربع رقم 59 الخاص بالمواضيع الدينية وينقسم بدوره إلى 7 دوائر وهي الدوائر من رقم 60 إلى رقم 66 وتمثل على التوالي مواضيع المرأة في الإسلام والتحرر، الدين و وزى المرأة والحجاب، المفاهيم الخاطئة عن الدين والحياة، حكم الدين في عمل المرأة، الحجاب

والسفور، ميراث المرأة، نفقة الزوجة، والمربع رقم 67 الخاص بالمواضيع الاقتصادية وينقسم إلى 4 دوائر وهي الدوائر من الدائرة رقم 68 إلى الدائرة رقم 71 وتمثل على التوالي مواضيع مشاركة المرأة في ميزانية الأسرة، المرأة المعيلة، بطالة المرأة، عمل المرأة.

- **المثلث رقم 72:** يشير إلى فئة الفاعلين في المواضيع المنشورة عبر صفحات النسوية، ويضم المربع رقم 73 الخاص بفئة النساء، المربع رقم 74 الخاص بفئة الأطفال، المربع رقم 75 الخاص بفئة المجتمع المدني، المربع رقم 76 الخاص بفئة أشخاص عاديين، المربع رقم 77 الخاص بفئة الحكومات، المربع رقم 78 الخاص بفئة المنظمات النسوية، المربع رقم 79 الخاص بأخرى.

- **المثلث رقم 80:** يشير إلى فئة المصدر للمحتوى المنشور عبر الصفحات النسوية المدروسة، ويضم المربع رقم 81 الخاص بمدير الصفحة (أدمن الصفحة)، المربع رقم 82 الخاص بمنشورات من مواقع الكترونية (صفحات أخرى، مدونات، مواقع إخبارية...)، المربع رقم 83 الخاص وسائل الإعلام (وكالات الأنباء، فضائيات..)، المربع رقم 84 الخاص باقتباسات، المربع رقم 85 الخاص بهيئات حكومية، المربع رقم 86 الخاص بمنظمات مجتمع المدني، المربع رقم 87 الخاص بأحزاب، المربع رقم 88 الخاص بخبراء (اعلاميون.. مثقفون..)، المربع رقم 89 الخاص بنتائج تقارير، المربع رقم 90 الخاص بجمهور عام، المربع رقم 91 الخاص غير محدد (دون مصدر).

- **المثلث رقم 92:** يشير إلى فئة القيم ويضم المربع رقم 93 الخاص بالبعد الايجابي للقيم والذي ينقسم بدوره إلى 11 دائرة من الدائرة رقم 94 إلى الدائرة رقم 104 والتي تمثل على التوالي الحرية، العدل، النجاح، التفوق، العلم، العمل، العفة والحياء، الإنجاز، الاعتراف الاجتماعي، احترام التنوع الثقافي، احترام الأديان، والمربع رقم 105 الخاص بالبعد السلبي للقيم والذي ينقسم بدوره إلى 7 دوائر وهي من الدائرة رقم 106 إلى الدائرة رقم 112 والتي تمثل على التوالي السفور، تمرد ضد قيم الدين، رفض القوامة، التحرر، عدم الاحترام، التفتح السلبي على الآخر، الصراع مع الرجل.

- **المثلث رقم 113:** يشير إلى فئة الهدف، ويضم المربع رقم 114 الخاص بنشر المكر النسوي، والمربع رقم 115 الخاص بطرح القضايا النسوية، المربع رقم 116 الخاص بمعالجة القضايا النسوية، المربع رقم 117 الخاص بإيجاد حلول للقضايا النسوية، المربع رقم 118 الخاص بالدعوة للفكر النسوي، المربع رقم 119 الخاص بنشر الوعي بقضايا المرأة، المربع رقم 120 الخاص بالتعريف بالفكر النسوي.

دليل التعاريف الإجرائية للفئات على شكل جداول

صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات بيانات الصفحات
			التعريف بالصفحة
			عدد المعجبين بالصفحة

فئات الشكل (كيف قيل؟)

الجدول الأول: يوضح تقسيم طبيعة المادة المنشورة في صفحات النسوية عبر الفيسبوك

المجموع	صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات الفئة
				نص فقط
				نص مرفق بصورة معبرة
				نص مرفق بصورة إخبارية
				نص مرفق بفيديو
				نص مرفق بصورة وفيديو
				صورة فقط
				ملف صوتي
				ملف فيديو
				روابط
				شعارات ورموز (أيقونات)
				أخرى
				المجموع

الجدول الثاني: يوضح تقسيم اللغة المستخدمة في مضامين صفحات النسوية عبر الفايسبوك

المجموع	صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات	
				الفئة	
				عربية صحيحة	اللغة المستخدمة
				عامية	
				دمج بين الفصحى والعامية	
				فرنسية	
				الإنجليزية	
				المجموع	

الجدول الثالث: يوضح تقسيم الاستمالات والدعائم المستخدمة في مضامين صفحات النسوية عبر

الفايسبوك

المجموع	صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات	
				الفئة	
				تقديم أرقام وإحصاءات	إستمالات عقلية
				تقديم نصوص قانونية	
				حجج ونصوص قرآنية	
				حجج ثقافية، آراء مفكرين	
				الإستشهاد بأمثلة من الواقع	
				استمالات التخويف	إستمالات عاطفية
				استمالات الترغيب	
				المجموع	

فئات المضمون (ماذا قيل؟)

