الاتصال والتنمية

Communication & Development

مجلّة بحثيّة محكّمة تعنى بشؤون الاتصال والتنمية في المجال العربي

رئيسة التحرير: د. مي العبدالله **مدير التحرير:** د. عدنان خوجة

الهيئة الاستشارية العلميّة

د. أحمد حيداس- كلية الإعلام - جامعة الرباط- المغرب
د.الصادق رابح - كلية الآداب والعلوم، قسم الاتصال- الجامعة الكندية في دبي
د. برتران كابدوش – جامعة غرونوبل٣- فرنسا
د. جورج غريغوري – كلية الآداب- جامعة رومانيا
د. جمال مجاهد- كلية الآداب- قسم الإعلام- جامعة بيروت العربية
د.حسن هاشم التميمي- كلية الإعلام- جامعة بغداد- العراق
د. رفيق كركوزوز- كلية الحقوق- جامعة اسطنبول وجامعة القرن الجديد – تركيا
د. صالح أبو أصبع – كلية الآداب- جامعة فلدلفيا- عمان- الأردن
د. عبد الرزاق محمد الدليمي- جامعة اليرموك-عمان- الأردن
د. عماد بشير- كلية الإعلام والتوثيق- الجامعة اللبنانية
د. ماجد تربان ـ جامعة الأقصى ـ فلسطين
د.محبوب هاشم- الجامعة الأميركية في الشارقة- الإمارات العربية المتحدة
د. محمد شطاح – كلية الإعلام- جامعة الشارقة- دولة الإمارات العربية المتحدة
د. مسعود ضاهر- كلية الآداب- قسم التاريخ- الجامعة اللبنانية
د.نصير بو علي- كلية الاتصال في جامعة الشارقة- الإمارات العربية المتحدة
د.هدى عدره - كليّة الآداب - الجامعة اللبنانية
د.هيثم قطب- كلية التربية-الجامعة اللبنانية
رئيسة التحرير: د. مي العبدالله - كليّة الإعلام والتوثيق- الجامعة اللبنانيّة
مدير التحرير: د. عدنان خوجة - كليّة الفنون الجميلة- الجامعة اللبنانية

تصدر عن

الرابطة العربية لعلوم الإتصال (AACS)
e-mail: ittisaltanmia@gmail.com
Tel/Fax: 01807245

دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع
بيروت- لبنان
Tel:00 961 1 854161
e-mail: darnahda@gmail.com

جميع المراسلات بإسم رئيس التحرير على العنوان الإلكتروني

الإشتراكات السنوية: لبنان والدول العربية ٨٠ دولار أميركي
بقية دول العالم ١٠٠ دولار أميركي

تصميم الغلاف: أحمد عثمان

العدد الرابع والعشرون / تشرين ١ـ ٢٠١٨

الكلمة الافتتاحية ٥

قواعد النشر في المجلة

تمثّل مجلة «الاتّصال والتنمية» فضاءً بحثيا لنشر البحوث والدراسات الأصيلة والمبتكرة والملتزمة بشروط الكتابة العلمية. وتهدف المجلة إلى تجاوز ندرة الفضاءات المخصّصة للنشر الأكاديمي، وفرص اللقاء والحوار بين الباحثين العرب، وتطوير حقل الدراسات التي تتمحور حول الاتّصال والتنمية، وذلك من خلال تيسير عملية تبادل المعارف والتجارب البحثية. كما تسعى المجلة إلى تشجيع آليات النشر، مما يسمح بخلق فضاءات نشر جديدة بالنسبة للباحثين العرب، والتعريف ببحوثهم وإسهاماتهم في مجال الدراسات الاتّصالية والتنموية لدى الأوساط الأكاديمية في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، والأوساط المهتمة بإشكاليات الاتّصال والتنمية.

ترحب المجلة بمساهمات السادة الباحثين وتقبل نشر الدراسات والبحوث وفقا للقواعد التالية:

١. أن يكون البحث أصيلا غير منشور سابقاً.
٢. أن يتّبع البحث الأصول العلمية والمنهجية.
٣. تخضع البحوث المعدَّة للنشر للتحكيم. ويمكن أن يُطلب من الباحث إجراء التعديلات على ضوء ملاحظات المحكّمين.
٤. يرفق البحث بسيرة علمية موجزة عن كاتبه.
٥. يطبع البحث على الحاسوب بخط ١٤ (Simplified arabic)، على أن يكون عدد الكلمات بين ٤٠٠٠ و٦٠٠٠ كلمة، بما في ذلك الحواشي والملاحق وقائمة المراجع والمصادر.
٦. تأتي المصادر مع الهوامش في آخر البحث.
٧. يرفق مع البحث باللغة العربية ملخّصٌ باللّغة الثانية (الفرنسية أو الإنجليزية)، على أن لا تزيد كلمات الملخص على ٣٠٠ كلمة.
٨. يتم اعتماد التوثيق باستخدام أسلوب APA . يمكن الاسترشاد بالرابط التالي:
٩. http://www.apastyle.org/index.aspx
١٠. تقبل الأبحاث باللغات الثلاث: العربية، والفرنسية والإنجليزية.
١١. يسدّد الباحث رسما رمزيا قيمته ١٠٠$ مئة دولار أميركي مقابل نشر البحث.
١٢. ترسل البحوث إلى رئاسة التحرير على العنوان:rabitaarabiya@hotmail.com .

عنوان محور العدد القادم: دور شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال المؤسّسيّ.

الكلمة الافتتاحية

مفهوم الهوية الرقمية والمسارات البحثية الجديدة

رئيسة التحرير د. مي العبدالله

في السابق، كان العالم مغلقًا وكانت السلطة عاموديّة خاضعة للتسلسل الهرمي وبيدِ مالكي المعرفة والمعلومات. أما اليوم، فإن ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وظهور شبكة المعلومات وتطورها قد غير اللعبة، وبات يفرض على المجتمعات توازنا جديدا للسلطة. وبالتالي، بدأت تتشكل مجتمعات جديدة مستهلكة، تنمو فيها قواعد المعلومات على حساب الروابط الاجتماعية. في هذا السياق، تُلطرح لدى الباحثين أسئلة عديدة حول تحوّل المجتمعات من التركيز على القيم الإنسانية والتواصل الإنساني والاجتماعي، إلى الاستهلاك والسعي إلى السيطرة على المعلومات بأي ثمن. هذه الأسئلة تحملنا إلى التفكير في الإطار الأخلاقي لنقل المعلومات، وفي شروط التبادل والمشاركة عندما تكون مرتبطة بالمعلومات. ففي نهاية المطاف، لا يمكن استخدام التكنولوجيا الحديثة والبيانات من دون "أخلاق" التحديث والتفكير.

قد تؤثر الأنشطة عبر الإنترنت على هويتنا الشخصية غير المتصلة بالإنترنت أيضًا. فمن خلال دراسة أنماط استخدامِ الأشخاصِ المتحولين جنسياً الإنترنت مثلا، اقترح الباحثون استخدام الإنترنت كمجال مبدئي أو بديل، وخلصوا إلى أنه، على الرغم من الحدود التي توضع على حرية التصرف في عالم الإنترنت، فإن فضاء الإنترنت يبقى مجالا واسعا للتواصل ويوفر تجربة تعوض عن الدونية الاجتماعية التي يعانيها الأفراد في عالم الواقع.

وكما تكون الهوية الاجتماعية في عالم الواقع، في أحيان كثيرة، قناعا يرتديه الفرد، فإن الأمر لا يختلف أبدا عبر الإنترنت، بل ويصبح أكثر وضوحا بسبب القرارات التي يجب على المساهم عبر الإنترنت اتخاذها بشأن ملفه الشخصي، إذ يجب عليه الإجابة عن أسئلة محددة حول العمر والجنس والعنوان واسم المستخدم وما إلى ذلك. علاوة على ذلك، ومع تراكم نشاط الفرد على الإنترنت، يتم تعريف قناعه بشكل متزايد من خلال أسلوبه في الكتابة والمفردات والمواضيع.

وبسبب العديد من الديناميكيات العاطفية والنفسية، يمكن أن يحجم الناس عن التفاعل عبر الإنترنت. فباستحضار قناع الهوية يمكن للشخص إنشاء شبكة أمان. ومن المخاوف العظيمة للهوية على الإنترنت هو أن تكون هوية المرء قد سُرقت أو أسيء استخدامها. هذا

الخوف يمنع الناس من مشاركة هوياتهم، والبعض يخاف من سرقة الهوية أو سوء المعاملة، لدرجة أنهم لن يكشفوا حتى عن معلومات معروفة بالفعل عنهم في القوائم العامة. من خلال جعل القناع متاحًا، يمكن للأشخاص التفاعل بدرجة ما من الثقة دون خوف.

في الواقع، يمكن اعتبار التعليم عملية التغيير التي تتحقق من خلالها الهوية، ونعني الكيفيّةَ التي يجد المرءُ من خلالها مكانَه. فالتعليم هو عملية بناء الشعور بالهوية أو عملية «تنوير»، إذ يجب على الطلاب الذين يتفاعلون في مجتمع عبر الإنترنت أن يكشفوا شيئًا عن أنفسهم، وأن يستجيب آخرون لهذه المساهمة. وبهذه الطريقة، يتم وضع القناع باستمرار في حوار مع الآخرين. وبالتالي، سيكتسب الطلاب إحساسًا أكثر ثراءً وأعمق بمعرفة من هم. ستكون هناك عملية تنوير تساعد الطلاب على فهم نقاط قوتهم وضعفهم.

كثيرة هي إشكاليات الهوية في زمن الإنترنت، إذ عملت خدمات التواصل الاجتماعي والأفكار على الإنترنت على تعقيد مفهوم الهوية، حتى أثار ظهور مفهوم الهوية الرقمية العديد من الأسئلة بين الأكاديميين. وقد استجابت الجهات الأكاديمية لهذه الاتجاهات الناشئة فعملت على تطوير مسارات بحثية جديدة تتناول جميع جوانب الهوية البشرية في المجتمعات التكنولوجية، سنتعرف إلى بعضها في هذا العدد الخاص من مجلتنا.

المرأة الجزائرية وإشكالية البحث عن الهوية بين الواقعية والافتراضية الفايسبوك أنموذجا

أ. شادلي عبدالحق
جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة/الجزائر

Abstract:
The concern of the Algerian woman's and the research problematic of identity among reality and digital environment in facebook shapes a template of a serious matter that is related to the Algerian woman's usage to these social media. The reflections of this usage on her true identity, thus the importance of this research is embodied in hour the matter is serious since the identity that the Algerian woman created in the blue online environment is impacting her real identity , these findings were found due to some statistical tools, what anoles it valuable for this research , it may helps some specialist in different domains to understand this phenomenon and its reflections on woman in general. Through the findings online environment create a dilemma in woman personality, struggling between what is the real and virtual identity. Key words: Woman- identity-virtual-real –facebook.

مقدمة:

شهد العالم اليوم تطورات تكنولوجية هائلةً غيّرت معالم المجتمعات وفطرة أفرادها على حد سواء، وبالمقابل أدّت إلى بروز ظواهر جديدة لم يكن لها وجود من قبل، جاءت نتاج ما وفرته هذه التطورات من وسائل وتجهيزات أعطت للإنسان فسحة لتخطي الحدود بمختلف أنواعها، وبناء علاقات كثيرة مع الآخرين لم يكن له أن يقيمها في واقعه المعيش. ومن بين أشكال هذا التطور التكنولوجي الهائل التي أثرت بشكل جلي على الأشخاص بمختلف شرائحهم، نجد مواقع التواصل الاجتماعي التي فتحت لهم المجال للولوج إلى العالم الافتراضي الفسيح الذي خلّف ظواهر وانعكاسات دفعت العديد من الباحثين إلى الوقوف عليها ومحاولة استجلائها والوقوف على الدوافع التي كانت وراء حدوثها، خاصة وأن علاقة الأشخاص بهذه المواقع أخذت منحىً خطيرا يتمثل في التنامي المتسارع لهذه العلاقة والتزايد المستمر الظاهر جليا في أعداد المنخرطين فيها، وازدياد الخدمات التواصلية والاجتماعية الافتراضية التي وفرتها لهم هذه المواقع.

أولا: مشكلة البحث

فتح التطور التكنولوجي الذي شهده العالم للإنسان نافذة فسيحة للهروب من الواقع، وممارسة كل ما هو مفقود واقعيا في العالم الافتراضي، حيث وفّر هذا الفتح سبلا كثيرة للبحث عن السكينة والراحة، والسفر والمتعة، وإبداء الرأي والمشاركة في صناعته، والأهم في كل ذلك أنه أعطى للإنسان فرصة لإثبات الشخصية والتواصل مع الغير في حيّز اجتماعي افتراضي. وبالمقابل، أدى هذا الأخير إلى وقوع الكثير من الناس في مشكلة ضياع الهوية بين العالم الواقعي المعيش بحقيقته، والعالم الإفتراضي الذي يحمل في طياته الكثير من الخيال والوهم، مما شكّل مشكلة جديدة تسمى مشكلة البحث عن الهوية بين الواقع والافتراض، وأصبح كل ما كان ملموسا وجميلا في الواقع، باهتا فاقدا لجماله في العالم الافتراضي الذي صنعته التكنولوجيا الحديثة، وأدى هذا التيه بين العالمين (الهوية الواقعية والهوية الافتراضية) إلى حصول نوع من أنواع المرض النفسي يشبه مرض انفصام الشخصية لدى الكثير من الناس حيث يظهر المريض بعدة هويات وشخصياتٍ، وهو نوعٌ من أنواع مرض الفصام يُظهِر المريض بشخصيتين على الأقل، وتكون هذه الشخصيات منفصلةً تماماً عن بعضها البعض في الصفات حيث قد يظهر مرضٌ معين عند شخصيةٍ منها وتعاني شخصيةٌ أخرى من مرضٍ آخر، كما أنَّ كل شخصية تنقل الشخص إلى عالمٍ مختلف عن العالم الذي تعيشه الشخصية الأخرى.[1]

ولم تسلم جلّ الفئات المجتمعية من هذا المرض النفسيّ جراء فقدان الهوية والذات بين العالمين الواقعي والافتراضي خاصة النساء، وذلك بعد دعوة الكثير من الهيئات والمنظمات إلى حق المرأة في مواكبة التطور التكنولوجي، واستخدام التكنولوجيا الحديثة. ويخلص هذا البحث إلى أن التحدي الذي يواجه المرأة هو ضرورة تعلم تكنولوجيات الاتصال والمعلومات، وذلك حتى تتمكن من تشكيل أشكال جديدة من الاتصال، ولا سيما أننا الآن بصدد خلق مجتمع جديد، وهو مجتمع المعلومات، ويجب أن تتاح الفرصة للمرأة لخلق هذا المجتمع التخيلي (cyber society) الذي لا بد أن يعكس قيمها ومصالحها، وهذا يعني اكتساب ثقافة الكمبيوتر (computer culture) على كل المستويات.[2] ومن هنا، يمكننا أن نطرح الإشكالية التالية: كيف شكّل العالم الافتراضي مشكلة الهوية لدى المرأة الجزائرية؟ وكيف أثّرت هذه المشكلة على واقعها الاجتماعي.

ثانيا: تساؤلات البحث

- ما أوجه استخدامات المرأة الجزائرية للفايسبوك؟
- ما مظاهر الهوية الافتراضية التي صنعتها المرأة الجزائرية على الفايسبوك؟

- كيف أثّرت الهوية الافتراضية التي صنعتها المرأة الجزائرية في الفايسبوك على هويتها الواقعية؟

ثالثا: فروض البحث

- استخدام المرأة الجزائرية الفايسبوك بصورة كبيرة أثّر بشكل سلبي على واقعها الاجتماعي.
-المظاهر التي صنعتها المرأة الجزائرية في الفايسبوك شجعت بشكل إيجابي على خلق هوية افتراضية.
-أثرت الهوية الافتراضية التي صنعتها المرأة الجزائرية في الفايسبوك بشكل سلبي على هويتها الواقعية.

رابعا: أهمية البحث والحاجة إليه

تكمن أهمية البحث في ريادته حيث يمثل الخطوة الأولى في معالجة ظاهرة انقسام هوية المرأة بين واقعيتها والعالم الافتراضي المتجسد في نموذج البحث المتمثل في عينة البحث وتأثير الفايسبوك فيها، فضلا عن حداثة الظاهرة من حيث تأصيلها العلمي، إذ يمكن أن تفيد المختصين في ميادين عديدة كالإعلام وعلم النفس وعلم الاجتماع والتربية والثقافة والسلوك، في التعرف على هذه الظاهرة.

خامسا: أهداف البحث

- الوقوف على استخدامات المرأة الجزائرية للفايسبوك.
- تحديد مظاهر الهوية الافتراضية التي جسدتها المرأة الجزائرية في الفايسبوك.
- تشخيص انعكاسات الهوية الافتراضية التي جسدتها المرأة الجزائرية في الفايسبوك على هويتها الواقعية.

سادسا: مجالات البحث

يتخذ البحث الحالي مجالات عدة في تعامله مع الظاهرة تتمثل في:

١. المجال المكاني: المجال المكاني للبحث على عينة نساء من مدينة سعيدةٍ ممثلاتٍ لمجتمع النساء الجزائريات بالعموم تمكّنُ الباحث من التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها على مجالات أوسع.
٢. المجال الزماني: حددت المدة من ٢٠١٨/٣/٢٥ إلى غاية ٢٠١٨/٥/٢٥.
٣. المجال البشري: شمل مجتمع البحث على أربع مفردات كما يلي:

ـ ١٦ طالبة من جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة.
ـ ١٤ تلميذة من ثانوية عبد المؤمن بمدينة سعيدة.
ـ ١٣ موظفة بالحي الإداري بمدينة سعيدة.
ـ ١٤ ربة بيت من مدينة سعيدة.

سابعا: منهج البحث

يعرّف الباحث محمد زيان عمر المنهج بأنه: التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون[٣]. وعليه، فإن هذا البحث يندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف لمعرفة انعكاسات الهوية الافتراضية التي أوجدتها المرأة الجزائرية في الفايسبوك على هويتها الواقعية من خلال مفردات عينة البحث المختارة.

ثامنا: عينة البحث

اختار الباحث عينة طبقية حيث قام بتقسيم المجتمع الأصلي إلى فئات أو طبقات متجانسة، من حيث طبيعة المعلومات والبيانات المدروسة، إذ يشترط في العينة الطبقية أن تكون مفردات المجتمع الأصلي معروفة، ليضبط الباحث أعدادها في قوائم محددة، حتى تتسنى له مهمة تقسيم هذا المجتمع الأصلي إلى الفئات أو الطبقات المطلوبة في الدراسة.[٤] وقد قام الباحث بتطبيق الحصص المتساوية في سحب العينة الطبقية، بأخذ حصص متساوية تقريبا من كل فئة أو طبقة على مستوى المجتمع الأصلي كما هو مبين في المجال البشري أعلاه، بالاعتماد على الأسلوب القصدي، الذي يقوم على التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات مجتمع البحث، وهذا انطلاقا من دراسته الكاملة والمفصلة لما يحتوي هذا المجتمع من مفردات ولطبيعة هذه الأخيرة، من حيث ما تتضمنه من معلومات وبيانات، وبالتالي اختيار تلك التي لها صلة بالبحث.[٥]

تاسعًا: تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة

١-الهوية: أ-لغة: هوِيَة: (اسم)/ هَوِيَة: فاعل من هَوِيَ/ هويّة: (اسم) مَنْسُوبٌ إلى هُوَ/ الهَوِيَّةُ: البئرُالبعيدةُ القعر/ هوِيَّةُ الْإِنْسَانِ: حَقِيقَتُهُ الْمُطْلَقَةُ وَصِفَاتُهُ الْجَوْهَرِيَّة/ هوِيَّةً وَطَنِيَّةً: مَعَالِمُهَا وَخَصَائِصُهَا الْمُمَيَّزَةُ وَأَصَالَتُهَا.[٦]/

ب-اصطلاحا: الهويّة هي الإعلاء من شأن الفرد، وهي الوعي بالذّات الثقافيّة والاجتماعية،

وهي لا تعد ثابتة، وإنّما تتحوّل تبعاً لتحوّل الواقع، والهويّة عبارة عن سماتٍ تميّز شخصاً عن غيره أو مجموعة عن غيرها، والهويّة هي الخصوصيّة والذّاتيّة وهي ثقافة الفرد ولغته وعقيدته وحضارته وتاريخه، والهويّة جزء لا يتجزّأ من منشإِ الفرد ومكان ولادته حتّى وإن لم يكن أصله من نفس المنشإِ.[٧] فالهوية هي مجمل السمات التي تميز شيئا عن غيره أو شخصا عن غيره أو مجموعة عن غيرها، كل منها يحمل عدة عناصر في هويته، وعناصر الهوية هي شيء متحرك ديناميكي يمكن أن يبرز أحدها أو بعضها في مرحلة معينة وبعضها الآخر في مرحلة أخرى، والهوية الشخصية تعرف شخصا بشكله واسمه وصفاته وجنسيته وعمره وتاريخ ميلاده، والهوية الجمعية (وطنية أو قومية) تدل على ميزات مشتركة أساسية لمجموعة من البشر، تميزهم عن مجموعات أخرى، وأفراد المجموعة يتشابهون بالميزات الأساسية التي كونتهم كمجموعة، وربما يختلفون في عناصر أخرى لكنها لا تؤثر على كونهم مجموعة، فما يجمع الشعب الهندي مثلا هو وجوده في وطن واحد وأنَّ له تاريخا طويلا مشتركا، وفي العصر الحديث تجمعه دولة واحدة ومواطَنة واحدة، كل هذا يجعل منه شعبا هنديا متمايزا رغم أن أفراده يختلفون فيما بينهم لغةً ودينا وأمورا أخرى[٨].

ج-إجرائيا: الهوية هي المميزات والصفات التي يتصف بها الشخص، وتميّزه عن الآخرين، في إطارها الواقعي المتجسد في المجتمع.

٢-الواقعية: أ- لغة: واقِعيّة: (اسم)/ مصدر صِنَاعِيٌّ/ فكرة غير واقعيَّة:خياليَّة/ الوَاقِعِيَّةُ في الفلسفة: مذهبٌ يُلتَزَمُ فيه التصويرُ الأَمينُ لمظاهر الطبيعة والحياة كما هي، وكذلك عرض الآراءِ والأَحداث والظروف والملابسات دون نظر مثالي/ الوَاقِعِيَّةُ في الأَدَب: تَيَّارٌ أَدَبِيٌّ نَشَأَ فِي فَرَنْسَا مُنْذُ مُنْتَصَفِ القَرْنِ الثَّامِنِ عَشَرَ، كَانَ يَدْعُو إلى تَقْدِيمِ الوَاقِعِ وَنَقْلِهِ كَمَا هُوَ، وَفِي الاتِّحَادِ السُّوفْيَاتِيِّ سَابِقاً غَدَتِ الوَاقِعِيَّةُ الاشْتِرَاكِيَّةُ مَذْهَباً وَرَبَطَتِ الأَدَبَ وَالفَنَّ بِضَرُورَةِ تَصْوِيرِ الإِنْسَانِ مِنْ خِلاَلِ عَمَلِهِ فِي مَعْرَكَتِهِ الاجتماعية/ سياسة واقعيَّة:(السياسة) سياسة وطنيَّة توسيعيَّة هدفها الأوحد تقديم المصلحة الوطنيَّة/ الواقعيَّة التَّصويريَّة: (الثقافة والفنون) أسلوب في فنّ الرّسم يشبه التَّصوير الضَّوئيّ من حيث اهتمامه بالتَّفاصيل الواقعيَّة/ اللاَّواقعيَّة: موقف لا يأخذ الواقع بعين الاعتبار ولا يقدِّره بدقَّة، فِقدان الحِسّ العمليّ بلغ في تعنُّته أقصى درجات اللّاواقعيَّة.[٩]

ب-اصطلاحا: يقول فونتانه: «الواقعية هي انعكاس للحياة الحقيقية"، وقد صاغ أوتو لودفيج مفهوم الواقعية بأنّ «الواقعية تريد أن تعبر عن عالم تكون فيه العلاقات أوضح مما هي عليه في العالم الحقيقي، ولا بد من أن تعبر عن الجوهر الداخلي للأشياء.[١٠]

جـ - إجرائيا: الواقعية هي الحياة الحقيقية التي يعيشها الإنسان، تنتابه فيها مشاعر يستشعرها ويحس بها فعلا، ويتفاعل فيها مع الغير في إطار حقيقي واقعي.

٣-الافتراضية: أ- لغة: افتراضيّة: (اسم) اسم مؤنَّث منسوب إلى افتراض تبنَّى في كلمته تصوّرات وأفكارا افتراضيّة تحتاج إلى الدليل، مصدر صناعيّ من افتراض: قضيّة أو فكرة يؤخذ بها في الاستدلال أو البرهنة على قضية أخرى استطاع أن يؤكِّد صحَّة افتراضيَّته.

ب-اِفتراضيّ: (اسم) اسم منسوب إلى افتراض ما يعتمد على الفرض أو النَّظرية بدلاً من التَّجربة أو الخبرة.[١١]

أ- اصطلاحا: تعبّر الافتراضية عن تكنولوجيا الإيهام والمحاكاة.[١٢]

ب- إجرائيا: الافتراضية هي عيش الإنسان في عالم يملأه الخيال والوهم، تخرجه عن نطاق العالم الواقعي الذي تملأه الحقيقة.

تحليل البيانات:

أولا: الأساليب الإحصائية المستخدمة

من أجل تحقيق هدف البحث وتحليل البيانات المجموعة، قام الباحث باستخدام العديد من الأساليب الإحصائية كالبرنامج الإحصائي (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعيةIBM SPSS Statistics ٢٢)، وحدد طول المدة المستخدمة على مقياس ليكرت الخماسي بـ ٥/٤ أي (٠,٨٠) فتكون الإجابة على أحد خمسة اختيارات هي: أبدا، نادرا، أحيانا، غالبا ودائما وهكذا أصبح طول الخلايا كالتالي:

- المتوسط المرجح من ١ إلى ١,٧٩ يقابله عبارة أبدا.
- المتوسط المرجح من ١,٨٠ إلى ٢,٥٩ يقابله عبارة نادرا.
- المتوسط المرجح من ٢,٦٠ إلى ٣,٣٩ تقابله عبارة أحيانا.
- المتوسط المرجح من ٣,٤٠ إلى ٤,١٩ يقابله عبارة غالبا.
- المتوسط المرجح من ٤,٢٠ إلى ٥ يقابله عبارة دائما.

وقد اعتمد كذلك على الأساليب الإحصائية التالية:

- معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات أداة الدراسة.
- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد العينة.

ثانيا: ثبات أداة القياس

قبل إجراء التحاليل، لا بدّ من التأكد من صدق أداة القياس المستخدم، لأن صدق (الموثوقية) تعكس درجة ثبات أداة القياس. ويستعمل معامل الثبات (Cronbach's Alpha) لقياس مدى ثبات أداة القياس من ناحية الاتّساق الداخلي لعبارات الأداة.[١٣]

جدول رقم (١) يوضح قيمة معامل الثبات

عدد العبارات	الثبات	الصدق
٧٢	٠,٨٦	٠,٩٢

بالنظر إلى جدول اختبار (كرونباخ ألفا) أعلاه المستخرج من البرنامج فقد بلغت قيمة (α = ٠,٨٦) وهي درجة جيدة جدا كونها أعلى من النسبة المقبولة (٠,٦)، وإذا ما أعيد استخدام الأداة، فإنها تعطينا نفس النتائج، وبلغ معامل الصدق (٠,٩٢) وهذا دال على أن الأداة تقيس ما صممت لقياسه.

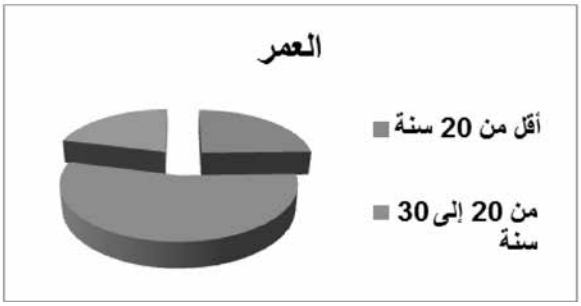
ثالثا: التحليل الإحصائي للبيانات.

المحور الأول: البيانات الشخصية لعينة الدراسة.

جدول رقم (٢) يوضح توزيع العينة حسب العمر

العمر	ت	٪
أقل من ٢٠ سنة	١٤	٢٤,٦
من ٢٠ إلى ٣٠ سنة	٣١	٥٤,٤
أكثر من ٣٠ سنة	١٢	٢١,١
المجموع	٥٧	١٠٠

كما هو موضح في الجدول (٢) أعلاه، فإنّ غالبية أفراد عينة الدراسة متكونة من النساء اللواتي تتراوح أعمارهن ما بين ٢٠ و٣٠ سنة بنسبة(٥٤,٤ ٪)، يليهن النساء دون الـ ٢٠ سنة بنسبة (٢٤,٦ ٪)، وفي الأخير أفراد العينة اللواتي يفوق سنهن الـ ٣٠ سنة بنسبة بلغت (٢١,١٪) فيما تكونت العينة من مجموع ٥٧ مفردة بنسبة (١٠٠٪) ، والشكل رقم (١) أدناه يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر.

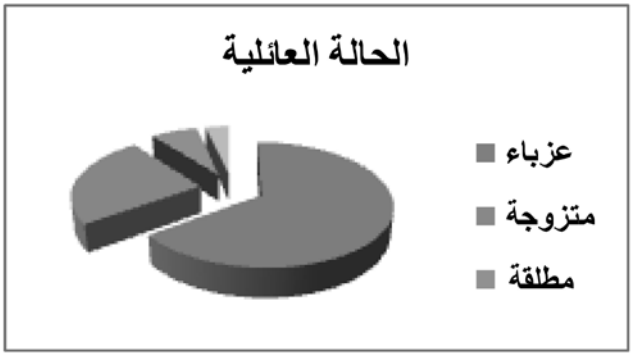


الشكل رقم (١) يوضح توزيع العينة حسب العمر.

جدول رقم (٣) يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية

الحالة العائلية	ت	٪
عزباء	٣٧	٦٤,٩
متزوجة	١٤	٢٤,٦
مطلقة	٠٤	٧,٠
أرملة	٠٢	٣,٥
المجموع	٥٧	١٠٠

أمّا فيما يخص توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية فقد أشارت النتائج كما هو موضح في الجدول (٠٣) أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة مكونة من النساء العازبات بنسبة بلغت (٦٤,٩٪)، بينما جاءت في المرتبة الثانية النساء المتزوجات بنسبة (٢٤,٦٪) أما كل من المطلقات والأرامل فقد جاءت في المرتبة الأخيرة وبنسب ضئيلة جـــــدا(٧,٠٪) و(٣,٥٪) على التوالي.



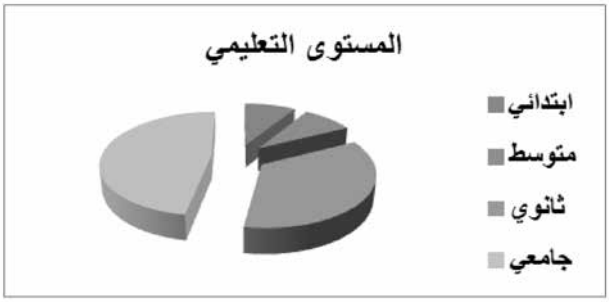
الشكل رقم (٢) يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية.

جدول رقم (٤) يوضح توزيع العينة حسب نوع المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	ت	٪
ابتدائي	٠٥	٨,٨
متوسط	٠٥	٨,٨
ثانوي	٢٠	٣٥,١
جامعي	٢٧	٤٧,٤
المجموع	٦٠	١٠٠

يبيّن الجدول (٤) أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة مكونة النساء اللّواتي يمثلن النخبة حيث بلغت نسبة اللّواتي يمتلكن مستوى جامعيا (٤٧,٤٪). يليها اللّواتي لهن مستوى تعليمي ثانوي بنسبة (٣٥,١٪). وفي الأخير أفراد العينة من النساء اللّواتي اكتفين بالمستوى المتوسط والابتدائي بنسبة ضئيلة ومتساوية بلغت(٨,٨٪).

الشكل رقم (٣) يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.



جدول رقم (٥) يوضح توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	ت	٪
ربة بيت	١٤	٢٤,٦
موظفة	١٣	٢٢,٨
تلميذة	١٤	٢٤,٦
طالبة	١٦	٢٨,١
المجموع	٥٧	١٠٠

أما فيما يخص توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية فقد جاءت النتائج متقاربة كما

هو موضح في الجدول (٠٥) أعلاه حيث نلاحظ تفوقاا طفيفا للطالبات بنسبة بلغت (٢٨,١٪)، يليها كل من ربات البيوت والتلميذات بنسبة متساوية (٢٤,٦٪) بينما جاءت في المركز الأخير النساء الموظفات بنسبة (٢٢,٨٪).

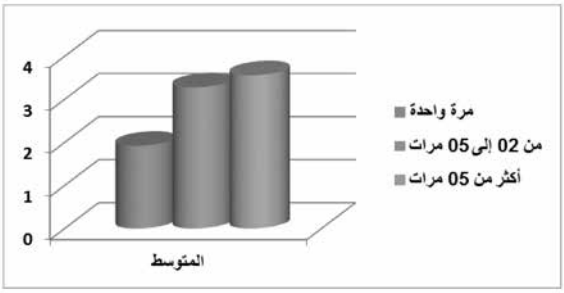
الشكل رقم (٤) يوضح توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية.

المحور الثاني: استخدامات المرأة الجزائرية للفايسبوك.

جدول رقم (٦) يوضح عدد مرات استخدام الفايسبوك.

عدد المرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مرة واحدة في اليوم	١,٩٢	١,٢٣
من مرتين إلى ٠٥ مرات في اليوم	٣,٢٨	١,٢٥
أكثر من ٠٥ مرات في اليوم	٣,٥٦	١,٣٠

أظهرت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (٦) أعلاه، أن مفردات عينة الدراسة من النساء الجزائريات يستخدمن الفايسبوك لأكثر من ٥ مرات في اليوم وهذا ما تؤكده قيمة المتوسط الحسابي (٣,٥٦) كما أظهرت انحرافا معياريا مقداره (١,٣٠) وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي والتي تشير إلى خيار غالبا.

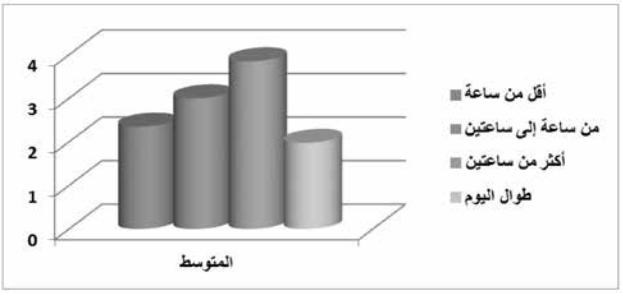


الشكل رقم (٥) يوضح عدد مرات استخدام الفايسبوك

جدول رقم (٧) يوضح الحجم الساعي في استخدام الفايسبوك

الحجم الساعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من ساعة	٢,٣٥	٠,٩٧
من ساعة إلى ساعتين	٣,٠٠	١,٠٨
أكثر من ساعتين	٣,٨٥	١,١٥
طوال اليوم	١,٩٨	١,١٠

كما أظهرت النتائج من خلال البيانات على الجدول رقم (٧) أعلاه، أن المرأة الجزائرية من خلال مفردات العينة محل الدراسة غالبا ما تقضي أكثر من ساعتين في استخدام الفايسبوك بمتوسط (٣,٨٥) وأظهرت انحرافا معياريا مقداره (١,١٥)، بينما نلاحظ من خلال نفس النتائج أن مفردات العينة أحيانا ما يستخدمن الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين بمتوسط (٣,٠٠) ونادرا ما يستخدمنه لأقل من ساعة أو طوال اليوم.



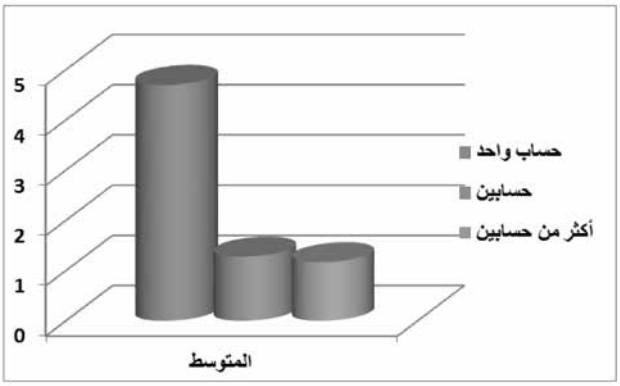
الشكل رقم (٦) يوضح الحجم الساعي في استخدام الفايسبوك

جدول رقم (٨) يوضح عدد الحسابات المستخدمة

عدد الحسابات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
حساب واحد	٤,٧٠	٠,٩٩
حسابان	١,٢٨	٠,٩٥
أكثرُ من حسابين	١,١٧	٠,٦٨

أظهرت النتائج الخاصة بعدد الحسابات المستخدمة من طرف مفردات عينة الدراسة على الفايسبوك أن النساء المبحوثات دائما ما يستخدمن حسابا واحدا على الفايسبوك وذلك ما يتجلى من خلال قيمة المتوسط الحسابي (٤,٧٠) والانحراف المعياري المقدر بـ (٠,٩٩)، وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي والذي يرجح خيار دائما، كما

نلاحظ أن المرأة الجزائرية من خلال مفردات العينة محل الدراسة لا تستخدم أبدا أكثر من حساب واحد على الفايسبوك حيث تشير المتوسطات (١,٢٨) و(١,١٧) إلى خيار أبدا.



