

تأثير التعرض لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك على العلاقات الاجتماعية للمشتركات

الباحثة / سمية محمود فريفة

لدرجة الدكتوراه في الآداب / قسم الإعلام / شعبة صحافة
تخصص تكنولوجيا الفن الصحفي / جامعة المنصورة

أشرف:

ا.م.د: منى طه محمد

أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة المنصورة

مقدمة الدراسة:

اكتسبت فرضية الجمهور النشط *Active audience* - التي ظهرت خلال أربعينات القرن الماضي - أبعاداً جديدة في ضوء الخدمات غير المسبوقة التي أتاحتها ظهور شبكة الإنترنت، وتحديداً خدمات الجيل الثاني *Web2.0*، ففي حين تأسست الفرضية وفق مقولات تفيد بأن ثمة دوافع نفسية واجتماعية متباينة تدفع الأفراد نحو استخدام وسائل الإعلام لتحقيق اشباعات متباينة بالضرورة، إلا أن التحولات التي طرأت على المشهد الإعلامي بفعل ظهور الإنترنت، أفرزت نوعاً جديداً من الجمهور، الذي لم يعد نشطاً فقط في تلقي الرسالة الإعلامية كما تذهب الفرضية، بل صار متلقياً ومنتجاً نشطاً للرسالة الإعلامية في آن واحد، ساعده على ذلك ظهور منصات إلكترونية جديدة والتفاعل الاجتماعي.

أسهمت تحولات المشهد الإعلامي، بفعل ظهور الإنترنت من جهة أخرى، في تمكين الأفراد العاديين من توظيف الوسيلة الإعلامية ذاتها لتحقيق أهداف اجتماعية وسياسية ونفسية مقصودة، إضافة إلى الأهداف الإعلامية المتعلقة بالحصول على الأخبار والمعلومات، وفي ضوء هذه التحولات؛ انشغل الباحثون خلال العقد الأخيرين بدراسة التأثيرات الاجتماعية والنفسية والسياسية المصاحبة لاستخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على المستويين الفردي والمجتمعي، وخلصت محاولاتهم - في هذا الصدد - إلى الدفع بفرضية جديدة تفيد بأن مواقع التواصل الاجتماعي تتحول لرأس مال اجتماعي حقيقي إذا ما تم توظيفها بشكل عمدي لتحقيق أهداف اجتماعية محددة، من قبيل الرغبة في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية واكتساب صداقات جديدة، أو التواصل مع العالم الخارجي، أو من قبيل الرغبة في تدعيم العلاجات والروابط الاجتماعية القادمة بالفعل بين الأقارب والأصدقاء وزملاء الدراسة.

في ضوء هذه الفرضية الجديدة، يغدو منطقياً الاعتقاد بأن معدلات تحقق مظاهر رأس المال الاجتماعي بفعل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تختلف من مجتمع لآخر، نظراً لاختلاف طبيعة المرجعيات الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع من ناحية، ووفقاً لاختلاف آليات إدارة أفراده لعلاقاتهم الاجتماعية من ناحية ثانية، ونظراً لاختلاف طبيعة الأنساق القيمية السائدة في المجتمع والمؤثرة بالضرورة على مستوى انغلاقه أو انفتاحه من ناحية ثالثة، ولما كان المجتمع المصري - وفقاً لرؤية العديد من الباحثين والمفكرين - مجتمعاً محافظاً من حيث مرجعيته الثقافية السائدة، ومن

حيث طرق إدارة أفرادهم لعلاقاتهم الاجتماعية ، فإن محاولة البحث في طبيعة العلاقة بين أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحقق مظاهر رأس المال الاجتماعي في المجتمع المصري تعد محاولة بالغة الأهمية، خاصة إذا علمنا أن المجتمع المصري يحتل مرتبة متقدمة في قائمة الدول الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي في العالم، والتي وفرت لمستخدميها بنية تفاعلية افتراضية، نجحت في استقطاب العديد من الفئات العمرية دون اعتبار للفوارق الجغرافية والعرقية والجنسية أو السياسية أو الدينية والاقتصادية ، وبالتدرج تحولت هذه الأدوات الى القاسم المشترك في حياة المجتمعات، واحتلت مساحة كبيرة من وقت واهتمام جميع فئات المجتمع خاصة الاناث الذين هم أكثر استخداماً لهذه الاجهزة والوسائل والتعامل مع تطبيقاتها المختلفة ، وإذا أخذنا بعين الاعتبار طبيعة المجتمعات العربية وما تعانيه من نقص في الحريات الأساسية كحرية الرأي و التعبير والتواصل يمكن أن ندرك أحد أسباب أهمية هذه الادوات النافذة الى هذا العالم الجديد للمستخدمين العرب وتفسير الزيادة الكبيرة في أعداد مستخدميها .

ومع الازدياد المستمر لاستخدام الفتيات لهذه الادوات والتنافس الرهيب بين هذه الوسائل الحديثة في جذب الجمهور بدأت تظهر العديد من السلوكيات الاجتماعية والنفسية السلبية والايجابية المرغوبة والمرفوضة و كان لابد من معرفة هذه الاثار والوقوف على مدى انتشارها ودرجة خطورتها.

الدراسات السابقة:

وبمراجعة الدراسات السابقة تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:

- المحور الأول : دراسات تناولت شبكات التواصل الاجتماعي.
- المحور الثاني: دراسات تناولت استخدامات المرأة لشبكات التواصل الاجتماعي.

دراسة حسن بن مرشد (٢٠٢٠) بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب للواقع التنموي في المملكة العربية السعودية ، دراسة استكشافية لعينة من طلبة جامعة طيبة^(١)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب لقضايا التنمية في المملكة العربية السعودية والكشف عن أهم العوامل والمتغيرات التي تؤثر على هذا الوعي، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة من طلاب جامعة طيبة بلغ عددها ٢٥٨ طالباً، وتحقيقاً لهذه الأهداف تم اتباع المنهج الوصفي كونه الأنسب لهذه الدراسة، وقد تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

١. أظهرت الدراسة بأن طلاب كلية الآداب والعلوم الإنسانية يتمتعون بمعرفة مرتفعة لقضايا التنمية ومشاريعها في المملكة وقد تفاوتت هذه المعرفة المستمدة من شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلاب والطالبات وبين سكان المدينة والريف وبين التخصصات وبين المستويات الدراسية وبين فئات المعدلات التراكمية، وتبين أن الواتس اب والسناپ شات هما الأكثر استخداماً، وأن الأكثر معرفة من بين

المشاريع هي المشاريع الخاصة بتوسعة الحرمين الشريفين والأقل معرفة هي الخطة الخمسية

٢. أوصت هذه الدراسة بضرورة توجيه الطلبة وإرشادهم نحو الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال المنشورات والندوات ، كما أوصت الدراسة بإنشاء مركز خاص بالجامعة يُعني باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وإجراء الأبحاث ذات العلاقة.

