

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري:
دراسة ميدانية

د/ وسام محمد أحمد بلابل

مدرس بقسم علم الاجتماع كلية الآداب - جامعة المنوفية

الملخص:

بحثت هذه الدراسة في موضوع وسائل التواصل الاجتماعي ودرجة فاعليتها في تعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري، هدفت الدراسة إلى تحديد درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة في المجال الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي، استخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بالعينة، واعتمدت على أداة الاستبيان، وأجرت دراسة ميدانية على عينة (٢٠٧ مفردة) من النساء العاملات بجامعة المنوفية، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج يمكن إجمالها في أن درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية جاءت كبيرة للغاية، في حين أن درجة الفاعلية في مجال الحقوق السياسية جاءت كبيرة فقط.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الوعي، حقوق المرأة، المرأة المصرية.

Social media and enhancing women's awareness of their rights in Egyptian society: a field study

Abstract :

This study examined the subject of social media and the degree of its effectiveness in enhancing women's awareness of their rights in the Egyptian society. The study aimed to determine the degree of effectiveness of social media in promoting awareness of women's rights in the social, economic, political and cultural fields. The researcher employed sample social survey, relied questionnaire, and conducted afield study on a sample of (207 individuals) of working women at Menoufia University, and the study concluded a number of results that can be summarized in that the degree of effectiveness of social media in promoting awareness of women's social, economic and cultural rights was very large, while the degree of effectiveness In the area of political rights came only significant.

Keywords: social media, awareness, women's rights, Egyptian women.

عندما ظهر جهاز التلفاز على الوجود صك عالم الاجتماع الأمريكي دانيال بل مصطلح مجتمع الصورة، ليصف به التأثير العميق الذي طال المجتمع الإنساني بفضل ذلك الجهاز، وفي تسعينات القرن العشرين أطلق عالم الاجتماع الأمريكي مارشال ماكلوهان McLuhan وصف "القرية الكونية" ليصف به حالة التقارب الذي تحققت في العالم أجمع بفضل التطور الحادث في تقنيات الاتصال، أو الثورة الاتصالية، وهي الثورة التي نجم عنها الامتزاج أو التزاوج بين كل من تقنيات الاتصال وتقنيات الحاسب الآلي، وفي الوقت الراهن بات المعلم الأساسي الذي يميز حياة الإنسان في كافة المجتمعات (المتقدم منها والنامي) هو الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي، بما يجعل من الممكن أن نصف المجتمع الإنساني الحالي بأنها مجتمع الشبكات الاجتماعية الافتراضية أو مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي.

وعلى الرغم من أن ثمة وفرة كبيرة في البحوث المعنية بدراسة مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي وفي كافة مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية، إلا أن بعض الباحثين يرى أن ذلك الاهتمام ليس بالقدر الكافي في الحالة العربية، فالدراسات العربية التي تناولت الأبعاد الاجتماعية لهذا النوع من الاتصال عبر الإنترنت في علاقات الناس الاجتماعية وطرائق تواصلهم وتفاعلهم فيما بينهم ما تزال قليلة جدا (حلمي، ٢٠٠٨، ص ٢٩٧)

ويمكن فهم الملاحظة السابقة الخاصة بقلّة الدراسات السوسيولوجية في مجال بحوث وسائل التواصل الاجتماعي أو التدايعيات التي تمارسها تكنولوجيا الاتصال الحديثة _ رغم الوفرة الظاهرة لتلك البحوث_ إلى أن الجوانب التي تصف وتحيط بوسائل التواصل الاجتماعي، والأسئلة التي تطرحها تلك الوسائل على المستوى السوسيولوجي أكبر من أن تغطيها بضعة آلاف من الدراسات، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن ما يميز تلك التدايعيات هي اتساع مجال تأثيراتها سواء على مستوى الفئات العمرية كما أكدت دراسة (الزيودي، ٢٠١٦، ص ٦٩) ماجد الزيودي، أو على القضايا المجتمعية المختلفة، فنلك التدايعيات طالت كافة أشكال التنظيم والحياة والقيم كافة، فهي بصدد إحداث تحولات

د/ وسام محمد أحمد بلابل

اقتصادية وسياسية بسرعة مذهلة، بسبب قوتها وقدرتها على الانتشار والتمدد(المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، ٢٠١٧، ص١٧).

وإذا كان ثمة اتفاق واسع على التأثير العميق لوسائل التواصل الاجتماعي على كافة المكونات المجتمعية، فإن الحديث عن تأثير تلك الوسائل في تشكيل الوعي المجتمعي، مسألة تتضمن بديها مع الاعتراف الموسع بالتأثير العام لتلك الوسائل، ويمكن فهم ذلك الوضع إذا ما أخذنا بعين الاعتبار العلاقة الوشائجية التي تربط بين العولمة وبين وسائل التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي أكدت عليه العديد من الدراسات، منها دراسة (Alderson et al., 2025) ودراسة (AL_Maswari and Kareelawati, 2021, p.1).

وعلى الرغم من أهمية وسائل التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص في الترويج لثقافة العولمة ونشر أفكارها واستخدام القوى الكبرى لشبكات الإعلام لفرض ثقافتها التي يجب أن تحل محل الثقافات الوطنية الأخرى، إلا أن عولمة شبكات الإعلام وتأثيرها في تفعيل وتنشيط تداعيات العولمة سواء على مستوى الواقع أو على صعيد الفكر لم تنل حتى الآن الاهتمام الكافي من وجهة نظر المتخصصين في علم الاجتماع، فلا شك أن ثورة الاتصالات والمعلومات ومدى القدرة على تحول عالم الأمس إلى قرية صغيرة أو بالأحرى إلى جزيرة اليوم قد أدى إلى تداعيات سلبية على الشبكات الإعلامية المحلية بحيث باتت وظائفها تقتصر على النقل والمحاكاة في ضوء عدم التكافؤ الإعلامي الناتج عن فروق واضحة في الاقتصاد والسياسة والثقافة معاً (بييرس، ٢٠٠٣، ص١٧٠-١٨٥)، وهو الأمر الذي يضع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي في بؤرة الاهتمام.

في ضوء ما سبق جاءت الدراسة الراهنة لتبحث في موضوع شبكات التواصل الاجتماعي في علاقتها بتشكيل الوعي بحقوق المرأة في المجتمع المصري.

تتضح مبررات الدراسة الراهنة ومن ثم تبرز أهميتها في ضوء الاعتبارات التالية:

- الدور المحوري الذي باتت تمارسه وسائل التواصل الاجتماعي في حياة كافة المجتمعات ومن بينها المجتمع المصري، ولعل في الدور الذي مارسته تلك الوسائل في الحراك السياسي وما ارتبط به من وعي في ما أطلق عليه إعلامياً ثورات الربيع العربي، لعل في ذلك توثيق لأهمية تلك الوسائل بوجه عام وخطورتها في مسألة تشكيل الوعي على وجه الخصوص.

- أهمية الموضوعات والقضايا التي ستبحث فيها الدراسة، ويأتي في مقدمتها مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي، وهو مفهوم ما زال محل خلاف من قبل الباحثين في علم الاجتماع، فضلاً عن مفهوم الوعي، وهو أيضاً من المفاهيم ذات الطابع الإشكالي في مجال علم الاجتماع.

- التأسيس العلمي الذي ستعتمد الدراسة إلى تحقيقه في بحثها لقضايا حقوق المرأة في المجتمع المصري، وما تثيره تلك الحقوق من إشكاليات على المستوى المعرفي والمنهجي في آن واحد.

- ستبرز نتائج تلك الدراسة وستوضح العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وبين عملية تشكيل الوعي بحقوق المرأة، مما يسهم في التغطية المعرفية لبعض القضايا السوسيولوجية التي تطرحها وسائل التواصل الاجتماعي، وتعد الدراسة الراهنة مساهمة سوسيولوجية _ ولو بسيطة _ في مجال الاهتمام السوسيولوجي المصرية بالقضايا المعاصرة أو قضايا ما بعد الحداثة في مجال علم الاجتماع.

ثانياً- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

لم يعد ثمة خلاف بين الباحثين في مجال العلوم الاجتماعية حول الاعتراف بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي سواء كمفهوم أو ظاهرة قد شكلت أحد الجوانب المهمة في الفكر الإنساني في مرحلة ما بعد الحداثة، ويعود ذلك إلى العديد من الأسباب أبرزها تلك التداعيات المتتالية والمتشابكة التي تفرزها شبكات التواصل الاجتماعي، حيث التبدلات

السريعة والتغيرات المتلاحقة ، والتي باتت غير قاصرة على ما هو سياسي واقتصادي بل امتدت إلى كافة الحقول المجتمعية على اتساع نطاقها وتنوع معطياتها.

وعلى الرغم من الاختلافات القائمة في تحليل تداعيات شبكات التواصل الاجتماعي فإن الاتفاق القائم حول انعكاساتها يتمثل في أن الدول الأقل تطوراً بصفه عامة والعربية منها بصفة خاصة هي الأكثر تأثراً بصورة سلبية وأن ذلك يعود إلى وضعيتها الجغرافية حيث الأهمية الاستراتيجية أو موقفها الاقتصادي حيث المواد الخام - خاصة البترول - المرتبطة بالتبعية والدين العام الخارجي (Shula,2013,p.57).

وتكمن أهمية وخطورة وسائل التواصل الاجتماعي، إذ نظرنا إليها من زاوية ارتباطها بالتحويلات التي جاءت بها العولمة منذ بداية تسعينيات القرن العشرين، وبروز تغير واضح في شخصية الإنسان العربي، واختلال ظاهر في العلاقات العائلية وتبدل مفردات خطاب الحياة اليومية ومعايير المكانة الاجتماعية، وتهميش الثقافة المحلية وشبكات الإعلام الوطنية وغيرها، وهي أمور ناجمة بالدرجة الأولى عن حالة الانجذاب العميق لثقافة العولمة وما صنعتها من حالة الهرولة نحو الشبكات الإعلامية الخاصة بها (حجازي، ٢٠٠٤)، ولا يقتصر الأمر على البلدان الفقيرة أو النامية، فالبلدان التي تقع في مصاف التطور والتقدم تطرح هي الأخرى العديد من التحديات التي تطرحها وسائل التواصل الاجتماعي خاصة فيما يتعلق بقضايا الوعي (Dwivedi and Pandey,2013,p.,67)

فالعولمة الثقافية الغربية (والأمريكية في المقام الأول) تخطت مرحلة التأثير عبر المنتجات المادية المتمثلة في المنجزات الحضارية للقوى العظمى من سيارات وأسلحة وغيرها من صور الإنتاج الرأسمالي التقليدي، بل امتدت إلى منتجات تكنولوجية تحمل ثقافتها وقادرة على تحقيق أهدافها المعلنة، فهناك العديد من التقارير والمقولات التي لا تخفي هذه الأهداف ولا تنكر الأغراض من نشر هذه الثقافة على الصعيد العالمي، إلى جانب تقارير أخرى تكشف مدى أهمية الاعتماد على شبكات الإعلام القادرة على الوصول إلى كل من يتعاش هذا العصر، فالانطلاق الأساسي هنا يتلخص في أن توسع الأدوات الإعلامية ذات التأثير العالمي مثل شبكات الإعلام وتكنولوجيا الأقمار الصناعية

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
يمثل القوة الأكبر والأداة الأساسية لاختراق حواجز البيوت في كافة الدولة ويتساوى في ذلك المنازل المتواجدة في مجاهل أفريقيا والبدو والرحل والأخرى التي يسكنها الأوروبيون والمواطنون في نيويورك وواشنطن وكاليفورنيا(الحمد، ٢٠٠٤، ص ٨٣-٩٨).

وفي ضوء ذلك ترى الباحثة أن الوعي الاجتماعي أحد أهم القضايا السوسولوجية الجديرة بالاهتمام في ضوء السطوة العالمية لوسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن الحديث عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الوعي هو طرح عام يحتاج منهجياً إلى مزيد من التخصيص بغية التحديد المنهجي لجوهر مشكلة البحث الحالي، ومن ثم فإن الباحثة تركز في تناولها على الوعي بحقوق المرأة.

في ضوء ما سبق فإن الدراسة الحالية تطرح تساؤلاً رئيساً مؤداه: ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري؟

وتحت مظلة هذا التساؤل الأساسي والعام جاءت مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- ١- ما درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية؟
- ٢- ما درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة السياسية؟
- ٣- ما درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاقتصادية؟
- ٤- ما درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الثقافية؟
- ٥- هل تختلف درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة باختلاف المستوى التعليمي ومنطقة السكن؟

ثالثاً: أهداف الدراسة

سعت الباحثة إلى تحقيق الأهداف التالية :-

- ١- تحديد درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية.
- ٢- تحديد درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة السياسية.
- ٣- تحديد درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاقتصادي.
- ٤- تحديد درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الثقافية.

