

مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز الوعي الأسري بقضية الطلاق

د. هاجر علي محمد رمضان¹

ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي المرأة المصرية تجاه قضية الطلاق، وذلك من خلال تحليل كيفية تناول هذه المنصات لقضايا الأسرة، وبخاصة ظاهرة الطلاق التي تمثل تهديدًا لاستقرار المجتمع. تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (400) امرأة تتراوح أعمارهن بين (18 - 36) سنة من محافظتي الدقهلية ودمياط، باستخدام استبيان بحثي لقياس العلاقة بين استخدام مواقع التواصل ومستوى الوعي بقضية الطلاق.

أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا فعالًا في رفع الوعي النسائي حول الطلاق من خلال توفير معلومات آنية ومحتوى تفاعلي يتيح النقاش والتعبير عن الرأي بحرية. كما تبين أن المنصات الأكثر استخدامًا كانت تيك توك، يوتيوب، وفيسبوك، وأن الفئة العمرية من 24 إلى 30 عامًا هي الأكثر تفاعلًا مع هذه القضايا. خلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين اعتماد النساء على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراكهن ومصداقيتهن للمعلومات المتعلقة بالطلاق، وأوصت بضرورة تعزيز الدور التوعوي للإعلام الإلكتروني وتكثيف البرامج التدريبية لمواجهة ارتفاع معدلات الطلاق في المجتمع المصري.

1- مدرس علم الاجتماع - المعهد العالي للخدمة الاجتماعية بالمنصورة

Abstract:

This study aims to examine the role of social media platforms in shaping Egyptian women's awareness of divorce issues, by analyzing how these platforms address family-related matters, particularly divorce, which poses a major threat to social stability. The research was conducted on a sample of 400 women aged between 18 and 36 years from Dakahlia and Damietta governorates using a structured questionnaire to explore the relationship between social media use and awareness of divorce. The findings revealed that social media plays an influential role in enhancing women's awareness of divorce, offering real-time information and interactive content that allows for open discussion and opinion sharing. The most frequently used platforms were TikTok, YouTube, and Facebook, with women aged 24–30 being the most engaged. The study concluded that there is a strong positive correlation between women's reliance on social media and their perceived credibility and understanding of divorce-related information. It recommends strengthening the role of digital media in raising awareness and expanding educational programs to help reduce divorce rates in Egyptian society.

المقدمة:

الطلاق يُعد من أكثر القضايا انتشاراً في عصرنا الحالي، فهو يمثل خطراً كبيراً على المجتمع والأسرة المصرية، إذ يؤدي إلى التفكك والانحيار. من هذا المنطلق، برزت العديد من المنصات والمبادرات التي تسعى إلى تعزيز الاستقرار الأسري والحد من آثار هذه الظاهرة التي تعود بنتائج سلبية مثل الدمار والتشرد. كما تُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة هامة في دعم تطور المجتمعات إعلامياً وثقافياً، حيث تساهم بفعالية في نشر الوعي بين الأفراد بطريقة جذابة وسريعة، خاصة في ظل التحولات العميقة التي يشهدها العالم على المستويين التكنولوجي والمعرفي.

المرأة بدورها تمثل جزءاً لا يتجزأ من نسيج المجتمع، فصلاح المرأة ينعكس إيجاباً على صلاح المجتمع بأسره، كما أن مشاركتها الفاعلة أساسية لتحقيق التقدم والنهوض بالوطن.

وفي هذا السياق، يُعد الإنترنت من أبرز وسائل الإعلام التي يُقبل الأفراد على استخدامها، حيث شهدت الثورة التقنية تحولاً نوعياً في أدوات الاتصال، عبر تطوير الوسائل التي تتيح تفاعل المرسل والمستقبل باستخدام التكنولوجيا بشكل مباشر دون أن يحمل طابع الاتصال الجماهيري التقليدي، وهو ما يُعرف بوسائل الاتصال الوسيطة⁽¹⁾.

(1) Clement Y. K. So, Louis W. Leung, Paul S. N. Lee, Impact and Issues in New Media: Toward Intelligent Societies, (USA, Hampton Press, 2004), P8.

لم تعرف البشرية مسبقاً ثورة اتصالية ومعرفية بهذا الحجم كما تشهده الآن، حيث أصبح لكل إنسان فرصة للتعبير عن آرائه وأفكاره سواء بالكلمة أو الصورة وفي أي وقت أو مكان⁽¹⁾.

وقد أثرت هذه النقلة التكنولوجية بشكل ملحوظ على المواقع الإلكترونية، حيث أتاح التطور المتسارع في وسائل الاتصال وتدفق المعلومات تحويل العالم إلى ما يشبه الغرفة الصغيرة التي تنتقل فيها الأخبار والمعلومات بسرعة فائقة. أدى هذا إلى تغيير قواعد العمل الإعلامي، مع اتجاه المنصات الإعلامية والمحطات الكبرى لإنشاء مواقع إلكترونية تقدم محتوى أكثر عمقاً وارتباطاً بالجمهور⁽²⁾.

وفي النهاية، يُعتبر الطلاق بمثابة قنبلة موقوتة تُهدد الكيان الأسري الذي يُعد النواة الأساسية للمجتمع، فمع انهيار العلاقة الزوجية، تتبعثر الأسرة وتتحطم ركائزها مما يؤدي إلى ضياع أعضائها وتفككهم
أسباب اختيار موضوع الدراسة :

- 1- الانتشار الكبير لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، التي باتت وسيلة سهلة وسريعة للحصول على الأخبار والمعلومات بأقل التكاليف.
- 2- أهمية التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي المرأة بقضية الطلاق وتأثيرها في تشكيل رؤيتها تجاه هذه القضية.
- 3- تزايد نسب الطلاق في المجتمع المصري وفقاً للإحصاءات المعلنة، مما يدعو لتسليط الضوء على هذا الجانب المهم في أبحاث قضايا المرأة، وفتح المجال

(1) رضا أمين، الإعلام الجديد، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2015م)، ص 11.

(2) عبد الرزاق الديلمي، قضايا إعلامية معاصرة، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع القاهرة ، ط1، 2011م)، ص 247.

لدراسة كيفية تناول وسائل التواصل الاجتماعي لقضايا المرأة المصرية، بما في ذلك قضية الطلاق.

الدراسات السابقة:

تم رصد العديد من الدراسات السابقة التي تمثل تراثاً نظرياً ويتم استعراضها من الأحداث إلى الأقدم لمشاكل فيما تتعلق بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي المرأة تجاه قضية الطلاق في مصر:

1) دراسة نجمة بنت سعيد 2019م بعنوان "معالجة وسائل الإعلام العمانية لقضايا المرأة ودورها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها" (1)

سعت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل المعالجة الإعلامية (المواقع والتلفزيونية) لقضايا المرأة في سلطنة عمان من خلال الوقوف على أهم وأبرز الأطر الإعلامية التي وظفتها وسائل الإعلام العمانية خلال طرحها لقضايا المرأة في السلطنة وتأثير ذلك في معارف واتجاهات المواطنين العمانيين نحو قضايا المرأة.

اعتمدت الدراسة على منهجي تحليل المضمون والمسح حيث أجريت الباحثة دراستين أحدهما تحليلية لعينة من المواقع العمانية (عمان-الوطن) وعينة من برامج التلفزيون العماني (برنامج قهوة الصباح -برنامج من عمان) في الفترة الأولى من يناير 2016م وحتى نهاية ديسمبر 2016م، من خلال أسلوب الأسبوع الصناعي، وأجريت الأخرى ميدانية على عينة عمدية من الجمهور العماني في المرحلة العمرية 18 حتي 60 عاماً قوامها 400 مجووث. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

(1) نجمة بنت سعيد بن خميس، معالجة وسائل الإعلام العمانية لقضايا المرأة ودورها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2019م).

1- جاء الاحتفال ب "يوم المرأة العمانية" في مقدمة قضايا المرأة في صحيفتي (عمان والوطن) وجاء تكريم المرأة العمانية في الترتيب الثاني، ثم قضية المشاركة المجتمعية، وقضية التدريب ورش العمل لإكتساب الخبرات ثم قضية تعليم المرأة وجاءت قضية الإبداعات الثقافية والعلمية للمرأة العمانية في مقدمة القضايا التي طرحت برنامج (قهوة الصباح) وبرنامج (من عمان) يليها قضية عمل المرأة في القطاع الخاص، وجاءت فنون الديكور والآزياء والموضة والتجميل في المرتبة الثالثة.

2- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن دوافع التعرف على الآراء والأفكار المطروحة تجاه قضايا المرأة جاء في مقدمة دوافع اعتماد الجمهور العماني على وسائل الإعلام العمانية لمتابعة قضايا المرأة، يليه دافع لمعرفة معلومات جديدة حول قضايا المرأة ثم دافع لفهم اهتمامات واحتياجات المرأة في المرتبة الثالثة وأشارت النتائج إلى أن أغلب المبحوثين لديهم آراء إيجابية حول مدى إسهام وسائل الإعلام العمانية في زيادة معلوماتهم حول قضايا المرأة العمانية.

(2) دراسة بسمة محمود أحمد 2018م بعنوان "قضايا المرأة بالمدونات النسوية المصرية والعربية وعلاقتها باتجاهاتهن نحوها: دراسة تطبيقية مقارنة" (1)

طبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها 200 مفردة من النساء المصريات اللاتي تسكن مدينة القاهرة، ومدينة المنصورة، اعتمدت الدراسة علي عدة أدوات لجمع البيانات

(1) بسمة محمود أحمد "قضايا المرأة بالمدونات النسوية المصرية والعربية وعلاقتها باتجاهاتهن نحوها: دراسة تطبيقية مقارنة، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2018م).

وهي استمارة تحليل المضمون -استمارة استبيان -مقياس للاتجاهات. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

1- جاء الاهتمام بالأطروحات الرئيسية في خطاب المرأة حول قضاياها بالمدونات المصرية والتونسية عينة الدراسة للقضايا الاجتماعية، وقد تصدرتها قضايا (العنف ضد المرأة)، وجاءت في الترتيب الأول لها بينما جاءت قضيتي (العنوسة، والإهتمام بالأنشطة الاجتماعية) في الترتيب الثاني، وجاءت قضايا (الأدوار الاجتماعية، وعلي رأسها تربية الأبناء) في الترتيب الثالث، وجاء (التمييز ضد المرأة) في الترتيب الرابع، وجاءت قضيتي (الأمومة، والخلافات الزوجية) في الترتيب الخامس.