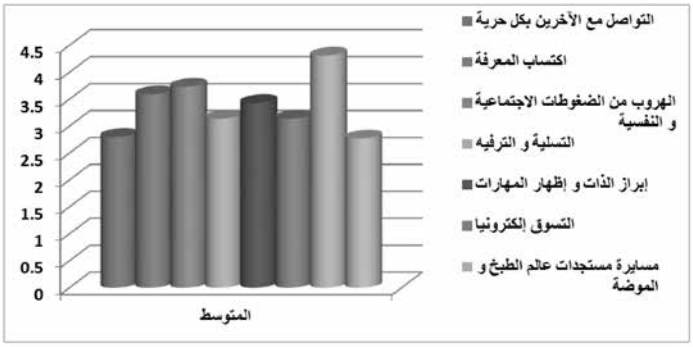
الشكل رقم (٧) يوضح عدد الحسابات المستخدمة

جدول رقم (٩) يوضح الغاية من استخدام الفايسبوك

الغاية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التواصل مع الآخرين بكل حرية	٢,٨٠	١,٣٨
اكتساب المعرفة	٣,٥٩	١,٠٣
الهروب من الضغوطات الاجتماعية والنفسية	٣,٧٣	١,٤٣
التسلية والترفيه	٣,١٤	١,١٨
إبراز الذات وإظهار المهارات	٣,٤٣	١,٣٤
التسوق إلكترونيا	٣,١٤	١,٣٠
مسايرة مستجدات عالم الطبخ والموضة	٤,٣١	٠,٩٤
التعرف على أصدقاء جدد	٢,٧٧	١,٢٣

كشفت النتائج من خلال البيانات على الجدول رقم (٩) أعلاه، أن مفردات عينة النساء الجزائريات محل الدراسة يستخدمن الفايسبوك بالدرجة الأولى لغرض مسايرة مستجدات عالم الطبخ والموضة بمتوسط (٤,٣١) وانحراف معياري مقداره (٠,٩٤) وهو متوسط يقع في الفئة الخامسة من فئات المقياس الخماسي والذي يرجح خيار دائما، بينما كشفت النتائج أنه غالبا ما يستخدم لغرض الهروب من الضغوطات الاجتماعية والنفسية بمتوسط (٣,٧٣).

واكتساب المعرفة بمتوسط (٣,٥٩) بالإضافة إلى إبراز الذات وإظهار المهارات بمتوسط (٣,٤٣) وهي كلّها متوسطات تقع في الفئة الرابعة من المقياس والتي تشير إلى خيار غالبا.



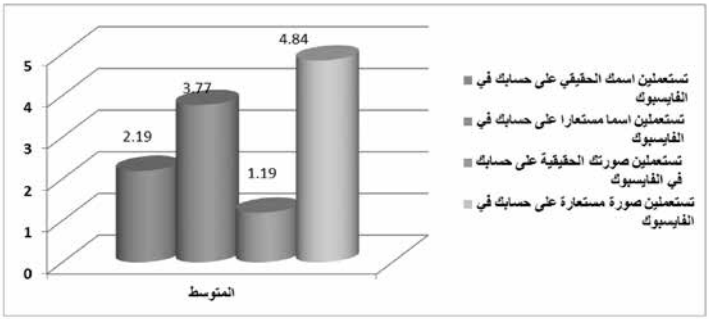
الشكل رقم (٨) يوضح الغاية من استخدام الفايسبوك.

المحور الثاني: مظاهر الهوية الافتراضية للمرأة الجزائرية على الفايسبوك

جدول رقم (١٠) يوضح استخدام الاسم و الصورة على الفايسبوك

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تستعملين اسمك الحقيقي على حسابك في الفايسبوك	٢,١٩	١,٧٧
تستعملين اسما مستعارا على حسابك في الفايسبوك	٣,٧٧	١,٧٨
تستعملين صورتك الحقيقية على حسابك في الفايسبوك	١,١٩	٠,٨٣
تستعملين صورة مستعارة على حسابك في الفايسبوك	٤,٨٤	٠,٦٤

كشفت النتائج من خلال البيانات في الجدول رقم (١٠) أعلاه، أن أفراد عينة الدراسة من النساء الجزائريات غالبا ما يستعملن اسما مستعارا على حساباتهن في الفايسبوك بمتوسط (٣,٧٧) وانحراف معياري مقداره (١,٧٨) وهو متوسط يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي والتي ترجح خيار غالبا. بينما أظهرت النتائج أنه نادرا ما يستعملن الاسم الحقيقي في استخدام الفايسبوك بمتوسط (٢,١٩). أما فيما يخص استعمال الصورة على الحساب، فقد أشارت النتائج أن المرأة الجزائرية دائما ما تستعمل صورة مستعارة على حسابها في الفايسبوك بمتوسط (٤,٨٤).

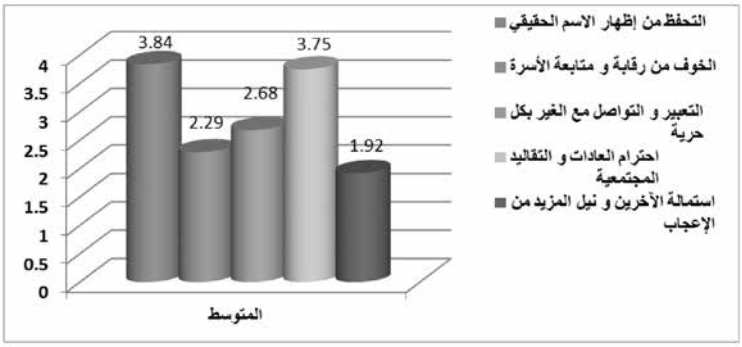


الشكل رقم (٩) يوضح استخدام الاسم و الصورة على الفايسبوك.

جدول رقم (١١) يوضح الغاية من استعمال الاسم المستعار على الفايسبوك.

الغاية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التحفظ من إظهار الاسم الحقيقي	٣,٨٤	١,٤٨
الخوف من رقابة ومتابعة الأسرة	٢,٢٩	١,٥١
التعبير والتواصل مع الغير بكل حرية	٢,٦٨	١,٤٤
احترام العادات والتقاليد المجتمعية	٣,٧٥	١,٥٢
استمالة الآخرين ونيل المزيد من الإعجاب	١,٩٢	١,١٧

أظهرت النتائج، كما هو مبيّن في الجدول أعلاه، من خلال مفردات عينة الدراسة أنّ المرأة الجزائرية غالبا ما تستعمل الاسم المستعار بغرض التحفظ من إظهار الاسم الحقيقي بالدرجة الأولى بمتوسط (٣,٨٤) وانحراف معياري مقداره (١,٤٨) يليها في الدرجة الثانية احترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع بمتوسط (٣,٧٥)، فيما أظهرت النتائج أن أفراد عينة الدراسة من النساء الجزائريات نادرا ما يخفن من رقابة ومتابعة الأسرة بمتوسط (٢,٢٩) وأن استمالة الآخرين ونيل المزيد من الإعجاب بمتوسط (١,٩٢)، سببها استعمال الاسم المستعار على الحساب في الفايسبوك.

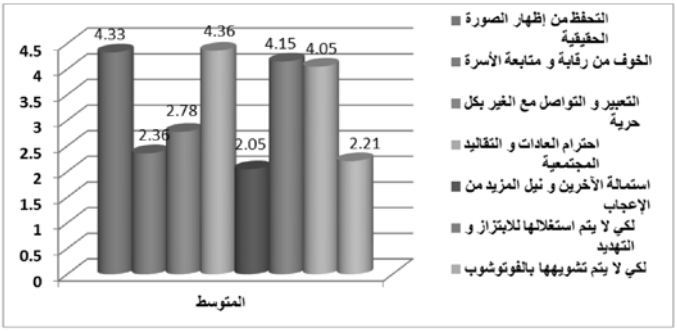


الشكل رقم (١٠) يوضح الغاية من استعمال الاسم المستعار على الفايسبوك

جدول رقم (١٢) يوضح الغاية من استعمال الصورة المستعارة على الفايسبوك

الغاية من الصورة المستعارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التحفظ من إظهار الصورة الحقيقية	٤,٣٣	١,٠٥
الخوف من رقابة ومتابعة الأسرة	٢,٣٦	١,٤٧
التعبير والتواصل مع الغير بكل حرية	٢,٧٨	١,٤٦
احترام العادات والتقاليد المجتمعية	٤,٣٦	١,١٨
استمالة الآخرين ونيل المزيد من الإعجاب	٢,٠٥	١,٢٧
لكي لا يتم استغلالها للابتزاز والتهديد	٤,١٥	١,٢٢
لكي لا يتم تشويهها بالفوتوشوب	٤,٠٥	١,٣٩
لكي لا يكون لدى عائلتك علم بها	٢,٢١	١,٢٢

أشارت النتائج كما هو مبيّن في الجدول أعلاه من خلال مفردات عينة الدراسة أنّ المرأة الجزائرية دائما ما تستعمل الصورة المستعارة احتراما للعادات والتقاليد السائدة في المجتمع بالدرجة الأولى بمتوسط (٤,٣٦) يليها في الدرجة الثانية غرض التحفظ من إظهار الصورة الحقيقية بمتوسط (٤,٣٣) وهما المتوسطان اللذان يقعان في الفئة الخامسة من فئات المقياس والتي ترجح خيار دائما. بالإضافة إلى أن المرأة الجزائرية غالبا ما تستعمل صورة مستعارة من أجل عدم استغلالها للابتزاز والتهديد بمتوسط (٤,١٥) ولكي لا يتم تشويهها بالفوتوشوب بمتوسط (٤,٠٥).

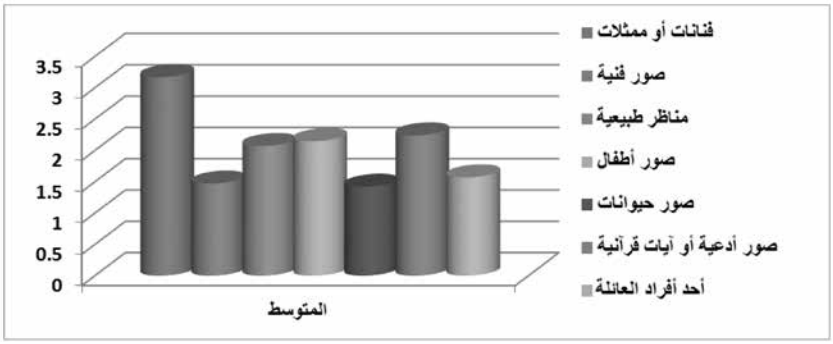


الشكل رقم (١١) يوضح الغاية من استعمال الصورة المستعارة على الفايسبوك.

جدول رقم (١٣) يوضح طبيعة الصورة المستعارة على الفايسبوك.

طبيعة الصورة المستعارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
فنانات أو ممثلات	٣,١٧	١,٦٢
صور فنية رسومات ولوحات	١,٤٧	٠,٨٨
مناظر طبيعية	٢,٠٧	١,٢٥
صور أطفال	٢,١٥	١,٤١
صور حيوانات	١,٤٢	٠,٨٨
صور أدعية أو آيات قرآنية	٢,٢٤	١,٤٥
أحد أفراد العائلة	١,٥٧	١,٠٨

أما فيما يخص طبيعة الصور المستعارة المستعلمة على حساب المرأة الجزائرية في الفايسبوك، فقد أظهرت النتائج كما هو مبيّن في الجدول أعلاه من خلال مفردات عينة الدراسة أنّ المرأة الجزائرية أحيانا ما تستعمل صورا لفنانات أو ممثلات على حساباتهنّ في المقام الأول بمتوسط (٣,١٧) وأنه نادرا ما تستعمل صور أدعية أو آيات قرآنية بمتوسط (٢,٢٤) بينما نلاحظ أن المرأة الجزائرية لا تستعمل أبدا صور حيوانات أو صورا لأحد أفراد العائلة على حسابها في الفايسبوك بمتوسط (١,٤٢) و(١,٥٧) على التوالي، وهما المتوسطان اللّذان يقعان في الفئة الأولى من فئات المقياس والتي تشير إلى خيار أبدا.

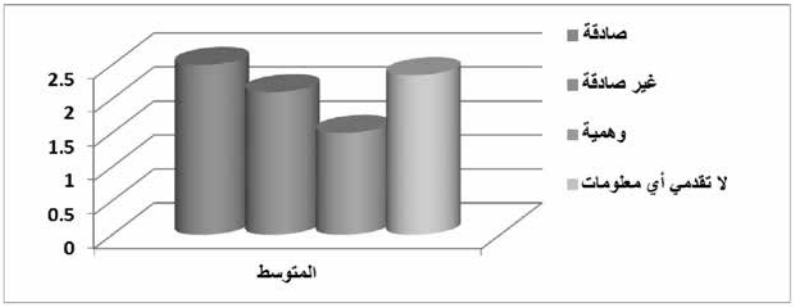


الشكل رقم (١٢) يوضح طبيعة الصورة المستعارة على الفايسبوك.

جدول رقم (١٤) يوضح طبيعة المعلومات المقدمة عن الهوية على الفايسبوك.

طبيعة المعلومات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المعلومات صادقة	٢,٥٠	١,٨٢
المعلومات غير صادقة	٢,١٠	١,٦٨
المعلومات وهمية	١,٥٠	١,٠٧
لا تقدمي أي معلومات	٢,٣٥	١,٧٣

أظهرت النتائج كما هو مبين في الجدول أعلاه، أن المرأة الجزائرية من خلال مفردات العينة محل الدراسة نادرا ما تقدم معلومات صادقة في حسابها على الفايسبوك بمتوسط (٢,٥٠) وذلك ما ينطبق على عدم تقديم أي معلومات بمتوسط (٢,٣٥) وتقديم معلومات غير صادقة بمتوسط (٢,١٠)، فيما أظهرت مفردات عينة الدراسة أنّ المعلومات المقدمة على حسابات الفايسبوك العائدة للنساء الجزائريات لا تكون أبدا وهمية بمتوسط (١,٥٠).

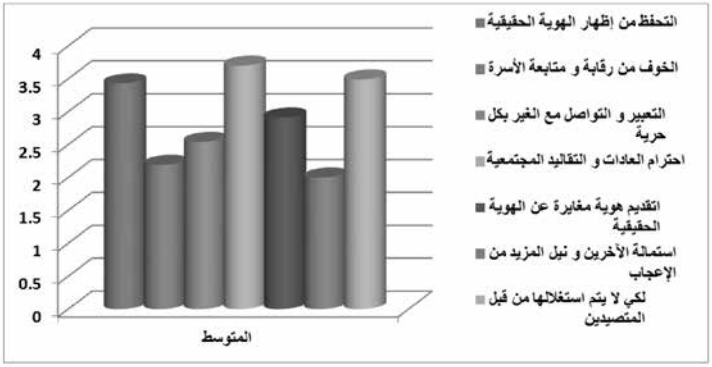


الشكل رقم (١٣) يوضح طبيعة المعلومات المقدمة عن الهوية على الفايسبوك

جدول رقم (١٥) يوضح الغاية من عدم تقديم معلومات صادقة على الفايسبوك

الغاية من عدم تقديم معلومات صادقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التحفظ من إظهار الهوية الحقيقية	٣,٤٣	١,٧٢
الخوف من رقابة ومتابعة الأسرة	٢,١٩	١,٥٤
التعبير والتواصل مع الغير بكل حرية	٢,٥٤	١,٤٥
احترام العادات والتقاليد المجتمعية	٣,٧٠	١,٧١
تقديم هوية مغايرة عن الهوية الحقيقية	٢,٩١	١,٦٧
استمالة الآخرين ونيل المزيد من الإعجاب	٢,٠٠	١,٢٢
لكي لا يتم استغلالها من قبل المتصيّدين	٣,٤٩	١,٦١

أشارت النتائج كما هو مبيّن في الجدول أعلاه، أن السبب الأول لعدم تقديم المرأة الجزائرية من خلال مفردات عينة الدراسة للمعلومات الصادقة على حسابها في الفايسبوك يعود لاحترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع بمتوسط (٣,٧٠) يليه الخوف من استغلال المعلومات من قبل المتصيدين على الشبكة بمتوسط (٣,٤٩) ثم التحفظ من إظهار الهوية الحقيقية بمتوسط (٣,٤٣) وهي كلها متوسطات تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي والتي ترجح خيار غالبا، بينما نادرا ما يعود سبب عدم تقديم المعلومات الصادقة استمالة الآخرين ونيل المزيد من الإعجاب بمتوسط (٢,٠٠).



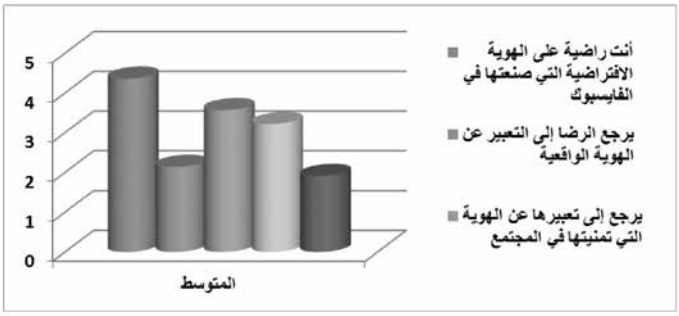
الشكل رقم (١٤) يوضح الغاية من عدم تقديم معلومات صادقة على الفايسبوك

المحور الثالث: انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية.

جدول رقم (١٦) يوضح الرضا عن الهوية الافتراضية على الفايسبوك.

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أنت راضية على الهوية الافتراضية التي صنعتها في الفايسبوك	٤,٣٦	١,٥٣
يرجع الرضا إلى التعبير عن الهوية الواقعية	٢,١٤	١,٤٩
يرجع إلى تعبيرها عن الهوية التي تمنيتها في المجتمع	٣,٥٧	١,٦٣
يرجع إلى تعبيرها عن الهوية التي تريدين أن تكون في الواقع	٣,٢٢	١,٥٨
يرجع إلى عدم تعبيرها عن الهوية الواقعية	١,٩١	١,١٨

كشفت النتائج من خلال البيانات في الجدول رقم (١٦) أعلاه، أن مفردات عينة الدراسة من النساء الجزائريات راضيات كل الرضا عن الهوية الافتراضية التي صنعنها في الفايسبوك بمتوسط (٤,٣٦) وأظهرت انحرافا معياريا مقداره (١,٥٣) وهو متوسط يقع في الفئة الخامسة من فئات المقياس الخماسي والتي ترجح خيار دائما، كما أظهرت النتائج أن رضا المرأة الجزائرية عن الهوية الافتراضية التي صنعتها في الفايسبوك غالبا ما يرجع إلى كونها تعبر عن الهوية التي تمنتها في المجتمع بمتوسط (٣,٥٧).

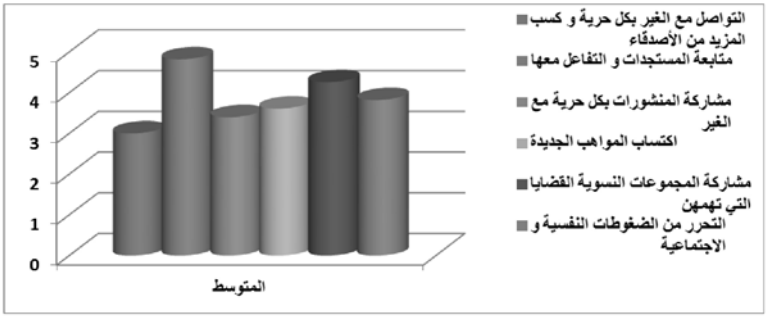


الشكل رقم (١٥) يوضح الرضا عن الهوية الافتراضية على الفايسبوك

جدول رقم (١٧) يوضح أهم الجوانب المحققة على الفايسبوك.

أهم الجوانب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التواصل مع الغير بكل حرية وكسب المزيد من الأصدقاء	٣,٠٠	١,٧٢
متابعة المستجدات والتفاعل معها	٤,٨٢	٦,٩٦
مشاركة المنشورات بكل حرية مع الغير	٣,٤٠	١,٢٢
اكتساب المواهب الجديدة	٣,٦١	٠,٩٧
مشاركة المجموعات النسوية القضايا التي تهمهن	٤,٢٦	٠,٨٣
التحرر من الضغوطات النفسية والاجتماعية	٣,٨٢	١,٢٨

أظهرت النتائج كما هو مبين في الجدول أعلاه، والخاصة بأهم الجوانب التي قامت مفردات عينة الدراسة بتحقيقها في الفايسبوك، أن النساء الجزائريات، مفردات العينةِ، حققن بالدرجة الأولى متابعة المستجدات والتفاعل معها بمتوسط (٤,٨٢) وانحراف معياري مقداره (٦,٩٦) يليها في الدرجة الثانية مشاركة المجموعات النسوية القضايا التي تهمهن بمتوسط (٤,٢٦)، وهما المتوسطان اللذان يقعان في أعلى فئات المقياس واللذان يرجحان خيار دائما، فيما كشفت النتائج أن النساء الجزائريات غالبا ما يحققن التحرر من الضغوطات النفسية والاجتماعية بمتوسط (٣,٨٢) واكتساب المواهب الجديدة بمتوسط (٣,٦١)، بالإضافة إلى أنهن غالبا ما يحققن مشاركة المنشورات بكل حرية مع الغير بمتوسط (٣,٤٠).

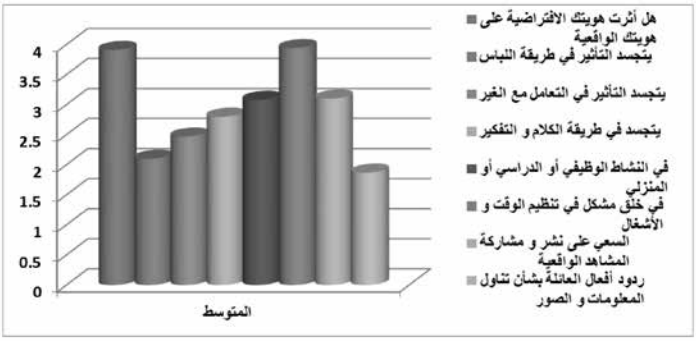


الشكل رقم (١٦) يوضح أهم الجوانب المحققة على الفايسبوك.

جدول رقم (١٨) يوضح طبيعة تأثير الهوية الافتراضية.

طبيعة تأثير الهوية الافتراضية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
هل أثّرت هويتك الافتراضية على هويتك الواقعية	٣,٩١	١,٦٠
يتجسد التأثير في طريقة اللباس	٢,١٠	١,٢٠
يتجسد التأثير في التعامل مع الغير	٢,٤٧	١,٤٤
يتجسد في طريقة الكلام والتفكير	٢,٨٠	١,٤٨
في النشاط الوظيفي أو الدراسي أو المنزلي	٣,٠٨	١,٥٢
في خلق مُشكل في تنظيم الوقت والأشغال	٣,٩٤	١,٣٦
السعي إلى نشر ومشاركة المشاهد الواقعية	٣,١٠	١,٤٥
ردود أفعال العائلة بشأن تناول المعلومات والصور	١,٨٧	١,٠١

أشارت النتائج كما هو مبين في الجدول أعلاه، من خلال مفردات عينة الدراسة أنّ المرأة الجزائرية غالبا ما تؤثر هويتها الافتراضية على هويتها الواقعية بمتوسط (٣,٩١) وهو المتوسط الذي يشير إلى خيار غالبا، كما أنه غالبا ما يتجسد هذا التأثير في خلق مشكل في تنظيم الوقت والأشغال بمتوسط (٣,٩٤) فيما أظهرت نفس النتائج أنّ تأثير الهوية الافتراضية على الهوية الواقعية لمفردات عينة المرأة الجزائرية محلِّ الدراسةِ يتجسدُ أحيانا في السعي إلى نشر ومشاركة المشاهد الواقعية، بمتوسط (٣,١٠) إضافة إلى النشاط الوظيفي أو الدراسي أو المنزلي بمتوسط (٣,٠٨)، كما أنه أحيانا ما تؤثر على طريقة الكلام والتفكير بمتوسط (٢,٨٠).



الشكل رقم (١٧) يوضح طبيعة تأثير الهوية الافتراضية

اختبار الفروض: **الفرض الأول**: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف العمر.

جدول رقم (١٩) يوضح اختبار أنوفا لانعكاسات هوية المرأة الجزائرية باختلاف العمر

الانعكاسات	التباين	قيمة ف	درجة الحرية	قيمة المعنويةsig	الدلالة
العمر	٥,٣٤٢	٦,١٤١	٢	٠,٠٤	دال

بلغت قيمة التباين٥,٣٤٢ في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية من خلال مفردات عينة الدراسة باختلاف العمر، كما بلغت قيمة ف ٦,١٤١ عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٤ والذي هو دال إحصائيا. وبناءً على ما سبق، فإننا نقبل الفرض البديل والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف العمر.

ولتحديد موقع الفروق، سوف يستخدم الباحث اختبار LSD كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول رقم (٢٠) يوضح الاختبار اختبار LSD لتحديد موقع الفروق في العمر

الفئة	من ٢٠ إلى ٣٠ سنة		أكثر من ٣٠ سنة	
	الفرق بين المتوسطات	المعنوية	الفرق بين المتوسطات	المعنوية
أقل من ٢٠ سنة	٠,٧٢	٠,٠٠	٠,٦٥	٠,٠١
من ٢٠ إلى ٣٠ سنة	/	/	٠,٠٧	٠,٧٥

كما هو مبين في الجدول أعلاه، بلغ الفرق بين المتوسطات ما بين أقل من ٢٠ سنة والفئة العمرية من ٢٠ إلى ٣٠ سنة ٠,٧٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٠ والذي هو دال إحصائيا، وبلغ ٠,٦٥ ما بين الفئتين أقل من ٢٠ سنة وأكثر من ٣٠ سنة عند مستوى معنوية ٠,٠١، وبالتالي فإنّ موقع الفروق يكمن ما بين فئة أقل من ٢٠ سنة ومن ٢٠ إلى ٣٠ سنة، وكذلك ما بين الفئتين أقل من ٢٠ سنة وأكثر من ٣٠ سنة.

الفرض الثاني:

توجد فروق من خلال مفردات عينة الدراسة، ذات دلالة إحصائية في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف المستوى التعليمي.

جدول رقم (٢١) يوضح اختبار أنوفا لانعكاسات هوية المرأة باختلاف المستوى التعليمي

الانعكاسات	التباين	قيمة ف	درجة الحرية	قيمة المعنويةsig	الدلالة
المستوى	٣,٧٨٢	٢,٦٦٧	٣	٠,٠٥	دال

بلغت قيمة التباين من خلال مفردات عينة الدراسة ٣,٧٨٢ في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف المستوى التعليمي كما بلغت قيمة ف ٢,٦٦٧ عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٠٥ والذي هو دال إحصائيا، وبناءً على ما سبق فإننا نقبل الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف المستوى التعليمي.

جدول رقم (٢٢) يوضح الاختبار اختبار LSD لتحديد موقع الفروق في المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	متوسط		ثانوي		جامعي	
	الفرق بين المتوسطات	المعنوية	الفرق بين المتوسطات	المعنوية	الفرق بين المتوسطات	المعنوية
ابتدائي	٠,٢٧	٠,٥٣	٠,٥٥	٠,١١	٠,٠٠	٠,٩٩
متوسط	/	/	٠,٢٧	٠,٤٢	٠,٢٧	٠,٤١
ثانوي	/	/	/	/	٠,٥٥	٠,٠٠

كما هو مبين في الجدول أعلاه، بلغ الفرق بين المتوسطات ما بين المستوى التعليمي الثانوي والمستوى الجامعي من خلال مفردات عينة الدراسة ٠,٥٥ عند مستوى معنوية ٠,٠٠، والذي هو دال إحصائيا، وبالتالي فموقع الفروق في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف المستوى التعليمي يكمن ما بين المستويين الثانوي والجامعي.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية من خلال مفردات عينة الدراسة في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف الحالة الاجتماعية.

جدول رقم (٢٣) يوضح اختبار أنوفا لانعكاسات هوية المرأة باختلاف الحالة الاجتماعية

الانعكاسات	التباين	قيمة ف	درجة الحرية	قيمة المعنويةsig	الدلالة
الحالة الاجتماعية	٨,٥٤٤	٧,٤٤٠	٣	٠,٠٠	دال

بلغت قيمة التباين ٨,٥٤٤ في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف العمر من خلال مفردات عينة الدراسة، كما بلغت قيمة ف ٧,٤٤٠ عند درجة حرية ٣

ومستوى معنوية ٠,٠٠ والذي هو دال إحصائيا، وبناءً على ما سبق فإننا نقبل الفرض البديل والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الأنا الواقعية باختلاف الحالة الاجتماعية.

جدول رقم (٢٤) يبين اختبار LSD لتحديد موقع الفروق في الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	موظفة		تلميذة		طالبة	
	الفرق بين المتوسطات	المعنوية	الفرق بين المتوسطات	المعنوية	الفرق بين المتوسطات	المعنوية
ربة بيت	٠,٣٥	٠,١٣	٠,٦٩	٠,٠٠	٠,٣١	٠,١٧
موظفة	/	/	٠,٣٤	٠,١٥	٠,٦٧	٠,٠٠
تلميذة	/	/	/	/	١,٠١	٠,٠٠

كما هو مبين في الجدول أعلاه، بلغ الفرق بين المتوسطات ما بين ربة بيت وتلميذة ٠,٦٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٠ والذي هو دال إحصائيا، كما بلغ ٠,٦٧ ما بين موظفة وطالبة عند مستوى معنوية ٠,٠٠، فيما بلغ ١,٠١ عند مستوى معنوية ٠,٠٠ والذي هو مقبول ما بين تلميذة وطالبة. وبالتالي، فإنّ موقع الفروق في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف الحالة الاجتماعية يكمن ما بين التلميذات والطالبات، بالإضافة إلى التلميذات وربات البيوت كما يكمن ما بين الموظفات والطالبات.

نتائج البحث:

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها في الآتي:

- ✓ أن النساء الجزائريات من خلال مفردات العينة المدروسة يستخدمن الفايسبوك لأكثر من ٠٥ مرات في اليوم بمتوسط حسابي (٣,٥٦).
- ✓ أن المرأة الجزائرية من خلال مفردات العينة المدروسة غالبا ما تقضي أكثر من ساعتين في استخدام الفايسبوك بمتوسط (٣,٨٥) ونادرا ما يستخدمنه لأقل من ساعة أو طوال اليوم.
- ✓ أن النساء الجزائريات من خلال مفردات العينة المدروسة دائما ما يستخدمن حسابا واحدا على الفايسبوك بمتوسط (٤,٧٠).
- ✓ أن النساء الجزائريات من خلال مفردات العينة المدروسة يستخدمن الفايسبوك بالدرجة الأولى لمسايرة مستجدات عالم الطبخ والموضة بمتوسط (٤,٣١) وغالبا ما يستخدمنه لغرض الهروب من الضغوطات

الاجتماعية والنفسية بمتوسط (٣,٧٣) واكتساب المعرفة بمتوسط (٣,٥٩).

- ✓ أن المرأة الجزائرية من خلال مفردات العينة المدروسة غالبا ما تستعمل اسما مستعارا على حسابها في الفايسبوك بمتوسط (٣,٧٧) ودائما ما تستعمل صورة مستعارة على حسابها في الفايسبوك بمتوسط (٤,٨٤).
- ✓ أن المرأة الجزائرية من خلال مفردات العينة المدروسة غالبا ما تستعمل الاسم المستعار بغرض التحفظ من إظهار الاسم الحقيقي بالدرجة الأولى بمتوسط (٣,٨٤) يليها في الدرجة الثانية احترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع بمتوسط (٣,٧٥).
- ✓ أن المرأة الجزائرية من خلال مفردات العينة المدروسة دائما ما تستعمل الصورة المستعارة احتراما للعادات والتقاليد السائدة في المجتمع بالدرجة الأولى بمتوسط (٤,٣٦) يليها في الدرجة الثانية غرض التحفظ من إظهار الصورة الحقيقية بمتوسط (٤,٣٣).
- ✓ أن المرأة الجزائرية من خلال مفردات العينة المدروسة أحيانا ما تستعمل صورا لفنانات أو ممثلات على حسابها في المقام الأول بمتوسط (٣,١٧).
- ✓ أن النساء الجزائريات من خلال مفردات العينة المدروسة نادرا ما يقدمن معلومات صادقة في حسابهن على الفايسبوك بمتوسط (٢,٥٠).
- ✓ أن السبب الأول لعدم تقديم المرأة الجزائرية من خلال مفردات العينة المدروسة للمعلومات الصادقة على حسابها في الفايسبوك يعود لاحترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع بمتوسط (٣,٧٠) يليه الخوف من استغلال المعلومات من قبل المتصيدين على الشبكة بمتوسط (٣,٤٩).
- ✓ أن النساء الجزائريات من خلال مفردات العينة المدروسة راضيات كل الرضا عن الهوية الافتراضية التي صنعنها في الفايسبوك بمتوسط (٤,٣٦) ويرجع ذلك لكونها تعبرعن الهوية التي تمنيْنها في المجتمع بمتوسط (٣,٥٧).
- ✓ أن المرأة الجزائرية من خلال مفردات العينة المدروسة حققت بالدرجة الأولى متابعة المستجدات والتفاعل معها بمتوسط (٤,٨٢) يليها في الدرجة الثانية مشاركة المجموعات النسوية القضايا التي تهمهن بمتوسط (٤,٢٦).
- ✓ غالبا ما تؤثر الهوية الافتراضية على الهوية الواقعية بمتوسط (٣,٩١) ويتجسد هذا التأثير في خلق مشكل في تنظيم الوقت والأشغال.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف العمر.

- ✓ يكمن موقع الفروق ما بين فئة أقل من ٢٠ سنة ومن ٢٠ إلى ٣٠ سنة وكذلك ما بين الفئتين أقل من ٢٠ سنة وأكثر من ٣٠ سنة.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في انعكاسات هوية المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف المستوى التعليمي والتي تكمن ما بين المستويين الثانوي والجامعي.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في انعكاسات المرأة الجزائرية الافتراضية على الواقعية باختلاف الحالة الاجتماعية.
- ✓ كما يكمن موقع الفروق ما بين التلميذات والطالبات، التلميذات وربات البيوت، وما بين الموظفات والطالبات.

المراجع:

(١) سناء الدويكات، اضطراب تعدد الشخصيات، *http://mawdoo3.com*، تم استرجاعه بتاريخ :٢٠١٨/٠١/١٢ على الساعة:٢١:٢٢.

(٢) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال قضايا معاصرة (التأثيرات السياسية والاجتماعية لتكنولوجيا الاتصال) ط١، المدينة برس، ٢٠٠٣، ص ص٢٥-٢٦.

(٣) أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط٤، ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠١٠، ص ص ٢٨٢-٢٨٣.

(٤) المرجع السابق نفسه، ص ١٨٨.

(٥) المرجع السابق نفسه، ص ١٨٠.

(٦) معجم المعاني الجامع، الموقع الإلكتروني:*www.almaany.co*، قام الباحث بتصفحه بتاريخ:٢٠١٨/٠٣/٢٢ على الساعة:٠٧:٢٠.

(٧) الموسوعة الإلكترونية تعلم، الموقع الإلكتروني:*http://wiki.Kololk.com/wiki62165-ta3lee* ، قام الباحث بتصفحه بتاريخ: ٢٠١٨/٠٣/٢٢ ، على الساعة: ٠٧:٥٠.

(٨) الموقع الإلكتروني: *http://mawdoo3.com* ، قام الباحث بتصفحه بتأريخ ٢٤/٠٣/٢٠١٨ على الساعة: ٠١:٣٥.

(٩) معجم المعاني الجامع، الموقع الإلكتروني:*www.almaany.co* ، قام الباحث بتصفحه بتاريخ: ٢٠١٨/٠٣/٢٣، على الساعة: ١١:٢٠.

(١٠) الموسوعة الإلكترونية ويكبيديا، الموقع الإلكتروني:*https://ar.wikipedia.or* ، قام الباحث بتصفحه بتاريخ: ٢٠١٨/٠٣/٢٣ ،على الساعة: ١١:٥٠.

(١١) معجم المعاني الجامع، الموقع الإلكتروني:*www.almaany.com* ، قام الباحث بتصفحه بتاريخ: ٢٠١٨/٠٣/٢٤، على الساعة: ٠١:٢٠.

(١٢) الموسوعة الإلكترونية ويكبيديا، الموقع الإلكتروني: *https://ar.wikipedia.org* ، قام الباحث بتصفحه بتاريخ: ٢٠١٨/٠٣/٢٣، على الساعة: ١١:٥٠.

(١٣) محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام (*SPSS*)، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ٢٠٠٨، ص: ٢٩٨.

استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية

لتعزيز صورة المنظمات غير الحكومية

أ.حسن فقيه
الجامعة اللبنانية

Abstract:
Even though social media has been recognized as one of the most promising medium, there is lack of understanding the role of social media in building image of an organization. The aim of this paper is to clarify the role of social media in enhancing the image of non-governmental organizations and to find out the role of social media in promoting the quality of its work. This paper will also show how non-governmental organizations may have good management of these platforms, and how to have a continuous activation of their presence through these means.

مقدمة:

أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية اليوم أداةً أساسية تُستخدم للمساهمة في رفع مستوى الوعي الاجتماعي وزيادة النشاطات الخيريّة. وتبنّت المنظّمات غير الحكومية هذه المنصّات لمواكبة العصر الرقمي والتواصل مع الداعمين والمؤيّدين والمانحين فضلاً عن استخدامها لإظهار وتحسين صورتها.

تعتبر وسائل الإعلام الاجتماعية واحدة من أدوات وقنوات الاتصال التي من خلالها تقوم المنظمة بنشر رسائلها وأخبارها. فمن خلال هذه الأداة يتم نقل الرسالة لتحقيق الهدف (بلوغ الجمهور). وتختلف هذه الوسائل عن الوسائل التقليدية في أنها أكثرُ كـ "شارع ذو اتجاهين"، إذ تجاوزت مرحلة تقديم الرسائل إلى مرحلة إجراء وتقاسم وتبادل المحادثات وساهمت بتطوير المجتمع باعتبارها منصة لتبادل الآراء والأفكار بين العديد من الأفراد.[1]

وتستخدم هذه الوسائل أيضاً لبناء العلامة التجارية (الصورة)، فهي تسمح للمستخدمين في التحكم بالمحتوى الذي يشاهدونه أو يشاركونه أو ينشئونه أو يعلقون عليه. فنسبة

1- Adapted from O'Sullivan, G.A., Yonkler, J.A., Morgan, W., and Merritt, A.P. A Field Guide to Designing a Health Communication Strategy, Baltimore, MD: Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health/Center for Communication Programs, March 2003

الاستخدام قابلة للقياس بدرجة كبيرة وقابلة للاستهداف بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية. ومن ميزات هذه الوسائل أيضاً هي التكلفة المنخفضة أو غير الموجودة والمقدار القليل من الموارد اللازمة لوجودها ما يفتح الكثير من المجالات أمام المنظمات الصغيرة لاستخدامها في بناء صورة جيدة لها.[1]

فوفقًا لمونترو توريس، أتاحت وسائل الإعلام الاجتماعية الفرصة للجمهور للتحدث بشكل مباشر مع المنظمات المعنية بالخدمة التي يقدمونها. هذا النوع من التفاعل الشخصي قد يؤدي إلى تعزيز ولاء الجمهور تجاه العلامة التجارية التي تشاركهم بنشاط في المحادثات عبر الشبكات الاجتماعية[2]. ويعتبر افرايم توربان أنه باستخدام هذه الوسائل يمكننا الوصول إلى الهدف المحدد بدقة أكثر[3].