٢- دراسة نادية منسي البقمي (٢٠٢٠) بعنوان أخلاقيات الصورة على شبكات التواصل الاجتماعي من منظور الشباب الجامعي السعودي : دراسة ميدانية. (٢)

هدفت الدراسة الى التعرف على أخلاقيات نشر الصور على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي السعودي. واستخدمت الدراسة العينة العمدية من أجل الوصول الى الشباب الجامعي الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي وعدد من المعاملات الإحصائية. واعتمدت الباحثة استمارة الاستقصاء كأداة رئيسية لجمع البيانات بعينة عمدية من الشباب الجامعي شملت ٢٠٠ مفردة.

وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

١. كشفت النتائج عن وجود ممارسات غير أخلاقية في نشر الصور على شبكات التواصل الاجتماعي، وارتفعت نسبة عدم مصداقية الصور المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.
٢. كشفت النتائج عن وجود مخاطر مجتمعية بسبب نشر الصور غير الأخلاقية على شبكات التواصل الاجتماعي. كشفت النتائج عن عدم وجود مسئولية اجتماعية لدى المبحوثين في نشر الصور غير الأخلاقية على شبكات التواصل الاجتماعي.

٣- دراسة أفنان محمد شعبان (٢٠٢٠) بعنوان العوامل المؤثرة في استخدام المرأة

للتسويق الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية) (٣)

هدف البحث إلى تحديد العوامل المؤثرة في استخدام المرأة للتسويق الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة مدى استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض التسويق الإلكتروني، استخدم في البحث المنهج الوصفي المسحي بإجراء دراسة ميدانية على عينة من النساء العاملات في جامعة بغداد بواقع (٢٦٩) امرأة، واستخدم أداة البحث استبانة استمارة .

وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج، أهمها:

- وجود مدى كبير للتسويق الإلكتروني من مواقع الإنترنت، وأن الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في التسويق.
- أظهر اختبار الفروض وجود علاقة ارتباط دالة بين مواقع التسويق ومدى تلبية المواقع لاحتياجات النساء.
- أظهرت النتائج وجود فروقات بين العينة في البيانات الديموغرافية نحو استخدام المرأة للتسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك هناك مؤشر لشدة اتقاق في متوسطات العينة نحو العوامل المؤثرة في استخدام المرأة للتسويق الإلكتروني.

٥- دراسة Sangwon Leea, Michael Xenosb (٢٠١٩) بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية^(٤)

هدفت تلك الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية معرفة الجمهور ووعيه السياسي ، تم جمع البيانات من المبحوثين موضع الدراسة خلال الأيام الأخيرة من دورة الانتخابات الرئاسية الأمريكية في الفترة ما بين (٢٩ أكتوبر إلى ٢ نوفمبر، ٢٠١٢) وبلغ عددهم ١١٤٩ ، والانتخابات الرئاسية الأمريكية في الفترة ما بين ٢٠ سبتمبر و ٢٧ سبتمبر لعام ٢٠١٦ والاعادة في ١٨ نوفمبر و ٢٨ نوفمبر ٢٠١٦ وبلغ عددهم ٩٣٧ مبحوث ، وذلك من خلال أخذ العينات الطبقيّة التي تم تصميمها لتكون ممثلة لسكان الولايات المتحدة من حيث الجنس والعمر والعرق والتعليم والحزب والهوية والأيدولوجية والمصالح السياسية، وتم تقييم المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- أثبتت الدراسة ارتفاع استخدام Facebook خلال السنوات الأخيرة ، بما في ذلك استخدامه السياسي كساحة للتعرض ومناقشة الأحداث السياسية.
- كشفت الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ليس له تأثير كبير على المعرفة السياسية ،في حين أن استخدام الوسائط الاجتماعية العامة له تأثير سلبي إلى حد ما على المعرفة السياسي

المحور الثاني: دراسات تناولت استخدامات المرأة لشبكات التواصل الاجتماعي:

١- دراسة (2020) Wei Wang et, al حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في

تحسين جودة الحياة الزوجية (دراسة مقارنة) (٥)

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب المتزوجين، وقد تمثلت عينة الدراسة بمجموعه من ٥١٤ البالغين الصينيين المتزوجين (٦٢٪ من الإناث) من ٢٦ منطقة في الصين، وقد اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان من خلال تطبيق مقياس المقارنة الاجتماعية الصاعدة على وسائل التواصل الاجتماعي المتنقلة والحسد وجودة الزواج والاكنتاب.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

١. أظهرت النتائج ارتباطاً إيجابياً بين المقارنة الاجتماعية الصاعدة على وسائل التواصل الاجتماعي المحمول والاكنتاب.
٢. أكدت النتائج وجود تأثير مباشر للمقارنة الاجتماعية للمتزوجين على معدلات الاكنتاب والحسد لدى المرأة المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي ذوي الجودة الزوجية المنخفضة، عكس ذوي جودة الزواج العالية والتي تحمي البالغين المتزوجين من الآثار السلبية للمقارنة الاجتماعية الصاعدة على وسائل التواصل الاجتماعي المحمولة.
٣. ساعد استخدام الوسائط الاجتماعية بالهاتف الجوال الأفراد من التعرف على حياة الآخرين ، مما قد يؤدي إلى مقارنة اجتماعية تصاعدية، وأظهرت الأدلة أن المقارنة الاجتماعية التصاعدية على وسائل التواصل الاجتماعي المحمولة يمكن أن يكون لها تأثير سلبي على الصحة العقلية للأفراد ، مثل ارتفاع خطر الاكنتاب.