د/ وسام محمد أحمد بلايل

٥- معرفة عما إذا كانت درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة تختلف باختلاف المستوى التعليمي ومنطقة السكن لأفراد عينة الدراسة.

رابعاً_ الإطار النظري للدراسة:

١- مفاهيم الدراسة:

١-١ مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي Social Media

تعد وسائل التواصل الاجتماعي أحد أهم الإنجازات البشرية التي حققها الإنسان في مجال الاتصال في العصر الحديث، ويرجع ذلك في النظر إلى قدرتها على إعادة تشكيل حياة البشر في كافة الأنشطة التي يمكن أن يقوم بها الإنسان، وهو الأمر الذي تحقق لها بشكل فاعل بعد التفاعل والاندماج الذي تم بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا الحاسب الآلي.

لقد ساعد التقدم في تكنولوجيا الاتصال في ربط التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها الحضارية، متجاوزاً بذلك الحدود السياسية والجغرافية، والعزلة الحضارية التي كانت تعاني منها المجتمعات البشرية قديماً" إذ يشهد عالمنا المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا الاتصال، تؤثر في العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وفي أنماط التفكير في المجتمعات المختلفة" (المدني، ٢٠١٤، ص٣٩٧)

ووفقاً لدراسة قام بها إبراهيم الدوي، فإن ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية يعود إلى عالم الاجتماع جون بارنز John A. Brnes عام ١٩٥٤ حيث كانت تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي تستخدم في ربط علاقات الأفراد في مختلف الدول باستخدام الرسائل المكتوبة، وعرف الدوي شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من مواقع التواصل الفعالة على شبكة الإنترنت للجهات والمؤسسات التي تعمل في الحقل الإنساني، تذلل الحدود الجغرافية والزمنية، وتسمح بتقاسم وتشارك المعلومات لذوي الاهتمام/ النشاط المشترك أو للمنتمين أو شبه المنتمين لهذه الجهات، بطريقة تسمح بالانتشار السريع والعريض للأخبار والتوعية وجذب المتطوعين مما يساعد على تقليل الأزمات والكوارث والحد من آثارها (الدوي، ٢٠١٧، ص٣).

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري والواقع أن الباحثة رصدت العديد من التعريفات التي قدمت لمفهوم وسائل التواصل الاجتماعي والتي اتخذت عدت مصطلحات منها الشبكات الاجتماعية والمواقع الاجتماعية، وغيرها من المصطلحات التي تشير إلى ذات المعنى، وفي صدد تعريف المفهوم أشار كل من لوكسي وأوليفر LXue and Oliver إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية يقومون من خلالها بإنشاء علاقات اجتماعية (LXue, and Oliver,2010).

ولم يختلف تعريف دانيه م. بويد boyd عن تعريف لوكسي وأوليفر حيث عرفها بأنها خدمة إلكترونية تتيح للأفراد بناء ملف معلوماتي عام أو شبه عام ضمن نظام محدد بما يسمح لقائمة من المستخدمين الآخرون التفاعل والتشارك في هذه المعلومات (Boyd,2018,p.3)

وعلى المستوى العربي ساهم الباحثون العرب في تقديم مجموعة من التعريفات لمفهوم وسائل التواصل الاجتماعي، من تلك التعريفات ما قدمته خديجة إبراهيم والتي عرفت شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مواقع على الإنترنت تقدم للأفراد خدمة التواصل المستمر بكل أشكال التفاعل من تبادل الملفات ودرشة ورسائل ومحادثات، وذلك بهدف استمرار الاتصال الاجتماعي وتبادل المصالح المشتركة الأفراد (إبراهيم، ٢٠١٤، ص٤٢٥).

وقد أوضح محمد الجلفة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الويب (2.0) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو انتماء (الجلفة، ٢٠١٨، ص١٧).

وأشارت دراسة صادرة عن مركز الدراسات الاستراتيجية بالمملكة العربية السعودية أن الشبكة الاجتماعية هي ببساطة وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، حيث إنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط النقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية (مركز الدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٢، ص٣).

د/ وسام محمد أحمد بلايل

التعريف الإجرائي لمفهوم وسائل التواصل الاجتماعي في الدراسة الراهنة:

يشير مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي إجرائيا في البحث الراهن إلى المنصات الإلكترونية التالية:

- منصة الفيسبوك.

- منصة تويتر.

- منصة اليوتيوب.

- منصة سناب شات.

١-٢ مفهوم الوعي Consciousness

كان للفلاسفة والمفكرين العرب الأسبقية في الحديث عن مفهوم الوعي، فمفهوم الوعي سوسبيولوجيا وقما يرى أحمد زايد إلى العلامة العربي عبد الرحمن ابن خلدون، الذي تناول دور الوعي ولكنه اختزله في الفكر والعلم ودوره في رقي المجتمعات وصنع الحضارات حيث كان يعتبر العلم والتعلم من الأمور الضرورية في العمران ، فكل الصانع بما فيها العلم والتعلم من نتاج الفكر الإنساني ، والفكر هو الذي يميز الإنسان عن الحيوان . فالإنسان شاركته جميع الحيوانات في حيوانيته من الحس والحركة والغذاء ، وإنما يتميز عنها بالفكر الذي يهتدي به لتحصيل معاشه والتعاون عليه بأبناء جنسه ، وعن هذا الفكر تنشأ العلوم وما قدمناه من الصنائع، فالفكر أسبق من المادة وأرقى ، وتأتي كل الأبعاد الخارجية ، كما تتبدي في أشكال المعاش والصنائع . كانعكاسات منبعثة في هذا الفكر (زايد واخرون، ٢٠٠٣، ص٦٥)

وكان للإمام الرازي إسهاما واضحا في فكرة الوعي، وهذا ما أكده على الشامي أن الوعي عند الإمام الرازي يقرب إلي التحديد العلمي الحديث من حيث الربط بين عملية الإحساس والتعقل فهو يقول (أن العين تري ويقوم العقل بتفسير التأثيرات الحسية ويصدر الحكم) وأننا يمكن أن ننظر لعمل العين عملا كاملا إن صحبته البصيرة أي إذا جاء التعقل بعد عمل العين (الشامي، ١٩٩٥، ص٢١١).

وثمة تعريفات متعددة لمفهوم الوعي، منها ما يرى أن الوعي هو العلم المشترك ، المعرفة المتبادلة القائمة علي إدراك الذات للآخر، للشئء، للمحيط ، للعالم . وهو الأداء

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
المعرفي للعقل البشري مثل النور بالنسبة للعين الباصرة ، وحين ينحصر في حقل الشعور
والأخلاق يكون ضميراً أو وجداناً (خليل، ١٩٩٦، ص٤١).

وقد ذهب أحمد ذكي بدوي إلى أن الوعي هو الإدراك، فالوعي هو إدراك المرء لذاته
ولما يحيط به إدراك مباشر وهو أساس كل معرفة " ويمكن إرجاع مظاهر الوعي
والشعور إلي ثلاثة وهي: الإدراك والمعرفة، والوجدان، والإرادة (بدوي، ١٩٨٧، ص٨١).
ويعرف الوعي الاجتماعي في دائرة المعارف البريطانية بأنه: مجموعة من المفاهيم
والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، والتي
تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم ثم تبنيها الآخرون، لإقناعهم بأنها
تعبّر عن مواقفهم (صابر وحلس، ٢٠٠٢، ص٨٧-٩١).

ومن الملاحظات السوسولوجية المهمة أن البعض يخلط بين مفهوم الوعي
Consciousness ومفهوم الإدراك Awareness وقد أشار أوليدوف Oledov إلى ذلك
حينما قال: "غالباً ما تُستخدم كلمتي "Awareness" و "Consciousness" على نطاق
واسع باعتبارهما مترادفتان، ولكن " من الأفضل فهمها على اعتبار أن الأخيرة هي شكل
خاص من أشكال الأولى ... في الواقع فإن كلمة "aware" مشتقة من الأصل
الأنجلوسكسوني "gewaer" والتي تعني شيئاً مثل أن تكون على علم being informed
أو أن تعرف to know، فالمعنى الأصلي لكلمة awareness يتصل باكتساب الخبرة
وبالخبرة نفسها. بينما الأصل اللغوي لكلمة consciousness تشير إلى معنى أكثر
تحديداً، وهي تتألف من الكلمتين اللاتينيتين "cum" و "sciere" والتي يمكن ترجمتها إلى
أن تعرف عن to know about، والتي تشير إلى بعض الخصائص الانعكاسية للوعي
بالنظر إلى الخبرات (أليدوف، ١٩٨٢، ص٣١).

التعريف الإجرائي للوعي الاجتماعي:

يشير مفهوم الوعي الاجتماعي إجرائياً في البحث الراهن إلى تلك الرؤية التي تمتلكها
المرأة في المجتمع المصري، والتي تتضمن معارف وقيم واتجاهات ثقافية التي تتيح
للمرأة أن تدرك أوضاعها الاجتماعية وعلى كافة المستويات الاقتصادية والثقافية

د/ وسام محمد أحمد بلايل

والسياسية، تلك الرؤية تساهم في تشكيلها عدد من المتغيرات تركّز الباحثة في دراستها الحالية على وسائل التواصل الاجتماعي، وتشمل الآتي:

- الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية.
- الوعي بحقوق المرأة السياسية.
- الوعي بحقوق المرأة الاقتصادي.
- الوعي بحقوق المرأة الثقافية.

٢- الدراسات السابقة:

نشط الباحثون في مختلف تخصصات العلوم الاجتماعية في دراسة وسائل التواصل الاجتماعي، فلم يقتصر الاهتمام على الباحثين في علم الاجتماع، وستعرض الباحثة هنا لعدد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت بالبحث والتحليل عدد من القضايا المختلفة التي تطرحها وسائل التواصل الاجتماعي وسوف تقتصر الباحثة في عرضها على موضوع الدراسة وأهم النتائج التي خلصت إليها:

٢-١ الدراسات العربية:

-دراسة جراح العتيبي (٢٠٠٨) بعنوان "استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية شبكة الفيس بوك"، وقد ركزت على الاستخدامات المختلفة من قبل الشباب من طلاب وطالبات بعض الجامعات السعودية لوسائل التواصل الاجتماعية، وقد خلصت الدراسة الميدانية إلى عدد من النتائج أهمها: ان ٧٧% من العينة أكدت على أن استخداما للفيسبوك كان بهدف التواصل مع الأهل والأصدقاء، وأن دافع الفضول والمشاركة مثل أيضا اعتبار مهم في الاستخدام، كما أكدت النتائج على تأثير الفيسبوك على شخصية الشباب من مستخدمي هذه الشبكة الاجتماعية مقارنة بالوسائل الأخر.

-دراسة حلمي ساري (٢٠٠٨) بعنوان "تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية". هدفت الدراسة إلى معرفة تأثيرات الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية لدى الشباب في المجتمع القطري، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن أفراد العينة من كلا الجنسين يستخدمون الإنترنت في حياتهم اليومية بنسب

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري متفاوتة، لكن تأثير الإنترنت في الإناث كان أكثر مقارنة بالذكور، كما بينت النتائج أيضا أن لمتغيري التعليم وعدد ساعات الاستخدام أثرا في هذا التأثير.

- دراسة عزة عثمان (٢٠٠٩) بعنوان "العوامل المؤثرة على استخدامات الفتيات في السعودية ومصر للإنترنت" هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في عملية الاستخدام ورصد الإشباع التي تحققها عملية الاستخدام لتلك المواقع، وخلصت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها: أن ثمة اتفاق بين الفتيات المصريات والسعوديات على أسباب تفضيلهن لاستخدام مواقع التواصل عبر الإنترنت جاء في المقدمة التفضيل الشخصي والتواصل مع الآخرين، كما اتفقت العينين أيضا على ترتيب العوامل النفسية المؤثرة عليهن في الاستخدام وهي إزالة الشعور بالقلق والتوتر ثم السعادة.

- دراسة نيرمين خضر (٢٠٠٩) بعنوان "الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية"، وتمثل الهدف الرئيس في التعرف على دوافع استخدام الشباب لمواقع الفيسبوك والأنشطة التي يمارسونها في هذا الموقع. خلصت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها: أن استخدام موقع الفيسبوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية ومواكبة ما يجري والتعرف على مزاج الأصدقاء وتجديد العلاقات بأصدقاء الماضي.