بدأت المنظمات غير الحكومية لأول مرة بتجربة وسائل الإعلام الاجتماعية عام ٢٠٠٣ من خلال استخدام المدونات. في ذلك الوقت، كان التدوين تحوّلًا جذريًا في استراتيجية المحتوى وكان يُعد خطرًا على منظمة غير حكومية أن تفتح المجال في منصّاتها للتعليق العام.[4] وأثّر بروز وسائل الإعلام الاجتماعية بشكل كبير على المنظّمات منذ انطلاقها (برنامج "ماي سبايس" في عام ٢٠٠٣، وفيسبوك عام ٢٠٠٤، ويوتيوب عام ٢٠٠٥ ، وتويتر في عام ٢٠٠٦) بالأخص مع عدم وجود تكلفة مادية لاستخدام هذه المنصات في ذلك الوقت.

فقد تبنّت المنظّمات هذه المنصّات لمواكبة العصر الرقمي والتواصل مع الداعمين والمؤيّدين والمانحين فضلاً عن استخدامها لإظهار وتحسين صورتها. فبحسب تقرير أصدرته منظمة "نونبروفيتس تيك فور غود" (Nonprofits Tech For Good) بداية سنة ٢٠١٨، تبيّن أنّ هناك فجوة كبيرة في استخدام الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية بين المنظمات في الدول الغربية والمنظمات في الدول النامية.

هذا وكشف التقرير الذي قام على استبيان شمل ٥٣٥٢ منظمة من ١٦٤ بلداً، أنّ ٩٢٪ من المنظمات لديها موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت و٨٧٪ من هذه المواقع ملائمة للاستعمال عبر الجوال، وما يقارب الـ ٧٢٪ من الأشخاص الذين قاموا بتعبئة الاستمارة اعتبروا أنّ وسائل الإعلام الاجتماعية فعّالة في عملية جمع الأموال (التبرعات)، ولكن فقط ١١ ٪ من هذه

1- Joshi, U. (2018). Using Social Media to enhance Your NGO Visibility.. [online] Funds for NGOs. Available at: https://www.fundsforngos.org/featured-articles/using-social-media-enhance-ngo-visibility/ [Accessed 7 Jul. 2018].

2- Montero Torres, R. 2015. Las Redes Sociales en la Empresa. IT Campus Acad-emy.

3- Turban, E., King, D., Lee, J.K., Liang, T.-P., Turban, D.C. 2015. Electronic com-merce: A Managerial and Social Networks Perspective. Cham: Springer.

4-

المنظمات قادرة على توظيف أو استخدام متخصصين في وسائل الإعلام الاجتماعي بدوام جزئي أو بدوام كامل، وأن ١٥٪ منهم يعتمد على عمل المتطوعين.
ووفقاً للتقرير المذكور، ٩٣٪ من المشاركين في الاستطلاع تملك صفحة خاصة على "الفيسبوك" يبلغ فيها عدد المعجبين (likers) حوالي ٥٧٠٠ للمنظمات الصغيرة و١٢٨٠٠٠ للمنظمات الكبيرة. ويبين التقرير أن ٧٧٪ من هذه المنظمات لديها صفحة خاصة على "تويتر" يتابعها حوالي ٣٣٣٢ متابعاً (followers) للمنظمات الصغيرة وحوالي ٦٦٠٠٠ للمنظمات الكبيرة. هذا وكشفت الدراسة أن ٧٥٪ من المنظمات تقوم بإرسال أخبارها وآخر تحديثاتها عبر رسائل البريد الإلكتروني.[1]

من خلال بحثنا هذا، سنسلطّ الضّوء على وسائل الإعلام الاجتماعية، بالإضافة إلى كيفية استخدامها في تعزيز نوعية العمل وبناء صورة جيدة للمنظمات غير الحكومية.

لقد مكّن الإنترنت وبالأخص وسائل الإعلام الاجتماعية المنظّمات من الوصول إلى الملايين والعكس بالعكس، ممّا ساهم بربط بعضهم ببعض. فوسائل التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مصطلح يشمل المواقع التي قد توفّر إجراءات اجتماعية أساسية مختلفة، الهدف الرئيسي من استخدامها هو الاتصال بجمهور كبير ينتشر في جميع أنحاء العالم، في غضون جزء من الثانية لنشر مختلف الرسائل الخاصة بالمنظمة.

لكن قبل الدخول في مسألة وسائل الإعلام الاجتماعية، هناك بعض الأسئلة الرئيسية التي يجب أن تُسأل لاستخدام هذه الوسائل بشكل فعّال من أجل تعزيز نوعية العمل.

١ - لماذا تستخدم وسائل الإعلام الاجتماعية في تعزيز نوعية العمل؟

- تساعد هذه الوسائل في الوصول إلى المانحين المحتملين والأخصائيين الاجتماعيين وغيرهم من المستخدمين وهي في الأساس منصة للتفاعل الاجتماعي. ويُعد كل منشور (Post) فرصة للتحسين والاستثمار. فعندما تكوّن قاعدة من المتابعين، ستتوفّر للمنظمة إمكانية الوصول إلى جمهور جديد، بالإضافة إلى الجمهور المستهدف دون أن ننسى الجمهور المتواجد، الكلّ في وقتٍ واحد؛ كما يتوجب عليها أن تكون قادرة على التفاعل مع كل الفئات المذكورة. يعُد كل منشور أو صورة أو مقطع فيديو أو تعليق

1- Techreport.ngo. (2018). http://techreport.ngo/wp-content/uploads/2018-Tech-Report-English.pdf. [online] Available at: http://techreport.ngo/wp-content/uploads/2018-Tech-Report-English.pdf [Accessed 16 Jun. 2018].

تشاركه، فرصةً لشخص ما للردّ، وكل ردّ فعل يمكن أن يؤدي إلى زيارة موقع، وفي نهاية المطاف تعزيز العمل. فإن نشر المنتج أو العمل على هذه المواقع يساعدها على الوصول إلى عددٍ كبير من المستخدمين. هؤلاء المستخدمون يمكن أن يكونوا على اطلاع ومعرفة بعملك أو مستخدمين جدداً. ويمكن الوصول إلى هؤلاء المستخدمين الجدد عن طريق النشر على هذه المواقع.

- معظم مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية لديها ميزة الاكتشاف. ومن خلال هذه الميزة، عندما يبحث المستخدم أو يعلّق على شيء ما أو يحب/ يتفاعل (like) مع نوع معيّن من المحتوى، فإنّ الموقع يبحث عن وظائف أو محتوى مماثل ويقترحه على المستخدم من أجل الحصول على انطباع أفضل عند المستخدمين؛ مما يوفّر منصة تمكن المستخدم من الوصول إلى منظمة لا يعرف عنها شيئاً، من خلال اهتمامه بالمحتوى الخاص بها.
- هي تقوم بإجراءات موجّهة إلى ردود فعل المستخدمين، أي إذا كان المستخدم لديه ملاحظات حول المنتج أو الخدمة أو حتى المحتوى الخاص بالمنظّمة، فإن وسائل الإعلام الاجتماعية هي مكان ممتاز للمستخدمين للحصول على اتصال والتواصل معها. وهذه الإجراءات السريعة والاستجابة السريعة النشطة على التّعليقات، هي أيضاً قابلة للعرض على المستخدمين الآخرين، فهذا ما يسمح بمشاركة نفس النوع من ردود الفعل. بالتالي، إن كافة فئات الجمهور تدرك أيضاً الردّ على ردود الفعل. وقد أظهرت الدراسات أن المستخدمين يقدّرون المنظمات التي تستجيب للتغذية المرتدة (Feedback) ولا يتردّدون في التفاخر عبر الإنترنت بأي شخص يستمع إليهم ويتواصل معهم للاستفسار عن تعليقاتهم، والعكسُ بالعكس.
- هي مجانية. إذا كانت المنظمة هي من تدير وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بها، يمكنها إدارة حملة عبر هذه الشبكات الاجتماعية بكلفة مقبولة. وإذا كانت تتعاون مع مؤسسة أو وكالة متخصّصة على الإنترنت فبذلك، تقوم باستثمار سوف يعود بنتائج إيجابية عليها. وفي حال كانت المنظمة لا تمتلك الشخص المناسب الذي يمتلك مهارات الكتابة المتخصصة للتفاعل مع الناس عبر الإنترنت، فعليها أن تتعاقد مع متخصّصين في المجال وهي الطريقة الأمثل للنجاح، لأن نشر محتوى ضعيف أو نقل نوع خاطئ من الرسائل على مواقع الإعلام الاجتماعية يمكن أن يؤثر تأثيراً خطيراً على الوجود الرقمي للمنظمة.
- هي تمكّن من زيادة عدد زيارات موقع الويب الخاص بالمنظمة، فإن وسائل الإعلام الاجتماعية هي أيضاً سبب أساسيّ ومولّد كبير لزيادة حركة النشاط على الموقع الإلكتروني. فعند مشاركة منشور ومقاطع فيديو ومحتوى آخر من موقع المنظمة

على الويب، فإن ذلك يعطي جمهورها سبباً للنقر على الويب وزيارة موقعها. من هنا، يكون لدى المنظمة الفرصة لإلهام هؤلاء الزوّار من أجل اتخاذ إجراءات عند دعوتهم للاشتراك في القائمة البريدية الخاصة بها، أو الاتصال بها لمعرفة المزيد حول الخدمات التي تقدّمها، ويمكن لها الاستعانة ببرمجيات متخصّصة لإحصاء عدد الأشخاص الذين يزورون الموقع الإلكتروني عبر هذه الوسائل.[1]

٢ - كيف تستخدم المنظمة وسائل الإعلام الاجتماعية لتعزيز عملها؟

- تحديد الهدف وخطط المحتوى الخاصة بالمنظمة بشكل مناسب. هناك العديد من الأهداف التسويقية أو الترويجية التي يمكن للمنظمة من خلالها إنشاء المزيج المُراد، سواءٌ من ناحية بناء الوجود على الإنترنت، أو من ناحية التواصل مع الجمهور القديم أو/ و الحالي، لإيجاد مستخدمين جدد أو ببساطة مواكبة المزاحمة/المنافسة. وقبل البدء باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، يجب إعداد قائمة من الأهداف المُراد تحقيقها، وعلى هذه الأهداف أن تكون واقعية وقابلة للتحقيق.
- البدء ببطء. إذا كانت المنظمة تستخدم وسائل الإعلام الاجتماعية لأول مرّة من أجل تعزيز عملها، فعليها البدء ببطء، كي لا يصبح هناك إرباك في العمل بسبب الوجود الكبير لمنصّات مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية. في هذه الحالة، تبدأ المنظمة باختيار منصّة واحدة أو اثنتين فقط من مواقع منصات الشبكات الاجتماعية، بحيث تكون قادرة على فهم الأساسيات والبدء بالعمل بشكل تدريجي.[2]

وهذه قائمة ببعض مواقع التواصل الإجتماعي:

- الفيسبوك: يوجد ملايين من الناس يستخدمون الفيسبوك كل يوم لمواكبة الأصدقاء، وتحميل عدد غير محدود من الصور، وأشرطة الفيديو، وغيرها من النشاطات.[3]
- تويتر: هي خدمة الرسائل القصيرة التي تعمل عبر شبكات وأجهزة متعددة في جميع أنحاء العالم، حيث يقوم الناس بمتابعة المصادر الأكثر أهمية لهم للوصول

1- ***Joshi, U. (2018). Using Social Media to enhance Your NGO Visibility.. [online] Funds for NGOs. Available at: https://www.fundsforngos.org/featured-articles/using-social-media-enhance-ngo-visibility/ [Accessed 7 Jul. 2018].***

2- ***Joshi, U. (2018). Using Social Media to enhance Your NGO Visibility.. [online] Funds for NGOs. Available at: https://www.fundsforngos.org/featured-articles/using-social-media-enhance-ngo-visibility/ [Accessed 7 Jul. 2018].***

3- ***Di Capua, I. (2012). A Literature Review of Research on Facebook Use. The Open Communication Journal, 6(1), 37-42.***

إلى المعلومات.[1]

- إنستاجرام: هو أحد التطبيقات التي تسمح بتبادل الصور مع المتابعين والتّعليق على المشاركات. كما يسمح إنستاجرام بمشاركة تلك المنشورات عبر الفيسبوك وتويتر.[2]
- لينكيدين: هي شبكة مترابطة مكونة من أكثر من ٣٦ مليوناً من المهنيين ذوي الخبرة في جميع أنحاء العالم. الموقع يمكن أن يساعد على الاستفادة بشكل أفضل من الشبكة المهنية ومساعدة الناس للثقة بالمنظمة الخاصة بك.[3]

- التعرّف على ميزات التطبيقات والمواقع. يجب معرفة كيفية تشغيل التطبيق والموقع الذي تم اختياره. فلكل منصّة الكثير من القواسم المشتركة، لكنّها تختلف بطرق هامّة يجب معرفتها، بالإضافة إلى ضرورة معرفة كيفية المحافظة على إعدادات الأمن والسريّة للحساب قبل الكشف عنه للجمهور.
- استخدام البيانات والحقائق جنباً إلى جنب، مع ذكر نبذة عن المنظمة وأفضل الممارسات والتأكد من استخدام الحقائق والأرقام المتعلقة بها، إذ تعتبر المصداقية من أهم الركائز التي ستساعد المستخدمين على فهم القضية الاجتماعية التي تتبناها وتعالجها المنظمة.
- التناسق. فمن الضروري أن يكون هناك خطة للوقت (جدول زمني) لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية. إن المدّة المحددة تعود إلى المنظمة، لكن، يجب التنبه إلى ضرورة أخذ الأمور على محمل الجد؛ إذا كان هناك نشاط على أساس يومي أو أكثر من نشاط يومياً. نعم، يمكن للمنظمة عدم استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية ليوم واحد، عطلة نهاية الأسبوع أو أخذ قسط من الراحة دون تهديد وضعها الجيد. لكن يجب عليها التفاعل من وقت إلى آخر وإلّا فإنها لن تؤخذ على محمل الجد.
- الحفاظ على تدفق مستمر من المحتوى المرئي، فالمشاهد يستجيب بشكل أسرع للمحتوى المرئي من المحتوى المكتوب. لذلك، فإنّ احتواء المنشور على المحتوى المرئي إضافةً إلى المحتوى المكتوب أمرٌ مهم. على سبيل المثال، يمكن إضافة صورة مع شرح صغير مع وصلة إلى الموقع مع محتوى متقن. فالصور البصرية وقصص الفيديو دائماً تخلق فهما أفضل للمشروع وبالتالي تؤثّر على المزيد من الناس للاتّصال بالمنظمة.
- إدخال قسم للتبرع. يجب الاستفادة من منصّة افتراضية لدعم جهود جمع التبرّعات، فوجود زر التبرع على الملف الشخصي الاجتماعي، يؤدي إلى زيادة المساهمة من الناس المتحمّسين للقضية، وبالتالي زيادة نجاح جمع التبرّعات عبر الإنترنت.

1- *Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? Proceedings of the 19th international conference on World wide web - WWW '10.*

2- *Afandi, A. (2018). Instagram and Tourism Promotion.*

3- *Wallwork, A. (2014). USING LINKEDIN. CVs, Resumes, and LinkedIn, 173-184.*

- مشاركة المحتوى أو التعليق عليه، كما هو الحال في العالم الحقيقي، في العالم الافتراضي، فبناء شبكة (Network) في هذا العالم يساعد بطرق مختلفة. يمكن للمنظمة البدء في بناء شبكة من خلال مشاركة وتقدير محتوى الآخرين. إن وسائل الإعلام الاجتماعية متبادلة جداً. الناس يلاحظون ويقدرون ذلك عندما تأخذ من الوقت لمشاركة منشوراتهم والصور وأشرطة الفيديو، وما إلى ذلك ومن المرجح أن يعود بالفائدة على المنظمة. ليس فقط المشاركة، ولكن التّعليق على محتوى الآخرين يمكن أن يساعد على بناء سمعة في وسائل الإعلام الاجتماعية.[1]

إذاً، يجب الانتباه دائماً إلى أن المحتوى على الإنترنت هو محتوى داخلي، ويجب التخطيط والوصول إلى المحتوى قبل النشر. إن وسائل الإعلام الاجتماعية هي وسائل عظيمة وقوية للوصول إلى الناس اليوم وكل يوم، وبالتالي ينبغي استخدامها بحذر وبطريقة موجهة لخلق صورة إيجابية للمنظمة.

٣ - لماذا يعتبر استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية مهماً للمنظمات؟

- تساعد الأشخاص في العثور على المنظمة، وإيصال رسالتها، وتمييزها عن الآخرين.
- تُظهر الوجه الإنساني للمنظمة وتشجع الروابط الشخصية في مختلف مجالات العمل.
- تمكن من متابعة القضايا والرأي العام والأخبار، والاستجابة السريعة.
- تتيح للمنظمة دعم تبادل المعارف بين الأقران والتعلم حول القضايا الأساسية الخاصة بها، ما يعني توفير فرص تعليمية منخفضة الكلفة.
- تفتح مجال اتصال بجهات مانحة جديدة.[2]

إن الهدف الرئيسي من استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية هو تحسين التفاعل لدى الجمهور، بالإضافة إلى خلق صورة جيدة عن المنظمة (علامة تجارية في مجال عملها). فوفقًا لبوزين، تعد وسائل التواصل الاجتماعي مهمة "للوصول للعلامة التجارية والاستحواذ والاحتفاظ" بها.[3]

1- ***MENAHRA (2017) Guidelines on: Developing Communication Strategies for Harm Reduction , 1st edn., Lebanon: .***

2- ***Jeffrey, K. (2011). Using Social Media to Enhance NGO Impact. NGO Connect.***

3- ***Pozin, I. 2014. [Web page] Small Business Expert: Answers To Your Five Biggest Social Media Branding Questions. Forbes. [Ref. 2 Jul. 2018]. Available at: http://www.forbes.com/sites/ilyapozin/2014/11/07/small-business-expert-answers-to-your-five-biggest-social-media-branding-questions/***

وللاستفادة من قوة وسائل الإعلام الاجتماعية من أجل بناء صورة جيدة، تحتاج المنظمة إلى إدارة جيدة لهذه الوسائل وتفعيل حضورها باستمرار عبر هذه الوسائل. فمن خلال هذا الحضور الفعال يمكن للمنظمة لفت نظر الجمهور وجعله يتابعها باستمرار ويشاركها في أنشطتها. ومن خلال تقديم محتوى جيد ومثير لاهتمام المستخدمين، فإنها تستطيع جذب جمهور جديد أيضاً، فوسائل التواصل الاجتماعي تعد مفيدة جدًا في خلق وصيانة الولاء للعلامة التجارية من خلال إدارة العلاقات مع المستخدمين.

المراجع:

١. Adapted from O'Sullivan, G.A., Yonkler, J.A., Morgan, W., and Merritt, A.P. A Field Guide to Designing a Health Communication Strategy, Baltimore, MD: Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health/ Center for Communication Programs, March ٢٠٠٣.

٢. Afandi, A. (٢٠١٨). Instagram and Tourism Promotion.

٣. Di Capua, I. (٢٠١٢). A Literature Review of Research on Facebook Use. The Open Communication Journal, ١)٦), ٤٢-٣٧.

٤. Jeffrey, K. (٢٠١١). Using Social Media to Enhance NGO Impact. NGO Connect.

٥. Joshi, U. (٢٠١٨). Using Social Media to enhance Your NGO Visibility.. [online] Funds for NGOs. Available at: https://www.fundsforngos.org/featured-articles/using-social-media-enhance-ngo-visibility/ [Accessed ٧ Jul. ٢٠١٨].

٦. Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (٢٠١٠). What is Twitter, a social network or a news media? Proceedings of the ١٩th international conference on World wide web - WWW '١٠.

٧. MENAHRA (٢٠١٧) Guidelines on: Developing Communication Strategies for Harm Reduction , ١st edn., Lebanon.

٨. Montero Torres, R. ٢٠١٥. Las Redes Sociales en la Empresa. IT Campus Acad-emy.

٩. Pozin, I. ٢٠١٤. [Web page] Small Business Expert: Answers To Your Five Biggest Social Media Branding Questions. Forbes. [Ref. ٢ Jul. ٢٠١٨]. Available at: http://www.forbes.com/sites/ilyapozin/٠٧/١١/٢٠١٤/small-business-expert-answers-to-your-five-biggest-social-media-branding-questions/

١٠. Techreport.ngo. (٢٠١٨). http://techreport.ngo/wp-content/uploads/٢٠١٨-Tech-Report-English.pdf. [online] Available at: http://techreport.ngo/wp-content/uploads/٢٠١٨-Tech-Report-English.pdf [Accessed ١٦ Jun. ٢٠١٨].

١١. Turban, E., King, D., Lee, J.K., Liang, T.-P., Turban, D.C. ٢٠١٥. Electronic com-merce: A Managerial and Social Networks Perspective. Cham: Springer.

١٢. Wallwork, A. (٢٠١٤). USING LINKEDIN. CVs, Resumes, and LinkedIn, ١٨٤-١٧٣.

دور المنظمات النسوية
في تغيير واقع المرأة اللبنانية وتعزيز مشاركتها السياسية

د.هيفاء محي الدين سلام
معهد العلوم الاجتماعية - الجامعة اللبنانية

Abstract:
The Civil Campaign for Electoral Reform, which includes Lebanon's main women's organisations, has worked exhaustively over the years to pressure politicians to pass a fair election law and to lobby public opinion in supporting key electoral reforms.
The dire situation of women's political representation and their inferior human rights vis-a-vis men has not galvanized a women's movement outside urban elites to pressure MPs and political leaders in their local constituencies.
Women activists and scholars came together recently to discuss why so few women are active in Lebanese politics. They quickly concluded that the constraint was not the lack of able women candidates for office – but rather a tangled web of legal, social, financial, and political barriers in deeply patriarchal society that discriminated against women entering the public political sphere.
Barriers to women in Lebanese politics were also seen to be part of wider discriminations and inequities in other fields of Lebanese public life, though possible breakthroughs to overcome some of these were also discussed -- including, most notably for women in politics, quota systems.
In this paper, we will discuss efforts deployed by activits women affiliated to some Lebanese organizations to face the patriarchal structures of the Lebanese society. Opportunities to affect change of the current level of women's participation will be highlighted and conclusions will be drawn to point out the obstacles preventing these women's organizations to attain a fair Lebanese women's political representation.
Keywords: political participation, women, gender studies, feminist organisations, Lebanon.

مقدمة:

المرأة أهدت الحياة إلى العالم، مهدت الحياة للجميع، شاركت الرجال الصيد والزراعة وبناء الجيوش، ورغم دورها البارز في الحياة العامة منذ قديم الزمان ظلت هناك أطروحات وجدالات

فكرية بعينها مثل: قضية قصر دور المرأة على المجال الخاص، أي لرعاية المنزل ووظيفة الإنجاب، والاهتمام بالأسرة والأولاد.

وقد أشارت كثير من كتابات الفكر السياسي إلى ضرورة ابتعاد المرأة عن السياسة استنادا إلى طبيعتها البيولوجية، منهم أفلاطون وأرسطو. وعلى الجانب الآخر، نجد أنصار تحرر المرأة ومشاركتها في المجال العام، ومنهم «جون ستيوارت ميل» الذي أكد في كثير من كتاباته وتحديدا «كتاب خضوع المرأة» على ضرورة تحرير المرأة، وأن يكون لها حق المواطنة وعلى أهمية تحقيق المساواة بين الجنسين (فراج، ٢٠١٧).

قامت الحركات النسائية للمطالبة بحقوق المرأة الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية وعدم التمييز بينها وبين الرجل في مجتمع طغت عليه العقلية التقليدية الذكورية البطريركية. عادة ما يراد للحركات النسائية أن تكون في صدارة التغيير الاجتماعي التحرّري. لكنّها تواجه في لبنان صعوبة في التأثير والتعبئة وإحداث التغيير الاجتماعي المنشود. فالمنظمات غير الحكومية، بشكلها المؤسساتي الطاغي، تبدو أكثر استقراراً واستفادةً من التمويل الدولي واعتماداً على المهنيّين من أصحاب الاختصاص والمهارات. ومع ذلك، فإنها تفتقر هيكلياً إلى القدرات التعبوية نفسها، إذ إنّها تدار من قبل «نشطاء» محترفين ومحترفات يستهدفون شرائح محددة وينفذون مشاريع معينة. في المقابل، تصبو الحركات النسائية إلى استقطاب عددٍ كبيرٍ من الأشخاص حول هدف مشترك، سعياً وراء التأثير في التغيير الاجتماعي (متري، ٢٠١٥).

هذه الحركات النسوية ليست وليدة اليوم ولا الصدفة، ولها امتداد زمني وتاريخي في لبنان، إلا أن دورها بدأ ما قبل الحرب الأهلية وخلالها (١٩٧٥-١٩٩٠م) مقتصراً على الأعمال الخدمية والرعاية الاجتماعية بشكل عام، وهي لم تنخرط أو تؤسس الجمعيات التي تحمل أهدافاً نسوية إلا في مرحلة لاحقة من الحرب الأهلية، وبالتحديد أثناء التحضير ل«مؤتمر بكين» عام ١٩٩٤م (القاطرجي، ٢٠٠٧).

سجّل لبنان تقدما ملحوظا في الإعتراف بحقوق المرأة على مدى السنوات الأخيرة (منذ المصادقة على اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (السيداو، ١٩٩٦)، وترجم ذلك من خلال تعديل عدد من القوانين المجحفة بحق المرأة وإقرار قوانين أخرى ترسي نوعا من المساواة والتوازن في الحقوق بين الرجل والمرأة. تمثلت مطالب الهيئات والمنظمات النسوية في لبنان بتعديل بعض مواد قوانين العمل والضمان الاجتماعي، وبعض مواد قانون العقوبات اللبناني (جرائم الشرف، أحكام الزنى، الإجهاض، الاعتداء على العرض، البغاء).

بالمقابل، بقيت مجموعة من القوانين غير المنصفة بحق المرأة على حالها، غير معدلة أو ملغاة، وأبرزها قوانين الأحوال الشخصية، قانون الجنسية، مع العلم أنّ إقرار الكوتا النسائية

يضمن تمثيل المرأة في الندوة البرلمانية بنسبة ٣٠٪.

التقدم المحقق لم يكن ليتم لولا حركات ونضالات المنظمات النسوية في لبنان التي كانت ناشطة في الآونة الأخيرة، لاسيما فيما يتعلق بالضغط على المؤسسات التشريعية والإدارية والقضائية في محاولة منها لحثها على تطبيق جميع بنود اتفاقية سيداو والتي يقوم عمل المنظمات اللبنانية من أجل تطبيقها على محورين. المحور الأول: محلي، يتعلق بتطبيق الاتفاقية والعمل على رفع التحفظات عنها في لبنان، والمحور الثاني: دولي، يتعلق بتقديم التقارير للأمم المتحدة حول مدى التزام الحكومة اللبنانية بتطبيق هذه الاتفاقية (القاطرجي، ٢٠٠٧).

تنقسم الجهات التي تهتم بقضايا المرأة إلى قسمين: منظمات رسمية ملحقة بالمؤسسات الحكومية ومنظمات غير رسمية أو غير حكومية، وهي بدورها تختلف فيما بينها من حيث الأهداف والأدوار.

القسم الأول: وهي المؤسسات الحكومية المعنية بقضايا المرأة، ومن بينها: وزارة الشؤون الاجتماعية التي خصصت ضمن هيكليتها دائرة خاصة للمرأة في مصلحة الشؤون الأسرية، وكذلك الهيئة الوطنية لشؤون المرأة اللبنانية التي أنشئت عام ١٩٩٨م، والتي من بين أهدافها رفع التحفظات عن الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، واستحداث أو تعديل أو إلغاء القوانين التي لا تزال مجحفة بحق المرأة، ومحو الأمية القانونية.

القسم الثاني: المنظمات غير الحكومية التي تعنى بقضايا المرأة، وتنقسم هذه المنظمات إلى ثلاثة أنواع: المنظمات التي تعنى بحقوق المرأة بشكل عام، والمنظمات التي تعنى بقضية من قضايا حقوق المرأة، مثل العنف ضد المرأة أو تنظيم الأسرة، وأخيراً المنظمات النسائية ذات المنحى الثقافي (القاطرجي، ٢٠٠٧).

دور المرأة اللبنانية في الحياة السياسية ما زال محدودا، ولم تصل المرأة اليوم إلى المشاركة الحقيقية في صنع القرار، وهذا ناتج عن الاصطدام بذهنية تبرز الإنكار المنظم لحقوق المرأة، مرتكزة على الأعراف والتقاليد السائدة حول مفهوم المجتمع الذكوري وحول الموروث الثقافي والاجتماعي الذي ما زال يشكل تحديا وعقبة أساسية أمام تحقيق المساواة بين الجنسين. النظام السياسي الطائفي في لبنان يفاقم من حدة هذا الوضع، وأبرز تجلياته تكمن في قانون الانتخاب الطائفي المذهبي اللاديمقراطي الذي لا يعكس التمثيل الشعبي الحقيقي ولا يوفر تكافؤ الفرص وخاصة بالنسبة للمرأة (مروة، ٢٠٠٦، صفحة ٦٨).

تنقسم هذه الورقة البحثية إلى أربعة محاور، فبعد عرض المقدمة المنهجية، تستعرض أبرز أهداف المنظمات النسوية المستطلعة وآليات عملها، قدرتها على التعبئة، **جهودها باتجاه**

تفعيل المشاركة السياسية للمرأة، فضلا عن تحديد طبيعة العلاقات التي نسجتها مع الجهات المانحة وتأثيرها على أجنداتها وإمكانية توظيف هذه العلاقات وإستثمارها لإحراز تقدم على صعيد قضايا المرأة وحقوقها.

* الإجراءات المنهجية المتبعة:

- الأهداف: تسعى هذه الورقة البحثية إلى:

- استكشاف دور المنظمات النسوية في إحداث التغير الاجتماعي والتحقق من قدراتها المادية، المعنوية والبشرية والجهات التي تتعاون معها، وبالمقابل تلك التي تواجهها وتمارس عليها الضغوط لتحقيق أهدافها.
- تسليط الضوء على نشاطاتها، استمراريتها وعلاقتها بالمنظمات والحركات النسوية الأخرى.
- الكشف عن ارتباطاتها الملتبسة مع البطريركية اللبنانية وتقاربها مع الشخصيات المؤثرة في المجال السياسي، ومدى النأي بنفسها عن البنى المهيمنة.
- استطلاع طبيعة عملها في تعبئة الرأي العام حول دعم حق المرأة في المشاركة السياسية في ظل مجتمع ذكوري بطريركي تعددي وطائفي.

- الأهمية: تنبع أهمية هذه الورقة البحثية من طبيعة الموضوع نفسه الذي يطرح مقاربة وضع المرأة ومكانتها في المجتمع انطلاقا من المنظمات النسوية في ظل عالم متغير، متطور انعكس في زيادة الوعي لأهمية دور المرأة في المجتمعات البشرية كافة وإن بدرجات متفاوتة، تمظهر عالميا في خطة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠ والتي نصت في الهدف ٥ على «تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات» (UN، ٢٠١٥)، مما حتم بالتالي تغييرا في طبيعة عمل المنظمات النسوية تماشيا مع التطور الحاصل، وذلك على كافة المستويات (الأهداف، الأجندات، البرامج وآليات العمل) للوصول إلى الأهداف المنشودة.

- الإشكالية: في لبنان، جهدت المنظمات النسوية لتعبئة قطاعات مختلفة وعديدة من المجتمع اللبناني حول حقوق المرأة والعنف الموجّه ضدها، ولكنْ تنشط الحركات النسوية في ظل سياق مقيّد لعملها: مجتمع أبوي (بطريركي) مقسّم طائفياً. فالنظام الطائفي يرى المجتمع كتشكيلة من المجموعات المحددة (في هذه الحالة، المذاهب الدينية وكذلك العوائل الممتدة) ويختزل الفرد في هويته «الأولية»، كما يقوّض عملية التمايز الفردي وتطوير هويات أخرى ويعقّدها، بالإضافة إلى أنّ القيم والأعراف الاجتماعية السائدة التي تحدد السلوك الاجتماعي، والصور النمطية المستمدة من الموروثات في العقل الجمعي التي تكرس التمييز

بين الجنسين انعكست على البيئة السياسية، حيث يتم إبعاد المرأة عن صنع القرار في السلطتين التشريعية والتفيذية.

في ظل الوضع التشريعي العام المقيض لبعض حقوق المرأة ووجود بعض القوانين التي تشكل نوع من التمييز ضدها - (قوانين الأحوال الشخصية، الجنسية، العقوبات، الضمان الاجتماعي، العمل، الوظيفة العامة، المحاكمات المدنية، قوانين التجارة والتوريث ... الخ)، فضلا عن الثقافة المجتمعية الذكورية السائدة والواقع الطائفي الضاغط على المجتمع بكامله والمرأة بالأخص، لم تعد تحركات المنظمات النسوية المناهضة للامساواة والتمييز الجندري سهلة وميسرة، لا سيما على مستوى إحراز تقدم على مستوى المشاركة السياسية و صنع القرار والذي يعتبره الرجل حكرا عليه حصرا.

تنحدر من هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

ما هي الإنجازات التي حققتها المنظمات النسوية لناحية تغيير الواقع الاجتماعي للمرأة اللبنانية عموما؟ ما هي أجنداتها، أولوياتها وديناميا‌تها؟ ما هي الأساليب التي تعتمدها في حملات التعبئة لإقرار قانون الكوتا النسائية؟ ما طبيعة العوائق والتحديات التي تواجهها للوصول إلى أهدافها؟ هل ارتبطت الحركة النسوية في لبنان بالغرب وبنشر القيم الغربية من خلال تنفيذ برامج ومخططات الدول الغربية المانحة والممولة لهذه المنظمات المحلية غير الحكومية؟ ما هو موقعها من العلاقة مع النظام البطريركي في لبنان؟ ما طبيعة العلاقة التي تربط بعضها ببعض، هل هي علاقة تكامل أم تنافس؟

- الفرضيات : تطرح الورقة الفرضيات التالية:

- عدم توحيد الجهود والتنسيق بين المنظمات النسوية يعيق التقدم على صعيد تحقيق الأهداف، لاسيما على صعيد تعزيز المشاركة السياسية للمرأة.
- اعتماد المنظمات النسوية على التمويل الأجنبي يفرض عليها اتّباع أجندات الدول الممولة بما لا يخدم أحيانا قضايا المرأة اللبنانية وحقوقها.

- المنهج المتبع: اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي لأنه يلائم طبيعة الموضوع، ويتيح مقاربة الظاهرة سوسيولوجيا ووصفها وصفا دقيقا في الحاضر، في الموضوع الحالي، يساعد هذا المنهج على فهم الهيكلية والبنية التنظيمية المتقدمة للمنظمات النسوية في لبنان، ويسمح برصد نشاطاتها وتتبع مطالبتها بحقوق المرأة ومساواتها بالرجل، وبالتالي إدراك درجة تأثيرها في الرأي العام والقوى المسيطرة على المجتمع، مما قد يسرع أو على العكس يبطئ ويؤخر تحقيق المطالب.

- التقنية المستخدمة: تنطلق هذه الورقة من التحليل الاجتماعي بالاستناد إلى **تقنية المقابلة المباشرة** التي استخدمت فيها الأسئلة شبه الموجهة لمقاربة واقع المرأة اللبنانية اليوم والتغير الاجتماعي والثقافي الذي طرأ إثر التحركات التي خاضتها مجموعة من المنظمات النسوية التي تم اختيارها كنموذج للدراسة.

- العينة: أجريت المقابلات مع عدد من الناشطات في المنظمات النسوية الناشطة في بيروت، اللواتي أبدين،على وجه التحديد، استعدادا وتجاوبا للتعاون والإجابة عن أسئلتنا. سبب اختيارالناشطات المستطلعات يعود إلى بروز وتردد اسم المنظمات التي ينتمين إليها في وسائل الإعلام في الآونة الأخيرة وتميزها عن غيرها من المنظمات في تنظيم التحركات والنشاطات على الأرض.

وعليه، تم اختيار ٦ منظمات نسوية، اختير من كل واحدة منها ناشطة وممثلة عنها. غالبا ما كانت المستطلعة هي رئيسة المنظمة. أجريت المقابلات مع الناشطات من: «المجلس النسائي اللبناني»، «جمعية أبعاد»، «التجمع النسائي الديمقراطي اللبناني **(RDLF)**»، «اللجنة الأهلية لمتابعة قضايا المرأة»[1]، و«لجنة حقوق المرأة اللبنانية»، «مؤسسة تمكين المرأة". اعتمد في المقابلات التسجيل الصوتي بعد أخذ الإذن من المبحوثات. أنجزت الدراسة الميدانية بين شهري آذار وآب من عام ٢٠١٨.

- تحديد المفاهيم المتسقة بالورقة البحثية

- النسوية: كما يعرفها معجم أوكسفورد: «هي الاعتراف بأن للمرأة حقوقًا وفُرَصًا مساوية للرجل»، وذلك في مختلف مستويات الحياة العلمية والعملية»، أما معجم «ويبستر»، فيعرفها بأنها: «النظرية التي تنادي بمساواة الجنسين سياسيًّا واقتصاديًّا واجتماعيًّا، وتسعى كحركة سياسية إلى دعم المرأة واهتماماتها، وإلى إزالة التمييز الجنسي الذي تعاني منه» (خضر، ٢٠١٣). كما عرّفت دراسة لمركز «نظرة للدراسات النسوية» مفهوم النسوية بأنه «مجموعة من التصورات الفكرية والفلسفية التي تسعى لفهم جذوره وأسباب التفرقة بين الرجال والنساء، وذلك بهدف تحسين أوضاع النساء وزيادة فرصهن في كافة المجالات» (أحمد مصطفى، النظرية النسوية في موقع العلوم الاجتماعية، 2011).

نستخلص من ذلك بأن النسوية مفهوم يقوم على الاعتراف بحقوق المرأة ومساواتها بالرجل والقضاء على التمييز الجندري ضدها.