الجدول الرابع: يوضح تقسيم فئة مواضيع صفحات النسوية عينة الدراسة عبر الفايسبوك

المجموع	صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات	الفئات
				وضع المرأة داخل البيت	قضايا اجتماعية
				المساواة بين الجنسين	
				الطلاق والخلع	
				العنف الأسري	
				الاعتداء الجسدي (الضرب)	
				العنف النفسي	
				العنف اللفظي	
				تعدد الزوجات	
				زواج القاصرات	
				العنوسة	
				حقوق المرأة	
				التحرش الجنسي	
				الاغتصاب	
				زنا المحارم	
				الختان	
				القتل والحطف	
				هتك العرض	
				تمثيل المرأة في المجالس النيابية	قضايا سياسية
				تمثيل المرأة في الأحزاب	
				تمثيل المرأة في النقابات	
				تمثيل المرأة في المجالس المحلية	
				تمثيل المرأة في البرلمان	
				الترشح مجالس الشعب	
				حقوق المرأة في الدستور	
				المرأة والمشاركة السياسية	
				تولي المرأة للمناصب السياسية العليا	
				المشاركة بوقفات احتجاجية	
				المشاركة في الانتخابات	
				دور المرأة في الحياة السياسية	

				المرأة في الإسلام والتحرر	قضايا دينية
				الدين و وزى المرأة والحجاب	
				المفاهيم الخاطئة عن الدين والحياة	
				حكم الدين في عمل المرأة	
				الحجاب والسفور	
				ميراث المرأة	
				نفقة الزوجة	
				مشاركة المرأة في ميزانية الأسرة	قضايا اقتصادية
				المرأة المعيلة	
				بطالة المرأة	
				عمل المرأة	
					أخرى
					المجموع

الجدول الخامس: يوضح تقسيم فئة الفاعل والشخصيات المحورية في المواضيع المنشورة عبر صفحات

النسوية في الفايسبوك

المجموع	صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات		الفئة
				ذكور	إناث	
				أطفال	حسب السن	أفراد
				شباب		
				كهول	حسب الشهرة	
				عجائز		
				عاديين		
				مشهورين		
				جمعيات المجتمع المدني		مؤسسات
				منظمات وجمعيات النسوية		
				الحكومات		
						المجموع

الجدول السادس: يوضح تقسيم فئة المصدر للمحتوى المنشور عبر صفحات النسوية في الفيسبوك

الجموع	صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات		الفئة
				مدير الصفحة (أدمن الصفحة)		فئة المصدر
				منشورات من مواقع الكترونية (صفحات أخرى، مدونات، مواقع إخبارية...)		
				وسائل الإعلام (وكالات الأخبار، فضائيات..)		
				اقتباسات		
				هيئات حكومية		
				منظمات مجتمع المدني		
				أحزاب		
				خبراء (إعلاميون.. مثقفون..)		
				نتائج تقارير		
				جمهور عام		
				غير محدد (دون مصدر)		
						الجموع

الجدول السابع: يوضح تقسيم فئة القيم المتضمنة في محتوى صفحات النسوية في الفيسبوك

الجموع	صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات		الفئة
				الحرية		فئة البعث الإيجابي للقيم
				العدل		
				النجاح		
				التفوق		
				العلم		
				العمل		
				العفة والحياء		
				الإنتاج		
				الاعتراف الاجتماعي		
				احترام التنوع الثقافي		
				احترام الأديان		

				أخرى	القيم البعده السلبى للقيم
				السفور	
				تمرد ضد قيم الدين	
				رفض القوامة	
				التحرر	
				عدم الاحترام	
				التفتح السلبى على الآخر	
				الصراع مع الرجل	
				العنف بأنواعه	
				الزنا	
				تبادل الأدوار مع الرجل	
				أخرى	
				المجموع	

الجدول الثامن: يوضح تقسيم فئة الهدف ووظيفة محتوى صفحات النسوية عبر الفايسبوك

المجموع	صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات	
				الفئة	
				نشر الفكر النسوي	فئة لهدف
				طرح قضايا النسوية	
				معالجة قضايا النسوية	
				إيجاد حلول لقضايا النسوية	
				الدعوة للفكر النسوي	
				نشر الوعي بقضايا المرأة	
				التعريف بالفكر النسوي	
				أخرى	
				المجموع	

الجدول التاسع: يوضح تقسيم فئة الجمهور المستهدف بمحتوى صفحات النسوية عبر الفاييسوك

الجموع	صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات			الفئة
				نساء	أفراد	الجمهور المستهدف	
				رجال	مؤسسات		
				هيئات حكومية			
				منظمات دولية			
				جمعيات			
						الجمهور	

الجدول العاشر: يوضح تقسيم فئة تعليقات المتفاعلين مع محتوى صفحات النسوية عبر الفاييسوك

الجموع	صفحة ثوري	صفحة النسوية nasawiya	صفحة منظمة المرأة العربية	الصفحات			الفئة
				مؤيد	اتجاه التعليق	طبيعة التعليق	
				معارض	طبيعة التعليق		طبيعة التعليقات
				نص صورة			
				رموز وأيقونات	لغة التعليقات		
				عربية صحيحة			
				عامية			
				عربية بحروف لاتينية			
				فرنسية			
				إنجليزية			
						الجمهور	



الملحق رقم 02



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

- دراسة في المحتوى والأثر على عينة من
صفحات المرأة على الفيسبوك ومستخدماتها -

رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اعلام واتصال

اشراف الدكتوراة:

- جفال سامية

اعداد الطالبة الباحثة:

- حداد ناريمان

بين أيديكم استمارة استبيان تدخل في إطار التحضير لرسالة دكتوراه L.M.D تخصص علوم
الإعلام والاتصال، أرجو من سيادتكم إبداء ملاحظاتكم وتصويب الأخطاء الموجودة وإثرائها
وتصحيحها

السنة الجامعية: 2018/2017

البيانات الشخصية:

- المستوى الدراسي: إعدادي متوسط ثانوي جامعي دراسات عليا
- الحالة المهنية: عاملة مأكثة بالبيت
- أولا/ استخدامات الفيسبوك:

