

تلقي المرأة العاملة للمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري بالفايسبوك - دراسة ميدانية -

Working women receive political content about the Algerian popular movement on Facebook - A field study -

وحيدة بوفدح بديسي جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة الجزائر - w.boufdeh@univ-emir.dz	هيبه شعوة* جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريرج الجزائر - hiba.chaoua@univ-bba.dz
--	---

تاريخ القبول: 2026/05/22

تاريخ الاستلام: 2025/02/16

الملخص

تسعى هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على طبيعة تلقي المرأة العاملة للمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري بالفايسبوك، وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي المسحي بأداته الاستمارة الاستبائية، التي تم توزيعها على عينة قصدية مشكلة من 45 مفردة من النساء العاملات بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن المرأة العاملة عينة الدراسة تهتم وتتفاعل مع المضامين السياسية حول الحراك، وأن الفاييسبوك يعد من أهم مصادر المعلومات عن الحراك حسب رأي النساء عينة الدراسة، خاصة وأن الفاييسبوك يعتبر من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى النساء عينة الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الفاييسبوك؛ التلقي؛ المرأة العاملة؛ المضامين السياسية؛ الحراك الشعبي الجزائري.

abstract

This study seeks to shed light on the nature of working women receiving political content about the Algerian popular movement on Facebook. We relied on the descriptive survey method with its questionnaire tool, which was distributed to a

* المؤلف المرسل: شعوة هيبه، الإيميل: hiba.chaoua@univ-bba.dz

purposive sample of 45 working women at the Emir Abdelkader University of Islamic Sciences.

The study concluded that working women in the study sample are interested in and interact with political content about the movement, and that Facebook is one of the most important sources of information about the movement according to the opinion of the study sample, especially since Facebook is considered one of the most used social networking sites among women in the study sample.

Keywords: reception ;working women ;political contents ; Algerian popular movement

مقدمة:

نعيش اليوم في عالم شبيه بفضاء مفتوح الأفق نتيجة التطور التكنولوجي الرهيب، الذي مكن من سرعة انتقال وتبادل المعلومات متخطيا بذلك مختلف الحواجز والعوائق الزمانية والمكانية، ويُعد ظهور وانتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم مظاهر هذا التطور.

لم يعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها صفحات الفاييسبوك أداة فعالة للتواصل أو تكوين معارف جديدة، بقدر ما أصبح فضاء عموميا للنقاش وتبادل الآراء حول مختلف القضايا الاجتماعية والثقافية والدينية والسياسية وغيرها، حيث تفرض هذه القضايا نفسها على صفحات الفاييسبوك بحسب حجم تداولها ودرجة أهميتها في المجتمع.

ومن هذه القضايا نجد قضية الحراك الشعبي الجزائري الذي فرض نفسه على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وبحكم التخصص ومن خلال متابعتنا لأحداث الحراك وتداولاته عبر مختلف الوسائل الإعلامية لاحظنا أن المرأة قد أثبتت وجودها في الحراك بقوة، ونلمس ملامح الظاهرة من خلال خروج المرأة الجزائرية ومشاركتها في المظاهرات، ورفعها بكل جرأة لشعارات تعبر فيها عن رأيها، فلم يعد النقاش حول الحراك الشعبي حبيس النقاشات السياسية للرجال، بل أصبح موضوع كل الجزائريين والجزائريات.

بناء على ما سبق جاءت إشكالية بحثنا، حيث نسعى من خلال هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على طبيعة تلقي المرأة العاملة للمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري بالفايسبوك وقد فضلنا إجراء البحث على المرأة العاملة، كون أن خروج المرأة للعمل يمنحها فرصة أكبر لإيجاد فضاء من التواصل والنقاش مع الزملاء والزميلات، والتفاعل مع الأحداث

الهامة على الساحة الوطنية والدولية، ومنها قضية الحراك الشعبي الوطني، كما أن المرأة العاملة في العموم تشعر بنوع من الاستقلالية وحرية الرأي والتعبير عنه، وكذا انفتاحها على مختلف الموضوعات والقضايا المتداولة في الفضاءات العمومية و السيبرانية، ومن هذه القضايا قضية الحراك الشعبي الجزائري كأحد أهم المضامين السياسية المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي حينها، ومنه نطرح السؤال الرئيس للإشكالية: **ما طبيعة تلقي المرأة العاملة للمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري بالفيسبوك؟**

ويندرج تحت السؤال الرئيس للدراسة الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام المرأة العاملة للفيسبوك لتلقي المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري؟
- ما حجم اهتمام المرأة العاملة بالمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري بالفيسبوك؟
- ما رأي المرأة العاملة في مدى أهمية الفيسبوك في تقديم المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري؟

1. الخلفية النظرية للدراسة:

1.1. أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الموضوع من خلال:

- تتطرق أهمية الدراسة من أهمية ما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي من فرص وفضاء عمومي جماهيري للحوار والنقاش الحر حول مختلف القضايا السياسية والاجتماعية، والاقتصادية، وحتى الأمنية منها، خاصة أن شبكة الفيسبوك تعد أكثر الشبكات استخدامًا في الجزائر، إذ بلغ عدد مستخدميها 22 مليون شخص في جانفي 2019 (حميدو، 2019)

هيبه شعوة. تلقي المرأة العاملة للمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري - دراسة ميدانية-
وحيدة بوفدح بديسي بالفايسبوك

- إن معرفة طبيعة مشاركة المرأة العاملة في تلقي ومناقشة المضامين السياسية حول الحراك الشعبي من خلال الفايسبوك، يتيح إمكانية بلورة اتجاهات واضحة حول مدى اهتمام المرأة الجزائرية العاملة بموضوع الحراك.

- أهمية ما تضيفه هذه الدراسة من رصيد معرفي حول الفايسبوك، وطبيعة استخداماته من جانب المرأة الجزائرية عموماً والعاملة بصفة خاصة.

2.1. أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة للحصول على جملة من المعارف نذكر منها:

- معرفة طبيعة عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية العاملة للفايسبوك في تلقي المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري.

- معرفة حجم اهتمام المرأة العاملة بالمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري بالفايسبوك.

- معرفة رأي المرأة العاملة الجزائرية في مدى أهمية الفايسبوك في تقديم المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري.

3.1. تحديد المفاهيم:

3.1.1. 1. التلقي: ارتبط مفهوم التلقي بادئ الأمر بالدراسات النقدية الأدبية، ليتم بعدها توظيف معانيه ونظرياته في مجال دراسات جمهور وسائل الإعلام.

وأصل المصطلح في اللغة العربية من الفعل تلقى، يقال: تلقاه، أي استقبله، والتلقي هو الاستقبال -كما حكاه الأزهرى- وفلان يتلقى فلاناً أي يستقبله (ابن منظور، 2014، ص225)، ويقال في الإنجليزية: «réception» وهي مشتقة من الفعل اللاتيني Recipere، أي استقبال أو تلقى، ويقال: «réceptive» أي متلقٍ أو مُستقبل.