1- بعد التواصل مع الناشطة د. أمان كبارة شعراني، واعتذارها عن إجراء المقابلة لدوافع صحية والدعوة إلى الاطّلاع على موقع المنظمة الإلكترونية المخصص للجنة الأهلية لمتابعة قضايا المرأة، تم الدخول إلى الرابط الإلكتروني حيث استخرجت المعلومات المتوفرة عن المنظمة المذكورة.

- الحركة النسوية: هي حركة اجتماعية تتبنى قضية النساء في المجتمع من منطلق القناعة بوجود خلل في ميزان القوى الاجتماعية والسياسية بين الرجال والنساء وتقوم على الوعي والفعل. وتتشكل الحركة النسوية من الأفراد والمجموعات والمنظمات التي تشترك في الموقف والهدف، وتعبر عن ذلك بالفكر والعمل (فراج، ٢٠١٧).

- المشاركة السياسية: يمكن تعريفُ مبدإِ المشاركة السياسية بالنشاط الذي يقوم به المواطنون والمواطنات بقصد التأثير في عملية صنع القرار الحكومي، سواء أكان هذا النشاط فرديا أم جماعيا، منظما أم عفويا. ويتضمن المفهوم قدرة المواطنين على التعبير العلني عن آرائهم ومواقفهم والتأثير في عملية صنع القرار، إما من خلال خوض الانتخابات كمرشحات ومرشحين وتكوين النقابات والحركات بمختلف أنواعها، أو من خلال انتخاب الأحزاب والأفراد للمجالس التشريعية والمحليات والنقابات وغيرها من الكيانات التمثيلية (فراج، ٢٠١٧).

- التغير الاجتماعي: يعتبر أنتوني غيدنز (Antony Gidens) أن "التغير الاجتماعي هو تحول في البنى الأساسية للجماعة الاجتماعية أو المجتمع، ويرى أن التغير الاجتماعي هو ظاهرة ملازمة على الدوام للحياة الاجتماعية".

يعرف غي روشي (Guy Rocher) التغير الإجتماعي باعتباره "كل تحول ملحوظ في الزمن، والذي يؤثر بطريقة غير مرحلية أو سريعة الزوال، في بنية أو وظيفة التنظيم الإجتماعي لجماعة معينة ويقوم بتعديل مجرى تاريخها" (بو النعناع، ٢٠١٧ ، صفحة ٨٥).

ولعل ما نفهمه من ذلك أن التغير ينطوي في عمقه على نوع من الاستمرارية، لأن التغير على مستوى الواقع الاجتماعي هو عملية مستمرة ومتجددة في آن واحد. كما أن هذا التغير يطال بصفة رئيسية البنيات الاجتماعية الأساسية التي يتشكل منها المجتمع.

- النظريات الموجهة للورقة البحثية:

أ- نظرية التغير الاجتماعي: رواد النظرية البنائية الوظيفية فسروا التغير الاجتماعي، إذ حاول هربرت سبنسر (Herbert Spenser) أن يفسر تغير (نمو) المجتمعات انطلاقا من تصور وظيفي للمجتمع، حيث يرى أنه "لا يمكن أن يتم التغير في البناء التركيبي دون حدوث تغيرات في الوظائف والأدوار... نظرا لأن كثيرا من تغيرات البنية في المجتمع تبرزها التغيرات الوظيفية أكثر مما يمكن رؤيتها مباشرة". ففي هذا الاتجاه بلور سبنسر نظريته الاجتماعية حول التغير أو التطور الأجتماعي، حيث اعتبر أن المجتمع يتطور من حالة المجتمع البسيط مجسدا في الأسرة إلى حالة المجتمع المركب، مجسدا في المجتمعات الصناعية المعاصرة، وبين الحالتين تتمظهر تنظيمات اجتماعية أخرى كالعشيرة والقبيلة.

أما إميل دوركايم (Emile Durkheim) فقد انطلق، في تفسيره لظواهر التغير، من التأكيد

على ضرورة التمييز بين الأسباب والوظائف. "واعتبر أن الأسباب التي توجِد الظواهر مستقلة عن الغايات التي تخدمها. فوجود الأشياء لا يمكن أن يُردَ إلى حاجتنا إليها، بل إلى أسباب من نوع آخر". وفي ذات السياق، اعتبر دوركايم أنه "لتفسير ظاهرة حيوية لا يكفي أن نحدد سببها، بل ينبغي علاوة على ذلك، إيجاد القدر الذي تسهم به في إقرار الانسجام العام".

ووفق هذا المنظور، كان دوركايم يعتقد أنه يمكن تفسير التغير الاجتماعي بالرجوع إلى العامل الديموغرافي، ويؤكد في كتابه «تقسيم العمل الاجتماعي» على أن الانتقال من التضامن الآلي الذي يميز المجتمع التقليدي، إلى التضامن العضوي الذي يميز المجتمع الحديث، رهين بعامل رئيسي هو ارتفاع الكثافة الديموغرافية في المجتمع (بو النعناع، ٢٠١٧).

ب - النظرية النسوية: النسوية ما بعد الحداثة (Feminism post-modernist)

تعتبر النظرية النسوية اتجاها جديدا في العلاقات الدولية، وقد ركزت أساسا اهتمامها حول الجنس (مذكر، مؤنث) وتهميش دور المرأة في العلاقات الدولية. وبذلك، يمكن تعريف النظرية على أساس الجنس (gender). وقد امتدت جذورها حتى عهد أرسطو وأفلاطون وتطورت عبر الفترات الزمنية المختلفة.

ينطلق هذا الاتجاه من فكرة رفض تقسيم ذكر-أنثى (رجل-امراة)، وهذا هو الموقف الأكثر راديكالية في النظرية النسوية. وتعزو النسوية رفضَها لهذا التقسيم إلى كونه مصطنعا، ويهدف بشكل مقصود إلى تكريس علاقات لا متكافئة، والاستمرار في الوضع والحفاظ على فهم أو تصور ذكري للعالم، بحيث رفض هذا التيار الاعتراف بالتفرقة بين رجل وامرأة في مختلف جوانب الحياة، كما رفض فكرة أن الذكر أي الرجل هو الذي يستطيع صناعة الحياة السياسية فقط، وأن المرأة عاجزة عن ذلك، من خلال ملاحظة التصنيفات التي تضفي الطابع الذكوري على أي دراسة أو تحليل في العلاقات الدولية.

وقد وجد هذا الاتجاه أنهم اختصروا جميعا -رجالا ونساءً- في أصناف مناسبة جدا، كرجال الدولة وليس نساء الدولة، صناع القرار وليس صانعات القرار، محاربين، سجناء الحرب، وهي كلها صفات أو تطبيقات ذكورية لا تبرز إطلاقا الجنس الأنثوي. وكذلك رأى هذا التيار من خلال التحاليل والافتراضات العلمية، أن النساء موجودات داخل حلقة معزولة عن الحياة الداخلية أثناء مباشرتهن نشاطات لا علاقة لها بميادين تخص العلاقات الدولية، كالحرب، صناعة القرار خلال الأزمات والتجارة الدولية (أحمد مصطفى، ٢٠١١).

كل هذا ولد لهذه الفئة، أي النساء شعورا باللاتكافؤ وعدم المساواة، ولذلك يجب القضاء على هذه التفريقات التي تعتبر مجحفة في حقهن.

أما من الجانب الإبستيمولوجي، فيتجلى هذا الطرحُ في محاولة (جون بيثيك أيلثتاين Jean

Bethke Elshtain) من خلال إعادة تأويلها للحقل الفلسفي للفكرة التي تعتبر أن النساء مخلوقات عمومية (Unpublic)، فكان بحثها في ثنايا الفكر بداية من أفلاطون، أرسطو ومكيافيلي. وقادها هذا إلى اكتشاف الحدود التي وضعها الرجال أمام النساء، من خلال بناء المعرفة البشرية وفق منظور ذكوري خاصة في المجال السياسي. ومن هنا، يعتبر هذا التصور هو الأكثر نقدية وثورية برفض فكرة التمييز والتقسيم والحدود بين الرجل والمرأة.

رغم أنّ النظرية النسوية حديثة النشأة، فإن لها إسهامات، وإنْ كانتْ إسهاماتٍ معتبرة في العلاقات الدولية في الجانبين الأنطولوجي، بإدخالها المرأة كفاعل في العلاقات الدولية، والإبستميولوجي من خلال إيجاد فرضيات خاصة بها. كما أن النظرية النسوية فندت مقولة جون جاك روسو التي تقلل من شأن المرأة : «إن حظ جنسكن أن يتحكمن في جنسنا دائما ولكن كزوجات وأمهات، ليس كمواطنات». (أحمد مصطفى، ٢٠١١)..

- إسقاط النظرية على موضوع الورقة البحثية: تخدم نظرية التغير الاجتماعي موضوع البحث، ذلك أنها تفسر لنا تغير واقع المرأة وتربطه بواقع المجتمع اليوم الذي يشهد درجة كبيرة من التطور والتقدم المعرفي والتكنولوجي. كما أن هذا الواقع المتغير للمجتمعات يتزامن مع متطلبات العصر المتمثلة بتحقيق التنمية البشرية التي تركز على تنمية قدرات الإنسان وتكافؤ الفرص بين الأفراد بغض النظر عن النوع أو الجنس. نستفيد كذلك من النظرية النسوية بإظهارها أن المجال السياسي المحتكر من قبل الرجال نابع من عقلية ذكورية تبغي الهيمنة، لا مبرر لها علميا، وتستند إلى المبررات العلمية لرفض فكرة التمييز وتقسيم الحدود على أساس النوع الاجتماعي.

أولا- أهداف المنظمات النسوية المستطلعة وآليات عملها

تشتمل أهداف كافة المنظمات النسوية المستطلعة إحراز تقدم في حقوق المرأة اللبنانية والقضاء على التمييز بينها وبين الرجل والسعي إلى تحقيق المساواة بين الجنسين عموما وفقا لاتفاقية سيداو (١٩٩٦) التي وافقت عليها الحكومة اللبنانية. أضيف إلى هذا الهدف العام والشامل أهداف متفرعة منه، إذ ركزت كل منظمة من المنظمات المستطلعة اهتماماتها على هدف فرعي محدد، ورتبت تحركاتها ونشاطاتها حوله. كما وتباينت آليات عملها وتراوحت بين ممارسات الضغوط وحشد مجموعاتها على الأرض، إلى تنظيم ورش العمل والتدريب والتأهيل، وإقامة المؤتمرات وصولاً إلى الندوات والمحاضرات.

فيما يلي نستعرض أبرز أهدافها وبعض نماذج آليات عملها كما أوردتها لنا الناشطات من خلال المقابلات.

أ - الأهداف:

تعتبر "**جمعية أبعاد**" بأنها مركز الموارد للمساواة بين الجنسين، وهذا هو الهدف الرئيسي من إنشائها، أما الأهداف المنحدرة منه هي: دعم المرأة، مناهضة وإنهاء العنف ضد المرأة والعمل عليه وكيفية إشراك الرجال لمناهضة العنف ضد المرأة. تقول السيدة إسعيد رئيسة الجمعية: «تنطلق رؤيتنا من فكرة أننا عندما نعمل على إنهاء العنف أو نبني مجتمعا لا عنفيا فعلينا أن نتواصل مع كافة الأطراف المعنيين، ونعتبر أن لهم دورا، سواء سلبي أو إيجابي بموضوع العنف ضد المرأة، وأن نُشركَ كل الفئات الاجتماعية لكي نحصل على التكاتف حول هذا الموضوع، لنصل بالنهاية إلى مجتمع لا عنفي. لذلك لا يقتصر عمل الجمعية فقط على المساواة بين الرجل والمرأة، بل هناك تدخل من قبل جمعية أبعاد لدعم المرأة ومناهضة العنف ضدها وتحسين القوانين وتفعيل دورها على كل المستويات وإنهاء التمييز من النواحي القانونية اتجاه المرأة في قوانيننا اللبنانية، سواء أكانت المحاكم الشرعية (قوانين الأحوال الشخصية) أو القوانين الأخرى، بل علينا أيضا إشراك الرجال في مناهضة العنف ضد المرأة والتركيز على الدور الإيجابي الذي يمكن أن يلعبه الرجل في مناهضة العنف ضد المرأة، وتثقيف المجتمع بكافة فئاته والتوجه أيضا نحو الأطفال لكي ننشئ جيلا جديدا يقوم في تنشئته على مبادئ المساواة بين الرجل والمرأة، لأن التربية والتثقيف شيء أساسي» (إسعيد، ٢٠١٨).

بالمقابل، توضح السيدة نصر الله، من «**لجنة حقوق المرأة اللبنانية**"، أن أهداف اللجنة تتركز حول السعي لاستحداث قانون مدني اختياري للأحوال الشخصية، ورفع التحفظ عن البند ٢ من المادة ٩ من «اتفاقية سيداو» المتعلقة «بمنح المرأة حقا مساويا للرجل في إعطاء الجنسية لأولادها إذا كانت متزوجة من أجنبي»، والمطالبة بتعديل المادة ١ من القرار ١٥ الصادر عام ١٩٥٢ من قانون الجنسية، لتصبح كالآتي: «يعد لبنانيا كل مولود من أب لبناني أو أم لبنانية» (نصر الله، ٢٠١٨).

أما الأهداف التي تسعى "**مؤسسة تمكين المرأة**»[1] إلى تحقيقها فهي «أهداف تمكينية من أجل تنمية استقلالية المرأة وتوعيتها لحقوقها وللتغيرات الحاصلة من الناحية الاقتصادية

١- هي منظمة اجتماعية غير حكومية، وفرع من فروع مؤسسات الرعاية الاجتماعية التي تتواجد على كافة الأراضي اللبنانية، إذ بلغ عددها ٥٦ مؤسسة موزعة على كافة المناطق. العاملون فيها من المتخصصين في مجالات الخدمة الاجتماعية والتدخل الاجتماعي، منهم عاملان ثابتان ومنهم من يقوم بأعمال تطوعية، ويبلغ عددهم حوالي ١٠٠٠ عامل تقريبا، وتشكل نسبة النساء منهم ٨٠٪. وتعمل المؤسسة على تشجيع العمل التطوعي، والمتطوعون يخضعون لمعايير وشروط تضعها المؤسسة، منها الاختصاص الملائم لطبيعة العمل من جهة، ومن جهة أخرى الخبرة في هذا المجال. وتحرص المؤسسة على مراقبة سوق العمل، إذ إنها تعمل على برمجة نوع ونوعية الدورات التدريبية المقدمة إلى النساء بما يتماشى مع متطلباته وتطوره السريع، مما يضمن تأمين فرص عمل للنساء المنتسبات إلى هذه الدورات.

والاجتماعية والتكيف معها ومواكبتها من خلال الدورات التدريبية المكملة لبعضها البعض التي تؤمنها لها المؤسسة والتي تتناسب وأعمار السيدات المستفيدات وقدراتهن الفكرية والجسدية والنفسية. الفئة المستهدفة والمستفيدة من خدمات المؤسسة هن السيدات المهمشات في المجتمع، من أرامل ومطلقات ومعنفات وممن لا عائل لهن. والسيدات تتراوح أعمارهن بين ٢١-٥٥ سنة» (حرفوش، ٢٠١٨).

يسعى **التجمع النسائي الديمقراطي اللبناني**، وهو منظمة نسوية غير حكومية، علمانية مطلبية، تناصر وتناضل من أجل قضايا حقوق النساء في لبنان، إلى تحقيق المساواة الكاملة بين النساء والرجال في كل المجالات والحماية من العنف القائم على النوع الاجتماعي وإلغاء جميع أشكال التمييز ضد النساء وتحقيق المواطنة الكاملة (سكر، ٢٠١٨).

تتركز أهداف **المجلس النسائي اللبناني** على «تحقيق الكوتا النسائية وحث النساء على الترشح في مناطقهن والعمل مع المجتمع المحلي على دعم هذا الترشيح، فضلا عن تحفيز الناخبين، وتحديدا النساء والشابات والشباب ومطالبتهم بمقاطعة اللوائح التي لا تضم مرشحات» (دوغان، ٢٠١٨).

من جهتها، لدى **اللجنة الأهلية لقضايا المرأة** أهداف عديدة لتحقيقها، ومنها كما حددتها الناشطة أمان كبارة شعراني: «تطوير مشاركة المرأة في جميع مستويات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وإلغاء جميع أشكال التمييز ضد المرأة؛ التوعية على النوع الاجتماعي (GENDER) وإدماجه في السياسات الوطنية؛ تمكين النساء من المشاركة في صنع القرار وفي ممارسة حقوقهنّ والقيام بمسؤوليّاتهنّ في تخطيط السياسات في الحياة الوطنية؛ تعزيز القيم التي تحترم حقوق الإنسان وفي صميمها حقوق المرأة؛ تعزيز التواصل بين النساء على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي» (فوز، ٢٠٠٧).

ب- آليات العمل

*- تتمثل آليات عمل **جمعية أبعاد** في إشراك الرجال لحثهم على الوعي بقضايا المرأة، وذلك من خلال ما يسمى «ببرنامج الرجولية» كما أوضحته لنا السيدة إسعيد، وهو برنامج له عدة مستويات من التدخل:

١. "مستوى التدخل المباشر مع الرجال، من خلال مركز الرجال، ونعتبرها خطوة مميزة لأبعاد بالنسبة للجمعيات الأخرى في لبنان وفي الشرق الأوسط، وهو مركز يتدخل مع الرجل المعنف ومع المعنف. وهذا يصب في صميم هدفنا، لأننا ننطلق من فكرة أن العنف هو سلوك مكتسب وليس مرضا، فنعتبر بأن هذا الرجل المعنف والذي لديه الوعي والإدراك بأن لديه سلوكيات عنيفة ويطلب الدعم من جهة ليفرغ عن

ضغوطاته ليبدأ بعد ذلك بإعادة التفكير بكيفية إدارة انفعالاته التي يمكن أن يديرها بطريقة إيجابية وليس سلبية ومدمرة للآخر الشريك، أو له ولحياته بأكملها. هدفنا مساعدة الرجل، ولكن أيضا مساعدته على التعامل مع الضغوطات، ونسعى لأن يفهم بأن الأدوار الجندرية التي يفرضها، يمكنه أن يكسرها ويغيرها ويغيرالصورة النمطية للرجل. وهنا نقوم بتفعيل دوره، ونعمل على تنشئة جيل يكون لديه الوعي والإدراك بأن يتساءل عن دوره وكيف يجب أن يتعامل مع الواقع الذي يعيش فيه من دون أن يلجأ إلى العنف. من هنا نبدأ بإحداث التغيير، على أن يكون الرجل داعما وأن يشتغل على ذاته في الوقت نفسه. تقوم الجمعية أيضا وعلى غرار ما تقوم به الجمعيات الأخرى التي تتوجه إلى المرأة، بالتدخل المباشر مع النساء كما تقوم بالتدخل المباشر مع الرجال، وهذه هي أهم صيغة أو رؤية نعمل بها من خلال "برنامج الرجوليات".

- آليات العمل مع الرجال في **جمعية أبعاد** تتمحور بحسب ما ذكرته السيدة إسعيد، حول "إداراة الحالات التي تثير الخلافات الزوجية. وفي حال الانفصال نهتم بكيفية العمل على الرؤية أو المقاربة التي تضمن المساواة وكيفية قراءة القوانين وتنفيذها لكي تكون غير مميزة وغير مجحفة بحق المرأة، وأيضا خلال التدريبات التي نقوم بها. كما نعمل على إنشاء نوع من اللحمة تكون جزءا من شبكة واسعة تؤدي إلى تفعيل دور "الرجوليات". نبدأ بالعمل على التثقيف للفتيان الصغار وللفتيان بعمر المراهقة والرجال بشأن دورهم وكيف يمكنهم أن يلعبوا دورا إيجابيا لأن المجتمع، وفي الأدوار الجندرية، يلقي بثقله الكبير على الرجل ويضعه أمام المسؤوليات التي يمكن أن تربكه وتتركه حائرا في التعامل معها أو في معرفة قراءتها، ما يؤدي إلى سوء استخدام لسلطته أو لهذه الأدوار، فيقوم الرجل بالتالي بالتعنيف. نبرهن له هنا مدى فهمنا لدوره الذي لا يقتصر على جمع المال وعلى اعتباره "البنك"، بالعكس، نشعره بأن الرجل له دور في التربية وفي تثقيف أطفاله من خلال حضوره، ونشجعه على التعبير عن مشاعره". وتضيف السيدة إسعيد "أننا كمجتمع نحجب عن الرجل حقه في التعبير عن مشاعره، فمن خلال هذا التدريب وكيفية مقاربة دور الرجل، فإننا لا نشعره بأنه المعنف وانتهى الموضوع، بل ننظر إليه بأنه المعني بإنهاء العنف، ونشعره بأهمية مشاركته بوضع حد لهذا العنف ونساعده على ذلك. فنحن لا نصوب أصابع الاتهام على الرجل أو نقول له بأنه هو المشكلة وسبب العنف ونقف عند هذه النقطة، لأننا بهذه الطريقة لا نحدث التغيير".

تستفيض السيدة إسعيد في شرح البرنامج وتقول: "لدينا برنامج متنقل، من خلاله نزور مختلف المناطق النائية والأكثر بعدا وننظم على فترة يومين نشاطات تستهدف

الرجال، النساء، الفتيان والفتيات والأطفال لنشر الوعي بالمواضيع المرتبطة بحقوق النساء، بإشراك الرجال والتوعية على التربية الجنسية والنمو ومرحلة البلوغ وسبل الحماية للفتيان والفتيات. نحن ناشطون على الأرض في نشر الثقافة والتوعية والقوانين، وهذا يتم على مدار السنة، فبرنامج الدار انطلق منذ ٢٠١٣، وبرنامج المساحات الآمنة وضع منذ سنتين، ونطمح بأن يستمر. ونعمل على توسيع المراكز، فمثلا كان لدينا مركز واحد للرجال في بيروت، أما الآن فلدينا مركز آخر في منطقة الجنوب، ونطمح بأن يكون هناك مراكز أخرى في مناطق لبنانية أخرى، وهذا من ضمن خطتنا، لأن الرجال من مناطق بعيدة يصعب عليهم الحضور إلى مركز بيروت لاعتبارات عديدة، فنحن نذهب إليهم، إلى مناطقهم."

وتلاحظ السيدة إسعيد "تجاوب الرجال مع البرامج المقدمة من جمعية أبعاد، "هناك تجاوب لأنهم يلاحظون بأن هذه الجمعية تتوجه إليهم، تعطيهم المساحة للتعبير عن آرائهم ومشاعرهم، تستمع لهم وتسأل عن احتياجاتهم وتعمل على إيجاد طريقة أو وسيلة لتقوية قدراتهم وتعمل جديا لحل مشاكلهم وتشعرهم بأن لديهم دورا إيجابيا، وتقول لهم أنتم لستم مجرد معنفين أو مرتكبين، باستطاعتكم أيضا أن تكونوا داعمين لنا، ونحن نتوجه أيضا إلى ال front-liners (المعنيات) من النساء في مقاربة دور الرجل ونحفزهن على الشغل على أنفسهن وأن يكسرن هذه الصورة النمطية للرجل، فنعمل إذاً على كسر هذه الصورة النمطية عند الرجال والنساء على حد سواء."

٢. لا تكتفي الجمعية بالعمل مع الرجال، ولكن أيضا مع الأطفال، فقد طورت "نوعا من الكتيب وألعابا ووسائل للأطفال وللأهل، للمربيين ولمقدمي الرعاية لتعليمهم كيفية التربية على مبادئ المساواة بين الرجل والمرأة (الجندر). فلذلك سمي البرنامج الذي يتوجه للأطفال "لنلعب من أجل المساواة". من خلال النشاطات مع الأطفال، نبدأ بالقول للأطفال مثلا أنت صبي يمكنك أن تمارس رياضة كرة القدم، والفتاة أيضا يمكنها أن تمارس هذه اللعبة، ليس عيبا أنت كصبي أن تساعد في المطبخ أو بتنظيف المنزل، على العكس هذا إيجابي جدا بأن تتفاعل داخل البيت وتكون شريكا حقيقيا في الأمور المنزلية، فنبدأ بكسر هذه الصور النمطية التي تفيد بأن الأدوار الجندرية محصورة بأنواع معينة ومحددة في المهمات، بدءا من جيل الصغار، وأنه ليس من العيب التعبير عن مشاعرنا، خصوصا الرجل، وكذلك نتوجه إلى الأهل ونعطيهم نصائح وتقنيات للتربية التي تقوم على مبادئ المساواة، فالطفل الذكر يجب أن يتربى بالطريقة نفسها التي تتربى فيها الطفلة الأنثى، من دون تمييز، ونقوم بذلك أيضا مع مقدمي الرعاية (إسعيد، ٢٠١٨).

تعتبر السيدة إسعيد بأن **جمعية أبعاد** لا تقف عند التحديات، "لا أقول أن لدينا دائما الإنجازات، أكيد هناك تحديات ولكن السياسة الخاصة التي نتبعها تساعدنا كثيرا على تجاوز بعض هذه التحديات وكيفية مقاربة الأحداث، وكيف علينا دائما أن نتعايش مع هذا المد والجزر لنصل إلى التغيير المنشود، ولكي نحمل الآخر على رؤية الإيجابية في تدخلنا". تشير السيدة إسعيد إلى أن "بعض رجال الدين بدأوا يطلبون التعاون معنا. ومؤخرا، صادفنا إحدى الوضعيات حيث أن قاضيا في محكمة شرعية وهو رجل دين مسلم، غيّر قانون حضانة لصالح الأطفال ولصالح الأم في الوقت نفسه والذي جاء إلى حد ما، عكس القوانين الشرعية المتبعة عامة. استطاع أن يقتنع بالتواصل معنا، بعد أن قدمنا له البراهين والحجج المبنية على معايير صحية نفسية مهنية علمية طبية للطفل، وهي ليست معايير تقوم على حقوق المرأة فقط، بل مبنية أيضا على أسس واقعية ومنطقية، فكان هناك تجاوب. وهذا هو التوجه الذي نتبعه دوما، أي أن لا نبقي على الحواجز ونحاول دائما إزالتها بالأخذ والرد والحوار، ونعتمد دائما المقاربة الإيجابية، لأن التصادم لا يوصل لأي نتيجة أو لأي مكان".

تعتقد السيدة إسعيد بأن "التمسك أحيانا بالمطالب الكاملة ودون المس بها لا يصب في صالح القضية وليس هو الحل، فيجب الرضا بجزء ومن ثم البناء والعمل مجددا لنيل الجزء الآخر، فنحن ننتهج سياسة خذ وطالب، نرضى بجزء ومن ثم نبني على ما أنجز للمضي قدما في التقدم والتطور الذي يصب في صالح المرأة، والعمل خطوة خطوة. لا تتم المناصرة والمطالبة والتغيير بين ليلة وضحاها، فجأة، ولا يحصل ذلك بيوم. إنه مسار شاق، ونحن نعيشه وهو طويل".(إسعيد، ٢٠١٨).

من منطلق مغاير، تقوم آليات عمل **مؤسسة تمكين المرأة** أساسا على التدريب المهني والحرفي مع الدعم والتدخل النفسي والاجتماعي، والتوعية الصحية والتشبيك مع سوق العمل وتوفيرالدورات المدفوعة الشبه المجانية. تعتمد المؤسسة برامج التدريب والتعليم المهني للنساء بهدف تأهيلهن وإكسابهن مهنا تمكنهن من الاندماج في المجتمع والحصول على الاستقلالية المادية لمواكبة العجلة الاقتصادية، وتهيّئ للمرأة السبل التي تمكنها من فرصة متابعة تحصيلها العلمي، وإعانتها على تخطي الظروف الاجتماعية والاقتصادية الصعبة، عبر تلقي التدريب والتمكين المهني المكثف المتمثل بدورات تدريبية عدة، كالأشغال اليدوية والحرفية، فن المطبخ، الكمبيوتر، التزين النسائي وغيرها من البرامج كتعليم الكبار (محو الأمية) لتطوير مهاراتهن. وتحاول المؤسسة مساعدة هؤلاء السيدات اللواتي خضعن للدورات التدريبية وأنهينها، وذلك من خلال تنظيم المعارض للترويج لمنتجاتهن وتصريفها (حرفوش، ٢٠١٨).

في حين يركز **المجلس النسائي اللبناني** نشاطاته على تنظيم حملات ضغط ومناصرة لدعم

ترشيح نساء، وممارسة الضغط بشتى الوسائل على الفعاليات السياسية (أحزاب وكتل وغيرها..) المسؤولة عن تشكيل اللوائح الانتخابية لكي تتضمن مرشحات، فضلا عن تنظيم المؤتمرات على الصعيد الإقتصادي. على سبيل المثال، تقول السيدة دوغان بأن "المجلس ينظم حاليا مؤتمرا حول موضوع المشاركة السياسية للمرأة في غرفة الصناعة والتجارة وبالتعاون مع الأمم المتحدة، للبحث في وضع المرأة العربية بعد الربيع العربي، من الناحية السياسية والاقتصادية أولا في لبنان، وهو مؤتمر تمهيدي، فضلا عن الاتصال بالاتحادات العربية لتنظيم مؤتمر عربي عام، ومن ثم الترتيب لمؤتمر مصغّر في كل بلد لطرح قضية وضع المرأة سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، ومن المقرر أن يطلق المؤتمر نشاطاته في أوائل ٢٠١٩ (دوغان، ٢٠١٨).

يعمل التجمع **النسائي الديمقراطي اللبناني** على إقامة الدورات التدريبية لصاحبات الحقوق وتنمية قدراتهن وتقديم الإرشاد والدعم النفسي والاجتماعي والمشورة القانونية للنساء والفتيات الناجيات من العنف، ويلجأ إلى المناصرة والإعلام من أجل نشر وتعميم ثقافة حقوق النساء والضغط لتبني سياسات وقوانين تساهم في تعزيز المساواة بين الرجال والنساء (سكر، ٢٠١٨).

تتركز نشاطات **لجنة حقوق المرأة اللبنانية** حول زيادة الوعي في موضوع **زواج القاصرات**، وتقول السيدة نصر الله: "لدينا حاليا ورش تدريب للعمل داخل أسر النازحين السوريين في مناطق البقاع لزيادة الوعي لديهم حول مخاطر الزواج المبكر. نركز العمل على الأسر السورية، ذلك لأننا نعلم بأن هذا النوع من الزواج منتشر لديهم بشكل كبير أولا، وثانيا لأن تواجد هذه الأسر بأعداد كبيرة يمكن أن يؤثر على ممارسات الأسر اللبنانية. وما يجري هناك هو أن الأب يزوج ابنته ولمّا تبلغ بعد السنّ القانونية لكي يحصل بالمقابل على مبلغ من المال، ومن ثم يقوم الزوج ومقابل أيضا مبلغ من المال بتشغيل زوجته في الدعارة. لقد انتشر الاتّجار بالبشر بشكل ملحوظ بعد تزايد أعداد النازحين السوريين في لبنان (نصر الله، ٢٠١٨).

أكدت **رئيسة اللجنة الأهلية لقضايا** المرأة السيدة أمان كبارة شعراني بأن اللجنة تجتهد في إقامة الدورات مع المركز التربوي، بهدف «تغيير الصورة النمطية للمرأة عبر إدماج النوع الاجتماعي في السياسات التربوية والمناهج وعلى مستوى المادة النظرية بالكتب المدرسية، لما لهذه المدارس من أدوار حقيقية في بناء التلميذ والأجيال» (اللجنة الأهلية لمتابعة قضايا المرأة تنظم دورة تدريبية حول النوع الاجتماعي، ٢٠٠٨).

قامت اللجنة خلال السنوات العشر الأخيرة بنشاطات عديدة للعمل على هذه الأهداف. كما أسست الجمعية مركزاً للنوع الاجتماعي بهدف التوعية والتثقيف والتدريب معتمدة «على مبدإ التنسيق مع الهيئات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية، لأنّ هذا النوع من النشاطات يمكن تحديد أبعاده بثلاث نواحٍ: «تحصيل المعرفة حول جمع الحقائق والمعلومات

الخاصة بالمؤسسات في مختلف المجالات، الالتزام بالنظام والقوانين، والمشاركة الفعلية في إعداد المواطنين بهدف إتمام الوحدة الوطنية» (فوز، ٢٠٠٧).

مما تقدم نستنتج بأن الحركات النسائية هي حركات اجتماعية، حتى وإن لم تعتبر دائماً نسوية بشكل صاف، إذ تدرج في أجندتها برامج وقضايا مجتمعية عامة إضافة إلى قضية المرأة، وظهر ذلك جليا في نشاطات جمعية أبعاد. وهي، أي الحركات النسوية، تشجّع في الوقت نفسه المرأة على النشاط السياسي والانخراط الفاعل في التغيير الاجتماعي، بدا هذا واضحا في نشاطات المجلس النسائي الديمقراطي ولجنة حقوق المرأة، لا سيما في مسألة التهميش الحاصل بحق المرأة في لبنان على صعيد المشاركة في صنع القرار والتمثيل السياسي.

تحتاج المنظمات النسوية، لنيل الحقوق وتحقيق الغايات، إلى حملات التعبئة وشحن الهمم لحشد المجموعات وتحفيز الرأي العام من رجال ونساء لتأييدها وحملها على المشاركة في تحركاتها ومساندتها في مطالبها المحقة عبر الضغط على القوى المجتمعية الفاعلة للتأثير في موقفها وتغييره أو انتزاع القرارات المناصرة للمرأة. فما هي قدرتها على التعبئة؟

ثانيا- قدرة المنظمات النسوية على التعبئة في قضية حق المشاركة السياسية للمرأة

أ- حملات التعبئة:

تعرّف تعبئة الحركة النسائية بأنّها «التعبئة القائمة على مناشدات للمرأة كجمهور مستهدف وتبنّي ذلك كاستراتيجية تنظيمية، الأمر الذي يشجّع المرأة على المشاركة السياسية النشطة، وإعادة تحديد دورها في المجتمع في القطاعين العام والخاص، والتوجّه نحو إنشاء شبكات التوعية كخيار أمثل، وذلك بغية الدلالة على الحاجة إلى التغيير والقضاء على القمع والتمييز على أساس جندري. ومع أنّه لا يمكن وصف الحركات النسائية كلها بالنسوية، إلاّ أنّها «متجذّرة كلّها في هياكل الاضطهاد المبنية على النوع الاجتماعي (متري، ٢٠١٥).

فشلت هذه الأنواع الجديدة من المنظمات غير الحكومية، في أحيان كثيرة، في حشد مجموعات كبيرة من النساء في لبنان حول قضاياهنّ ومصالحهنّ، مثل العنف المنزلي، وقانون الأحوال الشخصية، وحقوق إكتساب الجنسية. وهناك عوامل عديدة تعيق التعبئة ومن بينها اللغة التي تستخدمها المنظمات غير الحكومية اللبنانية. إذ تعتمد الوكالات الدولية والمنظمات غير الحكومية مصطلحات خاصة بها عادة ما تكون بالإنجليزية. وقد أصبح إتقان هذه المصطلحات إلزامياً تقريباً للتمكن من العمل بشكل صحيح وكتابة التقارير والبرامج والمشاريع، بالرغم من بذل جهد حقيقي في التواصل وتنظيم الحملات باللغة العربية، وذلك

باستخدام مزيج مثير للاهتمام من العامية واللغة العربية الفصحى يسهل على الجميع فهمه.

وبما أنّ معظم النظريات والنصوص النسوية الحديثة مكتوبة باللغة الإنجليزية أيضاً، يتم استبعاد غير الناطقات/ين بتلك اللغة فعلياً من دوائر النقاش، ما يحول دون تعبئتهم/نّ. عملياً، استتبع ذلك أن تستمر نساء الطبقة الوسطى أو العليا المتعلمة في قيادة الغالبية العظمى من الحركات النسائية، بما في ذلك الجيل الأخير، مما اصطلح على تسميته بـ «الموجة الرابعة» والذي حاول تجنّب الهياكل البيروقراطية والهرمية السابقة (متري، ٢٠١٥).

ترافق مكسب الكفاءة والرؤية الناجم عن تلك التحولات للمنظمات النسوية (من منظمات تطوعية إلى منظمات غير حكومية، متخصصة) مع تزايد الاحترافية في هذه المنظمات، ما أدى إلى عواقب غير متوقعة، إذ «تميل الحركة إلى الانطفاء عندما تعود الهويات التنظيمية لتطغى مرة أخرى، أو عندما يكون «الشعور بالانتماء» مرتبطاً أساساً بالمنظمة التي ينتمي إليها المرء وأحد مكوّناتها، وليس بجماعة أوسع هلامية الحدود (ضو، ٢٠١٥).

إنّ التحول الاحترافي لهذه المجموعات، أو ما اصطُلح على تسميته بالتحول إلى طابع المنظمات غير الحكومية (*NGO-ization*) لا يؤثّر سلباً في قدرة المنظمات النسائية على التعبئة فحسب، بل له عواقب غير متوقعة على هيكلة الفضاء السياسي اللبناني.

من العوامل الأخرى التي تسببت بضعف التعبئة انقسام النساء على أسس طائفية، ويعزى انخفاض مستويات مشاركة المرأة إلى النظام السياسي الطائفي والزبائنية السياسية في لبنان تحديداً. هذا بالإضافة إلى عدم تمكن الحركات الاجتماعية والمنظمات غير الحكومية من الحشد خارج حواجز الهويات الطائفية أو الولاءات السياسية (متري، ٢٠١٥).

وفي هذا السياق، تعتبرالناشطة سكر «بأننا نعيش في مجتمع ذكوري بطريركي ديني طائفي وتعددي وأن العقلية الذكورية طاغية ومتجذرة، والنظرة إلى المرأة في لبنان هي نظرة دونية. ولا نية، ولا إرادة لدى السياسيين في تغيير القوانين والواقع. أبسط مثال على ذلك بأن وزير الشوؤن الاجتماعية (أو وزير المرأة في حكومة الرئيس الحريري هو رجل: أوغاسابيان) وليس وزيرة، مع العلم بأن لبنان لديه ما يكفي من النساء المتعلمات الكفوءات اللواتي أثبتن جدارتهن في مختلف المجالات والميادين».

فبحسب السيدة سكر: «لبنان بلد طائفي، الكلمة الأخيرة دائما لرجال الدين الذين لهم تأثير في الوقت نفسه على رجال السياسة» (سكر، ٢٠١٨).

عليه، وعلى ضوء هذا الواقع في اللبناني المعقد والمتشابك، قد تبدو المنظمات النسوية غير الحكومية غير مؤهلة للتعبئة والتنظيم الجماهيري من أجل تحقيق التغيير الاجتماعي.