٢- دراسة نعيمة قصابي (٢٠١٩) بعنوان صورة المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي - تحليل سيميولوجي لعينة من الصورة الثابتة^(١)

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على صور توظيف المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك- من خلال إجراء دراسة على عينة من صور ثابتة للمرأة الجزائرية في صفحات الفيسبوك، وتم الاعتماد على منهج تحليل سيميولوجي كون هذه الدراسة تبحث في الدلالات والمعاني و الرموز التي تحملها هذه الصور، واختارنا مقارنة لتحليل هي مقارنة مارتن جولي.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: -

- بين تحليل الصور أن النظرة التقليدية للمرأة مازلت حاضرة إلى غاية الآن والمحصورة في ربة بيت وكونها مخلوق ضعيف لذا حصر دورها في رعاية الزوج والأولاد وعليه فهذه المواقع حافظت على الصورة النمطية للمرأة الجزائرية التي تجعلها زوجة وأما.

- كما بين التحليل الصور أن الصور الكاريكاتورية للمرأة كانت في اغلبها صور ساخرة ومستهزئة بها وعلى سبيل الذكر لا الحصر الصور المتعلق بعيد المرأة وموضوع الزواج على عكس الصور الفوتوغرافية التي كنت معظمها صور واقعية كما هو الحال في صورة المرأة التي ترتدي لباس عصري مع جزء من لباس تقليدي وصورتها في الحراك الشعبي وغيرها.

- فيما يتعلق باستخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك فقد بين التحليل أنها تستخدمه باسم وهوية مستعارة وذلك لعدة اعتبارات سوسيوثقافية، كما أن المرأة تعد من أكثر مستخدمي الفيسبوك فهي مدمنة عليه لدرجة جعلتها تنسى القيام بواجباتها الأسرية والزوجية واستخدامها له يكون أكثر في المنزل.

- أكدت النتائج أن صور الموظفة في موقع الفيسبوك عن المرأة الجزائرية هي صور ايجابية تمثلت في نقلها لحقائق وقضايا تعيشها المرأة، وصور سلبية كانت في بعض الأحيان مجحفة في حقها لكن أيضا في بعض الأحيان عبرت عن واقع بعض الفئات من النساء مثلا صورة المرأة البشعة المتلاعبة.

٣- دراسة ناريمان حداد (٢٠١٩) بعنوان الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك، (٧)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة التناول الشكلي والضمني لصفحات النسوية عبر الفيسبوك - باعتباره أحد شبكات التواصل الاجتماعي- المضامين المتعلقة بالفكر النسوي وقضايا المرأة العربية، لمحاولة الكشف عن ترتيبها وتقديمها لهذه المضامين والقضايا والأساليب المستخدمة في ذلك، إضافة للكشف عن استخدامات جمهور النساء العربيات لهذه الصفحات وانعكاساتها عليهم مترجمة في الآثار المحتمل ترتبها عليهن على مستوى البعد المعرفي والوجداني والسلوكي. وقد استندت هذه الدراسة للمنظور الوظيفي و"نظرية ترتيب الأولويات" ونظرية الاستخدامات والإشباعات" و"نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، قد اعتمدت الباحثة منهج المسح الوصفي، باستخدام أداتي "تحليل المحتوى الإلكتروني" و"استمارة الاستبيان" على عينة منقسمة إلى "عينة عشوائية منتظمة" بأسلوب الدورة الاصطناعية في الشق التحليلي للدراسة، و"العينة العرضية" في الشق الميداني للدراسة،

وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج، أهمها:

- توصلت الدراسة إلى تركيز صفحات النسوية على استخدام المنشورات على شكل نصوص مرفقة بالصور بالاعتماد على اللغة العربية الفصحى في النشر بالدرجة الأولى أين

أضح تضمين منشوراتها للأساليب الإقناعية العقلية، واهتمام صفحات النسوية بعرض ومعالجة القضايا الاجتماعية والتي برزت فيها غالبا النساء كشخصيات فاعلة ومحورية، مستنديين في عرضهم لهذه المواضيع على مصادر مختلفة أهمها الاقتباسات من مواقع أخرى ووسائل الإعلام، وبروز كل من القيم الإيجابية والسلبية متضمنة في منشورات صفحات النسوية التي تهدف في عمومها لنشر الفكر النسوي وطرح قضايا المرأة، لاستهداف جمهور النساء العربيات وتنمية الوعي النسوي لديهن، والتي كانت تعليقاتهن عليها تتراوح بين التأييد والمعارضة في غالب الأحيان.

- أوضحت نتائج الدراسة توجه مستخدمات صفحات النسوية للفردية والعزلة في الاستخدام بمعدل زمني يتراوح من ساعة إلى ٣ ساعات يوميا ، وتفضيل مستخدمات صفحات النسوية للمواضيع الاجتماعية بالدرجة الأولى والمطالبة بالحقوق والمكانة الاجتماعية، وأن الدوافع المعرفية المتمثلة في "التعرف على أهم قضايا النسوية والحلول المقترحة"، إضافة للدوافع النفسية المترجمة في "الإحساس بقواسم مشتركة" من أهم الدوافع وراء استخدامهن لصفحات النسوية.

- كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار المعرفية المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية تبعا لمتغير الحالة المهنية، وعدم وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية في الآثار الوجدانية والسلوكية المترتبة على مستخدمات صفحات النسوية تبعا لمتغير الحالة المهنية، وأوضحت نتائج الدراسة وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية في كل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية على مستخدمات صفحات النسوية تبعا لمتغير المستوى التعليمي

٤- دراسة جواهر بنت صالح بن عيادة الخمسي (٢٠١٩) بعنوان الآثار الاجتماعية والاقتصادية لعمل المرأة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من النساء السعوديات من مستخدمي تويتر والآنستجرام نموذجاً^(٨)

ناقشت هذه الدراسة الآثار الاجتماعية والاقتصادية لعمل المرأة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والتعرف على أسبابه، نظراً لانتشار شبكات التواصل الاجتماعي، وتم استخدام منهج المسح الاجتماعي بأسلوب العينة العشوائية (البسيطة) وبلغ حجم العينة (٣٥٤) من النساء العاملات المسجلات بموقع وزارة التجارة والاستثمار.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها:

- نصف عينة الدراسة غير متزوجات ودخلهن الشهري أقل من ٢٠٠٠ ريال. وغالبيتهم خريجات البكالوريوس وتنوع نشاط عمل المرأة في المستلزمات النسائية (ملابس- إكسسوارات- عطور) والطهي.
- ومن أهم الأسباب التي تدفع المرأة للعمل الإلكتروني الاستفادة من خدمة الانترنت وسهولة التسويق الإلكتروني.
- وعن الآثار الاجتماعية هذا النوع من العمل اكسبها مهارة التوصل مع الآخرين ومن الناحية الاقتصادية زاد دخلها الشهري ووفر لها فرصة عمل خاصة وساعدها على ترشيد الاستهلاك.