وقد وردت مشتقات مصطلح التلقي في القرآن الكريم، ففي أجلّ مواطن التلقي لأشرف النصوص، قوله تعالى: {وَإِنَّكَ لَتُلَقَّى الْقُرْآنَ مِنْ لَدُنْ حَكِيمٍ عَلِيمٍ} (النمل، آية 06) أي يلقي عليك فتلقاه وتأخذه من لدن كثير الحكمة والعلم (الشوكاني، 2007، ص 1072)، ومنه قوله تعالى: {فَتَلَقَّى آدَمُ مِنْ رَبِّهِ كَلِمَاتٍ فَتَابَ عَلَيْهِ} (البقرة، آية 37) فلفظة التلقي هنا تعني الاستقبال. فدلالة الاستعمال القرآني لمادة التلقي مع النص تنبّه إلى ما قد يكون لهذه المادة من إحياءات وإشارات إلى عملية التفاعل النفسي والذهني مع النص، حيث ترد لفظة «التلقي» مرادفة أحيانا لمعنى الفهم والفطنة، وهي ذات معاني التلقي في التوظيف الاصطلاحي للكلمة في دراسات جمهور وسائل الاعلام.

فالتلقي هو اللحظة التي يتم فيها تشكيل دلالات النص من قبل أفراد الجمهور أو سيرة إنتاج المعاني من قبل المتلقي وتأويلها (كشايري، 2021، ص 120)، حيث أن التأويل هو الشكل الجلي للفهم. ولقد استمدت دراسات التلقي إشكالياتها انطلاقا من السياق العام للتيارات النقدية، وخاصة المدرسة الألمانية، التي طورت نظرة نقدية حول علاقة النص الأدبي بالقارئ، وتحول الاهتمام من جمالية التأثير إلى جمالية التلقي

نخلص للقول: أنّ التلقي هو اللحظة التي يتم فيها تشكيل دلالات الرسالة الإعلامية من قبل أفراد الجمهور، ومن ثم إنتاج معاني مضمون الرسالة، وتأويلها بناء على إدراك الفرد المتلقي، والإطار الدلالي الذي يحيط به.

وفي هذا البحث فإن مفهوم التلقي يرتبط بفئة محددة من الجمهور تتسم بسمات خاصة، وهي فئة النساء العاملات.

3.1.2. المرأة العاملة: عملت المرأة منذ العهود القديمة بالزراعة وبالأعمال المنزلية، وفي العصور الحديثة ساعد نمو الصناعة والتوسع في تقسيم العمل على زيادة نسبة النساء العاملات (بدوي، 1993، ص 158).

ويمكن تعريف المرأة العاملة بأنها: المرأة التي تزاول عملا خارج البيت بشكل رسمي ومننظم، مقابل أجر مادي تتقاضاه (بومدين، 2016/2017، ص 11)، وبناء على هذا

هيبة شعوة. تلقي المرأة العاملة للمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري - دراسة ميدانية-
وحيدة بوفدح بديسي بالفايسبوك

التعريف فان المرأة التي تمارس أعمالا داخل المنزل لا تعتبر امرأة عاملة، حتى لو كان العمل يدر عليها دخلا ماديا.

ونقصد بالمرأة العاملة في هذا البحث كل النساء العاملات بجامعة الأمير عبد القادر، سواء كنّ أستاذات أو موظفات في مختلف الأقسام والمصالح بالجامعة المذكورة.

3.1.3. الفاييسبوك: يعتبر الفاييسبوك واحداً من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم. أُطلق في فبراير 2004م على يد مارك زوكربيرج في جامعة هارفارد الأمريكية بهدف تعزيز التواصل بين الطلاب. لاحقاً، توسعت الفكرة لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، ثم أصبحت متاحة لكل من يمتلك بريدًا إلكترونيًا. منذ ذلك الحين، انتشر الفاييسبوك في مختلف أنحاء العالم، ليصبح خلال سنوات قليلة من بين أكثر المواقع استخدامًا عالميًا. (شعيشع، د.ت)

3.1.4. المضامين السياسية: المضامين السياسية هي تلك المحتويات ذات الطابع السياسي، أي التي يكون موضوعها الأساسي سياسيا، سواء ارتبط بالمفاهيم أو القيم السياسية أو الخطاب السياسي، الذي يتوجه به السياسيون، والحركات السياسية، أو الأحزاب، أو ممثلو الدولة ورموزها، عبر وسائل الاتصال المختلفة أو عبر الاتصال الشخصي، إلى من يهمهم ويعنيهم ذلك الخطاب، بشكل مباشر أو غير مباشر.

3.1.5. الحراك الشعبي: هو عبارة عن احتجاجات سلمية واسعة النطاق، تبلورت على شكل مظاهرات عارمة، في مختلف المدن الجزائرية الكبرى وخاصة العاصمة، وقد تميز الحراك الشعبي منذ بدايته، بأنه قوة غير منظمة، ولا تخضع لقيادة ما، أو جهة متحكمة وموجهة لها، جمعها شعار أساسي هو رفض العهدة الخامسة للرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة، وسرعان ما تحوّل شعار الرفض هذا إلى المطالبة برحيل النظام، والقيام بإصلاحات جذرية (السبيطلي، 2019، ص 6).

4.1. الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة نقطة انطلاق أساسية لكل باحث، فمن خلالها يتسنى له معرفة أين توقف الآخرون؛ حتى يحدد ما باستطاعته القيام به. ولقد اعتمدنا في هذا البحث على الدراسات الآتية:

4.1.1. الدراسة الأولى: استخدامات المرأة العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي -دراسة ميدانية لعينة من استاذات التعليم الابتدائي- كحلوش منى، جمال بن زروق (كحلوش، وبن زروق، 2021).

تهدف الدراسة الى توضيح استخدامات المرأة العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي، نظرا لتعدد مجالات استخداماتها، والخصائص التي تتمتع بها هذه الشبكات، وخاصة الدور الكبير الذي تلعبه في حياة المرأة، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بأداة الاستمارة الاستبائية التي طبقت على عينة عشوائية ضمت 57 مفردة من أستاذات التعليم الابتدائي التابعين للمقاطعة الإدارية الأولى لولاية سوق أهراس، والتي تضم قرابة 125 أستاذة.

وتوصلت الدراسة الى الكشف عن تنوع استخدامات المرأة العاملة عينة الدراسة لهاته الشبكات من تسلية وترفيه، وإنماء للمواهب والمهارات، واكتساب المعارف وإبراز الذات وغيرها، إلا أن هذا الاستخدام قد يعود سلبا على حياة المرأة العاملة نتيجة الإفراط في استخدام هذه الشبكات والاستغلال السلبي لها. كما تمثلت أهم الاشباكات التي تحققها المرأة العاملة من هذه المواقع حسب هذه الدراسة في متابعتهم لكافة المستجدات والتفاعل معها ومن ثم مشاركة المجموعات النسوية القضايا التي تهمهن، كما جاء الفاييسبوك في صدارة المواقع التي تستخدمها المرأة العاملة.