ب- جهود المنظمات النسوية باتجاه التعبئة للمشاركة السياسية للمرأة:

تتبلور المشاركة السياسية حول أنشطة معينة، وتعتبر اختيارات الأشخاص في حياتهم العامة والخاصة بمثابة التعبير عن موقف سياسي أو أيديولوجي. ويجب اعتبار القدرة على هذا التعبير أيضا كأحد جوانب المشاركة السياسية في المجال العام والتي تتشكل حسب جملة من العوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المختلفة. تلك العوامل تساعدنا في فهم وتحليل أحد أهم معايير الحياة السياسية، وهو مبدأ المواطنة وهو القائم على فكرة المساواة بين أبناء الوطن من رجال ونساء، بغض النظر عن العمر أو النوع أو العرق أو أي اختلافات أخرى. ولكن بسبب تباين الفرص الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، نجد أن المواطنين ليسوا متساوين بهذا الشكل، بل تفتقد بعض الفئات الموارد الاقتصادية والمعرفية والمقومات الاجتماعية التي تساعدهم على ممارسة حقوقهم كمواطنين متساويين يمارسون اختياراتهم الشخصية والفكرية دون إرهاب أو تخويف، فالفرد لا يستطيع المشاركة سياسيا، إلا إذا توافرت لديه وسائل حمايته.

أصبحت قضية المشاركة السياسية للمرأة موضع اهتمام العديدين وتنبع أهمية المشاركة السياسية للمرأة كونها جزءًا لا يتجزأ من المجتمع، وبدورها تكتمل جميع الأدوار المجتمعية. قضية مشاركة المرأة في صياغة القرار الوطني هي قضية مجتمعية، تحتاج إلى وعي جميع أفراد المجتمع، ويعتقد البعض أن هذه القضية هي قضية تخص النساء فقط (قضية نسوية)، والصحيح أنها قضية جميع أفراد المجتمع، فمشاركة المرأة السياسية هي مسؤولية جميع أفراد المجتمع وليست من مسؤولية المرأة، فالمرأة بتكوينها الإنساني الخلقي قادرة على هذه المشاركة، وذلك من خلال التفاعل مع قضايا الرأي العام السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، سواء بحضورها الندوات وورش العمل وبالكتابة عنها في الصحف والمجلات وفي المواقع الإلكترونية الإيجابية، كذلك من خلال المشاركة في الانتخابات البرلمانية والبلدية، ترشحاً وانتخاباً، والانضمام إلى الأحزاب السياسية وترؤسها لها. وفي بعض الدول تصل المرأة إلى أن تترشح إلى رئاسة الدولة ورئاسة مجلس الوزراء (فراج، ٢٠١٧).

تعتبر العلاقات المتبادلة بين الفرد والدولة، وما بين الأفراد فيما بينهم في المجالين الخاص والعام أحد المعايير لتحليل مستويات المواطنة والتي يحدد إطارها الدستور والقانون والأعراف الاجتماعية على حد سواء. وانطلاقا من هذا التعريف، نجد أن المرأة في لبنان تتراجع عن الرجل بشكل واضح فيما يخص حقوقها السياسية المرتبطة بالمجال العام وحقوقها الشخصية في المجال الخاص. فيبدو أن الهياكل القانونية لحقوق المواطنة قد وضعت حول نوع مجتمعي واحد ولم تتضمن حقوقا تمس واقع المرأة المجتمعي بشكل خاص، فهي هياكل لا تضمن مساواة في الإمكانيات المتوفرة بين الرجال والنساء، ولكنها تعبر عن منظومة علاقات اجتماعية

وسياسية وجنسية، ترى المرأة على هامش الحياة العامة، ونفتقد لأدلة تشير إلى الرغبة في تغيير تلك الرؤية. وفي العمل الأهلي والتنموي والحزبي والحركات الاجتماعية ومجموعات الضغط، ظهرت بحدة أشكال التفاوت بين المساحات المتوفرة لحرية حركة وتعبير النساء وبين المساحات المتوفرة للرجال أثناء تأديتهم الأنشطة نفسها (فراج، ٢٠١٧).

إستمرت بعض المنظمات النسوية في العمل على القضايا الوطنية أيضاً، وفضّلت المقاربة الشاملة للتغيير الاجتماعي، ولكنْ، هذه المرة، تمحورت الدعوة حول المطالبة بحجز «مكان» للمرأة في المؤسسات، من خلال تخصيص حصص برلمانية وإدارية للنساء (ضو، ٢٠١٥).

على هذا الصعيد تعتبر الناشطة والمحامية إقبال مراد دوغان، رئيسة المجلس النسائي اللبناني، أن «عدد النساء اللواتي أفرزتهن انتخابات ٢٠١٨ البرلمانية غير كافٍ، إذ نجح في هذه الانتخابات ٦ نساء فقط من أصل ١١٣ مرشحة سيدة، بعد أن كان عددهن ٤ في البرلمان السابق. ما زالت نسبة تمثيل المرأة في البرلمان اللبناني ضعيفة وغير منصفة لها نسبة لدورها في المجتمع والعمل السياسي».

تصر السيدة دوغان على تسمية «نائبة»، «لازم يتعودوا يوضعوا «تاء التأنيث في لغتهم» وبذلك نزيل تدريجيا هذه الحواجز النفسية لقبول المؤنث من العقول والأذهان بداية، وصولا إلى القبول بإعطاء دورا لها في السياسة وفي مواقع اتخاذ القرار لاحقا».

تعتبر السيدة دوغان «أن الكوتا النسائية ضرورية في مجتمع بطريركي وذات عقلية ذكورية، وأن المجلس النسائي والتي هي ناشطة فيه عمل جاهدا لكي يبصر مشروع قانون الكوتا النسائية النور، وهو الآن ما زال في أدراج مجلس النواب». وتضيف «لا يمكن وصول المرأة إلى المجلس اللنيابي ما لم تطبق الكوتا قصريا ومرحليا ولمدة مؤقتة بشكل يجبر الأحزاب اللبنانية أن تدرج على لوائحها نسبة محددة بحسب القانون، مخصصة للنساء. والنسبة المقترحة في لبنان هي ٣٠٪، لا سيما أن كل الأحزاب اللبنانية لديها عدد مهم من المنتسبات إلى صفوفها، إلا أن التراكم التاريخي وانعدام الثقة بإمكانات النساء باتا يستلزمان قرارا حاسما لكسر الحواجز النفسية وتحقيق التغيير» (دوغان، ٢٠١٨).

تشير السيدة دوغان إلى مؤتمرين عالميين لتطبيق الكوتا: مؤتمر بيجين العالمي الرابع للمرأة ١٩٩٥ والذي أصدر خطة طالبت في الفقرة ١٩٠ الحكومات في العالم بالعمل على زيادة مشاركة المرأة في صنع القرار، لتصل في الحد الأدنى إلى ٣٠٪، والذي صادق عليه لبنان والتزمت الحكومة اللبنانية بتوصياته، ولكن حتى الآن كل ذلك يبقى ذلك من باب الدبلوماسية، من دون أن يكون هناك أي تطبيقات فعلية. يوصي المؤتمر بضرورة رفع تمثيل المرأة إلى نسبة لا تقل عن ٣٠٪ بحلول ٢٠٠٥. واتفاقيةُ القضاء على كافة أشكال التمييز بين المرأة والرجل (١٩٩٦) تلزم الدول الأطراف باتخاذ التدابير والإجراءات التي تمكن المرأة من المشاركة السياسية في

مواقع صنع القرار، «حيث دعت المادة الرابعة من الاتفاقية إلى اعتماد ما يسمّى مبدأ التمييز الإيجابي لصالح المرأة. وقد دعا قرار المجلس الاقتصادي والإجتماعي التابع للأمم المتحدة، رقم ١٥، والذي صدر في العام ١٩٩٠، إلى مشاركة المرأة في هياكل السلطة، وفي مواقع صنع القرار بنسبة ٣٠٪، والعمل على تعبئة المجتمع رجالا ونساء، وتوعيته بالقيام بتغيير المواقف المجتمعية السلبية المتحيزة ضد المرأة ودورها في صنع القرار وتبني آليات وإجراءات تمكنها من إنجاز ذلك، وفي مقدمتها نظام الكوتا النسائي» (دوغان، ٢٠١٨).

للتحفيز على مبدإ إقرار الكوتا النسائية، عقد المجلس النسائي قبيل الانتخابات البرلمانية الأخيرة ٢٠١٨، اجتماعات مع المرشحات المستقلات والمنتسبات إلى كافة الأحزاب اللبنانية ودعاهن إلى التحرك ضمن أحزابهن للمساهمة في إقرار الكوتا النسائية التي تضمن حقهن في الترشح والوصول إلى البرلمان، حيث يمكن أن يخدم هذا النظام الشعب، ويحقق مبتغاه ويقوم بالعمل السياسي الفعلي.

تعتبر السيدة دوغان «أن العمل على تصحيح التمثيل البرلماني للمرأة يجب أن يبدأ من القاعدة، أي من الانتخابات البلدية. إذا تم العمل على تصويب تمثيل المرأة على هذا المستوى وتشجيعها على الترشح للوصول إلى المجالس البلدية، يمكن أن نصل إلى تمثيل مقبول للمرأة في الندوة البرلمانية، فضلا عن ضرورة أن يكون لها تواجد وحصة في التعينات الإدارية الرسمية. هناك أسماء بارزة من النساء أثبتن كفاءتهن في العمل في الشأن العام».

تضيف السيدة دوغان: «يوجد ١٣٠٠٠ مركز بلدي، إذا طبقنا كوتا ٣٠٪ نحصل على ٣٠٠٠-٤٠٠٠ امرأة قيادية في كل لبنان. البلديات مهمة، فهي تعتبر حكومات مصغرة، عندئذ يمكن الاختيار من بينهن مجموعة للترشح للبرلمان. العمل على التمثيل الصحيح للمرأة انطلاقا من الانتخابات البلدية من شأنه أن يفتح الباب للنساء لأخذ دورهن في الشأن العام. في لبنان لدينا نساء متعلمات ولديهن القدرة والكفاءة ويشكلن أكثر من نصف الشعب اللبناني، إلا أنهن لم ينلن حقوقهن وما يستحققن من مراكز في السلطة.»

كان آخر النشاطات التي قام بها المجلس النسائي لتصحيح الخلل على مستوى الدوائر الرسمية، «حملة اتجاه المدراء العامين في الدوائر الرسمية، تمثلت بالتوجه إلى مجلس الخدمة المدني لإحصاء عدد النساء رئيسات مصالح، إذ بلغ عددهن ٢٦ مديرة عامة. في الدوائر الرسمية وتحديدا في الترقيات، يقوم المجلس بالتدخل لصالح النساء المؤهلات للمنصب» (دوغان، ٢٠١٨).

تحمل السيدة سكر (**التجمع النسائي الديمقراطي**) مسؤولية الكوتا النسائية للأحزاب: «على صعيد الأحزاب، كل حزب لديه عدد مهم من النساء المنتسبات، ولكن اللافت أن هذه الأحزاب لا تبرزهن أو تدعمهن على الصعيد السياسي. فأغلبية الأحزاب السياسية التي

لديها نسبة لا بأس بها من المنتسبات من النساء، لم ترشح سوى عدد ضئيل جدا منهن. وحتى وإن رشحتهن، فإنها لم تدعمهن بالصوت التفضيلي في انتخابات ٢٠١٨ النيابية ولم تبرزهن» (سكر، ٢٠١٨).

تعتبر **جمعية أبعاد** «بأن الأولوية بالنسبة لها هو عامٌّ، يتمثل في العمل على مبدإِ المساواة بين الجنسين. وتوضح السيدة إسعيد ذلك بالقول: «هذا لا يعني أننا نعارض مشاركة المرأة السياسية. بالعكس، لأنه بمجرد أن يكون هناك إرادة من قبل البعض ومن الجمعيات لتفعيل دور المرأة ومكانتها على المستوى السياسي والعمل بأن تصل إلى المراتب والمناصب التي يمكن أن تحدث تغيير، فهذا يصب في صالح قضية المرأة. إنها حلقة متصلة».

تشدد السيدة إسعيد على التخصصية في ممارسة العمل وذلك عندما تعتبر أن «في لبنان نقصا في إدراك معنى الجهود المشتركة. هناك جمعيات متخصصة أكثر في تفعيل دور المرأة السياسي، ونحن نفضل بأن يعمل كل واحد منا ضمن اختصاصه. هناك جمعية Women In Front مثلا وغيرها من الجمعيات التي تعمل على هذا الموضوع. نسلط الضوء على موضوع المشاركة السياسية للمرأة لأن تفعيله يعود بالخير عليها، وعلى جميع المستويات، إن كان بالوزارات أو بمجلس النواب. فهذا يؤمن لها دورا فعالا لإحداث التغييرالعام انطلاقا من موقعها السياسي. نحن طبعا ندعم أي أطراف أخرى. نحن نركز أكثر على موضوع مناهضة العنف وتأثيره بالشراكة مع كل الشركاء: وزارةِ الشؤون، وزارةِ العدل، وزارة الداخلية والجمعيات والممولين الدوليين والأمم المتحدة واليونسيف أو الشركاء المحليين" (إسعيد، ٢٠١٨).

في مسألة مشاركة المرأة في القرار السياسي، قامت **لجنة حقوق المرأة** بتشكيل جزء من تحالف وطني مع الهيئة الوطنية لشؤون المرأة من أجل تطبيق قانون كوتا نسائية بنسبة ٣٠٪ في الانتخابات اللبنانية وفي توظيف النساء في وظائف الفئة الأولى في الدولة اللبنانية. تعبر السيدة نصر الله عن أسفها والسبب كما تقول: "باءت جهودنا بالفشل، بالرغم من أن الأحزاب قد وعدت سابقا بإقراره، إلا أنها تخلفت عن وعودها". وتسترسل بالقول: "نعلم أن الأحزاب تضم عددا كبيرا من النساء الناشطات في العمل السياسي لصالحها، ولكن غالبا ما تكون النساء في مواقع ثانوية، غير مؤثرة في اتخاذ القرارات الهامة داخل الحزب. غالبا ما تستخدم هذه الأحزاب هؤلاء النساء للوصول إلى غاياتها وتحقيق أهدافها السياسية ولا تكافئ بالمقابل هؤلاء النساء الناشطات بمناصب تستحقها، لا في التمثيل النيابي ولا الحكومي. من المستغرب أن النساء الناشطات في صفوف هذه الأحزاب لا تتمرد على هذا الواقع المجحف بحقها" (نصر الله، ٢٠١٨).

تشير السيدة نصر الله إلى حادثة حصلت معها شخصيا أثارت دهشتها، فتقول: "من اللافت والمستغرب في آن معا عندما سألت عن عدم مطالبة النساء المنتميات إلى الأحزاب

السياسية أحزابها وتياراتها والضغط عليها لتطبيق الكوتا النسائية في مؤتمر جمعنا مع ممثلي الأحزاب اللبنانية حول مشاركة المرأة في الانتخابات وتمثيلها في الندوة البرلمانية قبل إجراء الانتخابات النيابية الأخيرة ٢٠١٨، أن إحدى ممثلات هذه الأحزاب والمنتسبات إليها كان جوابها أن "لا شيء يعلو فوق القرار الحزبي"!!

تعتبر السيدة نصر الله "أن القانون الانتخابي الأخير (٢٠١٨) هو قانون مشوه، فضلا عن أنه خال من أي كوتا نسائية. ولكي تأخذ المرأة حقوقها يجب أولا أن نصدر قانونا انتخابيا عادلا يعتمد النسبية وخارج القيد الطائفي القائم على مبدإ لبنان دائرة واحدة. هذا القانون هو قابل للتطبيق لأن لبنان بلد صغير من حيث المساحة، بحيث ينتخب أي لبناني أي نائب يختاره في لائحة ١٢٨ نائبا بغض النظر عن طائفته أو منطقته، وكذلك من الضروري إشراك الشباب في ١٨ سنة وما فوق بالعملية الانتخابية، فبالتمثيل الصحيح نستطيع أن نبني وطنا ومواطنة صحيحة وحقيقية، ويمكن بعد ذلك الحديث عن الكوتا وتمثيل المرأة ومشاركتها في اتخاذ القرار".(نصر الله، ٢٠١٨).

رابعا - التمويل الأجنبي وتأثيره على أجندة المنظمات النسوية

شهدت ثمانينيات القرن الماضي، على وجه الخصوص، مطالبات لطرح قضية حقوق المرأة وتبني التشريعات ضمن خطاب حقوق الإنسان الأشمل. جاء مؤتمر حقوق المرأة في بيجين في العام ١٩٩٥ ليطرح نموذجاً جديداً لحقوق المرأة، باعتبارها جزءاً من حقوق الإنسان، ودعا إلى مشاركة المرأة في جميع جوانب الحياة العامة والخاصة وإلى التوعية بحقوقها. فصادقت غالبية الدول (بما فيها لبنان) على اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (سيداو) ، في توجّه أفضى إلى دمج عدد كبير من المنظمات النسائية المموّلة من الجهات المانحة الدولية في شبكات دولية، وأفسح المجال لإنشاء منظمات موجهة نحو المشاريع وتستهدف المرأة من خلال معالجة احتياجاتها الاجتماعية والاقتصادية.

نتيجة لهذا المؤتمر، تبنّت المنظمات النسائية غير الحكومية اللبنانية جدول أعمال جديد وأدخلت عدداً من التعديلات الهيكلية بغية الوصول إلى النساء من خلال مشاريع مفصّلة لهن خصيصاً، بتمويل من الوكالات المانحة، وانسجاماً مع التوجّهات الجديدة التي حدّدتها المؤتمرات المتعاقبة حول حقوق المرأة، وبما يتفق مع جدول الأعمال السياسي للدول المانحة الغربية. انتقلت النساء في الجمعيات من كونهنّ ناشطات متطوعات إلى مهنيات مدفوعات الأجر، واضطررن للتكيف مع طرق عمل جديدة وبيروقراطية لم تخدم المجتمع المحلي فحسب، بل أيضاً الوكالات المانحة، حتى وإن كانت هذه المنظمات تحرص دوماً على صياغة مشاريعها وفقاً لاحتياجات المستفيدين. وكما أوضحت ممثلة عن التجمع النسائي الديمقراطي في لبنان،

«عادة ما نختار المعايير والتدخلات من مشاريعهم (المانحين) التي تخدم أهدافهم الرئيسية، والتي هي بدورها ما يحتاجه مجتمعنا» (سكر، ٢٠١٨).

يبدو أن الطابع التخصصي في المنظمات غير الحكومية النسوية ظهر مع إضفاء الطابع المؤسسي على بعض البرامج التي تديرها الحكومة. استجابت هيكليات المنظمات غير الحكومية الجديدة لمتطلبات الجهات المانحة الدولية: تحولت المبادرات إلى «مشاريع»، والنشطاء إلى «موظفي» مشاريع وعاملين/ ات بأجر. عملياً، أثّر هذا التحول إلى نمط المنظمات غير الحكومية على هيكليات المجموعات النسوية، وأيضاً على محتوى مطالباتها (ضو، ٢٠١٥).

وكما يحدث في مجالات أخرى كالتنمية والعمل الإنساني، تترتب عن التأهيل المهني للمنظمات النسائية تبعات أخرى تؤدي بالعاملات والعاملين في تلك المؤسسات إلى «التحول نحو العمل المأجور»، الأمر الذي يرتبط ارتباطاً مباشراً بميزانيات أعلى. كما ترتبط هذه العملية بمتطلبات الوكالات المانحة، ما ساعد على خلق فئة جديدة من العاملات: مزيج بين الموظفة والمتطوعة (أو الناشطة). وأصبح دفع الأجر هو القاعدة، على حساب اختفاء الناشطين والمتطوعين والمتطوعات، في منحى أنتج منظمات أقل نشاطاً وذات توجه «إداري» أكثر (متري، ٢٠١٥).

من العوامل الهامة، التي غالباً ما ترافق التحول إلى نمط المنظمات غير الحكومية، البحثُ الدائم عن التمويل لدى الجهات المانحة. لكنّ هذا التمويل، الذي تتوقف عليه استمرارية الهيكليات الجديدة، يسبب في الوقت ذاته خلق الشقاق والتناحر داخل المنظمات وفيما بينها. وقد جعل أولويات الجهات المانحة التركيز على المنظمات غير الحكومية الدخول في منافسة محمومة، وساهم في انحرافها عن أهدافها (القاطرجي، ٢٠٠٧).

كما ظهرت أشكال الاستقطاب المؤسسي في مجال المنظمات النسائية غير الحكومية في استجابتها لمشاريع المانحين، وفي تحديدها لموقعها كـ «جهات تقدم خدمات»، من دون الاحتجاج على الوضع الراهن بشكل جدي (ضو، ٢٠١٥).

المنظمات النسوية، أو تلك التي تتبنى نهجاً نسوياً واضحاً، استُبدلت تدريجياً بمنظمات تستهدف جوانب محدّدة، لكن تنشر الوعي حول قضايا، مثل العنف ضد المرأة. وقد لقي هذا المنحى الجديد من التحول أو «الانقسام» إلى منظمات مختلفة، تشجيعاً من المنظمات والجهات المانحة الدولية التي تموّل برامج إقليمية ووطنية ضخمة[1] والمبنية على جدول أعمال أوسع يركز على تعزيز «الحكم الرشيد»، كما حدّدته الولايات المتحدة الأميركية أساساً (ضو، ٢٠١٥).

1- بيجين 1995، إعلانات الأمم المتحدة حول العنف ضد المرأة

بلغت المنظمات النسائية اللبنانية ذروتها بعد انتهاء الحرب الأهلية اللبنانية (١٩٧٥-١٩٩٠) تزامناً مع نهاية حقبة الحرب الباردة والتمويل الهائل الذي رصده المانحون الغربيون للمنظمات غير الحكومية المحلية سعياً إلى تطبيق السياسات الليبرالية ما بعد الحرب الباردة، مثل «إرساء الديمقراطية» أو «الحكم الرشيد»، والتي شكّلت حقوق المرأة أحد مكوِّناتها الأساسية.

كما عملت هذه الحركات والمنظمات مع شبكات المجتمع المدني المعولمة، بحثاً عن الدعم ضمن شبكات مثل اتفاقية سيداو وسعياً وراء أموال المانحين الدوليين الأقل ميلاً إلى فرض رؤيتهم وأيديولوجيتهم الخاصة. هذا وروّجت لنسوية تتجاوز «الحدود الحزبية والوطنية، وتعتمد على قاعدة دعم أوسع. بيد أنّ انتقادات وجِّهت حول واقع التعاون والتشبيك المعتمد دائماً على التمويل وحول الفشل في خلق أجواء حقيقية من التنسيق حول القضايا المشتركة (متري، ٢٠١٥).

ومما يشير إلى قيام المنظمات غير الحكومية بتنفيذ برامج البلدان المانحة، هذا التمويل الذي تتلقاه من الدول الأجنبية، والتي لا يستطيع الباحث في موضوع التمويل الأجنبي، تحديد مصادره ولا تقدير حجمه، وذلك بسبب حرص كثير من المنظمات غير الحكومية على عدم ذكر مصادر تمويلها الأساسية، متسترة بالقانون اللبناني، لأنه لا يلزم المنظمات الأهلية الإعلان عن مصادرها المالية وقيمتها.

بالرغم من التكتم عن مصادر التمويل، إلا أن هناك بعض المنظمات التي تعلن عن البرامج التي تدعمها، وعن الأرقام التي تدفع لمنظمات المجتمع المدني من أجل تطبيق هذه البرامج، علماً بأن هذه الجهات المانحة التي تتعاطى الشأن الاجتماعي في لبنان تتنوع بين: منظمات الأمم المتحدة على اختلافها: اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (إسكوا)، منظمة الأغذية والزراعة (الفاو)، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، صندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة «يونيفم» (UNIFEM) وبين منظمات أهلية غربية يمول بعضها من قبل بعض الأحزاب السياسية، مثل «مؤسسة فريديريش ناومان»، و«مؤسسة فريديريش أيبرت» الألمانيتين.

أما الدول الأجنبية، فإن دعمها للمنظمات غير الحكومية في لبنان كبير، وأبرز هذه الدول الولايات المتحدة الأمريكية عبر وكالاتها الناشطة في لبنان وأهمها: الوكالة الأمريكية للتنمية (USAID)، والصندوق الوطني للديمقراطية (NED)، وكذلك دول الاتحاد الأوروبي، والسفارة البريطانية، والسفارة الأسترالية (القاطرجي، 2007).

قليلة هي المنظمات النسوية المستطلعة التي اعتمدت سبلا أخرى للتمويل تتركز على إمكاناتها الخاصة مع دعم مؤسسة الشؤون الاجتماعية، كان من بينها «**مؤسسة تمكين المرأة**». فهي «تعتمد على تبرعات أهل الخير، كما وتساهم وزارة الشؤون الاجتماعية بنسبة معينة من النفقات، بموجب عقود لفئات اجتماعية محددة، وتخضع حساباتها لتدقيق مالي

من قبل شركة خاصة. المعرفة والعلم بوجود المؤسسة والخدمات التي تقدمها، لا يستند كثيرا إلى الدعايات الإعلامية، فهو يتم في الدرجة الأولى عبر الإفطارات الرمضانية التي تنظمها مؤسسات الرعاية الاجتماعية والتي يدعى إليها المتبرعون وفعاليات المنطقة والبلديات، والشخصيات المجتمعية، إذ توجه لهم رسائل تمهيدية ودعوات للمساهمة، إما في تمويل هذه الإفطارات أو في إفطار صائم أو سحور صائم أو الفطرة أو التبرع المادي (الزكاة والهبات والتبرعات)، والذي يعتمد على دعم ومساعدة أهل الخير والعطاء لتلبية حاجات مستخدميها في مؤسساتها المنتشرة على الأراضي اللبنانية، وذلك من خلال المساهمات النقدية المتمثلة بالتبرعات المالية والزكاة أو التبرعات العينية (المتمثلة بالملبس، القرطاسية، الطعام) أو نظام الكفالة الشاملة (السنوية) أو الجزئية والتي تحدد من قبل الكافل بحسب قدرته. وهذا النظام توليه المؤسسة اهتماما بالغا لما له من أثر في الإسهام في مد المستفيدين بمستوى لائق من الرعاية والتعليم. فالنساء المحتاجات يتعرفن إلى المؤسسة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة، إذ تقوم النساء اللواتي حضرن هذه الإفطارات بإخبار غيرهن من النساء من ضمن محيطهن الاجتماعي ممن هن بحاجة إلى المساعدة والتمكين.

كما وتشجع مؤسسات القطاع الخاص على تعزيز دورهم كشركاء في المسؤولية الاجتماعية من خلال المساهمة في الأنشطة الاجتماعية، كبناء القدرات، تبادل الخبرات، الهبات، التبرعات والتطوع" (حرفوش، ٢٠١٨).

أما المنظمات المدعومة ماليا من الجهات المانحة الأجنبية، فلقد أدى الامتثال لأجندات المانحين إلى الاعتماد على التمويل المتاح وفرض انتظام لا يمكن تجنبه مع التوجهات العالمية المتعلقة بقضايا المرأة. وتعرضت الجهود الشعبية لمزيد من العرقلة بسبب احترافية الهياكل وفقدان التواصل مع الواقع الميداني، أثناء السعي إلى تنفيذ مشاريع ذات تمويل كبير وخاضعة للمساءلة. هذا ويبقى الخطر قائماً «من إغفال هذه المنظمات غير الحكومية الكفاح من أجل تبديل الطريقة التي يجسد فيها الجندر والتغيير في الوعي الشعبي (متري، ٢٠١٥).

وأخيراً، تميل الجهات المانحة إلى التقرب من المنظمات غير الحكومية التي تعرفها والتي غالباً ما تكون مأسسة للغاية وبرئاسة شخصية معروفة. يؤدي هذا إلى إدامة النظام وتقديم الحلول «السريعة والفنية» في قضايا سياسية أكثر تعقيداً، على حد قول خطّاب. وبالرغم من وعي محدودية «مطاردة الصناديق الداعمة» والتنافس بين المنظمات غير الحكومية الذي يشجِّعه هذا التسابق، يتمسّك بعض المنظمات غير الحكومية بالالتزام بصياغة المشاريع وفقاً للقيم الأساسية والأهداف المستقاة من الالتزام الأسياسي الأصلي (متري، ٢٠١٥).

وخير دليل على ذلك مشروع منظمة «أبعاد» المثير للجدل حول استهداف الرجال والنساء والذي «فرض فرضاً» على المانحين، بعد أن تم التأكيد على ضرورته من خلال مجموعات التركيز

والتواصل على الأرض (إسعيد، ٢٠١٨).

فيما خص تمويل المجلس النسائي، توضح المحامية إقبال دوغان بأنه داخلي، وتضيف "لذا لا نسمح لأحد أن يملي علينا أجندته أومطالبه أو شروطه" (دوغان، ٢٠١٨) .

بالنسبة للجنة الأهلية لقضايا المرأة، تؤكد السيدة شعراني، بأن اللجنة «لا تتلقى دعماً من أي طرف سياسي، لكن تعتمد لتمويل نشاطاتها على مساهمة المنظّمين فيها وبعض «التبّرعات» الشخصية منهم. كما تدعم السفارة الهولندية بعض برامجها وتساندها تحديدا في مشروع «التثقيف السياسي للمرأة» ضمن برنامج «واترا كاب» (فوز، ٢٠٠٧).

أما التجمع النسائي الديمقراطي فقد استفاد من المنظمات غير الحكومية الدولية في مجالات كيفية التعاطي مع المعنفات من خلال تنظيم دورات تأهيلية وورش عمل (تدريب على برنامج Outreach وال SPSS وCase Supervision) تتعلق بالقواعد الإنسانية والأخلاقية والمساندة النفسية الاجتماعية بطريقة علمية منهجية. يمول التجمع النسائي الديمقراطي المنظمات الدولية غير الحكومية ويتعاون معها التجمع النسائي وفقا للمشروع الذي تطرحه. ترفض السيدة سكر فكرة "أن التمويل الذي تقدمه هذه المنظمات الدولية يفرض عليها الإلتزام بشروطها، وأن النظرة إلى واقع المرأة العربية واللبنانية لا يمكن أن تكون مطابقة مع ما تقترحه الجهات الممولة والتي تنظر إلى المرأة البنانية من منظار ثقافتها الغربية أو أن هناك خصوصية ثقافية لمجتمعاتنا لا يمكن إغفالها". وتقول: "إن كل ما يتعلق بحقوق الإنسان والحرية الشخصية غير مشروط أو خاضع لا للخصوصية ولا للتمييز بين المجتمعات، وأن هذه الحقوق تشمل جميع المجتمعات والأفراد كافة وهي تنص على التساوي بين الجميع" (سكر، 2018).

التمويل بالنسبة لجمعية أبعاد، وكما تصرح السيدة إسعيد، يتمثل ب «شركاء وداعمين لنا خارجيين ملتزمين معنا بهذه القضية وداعمين للخدمات، سواء أكانت مباشرة أو غير مباشرة على مستوى الدراسات والتدريبات والمؤتمرات المنظمة، نحن نضع خطة كل ٥ سنوات، نحدد فيها طريقة العمل على مستوى تفعيل دور الخدمات وتمكين الدولة والفعاليات وهيئات الدولة» (إسعيد، ٢٠١٨) .

ويوجد أيضا مشكلة ارتهان بعض المنظمات النسوية للممول، فالممولون معظمهم من الدول الغربية التي لها أجندتها السياسية. يفرضون أجندتهم، مثلا كأن يلزموا الجمعيات الممولة من قبلهم بأن تنكب على موضوع الاتّجار بالبشر وهي قضية لها علاقة بالنزوح السوري، لأن ما يهمهم هو قضية النازحين وما تشكله من عبء على مجتمعاتهم، هذا النزوح له بعد سياسي. ما يهم الغرب هو أن لا تشكل هذه القضية خطرا عليه، فيطلبون من الجمعيات أن تحاول معالجة هذا الموضوع لأنهم يركزون جل اهتمامهم عليه، فبذلك يحددون المواضيع التي

يرونها مناسبة بالنسبة لهم ويسقطون بذلك أجندتهم على الجمعيات. يعرضون عددا من المواضيع التي تهمهم بالدرجة الأولى ويقترحونها على الجمعيات لاختيار واحدٍ منها. فليست حاجات مجتمعنا هي التي تفرض نفسها في مسألة اختيار طرح المواضيع ومعالجتها، ولا تنبع هذه المواضيع أحيانا من أولوياتنا وحاجات مجتمعاتنا» (نصر الله، ٢٠١٨).

أما فيما يتعلق بتمويل جمعية لجنة حقوق المرأة اللبنانية، فقد صرحت السيدة نصر الله بأنه «تمويل مصدره المساعدات الداخلية، وجزء منه من دول غربية، ولكن نفرض شروطنا وأجندتنا بخلاف الجمعيات الأخرى، ولا نقبل التمويل من مؤسسات أجنبية تابعة لحكومات دول مثل USAID الملحقة بالسفارة الأمريكية وتنفذ السياسة الأمريكية وأجندتها سياسية في الدرجة الأولى، فنحن من يختار المواضيع والقضايا التي تهم مجتمعنا وتمثل حاجة مجتمعية وتلبي حاجاتنا الوطنية بالنسبة لنا، للعمل عليها" (نصر الله، ٢٠١٨).

خامسا- التعاون والتنسيق بين المنظمات النسوية المستطلعة

تذكر السيدة إسعيد (جمعية أبعاد) «بأن كل منظمة لديها رسالة خاصة بها والأهداف التي تحاول أن تحققها». فبنظرها، «التنوع وتواجد عدة جمعيات على الساحة، تعمل كل واحدة منها على مستوى معين، هو أمر مهم، لأن هناك استحالة بأن تعمل كل الجمعيات على جميع المستويات، وتوحيد الجهود هو الشيء الأهم. وهنا يمكن أن يكون هناك نقص لدينا في لبنان في كيفية تفعيل التعاون والتنسيق فيما بيننا. ففي الاتحاد والدعم فيما بيننا للمطالب المتصلة بقضايا المرأة يتحقق النجاح، ونعجل بالتالي للوصول إلى التغيير المنشود. إلا أن كل جمعية لديها مقاربتها. نحن أبوابنا مفتوحة للمشاركة وللتفكير معا، ولكن ما يحول دون ذلك هو أن كل منظمة لديها خطتها ورؤيتها الخاصة بها وتعمل على إنجازها. هذه تحديات تواجهنا، أي عدم التعاون وطغيان روح الفردية. هناك صعوبة في التنسيق بسبب اختلاف التوقيت، الأرضية غير ناضجة بعد، وهناك عموما اختلاف في التوجهات فيما بيننا» (إسعيد، ٢٠١٨).

تعتقد السيدة عايدة نصر الله، رئيسة لجنة حقوق المرأة اللبنانية، أن «مشكلة عدم التنسيق بين الجمعيات والمنظمات النسوية تعود إلى التنافس في ما بينها وغياب روح التعاون عند البعض للاستفراد بالإنجازات، مع أن لجنة حقوق المرأة سعت إلى التنسيق مع الجمعيات الأخرى انطلاقا من مبدإ في الاتحاد قوة، ولكن لم تنجح (نصر الله، ٢٠١٨).

يفرض هذا الواقع تساؤل حول خلفيات تعثر العمل المشترك؟ فيتضح بأنه أحيانا قد يحدث أن تتحالف مجموعة من الهيئات وتشكل إطارا تنسيقيا، فينشأ إطار آخر في المقابل مع ذات النرجسية، و يبرز في العمل الاجتماعي كما في السياسي نوع من الصراع على مناطف

النفوذ، وأحيانا "يتم الاتفاق على اقتسام مناطق النفوذ، ويتم التعبير عن هذا الصراع بأشكال مختلفة طائفية أو مناطقية أو حزبية ... إلخ (مهنا، ١٩٩٥، صفحة ٢).

خاتمة:

حاولت هذه الورقة البحثية الإضاءة على نشاطات المنظمات النسوية في إطار عملها للمطالبة بحقوق المرأة ومساواتها مع الرجل، واستعرضت مساعيها في تحقيق التغيير على الصعيد الاجتماعي العام وبالأخص حقها بالمشاركة في صنع القرار والحياة السياسية وذلك من خلال حملات التعبئة وبرامج التوعية والتثقيف التي أطلقتها للوصول إلى الأهداف المنشودة.

يمكننا الاستنتاج بأن نقاط ضعف هذه المنظمات المستطلعة تكمن في الافتقار لحملات التعبئة بطرق فعالة. أهم التحديات التي تواجه المنظمات النسائية في لبنان تتمثل في التعبئة خارج دوائر جمهورها، وما وراء الخطوط الطبقية، والانقسامات الريفية/الحضرية، والطائفية السياسية، والتعليم، والحرفية والتخصصية. كما أنّ صعوبة إيجاد قضية مشتركة لتعزيز التعاون بين هذه المنظمات والتنافسية التي يفرضها التسابق للحصول على الأموال وما يترتب عليه من تبعية للجهات الممولة تتمثل في التركيز على مواضيع محددة تعتبر أولوية بالنسبة لها، يسهم أيضاً في عدم وضوح الرسالة النسوية.

بالرغم من جهود المنظمات النسوية التي انصبت في قضية تمكين المرأة سياسيا وتعزيز مشاركتها الفعالة في العمل السياسي، إلا أن هذه الحقوق مازالت منقوصة بشكل ملحوظ ولم تحظ باهتمام كبيرعلى أجندة الأحزاب السياسية بشكل عام في لبنان، وذلك بسبب الواقع الاجتماعي الثقافي السائد ورسوخ النظرة التقليدية الذكورية الدونية للمرأة. اهتمام بعض المنظمات النسوية بهذه المسألة يرجع إلى أنها تعتبر مشاركة المرأة في الحياة السياسية مؤشرا ومقياسا على تقدم وتحضر المجتمع، ومن أجل ضمان وتعزيز تواجد المرأة في العملية السياسية في المجتمع يجب تطوير مشاركتها في الأحزاب والحركات السياسية والاجتماعية المختلفة، ومنظمات المجتمع المدني التي تهتم بمختلف قضايا المجتمع، أو تسعى إلى فتح الطريق أمام مشاركة المرأة السياسية وإبراز دورها، يضاف إلى ذلك وجود قوانين معاصرة تقر بالحقوق الأساسية والمشروعة للمرأة وضامنة لحرياتها ومساواتها.

