

دور الإعلام الجديد فى تنمية العمل النسوى الإلكتروني  
دراسة تطبيقية على بعض النساء العاملين بمواقع التواصل الإجتماعى  
"الفيسبوك نموذجاً"

د /انجي خيرت حمزة

المقدمة :-

يعيش المجتمع المعاصر تحولات هائلة فى مجال الاتصال والإعلام ، أدت الى تغييرات كبيرة فى أساليب إنتاج وتوزيع وتلقى المعلومات ، فقد ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة ، وانتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة ، ومن أهمها التحول من وسائل الاتصال الجماهيرى ذات الاتجاه الواحد ، والمحتوى المتجانس ، إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين والمضامين المتعددة ، وظهر مصطلح الإعلام الجديد للتعبير عن هذه الظواهر الجديدة .

أن ثورة المعلومات التي يعيشها العالم اليوم تمثل أحد أهم مراحل التطور التاريخي ، وقد حملت هذه الثورة المعلوماتية تغييرات فى الصناعات الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات ، حيث ان عصر المعلومات أفرز نمطا إعلاميا جديدا وتغييرات فى وظائف الإعلام ، جعلت منه محورا أساسا فى منظومة المجتمع.(١)

ومع التطور المستمر فى تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، وتطور هذه التطبيقات ، ودخولها فى طقوس الحياة اليومية للأفراد ، وتغلغلها فى المجتمع ، أصبحت أحد أبرز العوامل المؤثرة فى الحياة الاجتماعية والفكرية والثقافية داخل المجتمعات.(٢)

ولقد تغلغلت التكنولوجيا الحديثة فى حياتنا اليومية بصورة مكثفة ، فهذه التكنولوجيا تلعب دوراً فى ترسيخ وتأسيس حرية الإعلام وتسهيل عملية التدفق الإعلامى، حيث إن هذا التدفق الإعلامى يحوي أنباءً اقتصادية وسياسية، ويحمل فى طياته آخر التطورات والابتكارات العلمية.

ولقد أدت الابتكارات التي حققتها التكنولوجيا إلى زيادة الرابطة بين الاتصال والثقافة ، فالاتصال له دور فى تنسيق شئون المعرفة وتغذية الذاكرة الاجتماعية ، وبصفة خاصة فيما يتعلق بتجميع ومعالجة واستخدام المعلومات ، حيث إن التكنولوجيا الجديدة تخلق مشكلات ومخاطر عديدة يجب التعامل معها بحرص واتزان ، فلا نخضع لإغرائها على أساس أنها أداة صالحة لجميع الأغراض ، ويمكن أن يستعاض بها عن العمل الاجتماعى.(٣)

إن تطوير الإعلام والاتصال عمل ضروري، ويفيد في تحسين سلوك الناس، إذا جاء التطور على أسس علمية وعملية ، والاتصال ضرورة حتمية لا يستغني عنها مجتمع من المجتمعات، ولو فقد الاتصال بين الناس لتعذر ظهور الحضارات الإنسانية.(٤)

فلا نستطيع ان نغفل دور وسائل الاعلام الجديد (فيس بوك وتويتر وغيرها ) وما أحدثته من تغيير ، فلقد أصبحت تكنولوجيا الاتصال الجديدة أداة تغيير فعالة، حيث أصبحت أساسية لتفعيل النشاط النسوي الاجتماعي ، ولقد تزايدت نسبة استخدام المرأة للإنترنت في المجتمع المصري ، ومن الملاحظ أن الكثير من النساء تحاول تأسيس صفحات إلكترونية لتحقيق مكاسب ، فلقد انتشر في الآونة الأخيرة نشاط نسوي إلكتروني ، وهو عبارة عن مجموعة من النساء يقومون بنشاط خاص ، بإنشاء صفحات عن (الموضة - الأزياء - المكياج - الطبخ) ويتم البيع من خلالها ، والهدف منه هو الترويج للنشاط النسوي على الفيسبوك والترويج لفكرة البيع والشراء.

#### مشكلة الدراسة :

أصبح لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً أساسياً وهام في تقدم الشعوب ، فقد اصبح للإعلام الجديد دور مؤثراً وفعالاً في كافة المجالات ، فهذا العالم الافتراضي كان له الفضل الأكبر في تنمية العمل النسوي الإلكتروني ، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتحقيق اشباع لدى الكثير من النساء .

ومن هنا جاءت أهمية الدراسة لأهمية المواقع الافتراضية في انتشار النشاط النسوي ، ومن هنا نبعت مشكلة الدراسة الحالية والتي تبلورت في التساؤل التالي: ما دور الإعلام الجديد في تنمية العمل النسوي الإلكتروني؟ لهذا فإن البحث يحاول تتبع انتشار النشاط النسوي عبر مواقع التواصل، ودراسة تأثيرها ودورها في إحداث التغيير في العمل النسوي عبر شبكات التواصل ، حيث لا تعد مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساسي للتغيير ، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير في كافة المجالات الاجتماعية ومنها النشاط النسوي.

ومن خلال التساؤل الرئيسي هناك مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

- ما الخصائص الاجتماعية والديموغرافية للمرأة التي تقوم بالعمل الإلكتروني؟
- ما أشكال أنشطة عمل المرأة الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما الدوافع وراء استخدام المرأة للعمل الإلكتروني بمواقع التواصل؟
- ما الاشباع التي تحققها المرأة في العمل الإلكتروني؟
- هل غيرت مواقع التواصل الاجتماعي نوعية عمل المرأة في المجتمع المعاصر ؟

- مامقترحات المرأة فيما يتعلق بتحسين العمل الإلكتروني لها ؟

#### أهمية الدراسة :-

#### الأهمية العلمية :-

إثراء حقل الدراسات الخاصة بالدور الذي تلعبه المواقع الافتراضية في تنمية العمل النسوي الإلكتروني ، حيث لوحظ قلة الموضوعات الخاصة بهذا الدور الذي يلعبه المجتمع الافتراضي على تشجيع النساء على العمل الافتراضي ، والتأكيد على أهمية الوصول إلى استراتيجية واضحة لتحقيق الهدف الأساسي لوسائل الإعلام الجديد ، ودوره في تنمية العمل النسوي من أجل إمكانية تحقيق فائدة لدى المرأة العاملة التي تستطيع تحقيق هدفها .

#### الأهمية العملية :-

تأتي أهمية الدراسة للكشف عن موقف عينة الدراسة واتجاهاتها نحو المواقع النسوية الإلكترونية ، والتعرف عما إذا كان الفيس بوك يساهم بدور فعال في تشجيع وتنمية العمل النسوي الإلكتروني ، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتحقيق الاشباعات لدى الكثير من النساء .

#### مفاهيم الدراسة :-

#### مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :-

يعرفها المنصور بأنها شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والاصدقاء ، كما تمكن الصداقات القدامى من الاتصال بعضهم البعض بعد سنوات طويلة ، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من إمكانيات التي توحد العلاقات الاجتماعية بينهم.(٥)

#### التعريف الاجرائي :-

هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح لجمهورها تبادل الاخبار والمعلومات بين مختلف الشعوب ، وتعمل على التقارب بين الشعوب ، فهو يعتبر أحد أهم أشكال الإعلام الجديد والمواقع الأكثر شهرة وانتشاراً حول العالم في السنوات الأخيرة.

النشاط النسوي الإلكتروني :-التعريف الإجرائي :-

هم مجموعة من النساء يقومون بنشاط خاص بإنشاء صفحات عن (الموضة - الأزياء - المكياج - الحلويات) يتم البيع من خلالها ، والهدف منه هو التسويق للنشاط النسوي على الفيسبوك والتسويق لفكرة البيع والشراء الكتروني .

الإعلام الجديد :

هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر وظاهرة الاتصالات عن بعد ، والإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليية وتخزينها وتوزيعها، وهذه الخاصية هي عملية توفير مصادر المعلومات والتسليية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة ، وهي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، والفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل ، والتفاعل هو وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين.(٦)

التعريف الإجرائي :-

هو الإعلام الذي نشأ وتطور نتيجة لتطور وسائل الإعلام وتكنولوجيا الإعلام والاتصالات ، والتي بدأت تؤثر على المجتمع ، وأصبحت موجودة في المجتمعات ومتاحة للأفراد والجماعات ، وبدأت في الاندماج مع أنشطة المجتمع المختلفة من خلال ظهور تقنيات حديثة.