2- أن 69.5% من المبحوثات تعرضن للمدونات النسوية أحياناً، بينما 30.5% منهم يتعرضن دائماً، ويعني ذلك عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية للمبحوثات (متزوجة، أنسة)، ومدي تعرضهن للمدونات النسوية.

(3) دراسة ولاء محمد أحمد 2017م بعنوان "موقف الخطاب الواقعي من قضايا المرأة المصرية بعد ثورة 25 يناير".⁽¹⁾

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل موقف الخطاب الواقعي المصري تجاه قضايا المرأة المصرية بعد ثورة 25 يناير، والوقوف على أطروحاته، ورصد الصفات والأدوار المنسوبة إلى القوى الفاعلة، والحجج التي يستند إليها منتجو الخطاب.

(1) ولاء محمد أحمد مزيد، "موقف الخطاب الواقعي من قضايا المرأة المصرية بعد ثورة 25 يناير. رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة سوهاج: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017م).

اعتمدت الدراسة على البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي التحليلي، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة استمارة تحليل الخطاب الواقعي، شملت عينة المواقع أعداداً من صحف (الأهرام - الوفد - المصري اليوم - الحرية والعدالة)، وتمتد العينة الزمنية من يناير 2012، وحتى ديسمبر 2013 وتم اختيار أعداد المواقع وشملت 110 عدد. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

1- أوضحت الدراسة أن المواقع ركزت على الخطاب الاجتماعي في تناولها لقضايا المرأة.

2- أوضحت الدراسة اعتماد صحف الدراسة على مسارات البرهنة المنطقية بصورة أكبر من مسارات البرهنة العاطفية، حيث جاءت مسارات البرهنة المنطقية في الترتيب الأول مقارنة بمسارات البرهنة العاطفية.

4) دراسة نجلاء جعفر عبد الوهاب 2017م بعنوان "أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا".⁽¹⁾

واعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح الإعلامي، وأسلوب المقارنة المنهجية، وأدوات التحليل التالية: استمارة تحليل المضمون، واستمارة الاستبيان الالكترونية التي طبقت على عينة قوامها 477 مفردة من متابعي الإعلام الجديد والمقابلات الغير موجهة وذلك في الفترة من 2016/1/1 إلى 2016/3/31. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

(2) 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، قسم المواقع الالكترونية، 2017م).

1- أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن العنف هو أهم القضايا التي قامت بتغطيتها عينة الدراسة ونفوقت فيها المدونات بنسبة 51.9%.

2- أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن إطار الضحية هو أهم الأطر الخيرية التي وظفتها عينة الدراسة في معالجتها لقضايا المرأة حيث تم استخدامه في المدونات بنسبة 36.9% وفي صفحات الفيسبوك بنسبة 11.5%.

(7) دراسة سارة إسماعيل 2016م، بعنوان: "قضايا المرأة في المدونات الإلكترونية دراسة تحليلية".⁽¹⁾

واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، واعتمدت الباحثة في الدراسة الحالية، علي استمارة تحليل المضمون ودليل المقابلة كأدوات لجمع البيانات، تنتمي هذه الدراسة على الدراسات الوصفية التحليلية، استخدمت الباحثة عينة عمدية قوامها 14 مدونة من المدونات في الفترة الزمنية من (2013-2014). وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

1- احتلت القضايا الاجتماعية المرتبة الأولى بقائمة القضايا التي ناقشتها مدونات الدراسة بنسبة 30.6% وجاءت قضايا الزواج علي رأس تلك القضايا، يليها قضايا العنف ضد المرأة، ثم قضايا العمل، يليها القضايا السياسية ثم الصحية ثم الاهتمامات التقليدية وأخيراً القضايا الثقافية.

2- تنوعت القوالب التي استخدمها المدونون في كتابة تدويناتهم مابين التدوينات التي جمعت بين النص والصور، والتي جاءت بنسبة 93.7%، تليها التدوينات النصية،

(1) سارة إسماعيل حسن، قضايا المرأة في المدونات الإلكترونية "دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، قسم الاجتماع، 2016م).

ثم المدونات التي تجمع بين النص والصورة والفيديو، وأخيراً التدوينات التي اعتمدت على الصور فقط، ويتضح من ذلك أن الجمع بين النص والصور هو القلب الأكثر شيوعاً.

مشكلة الدراسة:

وسائل التواصل الاجتماعي تعد انعكاساً لحالة المجتمع ورابطاً دائماً بين الأفراد، حيث تساهم بشكل كبير في تسليط الضوء على القضايا والأحداث التي تحدث في المجتمعات، خاصة مع تزايد أهميتها كأداة لنشر الأفكار المختلفة ورفع مستوى الوعي، لا سيما فيما يتعلق بقضايا المرأة. في ظل التقدم التكنولوجي الذي شهده الإنترنت وتطبيقاته المتنوعة، تأتي مسؤولية وسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة بعض القضايا الاجتماعية الملحة. ومن أبرز تلك القضايا مشكلة الطلاق، التي أصبحت تشكل تهديداً واضحاً لاستقرار الأسرة، ما يعرضها للتفكك والانحيار.

في مصر، شهدت حالات الطلاق ارتفاعاً ملحوظاً في السنوات الأخيرة. وفقاً للبيانات الصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بلغ عدد حالات الطلاق 269.8 ألف حالة في عام 2022 مقارنة بـ 254.8 ألف حالة في عام 2021 بمعدل زيادة قدره 5.9% ⁽¹⁾ كما أوضحت التقارير الخاصة بعام 2023 أن عدد حالات الطلاق انخفض إلى 265606 حالة مقارنة بـ 269834 حالة في العام السابق بنسبة انخفاض بلغت 1.6% وتضمنت قضايا محاكم الأسرة خلال الفترة الماضية مواضيع متنوعة مثل الطلاق، الحضانة، والتمكين من المسكن.

(1) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة إحصائية شهرية يونيو، (جمهورية مصر العربية، العدد 88، يونيو 2023م)، ص 34

كما كشفت التقارير لعام 2024 أن الفئة العمرية الأكثر عرضة للطلاق بين النساء كانت بين 25 إلى 30 عامًا، بينما كانت بين الرجال بين 35 إلى 40 عامًا. كما أشارت الإحصائيات إلى أن الأفراد ذوي المؤهلات المتوسطة هم الأكثر تسجيلاً لحالات الطلاق⁽¹⁾

تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي المرأة المصرية فيما يتعلق بقضية الطلاق. لتحقيق ذلك، تم إجراء دراسة ميدانية على عينة تمثيلية من الجمهور النسائي المصري لتحليل هذه العلاقة وتأثيراتها.

أهمية الدراسة:

- تستند أهمية هذه الدراسة إلى محاولة تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي المرأة بقضية الطلاق، فرغم أن لهذه القضية أبعاداً نفسية عميقة، إلا أنها تتداخل أيضاً مع أبعاد اجتماعية نظراً لما تسببه من آثار سلبية خطيرة تؤثر على الفرد والمجتمع من النواحي النفسية، الاجتماعية، والأمنية. لذا، فإن التعامل مع هذه القضية يتطلب المزيد من الاهتمام لفهم أسبابها والبحث عن طرق فعالة لمعالجتها وحلها.
- تهدف الدراسة إلى معرفة الأسباب التي تدفع المرأة للاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد سواء على المستوى المعرفي أو العاطفي أو السلوكي، مع التركيز على قضية الطلاق في مصر.

(1) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء،

<https://www.capmas.gov.eg/HomePage.aspx>

- لا شك أن انتشار الطلاق في المجتمع يشكل تهديدًا لبنيته وأفراده. ولهذا تم اختيار هذا الموضوع كجهد لفهم الأسباب الحقيقية وراء تفاقم هذه الظاهرة والعمل على تقديم حلول مناسبة للتعامل معها.

- تسعى الدراسة أيضًا إلى الوصول لحلول عملية لمعالجة الظاهرة التي تشهد تزايدًا مستمرًا وفقًا للإحصاءات الحديثة.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى استيعاب الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي المرأة تجاه قضية الطلاق في مصر. ولتحقيق هذا الهدف، تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- تحديد وسائل الإلكترونيات المصرية المفضلة لدى عينة الدراسة من النساء لمتابعة قضية الطلاق وفهم أسباب هذا التفضيل.

3- استكشاف دوافع اعتماد النساء على وسائل التواصل الاجتماعي المصرية للحصول على معلومات متعلقة بقضية الطلاق في مصر.

3- تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي المصرية في أداء رسالتها تجاه موضوع الطلاق.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1- ما هي الوسائل الإلكترونية الأبرز التي تحرص المرأة على متابعة قضية الطلاق من خلالها؟

2- إلى أي مدى تعتمد المبحوثات على الوسائل الإلكترونية في متابعة قضية الطلاق؟

3- ما مدى دور وسائل التواصل الاجتماعي ا في أداء رسالتها تجاه تناول موضوع الطلاق ؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات في مستوى اعتمادهن على مواقع التواصل الاجتماعي المصرية، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية .

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثات بمتابعة قضية الطلاق في مصر وبين مستوى متابعتن لموضوعاتها على المواقع الإلكترونية المصرية .

الفرض الثالث: هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثات على المواقع الإلكترونية المصرية وبين مدى مصداقية هذه المواقع لديهم.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة علي نحو التالي:

- **حدود موضوعية:** تقتصر الدراسة علي تناول دور مواقع التواصل الاجتماعي المصرية في تشكيل وعي المرأة اتجاه قضية الطلاق في مصر .
- **حدود زمنية:** تم تطبيق الاستقصاء علي عينة الدراسة في الفترة من 2022/9/1م حتى 2023/5/30م.
- **حدود مكانية:** تتناول هذه الدراسة محافظة الدقهلية ومحافظة دمياط.
- **حدود بشرية:** تتناول الدراسة المرأة المصرية في جمهورية مصر العربية من سن 18: 36 سنة.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى دراسة ظاهرة معينة أو أزمة معينة وتوصيفها ومعرفة كافة جوانبها⁽¹⁾. مما يساعد الباحثة على رصد الحقائق المتعلقة بطبيعة الظاهرة الاتصالية من جهة، فضلا عن توفير بيانات قابلة للقياس الكمي، ومن ثم إمكانية التعميم والتنبؤ من جهة أخرى.⁽²⁾

منهج الدراسة:

تستخدم الباحثة منهج المسح الإعلامي كونه المنهج الأكثر ملائمة للدراسات الوصفية حيث تهتم الدراسة بمسح عينة ممثلة لجمهور المرأة المصرية للتعرف على دور المواقع الإلكترونية في تشكيل وعي المرأة تجاه قضية الطلاق في مصر.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عمدية من المرأة المصرية ممن تتراوح أعمارهم بين (18-36) عاما يبلغ قوامها 400 مفردة من محافظة الدقهلية ومحافظة دمياط ومناطق جغرافية متعددة شعبية ومتوسطة وراقية، ومن مستويات تعليمية مختلفة مؤهل متوسط، مؤهل فوق متوسط، مؤهل جامعي، دراسات عليا، لتشمل الدراسة جميع المستويات التعليمية والمستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة. يشكل هذا الجمهور جزء من المرأة في المجتمع المصري بمستوياته المختلفة.