التعليق على الدراسات السابقة:

١. أكدت الدراسات العربية والأجنبية تنوع دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ما بين اتصال مع الأصدقاء القدامى والجدد، والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وتنوع أثارها الايجابية والسلبية على المستخدم، مثل

اكتساب المرأة مهارة التوصل مع الاخرين ، وزيادة دخلها الشهري وتوفير فرصة عمل خاصة بها ومساعدتها على ترشيد الاستهلاك، وزيادة وعيها نحو التحرش الالكتروني.

٢. من حيث نوع الدراسة والمنهج المتبع : انتمت أغلب الدراسات السابقة إلى الدراسات الوصفية ، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي أو منهج المسح الاعلامي الشامل لمحتوى شبكات التواصل الاجتماعي.

٣. أدوات جمع البيانات: اعتمدت أغلب الدراسات الأجنبية والعربية على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي ، وكذلك تم الاعتماد على صحيفة تحليل المضمون لتحليل محتوى تلك الصفحات

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

١. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في الجوانب النظرية والتطبيقية وكيفية تناول هذه الدراسات أساليب بحثها وكذلك من إيجابيات وسلبيات هذه الدراسات ومعرفة مدى الاتفاق والاختلاف معها ، كما استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة .

٢. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة ، وتحديد نوع العينة المناسبة للدراسة .

٣. ساعد الاطلاع على الدراسات السابقة الباحث على الوقوف على أهم المعايير التي تستند إليها الدراسة في محاولة الوصول إلى الحكم على الوسيلة الإعلامية من حيث الموضوعية - الدقة - التوازن - الفورية.

٤. ساهم الإطلاع علي الدراسات السابقة تعميق مشكلة البحث وصياغة الفروض العلمية.

٥. الاستفادة من الدراسات السابقة في كيفية وضع فروض وتساؤلات الدراسة.

٦. ساعدت الدراسات السابقة في التعرف علي كيفية تحديد حجم العينة واختيار منهج البحث المناسب والتعرف علي الأدوات البحثية وكيفية الاستفادة منها وتوظيفها لخدمة هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

أصبحت شبكة الإنترنت إحدى مظاهر الحياة العصرية التي تأثر بها المجتمع العربي عامة والمصري خاصة. وفي الآونة الأخيرة، وضحت آثار الإنترنت ومنها تشكيل كيانات اجتماعية رقمية، حيث إن الذين يستخدمون الشبكة يخلقون في الواقع مجتمعاً كونياً افتراضياً يقوم على العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي تتطوي على نزعة فردية واضحة. لذلك يرى بعض الباحثين أن الإنترنت يقلل من الروابط الاجتماعية ويزيد من العزلة الاجتماعية. ولكن في المقابل يشير آخرون إلى أن استخدام الإنترنت، وخاصة الفيس بوك، يمكن أن يبسر بناء وصيانة علاقات اجتماعية دائمة.

ومن ثم تتبلور مشكلة الدراسة في سؤال رئيسي هو:

هل يؤدي استخدام المواقع الإلكترونية الاجتماعية إلى خلق رأس مال اجتماعي بديل أو موازي، أو داعم لرأس المال الاجتماعي التقليدي السائد في الواقع المعاش؟

وانطلاقاً من هذا السؤال، تتحدد مشكلة الدراسة الراهنة في محاولة التعرف على موقف المرأة المصرية من الفيس بوك، والصور التي تنعكس بها هذه المواقف، ومدى قدرتها على تشكيل رأس مال اجتماعي إلكتروني يقوم على الثقة والتعاون والتكامل، ومدى تأثيرها على الفضاء التقليدي للعلاقات الاجتماعية الحقيقية الملموسة من جانب آخر.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من عدد من الاعتبارات لعل من أهمها:

1. الأهمية المتزايدة للإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي في الحياة الاجتماعية على مستوى العالم.
2. أن المجتمع المصري هو أحد أكثر المجتمعات استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، ولاسيما الفيس بوك، على مستوى العالم.
3. اقتران استخدام الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، بالعديد من الأشكال المستحدثة للعلاقات والتفاعلات الاجتماعية إيجابية كانت أو سلبية. ومن ثم فقد أحدثت الإنترنت، والفيس بوك، تغيرات ملموسة في المجتمعات العربية وفي مقدمتها المجتمع المصري.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على عادات وأنماط وكثافة تعرض المبحوثات لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك.
2. رصد مقدار تفاعل المبحوثات-عينة الدراسة- مع مضامين صفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك.
3. التعرف على الهدف من استخدام عينة الدراسة لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك.
4. رصد تأثير صفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك على العلاقات الاجتماعية لدي المبحوثات.

الإطار النظري للدراسة: نظرية رأس المال الاجتماعي

في ضوء قراءة الأدبيات المتاحة حول نظرية رأس المال الاجتماعي، يصعب التوصل على وجه اليقين لصاحب الفضل في طرح هذا المصطلح للمرة الأولى للنقاش العام في دوائر البحث الغربية. في الوقت الذي تفيد فيه قراءة تلك الأدبيات بأن الجذور الأولى للمصطلح قد ترجع لقرون طويلة، حيث يمكن أن نجد أصداءً لدلالاته ومعانيه في بعض أعمال (أرسطو) و (توماس أكويناس) على سبيل المثال، ومن ثم لا يمكن التعاطي مع المصطلح بوصفه مصطلحاً حديثاً كما قد يظن البعض^(٩)

إذا انتقلنا إلى العصر الحديث، فقد اكتسب المصطلح شهرته في الأوساط الأكاديمية بفضل الإسهامات الفكرية لثلاثة من الرواد الأوائل، يأتي في مقدمتهم عالم الاجتماع الفرنسي (بيير بيردو) Peirre Bourdieu، وعالم الاجتماع الأمريكي (جيمس كولمان James Coleman)، وعالم السياسة الأمريكي (روبرت بتنام) Robert Putnam^(١٠) مهَّدت الإسهامات الفكرية للرواد الثلاثة- خلال فترة الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي- الطريق أمام أجيال متعاقبة من الباحثين انشغلوا بدراسة الأبعاد المعرفية والتطبيقية لنظرية رأس المال الاجتماعي، بما أفضى إلى اتساع مجال تطبيقها ليشمل: المجال السياسي والاجتماعي والثقافي والإعلامي والديني وغيره من المجالات، وهو ما أسهم بدوره في إثراء النظرية، وانتقال دوائر الاهتمام بها من محيطها الغربي الذي نشأت فيه، إلى دول ومناطق العالم المختلفة.