4.1.2. الدراسة الثانية: التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي المواطن في الحراك الجزائري: من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير، كمال حميدو. (حميدو، 2019)

سلطت الدراسة الضوء على ظاهرة تشكل الفضاء العام الرقمي وآليات تعبئة الرأي في الفضاء العام الافتراضي، عبر فهم دوافع ومبررات تحويل الشبكات الاجتماعية إلى أدوات للفعل السياسي، في الفضاء العام، وتتخذ من الحالة الجزائرية أنموذجا.

وقد اعتمدت الدراسة على مقابلات نوعية غير مقننة، على عينة متاحة شملت 20 ناشطا جزائريا على الشبكات الاجتماعية، يمثلون عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة الى اثبات صحة الفرضيتين المعتمدتين في دراسته.

5.1. المدخل النظري للدراسة:

اعتمدنا على نظريتين كمدخل لدراستنا هما:

1.5.1 - نظرية الاستخدامات والإشباع:

يفيد اعتمادنا على نظرية الاستخدامات والإشباع في دراستنا هذه كونها من النظريات الأكثر مواءمة لبحوث التعرض والتلقي لوسائل الإعلام، خاصة وسائل الإعلام الرقمي، وتهتم النظرية بدراسة العوامل المحددة لتلقي الجمهور لمحتوياتها، انطلاقاً من فرضية قدرته على الانتقاء وإشباع حاجياته منها. (مكاوي و السيد، 2012، ص 239)

وترتكز النظرية على جملة من الفرضيات هي: (العبد، 2008، ص 300)

- يقوم أفراد الجمهور باختيار المادة الإعلامية التي يرون أنها تشبع احتياجاتهم.
- يشارك أعضاء الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري بفعالية، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهدافا مقصودة تلبي واقعهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور.
- تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الأفراد، فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال قنوات رسائل أخرى كالأندية الرياضية والسينما.

2.5.1 - نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

اعتمدنا على النظرية باعتبارها تركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد، لكي يستقي معلوماته منها. وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسة التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور.

وترتكز فرضيات النظرية على ما يأتي: (مزاورة، 2012، ص 213-214)

- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور، ووسائل الاتصال.

- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.
- كلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع كلما زادت حاجة المجتمع للمعلومات، أي تغيير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي.
- يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادرا على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور.

2. منهجية الدراسة:

1.2. نوع الدراسة ومنهجها:

تتدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تدرس الحالات والظواهر والممارسات والمهارات والاتجاهات والميول، وتصفها وصفا دقيقا، من أجل الوصول إلى تحسين الظروف والعمليات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والبدنية. (محجوب، 2005، ص 249)

ويعتبر المنهج المسحي من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية، التي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه (عبد الحميد، 1993، ص 122)، وقد تم الاعتماد على المنهج للحصول على البيانات و المعلومات عن الظاهرة موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث. (حسين، 2005، ص 147)

2.2 مجتمع الدراسة وعينتها:

ان مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دارستها لتحقيق أهداف الدراسة (عبيدات وآخرون، د.ت، ص 183)، ويتحدد مجتمع البحث في هذا البحث في مجتمع النساء الجزائريات العاملات بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، اللاتي لديهن حساب على الفايسبوك. إلا أنه تجدر بنا الإشارة إلى ملاحظة منهجية وهي أن

النساء الجزائريات العاملات بالجامعة ينحدرن من أماكن مختلفة داخل وخارج ولاية قسنطينة، وبالتالي فهنّ يتوافدن من بيئات جغرافية متنوعة ومتفاوتة ثقافيا واجتماعيا.

أما عن عينة الدراسة، فإنه نظرا لصعوبة حصر ودراسة جميع مفردات مجتمع الدراسة، فقد تم اختيار العينة وفق أسلوب العينة القصدية أو كما تسمى أيضا بـ "العينة النمطية" أين تكون العناصر المكونة للعينة بمثابة صور نمطية لنفس مجتمع البحث الذي استخرجت منه" (أنجرس، 2006، ص311)

فالعينة القصدية هي التي يعتمد فيها الباحث على اختياره الشخصي للحالات، نتيجة لافتقاره إلى معلومات كافية عن المجتمع المدروس، ويقوم الباحث بانتقاء الحالات التي يعتقد أنها ستكون ذات فائدة وتمثل المجتمع المستهدف. كما يُحدّد مسبقًا عدد مفردات العينة بناءً على تقديره لما هو مناسب لأغراض الدراسة. (العبد، وعزمي، 1999، ص 142)، وعلى هذا الأساس قمنا باختيار 45 مفردة من مجتمع البحث.

3.2. أداة جمع البيانات:

اعتمدنا في الدراسة على أداة الاستمارة الاستبائية، حيث تعد الاستمارة أداة أساسية لجمع البيانات اللازمة للبحث الميداني في مجالات العلوم الاجتماعية والإعلامية، وتُستخدم بشكل خاص في البحوث الكشفية بهدف جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول الظاهرة قيد الدراسة (عبد الرحمان و بدوي، 2002، ص 371)، وقد احتوت استمارة البحث على 19 سؤالاً، وجاءت في أربعة محاور.

3. عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

1.3 البيانات الشخصية لعينة الدراسة: شملت الدراسة متغيرين أساسيين هما: السن والمستوى التعليمي

1.3.1 - توزيع عينة الدراسة من حيث متغير السن:

- بينت الدراسة ان قرابة نصف المبحوثات من الفئة العمرية [30-40] بنسبة 48.88 %.

- كما جاءت الفئتين العمريتين [20-30] و [40-50] بنسبتين متقاربتين بـ (24.44%) و (26.66%) على التوالي.

- في حين انعدمت النسبة في الفئة العمرية الأكثر من 50 سنة.

1.3. 2- توزيع عينة الدراسة من حيث متغير المستوى التعليمي:

- جاءت أغلب مفردات العينة من المستويين التعليميين؛ الجامعي بنسبة (42.22%)، ودراسات عليا بنسبة (40%).

- بالمقابل جاءت فئة ذوي المستوى التعليمي الثانوي بنسبة قليلة قدرت بـ (15.55%) ، تلتها فئة ذوي المستوى التعليمي المتوسط بنسبة ضعيفة بـ (2.22%).

- بينما انعدمت نسبة المبحوثات من ذوي المستوى التعليمي الابتدائي.

2.3. عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية العاملة للفيسبوك لتلقي المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري:

2.3. 1- أهم مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف المرأة العاملة عينة الدراسة: ووردت وفق الترتيب الآتي:

الفيسبوك في المرتبة الأولى بنسبة (100%) من مجموع المبحوثات.

اليوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة (42.22%) من مجموع المبحوثات.

الانستغرام في المرتبة الثالثة بنسبة (15.55%) من مجموع المبحوثات.

الواتساب في المرتبة الرابعة بنسبة (11.11%) من مجموع المبحوثات.

التويتر في المرتبة الخامسة بنسبة (4.44%) من مجموع المبحوثات.