أداة جمع البيانات:

(1) سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، (القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، 2006 م)، ص 131.

(1) ROGER D. WIMMER and JOSEPH R. DOMINICK, Mass Media Research: An Introduction (New York: Wadsworth Publishing Company, Edition 3, 2011) pp 113-114.

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة علي استمارة الاستبيان لجمع البيانات، وتم توزيع 400 مفردة وقد اشتملت إستمارة الاستبيان علي (29) سؤال، فضلا عن البيانات الديموجرافية للإناث، وتضمنت اسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة، قسمت على 6 محاور أولاً: معدل التعرض للمواقع الالكترونية تضمن (3) أسئلة، وثانياً: الاعتماد على المواقع الالكترونية لمتابعة قضايا الطلاق وتضمن (8) أسئلة، وثالثاً: خاص بمواقع التواصل الاجتماعي وقضية الطلاق تضمن (10) أسئلة، رابعاً: المواقع الالكترونية في تشكيل وعي المرأة نحو قضية الطلاق تتضمن (5) أسئلة، خامساً : خاص اتجاهات المرأة نحو قضية الطلاق في المواقع الالكترونية وتضمن (2) أسئلة، تم صياغتها لتحقيق الأهداف التي تسعى هذه الدراسة الوصول إليها سادساً البيانات الشخصية.

المفاهيم الإجرائية للدراسة

مواقع التواصل الاجتماعي: (Electronic journalism)

هي عبارة عن صفحات إلكترونية يمكننا تصفحها عن طريق استخدام جهاز الحاسوب مع الاتصال بالإنترنت، وتختلف أنواع المواقع الإلكترونية باختلاف الجهة المصنفة للمواقع، وباختلاف الهدف من الموقع ومحتواه الإلكتروني، وباختلاف التقنيات المستخدمة لإنشاء المواقع⁽¹⁾.

ويعرف مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنه: هي مجموعة من الشبكات المتعددة المترابطة لتبادل معلومات وبيانات تتيح لمستخدميها التواصل في أي وقت، ومن أي مكان يكون فيه علاقات جديدة، ويتقاسمون فيه هوايات واهتمامات

(¹) ماجد تربان: الانترنت والصحافة الالكترونية: رؤية مستقبلية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008)، ص 305.

مشتركة، وينشرون ويتبادلون فيه عددا من الموضوعات والصور والفيديوهات، وكذلك متابعة ما يتم عرضه من أخبار والأثر الناجم عن تناقل الأخبار فيها علي المجتمع فهي بمثابة التواصل والتفاعل في مجتمع افتراضي.

الوعي: هو انعكاس وتصوير للواقع المحيط بالإنسان يقصد بها معرفة هذا الواقع وإدراكه الوعي "محتوى العقل فهو كل شئ يستمد منه الخبرة المباشرة مشكلاً إدراكنا وشعورنا وأحاسيسنا وتصوراتنا وأفكارنا فهو الإجمالي العام للخبرة⁽¹⁾

المرأة: "يقصد بها المرأة في المرحلة العمرية من 8 إلى 36 عام.

الاتجاه: هو "استعداد أو تهيؤ عقلي يتكون عند الشخص نتيجة العوامل المؤثرة في خبراته، يجعله يقف موقفاً معيناً نحو بعض الأفكار أو الأشخاص، أو الأشياء التي تختلف فيها وجهات النظر بسبب قيمتها الخلقية أو الاجتماعية"⁽²⁾.

الطلاق Divorce :

هو إنفصام رابطة الزواج عن طريق ترتيبات نظامية يضعها المجتمع في الغالب استناداً إلي أسس دينية سائدة، ويعد الإسلام الطلاق أبغض الحلال عند الله لأنه يتسبب في تفكك أسر وما ينتج أو يترتب علي ذلك من مشكلات تقف حجر عثره في التساند والتماسك الاجتماعي للمجتمع ، ولكن مشروعيته تنبع من كون الحياة أصبحت مستحيلة بين الزوجين، فإذا استمرت بطريقة أو بأخرى تعمقت المشكلات وازدادت

(2) محمد أبو العلا قنديل، دور المواقع الإلكترونية المتخصصة في تنمية المجتمعات، (القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط1، 2015 م)، ص65.

(2) إسراء جاسم فليحي الموسوي، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2019 م)، ص 132

حدثها، وكان تأثيرها من السلبية بـمكان بحيث لا يمكن الوقوف أمام نتائج أبعادها المرضية علي كل أعضاء الأسرة وبالتالي علي المجتمع ككل⁽¹⁾

الاطار النظري:

مواقع التواصل الالكتروني:

لازالت المواقع الالكترونية تمثل المصدر الرئيسي للأخبار بالنسبة لمستخدمي الإنترنت ففي حالة وقوع حدث مهم يتوجه مستخدموه مباشرة إلى المواقع الإخبارية على الشبكة وفي مقدمتها مواقع المواقع الكبرى للحصول على المعلومات. مستقبل مواقع التواصل الاجتماعي يقوم من خلال توظيف التكنولوجيا وتطبيقاتها المختلفة وتطور خدماتها وبرامجها بما يواكب التطورات التقنية والعلمية والتغيرات في مهنة المواقع الالكترونية والتكيف مع متطلبات مجتمع المعلومات، رفع مستوى كفاءة العاملين في مواقع التواصل الاجتماعي الجانب المهني وأخلاقيات العمل الواقعي، وبناء على ما سبق اكتمال لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي أننا لا بد من أن نتناول بالتفاصيل مواقع التواصل الاجتماعي والقضايا الاجتماعية لمشاكل طلاق المرأة.

الطلاق

يُعد الطلاق من أصعب المشكلات الاجتماعية وأسوأها أثراً خطراً في حياة الأسرة والمجتمع، فالطلاق قضية خطيرة تهز كيان الأسرة والمجتمع هزاً عنيفاً، هذه القضية في إزدياد في السنوات الأخيرة بشكل يبعث القلق ولاسيما إن للطلاق عواقب غيرمحمودة علي المستويين الفردي والاجتماعي. شهدت مصر مؤخراً ارتفاع في

(1) محمد حسن غانم، الطلاق بين المحنة والمنحة (رؤية نفسية اجتماعية دينية للطلاق)، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ط2، 2014م)، ص 17.

حالات الطلاق وفقا للإحصائيات التي نشرت في جريدة اليوم السابع الإلكترونية حيث تشير حدوث طلاق كل 4 دقائق و 9 ملايين طفل ضحايا الأزمة⁽¹⁾. ولما يترتب عليه من آثار سلبية في تفكك الأسرة وازدياد العداوة بين الزوجين والآثار الاجتماعية والنفسية العديدة بدءا من الاضطرابات النفسية كالسلوك المنحرف والجريمة.

أسباب الطلاق:

أسباب الطلاق تختلف باختلاف الفرد والأسرة بل عادة ما يكون نتيجة مجموعة من المتغيرات منها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وغيره :

- الخيانة الزوجية، والكراهية، والزواج بإمرأة أخرى وعجز الزوج أو عقم الزوجة، ومرض أحد الزوجين، وسوء المعاملة من أحد الطرفين، وإهمال الزوج أو الزوجة لواجبات كل منهما نحو الآخر، أو الإدمان بأشكاله المختلفة.⁽²⁾ من خلال ذلك ترى دراسة Shabnam Tobaccwala 2011 م بعنوان "تجربة الطلاق والأثر المتصور للتثقيف بشأن قرار الطلاق بين المطلقات في الهند. توصلت هذه الدراسة أن هناك اختلاف في تجارب النساء إلى أسباب الطلاق يميلون إلى أن اسباب الطلاق ترجع إلى ظهور الخيانة الزوجية باعتبارها السبب الأكثر شيوعاً للطلاق، وإلى أساءة معاملة الزوجات، والاختلافات الشخصية والتوتر الاقتصادي بالإضافة للتوتر الاجتماعي، والتحيز الجنسي.⁽³⁾

(1) جريدة اليوم السابع، تقرير بعنوان حالة طلاق كل 4 دقائق و9 ملايين طفل ضحايا الأزمة، 15 تاريخه يناير 2019 م؛ من خلال الرابط التالي: <https://www.youm7.com/> seen on 29/1/2019

(2) حسين عبد الحميد أحمد "الأسرة والمجتمع. دراسة في علم اجتماع الأسرة". (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2012م)، ص 104-105.

(1) Shabnam Tobaccwala " The Experience of Divorce and the Perceived Impact of Education on the Decision to Divorce Among Divorced

- عدم التوافق بين الزوجين: يشمل ذلك التوافق الفكري وتوافق الشخصية والطباع والانسجام الروحي والعاطفي. وبالطبع فإن هذه العموميات صعبة التحديد ويصعب أن نجد رجلاً وامرأة يتقاربان في كل هذه الأمور، وهنا تختلف المقاييس فيما تعنيه كلمة "التوافق" وإلي أي مدي يجب أن يكون ذلك، ولا بد من تعديل أفكارنا وتوقعاتنا حول موضوع التوافق لأن ذلك يفيد كثيراً تقبل الأزواج لزوجاتهم أو العكس.⁽¹⁾

نظرة المجتمع للمرأة المطلقة:

النظرة الاجتماعية للمرأة المطلقة إنها فاشلة في وظيفتها الاجتماعية لم تتجح كزوجة فقد رفضت الانضباط أو فشلت في إيجاد صفة التكيف مع مقتضيات دورها، وينظر إليها عادة كامرأة خارجة على التقاليد، مندفعة وراء رغباتها أو رؤيتها الخاصة ويستقطب التعامل معها موقفان الأول التجنب والثاني الانجذاب ومحاولة التقرب بهدف إقامة علاقة عابرة انطلاقاً من فكرة شائعة بأن المطلقة تسعى لتحديد علاقتها بالجنس الآخر وبأن استعدادها للاستجابة كبير. وهي عرضة للوم بسبب أو بدون سبب.⁽²⁾ وفي بعض الأحيان تصبح المرأة المطلقة مضطهدة إما من قبل زوجة الأب إذا كانت الأم

Women of India", PHD of Philosophy Human Services(Walden University- College Of Social And Behavioral Sciences-May 2011).