- دراسة زينب زموري وخيره بغدادي (٢٠١١) بعنوان "العلاقات العاطفية بين الجنسين باستخدام الوسائل الإلكترونية بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الحقيقي" بحثت هذه الدراسة في موضوع العلاقات العاطفية بين الشباب عن طريق الوسائل الإلكترونية، وهدفت إلى التعرف على الآليات التي تتشكل عن طريقها هوية هؤلاء المستخدمين للإنترنت ومدى تحقق هذه العلاقة على مستوى الممارسة الاجتماعية. وكشفت النتائج الميدانية عن أن مواقع الفيسبوك ومواقع الدردشة تمثل أهم وسائل التواصل الاجتماعي استخداما من قبل العينة، كما كشفت النتائج أيضا أن ٥٥% من أفراد العينة أشاروا إلى أنهم أقاموا علاقات عاطفية من خلال الإنترنت، وجاءت أهم الأهداف من استخدام الإنترنت على النحو التالي: تكوين صداقات بنسبة ٣٦%، وتبادل الأفكار بنسبة ٣٠%، كما أوضحت النتائج أن العلاقات العاطفية عبر الإنترنت تتسم بالانسجام حيث أكد على

د/ وسام محمد أحمد بلايل

ذلك ٦٠% من إجمالي حجم العينة، وأشار ٧٠% من العينة إلى أن الأهل على غير علم بتلك العلاقات العاطفية.

- دراسة مريم نومار (٢٠١١) بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، هدفت الدراسة إلى التحقق من طبيعة التأثير الذي يمارسه الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية فضلا عن معرفة تأثير متغير الجنس والسن على طرق استخدام الفيسبوك، وخلصت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها: أن أغلب العينة تستخدمه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جنب التتقيف وزيادة المعلومات ثم الترفيه والتسلية.

- دراسة سهام العزب ومحمد الغامدي (٢٠١١)، بعنوان "المحادثة عبر شبكة المعلومات أنماطها ودوافعها وآثارها"، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأنماط المختلفة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والآثار المترتبة على هذا الاستخدام خاصة ما يعرف بغرف الدردشة. وخلصت الدراسة لعدد من النتائج منها: أن غرف الدردشة تعد من أهم وسائل التواصل الاجتماعي الفعالة بين الشباب، وأن الدوافع وراء استخدام تلك الغرف تعود إلى الرغبة في التسلية وقضاء وقت الفراغ للجنسين.

- دراسة حنان الشهري (٢٠١٣)، بعنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في هذين الموقعين والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.

- دراسة عبدالكريم الديبسي وزهير الطاهات (٢٠١٣) بعنوان " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية"، هدفت الدراسة إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة،

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات
التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام.

- دراسة فهد الطيار (٢٠١٤)، بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم
لدى طلاب الجامعة"، هدفت الدراسة إلى بيان الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب
الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، وبيان الآثار الإيجابية، وخلصت الدراسة لعدد من
النتائج أهمها: أن أهم الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي تتمثل في التمكن من
إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر وإهمال الشعائر الدينية، أما عن مظاهر
تغير القيم فقد رصدتها النتائج في تكوين قيم جديدة تناقض قيم الأسرة، الميل لتقليد الحياة
الغربية.

- دراسة أسامة غازي المدني (٢٠١٤) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في
تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على نوعية
القضايا التي يتناولها الطلاب وأسباب ارتياد طلبة الجامعة لتلك الشبكات والاستفادة التي
يحققها الطلبة من مواقع التواصل. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن
التعرف على الآخرين يعد أهم أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة
(٦٦,٨٦%)، وأن السياسة الخارجية من أهم الموضوعات التي يتابعها الشباب على مواقع
التواصل بنسبة (٤٥,٩٣%)

- دراسة حمدي عمر (٢٠١٤)، على بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل
الوعي السياسي. دراسة في سوسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب"، هدفت الدراسة
إلى معرفة دور وسائل التواصل في زيادة رؤي الشباب واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية.
وخلصت النتائج إلى أن ٥٠,٩% من العينة يتقنون في الدور الذي تقوم به تلك الوسائل في
تشكيل الوعي السياسي، أيضا كشفت النتائج عن أن ٤٠,٨% يؤكدون على أن مواقع
التواصل تسهم بدرجة كبيرة في تشكيل الوعي السياسي.

- دراسة حنان السعيد وعائشة ضيف (٢٠١٥)، بعنوان "استخدام مواقع التواصل
الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي"، وقد بحثت هذه الدراسة في موضوع
التأثيرات الناجمة عن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي على البناء القيمي لدى

هؤلاء الشباب، وخلصت الدراسة لعدد من النتائج منها: أن غالبية الشباب يسعون لتكون علاقات طيبة مع الآخرين، وأن نسبة ٦٥,٨٥% لديهم قدرة على التعبير عن آرائهم بحرية، فضلا عن ذلك كشفت النتائج عن أن ٦٠% من العينة تؤكد أن الفيس بوك جعلهم مهملين للدراسة.

-دراسة حامد الجبير وآخرون(٢٠١٧) بعنوان "واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت" هدفت الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، كشفت نتائج الدراسة عن أن متوسط استخدام طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت لشبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع الأحداث الثقافية في المجتمع كان مرتفعا، وأن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت.

- دراسة نزيهة عثمانة (٢٠١٧) ،بعنوان "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين"، هدفت الباحثة إلى الإجابة على ثلاثة أسئلة وهي: الأول: ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟ والثاني: ما هي دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟ والثالث: هل أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي زادت من تعزيز القيم الاجتماعية؟. وخلصت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها: أن الغرض الأساسي لاستخدام مواقع التواصل هو التواصل مع الأصدقاء في بناء علاقات اجتماعية إلى جانب الاتصال الدائم بالأهل، كما كشفت النتائج أيضا عن أن غالبية العينة ترى أن وسائل التواصل أثرت على القيم الاجتماعية بشكل سلبي.

-دراسة هند الشهري بعنوان(٢٠١٩) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة أبها"هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى طلاب و طالبات المرحلة الثانوية بمدينة أبها. وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: وجود اختلافات دالة إحصائيا بين الطلاب و الطالبات في آرائهم المتعلقة بدرجة استخدام مواقع

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري

التواصل الاجتماعي و أسباب ذلك تتمثل في: تقدم لي مواقع التواصل الاجتماعي كل ما أحتمه في كافة المجالات (لصالح الإناث) و تفسر هذه النتيجة بأن مواقع التواصل تتيح للإناث الاعتماد على ذاتهن في التعرف على احتياجاتهن و السعي لاختيارها و شرائها توفر لي مواقع التواصل الاجتماعي الكثير من الجهد و الوقت (لصالح الذكور) و تفسر هذه النتيجة بأن مواقع التواصل تتيح للذكور وقت أقل في التواصل مع مجتمعهم و التركيز على أعمالهم أشعر بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حق من حقوق كافة أفراد المجتمع (لصالح الذكور) و تفسر هذه النتيجة بأن مواقع التواصل أتاحت للذكور حرية أكبر في تبادل المعرفة و الآراء و لذلك ذات موافقتهم على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حق من حقوق كافة أفراد المجتمع.

دراسة ياسر عبيد الله ورمزي عودة (٢٠١٩)، بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالوعي الشبابي بالحق في التنظيم" هدفت هذه الدراسة الى البحث في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بحق التنظيم لدى الشباب الفلسطيني، وباستخدام المنهج الوصفي الكمي فقد تم توزيع استمارات على المبحوثين الشباب، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها؛ أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي بحق التنظيم أكثر حساسية للانتماء السياسي وللتقافة السياسية، حيث يلعب هذان المتغيرين دور مهم في تحديد نمط استجابة الشباب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي في العوامل المؤثرة على الوعي بحق التنظيم وتشكيل الجمعيات. وأوصت الدراسة بأهمية تعزيز الوعي بالحق في التنظيم من أجل عالج مشكلة انخفاض مشاركة الشباب في المنظمات الأهلية غير الربحية.

دراسة ابتهاج شعيب (٢٠٢٠)، بعنوان "إسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في بناء ثقافة التنمية المستدامة" هدفت الدراسة الكشف عن إسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في بناء ثقافة التنمية المستدامة من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا بجامعة طيبة. وأظهرت النتائج: أن إسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في بناء ثقافة التنمية المستدامة من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا بجامعة طيبة في مجال الوعي الصحي، والاستهلاكي، والبيئي كانت متوسطة.

- دراسة كاثرين مليز **Melise** (٢٠١٥) حول الآثار المحتملة لوسائل التواصل الاجتماعي على التطور المعرفي، وهي مقالة تحليلية، أوضحت الباحثة خلالها أن استخدام الوسائط الرقمية أثار العديد من الأسئلة حول القدرة على استخدام تلك الوسائل وتوجيهها بما يخدم الجوانب المعرفية في حياة الإنسان، كما بينت الدراسة أيضا أن التركيز الكبير من قبل المعنيين بتلك الوسائل انصب على دراسة الكيفية التي من خلالها تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بإحداث تغيير وتبدل في القدرات المعرفية لدى مستخدميها، وأثارت تلك الدراسات العديد من المخاوف حول تأثير تلك الوسائل على التطور الاجتماعي للظاهرة المعرفية، انتهت المقالة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تعد جزء من بيئة كلية وهي شبكة الإنترنت، التي تعمل على إعادة صياغة المنظور المعرفي الكلي للبشرية، أكدت الباحثة على أن ثمة نقص كبير في الأدلة التي تشير إلى تأثير الإنترنت ووسائل التواصل على المعرفة والوعي لدى المستخدمين، فالأمر من وجهة نظرها يحتاج إلى مزيد من الدراسات التجريبية.

- دراسة كريسيان باكلاريل **Baclarela** وآخرون (٢٠١٨) حول فهم الجانب المظلم لوسائل التواصل الاجتماعي، وهي مقالة تحليلية غاية في الأهمية نظرا لأنها ناقشت بشكل مركز مسألة الوعي في ضوء استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي، أشارت الدراسة إلى أن البحوث والأدبيات ركزت بشكل أساسي على الجانب المشرق لوسائل التواصل الاجتماعي، بهدف الفهم والمساعدة على تعزيز الاستفادة القصوى منها، إلا أن تلك الدراسات أغفلت بشكل تام الجانب المظلم لوسائل التواصل الاجتماعي، وهو الجانب المرتبط بتشكيل الوعي لدى المستخدمين، أكدت الدراسة أن ثمة جانب مظلم لتلك الوسائل يتمثل في الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة التي تنشر على تلك الوسائل، وهو جانب مظلم وخطير في ذات الوقت حسب توصيف الباحثين، وذلك لأن ذلك الجانب يلقي بظلاله المباشرة على عملية تشكيل الوعي المجتمعي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، فكافة مكونات ومقومات الوعي عرضه للتضليل ومن ثم يتشكل وعي زائف أو مشوه على أفضل التقديرات.

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري

-دراسة أماني جوير Joyer (٢٠١٩) بعنوان "دور وسائل التواصل الاجتماعي في الوعي الاجتماعي والمشاركة"، هدفت الدراسة إلى الكشف عن أدوار وسائل التواصل الاجتماعي وقدرتها على أن تصبح أداة قوية لرفع الوعي الاجتماعي ، والتعليم ، والإعلام ، وإعداد المستخدمين ليصبحوا مواطنين نشطين من خلال زيادة المشاركة الاجتماعية .تم جمع البيانات من خلال مقابلات فردية مع ٢٥ طالب جامعي ، تم تحليل ١٠ منهم .تظهر النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يحسن حياة الناس .بالإضافة إلى ذلك ، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي إنشاء منصة لسماع أصوات المواطنين التي يمكن أن تؤثر بشكل إيجابي على حياته

-دراسة ماريسا روبولو Robolo (٢٠١٩) حول موضوع وسائل التواصل الاجتماعي والوعي الثقافي، هدفت الدراسة إلى تحليل الأدبيات العلمية المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على التواصل البشري والوعي والثقافة أوضحت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي منتشرة في كل مكان ؛ وبالتالي ، فإن دورها أصبح عميقا في تشكيل تفاعلاتنا التي تتم بوساطتها، أكدت الدراسة على أن ثمة اتجاه قوي ساد في الدراسات السابق يؤكد على عمق الأثار المترتبة على وسائل التواصل الاجتماعي، ومع ذلك فإن تلك الدراسات لا تعترف بتعقيد التأثيرات على الوعي والثقافة.

-دراسة بي اكسنيو Xinyue وزملاؤه (٢٠١٩) بعنوان "وسائل التواصل الاجتماعي والتوعية الاجتماعية" ناقشت الدراسة الاستخدامات المختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي بكافة أنماطها، أوضحت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تمتلك العديد من الآليات التي تتمكن من خلالها في صناعة وعي اجتماعي لا يقل عن كافة وسائل ومصادر بناء وتشكيل الوعي المجتمعي الأخرى، ان ما توفره وسائل التواصل الاجتماعي من معلومات تتعلق بكافة ما يدور في المجتمع يعد فرصة كبيرة لإمداد المستخدمين بقاعدة قوية من المعارف التي تمكنهم من بناء آراء مستندة إلى وقائع، خاصة تلك المعارف المصورة، حيث تتيح تلك الوسائل خدمات عرض الأحداث المجتمعية وبحثها بشكل مباشر، إن ذلك الأمر يعد أهم أدوات وسائل التواصل في تشكيل الوعي الاجتماعي لكافة شرائح المجتمع وفئاته.