الدراسات السابقة :

مما لا شك فيه أن البحث العلمي لا يبدأ من نقطة الصفر بل هو كالبناء يترتب بعضه على بعض ، لذلك تأتي التراكمية باعتبارها أحد أهم خصائص العلم ، وهو ما يجعل أي بحث علمي يبدأ بفحص التراث العلمي السابق ، حتى لا يبذل الباحث أو الباحثة مجهوداً في قضية قد بحثها غيره وتوصل لنفس النتائج ، ومن هنا تكون نقطة البدء دائماً في أي عمل علمي هي الاطلاع على البحوث والدراسات السابقة للاستفادة منها في صياغة مشكلة البحث ومحاولة التركيز على قضية لم تبحث من قبل ، وفي إطار بحثنا الراهن عن دور الإعلام الجديد في تنمية العمل النسوي ، حاولت الباحثة الاطلاع على كافة البحوث والدراسات المتاحة والتي تقاربت من الموضوع من زاوية أو أكثر ، وسوف تقتصر ولضيق المساحة على البحوث والدراسات التي لمست موضوع دراستها بطريقة أو أخرى، وقد انقسمت الدراسة الى محورين على النحو التالي:-

اولا: دراسات عن العمل النسوي الالكتروني .

ثانيا: دراسات عن الاعلام الجديد.

اولا: دراسات عن العمل النسوي الالكتروني:-

- دراسة هوكينز **Hawkins** نحو النسوية في عصر الفيس بوك (٧):

**بعنوان : تأثير تقنيات الشبكات الاجتماعية على مفاهيم الذات والنشاط.**

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي ، وما لها من تأثير عميق على النشاط النسائي ، وهذا التأثير ليس فقط من حيث تأثير المعلومات ونشرها بل يتعلق بالنشاط النسوي على الفيسبوك وما الذي ينفذه هذا النشاط وكيف يمكن تنفيذه ، ولقد حاولت الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية :-

- ما هو تأثير الفيس على المجتمع وكيف يفي- النشاط النسوي ؟

- كيف تستجيب النساء لتأثير الفيسبوك ؟

ولقد اعتمدت الدراسة على نظرية التأطير للفيس بوك.

ولقد توصلت الدراسة لنتائج ومنها أن هناك تأثير لمواقع التواصل على النشاط النسوي

- دراسة **Clark-Parsons, Rosemary** (٨)

**بعنوان: المسارات الشبكية للنشاط الإعلامي النسوي**

تهدف الدراسة إلى التعرف على الممارسات الشبكية للنشاط الإعلامي النسوي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث أصبحت الحركات النسوية تتوسط وتتشابك. وتتجلى النسوية المعاصرة في شكل مدونات ومجتمعات عبر الإنترنت ، وتبحث هذه الدراسة النوعية في كيفية قيام النسويات بالتنقل من خلال النشاط الشبكي.

ومن خلال التساؤل: كيف تعتمد النسويات على وسائل التواصل الإلكتروني لتنظيم المقاومة ، وتعبئة الاحتجاجات ، وتنمية المجتمعات ، واعتمدت الدراسة على تحليل إثنوغرافي للنشاط الإعلامي النسوي على مستوى القاعدة الشعبية في مدينة فيلادلفيا ، والتحليلات النصية للحملات الإعلامية النسوية الوطنية وعبر الوطنية.

## - دراسة Cassie Clark (٩)

## بعنوان: تأثير النشاط النسائي الرقمي

يهدف البحث إلى الكشف عن إمكانيات النشاط النسائي الرقمي في المستقبل لتعزيز التفاعل الاجتماعي، ولقد اعتمد البحث على طريقة دراسة حالة وأداة الاستبيان.

## ثانيا: دراسات عن الاعلام الجديد:-

دراسة محمد المنصور، ٢٠١٢، (١٠)

## بعنوان : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين

هدفت الدراسة إلى البحث و الكشف عن شكل المواقع الإلكترونية "الفيس بوك" وكنموذج خاص بقناة العربية ، ويندرج في هذا البحث مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هي أوجه التشابه والاختلاف بين شكل المواقع الاجتماعية وبين كل الموقع الإلكتروني؟

- ما هو مضمون الموقع الإلكتروني العربية على الأنترنت نموذجا والخاص بقناة العربية؟

حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعية هي الأكثر انتشارا على شبكة الإنترنت ، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية ،مما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها ، في الوقت الذي تراجع فيه وخصوصا موقع (الفيس بوك) والمساهمة في انفراط عقدة وانهياره ، فهناك من يرى فيه وسيلة هامة للتنامي والالتحام بين المجتمعات.

دراسة خالد صالح (٢٠١٢) (١١)

## بعنوان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

هدفت الدراسة بيان مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية ، وتعتبر من الدراسات الوصفية ، التي اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي بالعينة ، واستخدمت الدراسة مقياس لتأثير شبكات التواصل على قيم الشباب ، و دليل مقابلة مع الأخصائيين الاجتماعيين وخبراء رعاية الشباب ، وطبقت الدراسة على عينة حجمها (٨٠) طالب من طلاب الكليات النظرية والعملية في جامعة طنطا بمحافظة الغربية وعينة من الخبراء بلغت (٢٠) خبيرا ، ومن اهم نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى تنمية معارف المشاركة ، تدعيم صلة الرحم ، المشاركة في المناسبات العامة و الاجتماعية ، تدعيم ثقافة الحوار مع الآخرين ، تزييف وعي الشباب بقيمة الانتماء للوطن

دراسة (العززي، وديع محمد سعيد ، ٢٠١٥) (١٢)

بعنوان استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك)

هدف البحث إلى معرفة استخدامات الشباب الجامعي (طلبة أقسام وكليات الإعلام في أربع جامعات عربية) لشبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) ، ينتمي البحث إلى البحوث الوصفية الكمية، وتبني البحث منهج مسح جمهور وسائل الإعلام ، وطُبق على عينة عشوائية قوامها ٢٤٠ مفردة من (جامعة صنعاء - جامعة أم القرى - جامعة عجمان - جامعة البتراء) خلال العام الدراسي ٢٠١٣م - ٢٠١٤م، وتوصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها ما يلي :

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدوافع استخدام طلبة الإعلام بالجامعات العربية (عينة البحث) للفيسبوك على تحقيق إشباعاتهم .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام طلبة الإعلام بالجامعات العربية (عينة البحث) للفيسبوك، ومعدل الاستخدام، والموضوعات التي يتعرض لها طلبة الجامعات، والإشباعات المتحققة، والاستفادة من الفيسبوك في مجال الدراسة، وآراء طلبة الجامعات بشأن إيجابيات الفيسبوك وسلبياتها، من جهة وبين المتغيرات الآتية: النوع ، والجامعة.
- أن أغلب طلبة الإعلام في الجامعات العربية (عينة البحث) تستخدم الفيسبوك، حيث إن ٤٤.٢% يستخدمونه دائماً، و٤٦% غالباً، و٣٥.٨% أحياناً.
- أن متوسط الوقت الذي يقضيه طلبة الإعلام في استخدام الفيسبوك يصل إلى ساعتين على الأكثر.
- أن دوافع استخدام طلبة الإعلام للفيسبوك هي دوافع معرفية بالدرجة الأساس، وأن الإشباعات المتحققة لدى طلبة الإعلام جراء استخدامهم للفيسبوك كانت إشباعات معرفية في المرتبة الأولى.
- من أبرز مجالات استخدام الفيسبوك، قراءة التعليقات التي يكتبها الآخرون على الصور التي ينشرها الطالب، إرسال واستقبال رسائل مع الأصدقاء، قراءة ما يكتب على حائطه.
- أن درجة اعتماد طلبة الإعلام على الفيسبوك في الحصول على الأخبار والمعلومات كانت بدرجة متوسطة.
- أن استخدام طلبة الإعلام للفيسبوك قد أثر في اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية: حيث أثر بدرجة قوية على الصحافة ثم الإذاعة.

- أن أبرز إيجابيات استخدام الفيسبوك يكمن في التواصل مع الأصدقاء وتبادل الآراء معهم، والتعبير عن الآراء بحرية.
- أن أبرز سلبيات استخدام الفيسبوك يكمن في ترويج الشائعات، وتشويه وتحريف الحقائق، وقذف بعض الأفراد والتشهير بهم .

دراسة (مصعب حسام الدين لطفى قتلوني ٢٠١٢) (١٣)

بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي "مصر نموذجاً".