وهي نتائج تأتي متقاربة مع نتائج الدراسة السابقة (كحلوش، وبن زروق، 2021، ص214)، كما تتفق مع نتائج بحوث أجنبية، منها بحث لفريق بحثي تحت إشراف كيث

هيبة شعوة. تلقي المرأة العاملة للمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري - دراسة ميدانية-
وحيدة بوفدح بديسي بالفايسبوك

هامبنتون، حيث أجري البحث على 1801 امرأة أمريكية في الفئة العمرية ما فوق 18 عاما، التي توصلت إلى أن معظم أفراد العينة كانوا من مستخدمي "فيسبوك" بنسبة 71% (عاصم، 2015).

كما كشفت نتائج استطلاع أجراه مركز هاريس انتركتيف على الانترنت وشمل 2.037 شخصا بالغاً تراوحت أعمارهم ما بين (18 سنة فأكثر) في الفترة من 13 يوليو وحتى 17 يوليو من سنة 2019، أن النساء أكثر تعلقاً بوسائل التواصل الاجتماعي وبأنهن مدمنات بشكل خاص على موقع فيسبوك أكثر من نظرائهن من الرجال، حيث أن 21 % من الإناث يدخلن إلى موقع فيسبوك مرتان أو ثلاث مرات في اليوم. (مدينة نيوز، 2013).

2.3.2 - عدد مرات التصفح: بينت الدراسة أن:

- قرابة نصف المبحوثات يتصفحن الفاييسبوك بين [2-3]مرات في اليوم، بنسبة تقدر بـ (42.22%) من مجموع المبحوثات.

- ما يزيد على ثلث المبحوثات يتصفحن الفاييسبوك مرة واحدة في اليوم، بنسبة (33.33%) من مجموع المبحوثات.

- ما يقل عن ثلث المبحوثات يتصفحن الفاييسبوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم، بنسبة (24.44%) من مجموع المبحوثات.

- كما وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين عدد مرات التصفح ومتغير السن، فكلما كانت المبحوثات أقل عمرا زاد عدد مرات التصفح والعكس، حيث أن أغلب المبحوثات من الفئة العمرية [20-30] يتصفحن الفاييسبوك أكثر من ثلاث مرات بنسبة (72.72%)، كما أن نصف المبحوثات من الفئة العمرية [30-40] يتصفحن الفاييسبوك بين [2-3]مرات في اليوم، بينما نصف المبحوثات من الفئة العمرية [40-50] يتصفحن الفاييسبوك مرة في اليوم.

2.3.3. عدد سنوات الاستخدام:

- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثات يستخدمن الفاييسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة فاقت النصف بـ (66.66%)، تلتها نسبة المبحوثات اللاتي يستخدمن الفاييسبوك من سنتين إلى

ثلاث سنوات بنسبة قاربت الثلث بـ(26.66%)، بينما جاءت نسبة المبحوثات اللاتي يستخدمن الفايسبوك منذ أقل من سنة في الأخير، بنسبة ضئيلة قدرت بـ(6.66%) فقط من مجموع المبحوثات.

- كما بينت الدراسة أن ترتيب نسب فئات عدد سنوات الاستخدام هو نفسه عند المبحوثات من مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية.

2.3.4 - عدد ساعات التصفح: كشفت الدراسة أن:

- ما يزيد عن ثلث المبحوثات يتصفحن الفايسبوك بمعدل ساعات [2-1] و[3-2] بنسبة متساوية تقدر بـ (33.33%) لكلا الفئتين، يليها ونسبة متقاربة بنسبة (28.88%) من المبحوثات يتصفحن الفايسبوك بمعدل ساعة أو أقل من ساعة

- بينما نسبة ضئيلة جدا من المبحوثات اللاتي يتصفحن الفايسبوك بمعدل أكثر من 3 ساعات قدرت بـ (4.44%).

- أن هناك علاقة عكسية بين عدد ساعات التصفح ومتغير السن، فكلما كانت المبحوثات أقل عمرا زاد عدد ساعات التصفح والعكس.

2.3.5 - الفترات المفضلة في التصفح: كانت الفترات المفضلة لتصفح الفايسبوك كالآتي:

- الفترة الليلية بنسبة (53.12%) من مجموع المبحوثات، تليها الفترة المسائية بنسبة (20.31%)، ثم الفترة الصباحية بنسبة (15.62%)، وفي الأخير فترة الظهيرة بنسبة (10.93%)، وهي نتائج تأتي متوازنة ومنطقية مع فترات العمل والراحة بالنسبة للمرأة العاملة عينة الدراسة.

2.3.6 - دوافع الاستخدام: توصل مركز هاريس انترأكتيف -سابق الذكر- إلى أن (65%)

من النساء يدخلن إلى مواقع التواصل الاجتماعية، الفيسبوك وغيره من المواقع؛ لأنهن "لا يردن أن يفوتهن حدث هام أو خبر أو صور"، فالنساء يستعملن مواقع التواصل الاجتماعية لإشباع الفضول، وكنوع من التجسس الاجتماعي، حيث أن (25%) من النساء اللاتي يدخلن إلى

الفيسبوك يتفقدن تحديثات الأصدقاء قبل أن يقرأن بريدهن الإلكتروني الوارد (مدينة نيوز، 2013)، ومن خلال دراستنا تبين لنا تعدد دوافع استخدام المرأة الجزائرية العاملة للفيسبوك، حيث توصلت الدراسة إلى أن أكثر دوافع استخدام المرأة العاملة عينة الدراسة هي:

- التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث بـ (24.11%)

- التواصل مع الأهل والأصدقاء بـ (19.14%)

- زيادة المعلومات والمعارف بـ (18.43%)

- التثقيف بـ (14.18%)

- الترفيه والتسلية بـ (13.47%)

- بينما جاءت باقي الدوافع بنسب ضئيلة جدا، منها: كسب صدقات جديدة، وكذلك قضاء وقت الفراغ بنسبة (2.83%) لكل واحدة منهما، والتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي بنسبة (2.12%)، والرغبة في تحقيق الذات والظهور بمظهر المثقف بنسبة (1.41%)، والهروب من الواقع بنسبة (0.70%).

وهي نتائج تأتي متقاربة مع نتائج دراسة كحلوش منى، بن زروق جمال ، أين جاء والخاصة بأهم الجوانب التي قامت مفردات عينة الدراسة بتحقيقها من مواقع التواصل الاجتماعي، اذ حققن بالدرجة الأولى متابعة المستجدات والتفاعل معها، يليها في الدرجة الثانية مشاركة المجموعات النسوية القضايا التي تهمهن (كحلوش، وبن زروق، 2021، ص216)

- أكثر المبحوثات من الفئة العمرية [20-30] يتصفحن الفيسبوك بدافع "التواصل مع الأهل" أولا بنسبة (29.03%)، يليها دافع "التعرف على الأخبار" بـ (16.12%)، ثم بدافع "زيادة المعلومات" بنسبة (12.9%).

- بينما أكثر المبحوثات من الفئة العمرية [30-40] فيتصفحن الفيسبوك بدافع "التعرف على الأخبار" أولا بنسبة (26.38%)، يليها دافع "التواصل مع الأهل"، ثم بدافع "زيادة المعلومات" بنسبة (29.03%) لكل واحدة منهما.