-دراسة روبرت لوغان Logan (٢٠١٩) حول الوعي الإنساني بامتدادات وسائل الإعلام الرقمية مع التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي، وتكمن أهمية هذه الدراسة في مناقشتها لقضية الكيفية التي تمارس من خلالها وسائل التواصل الحديثة تأثيراتها في صناعة وتشكيل الوعي البشري، أوضحت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي لا يتوقف استعمالها عند مجرد تحقيق نوع من التواصل بين المستخدمين بل أن ثمة امتدادات وانعكاسات لتلك الاستخدامات على البشر، أصبح البشر في ظل تلك الوسائل انعكاس لامتداداتها التقنية، بمعنى أن هذه الوسائل أصبحت من خلال أدواتها المعلوماتية تتحكم في صياغة الوعي الإنساني بكل ما يحيط به من قضايا، لقد وصل الأمر من وجهة نظر الباحث إلى أن تلك الوسائل أصبحت امتدادات لأجسادنا وحواسنا بكل تجلياتها ووظائفها.

-دراسة لارا انريكو Enrique (٢٠٢٠) حول وسائل التواصل الاجتماعي الوعي، ناقشت هذه الدراسة الكيفية التي يمكن خلالها أن تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بتزييف الوعي المجتمعي بالقضايا التي تطرح على الساحة الافتراضية لتلك الوسائل، أكدت الدراسة على أن وسائل التواصل الاجتماعي تفتقر إلى العديد من الأمور التي تتعلق بالميثاق الأخلاقي لوسائل الإعلام، وأرجعت ذلك إلى أن ثمة فقدان للسيطرة على تلك الوسائل، بحيث إن مستخدميها والناشطين في نشر الأخبار عبر مختلف منصاتها، لا يخضعون في الغالب إلى أي اعتبارات تتعلق بالشرف الإعلامي أو أخلاقيات المهنة، التي تجبر صاحبها على توخي الدقة والحذر فيما ينشر، لذلك ومن هذا المنطلق أكدت الدراسة على أن تلك الوسائل يمكن أن تكون أداة مهمة في تزييف الوعي ونشر الأخبار والإشاعات الكاذبة، مع صعوبة التحقق من مصداقية ما ينشر في كثير من الأحيان.

-دراسة شاموجي Shiamogou وزملاؤه (٢٠٢١) حول وسائل التواصل الاجتماعي والوعي الجمعي في نيجيريا، أشارت الدراسة إلى أنه مع مرور الوقت انتشر استخدام الانترنت على نطاق واسع تزامن معه انتشار واسع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وقد أثرت هذه الزيادة بشكل كبير في الممارسات السياسية في العديد من البلدان، خاص تلك البلدان التي تعاني من خنق واضح للعمل السياسي، وفي نيجيريا أوضحت الدراسة أن

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
وسائل التواصل الاجتماعي تحولت إلى منصة حقيقية للناشطين لخلق الوعي بالقضايا
الاجتماعية والسياسية وحشد الاحتجاجات. لذلك ، وأبرزت الدراسة قوة وسائل التواصل
الاجتماعي في خلق وسائل الوعي السياسي وتعبئة الاحتجاجات السياسية في نيجيريا.
موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

عرضت الباحثة في هذا الجزء من البحث لعدد من الدراسات السابقة التي بحثت في
قضايا وسائل التواصل الاجتماعي، ومن تلك الدراسات يمكن للباحثة القول بتنوع تلك
القضايا التي ركزت عليها تلك الدراسات، والملاحظ أن الغالبية العظمى من الدراسات
السابقة خاصة الدراسات العربية ركزت على التأثيرات التي أحدثتها وسائل التواصل
الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للمستخدمين، فضلا عن اهتمام بعضها بقضايا
إيجابية أو سلبية استخدام تلك الوسائل، فضلا عن ذلك شغلت قضية تأثير تلك القضايا
على البناء القيمي اهتمام عدد كبير من تلك الدراسات، هذا في الوقت الذي قلت فيه
الدراسات التي بحثت في قضية الوعي، وجاءت الدراسات التي توجهت نحو بحث هذه
القضية لتخصص تأثير تلك الوسائل على أحد أنماط الوعي وهو الوعي السياسي، وفي
ضوء ذلك يتحدد موقف وموقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة، إذ أن الباحثة في
الدراسة الحالية بحثت في موضوع تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الوعي بحقوق
المرأة، بكافة تجلياتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، وهذا الاهتمام هو ما
يميز الدراسة الحالية عند مقارنتها بالدراسات السابقة.

٣- موضوع الدراسة في النظرية السوسيولوجية :

يعد موضوع الوعي أحد أهم الموضوعات التي شكت محورا أساسيا في كافة
الاتجاهات النظرية خاصة في مرحلتها الكلاسيكية، وقد سبق الفلاسفة رواد علم الاجتماع
في الاهتمام بفكرة الوعي، فهجيل على سبيل المثال يري أن الوجود هو الفكرة التي
تتكشف في المكان بوصفها طبيعة وفي الزمان بوصفها روحا ويطلق علي الوحدة الأصلية
بين الإنسان والطبيعة في التاريخ البشري اسم (الوعي) ، وأن أول شكل اتخذه الوعي
في التاريخ ليس شكل وعي فردي ، بل وعي كلي ، وربما خير ما يمثله ، هو وعي
جماعة بدائية تندمج فيها كل فردية ، داخل المجتمع المشترك ، إذن لا تنتمي هنا المشاعر

د/ وسام محمد أحمد بلايل

والإحساسات والإدراكات والتصورات إلي فرد بل يتقاسمها الكل بحيث أن ما يحكم الوعي هو العنصر المشترك ، لكون هذا العنصر ينمو في سلسلة من عمليات الاندماج أهمها: اللغة ، العمل ، الملكية(ماركيوز، ١٩٧٠، ص٩).

فاللغة هي أول عمومية كأداة فعلية يتم فيها الاندماج بين الذات والموضوع ليستوعب حاجاته ويؤكد لها التي يتكامل استيعابها عن طريق العمل الذي يصبح بدوره القوة الحاسمة في تنمية الوعي ، حيث يوجد الأفراد في جماعات ذوي ملكية ، وهذه الأخيرة هي التي أدت إلي الصراع بين الإنسان والطبيعة ومن ثم التعارض بين الفكر والواقع ، بين الوعي والوجود .

فإذا كان هيجل قد بدأ بالفكرة والوعي والشعور وانطلق من مستوي التخيلات والأفكار نجد ماركس يسقط جدل هيجل من مستوي الأفكار إلي مستوي الماديات ، أي أنه جعل الوجود موضوعاً أساسياً ومصدراً للوعي والشعور ، فوعي الناس ومشاعرهم وقيمهم ومثلهم ومكوناتهم المعرفية والعقلية تتحدد من خلال الواقع الموضوعي المعاش(زكي، ١٩٩٥، ص٦٦).

وقد عرف كارل ماركس الوعي الاجتماعي بأنه مجموع الأفكار والنظريات والآراء والمشاعر الاجتماعية والعادات والتقاليد التي توجد لدى الناس، والتي تعكس واقعهم الموضوعي. وبما أن الوجود الاجتماعي للناس يتصف بالتعقيد والتنوع، فإن الوعي الاجتماعي يتصف أيضاً بالتعقيد والتنوع. ويدل استعراض التاريخ الاجتماعي أنه مع تغير الوجود الاجتماعي للناس يتغير أيضاً وعيهم الاجتماعي، كما أكد ماركس أيضاً على أن الوعي الاجتماعي يتصف بخاصية الاستقلالية النسبية في تطوره. فالوعي الاجتماعي قد يتخلف عن تطور الوجود الاجتماعي أو قد يسبقه وتتضح الاستقلالية النسبية للوعي الاجتماعي في استمرارية التطور. فالوعي ليس في علاقة سلبية مع الوجود ولكن الوعي يؤثر تأثيراً إيجابياً على الوجود الاجتماعي (أحمد، ١٩٨٥، ص١٨٩-١٩٠)

فالوجود الاجتماعي يحدد كلية الوعي الاجتماعي وهو انعكاس للوجود ، الذي يعرف بأنه (الظروف المادية للحياة الاجتماعية وانه أسلوب الإنتاج وبنية المجتمع الاقتصادية) إذا الوجود الاجتماعي هو الواقع الاجتماعي.(فومينا، ت، ص١٦-١٧)

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
ويرى أحمد زايد " أن الوعي الاجتماعي هو الوعي بالمصلحة وبالموقف الطبقي في
مقابل الطبقات الأخرى ، وكذلك إدراك العوامل الفعالة و المؤثرة في البناء
الاجتماعي(زايد، ١٩٨١، ص٤٥٠).

ويرى عبد الباسط عبد المعطى إلى أن للوعي الاجتماعي ثلاثة مستويات وثلاثة أبعاد،
وهي: المستوى الأول: الوعي اليومي المباشر: الذي اهتم به الموظفون أكثر من غيره،
وهو تعبير عن خبرة الحياة اليومية المباشرة وحاجات البشر اليومية، أي أنه أكثر ارتباطاً
بالوجود العياني المباشر، ولذلك فهو تفصيلي وتجريبي، ويتسم بالعفوية والنقائية، ويرتبط
بالخصائص النفسية الاجتماعية للبشر، التي تعكس وجوداً اجتماعياً له خصائصه
ومكوناته، ونظراً لأن الوجود الاجتماعي المرحلي، والخصائص النفسية المتعينة بناء عليه
ليسا منقطعي الصلة بمراحل تاريخية مضت، فإن خصائص أنماط من وجود اجتماعي
سابق، وخصائص نفسية اجتماعية مرتبطة بهما، تتعكس هي الأخرى من خلال الخبرات
اليومية والمباشرة للجماهير .

المستوى الثاني: الوعي النظري الأيديولوجي: الذي يعكس وجوداً طبقياً محدداً، ويأتي
إدراكاً وتصوراً طبقين للمجتمع وما يحويه من علاقات، وما توجد بينهما من تناقضات،
وأيضاً تصوراً للعلاقة بالطبيعة سواء كانت علاقات سيطرة وخضوع من البشر أو للبشر،
وخبرتهم الماضية في السيطرة عليها، وما اخترعه من فنون في الإنتاج والعمل والتفاعل
والتنظيم ..الخ. ويحاول من منظور تاريخي ومعاصر فهم جوهر الواقع الاجتماعي
وظاهرته والقوانين الأساسية التي تحكم سيرورته. المستوى الثالث: الوعي العلمي: الذي
طورته قوى الإنتاج، وتوظفه لخدمة مصالح إنتاجية وأيديولوجية، وهو أيضاً نتاج
لتراكمات الماضي، والاتصال العلمي مع مجتمعات أخرى، إن استعارة أو تبعية أو
تطويعاً.(عبد المعطى، ١٩٨٣، ص٢٥-٢٦)

أما شليتز Schlitz وآخرون فيرى أن النظرة إلى العالم هي أحد جوانب الوعي،
وهي تشمل المعتقدات والافتراضات والمواقف والقيم والأفكار التي تشكل نموذجاً شاملاً
للواقع، وهي تشمل أيضاً صياغات وتفسيرات الماضي والحاضر والمستقبل". وبالتالي فإن
نظرة الناس إلى العالم تؤثر في كل جانب من جوانب كيفية فهم العالم من حولهم والتفاعل

د/ وسام محمد أحمد بلايل

معها، وهي تؤثر تأثيراً عميقاً على الأهداف والرغبات الفردية والمشاركة، وتشكيل التصورات والدوافع والقيم الواعية وغير الواعية على حد سواء. كما تشكل السلوك البشري في العلاقات والتفاعلات الفردية والاجتماعية، في كل لحظة من اليوم (Schlitz et all,2010,p.18).

هذا وقد حدد فومينا المؤثرات التي لها دور في تكوين الوعي الاجتماعي وهي المكون الاقتصادي والاجتماعي التي تحدد مساره وخصائصه ولعل أهمها : (فومينا، د ت ، ص ١٦٢)

١- طبيعة الطبقة المسيطرة على السلطة والثروة في المجتمع وأسلوب الإنتاج المادي الذي تتبناه وأساليب هذه الطبقة في ممارسة مختلف أشكال الضبط الاجتماعي (قهر _ تشجيع)

٢- طبيعة النظام السياسي وتوجهاته وأهدافه وما يتيح من فرص للمشاركة سواء المشاركة السياسية أو المشاركة في الحياة المجتمعية ككل.