يعرّف (بيردو) رأس المال الاجتماعي بأنه حصيلة العلاقات والروابط الاجتماعية المتبادلة بين أفراد جماعة ما (أسرة، طبقة اجتماعية، قبيلة، حزب سياسي.. الخ)، من شأنها أن تعود بالنفع على كل فرد من أفرادها. ويتحدد حجم رأس المال الاجتماعي داخل الجماعة

وفقاً لعاملين رئيسيين: الأول، يتعلق بمدى اتساع شبكة العلاقات الاجتماعية لكل فرد من أفراد الجماعة، ما يعنى زيادة قدرتها على الحشد. أما العامل الثاني، فيتعلق بمدى تنوع رأس المال (الثقافي والاجتماعي والاقتصادي) الناتج عن شبكة العلاقات الاجتماعية لكل فرد من أفراد الجماعة. في ضوء هذين العاملين يخلص (بيردو) إلي أنه كلما اتسعت شبكة العلاقات الاجتماعية للفرد من جهة، وتنوعت مظاهر رأس المال الناتجة عن ذلك من جهة أخرى، زادت معدلات رأس المال الاجتماعي في المجتمع بشكل عام (١١)

توظيف الاطار النظري بالدراسة الحالية:

يتبين أن الأدبيات المتاحة في السياق المصري لا تزال تمر بالمرحلة الأولى من مراحل دراسة العلاقة بين الإنترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي وبين رأس المال الاجتماعي، وهي مرحلة استكشافية غالباً ما تقتصر أهدافها إما على رصد دوافع وأنماط استخدام الإنترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام من ناحية، أو التعرف على طبيعة الإشباع المتحققة بفعل ذلك الاستخدام من ناحية ثانية، أو الكشف عن طبيعة القضايا المثارة في هذا الإطار من ناحية ثالثة. أما الدراسة الراهنة فتسعى إلى تجاوز هذه المرحلة من خلال محاولة التحقق من مظاهر رأس المال الاجتماعي - بفعل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - انطلاقاً من نظرية رأس المال الاجتماعي Social Capital Theory، وهي نظرية لم يسبق اختبارها في المجتمع المصري، ومن ثم تسعى الدراسة إلى تجاوز الأطر النظرية التقليدية التي عادة ما يتم توظيفها عند البحث في طبيعة التأثيرات المصاحبة لاستخدام الإنترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع المصري بشكل عام والأسرة المصرية بوجه خاص، وهو ما يضيف على الدراسة مزيداً من الأهمية.

تساؤلات الدراسة

١. ما هي عادات وأنماط وكثافة تعرض المبحوثات لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك؟
٢. إلى أي مدى تتفاعل المبحوثات-عينة الدراسة-مع مضامين صفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك؟
٣. ما الهدف من استخدام عينة الدراسة لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك؟
٤. إلى أي مدى تؤثر صفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك على العلاقات الاجتماعية لدي المبحوثات؟

فروض الدراسة

- **الفرض الأول:** -توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثات لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك وتأثير هذه الصفحات علي قيمهم الاجتماعية.
- **الفرض الثاني:** -توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الهدف من استخدام عينة الدراسة لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك وتفاعل المبحوثات-عينة الدراسة-مع مضامين هذه الصفحات.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف وكذلك أنماط السلوك المختلفة ، وفي الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، وصف الاتجاهات، والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام، والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف النظم والمؤسسات الإعلامية، والوقائع والأحداث، ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر وبعضها في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها ، وهو ما يتفق مع هذه الدراسة والتي تسعى إلي وصف "تأثير الصفحات النسائية على شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات والقيم الاجتماعية لدى المرأة المصرية.

منهج الدراسة :

ستستخدم الباحثة منهج المسح لمضمون الإعلامي بشقية الوصفي ، لأن منهج المسح الإعلامي أكثر المناهج البحثية استخداما في كافة المجالات الاجتماعية ، فهي تستخدم في كل من البحث الأكاديمي والبحث الخاص ، ويمكن استخدامها لتحقيق أهداف وصفية أو تفسيرية أو استكشافية ، وهي تعد أفضل منهج بحثي متاح للدراسات الاجتماعية للحصول على معلومات وبيانات أصلية لوصف مجتمع كبير قد يكون من الصعب إجراء ملاحظة مباشرة عليه.^(١٢) واستخدام أسلوب تحليل المحتوى للوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر لمادة الاتصال، وفي هذا الإطار اعتمدت الباحثة على استخدام منهج المسح الإعلامي على عينة من الاناث المتابع للصفحات النسائية على الفيس بوك.

مجتمع الدراسة:

هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه العينة، وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه، وهو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة^(١٣) وهو يمثل الجمهور المستهدف الذي يهدف الباحث دراستها وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إليه بشكل كامل لضخامته، ولذلك يتم التركيز على المجتمع المتاح والذي يمكن الوصول إليه ويتم اختيار العينة منه^(١٤)، ويشمل مجتمع الدراسة التحليلية والميدانية.

مجتمع الدراسة الميدانية:

وقد تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور المصري من الإناث في مصر التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي المهتمة بالصفحات النسائية، من عمر ١٨ سنة وحتى ٦٠ سنة فأكثر.

عينة الدراسة:

عينة الدراسة الميدانية:

واستخدمت الباحثة العينة العمدية لمتابعي صفحات الفيس بوك الأكثر تناولا لقضايا المرأة، وسيتم التطبيق على عينة قوامها (٤٠٠) مبحوثا من النساء المصريات.

مبررات اختيار مجتمع الدراسة:

تناولت الدراسة أعمار تتراوح ما بين ١٨ - ٦٠ عاماً وذلك لمراعاة كافة المراحل العمرية التي تتابع الفيس بوك، وهذا التنوع له العديد من السمات

والخصائص التي من شأنها أن تتيح معرفة إمكانية تأثير صفحات الفيس بوك الأكثر تناولا لقضايا المرأة على درجة وعيهم نحو مختلف القيم والقضايا الاجتماعية والأسرية محل الدراسة، وتتمثل مبررات اختيار عينة للدراسة فيما يلي:

١- أن الفترة العمرية ما بين ١٨-٦٠ عاماً تشتمل على عدد من المراحل العمرية [المراهقة - الشباب - الرشد].