(1) نادية حسن أبو سكيئة، ومنال عبد الرحمن خضر: العلاقات والمشكلات الأسرية، مرجع سابق، ص206.

(2) ندى ذيبان "الطلاق والمشكلات الزواج" (دمشق: دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع ط1- 2009م)، ص94.

متوفاة أو من قبل زوجة الأخ في أسرتها فالكـل يشعرون أنها تمثل عبئاً اجتماعياً واقتصادياً على الأسرة، ويكثر الكلام والهمزات والنظرات لها وخاصة إذا كانت تعمل.⁽¹⁾

نظرة المرأة المصرية إلى الطلاق

تري المرأة المصرية أن الطلاق يمثل لها كابوساً فهو يلحق بالمطلقة أضراراً بالغة نفسية واجتماعية واقتصادية لها بعد أن كانت بكراً أصبحت ثيباً وينظر الناس إليها على أنها السبب الرئيسي في توتر العلاقات فلولا فشلها في الزواج وحدث الطلاق لما كان هذا التوتر في العلاقات أو تلك القطيعة وهي في نظر الآخرين، امرأة فاشلة لا تصلح لإقامة أسرة متماسكة ولا لحياة زوجية موفقة وهي تواجه مصاعب الحياة وتصبح محل طمع الآخرين فيها وتصبح حركاتها مرصودة وتصرفاتها محل أنظار ونقد وحديث لا ينقطع.

أثار الطلاق على المجتمع:

المجتمع يتكون من أسر مترابطة تكون نسيجه، فانهلال وتفكك هذه الأسر يسبب اضطرابات اجتماعية يعاني منها المجتمع.⁽²⁾

ويضيف هؤلاء العلماء لقائمة الآثار المدمرة للتفكك الأسري على المجتمع، انتشار ظاهرة عدم الشعور بالمسؤولية، فضلاً عما يصيب القيم الأخلاقية والأعراف الاجتماعية السائدة فيه من مظاهر التردّي والانحطاط، نتيجة عدم احترام تلك القيم

(1) سناء محمد سليمان، "الطلاق (بين الاباحة والصبر.. والخطر والغدر)" سلسلة ثقافة سيكولوجية للجميع، مرجع سابق، ص 81.

(2) إسماعيل عبد الفتاح، وسامية عبد الغني "المرأة العربية ومشكلاتها الاجتماعية"، مرجع سابق، ص 100.

والأعراف والتقييد بها كضوابط اجتماعية تنظم حياة المجتمع وتضبط سلوك أفرادها وجماعاته.⁽¹⁾

دور الإعلام في تشكيل الوعي المجتمعي

أصبح الإعلام أحد أهم أدوات تشكيل الوعي بقضايا ومشكلات المجتمع ويبرز هذا الدور بشكل أكبر في إطار المجتمعات النامية ومنها المجتمع المصري حيث يستقى المواطن الكثير من معلوماته ومعارفه بواسطة وسائل الإعلام خاصة المرئية في ظل ارتفاع الأمية وعملية تشكيل الوعي من خلال وسائل الإعلام.⁽²⁾

يشمل الإعلام كافة أوجه النشاط الإتصالية التي يفترض فيها تزويد الأفراد بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية، وبدون تحريف وهذا يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الصحيحة عن هذه القضايا والمعلومات.⁽³⁾ ويمكن القول: إن مانتشره أو تذييعه وسائل الإعلام يصبح معروفاً للجمهور، وما لا تشره أو لا تذييعه وسائل الإعلام لا يعرف الجمهور عنه شيئاً، ومن هنا تتضح الدور

(1) نادية السعيد "ظاهرة انتشار الطلاق في المجتمعات الإسلامية: حجم المشكلة وأسبابها، وأثارها علاجها" (اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم - العدد 172 - يونيو 2010م) ص 293.

(2) محمد سيد أحمد، الإعلام وتجريف العقل المجتمعي في مرحلة التحول الديمقراطي، (القاهرة: أطلس للنشر والتوزيع الإعلامي، ط1-2015م)، ص 9.

(3) عبير عبد المنعم فيصل، علم الاجتماع وتنمية الوعي الاجتماعي بالمتغيرات المحلية والعالمية، (المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، 2010م)، ص 150.

الذي تلعبه وسائل الإعلام الحديثة في عملية تشكيل الوعي بقضايا ومشكلات المجتمع في الوقت الراهن.⁽¹⁾

أشكال الوعي المجتمعي

1. الوعي الاجتماعي: وعي عام يشتمل على إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا

الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وحتى العلمية التي لها دخل في حياتهم.⁽²⁾

2. غياب الوعي السياسي يؤدي إلى كثرة مشكلات التنمية، لأن التنشئة الاجتماعية

تلعب دوراً أساسياً في تحويل الفرد إلى كائن اجتماعي فأنها تساهم في إعداد الفرد لكي يكون مواطناً صالحاً يمكنه الاشتراك في العمل السياسي من خلال

تنمية الوعي لديه بقيمة الدور الذي يمكنه القيام به.⁽³⁾

3. الوعي الاقتصادي: يمثل في آراء ونظريات وتصورات وقوانين اقتصادية ويحتوي

على علاقات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك وأنماطها، ولا يمكن إغفال الطابع

الاجتماعي لهذا النوع من الوعي حيث أنه يتغير بتغير الحياة الاجتماعية

وتطورها، فهو ذلك الوعي الذي يعكس الاقتصاد بصورة مباشرة.⁽⁴⁾

4. الوعي الثقافي: الثقافة في مجملها هي المعرفة والتعليم وأن الوعي بهما يرقى بالفرد

إلى مستوى اجتماعي أفضل، والوعي الثقافي يعني الوعي بالحياة اليومية بما

(1) محمد سيد أحمد، الإعلام وتجريف العقل المجتمعي في مرحلة التحول الديمقراطي، مرجع سابق، ص 16.

(2) محمد الحفناوي، الإعلام والتنمية في عصر العولمة، (القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط 1، 2014م)، ص 163.

(3) عبير عبد المنعم فيصل "علم الاجتماع وتنمية الوعي الاجتماعي بالمتغيرات المحلية والعالمية، مرجع سابق، ص 142-143.

(4) نهلة صلاح عبد السميع، التفاعلية في صحافة الفيديو وتأثيرها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم المواقع الإلكترونية، 2018م)، ص 128.

يشمل من عادات وتقاليد وأعراف وتدين وأحكام وتفاعل وصور النشاط العام التلقائي المنظم.⁽¹⁾

6. الوعي الديني: يمثل الدين جزءاً لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر، والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والجماعي.⁽²⁾

7. الوعي الحقوقي: يتصل الوعي الحقوقي اتصالاً مباشراً بالوعي السياسي، باعتباره يمثل وعي الأفراد بحقوقهم والرغبة في التأكيد عليها والمطالبة بها خاصة إذا وجدوا أن الدولة تسعى إلى سلبهم إياها أو قامت بسلبها بالفعل.⁽³⁾

أبعاد الوعي المجتمعي

- 1- البعد النفسي الاجتماعي: وجود اتجاه أو موقف إيجابي أو سلبي نحو قضية أو موضوع المراد استطلاع الوعي بشأنه.⁽⁴⁾
- 2- البعد العلمي: يقوم على إدراك القضية أو الموضوع من خلال تفسيره، وإبراز إيجابياته وسلبياته.

(1) موسى عبد الحليم -ناصر علي المهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية، بحث منشور في: مجلة جامعة الأزهر بغزة (سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 2، 2010م)، ص 148.

(2) فاطمة محمود محمد، فعالية برنامج قائم على الأنشطة المدرسية المرتبطة بالإقتصاد المنزلي ف ي ضوء القضايا المعاصرة لتنمية الوعي المجتمعي وإتجاهات التلميذات نحو العمل التطوعي، بحث منشور في: مجلة القراءة والمعرفة، (الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، العدد 177، يوليو 2016 م)، ص 165.

(3) Lianjiang Li, Rights Consciousness and Rules Consciousness in contemporary China, (Toronto, Ontario, Canada, September 2-6, 2009) P11-12.

(4) سعاد إبراهيم العزازي، الوعي الاجتماعي بالمشاركة السياسية للمرأة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الأزهر، مرجع سابق، ص 86.

3- البعد الإيديولوجي: يقوم على تصوير بديل للواقع الراهن لهذه القضية أو الموضوع الذي يستطلع الوعي بشأنه .

والوعي المجتمعي بناء على ماسبق هو منظومة عامة من الأفكار والنظريات للطبقات حول مجمل العلاقات داخل المجتمع، ويمثل فهما كلياً لها وهذا الفهم الكلي يعد الأرقى والأعلى للوعي المجتمعي.⁽¹⁾

مصادر تشكيل الوعي المجتمعي

مصادر تشكيل الوعي متعددة ومتنوعة ومنها رسمي مقصود ومنها ما هو غير رسمي غير مقصود

التعليم: يعد التعليم من أهم مصادر تشكيل الوعي المجتمعي فالمؤسسات التعليمية تساعد الأفراد على إدراك واقعهم ومشكلات مجتمعهم، وذلك من خلال ما تقدمه من معارف ومعلومات وأنشطة.

وسائل الإعلام: تعد وسائل الإعلام مصدراً هاماً من مصادر تشكيل الوعي المجتمعي لدى الأفراد، وسائل الإعلام تشمل المواقع والمجلات والتلفزيون وبرامج الاذاعة وغيرها.⁽²⁾ تملك وسائل الإعلام تأثيرات مباشرة وغير مباشرة، مباشر في خلق مستوى جديد من الوعي لدى أحد الأفراد بشأن إحدى القضايا العامة، كما أن تفكير الفرد في قضية ما يثيرها خبر في وسائل الإعلام قد يدفع الفرد إلى الدخول في نقاش

(1) هادي غازي الربيع، الدور الإستراتيجي للصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المجتمعي لدى طلبة الجامعات الأردنية، مرجع سابق، ص 93.