بالرغم من كل التحديات، لقد استطاعت الجمعيات النسوية المدنية اللبنانية تحقيق إنجازات مهمة تنوعت بين:

- إعداد الدراسات والأبحاث عن أوضاع النساء في لبنان، وتنظيم الحملات الضاغطة لحمايتهن من العنف المسلط عليهن، وتثقيفهن قانونيا وتقديم المتابعة القانونية لبعض الحالات الملحة

(التجمع النسائي الديمقراطي).

- إنشاء مراكز لاستقبال المعنفات وتقديم الإرشاد القانوني والاجتماعي والدعم النفسي لهن (جمعية أبعاد).

- متابعة قضايا قانونية ومهنية واجتماعية تخص المرأة العاملة وإصدار منشور سنوي يعبر عن مطالبها (المجلس النسائي اللبناني).

- إنشاء مركز حقوق المرأة للدراسات والأبحاث وإطلاق ميثاق حقوق المرأة ووثيقة الحركة النسائية (لجنة حقوق المرأة اللبنانية) (مطر، ٢٠٠٨، صفحة ٤٣).

- إقامة المؤتمرات والندوات ونشاطات وحملات توعية للحد من ظاهرة العنف ضد المرأة، ورفع شعارات إعلانية وإعلامية في اليوم العالمي لمناهضة العنف ضد المرأة، في ١٠ كانون الأول وهو اليوم العالمي لحقوق الإنسان (التجمع النسائي الديمقراطي ومنظمات نسوية أخرى).

- تشبيك الجمعيات النسائية في لبنان مع الجمعيات النسائية في العالم العربي والدولي (المجلس النسائي اللبناني)، (باحثون، ٢٠١٨، صفحة ٦٠).

المراجع:

- إبراهيم محمد حسن فراج. (تشرين الأول 17، 2017)، تاريخ الاسترداد 10 تشرين الثاني، 2018، من المركز الديمقراطي العربي: https://democraticac.de/?p=50109 https://democraticac. de/?p=50109

- أحمد إبراهيم خضر. (1 أيار، 2013)، تاريخ الاسترداد 9 تشرين الثاني، 2018، من http://www.alukah. 53861/#ixzz5Vmghgrtv/net/culture/0

- إقبال مراد دوغان. (18، 5، 2018)، المجلس النسائي اللبناني، (هيفاء محي الدين سلام، المحاور) قصقص، بيروت،، لبنان.

- البناء. (9 تشرين الثاني، 2018)، تاريخ الاسترداد 9 تشرين الثاني، 2018، من http://www.al-binaa. com/archives/article/1883

- بيرناديت ضو. (1 حزيران، 2015). *Civil Society*، تاريخ الاسترداد 9 تشرين الثاني، 2018، من %Knowledge Centre, Lebanon Support: http://civilsociety-centre.org/paper/%D8 ...B%D8%A7%8A%D8%AA%D9%D8%84%D9%A7

- جامعة لبنانية باحثون. (2018). المساواة بين الجنسين في لبنان، واقع، تحديات وآفاق *(2000-2018)*، بيروت، لبنان: مركز الأبحاث في معهد العلوم الاجتماعية، صندوق الأمم المتحدة للسكان.

- جيهان إسعيد. (2 آب، 2018)، (هيفاء سلام، المحاور) فرن الشباك، بيروت، لبنان.

- حمدي عبد الحميد أحمد مصطفى. (السبت 9 تموز، 2011)، تاريخ الاسترداد 10 تشرين الثاني، 2018، من 07/blog-post.html/hamdisocio.blogspot.com/2011

- داليا متري. (1 تموز، 2015). *Civil Society Knowledge Center*، تاريخ الاسترداد 7 تشرين الثاني، 2018، من Women's rights and status, Gender Equity Network: https://civilsociety- centre.org/.../من-الفضاء-العام-إلى-المكاتب-تحوّل-الحركات-النسائية-في-لبنان-إلى-

- عايدة نصر الله. (25 تموز، 2018)، رئيسة لجنة حقوق المرأة اللبنانية، (هيفاء سلام، المحاور) وطى المصيطبة، بيروت، لبنان.

- عزة الحر مروة. (2006)، قضية المرأة في لبنان، لجنة حقوق المرأة اللبنانية، بيروت - لبنان: Fredritch- Ebert- Stiftung.

- كارولين سكر. (11 حزيران، 2018)، التجمع النسائي الديمقراطي اللبناني، (هيفاء سلام، المحاور) فرن الشباك، بيروت، لبنان.

- كامل مهنا. (1995)، تدريب كوادر نسائية على التثقيف السياسي، (صفحة 2)، جمعية تنظيم الأسرة.

- ليبانون فايلز. (الجمعة 04 كانون الثاني، 2008)، تاريخ الاسترداد 9 تشرين الثاني، 2018، من مجتمع مدني وثقافة: http://www.lebanonfiles.com/news/51793

- ليندا مطر، (2008)، محطات على طريق النضال من أجل: المساواة والحرية والديمقراطية والسلام، *1988-2008* (المجلد الجزء الثاني)، بيروت، لبنان: لجنة حقوق المرأة اللبنانية.

- محمد بو النعناع، (23 تشرين الأول، 2017)، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، تاريخ الاسترداد، 5 تشرين الأول، 2018، من مركز جيل البحث العلمي: ، jilrc.com/سوسيولوجيا-التغير-الاجتماعيرؤية-نظر/

- نادر فوز، (19 شباط، 2007)، الأخبار، تاريخ الاسترداد 17 تشرين الثاني، 2018، من الأخبار: https:// al-akhbar.com/Archive_Local_News/178254

- نهى عدنان القاطرجي، (2007)،.مجلة البيان، تاريخ الاسترداد 7 تشرين الثاني، 2018، من https:// saaid.net/daeyat/nohakatergi/78.htm

- هلا حرفوش، (4 10، 2018)، مديرة "مؤسسة تمكين المرأة"، مؤسسات الرعاية الاجتماعية، (هيفاء سلام، المحاور) نويري، بيروت، لبنان.

UN-، (٢٠١٧)، تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠.

أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحصيل مادة التاريخ لدى طلبة المرحلة الثانوية

أ.زينب سليم
الجامعة اللبنانية

Abstract:

The accumulated developments in the field of communication and information technology have put the teaching - learning process in front of new challenges that are represented with the ability to invest its various means and applications to raise the quality of education and improve the performance of learners. The challenges got even harder due to the increasing differences in the research results that have addressed the feasibility of investing in these means, especially social networks that allow teachers and learners to access various types of information and documents and interact, save, use, and share it. In addition it provides them with additional opportunities to acquire more technical, intellectual and analytical skills.

In front of such ambiguous vision, this study was presented to examine the role of social network sites, especially Facebook, in the success of the teaching and learning process for the History subject in the secondary level, by addressing its contribution as a teaching tool in the process of increasing educational and cultural achievement of students, developing their motivation to learn the subject, and prompt them to self-investigate knowledge.

مقدمة:

شهد العالم في العقود الماضية تطورات متراكمة ومتتابعة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، تركت أثرها في مختلف ميادين الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والإعلامية وكذلك التعليمية. فمع تطور الإنترنت وانتشار الأدوات التعليمية الرقمية، لم تعد الصفوف الدراسية مقتصرة على هذه المساحة الواقعة بين أربعة جدران، إذ إن توفر العديد من الموارد والوسائل والمصادر العلمية الجديدة، ساهم في ادخال تغييرات كبيرة على العملية التعليمية ببعديها: التقليدي الذي يقتصر على عملية نقل المعارف والمعلومات من الكبار إلى الصغار (من المعلم إلى المتعلم)، والحديث الذي ينظر إليها على

أنها "مجموعة من التجارب التي تكسب الفرد خبرة تتناقل وتتطور لتحقق أهدافاً شاملة"[١]. لقد وضعت هذه المتغيرات العملية التعليمية أمام ضغوطات وتحديات جديدة، «فالثورة المعرفية والانفجار السكاني وثورة المواصلات والاتصالات والثورة التكنولوجية وما يترتب عليها من سرعة انتقال المعرفة، كلها عوامل تضغط على المؤسسة التربوية من أجل مزيد من الفعالية والاستحداث والتجديد لمجاراة هذه التغيرات»[٢]. لاسيما وأن مقياس الأمية اليوم، بات يُقاس بمدى توفر البيئة الحاضنة لهذه التكنولوجيا، والقدرة على استيعابها وتوظيفها في مختلف المسارات التعليمية.

وعلى أساس ما تقدم، يمكن تعريف التعليم الإلكتروني على أنه «أسلوبٌ جديد من أساليب التعليم يعتمد في تقديم المحتوى التعليمي وإيصال المهارات والمفاهيم للمتعلم عبر تقنيات المعلومات والاتصالات ووسائطهما المتعددة، بشكل يُتيح للطالب التفاعل النشيط مع المحتوى ومع المدرس والزملاء بصورة متزامنة أو غير متزامنة في الوقت والمكان والسرعة التي تناسب ظروف المتعلم وقدرته، وإدارة كافة الفعاليات العلمية التعليمية ومتطلباتها بشكل إلكتروني من خلال الأنظمة الإلكترونية المخصصة لذلك»[٣].

في الواقع، تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من الأدوات المهمة في التعليم الإلكتروني، على اعتبار أنها تعزز العلاقة بين كافة عناصر العملية التعليمية (المعلم، المتعلم، الإدارة، الأهل)، وتتيح إمكانية حصول المعلمين والطلاب على مختلف أنواع المعلومات وتخزينها واستخدامها وتناقلها والتفاعل معها، وكذلك توفر لهم فرصا إضافية لاكتساب المزيد من المهارات التقنية والفكرية والتحليلية. وعليه ذهب بعض التربويين إلى «اعتبار أن هذه الشبكات تمثل بيئة مناسبة لتعليم حديث ومتطور يلبي حاجات الفرد، ويتماشى مع الثورة التكنولوجية العالمية»[٤]. ويعد موقع فايسبوك من أشهر مواقع هذه الشبكات، وأسهلها استخداماً وأكثرها انتشاراً بين الطلاب وجيل الشباب.

١- عواج سامية، سامية تبري، «دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التعليم عن بعد لدى الطللبة الجامعي»، بحث نُشر في كتاب المؤتمر الدولي الحادي عشر لمركز جيل البحث العلمي حول «التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية»، لبنان، أبريل/نيسان، ٢٠١٦، ص ١٢٠.

٢- فيصل كربوعة، بلعيدي مليكة، «تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعليم»، ص ٢٣، متوفر على الرابط: https://www.ouarsenis.com/up/uploads/ouarsenis.com1454067298246 42.pdf

٣- الزين أميمة، «التحول لعصر التعلم الرقمي: تقدم معرفي أم تقهقر منهجي»، من كتاب المؤتمر الدولي الحادي عشر لمركز جيل البحث العلمي حول «التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية»، مصدر سابق، ص ٩.

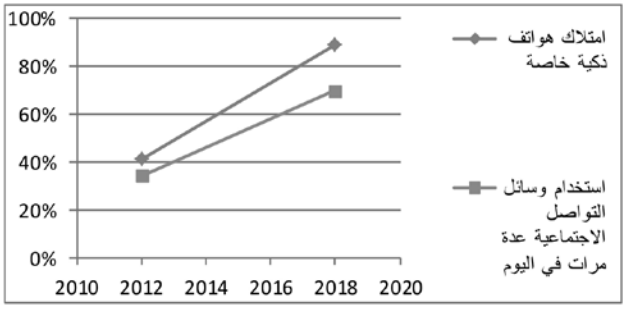
٤- عودة فراس، «دور شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية»، المجلة الإلكترونية لمركز التميز والتعليم الإلكتروني، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، ٢٠١٤، متوفر على الرابط: http://elearning.iugaza.edu.ps/emag/article.php?artID=34

- **الفايسبوك: مبادئه واستخداماته من قبل المراهقين**

يعتبر موقع فايسبوك الذي بدأ نشاطه في العام ٢٠٠٤، من أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العالم اليوم بعدما «بلغ عدد مستخدميه ٢,١٧ مليار في أوائل العام ٢٠١٨، بينهم ١٨٠ مليون مراهق ممن هم دون ١٨ سنة»[١].

يتيح هذا الموقع لمستخدميه الذين يجب أن لا تقل أعماهم عن ١٣ سنة «إمكانية كتابة يومياتهم ونشر صورهم وفيديوهاتهم وكذلك الروابط التي يودون مشاركتها عبر الموقع، حيث تنتشر أخبار المستخدم ونشاطاته على حائط صفحته التي يمكن التحكم في مدى خصوصيتها أو إتاحة محتوياتها للغير»[٢]. ومن ميزات هذا الموقع سهولة إنشاء مجموعات خاصة أو صفحات عامة وإتاحتها أمام مختلف المستخدمين للاطلاع عليها والتفاعل مع منشوراتها بشكل مجاني.

وبالرغم من التفاوت في نتائج الإحصاءات حول معدل نمو استخدام المراهقين (بين ١٣ و١٧ سنة) لموقع فايسبوك، إلا أن أغلبها أكد على أن الفترة الزمنية لاستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بشكلٍ عام في ارتفاعٍ مستمر (انظر الرسم التوضيحي رقم ١)[٣].



رسم توضيحي -١-
تعرض الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ١٣ و ١٧ عامًا لوسائل التواصل الاجتاعمي بين عامي ٢٠١٢ و ٢٠١٨

١- المصدر: تقرير «**DIGITAL IN 2018**»، الصادر عن "**We Are Social**" و "**Hootsuite**"، كانون الثاني/ يناير ٢٠١٨، متوفر على الرابط التالي:file:///C:/Users/Y900/Downloads/Digital-in-2018-001-Global-Overview-Report-v1.02-L%20(1).pdf

٢- عبد الله عامر، "**الفيس بوك وعالم التكنولوجيا**"، مجلة العلوم والتكنولوجيا، عدد ١٤، جامعة البتراء، الأردن، عمان،2007 ، ص ٨.

٣- المصدر: تقرير "**Teens Reveal Their Experiences: SOCIAL MEDIA, SOCIAL LIFE**" الصادر عن "**Common Sense Media**"، تحت عنوان، 2018، على الرابط التالي:_https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/2018_cs_socialmediasociallife_executivesummary-final-release_3_lowres.pdf

إن استخدام المراهقين لهذه المواقع (بما فيها موقع فايسبوك) يحمل دون شك مخاطر عدة تتمحور حول: التعرض لمحتويات غير لائقة، والاستخدام الخاطئ للمعلومات الشخصية، والتأثيرات الخارجية من طرف أفرادٍ أو مجموعات مجهولة، إضافةً إلى التعرض للمضايقات والتهديدات بكافة أشكالها. لكن في المقابل ثمة إيجابيات لهذا الولوج كزيادة فرص التعرف إلى أشخاص يتشاركون معهم في الاهتمامات والهوايات، والبقاء على صلة مستمرة بالأصدقاء والأهل لاسيما من يصعب الالتقاء بهم بشكل دوري، وكذلك تنمية مهارات الحوار والنقد وإبقاء المستخدم على تواصل مع قضايا مجتمعه.

إذن أصبح من المحتم أن جزءًا غير قليل من طلاب مراحل التعليم المتوسطي والثانوي، باتوا اليوم من مستخدمي موقع فايسبوك. وفي ظل هذا الإقبال الشديد الذي غالباً ما يترافق مع إعجابٍ بخدمات النشر والتفاعل المتاحة عليه، ذهب الكثير من التربويين إلى محاولة الاستفادة منه لتلبية الاحتياجات التعليمية والمهاراتية لطلابهم من خلال دمجها في المناهج الدراسية.

- **مسارات استخدام الفايسبوك في عملية التعليم والتعلم**

ثمة العديد من الطرق التي يمكن من خلالها استخدام التطبيقات التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، فعلى سبيل المثال، يمكن للمعلم إنشاء صفحة (Page) أو مجموعة مغلقة (Group Closed) على موقع فايسبوك، يضم إليها طلاب الفصل أو المادة التي يدرسها، «فيتيح لهم من خلالها النقاش والحوار حول مواضيع لها علاقة بالمادة الدراسية، مما يشجعهم على التفاعل والمبادرة والاستكشاف والاعتماد على النفس للحصول على المعرفة، وهي الطريق الأفضل للتعلم البديل المثالي عن التلقين»[1]. كما يمكن الاستفادة من خدمات الموقع لإنشاء استطلاعات الرأي وردود الفعل حول موضوعٍ ما، أو نشر الأخبار المتعلقة بالاختبارات والمهام، إضافةً إلى دمجه مع خدمات أخرى كـ (Drive Google) و (Books Google).

أما عن المميزات التي يمكن لهذا الموقع تقديمها في حال أُدخل في العملية التعليمية، فيمكن القول إنه[2]:

١- عودة فراس، مصدر سابق.

2- Chi-Un Lei, Krilavicius, Nan Zhang, Kaiyu Wan, Ka Lok Man, "Using Web 2.0 Tools to Enhance Learning in Higher Education: A Case Study in Technological Education", Research Gate, 2012, Published on: file:///C:/Users/Y900/Downloads/IMECS_teaching.pdf

١- سيُمثل قناة تفاعلية، غير رسمية للتواصل بين المعلمين والمتعلمين، وبين المتعلمين مع بعضهم البعض، وذلك لأنهم يستخدمون الفيس بوك في حياتهم اليومية.

٢- سيوفر قناة تواصل بشكل سريع ومريح ومجاني، قادرة على تقديم التغذية الراجعة، وعلى عرض الأسئلة والاستفسارات، وعلى توفير المساعدة الفورية للمتعلمين.

٣- سيخلق فرصة لتعزيز التعليم التشاركي ولتحويل العملية التعليمية من التعليم إلى التعلّم، وذلك عبر إتاحة المجال أمام الطلاب للنشر والتعليق والحوار والنقاش.

أمام هذا الواقع الجديد، ثمة مهامّ جديدة لابد للمعلم من أن يدركها ويعمل جاهداً على إيجادتها، وهي[1]:

١- أن يتقبل فكرة أن دوره لم يعد مقصوراً على التدريس خلال الدوام المدرسي، بل سيمتد إلى خارج ساعات العمل التقليدية.

٢- أن يقوم بعملية البحث عن النصوص والصور ومقاطع الفيديو والخرائط والرسوم البيانية.. وإعادة توليفها بما يتناسب وأهدافه التعليمية قبل نشرها ومشاركتها على الموقع.

٣- أن يعمل على تعزيز مشاركة الطلاب وتفاعلهم مع مختلف المنشورات، خاصةً وأن التواصل بين الطلاب وأساتذتهم يساهم في تحفيزهم على التعلّم.

٤- أن يتابع بشكل دائم وعن كثب الصفحة التعليمية لتقديم التوجيه والمساعدة المناسبة للطلاب.

٥- أن يرشد الطلاب إلى أن هذه الصفحة تهدف فقط إلى التعليم، وليس إلى نشر وتبادل المعلومات الشخصية.

٦- أن يبلغ الأهل والإدارة بكل ما يحدث على الصفحة.

وعلى الرغم من أن بعض المدارس[2] قد بدأت جدياً باستخدام الكثير من شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، معتبرةً أنه بتحول هذه المواقع إلى جزءٍ مهمٍ من حياة طلابها، بات من الأجدى الاستفادة من مميزاتها سواء على شكل وسيلة تعليمية أو مادة تعليمية، بدلاً من إضاعة الوقت في الإضاءة الدائمة على سلبياتها. إلا أن الاختلاف المستمر في وجهات النظر حول الجدوى من هذا الاستخدام وظهور الكثير من الدراسات

---

1 Donline Mike, "Protecting Children in the 21st Century/CIPA. Facebook/Social Networking Guidance for Teachers", The School Safety Center, 2013, p 3-4.

٢- في مدينة ساسكاتون الكندية تقع مدرسة أنجيلا الابتدائية، حيث يستخدم طلاب الصف السادس الابتدائي الفيس بوك في مقرر الجغرافيا للتواصل مع طلاب آخرين في البرازيل وفي إنجلترا وفي إفريقيا الجنوبية، بهدف التعاون على حل الواجبات وطرح الأسئلة والمناقشة بينهم، ويعدون تقارير فيديو، حيث توضع في الصفحة المخصصة للمقرر (Euronews, Les réseaux sociaux à l'école, 2011).

التي شككت بأثره الحقيقي في تحسين جودة التعليم[١]، جعل الرؤية غير واضحة المعالم، ودفعنا إلى البحث في هذا الموضع وتناوله من خلال طرح **الإشكالية التالية**: هل يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) أن تكون أداة مساهمة في إنجاح عملية التعليم والتعلّم لمادة التاريخ في المرحلة الثانوية؟

- **الفرضيات:**

ينبثق عن هذه الإشكالية، أربع فرضيات يمكن صياغتها على الشكل التالي:

- يُساهم موقع فايسبوك عند استخدامه كأداة تعليمية لمادة التاريخ في المرحلة الثانوية من زيادة التحصيل الدراسي لدى الطلاب.
- يُساهم موقع فايسبوك عند استخدامه كأداة تعليمية لمادة التاريخ في المرحلة الثانوية من زيادة التحصيل الثقافي لدى الطلاب.
- يُساهم موقع فايسبوك عند استخدامه كأداة تعليمية لمادة التاريخ في المرحلة الثانوية في تنمية الدافعية لدى الطلاب نحو تعلّم مادة التاريخ.
- يُساهم موقع فايسبوك عند استخدامه كأداة تعليمية لمادة التاريخ في المرحلة الثانوية في تحفيز الطلاب على البحث والاستقصاء الذاتي.

- **الإطار المنهجي للدراسة:**

- إن الهدف العام من هذا البحث هو التحقق من إمكانية اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي كأداة مساهمة في تعزيز عملية التعليم والتعلّم، وقد تم اختيار مادة التاريخ بالتحديد لأسباب عدة منها ما يتعلق بمضمون هذه المادة، ومنها ما يتعلق بالمحاولات الجارية لتطوير الميدان الميتودولوجي/ الطرائقي لتعليمها في لبنان[٢].

فمادة التاريخ تعتبر من المواد الأدبية غير المحببة بشكل عام لدى الطلاب، لاعتمادها على الأسلوب السردي النظري ولاقتران تقييماتها بمهاراة الحفظ والاستذكار دون سواها، ولذلك

١- بحسب دراسة أجرتها كل Diana L. Haytko و Stephen Parker تحت عنوان «Social networking tools in a university setting: a student's perspective»، فإن معظم أفراد العينة والبالغ عددهم ٢٣٦ صرحوا بأنهم لا يعتبرون الفيس بوك كأحد مواقع الشبكات الاجتماعية التي يمكن استخدامها في الفصول الدراسية. بينما خلصت دراسة أجرتها كل من Andrei Stanciu و Florin Mihai و Ofelia Aleca تحت عنوان "Education Social Networking as an Alternative Environment For" إلى أن مواقع شبكة التواصل الاجتماعي ومنها الفيس بوك قد أصبحت ذات شعبية كبيرة بين الطلاب، ويمكن اعتبارها أداة ذات قيمة تعليمية.

٢- للاطلاع أكثر على هذه المحاولات، يمكن مراجعة كتاب د. سيمون عبد المسيح «تدريس التاريخ بين الإبستمولوجيا والإيديولوجيا: قراءة في أزمة منهج مادة التاريخ في المرحلة الإنتقالية/ النموذج اللبناني»، منشورات المركز الإقليمي للتوثيق والدراسات التاريخية والسياسية والتربوية، بيروت، ٢٠١٢.

غالباً ما تكون نتائجها متدنية مقارنةً بنتائج المواد الأخرى. لكن في المقابل، بدأت منذ سنوات كليات التربية ودور المعلمين في لبنان، تُدرّب معلّمي مادة التاريخ على استخدام مختلف أنواع المستندات (صور ومقاطع فيديو وخطوط زمنية وخرائط ونصوص ورسوم بيانية وجداول..) في شرح الدروس، وهي ما يسمح بعرضها وتداولها موقع فايسبوك.

أما بالنسبة إلى موقع فايسبوك، فقد جاء اختياره بناءً على سؤالٍ مسبق وُجه إلى عينة الدراسة حول شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبلهم.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التجريبي لتوافقه مع المعلومات المراد الحصول عليها، وقد أجريت على ١٧٤ طالبة (موزعاتٍ على ثلاث شعب) يتابعن دراستهن في صف الثاني ثانوي / القسم العلمي في إحدى الثانويات الرسمية المتواجدة في بيروت، حيث اختير ٨٧ منهن بشكل عشوائي لمتابعة صفحة مغلقة على موقع فايسبوك حملت اسم "معلومات تاريخية"[١]. تم تزويد الصفحة تباعاً بصور ومقاطع فيديو وخرائط ذات صلة بمضمون الدروس التي تم شرحها في الصف، مرفقةٍ بشروحات بسيطة.

بعد مرور ما يقارب الثلاثة أشهر من متابعة الصفحة، أُجري اختبار تقييمي لكل الطالبات عينة الدراسة، احتوى على ستة عشر سؤالاً تمّ تقسيمها على ثلاث مجموعات، على الشكل التالي:

- الأولى احتوت على ثمانية أسئلة مختارة من ضمن المنهج الرسمي المقرر تحصيله. (لكل سؤال علامة)
- الثانية تألفت من أربعة أسئلة حول معلومات إضافية من خارج المنهج المقرر، لكن تم شرحها في الصف وعلى الصفحة. (لكل سؤال علامة)
- الثالثة تألفت من أربعة أسئلة حول معلومات اضافية من خارج المنهج المقرر، تم التطرق إليها فقط على الصفحة. (لكل سؤال علامة)

الهدف من هذا الاختبار كان مقارنة نتائجه بين المجموعة التي تابعت فقط شرح الصف، وتلك التي تابعت بالإضافة إلى شرح الصف، صفحة "معلومات تاريخية" على موقع فايسبوك.

لاحقاً، تم توزيع استتبيان على الطالبات اللواتي تابعن الصفحة، من أجل الوقوف على أثر هذه المتابعة في تحصيل معارف المادة وفي تنمية الدافعية لديهن نحو تعلّم مادة التاريخ، وفي تحفيزهن على البحث والاستقصاء التاريخي. شمل الاستبيان اثنا عشر سؤالاً، تمّ توزيعها على محورين:

- الأول، متعلق بكيفية تفاعل الطالبات مع صفحة الفايسبوك.
- الثاني، متعلق بأثر متابعة الصفحة على علاقة الطالبات بالمادة.

١ رابط الصفحة على موقع فايسبوك: https://www.facebook.com/groups/186963542214289/members/

- **نتائج الدراسة:**

أولاً، فيما يتعلق بالاختبار التقييمي:

عرض النتائج:

بعد فرز الاختبارات وتصحيحها، تم تحديد المعايير التالية ليُصار إلى المقارنة بين المجموعتين: العلامة القصوى، العلامة الأدنى، المعدل العام، عدد الناجحات، عدد الراسبات، نسبة النجاح. وقد جُمعت النتائج في الجدول أدناه:

	الطالبات اللواتي اكتفين بمتابعة شرح الصف	الطالبات اللواتي تابعن صفحة الفايسبوك إلى جانب شرح الصف	الانحراف المعياري للقيم
العلامة القصوى	١٢	١٤	١,٤
العلامة الأدنى	٢	٥	٢,١
المعدل العام	٦,٧ (من ١٦)	٨,٣ (من ١٦)	١,١
عدد الناجحات	١١	١٨	٤,٩
عدد الراسبات	١٨	١١	٤,٩
نسبة النجاح	٣٨٪	٦٢٪	١٧

جدول -١- يظهر المعدل العام ونسب النجاح في الاختبار التقييمي لعينة الدراسة

أما فيما يتعلق بنتائج كل مجموعة من المجموعات الثلاث من الأسئلة على حدة، فقد اكتفينا بحساب المعدل العام، وقد كانت النتائج على الشكل التالي:

المعدل العام لـ	الطالبات اللواتي اكتفين بمتابعة شرح الصف	الطالبات اللواتي تابعن صفحة الفايسبوك إلى جانب شرح الصف	الانحراف المعياري للقيم
المجموعة الأولى من الأسئلة (معلومات من ضمن المنهج)	٣,٩ (من ٨)	٤,٩ (من ٨)	٠,٧
المجموعة الثانية من الأسئلة (معلومات من خارج المنهج تم شرحها في الصف وعلى الصفحة)	١,٦ (من ٤)	٢,٢ (من ٤)	٠,٤
المجموعة الثالثة من الأسئلة (معلومات من خارج المنهج تم التطرق إليها فقط على الصفحة)	١,٢ (من ٤)	١,٢ (من ٤)	صفر

جدول -٢- يظهر نتائج الاختبار التقييمي لعينة الدراسة بحسب مجموعات الأسئلة

تحليل نتائج الاختبار التقييمي:

- بالرغم من أن النتائج أظهرت أن العلامة الأعلى (١٤ من ١٦) كانت لإحدى الطالبات المتابعة لصفحة الفايسبوك، والأدنى (٢ من ١٦) كانت لطالبة غير متابعة للصفحة، إلا أن الانحراف المعياري للقيم (١,٤ بالنسبة للعلامة القصوى و٢,١ بالنسبة للعلامة الأدنى) بين مجموعاتي الطالبات بيّن مقداراً بسيطاً للتشتت، ما يعني أن الفارق في العلامات لم يكن بالكبير.
- تؤكد نتائج المعدل العام، صحة النتيجة الواردة أعلاه، إذ إنه وبالرغم من أن المعدل الأعلى كان للطالبات المتابعات لصفحة الفايسبوك، لكنه لم يكن بالمعدل البعيد عن معدلات النجاح (بلغ المعدل ٨,٣ فيما معدل النجاح هو ٨)، كما أن انحرافه المعياري عن معدل العام للطالبات غير المتابعات للصفحة لم يكن بالكبير إذ بلغ ١,١.
- إن الفارق الأكبر بين نتائج المجموعتين، ظهر في أعداد ونسب الناجحات، حيث بلغت نسبة النجاح عند الطالبات المتابعات للصفحة ٦٢٪، بينما لم تتجاوز الـ ٣٨٪ عند غير المتابعات، ولذلك جاءت قيمة الانحراف المعياري مرتفعة ١٧.
- أما بالنسبة إلى تحليل النتائج بحسب مجموعات الأسئلة، فقد تبين أن الفوارق،

وبالرغم من تضاؤلها، ظهرت بشكل أكبر في المجموعة الأولى من الأسئلة (المحددة ضمن المنهج والمشروحة في الصف) حيث بلغ الانحراف المعياري (٠,٧)، ثم تضاءل أكثر في المجموعة الثانية (معلومات من خارج المنهج تم شرحها في الصف وعلى الصفحة) حيث بلغت (٠,٤)، ثم زال نهائياً في المجموعة المخصصة للأسئلة التي تم تطرق إليها فقط على صفحة الفايسبوك، حيث بلغ (صفر). ما يعني أن الفايسبوك ساهم بالدرجة الأولى في تثبيت المعلومات التي تم شرحها في الصف والمراد تحصيلها بحسب المنهج المقرر، لكنه لم يستطع المساهمة في تحصيل الطالبات لمعلومات إضافية من خارج المنهج المقرر.

خلاصة تحليل نتائج الاختبار التقييمي:

ساعدت نتائج هذا الاختبار في دراسة الفرضيتين الأولى والثانية:

بالنسبة إلى الفرضية الأولى: ساهم موقع فايسبوك عند استخدامه كأداة تعليمية لمادة التاريخ في المرحلة الثانوية، في زيادة بسيطة في التحصيل الدراسي للطالبات، الأمر الذي يؤكد على أن المحور الأساسي لهذه العملية يبقى الشرح داخل الصف.

بالنسبة إلى الفرضية الثانية: لم يساهم موقع فايسبوك عند استخدامه كأداة تعليمية لمادة التاريخ في المرحلة الثانوية، في زيادة التحصيل الثقافي لدى الطلاب، إذ إن معظم الطالبات فشلن في استذكار المعلومات الاضافية التي تم عرضها فقط على الصفحة.

في المحصلة، يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة تعليمية مساعدة أو متممة لعملية الشرح والتعلّم داخل الصف، لكنها تبقى عاجزة لوحدها عن إنجاح هذه العملية.

ثانياً، فيما يتعلق بالاستبيان:

عرض النتائج:

تمت الاستعانة ببرنامج الـ "spss"، لتحليل أجوبة الاستبيان وذلك بالاعتماد على أسلوب النسبة المئوية. وقد جاءت النتائج على الشكل التالي:

أ. بالنسبة إلى الأسئلة المتعلقة بكيفية تفاعل الطالبات مع صفحة الفايسبوك:

- ٦٢٪ من متابعات الصفحة، أكدن أنهن كنّ يقرأن بشكل دائم كل المعلومات المرفقة بالصور ومقاطع الفيديو والخرائط.
- ٥٥,٢٪ من الطالبات كن دائماً يشاهدن الفيديو بشكل كامل حتى النهاية، فيما ٣١٪ أحياناً، و١٣,٧٪ نادراً.

- ١٣,٨٪ فقط هم من كن يقرأن دائماً مفاتيح الخرائط لفهمها بشكل جيد. فيما ٢٠,٧٪ لم يكن يفعلن ذلك أبدا.
- ٧٥,٩٪ من الطالبات المتابعات للصفحة لم يقمن بالبحث بشكل شخصي عن أي معلومة تاريخية اضافية ذات علاقة بالمنهج المقرر، بينما ١٣,٨٪ كنا يقمن بذلك نادراً و ١٠,٣٪ أحياناً.
- ٦٩٪ صرّحن بأنهن لم يناقشن أبداً أيا من المواضيع المطروحة على الصفحة مع زملائهن، و٣١٪ نادراً ما كن يناقشنها.
- ٩٦,٦٪ من الطالبات رغِبن بالاستمرار في متابعة الصفحة على الفايسبوك. فيما ٣,٤٪ فقط لم يجدن حاجة إلى ذلك.
- أما بالنسبة إلى ترتيب نوع المنشورات حسب الاستفادة منها (صورة مع تعليق، مقطع فيديو مع تعليق، خريطة مع تعليق)، فقد جاءت الإجابات متفاوتة جداً:

	١. خريطة ٢. فيديو ٣. صورة	١. فيديو ٢. خريطة ٣. صورة	١. صورة ٢. خريطة ٣. فيديو	١. خريطة ٢. صورة ٣. فيديو	١. فيديو ٢. صورة ٣. خريطة	١. صورة ٢. فيديو ٣. خريطة
النسبة المئوية	٣,٤٪	٢٠,٧٪	٢٤,٢٪	٢٠,٧٪	١٧,٢٪	١٣,٨٪

جدول -٣- يظهر نتائج ترتيب الطالبات المتابعات للصفحة للمنشورات بحسب استفادة

ب. بالنسبة إلى الأسئلة المتعلقة بأثر متابعة صفحة الفايسبوك على علاقة الطالبات بمادة التاريخ:

- ٨٩,٧٪ من الطالبات اعتبرن أن متابعة الصفحة جعلت مادة التاريخ أكثر تشويقاً.
- ٦٥,٥٪ اعتبرن أن المتابعة ساهمت في تحفيزهن لتعلم مادة التاريخ.
- ٨٢,٨٪ صرّحن بأن متابعة الصفحة ساعدتهن على فهم بعض المعلومات التي ظلت مبهمة بعد شرحها في الصف.

- ٨٩,٧٪ اعتقدن أن متابعة الصفحة زادت من ثقافتهن التاريخية.

- ٧٦,٣٪ اعتبرن أن متابعة الصفحة ساهمت في زيادة حبهم لمادة التاريخ.

تحليل نتائج الاستبيان:

- إن تأكيد ٦٢٪ من متابعات الصفحة، على أنهن كن يقرأن بشكل دائم كل المعلومات المرفقة بالصور ومقاطع الفيديو والخرائط، يُظهر إمكانية استغلال مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المعلمين في سبيل استقطاب الطلاب لممارسة القراءة ولو بكميات قليلة، في ظل تصاعد ظاهرة العزوف عن القراءة بين الشباب.
- إن اقتصار نسبة الطالبات اللواتي يشاهدن مقاطع الفيديو بشكل كامل حتى النهاية على ٥٥٪ فقط، قد يكون مرده إلى محدودية سعة الاستخدام والتحميل في معظم اشتراكات الإنترنت في لبنان، أو إلى ضعف سرعة الشبكة، وبالتالي اضطرار الطالبات للانتظار فترة أطول من أجل التمكن من مشاهدة كامل المقطع، ما قد يشعرهن بالملل.
- لعل من أسباب تدني نسبة الطالبات اللواتي كنا يقرأن مفاتيح الخرائط لفهمها بشكل جيد (١٣,٨٪)، هو الاعتماد الجديد على هذا النوع من المستندات في تعليم مادة التاريخ، ما يعني أنه لازال هناك بعض الصعوبات لدى التلاميذ في فهمها واستخدامها بشكل صحيح.
- إن عدم قيام معظم الطالبات (٧٥,٩٪) بأي بحث عن معلومة تاريخية إضافية ذات علاقة بالمنهج المقرر، بالرغم من تصفحهن لشبكة الإنترنت، يقلل من دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة فرص التعلم الذاتي أو ما يُعرف بإفراد التعلّم بالنسبة إلى طلاب المرحلة الثانوية.
- الغياب الكبير لمناقشة المواضيع المطروحة على الصفحة بين الطالبات أنفسهن سواء في الصف أو على الصفحة رغم معرفتهم المسبقة بإمكانية وأهمية الأمر، جعل الطالبات مجرد متلقيات للمعلومات فيما تتجه كل الأبحاث التربوية اليوم إلى التأكيد على أهمية تفعيل دور المتعلم في العملية التعليمية التعلمية. ولذلك، يجب عند إدخال هذه المواقع كجزء من التدريس التنبّه إلى دور المعلم في تحفيز المتعلمين على مناقشة ما يعرض عليها (سواء في الصف أو على الصفحة نفسها) بهدف تنمية مهارات طرح الأسئلة، وإبداء الرأي، والتفكير النقدي عند الطلاب.
- إن رغبة ٩٦,٦٪ من الطالبات بالاستمرار في متابعة الصفحة على الفايسبوك، هو أمر في غاية الأهمية، فباستحالة استبعاد فئة الشباب (بما فيهم طلاب المرحلة الثانوية) من متابعة هذه المواقع، يمكن الاتجاه نحو إرشادهم لاستخدامها في العملية التعليمية بما أنهم مرحبين بالفكرة.