- أما عن أغلب المبحوثات من الفئة العمرية [40-50] فيتصفح الفايسبوك بدافع "التعرف على الأخبار" أولاً بنسبة (27.02%)، يليها دافع "زيادة المعلومات" بنسبة (24.32%)، ثم بدافع "التواصل مع الأهل" بـ (13.51%).

3.3. مدى اهتمام المرأة العاملة بالمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري بالفايسبوك.

3.3.1 - الموضوعات التي تحظى باهتمام المرأة العاملة عينة الدراسة عند تصفحها للفايسبوك: تنوعت وتعددت الموضوعات التي تحظى باهتمام المرأة الجزائرية العاملة عينة الدراسة عند تصفحها للفايسبوك، إذ بينت الدراسة أن أكثر الموضوعات التي تحظى باهتمامها هي على الترتيب:

- الموضوعات الثقافية العلمية، وكذا الموضوعات الدينية بـ (16.33%) لكل واحد منهما

- الموضوعات الاجتماعية بـ (15.34%)

- الموضوعات السياسية بـ (13.36%)

- الموضوعات الطبية بـ (12.87%)

- أشغال منزلية (طبخ، حلويات، خياطة) بـ (12.37%)

- الموضوعات الترفيهية بـ (9.40%)

- بينما جاءت الموضوعات الاقتصادية والرياضية بنسب ضئيلة جدا قدرت بـ (2.47%) و (1.48%) على التوالي.

وبالنظر إلى متغير السن لاحظنا أن المبحوثات من الفئة العمرية [20-30] أكثر اهتماما بالموضوعات الاجتماعية ثم السياسية، بينما المبحوثات من الفئة العمرية [30-40] أكثر اهتماما بالموضوعات الثقافية العلمية والدينية، أما المبحوثات من الفئة العمرية [40-50] أكثر اهتماما بالموضوعات السياسية.

3.3. 2. أهم الموضوعات السياسية حول الحراك بالفايسبوك، التي تحظى باهتمام المرأة العاملة عينة الدراسة: كشفت الدراسة أن أكثر الموضوعات السياسية حول الحراك التي حظيت باهتمام المبحوثات هي:

- أخبار المسيرات بـ(21.30%)
- وفاة الفريق قايد صالح بـ(18.93%)
- محاكمة العصابة بـ(16.56%)
- في حين جاءت في آخر الاهتمامات الموضوعات المتعلقة بـ:الانتخابات ونتائجها بـ(8.87%)، والتعامل الأمني مع المسيرات بـ(7.10%).
- كما ذكرت المبحوثات في خانة أخرى تذكر موضوع ملفات الفساد التي جاءت بنسبة (5.32%) وهي نسبة على قلتها إلا أنها تعكس مدى أهمية هذا الموضوع، وحضوره بأذهان المبحوثات، على الرغم من أننا لم نحدده ضمن الخيارات المقترحة في السؤال.
- وقد بينت الدراسة عدمية تاثيرمتغير السن والمستوى التعليمي على مستوى الاهتمام بالموضوعات، إذ جاءت الموضوعات بنفس الترتيب عند المبحوثات من مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية.

3.3. 3. أشكال التفاعل مع المنشورات ذات المضامين السياسية حول الحراك:

- كشفت الدراسة عن مؤشر ايجابي يتمثل في أن أكثر من نصف النساء المبحوثات يتفاعلن مع المنشورات ذات المضامين السياسية حول الحراك، بمختلف أشكال التفاعل في مقدمتها الإعجاب بـ(25.33%)، ثم التعليق بـ(22.66%)، ثم المشاركة بـ(14.66%). بينما (37.33%) من المبحوثات يكتفين بالتصفح دون التفاعل مع المنشورات.

- كما كشفت الدراسة أن المبحوثات من الفئة العمرية [20-30] أكثر تفاعلا، وجاء التفاعل بشكل الإعجاب اعلى نسبة بـ(33.33%)

تليها المبحوثات من الفئة العمرية [40-50] وأخذ التفاعل عن طريق التعليق أعلى نسبة ب(29.16%)، ثم المشاركة بنسبة (20.83%)، ثم الإعجاب ب(12.50%).

بينما جاءت المبحوثات من الفئة العمرية [30-40] أكثر ميلا إلى عدم التفاعل والاكتفاء بتصفح المنشورات بنسبة (45.45%).

3.3. 4 - درجة فتح الفايسبوك بدافع الاطلاع على مستجدات أخبار الحراك:

- كشفت الدراسة عن مؤشر ايجابي آخر تمثل في أن أكثر من ثلثي النساء المبحوثات على اختلاف فئاتهن العمرية ومستوياتهن التعليمية كن قد فتحن الفايسبوك بدافع الاطلاع على مستجدات أخبار الحراك، في المقابل (15.55%) فقط ممن لم يفعلن ذلك، وهي نسبة نجدها لدى الفئة العمرية [30-40] حيث وصلت النسبة فيها إلى (31.81%) من توزيع النسب بحسب متغير السن.

- وعن المبحوثات اللاتي كن قد فتحن الفايسبوك بدافع الاطلاع على مستجدات أخبار الحراك فدلّت الدراسة على أن درجة "كثيرا جدا" جاءت في المقدمة ب(24.44%)، تلتها درجة "كثيرا" ودرجة "قليل جدا" بنسبة (22.22%) لكل واحدة منهما، بينما جاءت درجة "قليل" في الأخير بنسبة (15.55%) وهو مؤشر إيجابي عن حجم اهتمام المبحوثات عينة الدراسة بمضامين الحراك.

3.3. 5 - درجة مناقشة النساء عينة الدراسة مع الآخرين للمضامين الفايسبوك المتعلقة بالحراك:

كشفت الدراسة عن مؤشر ايجابي آخر تمثل في أن جل النساء المبحوثات على اختلاف فئاتهن العمرية، ومستوياتهن التعليمية سبق لهن أن تناقشن مع الآخرين (أهل، أصدقاء، وغيرهم) حول مضامين الفايسبوك المتعلقة بالحراك، في المقابل (8.88%) فقط من مجموع المبحوثات لم يفعلن ذلك، ووردت تكرارات هذه النسبة في فئة المبحوثات من الفئة العمرية [30-40] حسب متغير السن، وفي فئة المبحوثات من المستوى التعليمي جامعي حسب متغير المستوى التعليمي، بينما انعدمت لدى باقي الفئات الأخرى من المتغيرين.

3.3. 6 - المشاركة بالآراء حول الحراك من خلال الفايسبوك:

توصلت الدراسة إلى تقارب في النسبة بين النساء المبحوثات اللاتي أجبن بـ"نعم" و بـ"لا" بنسبة (51.11%)، و(48.88%) على التوالي، وهي نتيجة تؤكد أكثر على أهمية مضامين الفايسبوك حول الحراك بالنسبة للمرأة العاملة عينة الدراسة.