1- منذ متى وأنت تستخدمين الفيسبوك؟

- أقل من سنة من سنة إلى 3 سنوات من 3 سنوات إلى 5 سنوات أكثر من 5 سنوات

2- هل تستخدمين الفيسبوك "غالبا" انطلاقا من (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- حاسوب مكتبي حاسوب محمول هاتف نقال لوحة إلكترونية

3- ما هو عدد الساعات التي تقضيها في تصفح واستخدام الفيسبوك في اليوم؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات أكثر من 3 ساعات

4- ما هي الخدمات المفضلة لديك عند استخدام و تصفح الفيسبوك؟(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الدردشة التعليقات مشاركة الصور والفيديو الألعاب التطبيقات

- تصفح ومتابعة صفحات الفيسبوك والتفاعل عبرها

- الاكتفاء بتصفح ومتابعة صفحات الفيسبوك وعدم التفاعل عبرها - النشر والتفاعل

5- كم عدد صفحات الفيسبوك التي نالت إعجابك و طبقت عليها تطبيق: الإعجاب "like"

- أقل من 10 صفحات من 10 إلى 20 صفحة أكثر من 20 صفحة

6- ما طبيعة مضامين صفحات الفيسبوك التي نالت إعجابك: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- فكرية تعليمية ثقافية ترفيهية دينية رياضية

- اجتماعية سياسية صحية وطبية خاصة بالمشاهير

ثانيا/ عادات وأنماط استخدام وتصفح عينة الدراسة لصفحات النسوية:

7- منذ متى وأنت معجبة بالصفحات النسوية عبر الفيسبوك ؟

- أقل من سنة من سنة إلى 3 سنوات أكثر من 3 سنوات

8- هل أنت حريصة على تصفح الصفحات النسوية عبر الفيسبوك ؟

- غالبا أحيانا نادرا

9- كم تستغرقين من الوقت في التصفح والتفاعل عبر الصفحات النسوية في اليوم ؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات أكثر من 3 ساعات

10- هل تكتفين بمصادفة منشورات صفحات النسوية على جدار حسابك " بروفائلك " دون الرجوع للصفحة ؟

- غالبا أحيانا نادرا أبدا

11- هل عادة ما تتصفحين محتويات الصفحات النسوية ؟

- لوحدهك مع أفراد عائلتك تشاركينها مع صديقاتك تشاركينها على حسابك الخاص

12- ما نوع القضايا التي تفضلين تصفحها والتفاعل معها عبر صفحات النسوية.؟

- العنف الأسري ضد المرأة - قضايا الدين والمرأة

- قضايا جرائم الشرف - انتهاكات حقوق المرأة

- مشاركة المرأة في الحياة السياسية - قضايا الزواج والزواج المبكر

- إنجازات المرأة - قضايا البطالة التي تعاني منها المرأة

- قضايا تحديات المرأة داخل المجتمع - التحرش - التمييز بين المرأة و الرجل

أخرى.....

13- ما هي أشكال منشورات صفحات النسوية التي تفضلينها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- منشورات على شكل صور منشورات على شكل فيديو

- منشورات على شكل نصوص منشورات على شكل روابط

14- كيف تتفاعلين مع منشورات صفحات النسوية؟

نادرا	أحيانا	دائما	
			الإعجاب
			التعليق
			المشاركة على حسابي الخاص
			المشاركة على حساب أصدقائي أو مجموعات أخرى
			أكتفي بقراءة النص فقط

ثالثا/ دوافع استخدام وتصفح عينة الدراسة لصفحات النسوية :

15- ما الدوافع المعرفية وراء استخدامك وتفاعلك مع صفحات النسوية عبر الفيسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- التعرف على أهم قضايا النسوية المطروحة

- التعرف على توجهات رائدات النسوية نحو قضايا المرأة من خلال صفحات الفايس بوك

- تكوين آراء و اتجاهات نحو القضايا النسوية المطروحة

- التعرف على أهم مشكلات الفكر النسوي المعاصر المطروح

- التعرف على أهم الحلول المطروحة لمعالجة القضايا النسوية

16- ما هي الدوافع النفسية وراء استخدامك وتفاعلك مع الصفحات النسوية عبر الفيسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

(إجابة)

- الميل للفكر النسوي والرغبة الشخصية في استخدام الصفحات النسوية عبر الفيسبوك

- الإحساس بقواسم واهتمامات مشتركة مع تطرحه صفحات النسوية

- لأنك من المؤيدين للفكر النسوي

- لأنها تتناول قضايا النسوية بجرأة وصراحة

- تمضية الوقت

- التنفيس والاسترخاء

17- ما هي مميزات الصفحات النسوية التي تدفعك للاعتماد عليها للحصول على معلومات حول القضايا النسوية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

تنقل مختلف وجهات النظر بحرية إتاحة المجال للتفاعل وإبداء الرأي

تطرح القضايا بصراحة وجرأة أكبر استخدام الوسائط المتعددة كالفديو والصور

عرض وجهات النظر غير الرسمية وغير الجزئية

رابعاً/ الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية:

18- الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك:

- هل تعتقد أن استخدامك وتصفحك لصفحات النسوية عبر الفيسبوك قد ساهم في:

العبارات	موافق	محايد	غير موافق
زيادة معلوماتك ومعارفك حول قضايا المرأة المختلفة والنسوية			
إزالة الغموض حول بعض قضايا النسوية			
التعرف على ظروف المرأة الحياتية في مختلف مناطق الدول العربية			
التعرف على ردود أفعال المجتمع نحو قضايا النسوية والمرأة			
تغيير موقفك تجاه حكم الدين في قضايا المرأة			
اكتساب ثقافة جديدة مختلفة عن ثقافة مجتمعك			
تكوين آراء جديدة مختلفة تجاه قضايا النسوية			
زيادة معارفك حول رائدات الحركة النسوية وإسهامتهن في نشر الفكر النسوي			
تصحيح آراء مغلوطه كونتها سابقا عن قضايا النسوية			