تهدف الدراسة الى معرفة الظروف التي ساعدت على عملية التغيير السياسي من خلال وسائل غير تقليدية كمواقع التواصل الاجتماعي و اعتمد الباحث على المنهج التحليلي في شرحه وتفسيره لمضمون عينة من المقالات والشعارات والمعلومات التي تداولها نشطاء الفيسبوك في مصر قبيل وخلال ثورة ٢٥ يناير . كما قام الباحث بتحليل أكبر قدر ممكن من المعلومات، سواء الواردة في المواقع الإلكترونية أو من خلال المقابلات التي أجراها مع ذوى الاختصاص في هذا الشأن.

واستخدم كذلك المنهج المقارن لمقارنة أساليب الشعوب واعتمد الباحث على نظريتين هي نظرية التعلم الاجتماعي ونظرية التحولات حيث تتمحور فكرة النظرية على انة كلما حصل تطور في وسائل الاتصال فان ذلك سينعكس على مجريات الحياة اليومية.

ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :-

أن الثورات الشعبية ما كانت لتقوم بهذه القوة لولا وجود الكثير من التراكمات والإرهاصات التي جعلت الناس تنثور في وجه حكامها ، ومن أبرز هذه الأسباب التخلف الذي كانت تعيشه غالبية الدول العربية سياسيا واقتصاديا واجتماعيا.

دراسة عبد الله ممدوح مبارك ، (٢٠١٢)(١٤)

بعنوان : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، ولقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتتوعدت عينة الدراسة من ٣٤٢ مفردة تم اختيارها بواسطة أسلوب العينة العشوائية البسيطة .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :-

جاء المجال الثاني مقاومة الرقابة والحجب والدعاية فى الإعلام الرسمي من مجالات دور شبكات التواصل الاجتماعي فى التغيير السياسي فى تونس ومصر فى الترتيب الأول ، وجاء المجال الثالث التأثير على الرأي العام المحلى والإقليمي فى الترتيب الثاني ، وجاء فى المجال الأول التهيئة والتحريض على الاحتجاجات فى الترتيب الثالث .

دراسة (أسامة غازي المدني ٢٠٠٩)، (١٥)

بعنوان : استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها .

تهدف الدراسة الى محاولة الكشف عن الدور الذي يمكن أن تلعبه المدونات كوسيلة إعلامية يحتاج إليها المجتمع لتحقيق الديمقراطية وحرية التعبير .

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، حيث تعني بوصف بعض أبعاد ظاهرة المدونات وتحليلها .

وتعتمد الدراسة على منهج المسح الوصفي ويتمثل عينة الدراسة في (٢٥٠) مفردة من الشباب الجامعي السعودي حيث أن من المتوقع أن يكونوا الأكثر تفاعلية وتأثراً بهذا المواقع ، وباعتبارها وسيلة شعبية بين عدد كبير من الأفراد المجتمع. وتستند هذه الدراسة إلى مدخل "الاستخدامات والإشباع" كإطار نظري و يمكن من خلاله التعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة ل"المدونات وموقع الفيس بوك" ودوافع هذا الاستخدام.

ونخلص من الدراسة الحالية إلى صحة الفرض من مدخل الاستخدامات والإشباع ، والذي يشير إلى أن الجمهور يشارك بفاعلية فى عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته ، وما أثبتته النتائج بارتفاع نسبة التفضيل للمدونات السعودية تلتها المدونات التابعة للدول العربية الأخرى ثم المدونات الأمريكية ، مما يتسق مع ارتفاعات درجة الاهتمام بما يتعلق بمن يشترك فى وحدة المصير أو من يؤثر عليه بقوة.

دراسة حنان بنت شعشوع الشهري ، (١٤٣٤ هـ) (١٦)

بعنوان : أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجاً"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر ، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة ، عن استخدام تلك المواقع.

ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي ، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات ، حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من (١٥٠) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية.

أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبية.

#### دراسة Ngonso BF (١٧)

بعنوان: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المراهقين والشباب: دراسة للمراهقين والشباب الريفيين النيجيريين في المدارس الثانوية. مجلة وسائل الإعلام العالمية ٢٠١٩ .

هذه الدراسة اعتمدت طريقة على طريقة المسح لاستقصاء المراهقين والشباب في أربع مدارس ثانوية مختارة في المجتمعات الريفية في Edo North ، نيجيريا ، للتأكد مما إذا كانوا يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي.

وتم اختيار حجم عينة من ٢٦٠ طالبًا ، ووجد أن المراهقين والشباب الريفيين يمكنهم الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي من خلال هواتفهم المحمولة الشخصية / الوالدين للوصول إلى الإنترنت ، كقناة بديلة للتواصل والمقاومة خلال الأزمات السياسية في باكستان وتونس ومصر .

ومن خلال العرض السابق للدراسات السابقة حول موضوع الدراسة يمكن استخلاص مجموعة من الملاحظات النقدية التالية :-

١. أكدت الدراسات السابقة وجود علاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وتأثير النشاط النسوي الرقمي

لتعزيز التفاعل الاجتماعي باعتبارها أحد أهم أشكال الإعلام الجديد ونمو الوعي لدى مستخدم هذه

المواقع ، مما أدى إلى تفعيل أدوارهم الاجتماعية

٢. لقد تنوعت الدراسات السابقة من حيث استخدامها للنظريات المختلفة وكذلك مناهج البحث ، وجاءت

معظم الدراسات إما تحليلية ، أو دراسات ميدانية لمستخدمي هذه المواقع للتعرف على تأثيرها عليهم.

٣. اتضح من الدراسات السابقة تنوع التخصصات التي اهتمت بالموضوع سواء كان في مجال الإعلام

أو السياسة أو علم الاجتماع

٤. ومن خلال هذه الملاحظات ترى الباحثة أنه على الرغم من تنوع الدراسات إلا أن غالبيتها قد ركز على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ، لكن أيا من هذه الدراسات لم يتطرق إلى دور الإعلام الجديد في تنمية العمل النسوي الإلكتروني .

الاطار النظري للدراسة :نظرية الاستخدامات والاشباعات

تعددت النماذج والنظريات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على سلوكيات واتجاهات الأفراد والتي كان أهمها مدخل الاستخدامات والاشباعات الذي ركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور .

ترجع البدايات الأولى لمدخل الإشباعات إلى الحرب العالمية الثانية، حيث اهتمت البحوث الأولى لمدخل الإشباعات بتعرف دوافع قراءة المجلات، الاستماع لبرامج المنوعات والمواد الدرامية التي قدمتها الإذاعة، واستمرت المرحلة الأولى لتطور مدخل الإشباعات حتى نهاية الستينات.

وفي منتصف الثمانينات اتسع الإطار الإمبريقي لدراسة الاستخدامات والإشباعات التي ركزت على دراسة الجوانب النفسية والاجتماعية التي تفسر استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام.(١٨)

وقد أكد كالتز - وهو أحد رواد هذا المدخل- أن استخدام وسائل الاتصال يتضح حينما يوجه اهتمامنا لما يفعله الجمهور بتلك الوسائل(١٩)، ويقوم هذا المدخل على عدد من الافتراضيات التي استنتجها كل منليند برج وهيولتن عام ١٩٦٨ ويمكن تلخيص الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات والاشباعات فيما يلي:-

- ١- يهدف حمور وسائل الاتصال إلى تحقيق أهداف محددة من خلال استخدامه لهذه الوسائل بصفة إيجابية ، لان أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال ، واستخدامهم لوسائل الاتصال يحقق لهم أهدافا مقصودة تلبي توقعاتهم.(٢٠)
- ٢- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي.
- ٣- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- ٤- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات. (٢١) وبهذا يمكن اعتبار استخدام الجمهور لوسائل الاتصال هو من أجل الحصول على التوازن الداخلي للفرد.(٢٢)

ولهذا يعتمد هذا البحث على مدخل الاستخدامات والاشباعات ويهدف مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى محاولة شرح وتفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم ومن ثم فإن الجمهور يحظى بأهمية كبيرة في هذا المدخل. (٢٣)

وبذلك يتضح من خلال الدراسة الراهنة أن الإعلام الجديد ساعد بشكل واضح في انتشار عمل المرأة الإلكتروني . وهذا ما أكدته نظرية الإشباعات والاستخدامات ، حيث أن كل وسيلة من الوسائل تقوم بإشباع احتياجات الأفراد وتلبية طلباته، وترى الباحثة ان استخدام المواقع الافتراضية يحقق اشباعات معين لدى المرأة ، فقد مكنت مواقع التواصل النساء من إنشاء شبكة من العلاقات الاجتماعية من خلال التفاعل والتواصل ، فقد مكنت مواقع التواصل النساء من تنوع النشاط النسوي الإلكتروني، ولقد اصبح لهذه المواقع أو الصفحات جمهور عريض من النساء ، والتي وجدت في هذا النشاط النسوي وسيلة لتحقيق اشباعاتهم وهذا ما ينطبق على احدى فروض النظرية التي ترى أن جمهور وسائل الاتصال إلى تحقيق أهداف محددة من خلال استخدامه لهذه الوسائل.