إلا أنه بالنظر إلى متغير السن نجد أن الفئة العمرية [30-40] ترتيب النسب فيها يختلف، حيث أن الأغلبية فيها أجبن بـ"لا" بنسبة تفوق الثلثين (68.18%)، وهي نسبة تأتي مدعمة للنتائج السابقة لها حيث تكشف قلة تفاعل هذه الفئة العمرية مع هذه المضامين، الأمر الذي يدفع للتساؤل حول أسبابها، والتي ربما يمكن تفسيرها بكون هذه الفترة العمرية هي فترة انتقالية من العزوبية الى السنوات الأولى من الزواج.

3.3.7. أشكال النشر والمشاركة بالآراء عبر الفايسبوك:

بينت الدراسة تعدد أشكال المشاركة، وقد جاءت في صدارة أشكال المشاركة، المشاركة بالتعليقات النصية (26.22%)، ثم بالصور بنسبة (21.31%)، ثم بالفيديوهات بنسبة (18.03%)، ثم مشاركة روابط بنسبة (14.75%)، وإعادة مشاركة لصفحات الآخرين بـ (9.83%)، ثم المشاركة بنص بـ (6.55%)، وفي الأخير توظيف صور رمزية في البروفايل الخاص بهن بنسبة (3.27%).

3.3.8. الحالة الشعورية للنساء المبحوثات في حالة غياب المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري عن صفحاتهن لفترة:

كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثات من مختلف الفئات العمرية والمستويات العلمية لا يشعرن بشيء في حالة غياب المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري عن صفحاتهن لفترة بنسبة (66.66%)، الأمر الذي يدل على أن موضوع الحراك لا يعد من أولويات اهتمامات النساء عينة الدراسة.

تلتهها نسبة المبحوثات اللاتي يشعرن بـ"الفراغ" في حالة غياب المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري عن صفحاتهن لفترة بنسبة قدرت بـ(20%)، بينما جاء شعورهن بـ"القلق" في الأخير بنسبة (13.33%).

وهي نتيجة يمكن تفسيرها بأن النساء عينة الدراسة يتفاعلن مع الصفحات ذات المضامين السياسية حول الحراك بشكل غير قصدي تحكمه الخوارزميات التي تقوم عليها مواقع التواصل الاجتماعي، أو بشكل روتيني نتيجة الأحداث الجارية على الساحة الوطنية، أكثر من تفاعلهن مع المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري بدوافع قصدية ناتجة عن رغبة أساسية وحاجة مهمة في الاطلاع على مستجدات الموضوع بحيث ان غيابها يؤدي الى حالة القلق.

4.3. أهمية الفايسبوك في تقديم لها المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري

حسب عينة الدراسة:

4.3. 1. أهم مصادر المعلومات: توصلت الدراسة إلى أن مصادر المعلومات عن الحراك

بالنسبة للنساء عينة الدراسة جاءت بالترتيب الآتي:

- مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (21.73%)
- القنوات التلفزيونية الوطنية الخاصة بـ (14.90%)
- القنوات التلفزيونية الوطنية العمومية بـ (14.28%)
- الصحافة الالكترونية بـ (13.66%)
- المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت بـ (11.80%)
- الأقارب والأصدقاء و الصحافة المكتوبة الوطنية الخاصة بـ (6.83%)
- القنوات الإذاعية الوطنية والمحلية بـ (5.59%)
- الصحافة المكتوبة الوطنية العمومية بـ (4.34%)

وهي نتيجة تتوافق مع نتائج دراسة الباحث كمال حميدو حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك الجزائري، كما أن أكثر الشبكات الاجتماعية التي استخدمتها عينة البحث للمشاركة في الحراك السياسي الشعبي منذ بدايته، في 22 فيفري 2019 إلى 30 أفريل 2019

هيبة شعوة. تلقي المرأة العاملة للمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري - دراسة ميدانية-
وحيدة بوفدح بديسي بالفايسبوك

كانت شبكة فايسبوك في المرتبة الأولى بمتوسط 6,53 ساعات يوميا، يليه موقع يوتيوب بمتوسط 5,37 ساعات يوميا. (حميدو، 2019)

4.3. 2. طبيعة المعلومات التي يقدمها الفايسبوك عن الحراك حسب رأي النساء عينة الدراسة:

حاولنا من خلال هذا المؤشر التعرف على اتجاهات النساء عينة الدراسة نحو طبيعة المضامين السياسية حول الحراك بالفايسبوك، وقد اعتمدنا في هذا على مقياس خماسي لقياس شدة الاتجاه وحساب المتوسط الحسابي، وتبين من نتائج الدراسة أن النساء عينة الدراسة يملن إلى تثمين المعلومات التي يقدمها الفايسبوك عن الحراك، فقد حظيت أكثر العبارات بموافقة المبحوثات، حيث أخذت درجة "موافق" أعلى نسبة في أغلب العبارات، إلا أنهن لا يتفقن كثيرا حول مدى وضوح المعلومات المتعلقة بموضوعات الحراك. حيث جاء ترتيب العبارات كالآتي:

المرتبة الأولى: عبارة "يتسم الفايسبوك بالأسبقية في نشر المعلومات عن الحراك"، بمتوسط حسابي (3.93)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "موافق" تلتها درجة "موافق بشدة".

المرتبة الثانية: عبارة "يقدم الفايسبوك معلومات مهمة حول موضوعات الحراك"، بمتوسط حسابي (3.72)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "موافق" تلتها درجة "محايد".

المرتبة الثالثة: عبارة "يساهم الفايسبوك في التغطية الشاملة لموضوعات الحراك"، بمتوسط حسابي (3.34)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "موافق" تلتها درجة "محايد".

المرتبة الرابعة: عبارة "يقدم الفايسبوك معلومات واضحة حول موضوعات الحراك"، بمتوسط حسابي (3.23)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "محايد" تلتها درجة "موافق".

4.3. 3. الاشباكات السياسية المحققة من مضامين الفايسبوك حول الحراك حسب رأي النساء عينة الدراسة:

حاولنا من خلال هذا المؤشر التعرف على اتجاهات النساء عينة الدراسة نحو فاعلية الفايسبوك في تحقيق الاشباكات السياسية المتعلقة بالحراك، واعتمدنا على حساب المتوسط

الحسابي، ومقياس خماسي لقياس شدة الاتجاه من خلال توظيف أربع عبارات، وقد كشفت الدراسة عن ميل المبحوثات إلى الإقرار بفاعلية الفايسبوك وقدرته على تحقيق جملة من الاشباكات، حيث نالت كل العبارات موافقة النساء عينة الدراسة.

وقد جاء ترتيب العبارات كالآتي:

- المرتبة الأولى: عبارة "ساهم الفايسبوك في استمرار الحراك"، بمتوسط حسابي (4.11)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "موافق بشدة" تلتها درجة "موافق".

- المرتبة الثانية: عبارة "ساهم الفايسبوك في صنع القرارات السياسية الشخصية المتعلقة بالحراك من طرف المواطنين"، بمتوسط حسابي (3.81)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "موافق" تلتها درجة "محايد".