(2) فاطمة محمود محمد، فعالية برنامج قائم على الأنشطة المدرسية المرتبطة بالإقتصاد المنزلي ف يضوء القضايا المعاصرة لتنمية الوعي المجتمعي وإتجاهات التلميذات نحو العمل التطوعي، مرجع سابق، ص 165.

مباشر مع الآخرين حولها، وفي هذه الحالة يكون للتعرض للأخبار تأثير غير مباشر على وعي الأفراد، وذلك من خلال المناقشات.⁽¹⁾

المنظمات السياسية: تلعب المنظمات والأحزاب السياسية دوراً في تشكيل الوعي الاجتماعي لأعضائها من خلال الأفكار التي تدعو لها البرامج والندوات التي تعقدها والمواقع والمجالات.

التثقيف الذاتي: يمثل التثقيف الذاتي ركناً أساسياً في تشكيل وعي الفرد مايقوم به بنفسه من جهد ذاتي عن طريق القراءة والاطلاع والبحث ولا يكتفي بما يحصل عليه من خلال المؤسسات الاجتماعية.

المصدر المجتمعي: يشمل المجتمع المحلي الذي يمثل الموطن الأصلي أو موطن الإقامة بالنسبة للشخص، كما يشمل جميع الأوساط الاجتماعية والثقافية التي يتفاعل معها في إطار المجتمع وتؤثر في نموه وتشكيل شخصيته.⁽²⁾

نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا وأثرها في تشكيل وعي المرأة:

أضحت التكنولوجيا اليوم جزءاً جوهرياً من واقع حياتنا اليومية، حيث تجاوزت كونها مجرد أدوات لتؤدي دوراً محورياً في صياغة العلاقات الاجتماعية والثقافية. وفقاً لنظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا، تعد التكنولوجيا نتاجاً اجتماعياً وثقافياً يتأثر بالبيئة التي نشأ فيها، مما يجعلها قادرة على تشكيل التفاعلات الاجتماعية والسلوكيات، سواء بدعم قيم المساواة بين الجنسين أو بتعزيز الأنماط التقليدية السائدة، هذا النهج

(1) ماكس ماكومز وآخرون، ترجمة محمد صفوت حسن: الأخبار والرأي العام تأثير الإعلام على الحياة المدنية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2012م)، ص13.

(2) سعاد إبراهيم العزازي، الوعي الاجتماعي بالمشاركة السياسية للمرأة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الأزهر، بحث منشور في: مجلة كلية التربية، (جامعة الأزهر: كلية التربية، العدد 144، المجلد 7، ديسمبر 2010م)، ص 85-86.

يُبرز إمكانية التكنولوجيا في أن تكون وسيلة للتقدم الاجتماعي أو أداة لإعادة إنتاج أشكال التمييز⁽¹⁾.

وتلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً فعالاً في تشكيل وعي المرأة في الوقت الحالي، حيث أصبحت هذه المنصات مصدراً رئيسياً للمعلومات والتفاعل الاجتماعي. توفر وسائل التواصل فرصاً للتعليم، وتبادل الخبرات، والدعم النفسي، مما يساهم بشكل كبير في تعزيز فهم المرأة لقضاياها المختلفة وبناء رأي مستقل حولها.

- تعزيز الوعي والتثقيف: تتيح المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي للنساء العربيات فرصة نشر الوعي بشأن حقوقهن وقضاياهن المختلفة، بالإضافة إلى دعم الحوار العام حول المساواة وقضايا النوع الاجتماعي عبر هذه الأدوات، يمكن تحقيق تقدم كبير في تعزيز التثقيف المجتمعي وتحقيق التأثير على نطاق واسع.

- خلق فرص العمل وتوسيع آفاق الاقتصاد الرقمي: بفضل التكنولوجيا، تزداد إمكانيات النساء للعمل عن بعد وإطلاق مشاريعهن الخاصة عبر الإنترنت، هذه التطورات تساهم في توسيع مجال عمل المرأة وزيادة استقلالها المالي مما يثمر تنمية اقتصادية أكثر شمولاً.

- تطوير المشاركة السياسية وتعزيز القدرة على صنع القرار: تشكل التكنولوجيا قناة فعالة تتيح للمرأة الوصول إلى النقاشات السياسية والمشاركة بشكل فاعل من خلال الحملات الرقمية والأنشطة التفاعلية، يمكن للنساء أن يكون لهن

(1) جمال دقيش، وعبد الفتاح داودي (2019). المرأة المبتكرة والفرص المتاحة في عالم التكنولوجيا. مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، مجلد (5)، عدد (1)، ص.ص 119-140.

حضور قوي في الساحة السياسية والمساهمة في صنع القرارات المهمة التي تؤثر على المجتمع.

- توسيع إمكانات التعليم والتدريب المهني: تضمن المنصات التعليمية الرقمية فرص تعلم متساوية تساعد النساء في الحصول على التعليم وتنمية مهارتهن المهنية بغض النظر عن قيود الموقع الجغرافي أو ظروفهن الاجتماعية، مما يفتح أمامهن آفاقاً جديدة وتعزز قدرتهن على الاندماج في سوق العمل⁽¹⁾.
- التعامل مع تداعيات الطلاق لدى المرأة: أصبحت التكنولوجيا أداة فعالة لتقديم حلول مبتكرة تساعد النساء في مواجهة التحديات المتعلقة بالطلاق، من خلال توفير خدمات الدعم النفسي والقانوني عبر الإنترنت. كما تسهم التكنولوجيا في تبسيط إجراءات الإبلاغ عن حالات العنف الأسري وضمان سرعة تقديم الدعم اللازم.

(1) رتيبية رتيبة حسين عبدالواحد، وهدي محمد محمود، وصالح الدين عبدالحميد. (2018). مدى وعى طالبات المرحلة الثانوية بقضايا المرأة، دراسات تربوية واجتماعية، مجلد (24)، عدد (1)، ص.ص 1735-1766.

إجراءات الدراسة الميدانية :

إعداد صحيفة استبيان تم تطبيقها على عينة المرأة المصرية من سن 18 : 36 سنة وبلغ حجم العينة 400 مفردة من محافظتي والدقهلية ودمياط.

خطوات إعداد استمارة الاستبيان: The Questionnaire

- 1- تحديد أهداف الاستمارة في ضوء مشكلة الدراسة وفروضها ومتغيراتها، وكذلك تحديد أفراد العينة التي ستطبق عليها استمارة الاستبيان، وذلك للوقوف على الصياغة المناسبة للمبحوثات من ناحية، وتحقيق أهداف الدراسة من ناحية أخرى.
- 2- تم إعداد الاستمارة في شكلها الأولي في شكل أسئلة لقياس كل متغير من متغيرات الدراسة، ثم عرضها على المشرفين على الدراسة وإجراء بعض التعديلات.
- 3- تحديد شكل الأسئلة، والتنوع بين الأسئلة المغلقة والمفتوحة في أسلوب سهل ويسير.

- 4- عرض الاستمارة على المحكمين من أساتذة الإعلام في تخصصات متعددة، لتعرف على ملاحظات علي استمارة سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل.

إجراءات الصدق والثبات

1- إجراءات الصدق

إجراء اختبار الصدق لاستمارة الاستبيان

يقصد باختبار صدق Validity أداة جمع المعلومات والبيانات مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، بحيث تعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية، أي أن اختبار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة البحث أو

المقياس المستخدم في الدراسة وصلاحيته سواء في جمع البيانات أو قياس المتغيرات بدرجة عالية من الكفاءة والدقة⁽¹⁾

للوصول إلى نتائج تتسم بالدقة ودرجة عالية من الصدق قد تم التحقق من صدق أداة الدراسة بطريقة: صدق المحكمين، وقامت الباحثة بالتأكد من صدق صحيفة الاستقصاء كما يلي:

الصدق الظاهر للأداة (صدق المحكمين):

قامت الباحثة بإجراء الصدق لاستمارة الاستبيان، حيث تم مراجعة تلك الاستمارة منهجياً وعلمياً من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين.

2- إجراءات الثبات:

يستخدم هذا الإجراء لمعرفة مدى إمكانية الاعتماد على صحيفة الاستقصاء في بيانات تتسم بالثبات ونظراً للتباين الواضح بين متغيرات الدراسة، فاعتمدت الباحثة على معامل الثبات ألفا لكرونباخ Alpha Crinbach، وأظهرت نتائج اختبار الثبات لمتغيرات الدراسة والتي يوضحها الجدول (1) ما يلي:

(1) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، 2006م)، ص314

جدول رقم (1)

يوضح نتائج اختبار الثبات لمتغيرات الدراسة

المقاييس	عدد العبارات	معامل ألفا
معالجة المواقع لقضية الطلاق	7	0,839
مصادقية المواقع	21	0,940
الاتجاهات ككل	21	0,803
الاستبيان ككل	61	0,949

بالنسبة لمقياس مصادقية المواقع، فقد تبين أن معامل ألفا للمقياس ككل بلغ 0.940 وهو ما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقياس، وذلك باعتبار أن معامل ألفا الذي يتراوح ما بين 0.50 إلى 0.60 يعتبر كافياً مقبولاً، وأن معامل ألفا الذي يصل إلى 0.94 يعتبر ذو مستوى ممتاز من الثقة والاعتمادية.

بالنسبة لمقياس معالجة المواقع لقضية الطلاق، فقد تبين أن معامل ألفا للمقياس ككل بلغ 0.839، وهو ما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقياس.

بالنسبة لمقياس الاتجاهات ككل، فقد تبين أن معامل ألفا للمقياس ككل بلغ 0.803 وهو ما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقياس.

نتائج الدراسة الميدانية

يتضح من نتائج الدراسة الميدانية التي طبقت على عينة عمدية من المرأة المصرية اللاتي يتعرضن لمواقع التواصل الاجتماعي، قوامها 400 مفردة من محافظة الدقهلية، ومحافظة دمياط. بحيث تتضمن العينة خصائص المبحوثات مجموعة متنوعة تختلف فيما بينها في: (العمر والمؤهل العلمي والمهنة، محل الإقامة، نوع السكن، ملكية السكن، المحافظة، الحالة الاجتماعية، متوسط دخل الأسرة الشهري).