#### الاتجاه النسوي :-

تقوم النظرية النسوية علي أساس جملة من الأفكار، التي تدعم حقوق المرأة في كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية و داخل المجتمع الرأسمالي، وقد انبثقت أفكار هذه النظرية من دعم النظرية الماركسية. (٢٤)

وقد أهتم الاتجاه النسوي بحقوق المرأة المدنية ، ويتركز الهدف الرئيسي لهذا الاتجاه علي أساس أن أهم العوامل التي تشكل طبيعة العلاقة بين الرجل والمرأة هي الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام، فالإطار العام لهذه العوامل وما تحمله من أيديولوجيات ثقافية هي التي تشكل طبيعة سلوك الرجل تجاه المرأة، وهذا كله مرتبط بطبيعة الثقافة العامة للمجتمع تجاه المرأة(٢٥)

فمن هذا المنطلق فان هدف الحركة النسوية هو إعطاء كل امرأة الفرصة لتحقيق أفضل ما تجلها في مكانتها الطبيعية ، وأصبحت قادرة على أن تحقق بكل ما تملكه إشباعها لمتطلباتها.(٢٦)

فكان مفهوم التنمية قديماً يعتمد على كيفية الربح واهتمامه الوحيد هو الإنتاج ، غير أنه شهد في الفترة الأخيرة تحولات أدت إلى زيادة الاهتمام بالإنسان باعتباره عنصر فعال في إحداث العمليات التنموية وهذا ما صاحب مجيء نظرية تحاول وضع الجنس البشري المتكون من المرأة والرجل في مكانه واحدة ، كما تدعم دور المرأة في المشاركة وإدارة شئون المجتمع ، ولهذا برز دور جديد للمرأة.(٢٧)

وذلك يشير إلى أنه كلما ارتفع الوعي الثقافي للمرأة كلما ارتفعت هممتها ومشاركتها بالمجتمع وإبداعها ، أيضاً في فكر جديد وتمميته لإخراج عمل تشارك به في المجتمع.

وهذا ما أكدته النظرية النسوية ، وقد طورت الموجة الثانية من الحركة النسوية ، نظريتها الخاصة أثناء زيادة الوعي ، وهو نموذج لتوليد معرفة من خبرة تجربة فردانية للمرأة ، وفي الوقت ذاته بدأت دراسات المرأة الأكاديمية والتعلم النسوي في فروع المعرفة ، وذلك باقتراح أن المرأة تستخدم عمليات غير تقليدية للتفكير (٢٨) . وبالتالي فان المواقع الافتراضية تحاول كسر القيود على عمل المرأة من خلال عمل المرأة ومحاولة المرأة رفض الهيمنة الذكورية من خلال العمل الإلكتروني النسوي ومحاولة تحقيق الربح من خلال المواقع الافتراضية فمواقع التواصل استطاعت من خلال طرحها للعمل النسوي الجديد ومن خلال طرح لمجموعة من الموضوعات والمجالات المهمة التي تخص المرأة ، وأصبحت هذه المواقع مجتمعات نسوية تخص المرأة وحدها وساعد ذلك على انتشار النشاط النسوي الإلكتروني.

#### الإجراءات المنهجية :-

##### نوع الدراسة :-

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية حيث تستهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير النشاط النسوي الجديد في المجتمع الافتراضي على المرأة في عملية والبحث في طبيعة نشاط النساء الإلكتروني.

##### منهج الدراسة:-

تعتمد هذه الدراسة على طريقة دراسة الحالة وفقاً لمنهج البحث الوصفي ، حيث يقوم المنهج الوصفي بوصف ماهو كائن وتفسيره ، فقد قامت الباحثة بدراسة متعمقة لعدد من النساء التي قاموا بإنشاء صفحات على الفيسبوك متعلقة بكافة المجالات (الموضة - الأزياء - المكياج - الطعام - الحلويات) والهدف منها هو البيع الإلكتروني Online Shopping واختارت الباحثة عينة قوامها (عشرين حالة).

##### أدوات جمع البيانات:

##### أداة الاستبيان:

قامت الباحثة باستخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسة من أدوات جمع البيانات والمعلومات حيث تعتبر أداة جمع البيانات وسيلة يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ، وقد اشتملت مجموعة من:

عينة الدراسة :-

تم اختيار عشرين حالة من النساء التي قمن بإنشاء صفحات للبيع الإلكتروني.

ميررات اختبار العينة :-

من خلال ان العينة تمارس العمل الالكترونى سواء فى عمل مشروعات (الطبخ-المكياج- التسوق) أو التي تتسوق من خلال المواقع الالكترونية مثل جوميا وسوق دوت كوم .

مجالات الدراسة:-

المجال المكاني : اتخذت الدراسة ، مواقع التواصل كمجال مكاني للدراسة  
 المجال البشرى : عينة عمدية مكونة من عشرين حالة من النساء العاملات بمواقع التواصل الاجتماعي  
 المجال الزمنى : ٦ شهور مقسمة على النحو التالي :

٣ شهور لجمع المادة النظرية وإعداد أدوات الدراسة.

٢ شهور لجمع المادة الميدانية.

١ شهور لكتابة التقرير النهائي للبحث.

مناقشة نتائج الدراسة:

عرض وتحليل نتائج الدراسة وفي ضوء الأطروحات

النظرية والدراسات السابقة

تمهيد :-

اولا: الخصائص الاجتماعية والديموغرافية على بعض النساء اللاتي يقمن بالعمل الإلكتروني على صفحات الإنترنت "الفيبيوك".

ثانيا: الدوافع والاشباع التي تحققها المرأة من العمل الإلكتروني.

ثالثا: دور الإعلام الجديد في تنمية العمل النسوي الإلكتروني وتغير نوعية عمل المرأة في المجتمع.

رابعا: المشكلات التي واجهتها المرأة فى العمل الإلكتروني والمقترحات في تنمية وتحسين العمل الإلكتروني لها.

تمهيد :

أصبحت شبكة الإنترنت في الآونة الأخيرة وسيلة اتصال على درجة كبيرة من الأهمية ( بحيث لا يمكن التخلي عنها بالنسبة لكثير من الأفراد ) وانتشرت بشكل كبير بين فئات الجمهور المختلفة لأسباب متعددة، أهمها ما تتميز به من سمات تختلف عن غيرها من الوسائل تمكنها من تقديم خدمات كثيرة لمستخدميها سواء باعتبارها وسيلة اتصال أو باعتبارها مصدراً للحصول على المعلومات في مختلف المجالات السياسية (العلمية ، والاقتصادية ، والصحية ، والاجتماعية) إلى غير ذلك مما يهتم به الأفراد.(٢٩)

حيث ازدادت في الآونة الأخيرة أيضاً ظهور الأعمال الحرة للمرأة فأصبحت غير مقرونة بالعمل في الجهات الحكومية والخاصة ، ولكنها أخذت شكل آخر في الاتجاه نحو تمكين المرأة في المجتمع وفتح المجال لها عن طريق الإعلام الجديد على مواقع التواصل الاجتماعي.

فمن خلال هذه الدراسة يمكن لنا أن نتعرف على أنشطة عمل المرأة وبالأخص على "صفحات الفيس بوك" وذلك في ضوء النظريات البحثية والدراسة السابقة أيضاً وتحليل ما توصلت إليه الباحثة أثناء وبعد انتهاء دراستها لهذا الموضوع ، حيث كانت عينة الدراسة المختارة من النساء اللاتي يعملن بالمجال الإلكتروني على صفحات الإنترنت "الفيسبوك" .