٣- مضمون النظام الإعلامي الرسمي وتوجهاته وما يسعى إلي تعويد الأفراد عليه في تبرير الأوضاع الاجتماعية القائمة .

٤- طبيعة النظام التعليمي وأهدافه وما يركز عليه من قيم اجتماعية ومعايير وأساليب في أداء وظيفته.

خامساً- الإجراءات المنهجية للدراسة:

١- نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وقد تحقق الوصف في تلك الدراسة من تحليل المعطيات التالية:

أ. وصف دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل البعد الخاص بوعي المرأة بالحقوق الاجتماعية.

ب. وصف دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل البعد الخاص بوعي المرأة بالحقوق الاقتصادية.

- وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
- ج. وصف دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل البعد الخاص بوعي المرأة بالحقوق السياسية.
- د. وصف دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل البعد الخاص بوعي المرأة بحقوقها الثقافية.

٢- منهجية الدراسة ومصادر البيانات

تعتمد منهجية الدراسة في توفير البيانات على مصدرين أساسيين لتوفير البيانات: -

أ- المصدر الأول: الدراسات المكتبية والدراسات الخاصة:

استخدمت الباحثة هذا الأسلوب بغرض التعرف على المفاهيم والتعريفات النظرية الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي فضلا عن مفهوم الوعي الاجتماعي والدراسات السابقة في قضايا وسائل التواصل الاجتماعي بوجه عام وعلاقتها بالوعي بشكل خاص، فضلا عن مفهوم الوعي في النظرية السوسولوجية .

ب- المصدر الثالث: الدراسة الميدانية:

من خلال الاطلاع على مجموعة من الدراسات والأبحاث السابقة، تبين أن معظمها قد تناول موضوعات تتعلق بجوانب وزوايا مختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن موضوع دور تلك الوسائل في تنمية وعي المرأة بحقوقها لم يحظى باهتمام تلك الدراسات.

٣- مجتمع الدراسة (جامعة المنوفية)

وقع اختيار الباحثة على جامعة المنوفية، نظراً لأنها تضم جموعاً كبيرة ومتنوعة النساء اللاتي يمثلن مختلف شرائح المجتمع، سواء من الإداريات أو أعضاء هيئة التدريس أو الهيئة المعاونة.

٤- عينة الدراسة:

٤-١ نوع العينة وحجمها طريقه سحبها: طبقت الباحثة دراستها الميدانية على عينة من النوع الغرضي، وقد بلغ عدد مفرداتها (٢٠٧ مفردة)، وقد قامت الباحثة بسحب مفردات العينة بالطريقة التحكيمية، حيث وضعت الباحثة عدد من الشروط يجب أن تتوافر في أفراد عينة الدراسة وهي:

أ. أن تكون المفردة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وأن يكون لها حساب على الأقل على أحد تلك الوسائل.

ب. أن يكون مر على استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي مدة لا تقل عن خمس سنوات.

ج. أن يكون استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي يتسم بالاستمرارية دون انقطاع.

د. أن تكون من المهتمات بقضايا المرأة عموماً وحقوق المرأة على وجه الخصوص.

٤-٢ خصائص العينة: كشفت نتائج التحليل الإحصائي للبيانات أن عينة الدراسة تتسم بالخصائص التالية:

أ. توزعت عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي بواقع ٥٠.٧% من حملة الماجستير أو الدكتوراه، في حين أن ٣٩.١% من ذوات التعليم الجامعي، و ١٠.١% من ذوات التعليم المتوسط.

ب. توزعت عينة الدراسة حسب السن بواقع ٤٠.٦% تقع أعمارهن ما بين أربعين وأقل من خمسين عام، و ٢٩% تقع أعمارهن ما بين ثلاثين إلى أقل من أربعين عام، و ٢١.٧% تقل أعمارهن عن الثلاثين عام، وأخيراً ٨.٧% تزيد أعمارهن عن الخمسين عام.

ج. توزعت عينة الدراسة حسب الحالة الزوجية بواقع ٧٩.٧% من المتزوجات، و ١٤.٥% من العازبات، و ٢.٩% من المطلقات ومثلهن من الأرمال.

د. توزعت عينة الدراسة حسب منطقة السكن بواقع ٢١.٧% من سكان الريف و ٧٨.٣% من سكان المدينة.

هـ. جاء الفيس بوك في مقدمة وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها مفردات العينة بنسبة ٩٤.٢%، يليه انستجرام بنسبة ٤٩.٣%، ثم اليوتيوب بنسبة ٤٤.٩%، ثم تويتر بنسبة ١٥.٩%، وفي الترتيب الأخير السناپ شات بنسبة ١٤.٥% (*).

(*). سمح للمبحوثات باختيار أكثر من استجابة.

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
و. أما عن نوعية الصفحات التي تتابعها مفردات العينة فقد جاءت صفحات المرأة في
الترتيب الأول بنسبة ٨١.٢%، يليها الصفحات الدينية بنسبة ٦٨.١%، وفي الترتيب
الثالث جاءت صفحات المرح والفكاهة بنسبة ٤٦.٤%، وفي الترتيب الرابع جاءت
الصفحات السياسية بنسبة ٢٤.٦٥، ثم الصفحات الاقتصادية بنسبة ١٨.٨%، ثم الفنية
(أغاني، أفلام، موسيقى) بنسبة ٢٠.٣%، وأخيرا الرياضية بنسبة ١١.٦%.

٥. توزعت عينة الدراسة حسب الدخل

٥- منهج الدراسة وأداة جمع البيانات:

٥-١ المنهج المستخدم: اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة بوصفه
أحد أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية.

٥-٢ الأدوات البحثية: اعتمدت الباحثة بشكل أساسي على أداة الاستبيان، وقامت
الباحثة بتصميم استبيان، وفقا للخطوات التالية:

أ. صياغة الاستبانة في شكلها المبدئي: استفادة الباحثة من بعض المقالات والدراسات
السابقة التي بحثت في قضايا وسائل التواصل الاجتماعي في علاقتها بقضية الوعي،
وذلك لتحديد بعض القضايا الأكثر أهمية التي يجب أن تركز عليها الدراسة الحالية
في الجانب الميداني منها.

ب. صدق الاستبانة:

- الصدق الظاهري: قامت الباحثة بعرض الاستبانة على عدد من المتخصصين من
ذوي الاهتمام بموضوع البحث، وبلغ عددهم (٧) وأسفرت هذه العملية عن بعض
الملاحظات التي قامت الباحثة بتعديلها، وأبقت الباحثة في النهاية على العبارات التي
تعدت نسبة الاتفاق عليها من قبل المحكمين نسبة ٨٥%.

- صدق الاتساق الداخلي: اعتمدت الباحثة على قياس صدق الاتساق الداخلي للاستبانة
عن طريق حساب معامل الارتباط (Person's R)، بين درجة بعد من أبعاد الاستبانة
والدرجة الكلية لها، وجاءت النتائج كما في جدول (١):

جدول (١) صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبانة

مستوى الدلالة sig	قيمة r	المحاور
٠.٠١	**٠.٦١٣	المحور الأول
٠.٠١	**٠.٦٢٩	المحور الثاني
٠.٠١	**٠.٧٣٥	المحور الثالث
٠.٠١	**٠.٧٢٠	المحور الرابع
* دالة عند مستوى (٠.٠٥) ** دالة عند مستوى (٠.٠١)		

توضح بيانات هذا الجدول أن جميع معاملات الارتباط مرتفعة ودالة إحصائياً حيث تراوحت قيمة (r) ما بين (٠.٦١٣ و ٠.٧٣٥)، وجاءت عند مستوى المعنوية دالة عند (٠.٠١)، وهو ما يعني أن ثمة ارتباطاً قوياً بين محاور الاستبانة الأربعة، وهو ما يعطي مصداقية كبيرة على قدرة الاستبانة للحصول على البيانات المطلوبة.

ج. ثبات الاستبيان: للتأكد من ثبات الاستبيان استخدمت الباحثة معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha، كما يوضح ذلك الجدول التالي:

جدول (٢) ثبات الاستبانة وفقاً لاختبار ألفا كرونباخ

Cronbach's Alpha	Corrected Item- Total Correlation	المحاور
٠.٧١٤	٠.٦٦٨	المحور الأول
	٠.٧٤٨	المحور الثاني
	٠.٦٨٢	المحور الثالث
	٠.٧٣٣	المحور الرابع

بلغت معاملات الفاكرونباخ قيمة تتراوح بين ٠.٦٦٨ إلى ٠.٧٤٨ وهي قيم جيدة للثبات، وبهذا تعد القيم جيدة للاعتماد على الاستبيان من ناحية الثبات.

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري

٢-٤ الاستبيان في شكله النهائي: تكون الاستبيان في شكله النهائي من جزء تمهيدي حول البيانات الأساسية وتكون من عشرة أسئلة، ثم أربعة محاول على النحو الآتي:

أ. المحور الأول من الاستبيان والذي يعالج الحقوق الاجتماعية للمرأة (١٠ عبارة).

ب. المحور الثاني من الاستبيان والذي يعالج الحقوق الاقتصادية للمرأة (١٢ عبارة).

ج. المحور الثالث من الاستبيان والذي يعالج الحقوق السياسية للمرأة (٨ عبارات).

د. المحور الرابع من الاستبيان والذي يعالج الحقوق الثقافية للمرأة (٩ عبارات).

٦- أساليب وطرق تحليل البيانات:

٦-١ التحليل الوصفي للبيانات: تم استخدام بعض مقياس المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

٦-٢ التحليل الإحصائي المتقدم للبيانات:

- معامل الارتباط (Pearson's R) وقد استخدمه الباحث لمعرفة مدى قوة الارتباط بين أبعاد الاستبيان.

- معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

- اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لقياس التباين بين الفئات الداخلية على أبعاد الاستبيان.

٦-٣ المعالجة الإحصائية لعبارات الاستبيان وحساب الوسط المرجح: اعتمدت الباحث على نمط ليكارت الخماسي في وضع الاستجابات، يبدأ هذا النمط بـ"أوافق بشدة"=٥، وينتهي بـ"أرفض بشدة"=١، هذا مع الأخذ في الاعتبار عكس القيم في حالة الاستجابات السلبية، هذا وقد اعتمدت الباحثة على حساب الوسط الحسابي (الوسط المرجح) (Weighted Mean) لتحديد الاتجاه (Attitude) تبعاً للقيم التالية:

جدول رقم (٣) قسم الوسط الحسابي والوسط المرجح والوزن النسبي

الوزن النسبي	المستوى	الرأي	الوسط المرجح
منخفض جدا	أرفض بشدة	لا يحدث نهائياً	أقل من ١.٨
منخفض	أرفض	لا يحدث	من ١.٨ إلى أقل من ٢.٦
متوسط	محايد	يحدث أحياناً	من ٢.٦ إلى أقل من ٣.٤
مرتفع	موافق	يحدث	من ٣.٤ إلى أقل من ٤.٢
مرتفع جداً	موافق جداً	يحدث دائماً	أكثر من ٤.٢

سادساً- نتائج الدراسة الميدانية:

١-الإجابة على السؤال الأول-ما درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية؟.

جدول (٤) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة لمؤشرات درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
.7607	٤.٢١٧	توعية المرأة بحقوقها في المساواة وعدم التمييز
.6955	٤.٥٢٢	توعية المرأة بحقوقها في اختيار شريك حياتها
.6266	٤.٥٦٥	توعية المرأة بحقوقها في الحماية من العنف الأسري
.6523	٤.٥٠٠	توعية المرأة بحقوقها في الزواج في السن المناسب
.7261	٤.٢٩٠	توعية المرأة بحقوقها في صناعة القرار داخل الأسرة
.7165	٤.٤٦٤	توعية المرأة بحقوقها الزوجية
.6955	٤.٤٧٨	توعية المرأة بحقوقها في الحصول على المكانة الاجتماعية
.4774	٤.٦٥٢	توعية المرأة بحقوقها في رفض التنمر
١.١٣٠٦	٤.٠٥٨	توعية المرأة بحقوقها في انتقاص حقوقها الاجتماعية
.5937	٤.٦٢٣	توعية المرأة بحقوقها في العيش والحياة بكرامة
.5329	٤.٤٣٩١	المتوسط الكلي

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري

توضح بيانات الجدول (٤) أن هناك عشرة مؤشرات دالة على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية، ووفقا للمتوسطات الحسابية، فإن تسعة من تلك المؤشرات جاءت عند مستوى (مرتفع للغاية) حيث زادت متوسطاتها الحسابية عن (٤.٢٠)، في حين أن مؤشر واحد حصل على وزن مرتفع، إذ حصل على متوسط حسابي وقدره (٤.٠٥).