جدول رقم (2)

يوضح سن المبحوثات

السن	ك	%
من 18 لأقل من 24 سنة	104	26,00%
من 24 لأقل من 30 سنة	138	34,50%
من 30 لأقل من 36 سنة	121	30,50%
من 36 سنة فأكثر	37	9,25%
الإجمالي	400	100%

يتضح بيانات الجدول رقم (7) إلى السن المبحوثات عينة الدراسة فاحتل السن من 24 لأقل من 30 سنة المرتبة الأولى بنسبة 34,50%، بينما احتل المرتبة الثانية السن من 30 لأقل من 36 سنة بنسبة 30,50% وبينما احتل السن من 18 لأقل من 24 سنة المرتبة الثالثة بنسبة 26,00% وجاء في المرتبة الأخير السن من 36 سنة فأكثر بنسبة 9,25%.

يمكن تفسير ذلك المرحلة العمرية المبحوثات من 24 لأقل من 30 سنة في المرتبة الأولى لأنها هي الفئة الشبابية الناضجة التي معظمها من الجامعات فهي تمتاز بأنها الأكثر إقبالا على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الكافية حول قضية الطلاق والآثار السلبية الناتجة على الفرد والمجتمع.

جدول رقم (3)

يوضح المؤهل العلمي المبحوثات

المؤهل العلمي	ك	%
مؤهل متوسط	18	4,50%
مؤهل فوق متوسط	16	4,00%
جامعي	195	48,75%
دراسات عليا	171	42,75%
الإجمالي	400	100%

ينتضح من بيانات الجدول السابق رقم (8) المؤهل العلمي التي تنتمي إليها المبحوثات ،حيث جاء المؤهل الجامعي في المرتبة الأولى بنسبة 48,75% جاءت دراسات عليا في المرتبة الثانية بنسبة 42,75% و مؤهل متوسط جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 4,50% بينما في المرتبة الأخيرة مؤهل فوق متوسط بنسبة 4%.

جدول رقم (4)

يوضح مهنة المبحوثات

المهنة	ك	%
طالبة	169	42,25%
موظفة	175	43,75%
ربة منزل	56	14,00%
الإجمالي	400	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (9) المهنة التي تنتمي إليها المبحوثات عينة الدراسة، جاءت الموظفة في الترتيب الأول بنسبة 43,75% وجاءت طالبة في المرتبة الثانية بنسبة 42,25%، وأخيراً ربة منزل بنسبة 14,00%.

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية

(1) مدى متابعة المبحوثات للمواقع الإلكترونية المصرية .

جدول (5)

يوضح مدى متابعة المبحوثات للمواقع الإلكترونية المصرية

مدى متابعة المبحوثات للمواقع الإلكترونية	ك	%
دائماً	194	48,05%
أحياناً	139	34,75%
نادراً	67	16,75%
الإجمالي	400	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (15) إن أكثر المبحوثات يتابعن المواقع الإلكترونية ليست بصفة غير منتظمة جاء في المرتبة الأولى دائماً بنسبة بلغت (48,05%)، بينما أجابت المبحوثات اللاتي يتعرضن للمواقع الإلكترونية أحياناً بشكل منتظم بنسبة (34,75%) وجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (16,75%) من المبحوثات نادراً اللاتي يتعرضن للمواقع الإلكترونية.

(2) عدد الساعات التي تقضيها المبحوثات أمام المواقع الإلكترونية المصرية يومياً.

جدول رقم (6)

يوضح كثافة الإستخدام اليومي للمواقع الإلكترونية

كثافة الإستخدام اليومي	ك	%
أقل من ساعة	29	7,25%
من ساعة إلى 4 ساعات	152	38,00%
أكثر من 4 ساعات إلى 8 ساعات	126	31,50%
من 8 ساعات وأكثر	93	23,25%
الإجمالي	400	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (16) أن فئة "من ساعة إلى 4 ساعات" جاءت في المرتبة الأولى من حيث الوقت الذي تقضيها المبحوثات أمام المواقع الإلكترونية بنسبة (38,00%)، ثم "أكثر من 4 ساعات" في المرتبة الثانية بنسبة (31,50%) تقضيها المبحوثات أمام المواقع الإلكترونية، يليه في المرتبة الثالثة "من 8

ساعات وأكثر" بنسبة (23,25%) تقضيها المبحوثات أمام المواقع الإلكترونية، يليها في المرتبة الرابعة تقضيها "أقل من ساعة" بنسبة (7,25%) علي المواقع الإلكترونية. يتضح من النتائج السابقة أن كثافة الإستخدام اليومي للصحافة الإلكترونية من قبل المبحوثات جاءت "أقل من ساعة"، ويفسر ذلك أن تصفح وقراءة الأخبار لن تستغرق وقت طويل.

(5) أكثر المواقع الإلكترونية المصرية التي يفضل متابعتها من قبل المبحوثات؟

جدول رقم (7)

يوضح أكثر المواقع الإلكترونية المصرية التي تفضل متابعتها من قبل المبحوثات

الترتيب	%	ك	المواقع الإلكترونية المصرية التي يفضل متابعتها من قبل المبحوثات
7	22,0%	88	فيسبوك
1	71,75%	287	تيك توك
8	10,5%	42	انستجرام
4	29,25%	117	سناب شات
2	46,0%	184	يوتيوب
6	28,5%	114	تويتر سابقا (x)
9	9,5%	38	تليجرام
11	3,25%	13	سناب شات ديسكفر
5	28,75%	115	ثريدز
3	30,0%	120	بنترست
10	4,25%	17	كروم

"التأثير المتبادل بين التصميم والسلوك الإنساني في الحيزات التجارية "

7	%22,0	88	رديت
-	%100	122	الإجمالي

*سُمح للمبحوثات باختيار أكثر من بديل

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (19) ارتفاع معدل متابعة المبحوثات لموقع الفيس بوك احتلت المرتبة الأولى بنسبة (71,75%) من حيث المتابعة بالنسبة لصحف الإلكترونية وهي أكثر أنواع المواقع الإلكترونية الخاصة انتشاراً بين المبحوثات وقد يرجع ذلك إلى التحديث المستمر الأخبار ولسرعة نشر وتقديم خدمات متميزة للمبحوثات يعطي تغطية شاملة للأحداث وقت حدوثها والتفاعل مع المبحوثات عن طريق صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي والفيس بوك وإتاحة التعليق الفوري الأحداث.

(12) مدى حرص المبحوثات على متابعة قضية الطلاق في المواقع الإلكترونية المصرية.

جدول (8)

يوضح مدى حرص المبحوثات علي متابعة قضية الطلاق في المواقع الإلكترونية

معدل حرص المبحوثات علي متابعة قضية الطلاق	ك	%
أتابعها باستمرار	105	%26,25
أتابعها بالصدفة	242	%60,50
لا أتابعها إطلاقاً	53	%13,25
الإجمالي	400	%100

يتبين من بيانات الجدول السابق رقم (26) أن معدل حرص المبحوثات على متابعة قضية الطلاق احتلت المرتبة الأولى أتابعها بالصدفة بنسبة (60,50%)، يليها في المرتبة الثانية أتابعها باستمرار بنسبة (26,25%)، يليها في المرتبة الأخيرة لا أتابعها إطلاقاً بنسبة (13,25%).

نتائج اختبارات الفروض

لإجراء فروض البحث تم إجراء التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها باستخدام استمارة الاستقصاء، وبناء على نتائج دراسة العلاقات بين المتغيرات الخاضعة للبحث وإجراء التحليل الإحصائي للبيانات والاختبارات الإحصائية باستخدام (SPSS) وذلك كما يلي:

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات في درجة اعتمادهم علي مواقع التواصل الاجتماعي المصرية تبعاً للمتغيرات الديموجرافية .

ولاختبار هذا الفرض، تم استخدام اختبارات "ت" (T-test) واختبار (F-test) واختبار مدى الفرق في إدراك المبحوثات في درجة اعتمادهن علي مواقع التواصل الاجتماعي المصرية تبعاً للمتغيرات الديموجرافية، وذلك وفقاً للاختلاف في محل الإقامة، والعمر، والمؤهل، وفيما يلي توضيح لتحليل كل متغير من هذه المتغيرات.

الفرض الأول

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات في درجة اعتمادهم علي مواقع التواصل الاجتماعي المصرية تبعا لمحل الإقامة (ريف/مدن).

جدول رقم (9)

يوضح مدى اعتماد المبحوثات على المواقع الالكترونية في الحصول على المعلومات عن قضية الطلاق نتائج تحليل Test-T لمتغير محل الإقامة (ريف/مدن)

الأبعاد	محل الإقامة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية	القرار
مدى اعتماد المبحوثات على المواقع الالكترونية في الحصول على المعلومات عن قضية الطلاق	ريف	178	2,472	,7301	1,239	,216	غير معنوي
	مدن	222	2,387	,6335			

يتضح من مؤشرات الجدول السابق رقم (46) استخدام اختبار (Test-T) (لمعرفة الفروق بين مفردات عينة الدراسة وفقاً لمحل الإقامة حيث بلغت قيمة ت=1,239 نسبة المستوى المعنوي 216, ، غير معنوي، وهذا يوضح أن اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن قضية الطلاق لا تختلف باختلاف محل الإقامة وبالتالي ترفض الدراسة صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات في درجة اعتمادهن علي مواقع التواصل الاجتماعي المصرية تبعا لمحل الإقامة (ريف/مدن).

الفرض الأول

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات في درجة اعتمادهن على مواقع التواصل الاجتماعي المصرية تبعا للعمر.

جدول رقم (10)

يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين بين فئات العمر للمبحوثات عينة الدراسة الفروق في ادراك المبحوثات في درجة اعتمادهن على مواقع التواصل الاجتماعي المصرية تبعا للعمر

فئات العمر	الأعداد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار F	Sig.	القرار	من 18 لأقل من 24 سنة	من 24 لأقل من 30 سنة	من 30 لأقل من 36 سنة	من 36 سنة فأكثر
من 18 لأقل من 24 سنة	104	2,269	.8033	3,930	0.009	معنوي	1			
من 24 لأقل من 30 سنة	138	2,399	.6677				0.1293	1		

"التأثير المتبادل بين التصميم والسلوك الإنساني في الحيزات التجارية "

سنة									
من 30 لأقل من 36 سنة	121	2,570	.5892						
من 36 سنة فأكثر	37	2,486	.5067	.2173	.0879	.0838	1		

يتضح من مؤشرات الجدول السابق رقم (47) ولمعرفة مصدر التباين فئات العمر للعينة ادراك المبحوثات في درجة اعتمادهم علي مواقع التواصل الاجتماعي المصرية تبعا للعمر تم إجراء الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي LSD باستخدام اختبار "Post Hoc test" يتضح صحة الفرض القائل يوجد فرق معنوي ادراك المبحوثات في درجة اعتمادهن علي مواقع التواصل الاجتماعي المصرية وفقاً للعمر أن هناك فرق معنوي بين فئة من 18 لأقل من 24 سنة وفئة 24 إلى 30 سنة لصالح فئة من 18 لأقل من 24 سنة بنسبة. يمكن تفسير ذلك أن فئة من 18 لأقل من 24 سنة هي الفئة الشبابية الناضجة التي معظمها من الجامعات ،فهي تمتاز بأنها أكثر إقبالاً على استخدام الأدوات التكنولوجية وشبكة الإنترنت وتصفح المواقع الالكترونية لمعرفة الأخبار والأحداث الجارية .