ومن هذه الدراسة تنطلق عدة محاور رئيسية للتحليل لهذا الموضوع وما توصلت إليه الدراسة من نتائج بحثية

المحور الأول :

الخصائص الاجتماعية والديموجرافية على بعض النساء اللاتي يقمن بالعمل الإلكتروني على صفحات الإنترنت "الفيسبوك"

%			ك			الخصائص الاجتماعية والديموجرافية
٣٥ - ٣٠	٢٩ - ٢٥	٢٤ - ٢٠	٣٥ - ٣٠	٢٩ - ٢٥	٢٤ - ٢٠	
٥٠ %	٤٠ %	١٠ %	١٠	٨	٢	الفئات العمرية
مطلقة	متزوجة	آنسة	مطلقة	متزوجة	آنسة	
٥ %	٨٥ %	١٠ %	١	١٧	٢	الحالة الاجتماعية
فوق الجامعي	جامعي	متوسط	فوق الجامعي	جامعي	متوسط	
١٠ %	٩٠ %	-	٢	١٨	-	المستوى التعليمي أو المرحلة التعليمية
لا تعمل	تعمل		لا تعمل	تعمل		
٥٥ %	٤٥ %		١١	٩		الأعمال بجانب عملها الإلكتروني

علماً بأن العينة = ٢٠ مفردة

يتبين من خلال الجدول الآتي بأن ١٠% من عدد المبحوثات اللاتي يقمن بأعمال إلكترونية على صفحات الفيسبوك في الفئة العمرية (٢٠ - ٢٤) عاماً ، مما يدل على أن النساء من هذه الفئة غير واعية بالقدر الكافي للأعمال الإلكترونية من الصفحات على الفيسبوك وغالباً ما تكون هذه الفئة تدخل في شريحة المستوى ما قبل الجامعي والجامعي ، مما يدل أيضاً على أنهم يعتبرن الفيسبوك ما هو إلا موقع ترفيهي فقط ، ولا يمكن الاستفادة منه بشيء من أعمال إلكترونية .

أما بالنسبة للفئة العمرية ما بين (٢٥ - ٢٩) عاماً ، كانت ٤٠% من إجمالي عدد العينة مما يدل على أن الوعي والقدرة الكافية للإلمام بالأعمال الإلكترونية وأيضاً التعاقدات في العمل بشكل عام مع التجار للبضائع المبيعة والتعامل مع فئات كبيرة من مختلف شرائح المجتمع لترويج سلعتهم على النحو الإلكتروني .

كذلك في الفئة العمرية ما بين (٣٠ - ٣٥) عاماً ، كانت النتائج ٥٠% من النساء اللاتي يعملن بالصفحات الإلكترونية على الفيسبوك على وعى وإدراك كافي بكل من العلاقات التجارية ، وأيضاً عن كيفية ترويج السلعة التي يقومون ببيعها على صفحات الإنترنت "الفيسبوك" .

أما بالنسبة للحالة الاجتماعية للنساء اللاتي يعملن في المجال الإلكتروني على "صفحات الفيسبوك" فكانت نتائج الدراسة الراهنة بالنسبة لعدد العينة المختارة وهي ٢٠ مفردة كانت النتائج ١٠% من النساء غير متزوجات ، و ٨٥% متزوجات ، و ٥٠% مطلقات ، مما يدل ذلك على نسبة المتزوجات مرتفعة إلى نسبة الغير متزوجات ، ويدل ذلك على أن الكثير من النساء اللاتي يعملن وهن متزوجات بالعمل الإلكتروني يخدمن في إشباع متطلباتهن اليومية من مأكّل وملبس وإشباع حاجاتها وارتفاع مستوى معيشتهن كلها والأمر بها حتى أيضاً وهي متروجة وحتى إن كان تشمل الإشباع في قضاء وقت فراغ لها . وأيضاً يدل على إتاحة الفرصة لكثير من المتزوجات أنهن يعملن أون لاين ولا داعي للخروج للعمل خارج المنزل . ويتضح ذلك من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة .

**سؤال:** هل هناك من يقمن بعمل آخر بجانب العمل الإلكتروني ؟ فكانت النتائج تشير إلى أن ٤٥% من النساء تعملن بجانب عملهن الإلكتروني ، و ٥٥% من النساء اللاتي لا تعملن بجانب عملها الإلكتروني .

مما يتضح لنا أنه كلما زادت فكرة وتوعية النساء بالأعمال المنزلية والأون لاين وأنهن بالقدر الواعي لتشغيل المرأة نفسها وهي بالمنزل وربة أسرة كلما كانت أكثر وعياً وذلك دون أن تخرج لساحات العمل والشركات الحكومية والخاصة أيضاً .

ويتضح أيضاً أن نسبة ٤٥ % من النساء يعملن بجانب عملهن الإلكتروني على أنهن على قدر من العمل والجد في إشباع متطلباتهن ، وهذا يعنى الاكتفاء .

فمن هذا المنطلق توضح وتؤكد لنا النظرية النسوية إثبات ذلك من خلال ما توصلت إليه النظرية من أهداف حيث كان هدف الحركة النسوية هو إعطاء كل امرأة الفرصة لتحقيق أفضل ما تجلها في مكانتها الطبيعية وأصبحت قادرة على أن تحقق بكل ما تملكه إشباعها لمتطلباتها . (٣٠)

فكان مفهوم التنمية قديماً كان يعتمد على كيفية الريح واهتمامه الوحيد هو الإنتاج ، غير أنه شهد في الفترة الأخيرة تحولات أدت إلى زيادة الاهتمام بالإنسان باعتباره عنصر فعال في إحداث العمليات التنموية .

وهذا ما صاحب مجيء نظرية تحاول وضع الجنس البشرى المتكون من المرأة والرجل في مكانه واحدة ، كما تدعم دور المرأة في المشاركة وإدارة شئون المجتمع ، ولهذا برز دور جديد للمرأة . (٣١)

وكانت إجابات الحالة (٢) على غير إجابة باقى الحالات ، حيث أنها عندما توجه لها سؤال ، هل يوجد عمل بجانب عملها الإلكتروني ؟ فأجابت قائلة " إن إحنا مش لاقيين شغل حكومة فبنشغل الشغل ده ، ودى من الأسباب الللى خلتنى اشتغل الشغل ده " .

وكانت تأكيد لما استخرجته نتائج الدراسة وانتقلت مع الحالة (٣) حيث أجابت قائلة " مفيش وقت للنزول فهو بيوفر لها وقتها ومجهودها في خارج المنزل وأيضاً بتتعرف على ناس جديدة" .

وانتقلت معها الحالة (٥) والحالة (٨) قالة " أن السيدات بدأت تُبرع ويتحول تطور من شغلها وأكد ساعد العمل على صفحات الفيسبوك لأنها بتكون متواجدة بين بيتها وفي أغلب الوقت بتقدر توفق بين شغل وأطفال . وساعدت سنات كثير كانت بتدور على شغل أو حاجة تساعدها وترفع من مستوا المعيشي ولاقيته في الشغل الأون لاين .

أما بالنسبة للمستوى التعليمي فأثبتت نتائج الدراسة الراهنة على أن ٩٠ % من النساء اللاتي يكن مستوى تعليمهن جامعي يعملن بالعمل الإلكتروني على صفحات الفيسبوك .

مما يؤكد أن أغلب عينات الدراسة مُتعلمين تعليم جامعي ولا يوجد امرأة من عينة الدراسة مستوى تعليمها متوسط ، وذلك يشير إلى أنه كلما ارتفع الوعى الثقافي للمرأة كلما ارتفعت همته ومشاركته بالمجتمع وإبداعها ، أيضاً في فكر جديد وتنميته لإخراج عمل تشارك به في المجتمع .

وهذا ما أكدته النظرية النسوية ، وقد طورت الموجة الثانية من الحركة النسوية ، نظريتها الخاصة أثناء زيادة الوعي ، وهو نموذج لتوليد معرفة من خبرة تجربة فردانية للمرأة ، وفي الوقت ذاته بدأت دراسات المرأة الأكاديمية والتعلم النسوي في فروع المعرفة ، وذلك باقتراح أن المرأة تستخدم عمليات غير تقليدية للتفكير . (٣٢)

وحيث تحاول جوليت ميتشل في كتابها [ سلطة المرأة ] عام ١٩٧١ م ، أن تمزج بين الفروع الأساسية للمذهب النسوي تحت مظلة مفهوم واحد جامع ، وهذا النوع (Gender) ، وتقول من أن هذا قمع للمرأة ينحدر في صيانتها في ظل المجتمع الطبقي ، وذلك يجب تغيير وضع المرأة ووظيفتها في المجالات العامة والخاصة كي تتحقق لها الحرية الكاملة ، حيث تذهب إلى أن النوع لا يتوقف على الجوانب البيولوجية فقط ، فالجنس ينبع من الخصائص التشريعية ، أما النوع فمكتسب من خلال عملية التأثير ، والتأثير الثقافي ، فالنوع منتج من منتجات الثقافة . (٣٣)

#### المحور الثاني: الدوافع والإشباع التي تحققها المرأة في العمل الإلكتروني

كانت الدوافع والإشباع من خلال إجابات المبحوثات مكملاً للبعض ، فغالباً ما تكون الدوافع ورائها إشباعاً واحتياجات للمرأة تُلبى من خلال العمل الإلكتروني .