اكتساب قيم نسوية تتنافى وعادات وتقاليد مجتمعك

19- الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك

- هل تعتقد أن استخدامك وتصفحك للصفحات النسوية عبر الفيسبوك قد ساهم في:

العبارات	موافق	محايد	غير موافق
التفيس عن المشاعر من خلال المشاركة والتفاعل عبر صفحات النسوية			
الشعور بالحزن تجاه بعض قضايا النساء المعنفات			
الشعور بالفرح تجاه بعض قضايا ونماذج النساء الرائدات والناجحات			
الشعور بالقلق والاضطراب تجاه استمرارية اضطهاد المرأة وعدم الاعتراف بحقوقها			
الإحساس بالتححرر والحرية في التعبير عبر صفحات النسوية في الفيسبوك			
الشعور بالحياء والحساسية تجاه بعض الأفكار النسوية المطروحة كالجنس والتحرش وعلاقة المرأة بالرجل			
الشعور بتضييع وهدر الوقت			
تحسين بتقديرك لذاتك وثقتك بنفسك واعتزازك بأنك نسوية			
الإحساس بالاغتراب عن المجتمع الحقيقي الذي تنتمي إليه			

20- الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام المرأة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك

- هل تعتقد أن استخدامك وتصفحك للصفحات النسوية عبر الفيسبوك قد ساهم في:

العبارات	موافق	محايد	غير موافق
مشاركة المرأة المعنفة آلامها			
محاولة التفاعل وتقديم المساعدة المادية والنفسية لبعض النساء			
المشاركة في أنشطة توعوية تجاه قضايا المرأة والنسوية			
التفاعل وكتابة منشورات عبر صفحات النسوية للدعوة لنصرة قضايا النسوية والمرأة			
المشاركة في فعاليات وأيام تضامنية داعمة لقضايا المرأة والنسوية			
تغيير نمط وأسلوب تفكيرك			
اكتساب سلوكيات ومواقف منافية لقيم مجتمعك			

21- ما هي درجة ثقتك بما تقدمه صفحات النسوية من أفكار ومعلومات :

- عالية متوسطة منخفضة

22- ما هي آفاق استخداماتك لصفحات النسوية مستقبلا ؟

- ستبقى على نفس وتيرة الاستخدام ستزيد من نسبة استخدامك لها ستقلص من نسبة استخدامك لها
ستتخلى عن استخدامك لهذه الصفحات

الملحق رقم 03

صفحة "منظمة المرأة العربية" على موقع الفيسبوك:

The screenshot shows the Facebook profile of Arab Women Org. The cover image is a vibrant orange and yellow graphic with the text 'يومنا العالمي يرتقياً' (Our world is advancing) and 'حملة 16 يوماً مناهضة العنف ضد المرأة' (16 Days Campaign Against Violence Against Women). The page name is 'Arab Women Org' and the bio is 'منظمة المرأة العربية' (Arab Women Organization). The page has 48,111 likes and 48,317 followers. The main content area shows a photo of a man speaking at a podium and a photo of a group of women sitting at a table. The right sidebar contains contact information for the organization, including a phone number (00202-37484823/24) and a website (www.arabwomenorg.org).

رابط الصفحة:

<https://www.facebook.com/ArabWomenOrganization>

الملحق رقم 04

صفحة "النسوية Nasawyia" على موقع الفيسبوك:

The screenshot shows the Facebook page for Nasawyia. The page header includes the Facebook logo, the name 'النسوية Nasawyia', and navigation options like 'Nasawyia', 'Accueil', and 'Retrouver des amis'. The profile picture is a logo featuring a pink and blue female symbol with the word 'Nasawyia' inside. The cover photo shows a group of women at a public event, some holding signs. The main content area displays a post from Nasawyia, dated 10 hours ago, with Arabic text discussing the International Day of the Girl Child and the UNODC report on violence against women. The post includes a link to 'Afficher la suite'. Below the post is a silhouette image of a man and a woman in a physical confrontation. The right sidebar contains sections for 'Our Story' (The feminist Film & Media), 'Communauté' (363 903 likes, 366 417 followers), and 'À Propos' (www.nasawyia.org, Chaîne de 188).

رابط الصفحة:

<https://www.facebook.com/Nasawyia>

الملحق رقم 05

صفحة "ثوري" على موقع الفيسبوك

رابط الصفحة:

<https://www.facebook.com/Thorygirls>

الملحق رقم 06

مخرجات التحليل الإحصائي عبر برنامج SPSS

		المستوى الدراسي			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اعدادي	4	.8	.8	.8
	متوسط	7	1.4	1.4	2.2
	ثانوي	73	14.6	14.6	16.8
	جامعي	324	64.8	64.8	81.6
	عليا دراسات	92	18.4	18.4	100.0
	Total	500	100.0	100.0	

		استخدامات الفيسبوك			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة من أقل	8	1.6	1.6	1.6
	سنوات 3 الى سنة من	43	8.6	8.6	10.2
	سنوات 5 الى سنوات 3 من	105	21.0	21.0	31.2
	سنوات 5 من أكثر	344	68.8	68.8	100.0
	Total	500	100.0	100.0	