٢- قياس ومعرفة استجابة كل فترة من الفترات العمرية المختلفة للمبحوثات لما يتأثرون به .

أسلوب جمع البيانات :

استمارة الاستبيان: اعتمدت الباحثة علي صحيفة استبيان حيث تعد من أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية وأساسية مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدماً ،وهو أسلوب لجمع البيانات يستهدف إثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها ، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد سواء كانوا مجتمعين أو غير مجتمعين في مكان واحد، وتحتوي هذه الاستمارة على عدد من الأسئلة تتضمن متغيرات البحث القابلة للقياس، وتشمل معدل تعرض المبحوثات لشبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك، ودوافع التعرض لها والقضايا والمشكلات التي تهم المبحوثات وموقع القضايا المطروحة للبحث من هذه المشكلات، وتصورات المبحوثات عن القيم والقضايا والمشكلات المثارة.

مفاهيم الدراسة

■ **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي مواقع الكترونية اجتماعية وتعتبر الركيزة الاساسية للإعلام الجديد او البديل التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي^(١٥)

■ **صفحات الفيس بوك:** تقوم فكرة الصفحات على الفيس بوك على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقييمات محددة، ثم ان وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي. (١٦)

■ **القيم الاجتماعية:** هي خصائص محددة ومميزة عن القيم الأخرى، إذ تمتاز بالثبات والاستمرار لارتباطها بالجانب غير المادي من الثقافة من ناحية، ولارتباطها بالجانب الاجتماعي للمجتمع من ناحية أخرى، وأنها من الموجه للسلوك الاجتماعي، كما أنها تختلف من مجتمع لآخر لأن كل مجتمع له نسقه الخاص به، والذي يتأثر بظروف المجتمع فضلا عن أن القيم الاجتماعية تتميز بالعمومية والإلزام^(١٧)

نتائج الدراسة: -

جدول رقم (١)

يوضح درجة متابعة -عينة الدراسة- لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك

درجة المتابعة	ك	%
دائماً	٢٥٨	٦٤.٥%
أحياناً	٨٢	٢٠.٥%
نادراً	٦٠	١٥.٠%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول السابق إلى درجة متابعة -عينة الدراسة-

لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك: -

أشارت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يتابعون بشكل (دائم) بنسبة ٦٤.٥%، بينما أفاد ٢٠.٥% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أنهم يتابعون (أحياناً)، كما أفادت ١٥.٠% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أنه (نادراً) ما يتابعون صفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك

ويمكن اعتبار هذه النتائج.. مؤشراً على الاستخدام الكثيف لمواقع التواصل الاجتماعي الأمر الذي يستلزم نوعاً من الخبرة في التعامل مع شبكة الإنترنت باعتبارها محتوى يتضمن مضموناً وطريقة عرض مختلفة، وهو ما يدل على أن هذا النموذج لم يعد مجرد حالة ترفيهية أو أداة للتسلية بل أصبح

في صلب العملية الإعلامية والسياسية، مما يعنى أن مواقع التواصل الاجتماعي اخترقت كل وسائل الإعلام الأخرى في أوساط الجمهور العام. ■ يوضح أسباب متابعة-عينة الدراسة- لوسائل صحافة المواطن

جدول رقم (٢)

أسباب متابعة عينة الدراسة لصفحات المجموعات النسائية الخاصة

بالفيس بوك

الاتجاه	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	عدد النقاط	لا أوافق		محايد		أوافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
أوافق	٨٨.٣	٢.٦٥	١٠٦٠	%٤.٠	١٦	%٢٧.٠	١٠٨	%٦٩.٠	٢٧٦	لأنها تعبر عن وجهة نظري حول قضية نسائية اهتم بها
أوافق	٨٧.٣	٢.٦٢	١٠٤٧	%٥.٣	٢١	%٢٧.٨	١١١	%٦٧.٠	٢٦٨	لأنها توفر حرية في التعبير عن القضايا النسائية دون قيود
أوافق	٨١.٠	٢.٤٣	٩٧٢	%١٤.٥	٥٨	%٢٨.٠	١١٢	%٥٧.٥	٢٣٠	لسهولة النشر والمتابعة على هذه الصفحات
أوافق	٨٠.٧	٢.٤٢	٩٦٨	%٢٧.٠	١٠٨	%٤.٠	١٦	%٦٩.٠	٢٧٦	ابحث من

تأثير التعرض لصفحات المجموعات النسائية الخاصة

										خلالها عمن يشاركني نفس التوجهات النسائية التي تهمني.
أوافق	٨٠.٣	٢.٤١	٩٦٤	%٢٦.٥	١٠٦	%٦.٠	٢٤	%٦٧.٥	٢٧٠	لتكوين العلاقات والتواصل مع النساء التي تهتم بنفسي القضايا النسائية التي تهمني
أوافق	٧٢.٤	٢.١٧	٨٦٩	%٢٧.٠	١٠٨	%٢٨.٨	١١٥	%٤٤.٣	١٧٧	أطلع على تصريحات وأراء الشخصيات المختلفة في القضايا النسائية التي اهتم بها
محايد	٧١.١	٢.١٣	٨٥٣	%١٥.٥	٦٢	%٥٥.٨	٢٢٣	%٢٨.٨	١١٥	تساهم في كشف الحقائق عن القضايا النسائية ونشرها

										على الملأ
محايد	٧٠.٤	٢.١١	٨٤٥	%١٥.٥	٦٢	%٥٧.٨	٢٣١	%٢٦.٨	١٠٧	أجل الحصول على معلومات عن القضايا النسائية الجارية
محايد	٦٧.٢	٢.٠١	٨٠٦	%٣١.٢	١٢٥	%٣٩.٠	١٥٦	%٢٩.٨	١١٩	تمكني من مشاركة الناس عندما يتحدثون عن قضايا المرأة
محايد	٦٦.٣	١.٩٩	٧٩٦	%٣٠.٠	١٢٠	%٤١.٠	١٦٤	%٢٩.٠	١١٦	لأهمية قضايا المرأة بالنسبة لي

تشير معطيات الجدول السابق رقم (٢) إلى أسباب متابعة-عينة الدراسة

لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك: -

جاء في الترتيب الأول أسباب متابعة-عينة الدراسة (لأنها تعبر عن وجهة نظري حول قضية نسائية اهتم بها) لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك بوزن نسبي ٨٨.٣ واتجاه عام موافق، يليه في الترتيب الثاني (لأنها توفر حرية في التعبير عن القضايا النسائية دون قيود) بوزن