فقد تباينت إجابات المبحوثات في الإشباع التي يمكن أن تحققها النساء من خلال عملها بالصفحات على الفيسبوك .

فكانت إجابات الحالة رقم (٣) " حيث أتواصل مع الناس وأروج منتجاتي ، وأعمل علاقات وتعريف كثيرة بين مختلف شرائح المجتمع بحيث أقوم بنشر ودعاية للمنتجات وده ساعد على أن منتجاتي توصل لباقي المحافظات في مصر " .

وكانت إجابة الحالة رقم (١١) متباينة معها وكانت قائلة أن " الدوافع هي احتياجها وراء المورد المالي وإثبات نفسها وممارسة هوايتها حيث أن الإشباع كانت إحساسها بالاستقلال والنجاح وتوفير المورد المالي لها " .

وكانت إجابة الحالة رقم (١١) متفقة مع أكثر حالات الدراسة ، حيث كانت الحالة رقم (٤) تتفق قائلة " أيوه طبعاً بتعود الدوافع لأسباب مادية وبرضو بتساعد في البيت في جزء كبير وأكثر الإشباع مادية " .

وكانت إجابة الحالة رقم (٥) أن " قد تكون الدوافع هي المساهمة في متطلبات الحياة بالإضافة لتسهيل العمل ، وكانت الإشباع هي تحقيق ربح وتملي أوقات الفراغ وحضوري بأني أعمل وأساهم في متطلبات الحياة " .

واتفقت معها الحالة رقم (٨) فى أنه " قد تكون الدوافع زيادة الدخل والإشباعات أغلبها إشباع للفراغ وتسلية وزيادة الدخل ، كالحالة رقم (٧) " عندما أشارت إلى أن تكون الإشباعات غالباً إشغال وقت فراغها واحتياجها المادي والاجتماعي " .

وأشارت فى إجابتها إلى أن هذا العمل هو عمل مكمل وليس أساسياً ، مما يدل على أن إجابات المبحوثات أغلبها تكون الدوافع ورائها دوافع مادية واجتماعية أكثر من كونها إشباع لوقت الفراغ ، حيث كثرة متطلبات الحياة اليومية مما يجعل المرأة تفكر فى ارتفاع مستوى معيشتها وتلبية متطلباتها وفقاً لمتطلبات الحياة اليومية لها ، وكيفية تلبية تلك الاحتياجات بإبداعها فى التفكير بالعمل الإلكتروني وإنشاء صفحات على الفيسبوك لترويج سلعتها وإقامة علاقات جديدة لمعرفة أناس جدد.

فكانت الإشباعات وراء العمل الإلكتروني كثير من الحالات ، وهذا ما تفسره لنا نظرية الاستخدامات والإشباعات خاصة وسائل الإعلام .

وهذا ما يتفق مع الدراسة الراهنة فى صورة وسائل الإعلام الجديدة خاصة الفيسبوك حيث إن كانت دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام خاصة .

وقد تم تقسم دراسات الإتصال و دوافع التعرض إلى فئتين هما :-

دوافع منفعية :-

تستهدف التعرض على الذات أو إكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام ، تلك الأشكال التى تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية .

وهناك دوافع طقوسية :- تستهدف تفضية الوقت والإسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة ، والهروب من المشكلات. (٣٤)

وتمثلت أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات فى معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض للوسائل الإعلامية عبر وسائل الاتصال الأخرى ، والحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال. (٣٥)

وهذا ما فسرتة نظرية الاستخدامات والإشباعات فى فهم الدوافع وراء استخدام وسائل الإعلام الجديدة خاصة " الفيسبوك " دون غيرها من وسائل الإعلام الجديدة.

فى ضوء ذلك أوضحت دراسة (Hawkins) نحو النسوية فى عصر الفيسبوك :-

تأثير تقنيات الشبكات الإجتماعية على مفاهيم الذات والنشاط ، وهدفت الدراسة بالتعرف على مواقع التواصل الإجتماعى وما لها من تأثير عميق على النشاط النسائى ، هذا التأثير ليس فقط من حيث تأثير المعلومات بل يتعلق بالنشاط النسوى على الفيسبوك تحديداً .

وكانت تأكيد على ما قدمته دراسة (Hawkins) حيث دراسة طبيعية النشاط النسوى على الفيسبوك مختلفة ، يمكن توضيح الأنشطة التى تعمل بها وإستخداماتها على عينة الدراسة .

فقد تنوعت الأنشطة التى تقوم بها النساء على صفحات الفيسبوك والتسويق عبر هذه الصفحات .

وبسؤال المبحوثات عن نوعية هذه الأنشطة جاءت الإجابات متمثلة فى الجدول الآتى :-

#### انشطة عمل المرأة الالكترونى

نوع النشاط الذى تقوم به النساء على صفحة الفيسبوك	ك	%
(الطعام والحلويات)	٣	١٥ %
(الملابس والمفروشات)	٨	٤٠ %
(منتجات التجميل والإكسسوارات)	٩	٤٥ %

علماً بأن " ω = ٢٠ مفردة

يوضح لنا الجدول الآتى أن أكثر الأنشطة التى يقمن بها النساء اللاتى يعملن على الفيسبوك بإنشاء صفحات لترويج سلعاتهن ومنتجاتهن كانت أكثرها منتجات ( تجميلية وإكسسوارات ) للنساء حيث كانت نسبتها ٤٥ % بالنسبة لعينة الدراسة تليها أنشطة ( الملابس والمفروشات ) وكانت نسبتها ٤٠ % من إجمالى عينة الدراسة وتليها أنشطة ( الطعام والحلويات ) بنسبة ١٥ % من عدد عينة الدراسة .

مما يجعل تفسيراً لهذه النتيجة هو أن أكثر الأنشطة التى تلقى بيعاً على مستوى العمل الإلكترونى والأكثر إقبالاً بالنسبة للمرأة فى الشراء شراء الأدوات التجميلية ، وذلك بزيادة أنشطة بيع أدوات التجميل والإكسسوارات المتداولة أكثر فى صفحات الفيسبوك ، مما يدل ذلك على أن أكبر شركة وفئة مستهلكين هم النساء .

كما توضحها وتفسرها نظرية الإستخدامات والإشباع أن الدور الحقيقي للجمهور فى العملية الإتصالية وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط ، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض ، حيث يختار الجمهور قبل عرض المحتوى الذى يفى بحاجاته ، ويحقق له إشباعات معينة.

وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام ، ويسعى لتحقيق غاياته ورغباته من خلال التعرض الإختياري الذى تمليه عليه حاجاته ورغباته. (٣٦)

هذا مما يجعل الباحثة تتعرف على دور الإعلام الجديد فى تنمية العمل النسوى الإلكتروني من خلال إجابات أنشطة المحتويات بهذا العمل الإلكتروني.

### المحور الثالث: دور الإعلام الجديد فى تنمية العمل النسوى الإلكتروني وتغير نوعية عمل المرأة فى المجتمع

أحدثت طفرة إستخدام التكنولوجيا ووسائل الإعلام الجديدة إلى ظهور نوعيات عمل لم تكن موجودة بهذه الصورة من قبل وأثر ظهور هذه المواقع على تغيير فى تفكير النساء حيث بدء ظهور أنواع مختلفة من التجارة وأصبحت المرأة غير مقتصرة على العمل الحكومى الروتينى أو أن تكون ربة منزل فقط .

فوجد أن وجود موقع الفيسبوك ساعد المرأة أن تقوم بإنجاح مشروعها إلكترونياً حيث أتاح موقع الفيسبوك توفير البيئة المناسبة لعرض أفكار مشاريع النساء ، فترى الباحثة أن من العوامل التى ساعدت النساء فى نجاح مشروعها إلكترونياً هى ما أشارت إليه إجابة عينة الدراسة أن البعض من إجابات عينة الدراسة اتفقت على أن الفيسبوك ساعدها فى أن توسع دائرة معارفها وبالتالي يكبر مشروعهن ، وأن الفيسبوك ساهم فى تغيير عملهن وأسهل فى التعامل مع الناس.

وإجابة الحالة رقم (٣): " أيوه ، ساعدنى أنى أسوق لمنتجاتى وأودى منتجاتى كمان لباقى محافظات مصر ، وده عن طريق شركات الشحن ، والتواصل الإجتماعى والتعرف على ناس جديدة ، وعلاقات كويسة مع الناس " .