- المرتبة الثالثة: عبارة "ساهم الفايسبوك في صنع القرارات المتعلقة بالحراك من طرف الحكومة"، بمتوسط حسابي (3.60)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "موافق" تلتها درجة "محايد".

- المرتبة الرابعة: عبارة "ساهم الفايسبوك في تنمية الشعور بالانتماء الوطني"، بمتوسط حسابي (3.27)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "موافق" تلتها درجة "موافق بشدة".

4.4.3 الاشباكات الشخصية المحققة من مضامين الفايسبوك حول الحراك حسب رأي النساء عينة الدراسة:

كشفت الدراسة عن ترتيب الاشباكات الشخصية المحققة وفق الآتي:

- المرتبة الأولى: عبارة "معرفة الأحداث الوطنية حول الحراك"، بمتوسط حسابي (3.90)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "كثيرا" تلتها درجة "كثيرا جدا".

- المرتبة الثانية: عبارة "معرفة الآراء المختلفة حول الحراك"، بمتوسط حسابي (88.3)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "كثيرا" تلتها درجة "كثيرا جدا".

-المرتبة الثالثة: عبارة "معرفة الأحداث المحلية حول الحراك"، بمتوسط حسابي (79.3)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "كثيرا" تلتها درجة "كثيرا جدا".

-المرتبة الرابعة: عبارة "معرفة الأفكار المختلفة حول الحراك التي تصلح للمناقشة مع الآخرين"، بمتوسط حسابي (3.27)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "كثيرا" تلتها درجة "قليلًا".

- المرتبة الخامسة: عبارة "التأكد من صحة الشائعات المتداولة في المجتمع حول موضوعات الحراك"، بمتوسط حسابي (3.06)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "قليلًا" تلتها درجة "كثيرا".

- المرتبة السادسة: عبارة "دعم القنوات الشخصية حول الحراك"، بمتوسط حسابي (3.00)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجتى "كثيرا" ودرجة "قليلًا".

- المرتبة السابعة: عبارة "قضاء وقت الفراغ"، بمتوسط حسابي (2.34)، وقد جاءت أعلى نسبة إجابة عند درجة "لم يحقق" تلتها درجة "قليلًا".

إن مثل هذه النتائج يمكن قراءتها بناء على بعض محاور وفرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث يرى (مكاوي و السيد، 2012، ص320) أن الأفراد مثل النظم الاجتماعية توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

أ- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها (والفهم يتحقق وفق موضوع دراستنا من خلال معرفة الأحداث الوطنية، و"معرفة الآراء المختلفة، و"معرفة الأحداث المحلية"، هذه الأهداف التي جاءت في دراستنا في المراتب الثلاث الأولى)

ب- التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل، مثل أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشاقتك؟ وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

- التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة، مثل: الراحة والاسترخاء والاستثارة.

ووفقا لترتيب العبارات في دراستنا، فإنه يمكن القول أن الأهداف (الاشباعات) المتعلقة بالفهم جاءت في الصدارة، تلتها الأهداف المتعلقة بالتوجيه، ثم في الأخير الأهداف المتعلقة بالتسلية.

4. مناقشة نتائج الدراسة:

1.4 - كشفت الدراسة عن عادات المرأة العاملة في تصفح الفايسبوك، على النحو

الآتي:

- يعد الفايسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى النساء المبحوثات.

- أن ترتيب نسب فئات عدد سنوات الاستخدام هو نفسه عند المبحوثات من مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية، حيث أن أغلب المبحوثات يستخدمن الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة فاقت النصف، تلتها نسبة المبحوثات اللاتي يستخدمن الفايسبوك من سنتين إلى ثلاث سنوات، بينما جاءت نسبة المبحوثات اللاتي يستخدمن الفايسبوك منذ أقل من سنة في الأخير بنسبة ضئيلة قدرت بـ(6.66%) من مجموع المبحوثات.

- أن ما يزيد عن ثلث المبحوثات يتصفحن الفايسبوك بمعدل ساعات [2-1] و[3-2]. بينما وجدنا أن نسبة ضئيلة ممن يتصفحن الفايسبوك بمعدل أكثر من 3 ساعات، وقد تبين أن هناك علاقة عكسية بين عدد ساعات التصفح ومتغير السن، فكلما كانت المبحوثات أقل عمرا زاد عدد ساعات التصفح والعكس.

- أن قرابة نصف المبحوثات يتصفحن الفايسبوك من [2-3] مرات في اليوم، وأن هناك علاقة عكسية بين عدد مرات التصفح ومتغير السن، فكلما كانت المبحوثات أقل عمرا زاد عدد مرات التصفح والعكس.

- لا يوجد فرق من حيث متغيري السن والمستوى التعليمي، في ترتيب نسب الفترات المفضلة في تصفح المبحوثات للفايسبوك، وقد جاءت فترات التصفح المفضلة مرتبة على النحو الآتي: الفترة الليلية، ثم الفترة المسائية، ثم الفترة الصباحية، وأخيرا فترة الظهيرة.

- تبين لنا تعدد دوافع استخدام المرأة الجزائرية العاملة عينة الدراسة للفايسبوك، وقد تمثلت أكثر دوافع الاستخدام في التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث، ثم التواصل مع الأهل والأصدقاء، ثم زيادة المعلومات والمعارف.

2.4. قدمت الدراسة عدة مؤشرات إيجابية تبرز أن المرأة العاملة تتفاعل وتهتم

بمضامين الفايسبوك السياسية حول الحراك الشعبي، وذلك من خلال ما يلي:

- تنوع وتعدد الموضوعات التي تحظى باهتمام المرأة الجزائرية العاملة عينة الدراسة عند تصفحها للفايسبوك، وقد جاءت الموضوعات الثقافية العلمية، وكذا الموضوعات الدينية في الصدارة، تلتها الموضوعات الاجتماعية، ثم الموضوعات السياسية، بينما جاءت الموضوعات المتعلقة بالأشغال المنزلية (طبخ، حليوات، خياطة)، الترفيه، وكذا الاقتصادية والرياضية في المراتب الأخيرة.

- أن أكثر الموضوعات السياسية حول الحراك التي حظيت باهتمام المبحوثات هي على التوالي: أخبار المسيرات، وفاة القايد صالح، محاكمة العصابة.

- أن أكثر من نصف النساء المبحوثات يتفاعلن مع المنشورات ذات المضامين السياسية حول الحراك بمختلف أشكال التفاعل في مقدمتها الإعجاب، ثم التعليق، ثم المشاركة. كما كشفت الدراسة أن الفئات العمرية الأكثر تفاعلا هي الفئة العمرية [20-30]، والفئة العمرية [40-50]، بينما جاءت المبحوثات من الفئة العمرية [30-40] أكثر ميلا إلى عدم التفاعل والاكتفاء بتصفح المنشورات دون التفاعل معها.

- أن أكثر من ثلثي النساء المبحوثات على اختلاف فئاتهن العمرية ومستوياتهن التعليمية سبق لهن ان فتحن الفايسبوك بدافع الاطلاع على مستجدات أخبار الحراك.