ومن المؤشرات المهمة للغاية الدالة على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي المرأة بحقوقها الاجتماعي، المؤشر الخاص بدورها في توعية المرأة في حقها في رفض التتمر، إذ جاء في الترتيب الأول بمتوسط حسابي قدره (٤.٦٥)، يليه الدور الخاص بتوعية المرأة بحقها في العيش والحياة بكرامة بمتوسط حسابي (٤.٦٢)، وفي الترتيب الثالث جاء مؤشر توعية المرأة بحقها في الحماية من العنف الأسري بمتوسط حسابي (٤.٥٦)، جاء بعد ذلك وفي الترتيب الرابع مؤشر توعية المرأة بحقها في اختيار شريك حياتها بمتوسط حسابي (٤.٥٢)، يليه مؤشر توعية المرأة بحقها في الزواج في سن مناسب بمتوسط حسابي (٤.٥٠)، كما حصلت المؤشر الخاص بتوعية المرأة بحقها في الحصول على المكانة الاجتماعية على متوسط حسابي (٤.٤٧) وذلك في الترتيب السادس، يليه في الترتيب السابع توعية المرأة بحقوقها الزوجية بمتوسط حسابي (٤.٤٦)، وفي الترتيب قبل الأخير جاء مؤشر توعية المرأة بحقها في صناعة القرار داخل الأسرة بمتوسط حسابي (٤.٢٩)، وفي الترتيب التاسع جاء مؤشر توعية المرأة بحقها في المساواة وعدم التمييز بمتوسط حسابي (٤.٢١).

كما توضح البيانات أيضا أن المتوسط الكلي لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية جاء عند مستوى مرتفع جدا، بمتوسط حسابي (٤.٤٣)، وهو ما يعني أن هذا الدور اتسم بفعالية كبيرة للغاية وفقا لتقديرات أفراد عينة البحث.

٢-الإجابة على السؤال الثاني: ما درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاقتصادية؟.

جدول (٥) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة لمؤشرات

درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاقتصادية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
.7498	٤.٣٠٤	توعية المرأة بحقوقها في الحصول على عمل
7599	٤.٣٤٨	توعية المرأة بحقوقها في الحصول على أجر مناسب
.8169	٤.١٣٠	توعية المرأة في حقها بالعمل في كافة مجالات العمل
.6269	٤.٥٢٢	توعية المرأة بحقوقها في ان يكون لها استقلالية مالية
.8308	٤.٣٣٣	توعية المرأة بحقوقها في الحصول على أجر متساوي مع الرجل
.6949	٤.٤٦٤	توعية المرأة بالجوانب القانونية الخاصة بالعمل
.6266	٤.٥٦٥	توعية المرأة بحقوقها في الميراث
.7433	٤.٣٦٢	توعية المرأة بحقوقها في التمكين الاقتصادي
.7120	٤.٤٢٠	توعية المرأة بحقوقها في بيئة العمل الآمنة
.5569	٤.٣٧٤٤	المتوسط العام

توضح بيانات الجدول (٥) أن هناك تسعة مؤشرات دالا على دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المرأة بحقوقها الاقتصادية، ووفقا للمتوسطات الحسابية فإن ثمانية من تلك المؤشرات جاءت عند مستوى (مرتفع جدا)، إذ زادت متوسطاتها الحسابية عن (٤.٢٠).

في مقدمة تلك المؤشرات جاء مؤشر دور وسائل التواصل في توعية المرأة بحقوقها في الميراث بمتوسط حسابي (٤.٥٦)، يليه في الترتيب الثاني توعيتها بحقوقها في أن يكون لها استقلالية مادية بمتوسط حسابي (٤.٥٢)، وفي الترتيب الثالث جاء توعيتها بالجوانب القانونية الخاصة بالعمل بمتوسط حسابي (٤.٤٦)، يليه في الترتيب الرابع توعيتها بحقوقها في بيئة العمل الآمنة بمتوسط حسابي (٤.٤٢)، وجاء في الترتيب الخامس توعيتها بحقوقها في التمكين الاقتصادي بمتوسط حسابي (٤.٣٦)، وفي الترتيب السادس جاء توعيتها بحقوقها في الحصول على أجر مناسب بمتوسط حسابي (٤.٣٤)، وفي الترتيب السابع جاء

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
توعيتها بحقها في الحصول على أجر متساوي مع الرجل بمتوسط حسابي (٤.٣٣)، وفي
الترتيب الثامن جاء توعيتها بحقها في الحصول على عمل بمتوسط حسابي (٤.٣٠).
كما توضح البيانات أيضا أن المتوسط الكلي لدور وسائل التواصل الاجتماعي في
تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاقتصادية جاء عند مستوى مرتفع جدا، بمتوسط حسابي
(٤.٣٧)، وهو ما يعني أن هذا الدور أيضا قد اتم بفعالية كبيرة للغاية وفقا لتقديرات
أفراد عينة البحث.

٣-الإجابة على السؤال الثالث- ما درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة السياسية

جدول (٦) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة لدرجة
فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة السياسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
.6632	٤.٣٧٧	توعية المرأة بحقها في التصويت في جميع الانتخابات
.8416	٤.٠٧٢	توعية المرأة بحقها في أن تُنتخب لجميع الهيئات المنتخبة بالاقتراع العام
.8356	٤.٠٢٩	توعية المرأة بحقها في المساهمة في أنشطة المنظمات غير الحكومية
.7872	٤.١٤٥	توعية المرأة بحقها في الانضمام إلى منظمات الدفاع عن حقوق المرأة
.7758	٤.٣٣٣	توعية المرأة بحقوقها في المواطنة الكاملة
.8697	٤.٠٢٩	توعية المرأة بحقها في تقلد المناصب العامة
.7305	٤.٤٠٦	توعية المرأة بحقها في الحصول على الضمان الاجتماعي
.6122	٤.١٩٠٢	المتوسط العام

توضح بيانات الجدول (٦) أن هناك سبعة مؤشرات دالة على دور وسائل التواصل
الاجتماعية في تعزيز وعي المرأة بحقوقها السياسية، ووفقا للمتوسطات الحسابية لتلك
المؤشرات فإن ثلاثة من تلك المؤشرات جاءت عند مستوى (مرتفع جدا) في حين أن باقي
المؤشرات (وعددتها أربعة) جاءت عند مستوى (مرتفع).
في مقدمة المؤشرات التي جاءت عند مستوى (مرتفع جدا) جاء دور وسائل التواصل
الاجتماعية في توعية المرأة بحقها في الحصول على الضمان الاجتماعي بمتوسط حسابي
(٤.٤٠)، يليه في الترتيب الثاني توعية المرأة بحقها في التصويت في جميع الانتخابات

د/ وسام محمد أحمد بلايل

بمتوسط حسابي (٤.٣٧)، وفي الترتيب الثالث جاء توعيتها بحقها في المواطنة الكاملة بمتوسط حسابي (٤.٣٣).

هذا وتظهر البيانات أن المتوسط العام لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي المرأة بحقوقها السياسية جاء عند مستوى (مرتفع) إذ حصل على متوسط حسابي (٤.١٩)، وهو ما يعني أن هذا الدور وإن كان ذو فعالية مرتفعة إلا أنه أقل فعالية من الأدوار السابقة في مجال الحقوق الاجتماعية والاقتصادية، والتي جاءت عند مستوى فعالية مرتفع للغاية.

٤- الإجابة على السؤال الرابع: ما درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الثقافية؟

جدول (٧) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة لدرجة

فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الثقافية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
.7560	٤.٥٠٧	توعية المرأة بحقها في دراسة كافة التخصصات العلمية
.9390	٤.١٤٥	توعية المرأة بحقها في الحصول على الابتعاث للدراسة في الخارج
٣١٧٥.	٤.٥٦٥	توعية المرأة بحقها في رفض العادات والتقاليد التي تنتهك حقوقها
.6536	٤.٣٣٣	توعية المرأة بحقها في المشاركة في النشاط والعمل الثقافي العام
.6603	٤.٣٦٢	توعية المرأة بحقها في التعبير عن افكارها بحرية
.7896	٤.٢٤٦	توعية المرأة بحقها في رفض ما يتعارض وقيمها ومعتقداتها
.4721	٤.٧٣٩	توعية المرأة بحقها في التعليم
.5504	٤.٤٠٧٤	المتوسط العام

توضح بيانات الجدول (٧) أن هناك سبعة مؤشرات دالة على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الثقافية، ووفقا للمتوسطات الحسابية فإن ستة

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
من هذه المؤشرات جاءت عند مستوى (مرتفع جدا) حيث زادت متوسطاتها الحسابية عند
(٤.٢٠).

في مقدمة تلك المؤشرات جاء مؤشر دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المرأة
بحقها في التعليم بمتوسط حسابي (٤.٧٣) ، يليه في الترتيب الثاني توعيتها بحقها في
رفض العادات والتقاليد التي تنتهك حقوقها بمتوسط حسابي (٤.٥٦)، يليه في الترتيب
الثالث توعيتها بحقها في دراسة كافة التخصصات العلمية بمتوسط حسابي (٤.٥٠)، جاء
بعد ذلك وفي الترتيب الرابع توعيتها بحقها في التعبير عن أفكارها بحرية بمتوسط حسابي
(٤.٣٦) ، وفي الترتيب الخامس جاء توعيتها بحقها في المشاركة في النشاط والعمل
الثقافي العام بمتوسط حسابي (٤.٣٣) ، وفي الترتيب السادس جاء توعيتها بحقها في
رفض ما يتعارض مع قيمها ومعتقداتها بمتوسط حسابي (٤.٢٤).

هذا وتظهر البيانات أن المتوسط العام لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز
وعي المرأة بحقوقها الثقافية جاء عند مستوى (مرتفع جدا) إذ حصل على متوسط حسابي
(٤.٤٠) ، وهو ما يعني أن هذا الدور أيضا قد اتسم بفاعلية كبيرة للغاية، ويتشابه في ذلك
مع دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي المرأة بحقوقها الاجتماعية
والاقتصادية.

د/ وسام محمد أحمد بلايل

٥-الإجابة على السؤال الخامس: هل تختلف درجة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة باختلاف المستوى التعليمي ومنطقة السكن؟
١-٥ التباين في استجابات عينة الدراسة على محاور الاستبيان وفقا للمستوى التعليمي:

جدول (٨) نتائج تحليل التباين (أنوفا) لتقديرات أفراد عينة الدراسة لمحاور الاستبيان وفقا لمتغير المستوى التعليمي

تحليل أنوفا احادي الاتجاه (ANOVA)						
الأبعاد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
الحقوق الاجتماعية	بين المجموعات	2.420	2	1.210	٤.٤٠٠**	.013
	داخل المجموعات	56.093	204	.275		
	المجموع	58.513	206			
الحقوق الاقتصادية	بين المجموعات	٢.٦١٤	٢	١.٣٠٧	٤.٣٥٠**	.014
	داخل المجموعات	٦١.٢٨٧	٢٠٤	٣٠٠.		
	المجموع	٦٣.٩٠١	٢٠٦			
الحقوق السياسية	بين المجموعات	٥.٢٣٥	٢	٢.٦١٧	٧.٤١٨**	.001
	داخل المجموعات	٧١.٩٧٩	٢٠٤	٣٥٣.		
	المجموع	٧٧.٢١٣	٢٠٦			
الحقوق الثقافية	بين المجموعات	٤.٩٧٢	٢	٢.٤٨٦	٨.٨٢٧**	.000
	داخل المجموعات	٥٧.٤٤٨	٢٠٤	٢٨٢.		
	المجموع	٦٢.٤٢٠	٢٠٦			

(**) دالة عند مستوى معنوية يبلغ (٠.٠١) (*) دالة عند مستوى معنوية يبلغ (٠.٠٥)

لاختبار عما إذا كان هناك تباين في تقديرات أفراد عينة الدراسة لأبعاد استبيان درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة يعود إلى متغير المستوى التعليمي (متوسط- جامعي- دراسات عليا) استخدمت الباحثة اختبار تحليل التباين (أحادي الاتجاه) وكما توضح بيانات الجدول السابق فإن هناك تباين دالة إحصائيا

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري عند مستوى معنوية بلغ (٠.٠١) في الأبعاد الأربعة للاستبيان (الحقوق الاجتماعية، الحقوق الاقتصادية، الحقوق السياسية، الحقوق الثقافية). ولقياس اتجاه هذا التباين استخدمت الباحثة معامل (شيفيه) وهو ما يوضحه الجدول التالي: جدول (٩) نتائج اختبار شيفيه لاتجاه التباين بين المستويات التعليمية لأفراد عينة البحث