		الخدمات		
		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
الخدمات ^a	الدرشة	152	14.0%	30.5%
	التعليقات	154	14.2%	30.9%
	والفيديو الصور مشاركة	115	10.6%	23.0%
	الألعاب	16	1.5%	3.2%
	التطبيقات	18	1.7%	3.6%
	و الفيسبوك صفحات ومتابعة تصفح عبرها التفاعل	280	25.8%	56.1%
	صفحات ومتابعة بتصفح الاكتفاء عبرها التفاعل وعدم الفيسبوك	178	16.4%	35.7%
	والتفاعل النشر	172	15.9%	34.5%
	Total	1085	100.0%	217.4%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

		الإعجاب			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دائما	343	68.6	68.6	68.6
	أحيانا	128	25.6	25.6	94.2
	نادرا	29	5.8	5.8	100.0
	Total	500	100.0	100.0	

		زيادة معلوماتك ومعارفك حول قضايا المرأة والنسوية			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	445	89.0	89.0	89.0
	محايد	47	9.4	9.4	98.4
	غير موافق	8	1.6	1.6	100.0
	Total	500	100.0	100.0	

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
حول ومعارفك معلوماتك زيادة والنسوية المختلفة المرأة قضايا القضايا بعض حول الغموض إزالة النسوية	500	1	3	1.13	.377
الحياتية المرأة ظروف على التعرف العربية الدول مناطق مختلف في المجتمع أفعال ردود على التعرف والمرأة النسوية القضايا نحو في الدين حكم تجاه موقفك تغيير المرأة قضايا	500	1	3	1.15	.386
ثقافة عن مختلفة جديدة ثقافة اكتساب مجتمعك	500	1	3	1.29	.533
قضايا تجاه مختلفة جديدة آراء تكوين النسوية	500	1	3	1.62	.760
الحركة رائدات حول معارفك زيادة الفكر نشر في وإسهاماتهن النسوية النسوي	500	1	3	1.33	.575
سابقا كونتها مغلوطة آراء تصحيح النسوية قضايا عن	500	1	3	1.67	.785
وعادات تتنافى نسوية قيم اكتساب مجتمعك وتقاليده	500	1	3	1.45	.682
Valid N (listwise)	500				

Crosstabulation الدراسي المستوى * النسوية القضايا بعض حول الغموض إزالة

Count		الدراسي المستوى				Total	
		اعدادي	متوسط	ثانوي	جامعي		
					دراسات عليا		
القضايا بعض حول الغموض إزالة	موافق	2	7	60	241	62	372
النسوية	محايد	2	0	9	72	26	109
	غير موافق	0	0	4	11	4	19
Total		4	7	73	324	92	500

Crosstabulation المهنية الحالة * والنسوية المختلفة المرأة قضايا حول ومعارفك معلوماتك زيادة

Count		المهنية الحالة		Total
		في مأكثة البيت	عاملة	
حول ومعارفك معلوماتك زيادة	موافق	192	253	445
والنسوية المختلفة المرأة قضايا	محايد	18	29	47
	غير موافق	3	5	8
Total		213	287	500



ملخص الدراسة

Log In

الملخص:

هدفت الدراسة التالية والتي تتمحور اشكالياتها حول "الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة ومستخدماتها"، للكشف عن طبيعة تناول الشكلي والضمني لصفحات النسوية عبر الفيسبوك - باعتباره أحد شبكات التواصل الاجتماعي - المضامين المتعلقة بالفكر النسوي وقضايا المرأة العربية، لمحاولة الكشف عن ترتيبها وتقديمها لهذه المضامين والقضايا والأساليب المستخدمة في ذلك، إضافة للكشف عن استخدامات جمهور النساء العربيات لهذه الصفحات وانعكاساتها عليهم مترجمة في الآثار المحتمل ترتيبها عليهن على مستوى البعد المعرفي والوجداني والسلوكي.

وقد استندت هذه الدراسة للمنظور الوظيفي كنموذج إرشادي عام للدراسة يوضح زاوية النظر ونقطة الانطلاقة بتطبيق مجموعة من النظريات الجزئية فيه كمرتكزات للإحاطة بجميع جوانب الموضوع، والمتمثلة في "نظرية ترتيب الأولويات" لتحليل مضامين صفحات الفيسبوك، إضافة "لنظرية الاستخدامات والإشباع" للكشف عن استخدامات الجمهور لصفحات النسوية، ناهيك عن "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام" لدراسة الآثار المترتبة عن ذلك الاستخدام في أبعادها المعرفية والوجدانية والسلوكية، وذلك للإجابة على مجموعة الأسئلة الفرعية المطروحة.

وبما أن هذه الدراسة تصنف ضمن الدراسات الكمية والوصفية، فقد اعتمدت الباحثة منهج المسح الوصفي، باستخدام أداتي "تحليل المحتوى الإلكتروني" و"استمارة الاستبيان" على عينة منقسمة إلى "عينة عشوائية منتظمة" بأسلوب الدورة الاصطناعية في الشق التحليلي للدراسة، و"العينة العرضية" في الشق الميداني للدراسة، أين توصلت الدراسة لجملة من النتائج نذكر أهمها فيما يلي:

- توصلت الدراسة إلى تركيز صفحات النسوية على استخدام المنشورات على شكل نصوص مرفقة بالصور بالاعتماد على اللغة العربية الفصحى في النشر بالدرجة الأولى أين اتضح تضمين منشوراتها للأساليب الاقناعية العقلية.

- تبين اهتمام صفحات النسوية بعرض ومعالجة القضايا الاجتماعية والتي برزت فيها غالباً النساء كشخصيات فاعلة ومحورية، مستندين في عرضهم لهذه المواضيع على مصادر مختلفة أهمها الاقتباسات من مواقع أخرى ووسائل الإعلام.