نسبي ٨٧.٣ واتجاه عام أوافق، بينما جاء في الترتيب الثالث (السهولة النشر والمتابعة على هذه الصفحات) بوزن نسبي ٨١.٠ واتجاه عام موافق، بينما جاء في الترتيب الرابع (ابحث من خلالها عن يشاركني نفس التوجهات النسائية التي تهمني). بوزن نسبي ٨٠.٧ واتجاه عام موافق، يليه في الترتيب الخامس (لتكوين العلاقات والتواصل مع النساء التي تهتم بنفس القضايا النسائية التي تهمني) بوزن نسبي ٨٠.٣% واتجاه عام موافق، وجاء في الترتيب السادس (أطلع على تصريحات وآراء الشخصيات المختلفة في القضايا النسائية التي اهتم بها) بوزن نسبي ٧٢.٤ واتجاه عام أوافق، بينما جاء في الترتيب السابع (تساهم في كشف الحقائق عن القضايا النسائية ونشرها على الملأ) بوزن نسبي ٧١.١ واتجاه عام محايد، يليه في الترتيب الثامن (من أجل الحصول على معلومات عن القضايا النسائية الجارية) بوزن نسبي ٧٠.٤ واتجاه عام محايد، يليه في الترتيب التاسع (تمكني من مشاركة الناس عندما يتحدثون عن قضايا المرأة) بوزن نسبي ٦٧.٢ واتجاه عام محايد، بينما جاء في الترتيب العاشر (لأهمية قضايا المرأة بالنسبة لي) بوزن نسبي ٦٦.٣ واتجاه عام محايد.

وتشير النتائج أن أبرز أسباب متابعة-عينة الدراسة- لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك لأنها تعبر عن وجهة نظري حول قضية نسائية اهتم بها وهذا أهم ما يميز الصفحات الحرة في الرأي.

جدول رقم (٣)

يوضح تفاعل عينة الدراسة مع الأحداث والموضوعات التي تنشر حول المرأة بصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك

درجة التفاعل	ك	%
دائماً	٢١٠	٥٢.٥%
أحياناً	١٢٢	٣٠.٥%
نادراً	٦٠	١٥.٠%
لا تفاعل	٤	١.٠%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول السابق إلى درجة تفاعل عينة الدراسة مع الأحداث والموضوعات التي تنشر حول المرأة بصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك: -

أفاد ٥٢.٥% من إجمالي عينة الدراسة أنهم دائماً يتفاعلون مع الأحداث والموضوعات التي تنشر حول المرأة بصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك، بينما أفاد ٣٠.٥% منهم أحياناً يتفاعلون مع الأحداث والموضوعات التي تنشر حول المرأة بصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك، بينما أفاد ١٥% من إجمالي عينة الدراسة أنهم نادراً ما يتفاعلون مع الأحداث والموضوعات التي تنشر حول المرأة بصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك، وأفاد ١.٠% من إجمالي عينة

الدراسة أنهم لا يتفاعلون مع الأحداث والموضوعات التي تنشر حول المرأة بصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك.

جدول رقم (٤)

يوضح إلى مدى متابعة عينة الدراسة لهذه المجموعات النسائية على صفحات الفيس بوك

درجة المتابعة	ك	%
أتابعها باستمرار	١٩٥	٤٨.٨%
أتابعها إلى حد ما	١٢٦	٣١.٥%
نادراً ما أتابعها	٧٩	١٩.٨%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى متابعة عينة الدراسة لهذه

المجموعات النسائية على صفحات الفيس بوك: -

جاء في الترتيب الأول أن عينة الدراسة يتابعون باستمرار هذه المجموعات النسائية على صفحات الفيس بوك بنسبة ٤٨.٨%، يليه في الترتيب الثاني أنهم يتابعونها إلى حد ما بنسبة ٣١.٥%، بينما أفاد ١٩.٨% من عينة الدراسة أنهم نادراً ما يتابعون المجموعات النسائية على صفحات الفيس بوك.

وتشير هذه النتائج إلى حرص عينة الدراسة على متابعة المجموعات النسائية على صفحات الفيس بوك باستمرار مما يؤكد على أهمية هذه المجموعات وفعاليتها كوسيلة لتقديم الخبرات والتجارب الحياتية ومشاركتها

مع الآخرين إلى جانب قدرتها على تقديم الدعم العاطفي والاجتماعي الذي يساعد مستخدميها على الانخراط في المجتمع بشكل أكثر كفاءة.

جدول رقم (٥)

يوضح إلى أي درجة تأثرت القيم الاجتماعية لعينة الدراسة بعد تعرضهم لقضايا المرأة عبر صفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك

التأثير	ك	%
تأثرت بدرجة كبيرة	٢١٣	٥٣.٣%
تأثرت بدرجة متوسطة	١٤٥	٣٦.٣%
لم تتأثر	٤٢	١٠.٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول السابق إلى درجة تأثرت القيم الاجتماعية لعينة الدراسة بعد تعرضهم لقضايا المرأة عبر صفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك

جاء في الترتيب الأول أن القيم الاجتماعية لعينة الدراسة (تأثرت بدرجة كبيرة) بعد تعرضهم لقضايا المرأة عبر صفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك بنسبة ٥٣.٣%، بينما جاء في الترتيب الثاني أنهم (تأثرت بدرجة متوسطة) بنسبة ٣٦.٣%، بينما أفاد ١٠.٥% أنهم لم يتأثروا. وتشير النتائج إلى ان القيم الاجتماعية لعينة الدراسة (تأثرت بدرجة كبيرة) بعد تعرضهم لقضايا المرأة عبر صفحات المجموعات النسائية الخاصة

تأثير التعرض لصفحات المجموعات النسائية الخاصة

بالفيس بوك، فإن استخدام هذه الصفحات امتد ليشمل قضايا المرأة من خلال تداول المعلومات الخاصة بقضايا المرأة، وكذلك الدعوة إلى الحشد والتعبئة وتنظيم الفعاليات، كما تطورت كوسيلة مؤثرة في تشكيل جماعات افتراضية.

نتائج اختبار فروض الدراسة

■ الفرض الأول: -توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثات لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك وتأثير هذه الصفحات على قيمهم الاجتماعية.

جدول رقم (٦)

يوضح العلاقة بين تعرض المبحوثات لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك وتأثير هذه الصفحات على قيمهم الاجتماعية.