"التأثير المتبادل بين التصميم والسلوك الإنساني في الحيزات التجارية "

الفرض الثاني

توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائية بين مدي اهتمام المبحوثات بمتابعة قضية الطلاق في مصر وبين مدي متابعتهم لموضوعاتها في المواقع الالكترونية المصرية.

جدول رقم (11)

يوضح العلاقة بين مدي اهتمام المبحوثات بمتابعة قضية الطلاق في مصر وبين مدي متابعتهم لموضوعاتها في المواقع الالكترونية المصرية

مدي اهتمام المبحوثات بمتابعة قضية الطلاق في مصر										مدى متابعة المبحوثات لموضوع الطلاق في المواقع الالكترونية المصرية
مستوى الدالة	قيمة كا2	الاجمالى		نادرا		احيانا		دائما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0,000	88,402	%100	53	%43,40	23	%35,85	19	%20,75	11	لا اتابعها اطلاقا
		%100	242	%9,92	24	%63,64	154	%60,95	64	اتابعها بالصدفة
		%100	105	%19,05	20	%20,00	21	%60,95	64	اتابعها باستمرار
		%100	400	%16,75	67	%48,50	194	%34,75	139	الاجمالى

"التأثير المتبادل بين التصميم والسلوك الإنساني في الحيزات التجارية "

تشير بيانات الجدول السابق (54) إلى العلاقة بين متغيري مدي اهتمام المبحوثات بمتابعة قضية الطلاق في مصر وبين مدي متابعتهم لموضوعاتها في المواقع الالكترونية المصرية، ويتضح إن العدد الأكبر من أفراد العينة (154) لديهم درجة اهتمام المبحوثات بمتابعة قضية الطلاق في مصر أحيانا ومتابعتهم لموضوعاتها في المواقع الالكترونية المصرية المتابعة بالصدفة

ولاختبار العلاقة بين متغيري مدي اهتمام المبحوثات بمتابعة قضية الطلاق في مصر وبين مدي متابعتهم لموضوعاتها في المواقع الالكترونية المصرية، تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين (اختبار كا²) باستخدام مربعات (chi - square) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة كا² = 88,402، بمستوى دلالة = (0,000) عند مستوى معنوية 5%

وهذا يعني أن كلما زاد معدل اهتمام المبحوثات بقضية الطلاق في المواقع الالكترونية كلما زاد معدل تعرض المبحوثات في الأخبار والمعلومات التي تقدمها عن قضية الطلاق.

وبناء على النتائج السابقة يتبين صحة الفرض الثاني من فروض الدراسة، إذ اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائيا بين مدي اهتمام المبحوثات بمتابعة قضية الطلاق في مصر وبين مدي متابعتهم لموضوعاتها في المواقع الالكترونية المصرية مقدارها 0.673.

الفرض الثالث

توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتمادهم المبحوثات على المواقع الالكترونية المصرية وبين مدي مصداقية هذه المواقع لديهم.

جدول رقم (12)

يوضح العلاقة بين درجة اعتمادهن المبحوثات على المواقع الالكترونية المصرية وبين مدي مصداقية هذه المواقع لديه.

مدى مصداقية المواقع الالكترونية المصرية في تناولها لقضية الطلاق في مصر	مدى اعتماد ك على المواقع الالكترونية في الحصول على المعلومات عن قضية الطلاق.						قيمة كا2	مستوى الدلالة
لا على الإطلاق الى حد ما الى حد كبير الإجمالي	الى حد كبير		الى حد ما		لا على الإطلاق		131,819 0,000	
	ك	%	ك	%	ك	%		
	24	%11,27	7	%4,86	20	%46,51		
	43	%20,19	97	%67,78	10	%23,26		
	146	%68,54	40	%27,78	13	%30,23		
	213	%100	144	%100	43	%100		

"التأثير المتبادل بين التصميم والسلوك الإنساني في الحيزات التجارية "

تشير بيانات الجدول السابق رقم (55) إلى العلاقة بين متغيري درجة اعتماد المبحوثات على المواقع الالكترونية المصرية وبين مدي مصداقية هذه المواقع لديهم ، ويتضح أن العدد الأكبر من أفراد العينة (146) لديهم درجة اعتماد المبحوثات على المواقع الالكترونية المصرية الى حد كبير ومصادقية هذه المواقع لديهم الى حد كبير ايضا

ولاختبار العلاقة بين متغير درجة اعتماد المبحوثات على المواقع الالكترونية المصرية وبين متغير مصداقية هذه المواقع لديهم، تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين (اختبار كا²) باستخدام مربعات (chi – square) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة كا² = 131,819 ، بمستوى دلالة = (0,000) عند مستوى معنوية 5% وهذا يعني كلما زاد تعرض المبحوثات لقضية الطلاق في المواقع الالكترونية كلما زادت مصداقية المبحوثات في المعلومات التي تقدمها المواقع الالكترونية عن قضية الطلاق. وبناء على الجدول السابق يتبين صحة الفرض الثالث من فروض الدراسة، إذ اتضح وجود علاقة ارتباطيه طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثات على المواقع الالكترونية المصرية وبين مدي مصداقية هذه المواقع لديهم. مقدارها 0.773.

خاتمة الدراسة

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي المصرية في تشكيل وعي المرأة تجاه قضية الطلاق في مصر حيث أشارت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

- أشارت الدراسة إلى ارتفاع معدل تعرض المبحوثات للمواقع الإلكترونية إذا جاء في المرتبة الأولى أحيانا بشكل غير منتظم بنسبة (48,05%)، يليها بشكل دائم ومنتظم بنسبة (34,75%) مما يدل على الزيادة المستمرة في أعداد مستخدمي المواقع الإلكترونية وهي نتيجة واقعية لما تقدمه المواقع الإلكترونية في عصرنا الحاضر من خلال حرية تدفق الآراء والأفكار بالإضافة إلى حرية الممارسة الإعلامية في تلك المواقع مقارنة بوسائل الإعلامية الأخرى ولأنها تتسم بالفورية في نقل الأحداث وبألفاظها وعباراتها التي تعمل على جذب الانتباه، ولسهولة والاختصار في عرض محتوى المادة المنشورة ، بالإضافة إلى تنوعها وشموليتها وتناولها القضايا التي تهم المبحوثات.

- أوضحت نتائج الدراسة أن عدد الساعات اللاتي يتعرضن فيها المبحوثات أمام المواقع الإلكترونية حيث جاء في المرتبة الأولى أقل من ساعة بنسبة (38,00%) يليها في المرتبة الثانية من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة (31,50%)، يليها في المرتبة الثالثة من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة (23,25%)، يليها في المرتبة الأخيرة من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات بنسبة (7,25%).

- أظهرت نتائج الدراسة المواقع التي يعتمد متابعتها المبحوثات في الحصول على معلومات في المرتبة الأولى هي صحيفة اليوم السابع في المرتبة الأولى بنسبة (71,75%)، يليها في المرتبة الثانية صحيفة المصري اليوم بنسبة (46,0%)، يليها في المرتبة الثالثة صحيفة موقع أخبارك نت بنسبة (30,0%)، يليها في المرتبة الرابعة صحيفة الأهرام بنسبة (29,25%) وهي متنوعة بين المواقع الخاصة والمواقع القومية وفي المرتبة الأخيرة صحيفة الفجر بنسبة (3,25%).

- أشارت نتائج الدراسة الأسباب التي دفعت المبحوثات عينة الدراسة تفضيلها المواقع الإلكترونية، وجاءت في المرتبة الأولى السرعة في نقل الأحداث احتلت في المرتبة الأولى بنسبة (14,5%) ويمكن تفسير ذلك لسهولة إمداد المبحوثات بالمعلومات والأخبار والأحداث في وقت حدوثها ليس لها مواعيد محددة كما يوجد في وسائل الإعلام، يليها في المرتبة الثانية تمتاز بالمصادقية في تناول الأحداث بنسبة (10,75%)، ويمكن تفسير ذلك تقدم المواقع الإلكترونية الأخبار مدعومة بالصوت والصور وأفلام الفيديو، يليها في المرتبة الثالثة سهولة التصفح والحصول على معلومات بنسبة (4,5%)، يليها في المرتبة الرابعة سهولة البحث في الأرشيف بنسبة (2,00%)، يليها ثم يليها قدرتها على جذب ولفت انتباهي العناوين أو الموضوعات بنسبة (1,75%)، وأخيراً ثم يليها تعدد الوسائط المستخدمة في تناولها الأحداث (نصوص والصور والرسوم والفيديو) بنسبة (0,50%).

- كشفت نتائج الدراسة عن تعدد الأسباب متابعة المبحوثات للمواقع الإلكترونية المصرية، فجاء في المرتبة التحديث المستمر والمباشرة في نقل الأخبار بنسبة (77,75%) ويمكن تفسير ذلك سرعة في ملاحظة التطورات في الأحداث وتحديث آخر الأخبار في لحظة وقوعها. يليها في المرتبة الثانية لأنها تملك القدرة على جذب انتباه القارئ نحو الموضوعات بنسبة (59,00%)، يليها لأنني أثق في المعلومات والبيانات التي تقدمها المواقع الإلكترونية بنسبة (49,00%)، يليها لأنها تعطي مساحة لحرية التعبير عن رأي في الموضوعات المطروحة بنسبة (46,25%)، من خلال إتاحة التعليق على المادة المنشورة وابداء رأيها بدون خوف وإرسال رسائل البريد الإلكتروني أو محادثة المحرر وهذا ماتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، يليها في المرتبة الأخيرة وأخيراً للتسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة (13,25%).