كما تؤكد الحالة رقم (٢) بالتسويق " شايفه أن أكثر حاجة بتنتشر المنتج إن واحدة صحبتك تقول لصاحبته أكثر وتوسع دائرة الإنتشار أن المنتج ده حلو وكويس وطبعاً غير الإعلانات الممولة اللى بتنتشر وتسوق المنتج بتاعك لو أتعمل صح ، وأنا عملت تسويق لنفسى وكان بيروج كثير وعملت مرة واحدة إعلان ممول بس مكنتش قوى " .

وكانت هذه الحالة مجال نشاطها فى مجموعة (Tabber Wear) ، وكانت ترى فى إشارتها للإجابات أنها شايفه أن فى توسع فى الإعلانات الممولة وأكد هيفتلف التسويق للمنتجات .

مثمًا أشارت الحالة رقم (٥) أن أصبحت كل المنتجات متاحة من خلال الإستيراد والتجار المحليين ، وأن الفيسبوك جعل المجتمع كله متصل ببعضه البعض دون الإضطرار إلى النزول ، وبدأت المرأة تستخدم طريقة الشحن من خلال المندوبين . إنها تسوق منتجها مقابل جزء مادي من الشركة الداعمة للمنتج .

كما أشارت الحالة رقم (١٥) إلى " كنت بسوق لنفسى فى الأول وبعد كده فيه شركات بقت راعية ليا " .

حيث أن هذه الحالة نشاط عملها فى مجال التجميل (Makeup Artist) ، وهذا النشاط يلقى رواجاً ليس لسلعة ولكن ( ميكب أرتست ) لعملها وفنّها فى هواية الرسم وهى شايهه أن الميكب دلوقتى مهم جداً ذى الأكل واللبس "

وأكدت الحالة رقم (١٨) قائلة " أنا بسوق لنفسى والفيسبوك ساعدنى كثير جداً فى عرض منتجاتى " .

ومن هنا يتضح للباحثة أن هناك حالات من المبحوثات فمن بالجوء لشركات تسويقية لتسويق منتجاتهن ، وهناك من سوقت لمنتجاتها لنفسها .

فمن خلال عينات الدراسة يتضح لنا أن موقع التواصل الإجتماعى والفيسبوك تحديداً أدى إلى تغيير نوعية عمل المرأة وأنها ليست مقتصرة على ربط العالم ببعضه البعض ، ولكن تضم هذه المواقع إقتصاديات العالم ، فالأمر غير مقتصر على مصر فقط ، ولكن هذا الأمر منتشر عبر العالم أجمع .

ولقد سهل وجود الفيسبوك ، وهو أحد أشكال الإعلام الجديد حركة البيع والشراء الأون لاین لكل المنتجات ، حيث جاءت إجابة الحالات فى معظمها أن وجود الفيسبوك سهل عليهن عرض المنتجات والبيع ، وأن معظمهن لا يلجأن لشركات تسويقية ، بل يقمن بالتسويق لأنفسهن .

ومن وجهة نظرهن من خلال الإجابات أن الإعلام الجديد فتح آفاقاً جديدة لهن ، حتى أصبحت النساء سيدات أعمال .

وبذلك يتضح من خلال الدراسة الراهنة أن الإعلام الجديد ساعد بشكل كبير فى تنمية عمل المرأة الإلكتروني . وهذا ما أكدته نظرية الإشباع والإستخدامات حيث أن كل وسيلة من الوسائل تقوم بإشباع إحتياجات الأفراد وتلبية طلباتهم .

المحور الرابع: المشكلات التي واجهتها المرأة في العمل الإلكتروني والمقترحات في تنمية وتحسين العمل الإلكتروني لها

واجهت المبحوثات الكثير من المشكلات أثناء عملهن بالعمل الإلكتروني ومنها جاءت الحالة رقم (١٢) قائلة " أكثر المشكلات وأكثر حاجة متعبة التعامل مع الناس ، يعنى بتتعامل مع فئات مختلفة بيئات مختلفة وثقافات أيضاً مختلفة لأن في كثير بيتعاملوا معاكى على أنهم اشتروكى ، وطبعاً ناهيكى عن عمليات النصب " . كما جاءت الحالة رقم (١) قائلة " فيه ناس كتير بتطلب الأوردر ويعدها أجهزة ويطلع الناس إالى طالباها تلغى الأوردر ومحدث ياخده بعدها " .

وكانت نظير الإجابة للحالة رقم (١) أيضاً الحالة رقم (٢) وأيضاً بعض المشكلات التي واجهتها المبحوثات كالحالة رقم (٥) " إن العميل يطلب الأوردر ويبدى عنوان غلط فتضطر البائعة تتحمل مصاريف شحن البضاعة، وأيضاً المشكلات التي نتعرض ليها من معاكسات وألفاظ خارجة من بعض الزبائن " بالأخص الذكور. فكانت معظم المشكلات التي واجهتها المبحوثات هي النصب وعدم الثقة والمصادقية .

ومن ثم يمكن أن توضح لنا نتائج الدراسة عن إجابات المبحوثات في المقترحات التي تقدمها في تحسين العمل الإلكتروني لها.

#### مقترحات المرأة فيما يتعلق بالعمل الإلكتروني :-

فبحسب إجابات المبحوثات أن المرأة تستطيع تطوير مشروعها عن طريق اللجوء إلى أخذ كورسات لتدعيم مشروعاتهم .

فكانت إجابة الحالة رقم (١٥) تؤكد على أنه لا بد من تطوير المرأة ل عملها قائلة " أنا في أول ما إشتغلت كنت بعمل ميكب ، لكن بدأ الإقبال يزيد لما بدأت أطور من نفسى وأخذ كورسات وأحسن مستوايا في العمل ، بدأ الإقبال يزيد وحلمى اتحقق وبدأ يجيلى بنات وعرايس من خارج مصر كمان بيطلبونى بالاسم ، لأن الميكب دلوقتى مهم جداً ذى الأكل واللبس ، وكمان بقيت أعمل فيديوهات عن وصفات للحفاظ على جمال المرأة ، وأهم ما يمكن أن تعمله المرأة في يومها وكده ما إقتصرشى على الميكب بس ، لأ كمان الفيسبوك ساعدنى كتير إنى أوصل للعالمية " .

وكانت إجابة الحالة رقم (٧) أضافت إقتراحات متعلقة بتحسين كيفية تنمية الإعلام الجديد لعمل المرأة قائلة " الإعلانات وتحسين صورة الجروبات أون لاین ، وأيضاً ثقتى ووعى الناس إالى على السوشيال ميديا إن الشغل الأون لاین مش لعب ، دى شغلانه زيها زى أى شغل " .

كما أكدت الحالة رقم (٩) أن " الفيسبوك ساعد الجروبات على الإنتشار عن طريق الإعلانات من خلال الأفراد المنضمين للجروب حيث أن كل جروب وأفراد بيضيفوا أصدقائهم القاطنين في محافظات أخرى ، وبالتالي يساعد على إنتشار أكبر عدد ممكن من الأفراد " .

وأيضاً أشارت الحالة رقم (٥) إلى أنه " يجب على المرأة محاولة تأمين نفسها من النصب من خلال تحويل جزء من المبلغ من قبل العميل وتضمن مصداقية ووضع شروط واضحة من خلال بنود وكمان محاولة تطوير طريقتها في العرض للسلعة إلى ترويجها وأسلوبها .

ومن ثم فقد أجمعت المبحوثات على أن هناك مقترحات لتنمية العمل الإلكتروني على موقع الفيسبوك وتحسينها تتمثل في :-

- ١- أخذ كورسات لتدعيم وتحسين مشروعاتهم .
  - ٢- المصداقية في العمل الإلكتروني بموقع الفيسبوك .
  - ٣- التطوير في عرض السلعة التي يعرضونها وأن يكون هناك الجديد في طريقة عرضها للسلعة .
- وأن هناك دائماً أفكار كثيرة لتطوير العمل لديها ، وأيضاً أشارت إلى الدور الذي يجب أن يقوم به الإعلام الجديد في تطوير وتحسين عمل المرأة الإلكتروني .