- كشفت نتائج الدراسة عن بروز كل من القيم الإيجابية والسلبية متضمنة في منشورات صفحات النسوية التي تهدف في عمومها لنشر الفكر النسوي وطرح قضايا المرأة، لاستهداف جمهور النساء العربيات وتنمية الوعي النسوي لديهن، والتي كانت تعليقاتهن عليها تتراوح بين التأييد والمعارضة في غالب الأحيان.
- وضحت نتائج الدراسة توجه مستخدمي صفحات النسوية للفردية والعزلة في الاستخدام. بمعدل زمني يتراوح من ساعة إلى 03 ساعات يوميا وروتين تصفح مضامينها غالبا.
- كشفت نتائج الدراسة تفضيل مستخدمي صفحات النسوية للمواضيع الاجتماعية بالدرجة الأولى والمطالبة بالحقوق والمكانة الاجتماعية، أين عبرن عن إعجابهن وتفاعلهن الدائم مع هذه المضامين التي يفضلونها على شكل نصوص وصور بالدرجة الأولى.
- بينت نتائج الدراسة أن الدوافع المعرفية المتمثلة في "التعرف على أهم قضايا النسوية والحلول المقترحة"، إضافة للدوافع النفسية المترجمة في "الإحساس بقواسم مشتركة" من أهم الدوافع وراء استخدامهن لصفحات النسوية.
- كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار المعرفية المترتبة على مستخدمي صفحات النسوية تبعا لمتغير الحالة المهنية.
- أثبتت نتائج الدراسة عدم وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية في الآثار الوجدانية والسلوكية المترتبة على مستخدمي صفحات النسوية تبعا لمتغير الحالة المهنية.
- وضحت نتائج الدراسة وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية في كل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية على مستخدمي صفحات النسوية تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

Summary

The purpose of the following study, which its problematic focuses on "Arab women movement through social networking, a study of the content and the impact on a sample of women's pages and its users," to reveal the nature of the handling of the formal and implicit pages of feminism through Facebook - as one of the communication networks - contents related to feminist thought and issues of Arab women, to try to reveal their order and submit to these contents and the issues and methods used in this, in addition to revealing the uses of the Arab women audience of these pages and their implications on them appearing as possible effects on the level of cognitive, emotional and behavioral dimension.

This study was based on the functional perspective as a general guidance model for the study, which illustrates the angle of view and the starting point by applying a set of partial theories as the basis for taking all aspects of the subject, which are; "Prioritization theory" to analyze the contents of Facebook pages, "theory of usage and saturation" to reveal the public use of women's pages, in addition to "Theory of relying on the media" to study the implications of that use in its cognitive, emotional and behavioral dimensions. And that's to answer the set of sub-questions raised.

And since this study is classified as quantitative and descriptive study, the researcher adopted descriptive survey methodology; using "Electronic Content Analysis" and "Questionnaire" tools on a sample divided into "Regular random sample" with Synthetic cycle mode in the analytic part of the study, and "Occidental sample" in the practical part of the study. Where the study reached a number of results, most notably the following:

- The study found that women's pages focused on the use of publications in the form of texts accompanied by pictures, based on the classical Arabic language in publishing, in the first place,

where it became clear that their publications included mental persuasion techniques.

- The feminists' interest was discerned in presenting and addressing social issues, in which women have often emerged as active and pivotal figures, depending in their presentation of these topics on different sources, including the most important quotations from other sites and the media.
- The results of the study revealed the emergence of both positive and negative values included in the publications of feminist pages, which are aimed at general dissemination of feminist thought and the issue of women, to target the Arab women's community and to develop their own feminist awareness, in which their comments ranged from support and opposition.
- The results of the study illustrated the orientation of female users to individuality and isolation in use at time rate of one to three hours a day and often surfing routine content.
- The results of the study revealed the preference of the female users of feminist pages for social issues in the first place and claiming rights and social status, where they expressed their admiration and their constant interaction with these contents which they prefer in a form of texts and images in the first place.
- The results of the study showed that the cognitive motives represented in "Identifying the most important feminist issues and proposed solutions", in addition to the psychological motives represented in "sense of common denominators" are the most important motives behind their use of feminist pages.
- The study also found that there are significant differences in the cognitive effects of users of the pages of women according to the change in the professional situation.
- The results of the study showed that there are no individual differences of statistical significance in the affective and

behavioral effects of the users of the feminist pages according to the change in the professional situation.

- The results of the study revealed the existence of individual differences of statistical significance in each of the cognitive, emotional and behavioral effects on users of the pages of women according to the variable level of education.

الفهارس

Log In



فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
83	نمذج "كاتز وزملاؤه" للاستخدامات الأفراد لوسائل الإعلام والاشباعات المحققة	شكل رقم 1
84	نمذج "روز نجلين" لحاجات الأفراد التي تدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام	شكل رقم 2
90	العلاقة التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام و الجمهور	شكل رقم 3
151	مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	شكل رقم 4
180	العلاقة الافتراضية بين أبعاد التفاعلية وزيارة المواقع	شكل رقم 5
213	مخطط توضيحي لماهية الحركة النسوية وتطورها في العالم وفق أهم أفكارها	شكل رقم 6
315	إحصائيات ارتفاع نسبة استخدام الهواتف الذكية في العالم منذ سنة 2012 إلى غاية 2017 مقارنة بباقي الوسائل الأخرى	شكل رقم 7