اختبار شيفيه لقياس (scheffe) اتجاه التباين					
المحور	المستوى التعليمي	متوسط	جامعي	دراسات عليا	المتوسط
الحقوق الاجتماعية	متوسط	-			٤.٧١٤٣
	جامعي	.3725*	-		٤.٣٤٠٧
	دراسات عليا	.2542	.1192	-	٤.٤٦٠٠
الحقوق الاقتصادية	متوسط	-			٤.٦٧٨٦
	جامعي	.3946*	-		٤.٢٨٤٠
	دراسات عليا	.2952	.0993	-	٤.٣٨٣٣
الحقوق السياسية	متوسط	-			٤.٦٤٢٩
	جامعي	.5595*	-		٤.٠٨٣٣
	دراسات عليا	.4607	.0988	-	٤.١٨٢١
الحقوق الثقافية	متوسط	-			٤.٧٤٦٠
	جامعي	.5032*	-		٤.٢٤٢٨
	دراسات عليا	.2793	.2238*	-	٤.٤٦٦٧

توضح بيانات الجدول (٩) نتائج اختبار (شيفيه) لقياس اتجاه التباين بين المستويات التعليمية لعينة الدراسة على أبعاد استبيان دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة، ومن هذه البيانات يتضح أن هناك تباين دال إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) بين شريحة التعليم المتوسط والتعليم الجامعي على الأبعاد الأربعة للاستبيان (الوعي بالحقوق الاجتماعية، الوعي بالحقوق الاقتصادية، الوعي بالحقوق السياسية والوعي بالحقوق الثقافية) لصالح شريحة التعليم المتوسط، وهو ما يعني أن

د/ وسام محمد أحمد بلايل

شريحة التعليم المتوسط من أفراد العينة أكثر تقديرا لفعالية دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة مقارنة بشريحة التعليم الجامعي.
٥-٢ الفروق في استجابات عينة الدراسة على محاور الاستبيان وفقا لمنطقة السكن:
جدول (١٠) نتائج اختبار (ت) للفروق بين متوسطات عينة الريف والحضر على أبعاد الاستبيان الأربعة

البعد	منطقة السكن	العدد=ن	المتوسط الحسابي	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
المحور الأول	ريف	٤٥	٤.٤٢٠٠	.272	.786
	حضر	١٦٢	٤.٤٤٤٤		
المحور الثاني	ريف	٤٥	٤.٣٨٨٩	.197	.844
	حضر	١٦٢	٤.٣٧٠٤		
المحور الثالث	ريف	٤٥	٤.١٢٥٠	.807	.421
	حضر	١٦٢	٤.٢٠٨٣		
المحور الرابع	ريف	٤٥	٤.٤٤٤٤	.509	.611
	حضر	١٦٢	٤.٣٩٧١		

(**) دالة عند مستوى معنوية يبلغ (٠.٠١) (*) دالة عند مستوى معنوية يبلغ (٠.٠٥)

توضح بيانات الجدول (١٠) نتائج اختبار (ت) لقياس الفروق بين المتوسطات الحسابية لتقديرات كلا من شريحة سكان الريف وشريحة سكان الحضر من أفراد عينة الدراسة على المحاور الأربعة لاستبيان درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة، ومن هذه النتائج يتضح لنا أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في بين سكان الريف وسكان الحضر، وهو ما يعني أن كلا الشريحتين اتفقتا على درجة فعالية تلك الوسائل في تعزيز الوعي بحقوق المرأة في محاورها الأربعة (الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية والثقافية)، وهو أمر يعكس الفعالية الحقيقية لتلك الوسائل، الأمر الذي جعلها تأثيرها يأتي بذات الدرجة على الرغم من تباين منطقة السكن ما بين الريف والحضر.

خاتمة

(التفسير السوسولوجي لفعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق

المرأة):

بحثت هذه الدراسة في موضوع درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة، وذلك بالنظر إلى الدور الهائل والمساحة الكبيرة التي باتت تحتلها وسائل التواصل الاجتماعي في حياة البشر في الآونة الأخيرة، وقد استهدفت الدراسة تحديد درجة فاعلية وسائل التواصل في تعزيز الوعي بحقوق المرأة في أربعة مجالات أساسية وهي: الحقوق الاجتماعية، الحقوق الاقتصادية، الحقوق السياسية، والحقوق الثقافية.

وقد كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أربعة نتائج أساسية تأتي الباحثة هنا لتعرض تلك النتائج محاولة مناقشتها في ضوء الإطار النظري للدراسة على النحو التالي:

1- كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية جاء عند مستوى مرتفع للغاية، تم التأكيد على هذا المستوى المرتفع من خلال تسعة مؤشرات مهمة أوضحت في مجملها أن وسائل التواصل الاجتماعي تتمتع بدرجة فعالية كبيرة للغاية في تعزيز الوعي بتلك الحقوق

ومن هنا يمكن للباحثة القول بأن وسائل التواصل الاجتماعي تقوم بدور مهم في عملية تشكيل الوعي لدى المرأة فيما يتعلق بحقوقها الاجتماعية، وتتفق تلك النتيجة مع ما خلصت إليه نتائج بعض الدراسات السابقة التي أكدت على فعالية تلك الوسائل في تشكيل جوانب مختلفة من حياة المستخدمين وفي مقدمتها الجانب القيمي وجانب الوعي، من هذه الدراسة: دراسة (الدبيسي والطاهات، ٢٠١٣)، ودراسة (الطيبار، ٢٠١٤) ودراسة (المدني، ٢٠١٤) ودراسة (عمر، ٢٠١٤) ودراسة (الجبير آخرون، ٢٠١٧) ودراسة (الشهري، ٢٠١٩) ودراسة (عبد الله وعودة، ٢٠١٩) ودراسة (Enrique, 2020) ودراسة (Xinyue el al., 2019) ودراسة (Joyer, 2019)، لقد أكدت نتائج تلك الدراسات على عمق التأثيرات التي تمارسها وسائل التواصل الاجتماعي في حياة

المستخدمين في جوانب متعددة، من قبيل الرأي العام والآراء والمعتقدات والقيم، وجمعيتها أمور تدخل تحت نطاق الوعي على وجه العموم.

ومن مراجعة تلك المؤشرات يتبين لنا أنها تحيل إلى الحديث عن توعية المرأة بعدد من القضايا المهمة التي تطرح نفسها بقوة في السنوات الأخيرة، جاء في مقدمتها الوعي برفض التتمر والوعي بحقها في الحياة الكريمة والوعي بحماية نفسها من العنف الأسري، والوعي بحقها في اختيار شريك الحياة، والحصول على المكانة الاجتماعية المناسبة والوعي بحقوقها الزوجية والوعي بحقها في المساواة بين الجنسين وعدم التمييز ضدها استنادا إلى النوع.

ويمكن للباحثة القول بأن تلك المؤشرات التي كشفت عنها الدراسة الميدانية تعكس الواقع الموضوعي الذي تعيشه المرأة في المجتمع المصري في السنوات الأخيرة، فتفحص تلك القضايا التي كشفت عنها الدراسة، يكشف عن أنها انعكاس لما تعيشه المرأة المصرية من ظروف شكلت وجودها الاجتماعي في المرحلة الآنية.

يمكن للباحثة القول بأن الوعي بتلك الحقوق يمثل حالة انعكاسية للوجود، وهنا فإن وسائل التواصل الاجتماعي مارست دورها كآلية لتعزيز الوعي بتلك الحقوق، التي باتت مطلبا ملحا في ظل ما تعانيه المرأة المصرية من معضلات على مستويات مجتمعية متعددة.

كما يمكن للباحثة القول بأن الوعي بتلك الحقوق ذات الطابع الاجتماعي يمكن تصنيفه على أنه يمثل جزء من الوعي اليومي المباشر، الذي يعكس الحاجات البشرية اليومية للمرأة في المجتمع المصري.

وإذا كان الوعي وفقا لشلتنز مرتبط بالنظرة إلى العالم، والتي تشمل المعتقدات والافتراضات والمواقف والقيم والأفكار، فإن الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية، يشكل نموذجا شاملا للواقع الاجتماعي الذي تعيشه المرأة المصرية.

٢- كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاقتصادية جاء هو الآخر عند مستوى مرتفع للغاية، وهو الأمر الذي تم التعبير عنه من خلال حصول ثمانية مؤشرات من مؤشرات قياس دور وسائل

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري

التواصل في تعزيز الوعي بالحقوق الاقتصادية_ من أصل تسعة على مستوى مرتفع للغاية، وهو الأمر الذي ترتب عليه أن جاءت درجة فاعلية وسائل التواصل في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاقتصادية عند درجة فاعلية كبيرة للغاية، وهو ما يعكس التقدير المرتفع لأفراد عينة البحث لدور وسائل التواصل في توعيتهم بحقوق المرأة الاقتصادية. وتتفق تلك النتيجة مع ما أكدته بعض نتائج الدراسات السابقة، والتي ناقشت تأثيرات استخدامات وسائل التواصل على الجوانب الاقتصادية من حياة المستخدمين، حيث أوضحت تلك الدراسات أن وسائل التواصل الاجتماعي باتت تشكل ملمحا مهما من ملامح السلوك الاقتصادي في حياة الانسان، فأنشطة اقتصادية من قبيل التسوق الالكتروني والبيع وعقد الصفقات فضلا عن تسهيل التواصل بين العمال وأصحاب العمل، باتت من الجوانب المهمة التي تميز استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وفقا لما أشارت إلى دراسة كل من: (Melise,2015) ودراسة (Logan,2019) ودراسة (Shiamogu el al.,2021). وحقبة أن لتلك النتيجة أهمية كبيرة من وجهة نظر الباحثة، وهي أهمية ترتبط بأهمية البعد الاقتصادي في حياة المرأة في المجتمع المصري، وهو البعد الذي واجه العديد من الصعوبات المجتمعية خلال العقود الأخيرة من حياة المجتمع المصري، بداية من العقد التاسع من القرن العشرين، حيث بدأت الدولة المصرية انتهاج مجموعة من سياسات الإصلاح الاقتصادي عبر برنامج الخصخصة، انعكست اثارها المباشرة على كافة شرائح المجتمع، وكانت المرأة في مقدمة تلك الشرائح التي عانت من نتائج هذا البرنامج، فمع إلغاء القطاع العام والتوسع في بيع شركاته فقدت المرأة المصرية مصدرا مهما للتشغيل، كان يمثل على طوال العقود الماضية قبل بداية تطبيق تلك الحزمة البرمجية، كان يمثل المشغل الرئيسي للنساء في المجتمع المصري.

ويمكن فهم فعالية دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بالحقوق الاقتصادية من ناحيتين، الأولى_ووفقا لتحديد فومينا للمؤثرات التي لها دور في تكوين الوعي_ طبيعة النظام السياسي وتوجهاته وأهدافه وما يتيح من فرص للمشاركة، فالنظام السياسي المصري حرص منذ عدة عقود على إبراز قضايا المرأة على اختلافها، واتجهت الدولة نحو تأسيس عدد من الكيانات التي تعبر عن مصالح المرأة وتطالب بحقوقها، في

د/ وسام محمد أحمد بلابل

مقدمتها تأسيس المجلس القومي للمرأة (٢٠٠٢) والذي عبر بشكل كبير عن استراتيجيات الدولة المصرية في التعامل مع قضايا المرأة خلال الفترة الممتدة من نهاية التسعينيات من القرن العشرين حتي نهاية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين.

الناحية الثانية، تتعلق بمضمون النظام الإعلامي وتوجهاته وما يسعى إلى تعويد الأفراد عليه، وهنا يمكن للباحثة القول بأن النظام الإعلامي المصري سواء الحكومي منه أو الخاص، ركز دائرة الضوء في السنوات الأخيرة وبشكل مكثف على قضية حقوق المرأة، على اختلاف تلك الحقوق، وبما أن وسائل التواصل الاجتماعي تعد جزءاً أساسياً من النظام الإعلامي الدولي والمحلي في مرحلة العولمة وما بعد العولمة، فإنه من المنطقي أن تمارس تلك الوسائل دوراً فاعلاً وبدرجة كبيرة في تشكيل الوعي بقضايا حقوق المرأة في المجتمع المصري.

٣- كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة السياسية جاء عند مستوى مرتفع (فقط)، ذلك أن ثلاثة فقط من أصل سبعة مؤشرات جاءت عند مستوى (مرتفع جداً) في حين أن باقي المؤشرات جاءت عند مستوى مرتفع، وجاء المستوى العام لتلك المؤشرات عند مستوى مرتفع، وهو ما يعني أن درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة السياسية جاء عند مستوى مرتفع فقط.

ومقارنة درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة السياسية، بذات الدور في حالة الحقوق الاجتماعية والاقتصادية، يفضي بالباحثة إلى القول بأن ثمة تراجع ضعيف في ذلك الدور، وهو أمر لا يعني مطلقاً أن الدور ائسم بضعف الفعالية، بل هو أيضاً فاعل وبدرجة كبيرة، ولكنه أقل من نظيره في مجال الحقوق الاجتماعية والاقتصادية، وربما يعود ذلك إلي أمرين، الأول: أن الحديث عن الحقوق الاجتماعية والحقوق السياسية يمثل أهمية كبرى بالنسبة لأفراد المجتمع، نظراً للتداعيات المباشرة التي تحدثها تلك الحقوق، لارتباطها المباشر بحياة المرأة المعيشية، وهو الأمر الذي لا يتكرر في حالة الحقوق السياسية، التي لا تمارس تأثيراً مباشرة شأنها شأن الحقوق الاجتماعية والاقتصادية.

وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
الأمر الثاني_ من وجهة نظر الباحثة_ أن الحديث عن القضايا ذات الطابع السياسي
يشكل حساسية مفرطة بالنسبة لأفراد المجتمع البحثي، خاصة في الوقت الراهن، حيث
يتجنب الكثيرون الخوض في قضايا السياسة للعديد من الأسباب والاعتبارات.

٤- كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز
الوعي بحقوق المرأة الثقافية جاء أيضا عند مستوى مرتفع للغاية، متفقا في ذلك مع
الحقوق الاجتماعية والاقتصادية، وهو الأمر الذي تم التعبير عنه من خلال حصول ستة
مؤشرات -من مؤشرات قياس دور وسائل التواصل في تعزيز الوعي بالحقوق الثقافية-
من أصل سبعة على مستوى مرتفع للغاية، وهو الأمر الذي ترتب عليه أن جاءت درجة
فاعلية وسائل التواصل في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الثقافية عند درجة فاعلية كبيرة
للغاية، وهو ما يعكس التقدير المرتفع لأفراد عينة البحث لدور وسائل التواصل في
توعيتهم بحقوق المرأة الثقافية.

وتتفق تلك النتيجة مع ما خلصت إليه دراسة (Robolo,2019) والتي أكدت على أن
وسائل التواصل الاجتماعي بات دورها أكثر عمقا في تفاعلات الحياة اليومية على وجه
العموم والجوانب الثقافية منها على وجه الخصوص.

ومن تلك النتيجة يمكن للباحثة القول بأن وسائل التواصل الاجتماعي تقوم بدرجة فاعلة
للغاية في توعية المرأة بحقوقها الثقافية، ولا يختلف تفسير الباحثة لتلك النتيجة عما نحت
إليه سابقا من تفسير ذات الدور بالنسبة للحقوق الاجتماعية والحقوق الاقتصادية، فالقضايا
الثقافية تعتبر جزء ومحددا أساسيا من محددات تشكيل الوعي وفقا لما ذهب إليه فوميا،
ويمكن القول بأنها تشكل أيضا جزء من الوعي النظري الأيديولوجي الذي يسود مجتمع
البحث بوجه عام.

د/ وسام محمد أحمد بلايل

قائمة المراجع:

المراجع العربية

- إبراهيم، خديجة عبد العزيز علي (٢٠١٤). واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعة صعيد مصر (دراسة ميدانية)، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث.
- الجلفة، محمد الكر (٢٠١٨). شبكات التواصل الاجتماعي وإشكالية التباعد الأسري . دراسة حالة الأسرة الجزائرية، جامعة الجزائر، الجزائر.
- الشامي، علي (١٩٩٥). الحضارة والنظم العالمي ، دار الإنسانية ، بيروت ، ط١ .
- العتيبي، جارح (٢٠٠٨). تأثير الفيسبوك على طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، الرياض .
- الحمد، تركي (٢٠٠٤). الاعلام العربي في عالم متغير، القاهرة، مجلة الدراسات الاعلامية، المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية والسكان والتنمية والبيئة ، العدد ١١٥ ، ص ٨٣ - ٩٨ .
- المدني، أسامة غازي (٢٠١٤). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجاً"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان.
- الدوي، إبراهيم أحمد (٢٠١٧). شبكات التواصل الاجتماعي، مركز البحوث والمعلومات ، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، عمان.
- الزيودي، ماجد محمد (٢٠١٦). إسهامات العولمة والمعلوماتية في تشكيل قيم الشباب من وجهة نظر طلبة جامعة طيبة، مجلة دراسات، العلوم التربوية، المجلد ٤٣ ملحق ٥، الجامعة الأردنية، الأردن.
- المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي(٢٠١٧). التكنولوجيات والقيم. الأثر على الشباب، المملكة المغربية.
- العزب، سهام أحمد والغامدي، محمد سعدي صالح (٢٠١١). المحادثة عبر شبكة المعلومات (أنماطها ودوافعها وآثارها): دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك عبد العزيز، مجلة جامعة الملك عبد العزيز "الآداب والعلوم الإنسانية"، المجلد ١٩ العدد ١ ، ص ٧١-١٢٢.

- وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
- الشهري، حنان بنت شعشوع (٢٠١٣). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية. الفيس بوك وتويتر نموذجا" دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عب العزيز بجدة، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم، المملكة العربية السعودية.
 - الديبسي، عبد الكريم على والطاهات، زهير ياسين (٢٠١٣). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات - العلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد ٤، عدد ١، الجامعة الأردنية، ص ٦٦-٨١.
 - الشهري، هند محمد علي (٢٠١٩). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة أبها، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد ٢٠، ج٥، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، ص ٥٣٩-٥٨١.
 - الطيار، فهد بن علي (٢٠١٤). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجا" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد ٣١، العدد ٦١، الرياض.
 - أوليدوف (١٩٨٢). الوعي الاجتماعي، ترجمة ميشيل كيلو، دار ابن خلدون، بيروت.
 - السعيد، حنان السعيد وضيف، عائشة ضيف (٢٠١٥). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي. موقع فيس بوك نموذجا، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
 - الجبر، حامد سعيد، عقيل، ابتسام محمد رشيد وحسن، منى عبد الحميد (٢٠١٧). واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دول الكويت، مجلة كلية التربية، العدد ١٧٦، جزء ٢، كلية التربية، جامعة الأزهر، القاهرة، ص ٧٧-١١٥.
 - أحمد، سمير نعيم (١٩٨٥). النظرية في علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة.
 - أ. فومينا (د ت). الوعي الاجتماعي . قوانينه وتطوره ، ت : فؤاد مرعي، منشورات دار الفجر ، حلب، سوريا.
 - بدوي، أحمد زكي (١٩٨٧). معجم مصطلحات الرعاية الاجتماعية والتنمية الاجتماعية، دار الكتاب، القاهرة، ط١.

- بيبيرس، سامية (٢٠٠٣). حوار الحضارة والمبادرة الحضارية العربية، مجلة شئون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، العدد ١١٦ ، شتاء ص ص ١٧٠ - ١٨٥ .
- حلمي، ساري خضر (٢٠٠٨). تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية. دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٤ ، العدد الأول والثاني.
- حجازي، أحمد مجدى (٢٠٠٤). العرب وسيناريوهات العولمة - رؤية في تهميش الثقافات الوطنية، ورقة بحثية مقدمة لأعمال مؤتمر العولمة والشخصية المصرية، قسم الاجتماع، كلية الآداب جامعة القاهرة.
- خليل، خليل أحمد (١٩٩٦). معجم مفاهيم علم الاجتماع ، معهد الإنماء العربي، بيروت.
- خضر، نيرمين (٢٠٠٩). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري مواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول للأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٥-١٧ فبراير.
- زموري، زينب، وبغداي، خيره (٢٠١١). العلاقة العاطفية بين الجنسين باستخدام الوسائل الالكترونية بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الحقيقي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد ٦.
- زايد، أحمد زايد وآخرون (٢٠٠٣). دراسات في علم الإجماع، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب جامعة القاهرة، القاهرة.
- زكي، عبد المجيد (١٩٩٥). النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت ، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب جامعة عين شمس، القاهرة.
- زايد، أحمد (١٩٨١). البناء السياسي في الريف المصري . تحليل لجماعات الصفوة القديمة والجديدة ، دار المعارف، القاهرة.
- ساري، حلمي خضر (٢٠٠٨). تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية. دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٤ ، العدد الأول والثاني.
- شعيب، ابتهاج عبدالله سراج (٢٠٢٠). اسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في بناء ثقافة التنمية المستدامة من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا، مجلة AJSP، العدد السادس عشر، ص ص ١٠٩-١٣٥ .

- وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري
- صابر، شكري وحلس، موسى (٢٠٠٢). الوعي الاجتماعي العربي. تحليل سسيولوجي ، مكتبة دار المنارة، غزة، ص ص ٨٧-٩١
 - عثمان، عزة عبد العزيز (٢٠٠٩) العوامل المؤثرة على استخدامات الفتيات في السعودية ومصر للإنترنت. دراسة مقارنة، المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، كلية الإعلام، جامعة الملك سعود، ١٥-١٧ مارس ٢٠٠٩.
 - عمري، حمدي أحمد (٢٠١٤). مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي. دراسة في سسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر، دورية إعلام الشرق الأوسط ، العدد العاشر، مركز دراسات الشرق الأوسط، القاهرة.
 - عثمان، نزيهة (٢٠١٧). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين. دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.
 - عبيد الله، ياسر وعودة، رمزي (٢٠١٩). مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالوعي الشباب بالحق في التنظيم، مجلة جامعة الاستقلال للأبحاث، مجلد ٤، عدد ١، ص ٢٦٤-٢٩٥.
 - عبدالمعطي، عبد الباسط (١٩٨٣). الوعي التنموي العربي. ممارسة بحثية، دار الموقف العربي للصحافة والنشر والتوزيع، القاهرة.
 - -ماركيوز، هربرت (١٧٠). العقل والثورة ، ترجمة : فؤاد زكريا ، الهيئة العامة للتأليف والنشر ، القاهرة.
 - مركز الدراسات الاستراتيجية(٢٠١٢). المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، سلسلة نحو مجتمع المعرفة، جامعة الملك عبدالعزيز، السعودية.
 - نومار، مريم نريمان (٢٠١٢). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، الجزائر

-
- Alderson, Troy, Purss, Matthew, Xiaoping, Du and Amiri, Ali M.,(2020). Digital Earth Platforms.in Huadong Guo (editor) "Manual of Digital Earth. Springer Open. International Society for Digital Earth. European Union.
- Al_Maswari, Ebtesan Abdullah and Kareelawati, Nur.(2021). The Role of Social Media in Creating Awareness During and in The Aftermath of The Covid-19 Pandemic. Journal of Contemporary Islamic Communication and Media. Vol.1, Issue2,p.,1-21. DOI:
<https://doi.org/10.33102/jcicom.vol1no2.17>
- Boyd , Danah M.,(2018). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, School of Information, University of California-Berkeley.
- Baccarella, Christin. V., Wagner, Timm F., Kietzmann, Jan H. and McCaathy, Ian P.(2018). Social Media? Its Serious! Understanding the dark side of social media. European Management Journal,36,pp.431-438.
- Dwivedi, Pradeep K., and Pandey, Ingita.(2013).Role of Media in Social Awareness. International Journal of Humanities & Social Sciences Vol 1 (01),p., 67-70
- Enrique, Castejon Lara(2020). Social Media Lacking CONSCIOUSNESS Speeds Fake News. online:
https://www.academia.edu/42391164/Social_Media_Consciousness
- Jwari, Amani(2019). Role of Social Media on Social Consciousness and Engagement.onlien:
https://www.researchgate.net/publication/335192837_Role_of_Social_Media_on_Social_Consciousness_and_Engagement
- LXue, Baid and Oliver, Yao. (2010): Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks, College of Business and Economics, Lehigh University, [online]
<http://ssrn.com/abstract=1535141.22/4/2019>

- Logan, Robert.(2019). Understanding Humans: The Extensions of Digital Media. Department of Physics and St. Michael's College, University of Toronto, Toronto, Canda.
- Mils, Kathryn.(2015). Possible Effects of Internet Use on Cognitive Development in Adolescence. Media and Communication,Vol.4, Issue3,p.4-12.
- Rupolo, Marisa.(2019). Social media and society: a generation transformed and transforming consciousness and culture. online: <https://soar.suny.edu/handle/20.500.12648/1322?show=full>
- Shiamogu, Amobi, Obkieze, Osa, Chiamogu and Odikpo, Emeka (2021). Social Media and Group Consciousness in Nigeria: Appraising the Prevalence of Socio-Political Protests. Journal of Political Science. Vol11,No.4.online: <https://scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=112642>
- Schlitz, Marilyn Mandala, (et al.) (2010) Worldview Transformation and the Development of Social Consciousness, Journal of Consciousness Studies, 17, No. 7–8,. P.18-21
- Shukla, Anand Narin.(2013). Media and Social Awareness. International Journal of Humanities & Social Sciences, Vol 1 (01), p., 57-61
- Ye, Xinyue, Zhao, BO, Nguyen, Thien Hun and Wang, Shaohua.(2019). Social Media and Social Awareness. onlien: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-32-9915-3_12