- أن جل النساء المبحوثات على اختلاف فئاتهن العمرية ومستوياتهن التعليمية سبق لهن أن تناقشن مع الآخرين (أهل، أصدقاء ..) حول المواضيع المتعلقة بالحراك، والمثارة عبر الفايسبوك.

- أن ما يزيد عن نصف النساء المبحوثات يشاركن بآرائهن حول الحراك، وقد جاءت أشكال المشاركة على التوالي: المشاركة بالتعليقات، ثم مشاركة الصور، ثم مشاركة الفيديوهات، ثم مشاركة الروابط، ثم إعادة مشاركة صفحات الآخرين، ثم مشاركة النصوص، وأخيرا توظيف صور رمزية في "البروفایل".

- في المقابل كشفت الدراسة عن مؤشر سلبي تمثل في أن غالبية المبحوثات من مختلف الفئات العمرية والمستويات العلمية لا يشعرن بشيء في حال غياب مضامين سياسية حول الحراك في صفحاتهن لفترة، وهي نتيجة تنعكس سلبا على مدى أهمية موضوعات الحراك لدى النساء عينة الدراسة، بمعنى أن موضوع الحراك لا يعد من أولويات اهتمامات النساء عينة الدراسة.

3.4. أما عن المحور المتعلق بأهمية الفايسبوك في تقديم المضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري حسب عينة الدراسة، فقد بينت الدراسة انه يحظى بدور ومكانة مهمة من خلال جملة من المؤشرات، نذكرها كالآتي:

- جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة مصادر المعلومات المفضلة عن الحراك.
- تبين أن النساء عينة الدراسة يملن إلى تثمين المعلومات التي يقدمها الفايسبوك عن الحراك من حيث الأسبقية في نشر معلومات مهمة، وكذا التغطية الشاملة، إلا أنهن لا يتفقد كثيرا مع وضوح المعلومات حول الحراك بالفايسبوك.
- كما كشفت الدراسة عن ميل المبحوثات إلى الإقرار بفاعلية الفايسبوك وقدرته على تحقيق الاشباع السياسية المتعلقة بالحراك، حيث نالت كل العبارات موافقة المبحوثات.

- كما كشفت الدراسة عن ميل المبحوثات إلى الإقرار بفاعلية الفاييسبوك وقدرته على تحقيق الاشباكات الشخصية المتعلقة بالحراك، فحسب رأي النساء عينة الدراسة فقد جاءت الأدوار الإخبارية للفايسبوك في مقدمة تلك الاشباكات؛ من ذلك التعرف على الأحداث الوطنية والأحداث المحلية، وكذا التعرف على الآراء المختلفة حول الحراك، وذلك بهدف محاولة فهم الوضع.

4. خاتمة:

ما يمكن قوله في ختام دراستنا أن النساء العاملات لايعتبرن صفحات الفاييسبوك مجرد أداة فعالة للتواصل أو تكوين معارف جديدة، بل أصبح فضاء عموميا للنقاش وتبادل الآراء حول مختلف القضايا الاجتماعية والثقافية والدينية والسياسية وغيرها، حيث بينت الدراسة أن المرأة الجزائرية العاملة تهتم وتتفاعل مع المضامين السياسية حول الحراك، ويعد الفاييسبوك من أهم مصادر المعلومات عن الحراك، حيث كشفت الدراسة عن ميل المبحوثات إلى الإقرار بفاعلية الفاييسبوك وقدرته على تحقيق جملة من الاشباكات السياسية والشخصية المتعلقة بالحراك.

المراجع:

• المعاجم:

- ابن منظور. (2014). *لسان العرب*. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- بدوي، أحمد زكي. (1993). *معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية* (الإصدار 01). بيروت: مكتبة ناشرون.

• المؤلفات:

- أنجريس، موريس. (2006). *منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية-تدريبات عملية* (ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون) (الإصدار 2). الجزائر: دار القصة للنشر.
- حسين، سمير محمد. (2005). *بحوث الإعلام الأسس والمبادئ* (الإصدار 1). القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.
- السبيطلي، محمد. (2019). *حراك الجزائر -أزمة النظام بين الإصلاح أو القطيعة* (الإصدار 01). الرياض: مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات.

- الشوكاني. (2007). *تفسير فتح القدير* (الإصدار 04). بيروت: دار المعرفة.
- عبد الحميد، محمد. (1993). *دراسات الجمهور في بحوث الإعلام* (الإصدار 1). القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الرحمان، عبد الله محمد و بدوي، محمد علي. (2002). *مناهج وطرق البحث الاجتماعي*. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- العبد، عاطف عدلي. (2008). *نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية*. بيروت: دار الإيمان للطباعة والنشر والتوزيع.
- العبد، عاطف عدلي وعزمي، أحمد زكي. (1999). *الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبيدات، ذوقان و آخرون. (د.ت). *البحث العلمي - مفهومه، أدواته، أساليبه*. الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- محبوب، وجيه. (2005). *أصول البحث العلمي ومناهجه* (الإصدار 02). عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- مزاهرة، منال هلال. (2012). *نظريات الاتصال* (الإصدار 01). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- مكايي، حسن عماد و السيد، ليلى حسين. (2012). *الاتصال ونظرياته المعاصرة* (الإصدار 10). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

• الاطروحات:

- بومدين، عاجب. (2017/2016). *الآثار الأسرية والاجتماعية المترتبة عن عمل المرأة خارج البيت* [مذكرة دكتوراه غير منشورة]. جامعة وهران 02: قسم علم النفس.

• المقالات:

- كحلوش، منى وبن زروق، جمال. (2021، جوان). *استخدامات المرأة العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي -دراسة ميدانية لعينة من استاذات التعليم الابتدائي*. مجلة دراسات إنسانية واجتماعية. 2(10). الصفحات 203-220.
- كشايري، مصطفى. (2021). *التلقي في ظل التكنولوجيات الحديثة للاتصال: دراسة في الأبعاد المفاهيمية والنظرية*. مجلة الزهير للبحوث والدراسات الاتصالية والإعلامية. 1(1). الصفحات 115-136.

• مواقع الانترنت:

هيبه شعوة. تلقي المرأة العاملة للمضامين السياسية حول الحراك الشعبي الجزائري - دراسة ميدانية -

وحيدة بوفدح بديسي بالفايسبوك

- حميدو، كمال. (2019، أوت). *التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي المواطن في الحراك الجزائري: من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير*. مركز الجزيرة للدراسات.

<https://lubab.aljazeera.net/article/%D8%A7%D9%84%D8>

- شعيث، أحمد. (د.ت). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية الاتصال السياسي - الحالة المصرية نموذجاً*. أكاديميا. <https://www.academia.edu/11777389>

- عاصم، داليا. (2015، جانفي). *بحث أمريكي: استخدام النساء لمواقع التواصل الاجتماعي يقلل من التوتر*. يوميات الشرق. <https://www.alnilin.com/1239601.htm>

- المدينة نيوز. (2013، أكتوبر). *دراسة: النساء -يستخدمن الفاييسبوك أكثر من الرجال*. المدينة. <https://www.almadenahnews.com/article/255798>