تأثير هذه الصفحات على قيمهم الاجتماعية				المتغيرات
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
داله ٠.٤٥	ضعيفة	طردي	*٠.٢٢٥	معدل تعرض المبحوثات لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك

للتحقق من صحة الفرض السابق قامت الباحثة باستخدام

معامل الارتباط بيرسون "Pearson Correlation" للتعرف على إذا ما كانت هناك علاقة بين تعرض المبحوثات لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك وتأثير هذه الصفحات على قيمهم الاجتماعية كما يتضح من الجدول (٦)، وقد تبين وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل تعرض المبحوثات لصفحات المجموعات النسائية

الخاصة بالفيس بوك وتأثير هذه الصفحات على قيمهم الاجتماعية ر = ٠.٢٢٥* وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٥، مما يدل على وجود علاقة ارتباط بين المتغيرين.

■ **الفرض الثاني:** -توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الهدف من استخدام عينة الدراسة لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك وتفاعل المبحوثات-عينة الدراسة-مع مضامين هذه الصفحات

جدول رقم (٦)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين الهدف من استخدام عينة الدراسة لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك وتفاعل المبحوثات-عينة الدراسة-مع مضامين هذه الصفحات

المتغيرات	معامل الارتباط	الدلالة
الهدف من استخدام عينة الدراسة لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك	٠.٤٥٧**	دالة ٠.٠٠١
تفاعل المبحوثات-عينة الدراسة-مع مضامين هذه الصفحات		

ولاختبار هذا الفرض اعتمدت الباحثة علي معامل ارتباط بيرسون ، وأشارت نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط

تأثير التعرض لصفحات المجموعات النسائية الخاصة

دالة إحصائياً بين الهدف من استخدام عينة الدراسة لصفحات المجموعات النسائية الخاصة بالفيس بوك وتفاعل المبحوثات-عينة الدراسة-مع مضامين هذه الصفحات ، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = ٠.٤٥٧ وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠١.

توصيات الدراسة: -

١- على القائمين بالنشر علي الصفحات النسائية إدراك أهمية هذه الوسائل وقوتها، حيث أصبحت بيئة ملائمة لطرح قضايا يُراد جعلها قضايا رأي عام ومؤثرة.

٢-مراعاة الأخلاق والمهنية، ففي قضايا العنف ضد المرأة يجب مراعاة الحالة النفسية للمُعَنَّفَات والابتعاد عن كل ما من شأنه التأثير سلباً عليهن وعدم التشهير بهن.

٣- أن تحرص الصفحات النسائية بشكل ضروري وجدي على تحقيق الموضوعية والمصادقية في تقديم الصور المختلفة المتعلقة بقضايا المرأة علي صفحاتها.

مراجع الدراسة

١- حسن بن مرشد ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب للواقع التنموي في المملكة العربية السعودية ، دراسة استكشافية لعينة من طلبة جامعة طيبة ، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية ، عدد ٥٥

كلية الآداب والعلوم الانسانية ، جامعة الإمام محمد بن سعود
الاسلامية ن ٢٠٢٠.

٢-نادية منسي البقمي ، أخلاقيات الصورة على شبكات التواصل
الاجتماعي من منظور الشباب الجامعي السعودي : دراسة ميدانية،
رسالة ماجستير ، جامعة أم القرى ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم
الإعلام.٢٠٢٠.

٣-أفنان محمد شعبان، العوامل المؤثرة في استخدام المرأة للتسويق
الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي(دراسة ميدانية) الباحث
العلمي،مجلد ١٢ عدد ٤٧ (٢٠٢٠): العدد ٤٧

4- Sangwon Leea, Michael Xenosb, Social distraction?

Social media use and political knowledge in two

U.S.Presidential elections,Computers in Human

Behavior 90, Available At

www.elsevier.com/locate/comphumbh (2019) p.p

18-25.

5-Wei Wang, Mingzhu Wang, Qian Hu, Pengcheng

Wang, Suo Jiang, Upward social comparison on

mobile social media and depression: The mediating

role of envy and the moderating role of marital

quality,Journal of Affective Disorders,Volume 2701
June 2020p.p 143-149

٦-نعيمة قصابي ، صورة المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي -تحليل سيميولوجي لعينة من الصورة الثابتة، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاتصال، ٢٠١٩.

٧-ناريمان حداد، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك، رسالة دكتوراه، جامعة محمد خضير بسكرة، ٢٠١٩.

٨-جواهر بنت صالح بن عيادة الخمسي ، الآثار الاجتماعية والاقتصادية لعمل المرأة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من النساء السعوديات من مستخدمي تويتر والانستجرام نموذجا (١)، مجلة الأطروحة للعلوم الإنسانية،دار الأطروحة للنشر العلمي، المجلد/العدد: س٤، ع٣،العراق، ٢٠١٩، ص ص ١٣١ -

١٦٤

- 9- Zinnbauer, D. (2007). **What can Social Capital and ICT do for inclusion? Institute for Prospective Technological Studies, Spain**
- 10- Ellison, N.B, Steinfield.C & ،Lampe.C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends:” SocialCapital and college students’ use of online social network sites. **Journal of Computer-Mediated Communication, 12 ,1143-1168**
- 11- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital, In J. Richardson (Ed.) Handbook of **Theory and Research for the Sociology of Education,(New York, Greenwood), 241- 258**
- ١٢- سامى طايح ، بحوث الإعلام، دار النهضة العربية ٢٠٠١، ص١٦٧.
- ١٣- فرج الكامل ، بحوث الإعلام والرأي العام ، تصميمها وإجراؤها وتحليلها ، ط١، القاهرة ، دار النشر للجامعات ، ٢٠٠١، ص١٢٣.
- ١٤- محمد عبدالحميد ، البحث العلمى فى الدراسات الاعلامية، ط٢، القاهرة عالم الكتب ، ٢٠٠٤، ص١٣٠.
- ١٥- ابراهيم علي الحجازي : التكامل بين الاعلام التقليدي و الجديد ، (عمان ، دار المعترف ، ٢٠٠٧) ص ٤٠ .

١٦- محمود علم الدين ، الاعلام الرقمي الجديد ، البيئة والوسائل ، ط ١ ، انسحاب للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠١٤ ، ص ص ٢٩٠-٢٩١ .

١٧- عبدالله غانم ، تطوير القيم الثقافية والاجتماعية في المناهج الدراسية العربية (مع التطبيق على المناهج بدولة الامارات العربية) ، مركز البحوث والدراسات ، الشارقة ، الامارات العربية المتحدة ، ٢٠٠٢ .