#### النتائج العامة للدراسة :-

يتضح من خلال الدراسة الراهنة أن ثمة نتائج توصلت إليها الدراسة ، فترى الباحثة أنه مما سبق ذكره بالدراسة لا بد من رفع وتحسين إنتاجية المرأة ، وأيضاً دعم المشروعات التي يقمن بها النساء اللاتي يعملن بالمواقع الإلكترونية وبالأخص الفيسبوك ، وتشجيع المرأة أيضاً بتطوير وتحسين مجالات العمل المستحدثة من حيث إمكانية التنفيذ ، ودورهم المتكامل والفعال في المساعدة في النهوض بوضع المرأة في تكنولوجيا المعلومات حتى يكون لدينا مجتمع قادر على لعب دوراً فعالاً في عملية التنمية ، وذلك يحتاج إلى تفعيل دور المرأة بالقطاع الخاص بها ، وتدعيم دورها في النشاط الإقتصادي ككل وذلك يكون عن طريق خلق وتطوير قنوات إتصال تربط بين مشروعاتها الصغيرة الأون لاین على مواقع التواصل الإجتماعي " الفيسبوك " بالمشروعات الكبيرة ، ويكون ذلك بتحسين عملها وتطويرها أكثر حيث رفع الإنتاجية وإيجاد تدريب شاملوفعال على إستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة ، وذلك يساعد المرأة على إكتساب مهارات جديدة لديها في الإدارة والتسويق وأساليب التجارة الإلكترونية ، وطرق التمويل المختلفة ، وأيضاً لا بد من توفير الضمانات للمرأة العاملة في هذا المجال وتغيير نظرة المجتمع

لها وذلك عن طريق تحسين مستوى تكنولوجيا المعلومات فى الإقتصاد ككل ، والتعرض لثقافات أخرى تشارك بها المرأة فى هذه المجالات التسويقية عبر الإنترنت مما يزيد من تقبل المرأة والمجتمع لهذا العمل.

## المراجع :

- ١- خلافاوى ،شمس ضيات ، الاعلام الجديد : قراءة فى تطور المفهوم والوظيفة ، مجلة علوم الإنسان والمجتمع ، جامعة محمد -خيزر بسكرة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، ع ١٥ ، ٢٠١٥ ، ص ١٢-٢٩ .
- ٢- مها عبد المجيد صلاح ، الإشكالية المنهجية فى دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعى ، رؤية تحليلية ،المجلة العربية للإعلام والاتصال ، السعودية ، ٢٠١٦ ، ص ٥ .
- ٣- محمد عبد القادر حاتم ، ديمقراطية الإعلام والاتصال ، الهيئة العامة للكتاب، ١٩٩٦، صص ١٣ ، ٥٦ ، ٥٧ ، ٥٨ .
- ٤- على عجوة ، مقدمة فى وسائل الاتصال ، مكتبة مصباح ، الطبعة الأولى ، المملكة العربية السعودية ، ١٩٨٩ ، ص ص ١٣-١٩ .
- ٥- حنان بنت شعشوع الشهرى ، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية"الفييس بوك وتويتر نموذجاً"دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة،جامعة الملك عبد العزيز ، كلية الاداب والعلوم الإنسانية ، المملكة العربية السعودية ، ١٤٣٤ ، ص ص ١٥ - ١٦ .
- ٦- سميرة شيخانى ، الإعلام الجديد فى عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد ٢٦ ، العدد الأول والثانى ، ٢٠١٠ ، ص ٤٤٢ .
- 7- Hawkins, Tracy L, Toward a Facebook-era Feminism: The Impact of Social Networking Technologies on Concepts of Selfhood, Agency, and Activism ,The Claremont Graduate University, ProQuest Dissertations Publishing, 2011.
- 8- Rosemary Doing It Ourselves: The Networked Practices of Feminist Media Activism. University of Pennsylvania, ProQuest Dissertations Publishing, 2018
- 9- Cassie Clark , Trending Feminism: The Impact of Digital Feminist Activism, The Columbian College of Arts and Sciences of The George Washington

University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts proquest May 17, 2015

- ١٠- محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ، دراسة مقارنة لمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذج ،ماجيسستير ، مجلس كلية الآداب والتربية / الأكاديمية العربية في الدانمارك، ٢٠١٢.
- ١١- خالد صالح (٢٠١٢) ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية العدد (٣٣) - الجزء الاول،كلية الخدمة الاجتماعية جامعة حلوان ، ٢٠١٢.
- ١٢- العززي، وديع محمد سعيد (٢٠١٥) ، بعنوان استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) : دراسة مسحية على طلبة كليات وأقسام الإعلام في أربع جامعات عربية، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، ع١٤ ، ٢٠١٥.
- ١٣- مصعب حسام الدين لطفى قتلوني(٢٠١٢) ، دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك " في عملية التغيير السياسي مصر نموذجا ، جامعة النجاح الوطنية ، كلية الدراسات العليا ، رسالة ماجستير ، ٢٠١٢.
- ١٤- عبد الله ممدوح مبارك (٢٠١٢) ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير الياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ،كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، الأردن ، ٢٠١٢.
- ١٥- أسامة غازي المدني (٢٠٠٩)، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها ،دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان - ع ٢٦ (يوليو ٢٠٠٩).
- ١٦- حنان بنت شعشوع الشهري (١٤٣٤هـ) ، مرجع سابق،

17- Ngonso BF. Effect of Social Media on Teenagers and Youths: A Study of Rural Nigerian Teenagers and Youths in Secondary Schools. Global Media Journal, Volume 17, Issue 32 , 2019)

- 18- Barrie Cunter, Media research methods: measuring audiences, and impact, sage publications. London & Newdelhi 2000, p.16.
- 19- Reed, H. Blake & Edwin O.Haroldsen, "A Taxonomy of concepts in communication" communication arts books, hastings house publishers, New York: 1982, 3ed printing. p54.
- ٢٠- عائشة قرة ، تأثير النشاط النسوي الافتراضي على النساء عبر مواقع التواصل الاجتماعي " دراسة تطبيقية ، مجلة الدراسات الإعلامية ،المركز الديمقراطي العربي ، برلين المانيا ، العدد الثامن ، ٢٠١٨، ص ١٢٢ .
- ٢١- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق. ص ٢٤١ .
- 22- Denis Mcquail and Michael Gurevitch: "Escplaining audience behavior three approoches considered theases of masscommunication", beverly hills sage Publications, volume,1974, p288.
- 23- Blumler & Kat, (1974): The Uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research, p.21
- 24- Backsck. Engels Revisited : Woman Theorg Gonization of Production and Private Property in Toward and Anthology of Woman Red Reyna Reiter New York: Monthly Review Press,1975.
- ٢٥- سامية قدري، التيار النسوي والعمل الأكاديمي في مصر، أعمال ندوة ، مركز البحوث والخدمات المتكاملة بكلية البنات(٣-٤ مارس ٢٠٠٢) ، عبد الباسط عبد المعطي، واعتماد علام ، محرران مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة عين شمس ، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٤٤٠ .
- ٢٦- ويندى كين ، كولمار ، فرانسيس بارتكوفيسكى ، ترجمة عماد إبراهيم ، النظرية النسوية "مقتطفات مختارة" ، الأهلية للنشر ، الأردن ، ٢٠١٠ ، ص ١٨ .

- ٢٧- بحرى دلال ، النظرية النسوية فى التنمية ، مجلة المفكر ، العدد الحادى عشر ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيلى بسكرة ، الجزائر ، ص ٧٠ .
- ٢٨- ويندى كين ، كولمار ، فرانسيس بارتكوفيسكى ، ترجمة عماد إبراهيم ، النظرية النسوية "مقتطفات مختارة" ، مرجع سابق ، ص ٤١ .
- ٢٩- ممدوح السيد عبد الهادى شتلة ، دراسة بحثية "المستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالمشاركة فى الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٤ ، جامعة كفر الشيخ ، ث ٢ .
- ٣٠ - ويندى كين ، كولمار ، النظرية النسوية "مقتطفات مختارة" ، مرجع سابق ، ص ١٨
- ٣١ - بحرى دلال ، النظرية النسوية فى التنمية ، مرجع سابق ، ص ٧٠ .
- ٣٢- ويندى كين ، كولمار ، فرانسيس بارتكوفيسكى ، ترجمة عماد إبراهيم ، النظرية النسوية "مقتطفات مختارة" ، مرجع سابق ، ص ٤١ .
- ٣٣ - سادة جامبل ، النسوية وما بعد النسوية ، ترجمة أحمد الشامى ، المجلس الأعلى للثقافة ، مجلة الوحدة ، السنة الأولى ، العدد ٩ ، ٢٠٠٢ ، ص ٤٥٣ .
- ٣٤ - بارعة حمزة شقير ، دراسة "استخدام اساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة لها " ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد ٢٥ ، العدد الأول ، ٢٠٠٩ م ، ص ٤٥٨ .
- ٣٥- حسن مكاوى ، ليلى السيد ، الإتصال ونظرياته المعاصرة ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨م ، ص ٢٤٢ .
- ٣٦ - سعود البشر محمود ، مقدمة فى الإتصال السياسى ، مكتبة العبيكان للنشر ، الرياض ، ١٩٩٧ م ، ص ٤٧ .