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
35	توزيع العينة التحليلية للدراسة حسب الفترة الزمنية	جدول رقم 1
37	توزيع العينة الميدانية حسب متغيري المستوى الدراسي والحالة المهنية	جدول رقم 2
45	معامل "ألفا كرونباخ" لقياس ثبات أداة الدراسة الميدانية "الاستبانة"	جدول رقم 3
239	بيانات أولية تعريفية بالصفحات محل إجراء الدراسة التحليلية	جدول رقم 4
241	إجمالي تكرارات ونسب طبيعة منشورات صفحات الحركة النسوية حسب عينة الدراسة	جدول رقم 5
244	طبيعة منشورات صفحات الحركة النسوية عينة الدراسة حسب كل صفحة	جدول رقم 6
247	طبيعة ونوع اللغة المستخدمة في منشورات ومضامين صفحات النسوية عينة الدراسة	جدول رقم 7
249	توزيع نسب نوع اللغة المستخدمة في منشورات صفحات النسوية حسب كل صفحة	جدول رقم 8
252	الاستمالات والدعائم المستخدمة في منشورات ومضامين صفحات النسوية عينة الدراسة	جدول رقم 9
254	الاستمالات المستخدمة في منشورات صفحات النسوية عينة الدراسة حسب كل صفحة.	جدول رقم 10
258	طبيعة وأنواع القضايا المطروحة في صفحات النسوية عينة الدراسة	جدول رقم 11
262	توزيع تكرارات ونسب القضايا والمواضيع المطروحة في صفحات النسوية حسب كل صفحة	جدول رقم 12
268	الفاعلون والشخصيات المحورية في منشورات ومضامين صفحات النسوية عينة الدراسة	جدول رقم 13
271	توزيع نسب الفاعلين والشخصيات المحورية في منشورات النسوية حسب كل صفحة	جدول رقم 14
276	المصادر المعتمد عليها في تقديم مضامين ومنشورات صفحات النسوية عينة الدراسة	جدول رقم 15
278	توزيع نسب المصادر المعتمد عليها في تقديم منشورات صفحات النسوية حسب كل صفحة	جدول رقم 16
281	إجمالي نسب القيم المتضمنة في منشورات ومضامين صفحات النسوية عينة الدراسة	جدول رقم 17

284	توزيع نسب القيم المتضمنة في منشورات ومضامين صفحات النسوية حسب كل صفحة	جدول رقم 18
288	أهداف ووظائف مضامين وصفحات النسوية عينة الدراسة	جدول رقم 19
290	تكرارات ونسب أهداف ووظائف مضامين وصفحات النسوية حسب كل صفحة	جدول رقم 20
294	الجمهور المستهدف بمنشورات ومضامين صفحات النسوية محل الدراسة	جدول رقم 21
298	توزيع نسب الجمهور المستهدف بمنشورات ومضامين صفحات النسوية حسب كل صفحة:	جدول رقم 22
300	طبيعة تعليقات جمهور المتفاعلين مع مضامين صفحات النسوية عينة الدراسة	جدول رقم 23
304	توزيع نسب طبيعة تعليقات المتفاعلين مع منشورات صفحات النسوية حسب كل صفحة	جدول رقم 24
309	توزيع العينة الميدانية حسب متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 25
310	توزيع العينة الميدانية حسب متغير لحالة المهنية	جدول رقم 26
312	مدة استخدام أفراد عينة الدراسة للفيديو	جدول رقم 27
314	الوسيلة المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة لاستخدام الفيديو	جدول رقم 28
316	ساعات استخدام الفيديو في اليوم	جدول رقم 29
318	الخدمات المفضلة لدى عينة الدراسة عند استخدام الفيديو	جدول رقم 30
320	عدد صفحات الفيديو التي نالت إعجاب عينة الدراسة وطبقوا عليها تطبيق الإعجاب:	جدول رقم 31
321	مضامين صفحات الفيديو التي نالت إعجاب عينة الدراسة	جدول رقم 32
324	مدة إعجاب عينة الدراسة بصفحات النسوية	جدول رقم 33
326	مدى الحرص على تصفح صفحات النسوية عبر الفيديو	جدول رقم 34
327	المدة المستغرقة في تصفح والتفاعل عبر صفحات النسوية في اليوم	جدول رقم 35
329	الاكتفاء بمصادفة منشورات صفحات النسوية على جدار البروفيل دون الجوع للصفحة:	جدول رقم 36

330	مع من يتصفح عينة الدراسة محتويات صفحات النسوية	جدول رقم 37
332	نوع القضايا التي تفضل المبحوثات تصفحها والتفاعل معها عبر صفحات النسوية	جدول رقم 38
343	أشكال منشورات صفحات النسوية الأكثر تفضيلا لدى عينة الدراسة	جدول رقم 39
336	طرق تفاعل المبحوثات مع مضامين صفحات النسوية	جدول رقم 40
339	الدوافع المعرفية لاستخدام وتفاعل عينة الدراسة مع صفحات النسوية	جدول رقم 41
340	الدوافع النفسية لاستخدام وتفاعل عينة الدراسة مع صفحات النسوية:	جدول رقم 42
342	مميزات صفحات النسوية التي تدفع المبحوثات للاعتماد عليها في الحصول على معلومات	جدول رقم 43
343	الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك	جدول رقم 44
347	الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام صفحات النسوية وفق متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 45
351	الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام صفحات النسوية وفق متغير الحالة المهنية	جدول رقم 46
353	الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك	جدول رقم 47
356	الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام صفحات النسوية وفق متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 48
360	الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام صفحات النسوية وفق متغير الحالة المهنية	جدول رقم 49
362	الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك	جدول رقم 50
364	الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام صفحات النسوية وفق متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 51
368	الآثار السلوكية الناتجة عن استخدام صفحات النسوية وفق متغير الحالة المهنية	جدول رقم 52
370	درجة ثقة عينة الدراسة بما تقدمه صفحات النسوية من أفكار ومعلومات	جدول رقم 53
371	آفاق استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية مستقبلا	جدول رقم 54
372	نتائج اختبار (T_{test}) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار المعرفية تبعا لمتغير المهنة	جدول رقم 55
373	نتائج اختبار (T_{test}) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار الوجدانية تبعا لمتغير المهنة	جدول رقم 56