- أثبتت نتائج دراسة الموضوعات التي تحرص المبحوثات علي متابعتها في المواقع الإلكترونية المصرية حيث جاءت الموضوعات المرأة في المرتبة الأولى بنسبة (57,0%)، يليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة (45,0%)، يليها الموضوعات السياسية بنسبة (39,75%)، يليها الرابعة الموضوعات الرياضية بنسبة (27,0%)، يليها في الموضوعات العلمية بنسبة (26,75%)، يليها في الموضوعات الدينية بنسبة (24,5%)، يليها في الموضوعات الثقافية بنسبة (21,75%).

- أظهرت نتائج الدراسة تعدد وتنوع أسباب مشاركة المبحوثات بالرأي أو الحوار حول موضوعات قضية الطلاق التي تقدمها المواقع الالكترونية فجاء في المرتبة الأولى احتلت إبداء رأى يشعرني بأني عضو فاعل في المجتمع بنسبة (37,21%)، ثم يليها في المرتبة الثانية لأنني أريد تقليل انتشار هذه القضية في المجتمع بنسبة (30,07%)، ثم يليها لتقديم مقترحاتي حول قضية الطلاق في مصر بنسبة (20,67%)، ثم يليها التعرف على آراء الاستشاريين والمتخصصين بنسبة (12,0%).

توصيات الدراسة:

تم الوصول إلى عدد من التوصيات التي من شأنها أن تسهم في زيادة فاعلية وأهمية الدور الذي تقوم به المواقع الالكترونية في تشكيل الوعي، وذلك على النحو التالي.

- 1- زيادة الاهتمام بالمعالجة الإعلامية لقضية الطلاق في مصر من قبل الباحثين وإجراء المزيد من الأبحاث والدراسات حول دور مواقع التواصل الاجتماعي تناول جوانب مختلفة مثل قضايا التحرش الجنسي، قضايا العنف ضد المرأة وغيرها من القضايا التي تهم المبحوثات.
- 2- تطوير أداء المواقع الالكترونية المصرية وتعزيز مبدأ الموضوعية فيها، وعرض جميع الآراء والاتجاهات حول قضية الطلاق لرفع مستوى ثقة المبحوثات.
- 3- زيادة الاهتمام بتناول قضية الطلاق في المواقع الالكترونية بصراحة وحرية، ونقل وجهات النظر المختلفة، لأنها ستدفع المبحوثات إلى مزيد من متابعة هذه المواقع.
- 4- ضرورة قيام (وزارة التضامن الاجتماعي -الأزهر -جمعيات حقوق المرأة) بتنفيذ الدورات وبرامج تدريبية لتوعية المقبلين على الزواج بحقوق وواجبات الزوجين والحفاظ على كيان الأسرة من خلال تنمية وعي المرأة نحو قضية الطلاق.
- 5- الاهتمام بوسائل تواصل إدارة المواقع والرد على تساؤلات المستخدمين، لخلق جو من الرضا وشعورهم باهتمام إدارة المواقع بهم وبأرائهم.

مقترحات الدراسة:

- 1- تطوير أداء المؤسسات التي تعني قضية الطلاق من خلال المواقع الإلكترونية، لتساهم في زيادة معرفة المبحوثات نحوها، وتكوين اتجاهات إيجابية.
- 2- زيادة الدراسات التي تتناول المواقع الإلكترونية وجوانب مختلفة من قضايا المرأة (رياضية -ثقافية).
- 3- التركيز على إقامة مؤتمرات والندوات والبحوث الخاصة بقضية الطلاق ونشرها في المواقع الإلكترونية لخفض معدلات الطلاق.

قائمة المراجع

المراجع العربية

1. أبو سكينه، نادية حسن، ومنال عبد الرحمن خضر. (2012). العلاقات والمشكلات الأسرية. مرجع سابق، ص 206.
2. إسماعيل عبد الفتاح، وسامية عبد الغني. (2010). المرأة العربية ومشكلاتها الاجتماعية. مرجع سابق، ص 100.
3. إسراء جاسم فليحي الموسوي. (2019). الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، ص 132.
4. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء. (2023). نشرة إحصائية شهرية - يونيو، العدد 88. جمهورية مصر العربية، ص 34.
الرابط : <https://www.capmas.gov.eg/HomePage.aspx>
5. الحفناوي، محمد. (2014). الإعلام والتنمية في عصر العولمة. القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط1، ص 163.
6. الديلمي، عبد الرزاق. (2011). قضايا إعلامية معاصرة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، ص 247.
7. رتيبة، رتيبة حسين عبدالواحد، وهدي محمد محمود، وصلاح الدين عبدالحميد. (2018). مدى وعي طالبات المرحلة الثانوية بقضايا المرأة. دراسات تربوية واجتماعية، (1)24، 1735-1766.
8. رضا أمين. (2015). الإعلام الجديد. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، ص 11.

9. زيبان، ندى. (2009). *الطلاق والمشكلات الزوجية*. دمشق: دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، ص 94.
10. سمير محمد حسين. (2006). *دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام*. القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، ص 131.
11. سمير محمد حسين. (2006). *بحوث الإعلام*. القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، ص 314.
12. سناء محمد سليمان. (2010). *الطلاق (بين الإباحة والصبر.. والخطر والغدر)*. سلسلة ثقافة سيكولوجية للجميع، مرجع سابق، ص 81.
13. سعاد إبراهيم العزازي. (2010). *الوعي الاجتماعي بالمشاركة السياسية للمرأة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الأزهر*. مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 144، المجلد 7، ص 85-86.
14. سعاد إبراهيم العزازي. (2019). *الوعي الاجتماعي بالمشاركة السياسية للمرأة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الأزهر*. مرجع سابق، ص 86.
15. شيرين، فاطمة محمود محمد. (2016). *فعالية برنامج قائم على الأنشطة المدرسية المرتبطة بالاقتصاد المنزلي في ضوء القضايا المعاصرة لتنمية الوعي المجتمعي واتجاهات التلميذات نحو العمل التطوعي*. مجلة القراءة والمعرفة، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، العدد 177، يوليو، ص 165.

16. عبد المنعم فيصل، عبير. (2010). علم الاجتماع وتنمية الوعي الاجتماعي بالمتغيرات المحلية والعالمية. المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، ص150.
17. عبد المنعم فيصل، عبير. (2010). علم الاجتماع وتنمية الوعي الاجتماعي بالمتغيرات المحلية والعالمية. مرجع سابق، ص 142-143.
18. عبد الحميد أحمد، حسين. (2012). الأسرة والمجتمع: دراسة في علم اجتماع الأسرة. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ص 104-105.
19. العزازي، سعاد إبراهيم. (2010). الوعي الاجتماعي بالمشاركة السياسية للمرأة. مرجع سابق، ص 86.
20. العلا قنديل، محمد أبو. (2015). دور المواقع الإلكترونية المتخصصة في تنمية المجتمعات. القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط1، ص 65.
21. الفطيم، نجمة بنت سعيد بن خميس. (2019). معالجة وسائل الإعلام العمانية لقضايا المرأة ودورها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.
22. الفطيم، بسمة محمود أحمد. (2018). قضايا المرأة بالمدونات النسوية المصرية والعربية وعلاقتها باتجاهاتهن نحوها: دراسة تطبيقية مقارنة (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.

23. الفطيم، ولاء محمد أحمد مزيد. (2017). موقف الخطاب الواقعي من قضايا المرأة المصرية بعد ثورة 25 يناير (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام.
24. جعفر، نجلاء جعفر عبد الوهاب. (2017). أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم المواقع الإلكترونية.
25. حسن، سارة إسماعيل. (2016). قضايا المرأة في المدونات الإلكترونية: دراسة تحليلية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عين شمس، كلية البنات، قسم الاجتماع.
26. جريدة اليوم السابع. (2019، 15 يناير). حالة طلاق كل 4 دقائق و 9 ملايين طفل ضحايا الأزمة. الرابط (<https://www.youm7.com/>): تمت الزيارة في 29 يناير 2019.
27. ترابن، ماجد. (2008). الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 305.
28. جمال دقيش، وعبد الفتاح داودي. (2019). المرأة المبتكرة والفرص المتاحة في عالم التكنولوجيا. مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، (1) 5، 119-140.
29. سيد أحمد، محمد. (2015). الإعلام وتجريف العقل المجتمعي في مرحلة التحول الديمقراطي. القاهرة: أطلس للنشر والتوزيع الإعلامي، ط1، ص 9.

30. سيد أحمد، محمد. (2015). الإعلام وتجريف العقل المجتمعي في مرحلة التحول الديمقراطي. مرجع سابق، ص 16.
31. عيبر عبد المنعم فيصل. (2010). علم الاجتماع وتنمية الوعي الاجتماعي بالمتغيرات المحلية والعالمية. مرجع سابق، ص 150.
32. فاطمة محمود محمد. (2016). فعالية برنامج قائم على الأنشطة المدرسية المرتبطة بالاقتصاد المنزلي في ضوء القضايا المعاصرة لتنمية الوعي المجتمعي واتجاهات التلميذات نحو العمل التطوعي. مرجع سابق، ص 165.
33. ماجد تزيان. (2008). الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 305.
34. ماكس ماكومز، وآخرون. (2012). الأخبار والرأي العام: تأثير الإعلام على الحياة المدنية (ترجمة محمد صفوت حسن). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، ص 13.
35. موسى عبد الحليم، وناصر علي المهدي. (2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية. مجلة جامعة الأزهر بغزة (سلسلة العلوم الإنسانية)، 12(2)، ص 148.
36. نهلة صلاح عبد السميع. (2018). التفاعلية في صحافة الفيديو وتأثيرها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب المصري (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم المواقع الإلكترونية.

37. نادية السعيد. (2010). ظاهرة انتشار الطلاق في المجتمعات الإسلامية: حجم المشكلة وأسبابها وآثارها وعلاجها. اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، العدد 172، يونيو، ص 293.

المراجع الأجنبية

1. Li, L. (2009, September 2–6). *Rights consciousness and rules consciousness in contemporary China*. Toronto, Ontario, Canada. pp. 11–12.
2. So, C. Y. K., Leung, L. W., & Lee, P. S. N. (2004). *Impact and issues in new media: Toward intelligent societies*. USA: Hampton Press. p. 8.
3. Tobaccowala, S. (2011). *The experience of divorce and the perceived impact of education on the decision to divorce among divorced women of India* (Doctoral dissertation). Walden University, College of Social and Behavioral Sciences.
4. Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). *Mass media research: An introduction* (3rd ed.). New York: Wadsworth Publishing Company. pp. 113–114.