- إن التفاوت الكبير في درجة استفادة الطالبات من مختلف أنواع المستندات المنشورة على الصفحة، يؤكد دور تكنولوجيا التعليم بما في ذلك استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح بنشر وعرض والتفاعل مع مختلف المواد السمعية والبصرية، في استيعاب تعدد ذكاءات الطلاب[1] في عملية التعليم والتعلّم.
- إن تصريح غالبية الطالبات من أن متابعتهن للصفحة زادت من حبهن للمادة (٧٦,٣٪) وجعلتها أكثر تشويقاً (٨٩,٧٪)، وحفزتهن على تعلّمها (٦٥,٥٪)، يؤكد ما ذكر سابقاً من أن هذه المواقع تعطي المعلم فرصة لتقديم المعلومات بقوالب مختلفة (سمعية، بصرية، تفاعلية...) تتناسب مع عدد أكبر من الذكاءات المتوفرة لدى طلابه، الأمر الذي يحبب الطالب أكثر بالمادة.
- على الرغم من أن نتائج الاختبار التقييمي لم تظهر أي تفاوت بين الطالبات المتابعات وغير المتابعات للصفحة في القدرة على الإجابة الصحيحة عن المجموعة الثالثة من الأسئلة (حول معلومات من خارج المنهج تم التطرق إليها فقط على الصفحة)، إلا أن ٨٩,٧٪ من المتابعات اعتقدن أن متابعتهن للصفحة زادت من ثقافتهن التاريخية.
- مساعدة الصفحة لنحو ٨٢٪ من الطالبات على فهم بعض المعلومات التي ظلت مبهمة بعد شرحها في الصف، يؤكد إمكانية أن يكون لهذه المواقع دور متمم للعملية التعليمية والتعلمية التي تجري في الصف، وبخاصة أنها قد تساعد بعض الطلاب الذين يخجلون من طرح الأسئلة أمام زملائهم على إزالة الالتباس أو الإبهام عن أي غموض يخص فكرة أو معلومة ما مرّت خلال شرح الدرس.

- **خلاصة تحليل نتائج الاستبيان:**

ساعدت نتائج هذا الاستبيان في دراسة الفرضيتين الثالثة والرابعة:

بالنسبة إلى الفرضية الثالثة: ساهم موقع فايسبوك عند استخدامه كأداة تعليمية لمادة التاريخ في المرحلة الثانوية في تنمية الدافعية لدى الطلاب نحو تعلّم مادة التاريخ، بعدما جعل المادة أكثر تشويقاً وأوضح بعض الغموض الذي رافق عملية الشرح في الصف.

بالنسبة إلى الفرضية الرابعة: إن مساهمة موقع فايسبوك عند استخدامه كأداة تعليمية لمادة التاريخ في تحفيز طلاب المرحلة الثانوية على البحث والاستقصاء الذاتي، كانت ضئيلة،

١- نظرية الذكاءات المتعددة (Multiple Intelligence)، وضعها عالم النفس الأمريكي هاورد غاردنر عام ١٩٨٣ الذي رفض فكرة الذكاء الواحد، وحدد من خلال ملاحظته لأطفال ما قبل المدرسة ثمانية أنواع من الذكاءات هي: الذكاء اللغوي، المنطقي، التفاعلي، الذاتي، الحركي، الموسيقي، البصري، الطبيعي. وقد ساهمت أفكار غاردنر بشكل كبير في إعادة النظر جذرياً فيما يتعلق بالذكاء وآثاره على العملية التعليمية التعلمية.

الأمر الذي يؤكد أن على المعلم حين استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية التعلمية، العمل على مساعدة الطلاب وتشجيعهم على استخدامها كمصدراً للبحث والاستقصاء وليس فقط للتلقي.

- **خلاصة الدراسة:**

أظهرت الدراسة دوراً نسبياً لموقع فايسبوك عند استخدامه كجزء من العملية التعليمية التعلمية، في ارتفاع تحصيل طلاب المرحلة الثانوية لمادة التاريخ بالمقارنة مع الطريقة الاعتيادية (الاكتفاء بالشرح داخل القاعة الدراسية). كما تبين أهميته في تحسين موقف الطلاب من المادة (زاد الحب، أصبحت أكثر تشويقاً...) وفي تحفيزهم على دراستها، لاسيما وأنه يذلل عقبات عدة عادةً ما يشكو منها المعلمون كاستبعاد عرض وتحليل المستندات لضيق الوقت أو لعدم توفر الموارد المادية أو لغياب البيئة الصفية المناسبة.

لكن من جهة ثانية، تبيّن صعوبة اعتبار متابعة هذا الموقع بحد ذاته وسيلة لزيادة المستوى الثقافي لدى الطلاب أو لتحفيزهم على البحث والاستقصاء الذاتي، ولذلك نجد أن إدخال مواقع التواصل الاجتماعي في التعليم، قد تتضاعف أهميته عند ترافقه مع استراتيجية معدة مسبقاً تتيح للطلاب فرصة حقيقية للمشاركة والتفاعل مع بعضهم البعض في البحث والإعداد والتفكير والتحليل والابتكار.

ختاماً، إن الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التعليم والتعلّم داخل المدارس، هو أمرٌ حديث ويحتاج إلى الكثير من الدراسات التجريبية والأبحاث الميدانية للتعرف على إيجابياتها وسلبياتها وعوائقها وأثرها الحقيقي من أجل الوصول إلى التوظيف الأمثل لها بما يحقق الأهداف الأكاديمية والتربوية المرجو تحقيقها.

المراجع:

- الزين أميمة، "التحول لعصر التعلم الرقمي: تقدم معرفي أم تقهقر منهجي"، من كتاب **المؤتمر الدولي الحادي عشر لمركز جيل البحث العلمي حول "التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية"، لبنان، أبريل/ نيسان، ٢٠١٦**.
- عبد الله عامر، "**الفيس بوك وعالم التكنولوجيا**"، مجلة العلوم والتكنولوجيا، عدد ١٤، جامعة البتراء، الأردن، عمان، ٢٠٠٧.
- عبد المسيح سيمون، "**تدريس التاريخ بين الإبستمولوجيا والإيديولوجيا: قراءة في أزمة منهج مادة التاريخ في المرحلة الانتقالية/ النموذج اللبناني**"، منشورات المركز الإقليمي للتوثيق والدراسات التاريخية والسياسية والتربوية، بيروت، ٢٠١٢.
- عواج سامية، سامية تبري، «دور مواقع لتواصل الاجتماعي في دعم التعليم عن بعد لدى الطللبة الجامعي»، بحث نُشر في كتاب **المؤتمر الدولي الحادي عشر لمركز جيل البحث العلمي حول "التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية"، لبنان، أبريل/نيسان، ٢٠١٦**.
- عودة فراس، «دور شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية»،المجلة الإلكترونية لمركز التميز والتعليم الإلكتروني، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، ٢٠١٤، متوفر على الرابط: http://elearning. iugaza.edu.ps/emag/article.php?artID=٣٤
- فيصل كربوعة، بلعيدي مليكة، «تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعليم»، ص ٢٣، متوفر على الرابط: https://www.ouarsenis.com/up/uploads/ouarsenis.com١٤٥٤٠٦٧٢٩٨٢٤٦٤٢.pdf
- تقرير «**DIGITAL IN ٢٠١٨**»، الصادر عن "**We Are Social**" و "**Hootsuite**"، كانون الثاني/ يناير ٢٠١٨، متوفر على الرابط التالي:file:///C:/Users/Y٩٠٠/Downloads/Digital-in-٢٠١٨-Global--٠٠١ ٪٢٠L-٢,٠١-v١-Overview-Report)(١).pdf
- تقرير "**Teens Reveal Their Experiences: SOCIAL MEDIA, SOCIAL LIFE**" الصادر عن "**Common Sense Media**"، ٢٠١٨، متوفر على الرابط التالي:https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/٢٠١٨_cs_socialmediasociallife_executivesummary-final-release_٣_lowres.pdf

- Chi-Un Lei, Krilavicius, Nan Zhang, Kaiyu Wan, Ka Lok Man, "**Using Web 2.0 Tools to Enhance Learning in Higher Education: A Case Study in Technological Education**", Research Gate, 2012, Published on: file:///C:/Users/Y900/Downloads/IMECS_teaching.pdf
- Donline Mike, "**Protecting Children in the 21st Century/CIPA. Facebook/Social Networking Guidance for Teachers**", **The School Safety Center**, 2013.

المشكلات الإبستمولوجية والمنهجية في بحوث الإعلام الجديد من وجهة نظر طلبة الدكتوراه

شـــــرارة حياة

مـــدودي نادية
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - الجزائر

Abstract:
The tremendous development that the world is witnessing today is based on the technological revolution and the emergence of new means and technologies, especially in the field of information and communication, which have abolished geographical boundaries and transformed the world into small screens through digital technology. This brings us to new research and studies adapted to the question of information technology. And communication, especially those relating to the new media, which imposed itself on the assumption, which led to the transformation of the majority of researchers and thinkers, and the exploration of its effects and techniques, and even implications. The resulting problems and challenges of knowledge and methodology began to confront them, it was found that the classical media theory was not sufficient and effective in addressing the challenges of Epistemology and emerging methodology.
Doctoral students, like other researchers, are obliged to provide academic research, and those who have chosen the new media as a field of study, find themselves facing methodological and cognitive obstacles both to the theory and how to employ it appropriately, or those related to the methodological tools that fit their studies.

مقدمة:

يمثل الإعلام الجديد ثورة اتصالية جديدة، حيث أدى تطور الإنترنت من مرحلة جيل الويب الأول [1] لمرحلة جيل الويب الثاني [2] إلى ظهور كيان اتصالي متفرد ومتميز، ظهرت معه

تطبيقات وصفت هذا النوع الجديد من الإعلام، والمتمثلة في المدونات، مواقع الشبكات الاجتماعية، ومنصات مشاركة الفيديو والصور، والملفات...، مما أنتج اتجاها جديدا في بحوث الإعلام والاتصال، مستدعيا جهودا وأفكارا من طرف المفكرين والباحثين تتواءم مع بيئة الإعلام الجديد، ونعني أولئك الباحثين والمفكرين الذين أيقنوا أنهم أمام موجة اتصالية يصعب السيطرة عليها وذلك لما تمتلكه من تقنيات تجعلها تتميز بالمرونة والانفلات من جهة، ومن جهة أخرى ما حققه من سيطرة على جميع مناحي الحياة، واستقطابها جمهورا كبيرا من أفراد ومجتمعات ومؤسسات ومنظمات، جعل مواكبتها واستخدامها لزاما لا اختيارا.

إشكالية الدراسة:

إن الجامعات ومؤسسات التعليم العالي هي مراكز إشعاع لأي مجتمع من المجتمعات ولا يخرج عملها عن إطار وظائفها الثلاث (التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع)١ ، لذا أصبحت الحاجة إلى نتاجات العلم والمنجزات الحديثة المواكبة لتطور الإنسانية أشد من أي وقت مضى بحيث أصبحت عملية تفعيل العلم والتكنولوجيا المخرج الوحيد لمواجهة التحديات التي تواجه البشرية، غير أن أحد جوانب الإشكالية في دراسة الظواهر الاتصالية والتي تندرج ضمن علوم الإعلام والاتصال ما يتمثل في عملية الاجترار لكل ما هو غربي؛ ونتحدث هنا عن مشكلتين تتمثل أولاهما في النظريات الإعلامية والاتصالية التقليدية الغربية التي استند عليها الباحثون العرب وجذبتهم رغم اختلاف البيئة والسياق الذي تم إنتاج هذه النظريات فيها، وكذلك توظيف هذه النظريات في بحوثنا العربية رغم تقادمها وعدم صلاحيتها لتفسير وتحليل الظواهر الاتصالية والإعلامية المستجدة في الفضاء الافتراضي وفي بحوث الإعلام بوجه عام، ولعل السبب يرجع هنا للتأخر في ترجمة هذه النظريات الحديثة وبقائها في الأدبيات الغربية، هذه الريادة التي احتلتها النظريات الغربية في الخارطة البحثية العربية يمكن إرجاعه إلى تخاذل الباحثين والأساتذة المختصين والمهتمين في هذا المجال، فضلا عن ضعف أو انعدام الدعم المالي لأعمال الترجمة والتعريب ثم البحث بشكل عام.

أما المشكلة الثانية فتتجلى في الأدوات والأساليب التقليدية في جمع البيانات والمعلومات، إذ إن الأساليب والأدوات القديمة إنما صممت لبيئة الاتصال التقليدية التي تقوم على المواجهة بالدرجة الأولى، لكننا اليوم إزاء شاشات كمبيوترية ومجتمعات غير محسوسة اصطلح على تسميتها المجتمعات الافتراضية، والحقيقة أن معظم مجالات الفعل والنشاط التقليدي انتقلت إلى هذا الفضاء الافتراضي أو الإلكتروني، الذي «أصبح فضاء شبكيا له تداعياته الكثيرة وصولا إلى مناهج وأدوات البحث المختلفة «٢، وهكذا تبين أن الأساليب السابقة وأدواتها لم تعد كافية، أو لم تعد فاعلة، أو لم تعد صالحة تماما لتحقيق الأغراض المطلوبة من

جمع بيانات ومعلومات، ولم يعد ممكنا مثلا اتّباع نفس الأساليب في اختيار عينات الدراسة، وقبل ذلك، تغيرت حدود مجتمعات الدراسة التي كانت تعتمد على بعدي المكان والزمان، فأصبحت اليوم تعتمد على الحضور في الفضاء الافتراضي.

من هذا المنطلق تطرح الدراسة تساؤلها الرئيس التالي: **ما أهم المشكلات الإبستمولوجية والمنهجية التي تواجه طلبة الدكتوراه في منجزاتهم العلمية الأكاديمية حول الإعلام الجديد؟**

تمخضت عن هذه الإشكالية مجموعة أسئلة جاءت كما يلي:

١ ـ ما الإشكاليات المنهجية التي تواجه طلبة الدكتوراه في دراسات الإعلام الجديد على مستوى اختيار النظرية المناسبة للدراسة؟

٢ ـ ما الإشكاليات المنهجية التي تواجه طلبة الدكتوراه في دراسات الإعلام الجديد من حيث اختيار الأدوات البحثية؟

أهمية الدراسة: ترجع أهمية الدراسة إلى ما يكتسبه البحث العلمي من مكانة لدى الجامعة ولدى طالب الدكتوراه خصوصا في مجالي الإعلام والاتصال المعروفة بانفتاحها على مختلف العلوم والتخصصات، مما شكل خطرا لاحق منجزاتهم العلمية وبحوثهم الخاضعة للنظريات الغربية دون اكتراث لاختلاف البنيات والسياقات بينهما، وكذلك عدم صلاحيتها نظرا لما يقع من مستجدات تفرض علينا إنتاج بديل أصيل ملائم للبيئة العربية.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- معرفة الإشكاليات المنهجية التي تواجه طلبة الدكتوراه في دراسات الإعلام الجديد على مستوى اختيار النظرية التي تتواءم ودراسته.
- رصد الإشكاليات المنهجية التي تواجه طلبة الدكتوراه في دراسات الإعلام الجديد من حيث اختيار الأدوات البحثية.
- معرفة مدى صلاحية المرجعيات النظرية والمنهجيات التقليدية، لدراسة الإعلام الجديد.
- البحث في واقع هذه المشكلات ومحاولة اقتراح البديل.

مجتمع البحث وعينته: يتمثل مجتمع البحث لهذه الدراسة في طلبة الدكتوراه المنتمين إلى تخصص علوم الإعلام والاتصال من مختلف جامعات الغرب الجزائري، وتصب دراساتهم في الإعلام الجديد.

اعتمدنا في دراستنا على عينة قصدية على مجموعة طلبة من جامعات الغرب الجزائري المتمثلة في كل من جامعة مستغانم - جامعة شلف - جامعة وهران - المركز الجامعي غليزان، إذ بلغ عدد مفرداتها ١٢طالب(ة) دكتوراه في تخصص علوم الإعلام والاتصال بهذه الجامعات.

وقد جاءت منجزاتهم البحثية حول الإعلام الجديد عامة، أو أحد تطبيقاته كمواقع التواصل الاجتماعي، أو الصحافة الإلكترونية، أو المدونات...

منهج الدراسة: تنتمي الدراسة الحالية إلى فئة الدراسات الاستكشافية، حيث تم الاعتماد على الاستكشاف لغرض التعرف ولرصد الإشكالات المنهجية والمعرفية التي تعترض باحثي وطلبة الدكتوراه خلال إعدادهم البحوث العلمية المتعلقة بالإعلام الجديد وتطبيقاته، باعتبار أن الاستكشاف» يلجأ إليه الباحث للتعرف على المتغيرات المتعلقة بالآراء التي يتخذها الناس بالنسبة لموضوع معين»[٣] .

أداة الدراسة: اقتضت ضرورة البحث الاستعانة بكل من أسلوب الملاحظة من خلال واقع تجربة الباحثتين في مرحلة الدكتوراه، ومن أداة المقابلة مع عدد من الباحثين والطلبة في مستوى دراسات ما بعد التدرج أو من الخريجين الجدد الذين انتهوا من التجربة وذلك لأجل التوصل إلى نتائج موضوعية من خلال وجهات نظرهم.

الدراسات المشابهة للبحث:

الدراسة الأولى:[٤] حول التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت بالتطبيق على عينة من المجلات المصرية والأمريكية من عام ١٩٩٦ إلى عام ٢٠٠٦، واستهدفت تحليل الموضوعات التي طرحتها المجلات العلمية بغرض معرفة توجهاتها الموضوعية والمنهجية والنظرية لدراسات الإنترنت والكشف عن النظريات والأدوات البحثية المستخدمة فيها واستخدمت الدراسة أداة تحليل المستوى الثاني وتوصلت إلى أن موضوعات عديدة مهمة ذات الصلة بتحرير وتصميم وإدارة الصحف الإلكترونية مازالت غائبة وغير مكتملة، كما أنها أكثرت من الاستخدامات أكثر من المضمون في البحوث المصرية والعكس في البحوث الأمريكية، ومن جانب آخر مازال الاعتماد على النظريات والأدوات التقليدية، ووحدات التحليل ماذا قيل ؟ كيف قيل؟ في حين أن بيئة الإنترنت تتطلب الانفتاح على رؤى بديلة حول: لماذا قيل؟ وبأي طريقة قيل؟ ويتحقق ذلك من خلال الدراسات التقويمية التي تتجه إلى وضع رؤى بديلة.

الدراسة الثانية[٦]: حول تحديد موقع المستخدم في المجال العام الرقمي، وهي دراسة تحليلية نقدية من المستوى الثاني لما نشر من بحوث ودراسات عن الإعلام الجديد، استهدفت تحليل نمط المعالجة التنظيرية والمنهجية لدور المستخدم في الأدبيات العلمية العربية والأجنبية، قصد معرفة الإجابة عن السؤال التالي: هل أفرزت تكنولوجيا الاتصال المداخل النظرية والأدوات المنهجية المرتبطة بالمستخدم، أم تمت استعارة المداخل والمناهج والأدوات التقليدية وتطويعها

لملائمة طبيعة وخصائص تكنولوجيا الاتصال الرقمية؟ وتوصلت الدراسة إلى أن الدراسات العربية الأولى وظفت الأدوات البحثية التقليدية، بينما وظفت بعض الدراسات الحديثة ومعظم الدراسات الأجنبية أدوات منهجية ارتبطت بسياقات الإعلام الجديد في علاقتها غالبا بالوسيلة بالنسبة للدراسات العربية وبالمستخدم بالنسبة للدراسات الأجنبية.

الدراسة الثالثة[٧]: حول خارطة الدراسات الإعلامية المصرية في وسائل الإعلام الجديدة «واستهدفت تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف في تلك الدراسات، وتسليط الضوء على الفجوات والعمل على تلافيها مستقبلا، اعتمادا على الفرص والتحديات المستقبلية، واعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل البعدي للتراث العلمي عن وسائل الإعلام الجديدة، وتوصلت إلى أن التركيز كان على دراسة الإنترنت كوسيلة إعلامية بمفردها دون مقارنتها بوسائل أخرى منافسة ودراسة الصحافة الإلكترونية متفردة في جزء معتبر من العينة، كما تبين ميل البحوث إلى الدراسات التطبيقية على حساب الجانب المنهجي والتأصيل النظري، وجاءت الاستخدامات في مقدمة اهتمام الباحثين والقضايا التقنية بدرجة أقل وجاء موضوع تقييم مواقع الإنترنت في المراتب الخلفية وتبين غلبة المنهج المسحي وغلبة الأدوات الكمية على الأدوات الكيفية.

الإطار النظري للدراسة:

- **أولا: الإعلام الجديد**

مفهومه:

تعددت مسميات الإعلام الجديد واختلفت، كل مسمى يستند إلى أرضية جديدة لهذا الإعلام فهو:» الإعلام الرقمي لاعتماد بعض تطبيقاته على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما... ويطلق عليه الإعلام التفاعلي، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال...كما يطلق عليه الوسائط السيبرونية من تعبير الفضاء السيبروني... وهو إعلام المعلومات، إعلام الوسائط التشعبية، إعلام الوسائط المتعددة»[٨] .

كما عرفه قاموس الإنترنت الموجز أنه "أجهزة الإعلام الرقمية عموما، أو صناعة صحافة على انترنيت وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير انتقامي يستخدم أيضا لوصف نظام إعلام تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو، والسينما»[٩].

ويذهب بعض الباحثين في تحديد مفهوم الإعلام الجديد أنه مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر، كمقابل للإعلام القديم

التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو- إلى حد ما- وغيرها من وسائل ساكنة»[١٠].

أما الباحث الصادق الحمامي، فقد وصف الإعلام الجديد أنه منظومة تواصلية جديدة مختلفة في طرق اشتغالها عن منظومة التواصل المؤسساتي أو منظومة التواصل الجمعي (إعلام النحن، إعلام الجماهير) تقوم هذه المنظومة على وسائط ومضامين ونماذج اقتصادية مستحدثة بين الفاعلين داخلها.[١١]

خصائصه:

يتوفر الإعلام الجديد على خصائص تميزه عن الإعلام التقليدي الكلاسيكي، وقد اقترحت الباحثتان لايفرو وليفنجستون مجموعة من الخصائص نوضحها في ما يلي[١٢]:

التواصل الشبكي المتداخل: حيث يسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى عدة نقاط أخرى، وليس فقط من نقطة واحدة إلى عدة نقاط، كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي.

سهولة الوصول والدخول من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمرسلين ومستقبلين ومنتجين.

التفاعلية: وهي قدرة المستخدم على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتّصالي، ويتفق الكثير من الباحثين أن هذه الخاصية هي من أهم ما يميز الإعلام الجديد، نظراً لأنها تكاد تكون معدومة من الاتصال الجماهيري التقليدي.

التنوع الغزير في المحتوى مقارنة بالإعلام القديم المحصور بأنواع وأنماط محددة من المضامين الإعلامية.

- تعدد الاستخدامات وخاصية الانفتاح على كل ما هو جديد موضوعياً وفنياً في محتوى وشكل المواد الإعلامية.

- سعة الانتشار والتحرر من المكان وعدم ارتباط الإعلام الجديد بمنطقة جغرافية محددة، أي أنه يتخطى حواجز المكان الجغرافي.

ولعل أهم الميزات كما حصرها نيغروبونتي تتجلى في «استبدال الإعلام الجديد الوحدات المادية بالرقمية، وتشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، وتلبية الاهتمامات الفردية والاهتمامات العامة، والميزة الأكثر أهمية هي خروج هذا الإعلام من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والدولة إلى أيدي الناس جميعا»[١٣]

أشكاله: أوضح ريتشارد ديفيز وديانا أوين الإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هي[١٤]:

١- **إعلام جديد (الكتروني)** بتكنولوجيا قديمة: والذي يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحافية في الإذاعة والتليفزيون والصحف، ويشيران إلى راديو وبرامج الأخبار الحية

shows Live، والبرامج المسائية مثلLine Night ، وبرامج الصباح المعروفة مثل صباح الخير أمريكا America Morning Good ، وبرامج التابلويد مثل Edition Inside الشبيهة بصحافة التابلويد الورقية، ويشمل التجديد في حالات أخر نموذج برنامج أوبرا وينفري Oprah Winfrey وقنوات مثل ام تي في المتخصصة في الموسيقى

٢- **إعلام جديد (الكتروني)** بتكنولوجيا جديدة: تمثله جميع الوسائل التي تعايشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر، وهي الوسائل التي مكنت من إنقاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات

٣ ـ إعلام جديد (الكتروني) بتكنولوجيا مختلطة: فيه تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية، وحدثت حالة تماهي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد.

• ثانيا: البحث العلمي

لغة: أورد ابن منظور في لسان العرب في مادة «بحث» بأنها طلبك الشيء، والبحث أن تسأل عن شيء وتستخبره، وبحث عن الخبر وبحثه يبحثه بحثا، وكذلك استبحثه وابتحث وبحثت عن الشيء بمعنى واحد أي فتشت عنه.[١٥]

كما أورد في معنى العلم أنه نقيض الجهل، علم علما، ورجل عالم وعليم، وقال ابن جني: لما كان العلم قد يكون الوصف به بعد المزاولة له وطول الملابسة صار كأنه غريزة [١٦].

اصطلاحا: عرفته ثريا عبد الفتاح ملحس بأنه محاولة لاكتشاف المعرفة والتنقيب عنها، وتنميتها، وفحصها، وتحقيقها بتقصي دقيق ثم عرضها عرضا مكتملا بذكاء وإدراك لكي تسير في ركب الحضارة العالمية وتساهم فيها مساهمة إنسانية «[١٧]

عرفه رمل:» أنه تقصي وفحص دقيق لاكتشاف معلومات أو علاقات جديدة ونمو المعرفة الحالية والتحقق منها»[١٨]

عرفه أحمد بن مرسلي: «سعي منظم في ميدان معين يهدف إلى اكتشاف الحقائق والمبادئ[١٩].

وأورد فان دالين مفوها للبحث العلمي كونه:» المحاولة الدقيقة الناقدة للوصول إلى حلول المشكلات التي تؤرق الإنسان وتحيره»[٢٠].

• ثالثا: المشكلات المنهجية في بحوث الإعلام الجديد

يعد الإعلام الجديد وما يرتبط به من تطبيقات من أبرز المجالات التي تجذب اهتمام الباحثين لها، وذلك لما حققه من تطورات وتزايدها وتنوعها، وكذا تزايد عدد المستخدمين له، مما جعله

يفرض نفسه فرضا في البحوث العلمية، حيث لا يمكن التغاضي عنه، كونه أصبح جزءا لا يتجزأ من المنظومة الحياتية، وأحد أبرز العوامل المؤثرة في الحياة الاجتماعية، الفكرية، والثقافية داخل المجتمعات، ويمكن القول إن وجوده أصبح ضروري ضرورة الماء والهواء.

إن ما سبق ذكره يجعل الباحثين الأكاديميين مجبرين على خوض هذا المجال، لدراسة حيثياته، تأثيراته، نتائجه، دلالاته.... بطريقة علمية قائمة على أسس منهجية، وقد أظهرت دراسة Tomasello) وآخرون٢٠١٠) إلى أن ما يقرب من نصف عينة البحوث يتناول موضوعات الإعلام الجديد، وأن التزايد الواضح في اتجاه البحوث الإعلامية نحو دراسة الإعلام الجديد، يجعله المجال الرئيسي للنشر في الدوريات العلمية المتخصصة في علوم الاتصال، بل وأن البحوث العلمية في مجال الإعلام الجديد قد حققت مستوى الكتلة الحرجة بين الباحثين الإعلاميين.[٢١]

لقد أدى ذلك إلى ظهور عده بحوث على الساحة العلمية تناولته بالدراسة والتنقيب «غير أن اختلاف تطبيقات الإعلام الاجتماعي في خصائصها، وكيفية عملها، واستخدامات الجمهور لها عن وسائل الإعلام التقليدية، ينعكس في عدة إشكاليات تواجه الباحثين في هذا المجال لا سيما عند لجوئهم لاستخدام نفس الأساليب والأدوات البحثية، والمداخل النظرية التي اعتادوا على استخدامها في دراسة وسائل الإعلام التقليدية، برغم عمق الاختلاف بينها وبين الظواهر التي تنتجها بيئة الإعلام الاجتماعي»[٢٢]

إن ميلاد بيئة اتصالية جديدة مختلفة تماما عن تلك البيئة الاتصالية التقليدية، أظهر فجوات منهجية في طريقة البحث فيها، وثغرات نظرية عجزت في الكثير من الأحيان تلك التنظيرات الإعلامية الكلاسيكية عن إعطاء أدوات بحثية تتواءم وتلك البيئة الجديدة وإذا ما حاولنا الوقوف على مجمل تلك الإشكاليات والنقائص المنهجية التي صاحبت دراسات وبحوث الإعلام الجديد خاصة تلك المتعلقة بالإعلام الاجتماعي والتي تتلخص في « وجود عدة أوجه قصور في توظيف الأساليب المنهجية المختلفة والمتبعة في الدراسات الإعلامية، عند دراسة موضوعات وظواهر مختلفة في مجال الإعلام الاجتماعي، يرجع ذلك إجمالا إلى اختلاف خصائص الإعلام الاجتماعي، والبيئة الاتصالية التي يعمل فيها عن وسائل الإعلام التقليدية. مما ينتج الإشكاليات المنهجية التي تواجهها بحوث الإعلام الاجتماعي»[٢٣].

فالكثير «من البحوث المنجزة لا يزال هاجس التجديد النظري والمنهجي فيها محدودا جدا بسبب التقاليد البحثية الطاغية في حقل علوم الإعلام والتي تفضل المنهجيات الكمية على المنهجيات الكيفية والمقاربات النظرية التقليدية على مقاربات بديلة كنظريات التلقي مثالا والسيميائيات».[٢٤]

وقد كشفت الرؤية النقدية والتحليلية التي قدمتها دراسة عزة عبد العزيز لعينة من البحوث العربية في مجال الإعلام الإلكتروني، عن أن عينة البحوث كانت في معظمها بحوثاً

شكلية نمطية لا تصلح لتفسير الظواهر الإعلامية المدروسة، فقد انحسر معظمها في نوعية البحوث الوصفية، وانتهت النتائج إلى وجود أزمة منهجية يعاني منها الباحثين في حقل الإنترنت، حيث هيمنة المنظور الوظيفي المعتمد على الوصف في معظم تلك البحوث وبالتالي محدودية المردود العلمي، ووقوف هذه الدراسات بأهدافها عند حدود الوصف، لتجيب فقط عن سؤالي ماذا وكيف، أي التعريف بالظاهرة ثم ماذا تغير فيه[٢٥].

كما انتهت الدراسة المقارنة لحلمي محسب على عينة من البحوث الإعلامية التي تناولت شبكة الإنترنت إلى أن الأدوات البحثية المتصلة بالإنترنت تحتاج إلي تحديد أكثر لوحدات التحليل يتيح المرونة في فئات التحليل، فوحدات التحليل الخاصة بالإنترنت لا يمكن قصرها في فئتي ماذا قيل، وكيف قيل، ولكن يجب طرح رؤى بديلة حول لماذا قيل وبأي طريقة يقدّم، ولن يتأتّى ذلك إلا من خلال الدراسات التقويمية التي لا تكتفي بطرح السلبيات والإيجابيات ولكنها تضع رؤى بديلة لمعالجة الخلل.[٢٦]

وإذا ما حاولنا أن نقف على بعض الاشكاليات التي رافقت بحوث الإعلام الجديد سواء تلك المتعلقة بالمحتوى، أو بالجمهور أو بالأداة المنهجية أمكن أن نوردها فالنقاط التالية[٢٧]:

اختلاف طبيعة وتكوين محتوى تطبيقات الإعلام الاجتماعي جذريًا عن محتوى وسائل الإعلام التقليدية، الذي اعتاد الباحثون دراسته بأدوات تحليل المحتوى المعروفة. حيث تتنوع فيه الوسائط المعلوماتية من حيث كونها نصوص، و/أو مواد سمعية وبصرية... إلخ، كما تتنوع فيه مستويات علاقات التناصّ التي تربط بين وحداته من خلال الروابط التي تمثل جزءًا أصيلا في تكوين شبكة الويب، كما أنه يشتمل كذلك على بعد يرتبط بالعلاقات التفاعلية والارتباطية التي تنشأ من خلال تبادل الاتصال.

يتسم المحتوى بأنه في حالة تجدد وتغير شبه مستمرة، سواء كانت بالإضافة والتطوير أو بالحذف والاختفاء، الأمر الذي يضع إشكالية أمام الباحثين سواء عند اختيار وتحديد وحدات المعاينة، أو عند الرغبة في تطبيق اختبارات الصدق والثبات وإعادة تحليل مضمون سبق تحليله من قبل) .

إشكالية في تحديد العينة وفي إتباع إجراءات المعاينة. نظرًا لحالة الديناميكية والمرونة الشديدة التي تتسم بها شبكة الويب، سواء على مستوى المحتوى المنشور عليها، أو على مستوى المواقع والتطبيقات الموجودة نفسها. فكل دقيقة تظهر مواقع وحسابات إلكترونية جديدة، مع وجود أخرى خاملة رغم استمرار تواجدها على الويب، مما يؤدي إلى عدم إمكانية تحديد إطار عام لمجتمع البحث عليها. كما أن الاستعانة بمحركات البحث وتقنيات البحث بتتبع الروابط سوف يرصد فقط المواقع والصفحات التي ترتبط ببعضها، أو المواقع المشهورة وتبقى المواقع المغمورة بعيدة عن التصنيف. وبالتالي لا يمكن التعامل مع عينات عشوائية،

ولا يمكن تعميم نتائج البحث طالما أن العينات عمدية.

تتنوع اللغات المستخدمة في محتوى تطبيقات الإعلام الاجتماعي، كما تتنوع السياقات الثقافية والاجتماعية التي يُطرح من خلالها، مما يزيد من خطورة الاعتماد على استخدام الترميز الآلي والبرمجيات الإليكتروني في تحليل المضمون المنشور على الويب بشكل كامل، لأن ذلك الإجراء يتجاهل طبيعة السياق الاتصالي الذي تتم من خلاله عملية إنتاج المحتوى وتداوله والتفاعل معه، بل أنه غالبا ما سيؤدي إلى نتائج مضللة عند تطبيقه.

صعوبة حصر وتحديد إطار عام لمجتمع مستخدمي تطبيقات الإعلام الجديد. فإذا أردنا دراسة تفاعل الجمهور مع موضوع ما عبر مواقع التواصل الاجتماعي من الصعب جدا بل ومن المستحيل محاولة تحديد إطار عام لمجتمع البحث حتى يمكن استكمال إجراءات المتابعة وتحديد العينة وسحبها، لذا لا يمكن الاعتماد على العينات الاحتمالية في دراسة جمهور تطبيقات الإعلام الاجتماعي كمثال، وما يترتب على ذلك من عدم إمكانية تعميم نتائج البحث.

لا تغطي فئات التحليل التقليدية المتعارف عليها في أداة تحليل المضمون والتي تجيب بشكل رئيسي عن "ماذا قيل"، "وكيف قيل" متطلبات تحليل المحتوى - المنشور على تطبيقات الإعلام الجديد.

غلبة الطابع الكمي على البحوث التي ترصد وتحلل حالة البحث في وسائل الإعلام الجديدة وغياب البحوث الكيفية التي تحلل الاتجاهات البحثية العريضة وتستخلص المفاهيم والنظريات في هذا المجال.

هناك حاجة إلى بلورة أطر نظرية لتفسير عمل وسائل الإعلام الجديدة، سواء من خلال تطوير نظريات خاصة بهذه الوسائل، أو من خلال تطبيق النظريات الاتصالية القائمة عليها، أو بلورة النظريات المرتبطة بها

أما من ناحية التنظير فإن الإعلام الجديد يواجه تحديات أوردها السيد بخيت حين تحدث عن الإشكاليات النظرية في مواقع التواصل الاجتماعي والتي حددها في جملة من النقاط٢٨:

عدم وجود نماذج ومقولات ومفاهيم نظرية كافية ومناسبة لتفسير ظواهر وسائل التواصل الاجتماعي مما يدفع بعض الباحثين إلى إنجاز دراساتهم بدون الاستناد إلى قواعد ورؤى نظرية، مع الاكتفاء بوصف هذه الظواهر دون التعمق في تحليلها وتفسيرها، والبعض الآخر يستند لمقولات ونماذج تقليدية قد لا تتناسب مع طبيعة هذه الظواهر وهو ما لا يساعد في بناء تراكم نظري ثري كما لا يساعد في توفير رؤى تفسيرية موضوعية لهذه الظاهرة.

تغير خصائص الظاهرة الإعلامية التي يتم دراستها وطبيعتها واختلاف خصائص الواقع التي ينتجها وتداخل عوامل مغايرة في تشكيلها، يصعب حصرها أو تعميمها.

عدم قدرة النظريات التي تتسم بالشمول والكلية على استيعاب ظواهر وسائل التواصل

الاجتماعي، فضلا عن أن معظمها كان وليدا لسياق إعلامي واجتماعي وثقافي مختلف، مما يجعل مسألة استعارتها في مجال وسائل التواصل الاجتماعي محفوفا بالعديد من المحاذير، في ظل الخلاف الدائر بين الباحثين حول مدى صلاحية توظيف المداخل والنماذج النظرية التقليدية على الدراسات المهتمة بوسائل التواصل الاجتماعي.

قلة الاجتهاد في استحداث مداخل نظرية تتلاءم مع طبيعة ظواهر وسائل التواصل الاجتماعي من جهة وشطّح بعض الباحثين الى استعارة نماذج ونظريات في مجالات وعلوم أخرى، من باب السبق البحثي، دون دراية كافية بإمكانية توظيفها في استقراء ظواهر وسائل التواصل الاجتماعي، وقيام البعض الآخر بالاستناد إلى مفاهيم إبستمولوجية غير مستقاة من واقع دراسة الظواهر المصاحبة لوسائل التواصل الاجتماعي ودون النظر بتعمق في استخلاص مفاهيم خاصة بها

صعوبة تطبيق بعض النظريات التقليدية على واقع التواصل الاجتماعي وتغير الوسائل الاتصالية وعلاقتها بالمتغيرات والعوامل الأخرى وظهور وسائط إعلامية جديدة لا تخضع لذات الضوابط التنظيمية المألوفة مثل المدونات وصحافة المواطن.

ثمة غياب لرؤى تفسيرية لظواهر عديدة مثل تحليل اتصال الجماعات الصغيرة وتحليل الأبعاد النفسية المرتبطة بالتفاعل الفوري مع الأفراد، والنصوص وتناقل الشائعات وغيرها.