374	نتائج اختبار (T_{test}) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار السلوكية تبعاً لمتغير المهنة	جدول رقم 57
375	نتائج اختبار ($One\ Way\ Anova$) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار المعرفية لاستخدام صفحات النسوية لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.	جدول رقم 58
376	نتائج اختبار ($One\ Way\ Anova$) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار الوجدانية لاستخدام صفحات النسوية لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.	جدول رقم 59
377	نتائج اختبار ($One\ Way\ Anova$) لدراسة الفروق بين متوسطات الآثار السلوكية لاستخدام صفحات النسوية لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.	جدول رقم 60

فهرس المحتويات

العناوين	الصفحة
مقدمة.....	أ، ب، ت
الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
أولاً: بناء موضوع الدراسة	
1- مشكلة الدراسة و تساؤلاتها.....	09
2- أهداف الدراسة.....	13
3- أسباب اختيار الموضوع.....	14
4- أهمية الدراسة.....	15
5- تحديد المصطلحات.....	15
ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة	
1- نوع الدراسة ومنهجها.....	27
2- مجتمع الدراسة والعينة.....	31
3- أدوات جمع البيانات.....	38
4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.....	45
الفصل الثاني: التراث النظري للدراسة	
أولاً: النظريات الموظفة في الدراسة	
1- نظرية البنائية الوظيفية كمنظور إرشادي عام للدراسة.....	49
2- نظرية ترتيب الأولويات.....	60
3- نظرية الاستخدامات والاشباع.....	71
4- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.....	87
5- توظيف المقاربات النظرية في موضوع الدراسة.....	96

ثانيا: الدراسات المشابهة المعتمدة في موضوع الدراسة

- 1- الدراسات الجزائرية.....100
- 2- الدراسات العربية.....106
- 3- الدراسات الأجنبية.....114
- 4- جوانب الاستفادة من الدراسات المشابهة.....120

الفصل الثالث: تطور الاعلام الالكتروني والتفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

أولا: تطور الإعلام الإلكتروني

- 1- الإعلام الإلكتروني، المفهوم والخصائص.....124
- 2- مظاهر تطور وسائل الإعلام الإلكتروني.....135
- 3- شبكات التواصل الاجتماعي، الاستخدامات والوظائف.....139
- 4- الفيسبوك، خصائص الموقع والصفحات.....152

ثانيا: التفاعلية والأثر في شبكات التواصل الاجتماعي

- 1- بين التفاعلية والأثر، المفهوم والمصطلح في دراسات الإعلام.....160
- 2- أبعاد ومستويات التفاعلية وتطبيقاتها على شبكات التواصل الاجتماعي.....171
- 3- أبعاد ومستويات الأثر وتطبيقاته على شبكات التواصل الاجتماعي.....180

الفصل الرابع: الحركة النسوية العربية ووسائل الاعلام الجديد

أولا: واقع الحركة النسوية في الوطن العربي

- 1- التعريف بالحركة النسوية.....188
- 2- الخلفية المعرفية وتطور الحركة النسوية في العالم والوطن العربي.....192
- 3- الاتجاهات الأساسية للحركة النسوية.....202
- 4- نماذج الحركة النسوية في العالم العربي.....214

ثانيا: حركة النساء العربيات والتفاعل عبر وسائل الإعلام الجديد

- 1- استخدامات الحركة النسوية العربية لوسائل التواصل الاجتماعي.....222
- 2- دور الإعلام الجديد في مناقشة قضايا المرأة والنسوية.....226
- 3- جمهور الفيسبوك من النساء العربيات المتفاعلة مع الحركة النسوية.....234

الفصل الخامس: الدراسة التحليلية لمضامين صفحات الحركة النسوية العربية عبر شبكة الفيسبوك

أولا: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث الشكل

- 1- طبيعة المضامين المنشورة عبر صفحات النسوية.....241
- 2- اللغة المستخدمة في منشورات صفحات النسوية.....247
- 3- الأساليب الإقناعية والدعائم المستخدمة في منشورات صفحات النسوية.....252

ثانيا: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث المضمون

- 1- أبرز المواضيع والقضايا المتناولة عبر صفحات النسوية.....258
- 2- الفاعلين والشخصيات المحورية في منشورات صفحات النسوية.....268
- 3- مصادر المضامين المنشورة عبر صفحات النسوية.....276
- 4- القيم المتضمنة في منشورات صفحات النسوية.....281
- 5- الأهداف المراد تحقيقها من خلال ما تطرحه صفحات النسوية.....288
- 6- الجمهور المستهدف بمنشورات ومضامين صفحات النسوية.....294
- 7- طبيعة ونوع التعليقات التي يتفاعل بها جمهور صفحات النسوية مع مضامينها.....298

الفصل السادس: الدراسة الميدانية لجمهور المستخدمين للصفحات النسوية المتاحة عبر شبكة الفيسبوك

أولا: عرض وتحليل بيانات استخدامات عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك

- 1- استخدامات عينة الدراسة للفيسبوك.....309
- 2- عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك.....324

3- دوافع استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك.....339

ثانياً: عرض وتحليل بيانات الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على عينة الدراسة

1- الآثار المعرفية المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية عبر الفيسبوك.....343

2- الآثار الوجدانية المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية عبر الفيسبوك.....353

3- الآثار السلوكية المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية عبر الفيسبوك.....362

4- الفروق الفردية بين طبيعة الآثار المترتبة على عينة الدراسة المستخدمة لصفحات النسوية ومتغيري

المستوى الدراسي والحالة المهنية.....372

- النتائج العامة للدراسة.....384

- خاتمة.....395

- قائمة المراجع والمصادر.....398

- الملاحق.....413

- الملخص.....439

- فهرس الأشكال.....445

- فهرس الجداول.....446