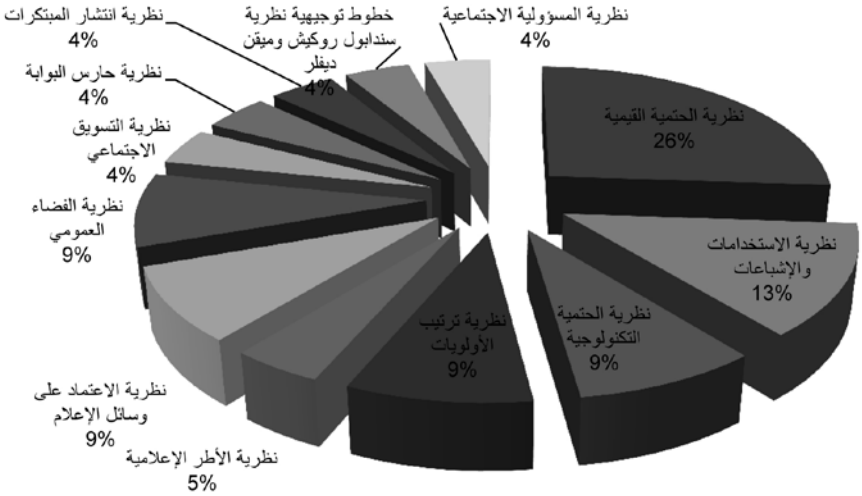
الإطار التطبيقي: - تحليل وتفسير المقابلات

المحور الأول: النظريات المستخدمة في دراسات بحوث الإعلام الجديد لدى طلبة الدكتوراه.

الجدول الأول (١) يوضح النظريات المستخدمة في دراسات بحوث الاعلام الجديد لدى طلبة الدكتوراه.

	النظرية	تك	☐
النظرية المستخدمة في بحوث الإعلام الجديد	نظرية الحتمية القيمية	06	☐50
	نظرية الاستخدامات والإشباعات	03	☐25
	نظرية الحتمية التكنولوجية	02	☐16.66
	نظرية ترتيب الأولويات	02	☐16.66
	نظرية الأطر الإعلامية	01	☐8.33
	نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	02	☐16.66
	نظرية الفضاء العمومي	02	☐16.66
	نظرية التسويق الاجتماعي	01	☐8.33
	نظرية حارس البوابة	01	☐8.33
	نظرية المسؤولية الاجتماعية	01	☐8.33
	خطوط توجيهية نظرية سندابول روكيش وميفن ديفلر	01	☐8.33
	نظرية انتشار المبتكرات	01	☐8.33

الرسم البياني (١) يبين نسب النظريات المستخدمة في دراسات بحوث الإعلام الجديد



السؤال الأول:

جاء هذا المحور منضويا تحت عنوان النظريات التقليدية ومدى مواءمتها أو عدم مواءمتها في دراسات الإعلام الجديد. أي ما مدى صلاحية النظريات التقليدية وإمكانية إسقاط فروضها على بحوث الإعلام الجديد على اختلافها. وقد تم ملاحظة حسب إجابات المبحوثين حضور النظريات التقليدية أطرت أعمالهم وبحوثهم في الدكتوراه. بدءا من نظرية الحتمية القيمية وصولا إلى نظرية انتشار المبتكرات أو هذا ما أشارت إليه ثريا بدوي في قولها: «من الملاحظ حضور النظريات التقليدية في فضاءات الويب المختلفة وتطويعها لتناسب مجال الإعلام الجديد. ومن أبرزها مدخل الاستخدامات والإشباعات. ونظريات وضع الأجندة. ونظرية حارس البوابة وانتشار المبتكرات...ظهرت اجتهادات بحثية تصل بين الإعلام التقليدي والجديد. وتعزز من التكامل بين نظريات الوسائل التقليدية والجديدة»٢٩.

لقد توزع هذا المحور على ثلاثة أسئلة. جاء أولها محاولا رصد النظريات التي رافقت طلبة الدكتوراه في أعمالهم وأطرت بحوثهم المتعلقة بالإعلام الجديد. فجاءت الإجابات مختلفة اختلاف النظريات من جهة. واختلاف المواضيع التي تم فيها تناول متغير من متغيرات الإعلام الجديد

ومن خلال المقابلات وإجابات المبحوثين جاءت نظرية الحتمية القيمية لصحابها عبد الرحمان عزي معتليَة هرم الإجابات التي بلغت نسبة ٥٠ بمعدل ستة مبحوثين استعانوا بالحتمية القيمية في التنظير لبحوثهم والتي عالج معظمها مواقع التواصل الاجتماعي سواء

من جانب التأثير، أو الاستخدام، أو الاتجاهات نحوها، لتأتي بعدها نظرية الاستخدامات والإشباعات بمجموع ثلاث إجابات من أصل ١٢ مبحوثا أي ما يعادل ما نسبته ٢٥، تلتها كل من نظرية الحتمية التكنولوجية، ونظرية ترتيب الأولويات، ثم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الفضاء العمومي بنسبة ١٦,٦٦ أي ما يعادل إجابتين لكل نظرية من إجابات المبحوثين، لتأتي بعدها نظرية الأطر الإعلامية، نظرية التسويق الاجتماعي، نظرية حارس البوابة، نظرية انتشار المبتكرات، نظرية المسؤولية الاجتماعية، وخطوط توجيهية لنظرية سندابول روكيش، وميقن ديفلر بنسبة بلغت ٨,٣٣ لكل نظرية- أي بمعدل إجابة واحدة مقابل كل نظرية.

السؤال الثاني: ما مدى مواءمة النظرية لمتطلبات الدراسة؟

أما فيما يخص السؤال الثاني من هذا المحور والمتعلق بمدى مواءمة النظرية التي استعان بها كل مبحوث من المبحوثين في بحوثهم حول الإعلام الجديد فلقد جاءت متراوحة بين الرضى وعدمه، فالذين استعانوا بنظرية الحتمية القيمية وطبقوا فروضها على دراستهم، جاءت إجاباتهم بمواءمتها لبحوثهم كونها على حد تعبير المبحوث ٠٦ أن «نظرية الحتمية القيمية تراعي تكييف الموضوع حسب طبيعة المجتمع العربي والإسلامي، وخصوصية دينه، ثقافته، لغته، تراثه»، وكان هذا رأي جل المبحوثين، أما المبحوث الثاني فمدى فاعلية نظرية الحتمية القيمية كان نسبيا حيث «حاولنا التركيز على أهم مبادئ وأفكار النظرية التي تتوافق مع أهم النقاط في دراستنا»، ولعل هذا راجع إلى كون النظرية حداثية تجمع بين الأسلمة مع التفاعل الإيجابي مع النظرية الغربية باعتبارها إرثا إنسانيا دون عقدة، وبين التأصيل الذي يستقرئ النصوص التراثية بأدوات فكرية ومنهجية عالية المستوى»٣٠، فهذه النظرية جمعت في تحليلها واستقرائها لعلوم الاتصال عامة والإعلام الجديد خاصة بين ما هو غربي، وما هو عربي أي إنها «تتعايش مع النظريات الأخرى ولا تلغيها، فهي تتقاطع جزئيا مع تلك النظريات»٣١، ولكنها تأخذ بالحسبان الانتماء العربي والإسلامي للمستخدمين، وقد جاءت جل الدراسات محاولة تفسير ظاهرة التأثير والتأثر لمظاهر الإعلام الجديد على مستخدميه، كما أن النظرية قدمت أدوات ومناهج تتواءم والواقع الاجتماعي، والديني،... الذي ينتمي إليه المستخدم العربي عامة، والجزائري خاصة.

أما عن نظرية الاستخدامات والإشباعات ومدى مواءمتها لدراسات المبحوثين الذين أطرت أعمالهم، فقد جاءت الإجابات بمواءمة النظرية لبحوثهم خاصة وأن مستخدميها قد سلطوا الضوء في دراستهم على استخدامات الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى الإشباعات المتحققة، حيث صرح المبحوث ٣ في قوله: أثبتت نظرية الاستخدامات والإشباعات قوتها في

تفسير استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي بهدف تلبية حاجاتهم وإشباع رغباتهم من هذه المواقع، وهذا ما توافق مع فرضيات الدراسة التي انطلقت منها».

كما أشار المبحوث ٠١ أن النظرية ناسبت دراسته من واقع أن «هذه النظرية تتعلق هذه النظرية بالأساس باستخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال لذلك أرى أنها أفادتني كثيرا لأنها تركز على المستخدم الذي لم يتغير بتغير الفضاء الإعلامي بين ما هو تقليدي وما هو جديد» حسب قوله، أي إن نظرية الاستخدامات والاشباعات أثبتت فعاليتها في الإعلام الجديد كما في الإعلام التقليدي «فظهور الويب في بداية التسعينيات من القرن الماضي طرح انشغالات بحثية أدت لتسليط اهتمامات الدراسات حول استخدام الناس للشبكة العنكبوتية، والاشباعات التي تتحقق من ذلك»٣٢، كما أشار راي بيرن إلى نفس التوجه حين قال: «شكل التفاعلية على مستوى شبكة الإنترنت يتمتع بمستوى أكثر قوة وارتفاعا عن تلك على مستوى وسائل الإعلام التقليدية، وكون الفرد قصدي في تعرضه وتصفحه لمواقع معينة لإشباع حاجته، فهي تعتبر مناسبة للدراسات الحالية حول شبكات التواصل الاجتماعي، والإعلام الجديد عامة...»٣٣، أما مبحوث آخر فقد أجاب أنه:»أحيانا يمكنها إسقاطها على الظواهر الجديدة، وأحيانا لا...» ، ولعل ذلك راجع إلى أن بعض الظواهر الاتصالية لا تناسبها تنظيرات إعلامية نشأت في مجتمع آخر ووليدة ثقافة مختلفة عن ثقافتنا، مما يؤدي إلى صعوبة تطبيق فروضها من جهة، ومن جهة أخرى عدم معرفة طلبة الدكتوراه بكيفية إسقاط تلك الفروض على دراستهم مما جعل بعضهم يكتفي بذكر فروضها في التنظير، وفي بناء الاستمارة، وخلو تفسير نتائجها انطلاقا من فروضها ومبادئها، وهذا ما أشارت إليه ثريا أحمد بدوي في قولها:» يلاحظ قلة الأطر التنظيرية على مستوى الدراسة الواحدة، والربط بينها وبين المنطلقات الفكرية للدراسة، وتوظيفها لتقديم تفسيرات لطبيعة المستخدمين في سياق البيئة الافتراضية»٣٤

وفي ما يتعلق بنظرية الحتمية التكنولوجية، فقد تم الاستعانة بها في الدراسات التي تعلقت بتأثير الوسيلة نفسها، ومدى الاعتماد عليها في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث عبر المبحوث ٠٣ عن ذلك في قوله: «تكمن قوة الرسالة في الوسيلة التي تقدمها، والإنترنت أصبح وسيلة جد ناجعة في توصيل الرسالة وتثبيتها في عقول المستخدمين للمواقع التجارية، وحاجة الأفراد للمواقع لاقتناء حاجاتهم... وهنا تظهر قوة الوسيلة الإعلامية».

أما فيما يخص باقي النظريات، فقد أشار كل المبحوثين إلى مواءمتها لبحوثهم وذلك حسب ما اقتضته حاجة بحوثهم لنظرية بعينها دون أخرى، نتيجة خصوصية البحث وتركيزه على جزئية من جزئيات ظاهرة اتصالية ما، فأبرز النظريات التي استعانت بها بحوث الإعلام الجديد كانت:» مدخل الاستخدامات والاشباعات، ونظريات وضع الأجندة، ونظرية حارس البوابة،

وانتشار المبتكرات، والغرس الثقافي»٣٥.

المحور الثاني: مشكلة الأدوات والأساليب التقليدية في جمع البيانات والمعلومات

السؤال الأول: ما الأدوات المنهجية التي قمت باستخدامها في الدراسة السابقة أو الحالية؟ وما هي المشكلات المنهجية التي ظهرت لك أثناء استخدام هذه الأدوات؟

جدول رقم (٠٢): يبين الأدوات المنهجية المستخدمة في دراسات بحوث الإعلام الجديد

المحور الثاني			
	الأداة	التكرارات	النسبة المئوية
الأدوات المنهجية المستخدمة في دراسات بحوث الإعلام الجديد	الاستبيان	٠٩	٪٧٥
	المقابلة	٠٨	٪٦٦,٦٦
	الملاحظة	٠١	٪٨,٣٣
	تحليل المضمون	٠٦	٪٥٠

الرسم البياني (٢) يبين الأدوات المنهجية المستخدمة في دراسات بحوث الإعلام الجديد

لقد تباينت إجابات المستجوبين حول الأدوات المستخدمة في بحوثهم الأكاديمية، حيث استخدم معظم المبحوثين كانت إجاباتهم أكثر من أداة، فقد أجاب ٩ مبحوثين من بين ١٢ على استخدامهم للاستبيان بنوعيه الورقي والإلكتروني بنسبة ٧٥ بالمئة، أما الأداة الثانية الأكثر استخداما فتمثلت في المقابلة المباشرة مع المبحوث، وتمثلت في ٨ مستجوبين بنسبة ٦٦,٦٦ بالمئة وتمثلت الأداة الثالثة في تحليل المضمون وتحليل مضمون المحتوى الإلكتروني ب ٦ مستجوبين بنسبة ٥٠ بالمئة، أما الملاحظة والتحليل السيميولوجي فيعتبران الأقل استعمالا في بحوث أفراد العينة المدروسة.

ويرجع سبب استخدام الاستمارة أكثر من غيرها من الأدوات المنهجية لسهولتها ووضوحها، وهو نفس الأمر بالنسبة للاستمارة الإلكترونية والتي أخذت منعرج التطبيق للكثير من الباحثين المنشغلين دراسة الإعلام الجديد ووسائطه، لكنّ هذه الأداة أظهرت فشلها وهذا حسب ما رصده الباحثون، إذ أشارت العينة المبحوثة إلى ضعف هذه الأداة مقارنة مع باقي الأدوات الأخرى، وهذا بعد تجربتهم لتلك الأدوات المنهجية حيث صرحت المبحوثة رقم ٣" أنا شخصيا لا أثق في أداة الاستمارة نظرا لسماتها حيث يمكن للمبحوث أن لا يجيب عن الأسئلة أو يعطي معلومات مقنعة وقيمة أو غياب الصدق والمصداقية في الإجابة وهذا يرجع ربما إلى خلفيات اجتماعية أو ثقافية أو سياسية متعلقة بالمبحوث "، وقد حصر الباحث عزة عبد العزيز هذه المشاكل في نقطتين رئيسيتين، تمثلت أولاهما «في إشكالية الصدق والثبات في الاستبيان الإلكتروني، حيث يتعرض الباحث في أحيان كثيرة إلى عدم معرفة شخصية المبحوث ومدى انطباق مواصفات العينة عليه، كما يمكن للفرد الواحد الإجابة عن أكثر من استبيان، وتمظهر الإشكال الثاني في إشكالية صدق المرمزين في حالة تحليل مضمون الإنترنت، حيث لاحظ بعض الباحثين وجود مشكلات نتيجة تغيير مضمون المواقع على الإنترنت وقد تم التغلب على ذلك بواسطة قيام جميع المرمزين بالتحليل في الوقت نفسه أو القيام بتنزيل المواقع من على الإنترنت في حالة إمكانية تحقيق ذلك، حيث أن هناك بعض المواقع لا يمكن تنزيلها أو تخزينها، حيث توجد بعض المحاذير القانونية أحيانا والفنية في أحيان أخرى» ٣٦ . أضافت المبحوثة رقم ٢ «لا يمكن اعتبار الاستبيان كافيا لحصر ودراسة الظاهر، فبعض الاستبيانات ترجع فارغة ما يضطر لحذفها وهذا مضيعة للوقت والجهد على غرار ذلك نجد بعض الاستبيانات متناقضة في إجاباتها من محور لأخر وهذا يدل على عدم صدق الإجابات ،في بعض الأحيان نلاحظ إجابات عشوائية حيث يحس المستجوب انه ملزم بالإجابة فيضطر لوضع إجابات سريعة، بعض المرات لا يفهم المستجوب السؤال فيكون السؤال في واد والإجابة في واد آخر، فهذه كلها عقبات وتحديات تواجه الباحث في دراسته»، وهو الأمر ذاته بالنسبة للاستبيان الإلكتروني والذي اعترضت استخدامَه مشاكل تنوعت في تطبيقه أهمها عملية تفريغ البيانات دون تصنيفها بالإضافة إلى عدم التمكن من مدى ملاءمة المستوجبين لمجتمع الدراسة، وذلك لصعوبة حصرهم في الفضاء الإلكتروني، ويبرز المشكل الثاني في صعوبة دراسة المحتوى الرقمي من خلال تحليله نتيجة عدم توفر برامج تقنية متخصصة في تحليل الشبكات الاجتماعية وإن كانت متوفرة فيصعب الوصول إليها أو يصعب تطبيقها نتيجة عدم برمجتها لتلائم اللغة العربية، وهنا نورد ما جاء به الباحث عزة عبد العزيز في مداخلته حول الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني إذ ذكر «أن البحوث الإعلامية في العالم العربي لا تزال بحوثا كمية في أغلبها حتى وإن ظهرت

محاولات لتطبيق المناهج الكيفية (كتحليل الخطاب) على سبيل المثال إلا أنها لا تزال متأثرة تطبيقيا بالمدرسة الإمبريقية حيث حاولت بعض الدراسات الجمع بينه وبين تحليل المضمون الكمي بطريقة تعسفية «٣٧. ولكن تبقى هذه الأداة مطلب الكثير من الباحثين وتتنوع استخداماتها فمثلا أجابت المبحوثة رقم ٥ «لقد ساعدتني أداة الاستمارة لجمع البيانات في إطار البحث الاستطلاعي». أما بخصوص المقابلة فلاقت هذه الأداة استحسان الكثير من المبحوثين، كونها تجعلك قريبا نوعا ما من المبحوث وتستطيع من خلالها التعرف على أمور كثيرة تخص الدراسة وتساعدك في التحليل كحالته وطريقة إجابته وتصرفاته. فقد صرح المبحوث رقم ١٠ «لقد استخدمت تقنية المقابلة نظرا لأن دراستي كانت حول القائم بالاتصال وهو في هذه الحالة الوسيط والصحافي ورئيس التحرير باعتباره من يقوم بدور الوسيط غالبا. ولكن لكل تقنية حدود، وممكن جدا أن الصعوبات المواجهة تكمن في طول المقابلات وقابليتهم للتأويل في بعض الأحيان في ما يخص الإجابة التي قد تطول لتعبر عن فكرة أو تكون مختصرة ولكن تعبر عن حالة. لذلك فإنّ جانبَ تأويل الباحث صعب جدا ويرتبط بمدى التزامه بالأمانة العلمية والدقة وعدم التسرع، ولكن أعتقد أنها من أحسن التقنيات لأن فيها مرونة من خلال التعامل مع المستجوب الذي قد يألف المبحوث فيعطيه معلومات جد قيمة إلا أن هذه التقنية تعتمد بشكل أساس على شخصية الباحث ولذلك فقد تكون تحمل بعضا من الذاتية في طرح الأسئلة أو التأويل ولكنها من أهم التقنيات في الدراسات الكيفية حاليا حسب رأيي». أما عن تحليل المضمون فقد لاقت هذه التقنية أيضا قابلية الاستخدام للمبحوثين كونها تقنية مرنة مكتبية بامتياز، كما أشارت له المبحوثة رقم ٤ «أعتبر تحليل المضمون أداة مرنة وعلى الباحث أن تكون له حنكة ومقدرة على استخدامه». هذا وقد أشارت الدكتورة ثريا أحمد البدوي إلى «أن هنالك العديد من الدراسات المتعلقة بالويب ٢,٠ تعتمد على تحليل المضمون مثل تحليل مضمون بعض المواقع الإلكترونية وصفحات الفايسبوك وتغريدات التويتر الخاصة بالمنظمات العالمية الحكومية وغير الحكومية، أو تحليل مضمون لمقاطع الفيديو عن القضية المدروسة، أو تحليل المضامين القنوات الرسمية official channels للمرشحين السياسيين في الانتخابات»٣٨، وعليه تبقى تقنية تحليل المضمون من الأدوات التي تتطلب مقدرة لغوية تساعد على تحليل وتفسير وتأويل النتائج وكذلك مقدرة إحصائية تساعده في حساب البيانات. ونستنتج أن المشكلة الأساسية تتعلق بكيفية تكييف تقنية جمع المعلومات مع متطلبات البحث، حيث نجد بعض طلبة الدكتوراه لا يتحكمون بشكل جيد في تقنيات البحث وهذا بسبب ضعف تكوينهم المنهجي في مرحلتي الليسانس والماستر.

السؤال الثاني: هل تجدون هذه الأدوات كافية وفاعلة في تحقيق أغراض الدراسة؟

تختلف الأدوات المنهجية في البحوث العلمية، باختلاف طبيعة الدراسة وإشكاليتها والأهداف المرجو تحقيقها أما في ما تعلق بالبحوث المرتبطة بالإعلام الجديد فقد صرح معظم طلبة الدكتوراه المبحوثين أن الأدوات كانت فاعلة نسبيا في تحقيق أغراض الدراسة وهذا ما اتجه اليه ٨٠ بالمئة من العينة المبحوثة. ومنه ما صرحت به المبحوثة رقم ١٠ «فيما يخص فاعلية هذه الأدوات» فقد كان ذلك، إذ كان العمل على تحديد المؤشرات في شكل أسئلة سواء في إطار مقابلة أو استبيان مـُجديا وله نتائجه المتوافقة مع البدايات المـُحدّدة بدقة ووضوح» ومنه نستخلص أن كلّا من المنهج المستعمل والأدوات المنهجية له أهمية بالغة في البحث العلمي. فالمنهج بكلّ عناصره مهم في أن يكون العمل منظما وواضحا سواء من حيث النظرية التي من المفروض أن تتوافق أفكارها مع منطلقات الدراسة لتكون بمثابة المؤطر والسند لها، والأمر ينسحب أيضا على الأدوات المنهجية حيث أنّ قوة الدراسة ومدى صلابتها ومنهجيتها مرتبط وبشكل كبير بفهم الموضوع جيدا وهضمه بالإضافة إلى تحديده بدقة ووضوح، فسلامة اختيار النظرية والأدوات متوقف على ذلك في النهاية. وهنا نورد ما ذكرته الكاتبة ثريا أحمد بدوي حول المستخدم العربي في فضاءات الويب ٠,١ إلى ٠,٤ حيث قالت «إن اعتماد قلة في الأدبيات العربية في مجال الإعلام الجديد على استخدام أدوات منهجية تتوافق مع طبيعة البيئة الافتراضية ودور المستخدم في هذا السياق مثل الاستقصاء الإلكتروني والاثنوغرافيا الافتراضية والمناقشات الافتراضية وتحليل الخطابات أو مضامين المؤسسات والمستخدمين وصفحاتهم وتغريداتهم وملفات الفيديو الخاصة بهم، كما دمجت بعض الدراسات بين عدة أطر منهجية تقليدية وحديثة كمنهج المسح والمنهج المقارن أو الجمع بين تحليل ملفات الفيديو أو التغريدات والدراسة المسحية.» وتضيف الكاتبة أن استخدام الأدوات المنهجية في بحوث الإعلام الجديد في الدراسات العربية ارتبطت معظمها بالطبيعة الوصفية في الفضاء العام الرقمي، كما وظف كعظم الباحثين مجموعة من الأدوات المنهجية التقليدية، ولجأت قلة من الدراسات إلى استخدام أدوات تتفق مع فضاء الإنترنت كما دمجت دراسات أخرى بين الأدوات التقليدية والأدوات الجديدة» [٣٩]

اقتراحات في سبيل تطوير الأطر نظرية:

إن السعي لتطوير التعامل النظري مع ظواهر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد يقتضي٤٠:

لا يمكن القول تماما بهجر النظريات القائمة دراسةَ ظواهر التواصل الاجتماعي، ولكن يمكن القول بضرورة إنتاج قضايا وتفسيرات ورؤى يمكن إدماجها في هذه الأبنية النظرية لتحل

محل نظيرتها المهجورة، وتتناسب مع طبيعة الظواهر الإعلامية الجديدة، وهو ما يعني تطوير الأبنية النظرية القائمة، فأساس النظرية قد يبقى دون تغيير، لكم مفردات هذا الإطار والعلاقات بينها هي التي تتغير لتشكل تطويرا لمقولات النظرية حتى تتناسب مع الظاهرة التي نسعى لفهمها وتفسيرها.

تجنب المبالغة في محاولات تطويع مفاهيم إعلامية واتصالية سابقة، ومحاولة إخضاعها قسرا على ظواهر اتصالية جديدة، تتم في بيئة مغايرة.

عدم إغلاق أبواب الاجتهاد نحو صياغة مفاهيم ومقاربات ومداخل ونماذج نظرية تساعد في تفسير بعض ظواهر التواصل الاجتماعي.

الترحيب بدعوات بعض الباحثين لتطوير مقاربات نظرية وأدوات تحليلية مبتكرة لمعالجة الاستخدامات والتأثيرات وأنماط الانخراط في هذه المجالات الجماعية، وإنتاج أشكال المضامين الجديدة.

السير في مسارين يؤدي أحدهما إلى الآخر، على أن يبدأ المسار الأول بالسعي لصياغة نماذج نظرية مصغرة أو جزئية تتلاءم مع طبيعة الظواهر، وبما يساعد في الانتقال للمسار الثاني، والذي يستهدف صياغة نظريات تتناسب مع طبيعة الظواهر، حيث يرى بعض الباحثين البدء ببناء نماذج كمخرج للتعامل مع الإشكاليات التي توجهها بحوث الإعلام الجديد٤١، في إطار سعيها عن إطار نظري يلائم خصائص ظواهرها والتي تختلف عن خصائص ظواهر البيئة الإعلامية التقليدية.

اقتراحات في سبيل تطوير الأطر المنهجية: [٤٢]

توظيف الأدوات المنهجية الكيفية التي تتعايش وتتعمق في فكر المستخدمين وعقليتهم وتعكس وتقدم تفسيراتهم ورؤاهم الحرة لواقع الأحداث بصورة قد تختلف عن الرؤى المطروحة أو «المفروضة» من قبل الباحث في الأدوات المنهجية الكمية.

الاهتمام بتطبيق الأدوات المنهجية في سياق المجال الرقمي، للوصول لطرق تمثيل الظواهر المرتبطة بالإعلام الجديد لدى المستخدمين الافتراضيين «المتواجدين فعليا» على شبكة الإنترنت، وربطها بسياقاتهم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية مثل: الاستقصاء الإلكتروني، والتحليل الكيفي لخطابات وتغريدات وفيديوهات المستخدمين في فضاءات الإنترنت المختلفة والمقابلات أو المناقشات الجماعية الافتراضية عبر المنتديات أو المجموعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والاثنوغرافيا الافتراضية المرتبطة بمعايشة المستخدمين الافتراضيين عبر منتديات النقاش او بين المجموعات على الفايسبوك مثلا.

تشجيع تطبيق أدوات منهجية جديدة تعبر عن ذاتية المستخدمين واتجاهاتهم نحو موضوع

أو قضية بعينها، مثل تحليل ترتيب كيو A Q SORT ANALYZIS الذي يتميز بالقدرة على الدمج بين التحليل الكمي والكيفي.

ينبغي حث الباحثين الجدد على استخدام الأدوات الكيفية وتدريبهم على طرق التحليل الكيفي للمقابلات والمناقشات الجماعية المتعمقة والاثنوغرافيا الافتراضية وعلى تقديم تفسيرات كيفية تربط بين إشكالية الدراسة وسياقها.

نتائج الدراسة:

أظهرت نتائج الملاحظة ومقابلات أفراد العينة المدروسة مجموعة نتائج **جاءت كالتالي**:

(٥٠٪) من أفراد عينة البحث جاءت نظرية الحتمية القيمية منظرة لأعمالهم البحثية، ومرافقة لدراستهم في بحوث الإعلام الجديد.

فاعلية نظرية الاستخدامات والاشباعات في الإعلام الجديد واستخدامها من طرف العينة، مع أنها نظرية تقليدية، وذلك راجع إلى أنه مع ظهور الإعلام الجديد ركزت الدراسات ولازالت على الاستخدامات لهذه البيئة الجديدة ومدى تأثيرها على المستخدمين.

رغم تغير البيئة الإعلامية من بيئة ثابتة إلى بيئة مرنة ومتغيرة، فلا تزال النظريات التقليدية تنظر بحوث الإعلام الجديد.

افتقار بيئة الإعلام الجديد إلى نظريات متعلقة بها وبفضاءاتها، وإلى نماذج اتصالية تتعمق في مجالات الإعلام الإلكتروني.

قصور التنظير الإعلامي العربي، والاعتماد على نظريات غربية لا تتواءم مع البيئة العربية، مما يؤثر على مصداقية النتائج.

(٧٥٪) من أصحاب العينة المبحوثة يستخدمون الاستمارة بالطريقتين الورقية والإلكترونية في بحوثهم الأكاديمية والعلمية، بينما تتوزع النسب الأخرى على باقي الأدوات المنهجية الأخرى.

أغلبية المبحوثين أعربوا عن فشل أداة الاستبيان وهذا بعد استخدامهم لها في الكثير من البحوث العلمية، مشيرين إلى العيوب والمساوئ التي تحتويها الأداة كغياب مصداقية المبحوث في الاستمارة الورقية وإشكالية الصدق والثبات وعدم معرفة المبحوث في الاستمارة الإلكترونية.

تعد المقابلة إحدى الأدوات المثلى التي تعطي نتائج معمقة للباحث وذلك لأنها تجعلك قريبا من المبحوث وتجمع بيانات ومعلومات بها تثري البحث حيث أن نسبة (٦٦,٦٦٪) من عينة البحث يستخدمونها، لكن يبقى تجسيدها لدى الباحثين كأداة ثانية أو مساعدة لبحثه فقط.

يستصعب طلبة الدكتوراه عينة الدراسة، تقنية تحليل المضمون لخواصها المركبة كونه أداة مرنة تستدعي جهد مكتبي مضاعف وقدرة لغوية وحسابية، ورغم ذلك يرون فيها الحل الأمثل للخروج بمعلومات معمقة تساعدهم على تفسير وتحليل وتأويل نتائج دراساتهم.

ضعف التكوين المنهجي لطالب الدكتوراه عينة الدراسة في مرحلتي الليسانس والماستر، ما جعله يستصعب الإجراءات المنهجية في المراحل اللاحقة من تكوينه الأكاديمي.

معظم الأدوات المنهجية التي استعان بها الباحثون عينة الدراسة في بحوثهم حول الإعلام الجديد كانت فاعلة نسبيا في تحقيق أغراض دراستهم.

يعتبر اختيار المنهج والأداة في البحوث العلمية العمود الفقري لأي دراسة، والاختيار السليم لهما يوصلان الباحث إلى نتائج قوية وصلبة.

لازالت البحوث العربية المتعلقة بالإعلام الجديد ووسائطه، تفتقر بشكل كبير إلى أدوات رصينة تلم البحث وتوائم البيئة الافتراضية وتبقى المرجعية إلى الأدوات التقليدية بشكل دائم.

لاحظت الدراسة، عدم سماح الدكاترة المشرفين على طلبة الدكتوراه الخوض في أدوات ومناهج جديدة تثري مجالهم البحثي وإغلاق مجال الاجتهاد لديهم وذلك خوفا من عدم القدرة على المواصلة في البحث.

خاتمة: حللت الدراسة واقع المشكلات المنهجية والمعرفية البحثية المتعلقة ببحوث ونظريات الإعلام الجديد لطلبة الدكتوراه وهو ما يساعد في وضع خريطة أولية لأجندة الاهتمامات البحثية في هذا المجال، سواء على صعيد المفاهيم النظرية، النظريات الاتصالية القائمة، وكذا الأدوات والأساليب المستخدمة ومدى فاعليتها في التوصل إلى نتائج عميقة حول طرحهم البحثي.

الهوامش:

١- عبد الله المجيد، سالم مستهيل شماس، معوقات البحث العلمي في كليات التربية من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية: دراسة ميدانية -كلية التربية بصلالة أنموذجا، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٦، العدد ١- ٢٠١٠، ص٢٢.

٢- عزام أبو الحمام، حراسة البوابة في البيئة الجديدة للاتصال: دراسة في الصحافة الأردنية، أطروحة دكتوراه في معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس، ٢٠١٧. ص ٧٣، ص ١٠٣، ص ١١٣.

٣- حلمي المليجي، مناهج البحث في علم النفس، دار النهضة العربية، ط١، عمان -الأردن،٢٠٠١، ص٢٠٠١

٤- إناس أبو يوسف، منى مجدي فرج عبد المقصود، خارطة الدراسات الإعلامية المصرية في مجال وسائل الإعلام الجديدة بالقرن ٢١: دراسة تحليلية نقدية، أشغال الملتقى الدولي: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة :دروس من العالم العربي، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، ٢٠١٥، ص ص ٦١- ٩٥.

٥- أداة تحليل المستوى الثاني (الثانوي): أداة جديدة لتحليل التراث العلمي وتعرف: إجراء خطوة تحليل تالية ضمن أسلوب بحث علمي على بيانات ناتجة عن عمليات تحليل سابقة، أي «إجراء تحليل تحليل». ويعتبر جلاس glass أول وأكثر الباحثين الذين أولوا اهتماما خاصا باستخدام أداة تحليل مستوى ثان كأداة جديدة لتحليل التراث العلمي في مقالة نشرها سنة ١٩٧٦ وميز فيها بين ٣ مستويات من التحليل هي: مستوى التحليل الأولي: ويتعلق بتحليل المادة الأصلية من مصادرها، مثل تحليل محتوى الصحف، مستوى تحليل الثانوي (أو تحليل المستوى الثاني) ويهتم بتحليل النتائج المتوصل إليها من خلال التحليل الأولي، التحليل البعدي ويكون من خلال البحث في الفروض المشتركة ومعالجتها إحصائيا، انظر: عبد الحق بن جدية ،بابوري عبد الكريم، التقنيات المستحدثة في تشكيل مواقع صحف الإنترنت: دراسة تحليلية بعدية، مجلة آفاق العلوم، جامعة الجلفة، العدد الثامن، ج١، جوان ٢٠١٧، ص ٥١،٥٢.

٦- عبد الحق بن جدية، بابوري عبد الكريم، المرجع السابق، ص ٥٣.

٧- المرجع نفسه، ص٥٤.

٨- مصطفى صادق عباس، الاعلام الجديد دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ٢٠١١، ص٤.

٩- صادق مصطفى عباس، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط ١، سنة٢٠٠٨ ، ص٣٢.

١٠- المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

١١- الصادق الحمامي، الإعلام الجديد مقاربة تواصلية، مجلة الإذاعات العربية اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد ٤، ٢٠٠٦، ص٢.

١٢- ناجح مخلوف، مقاربة إبستيمولوجية لمفهوم الإعلام الجديد وديناميات، مداخلة مقدمة المؤتمر الدولي

الحادي عشر مركز جيل البحث العلمي حول التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية والذي نظمه الاتحاد العالمي للمؤسسات العلمية، طرابلس ٢٤/٢٢ أفريل ٢٠١٦، ص٢٢٣.

١٣- كزوط هشام، الإعلام الجديد من النظام إلى الفوضى الخلاقة، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٢٥ ديسمبر ٢٠١٦، السنة الثامنة، ص٠٦.

١٤- عزة عبد العزيز، الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني دراسة من منظور تحليلي نقدي، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال " الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود الرياض، الأولى ١٥ - ١٦ أبريل ٢٠١٢، ص ص٧-٨.

١٥- ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ١٩٩٢، مادة بحث.

١٦- المصدر نفسه، مادة علم.

١٧- ثريا عبد الفتاح ملحس، البحوث العلمية للطلاب الجامعيين، بيروت، الشركة العالمية للكتاب، ط ٤، ١٩٨٩، ص ٤٣.

١٨- فاطمة صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة الاشعاع الفنية، اسكندرية، ط١، ٢٠٠٢، ص٢٠.

١٩- احمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط٤، ص١٢.

٢٠- فاطمة صابر، ميرفت علي خفاجة، المرجع السابق، ص٢٠.

٢١- مها عبد المجيد صلاح، الإشكاليات المنهجية في بحوث الاعلام الاجتماعي، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي .. التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، ١٠-١١ مارس٢٠١٥، ص٠٢.

٢٢- مها عبد المجيد صلاح، المرجع السابق، ص٠١.

٢٣- المرجع نفسه، ص٠٤.

٢٤- الصادق الحمامي، مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي، أشغال الملتقى الدولي شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، تونس ٢٠١٣، ص٥١.

٢٥- عزة عبد العزيز، مرجع سابق، ص١٥.

٢٦- حلمي محسب، التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت: بالتطبيق علي عينة من المجلات المصرية والأمريكية، بحث منشور على موقع الجامعة الإسلامية بغزة على شبكة الإنترنت، http://site.iugaza.edu.ps/awafi/files/٢٠١٤

٢٧- مها عبد المجيد صلاح، المرجع السابق، ص ص ٥-٨.

٢٨- السيد بخبث، الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي قراءة تحليلية، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي... التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، ١٠-١١ مارس٢٠١٥ ص١٥-١٦.

٢٩- ثريا أحمد بدوي، مرجع سابق، ص١١٨.

٣٠- عبد الرحمان عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطية للنشر، تونس، ط١، ٢٠١١، ص٦٧.

٣١- المرجع نفسه، ص٦١.

٣٢- رايس علي ابتسام، نظرية "الاستخدامات والإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد مدخل نظري، مجلة دراسات وأبحاث، العدد ٢٥، ديسمبر ٢٠١٦، ص١١.

٣٣- رايس علي ابتسام، المرجع السابق ص١٦.

٣٤- - ثريا أحمد البدوي، مرجع سابق، ص١١٩.

٣٥- المرجع نفسه، ص ١١٨.

٣٦- عزة عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص ٠٥.

٣٧- - المرجع نفسه ، ص ٠٦ .

٣٨- - ثريا أحمد البدوي، مرجع سابق، ص٥٥ .

٣٩ - ثريا أحمد بدوي، مرجع سابق، ص ص ١٣٨ ، ١٣٩.

٤٠- السيد بخيت، مرجع سابق، ص١٩-٢١.

٤١- عزام أبو الحمام، مرجع سابق.

٤٢ - السيد بخت، مرجع سابق، ص ١٨٤.