



جامعة اليرموك

كلية الاعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

دور الفيسبوك في توعية الشباب الأردني بظاهرة العنف ضد المرأة

**The role of Facebook in raising awareness of Jordanian youth
about the phenomenon of violence against women**

إعداد

دينا إسماعيل سلامه عبدالرحمن

إشراف

الأستاذ الدكتور محمد هاشم السلعوس

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

الفصل الدراسي الأول (2020/2019)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى:

﴿ قَالَ الَّذِي عِنْدَهُ عِلْمٌ مِّنَ الْكِتَابِ أَنَا آتِيكَ بِهِ قَبْلَ أَنْ يَرْتَدَّ إِلَيْكَ طَرْفُكَ فَلَمَّا رآهُ مُسْتَقِرًّا عِنْدَهُ قَالَ هَذَا مِنْ فَضْلِ رَبِّي لِيَبْلُوَنِي أَأَشْكُرُ أَمْ أَكْفُرُ وَمَنْ شَكَرَ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ رَبِّي غَنِيٌّ كَرِيمٌ ﴾

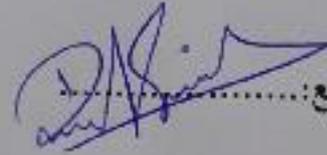
صدق الله العظيم

النمل: آية (40)

التفويض

أنا الطالبة: "دينا إسماعيل سلامه عبدالرحمن"، أفوض جامعة اليرموك بتزويد المكتبات، المنظمات، الهيئات، والمؤسسات المعنية بالبحوث والدراسات العلمية بنسخ من رسالتي ورقياً أو إلكترونياً عند طلبها.

الاسم: دينا إسماعيل سلامه عبدالرحمن

التوقيع: 

التاريخ: 24/12/2019

قرار لجنة المناقشة

دور الفيسبوك في توعية الشباب الأردني

بظاهرة العنف ضد المرأة

إعداد

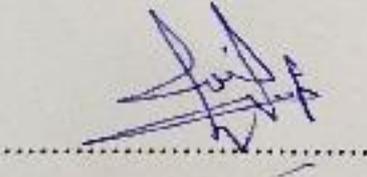
دينا إسماعيل سلامة عبدالرحمن

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام،

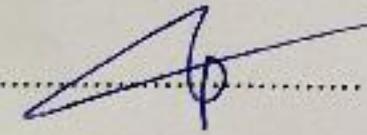
تخصص الإذاعة والتلفزيون

جامعة اليرموك، إربد، الأردن

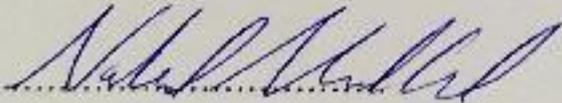
ووافق عليها:



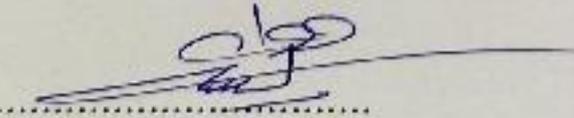
أ.د. محمد هاشم السليوس ... مشرفاً ورئيساً



د.خلف الطاهات... عضواً



د.ناهدة مخادمة... عضواً



د.وليد محمد عمشة... عضواً

الإهداء

إلى ضلعي، وسندي، وموطني...

لقد أدركت مؤخراً عمق واتساع وجودك الحقيقي، أدركت أن روحك، ونفوذك، وشخصيتك، ووجودك الهادئ، لكن القوي لا يقدر بأي ثمن. أنت العصا التي أقيس منها عظمة الرجل، والمثال الذي اخترت زوجي من أجله. لقد جعلتني المرأة التي أنا عليها اليوم، ومهما كبرت وأخذتني مسؤوليات الحياة، سأظل ابنتك الصغيرة، تلك الفتاة التي وقفت على فراشك قبل أن تتمكن من الكتابة بزمن طويل، تحكي أشعاراً طفولية كتبت بأذناك الفخورة على الورق. إليك يا بطلي الأبدى، أبي...

إلى أمي، ومأمني، وأماني...

كبرت لأعلم بأن حبك هو السلام، ووجودك الاطمئنان، وابتسامتك أقصى درجات السعادة. لطالما كنتي الوقود الذي دفعني باتجاه النجاح، والرفيقة التي مسكت يداي عبر دروب الحياة بحلوها ومرها. لقد غفرت عثرتي، وساندتي طموحاتي، ومسح حزنك الدافئ غبار أيامي المتعبة. لم أر مثيل لك، فقد خلقتي وأبي بيئة لا يضاهيها شيء، إلى أن أصبح تعلقني وأخواتي بكم فوق حدود المعقول، أدامكم الله لي وحفظكم من كل مكروه...

إلى أجمل عطايا الرحمن، وأقربها إلى قلبي..

إلى أخواتي الخمسة: رشا، ريم، ندى، منال، وسارة...

كبرت أباهي بكن العالم، وما زالت تثبت لي الحياة يوماً بعد يوم بأنكن أعلى، وأروع ما أملك. لم أبالي يوماً برفقة أحد آخر، فقد كنتن لي أفضل الصديقات، والمعلمات، والمربيات. أنتن سعادتني، وقدوتي، وسندي.. أستمد قوتي منكن، وأجد بيدكن حبل الأمان في أوقات ضعفي. حفظكن الله من أي مكروه، وأدامكن لي، ووفقكن دوماً إلى السعادة...

إلى صديق الطفولة، ورفيق الدرب، زوجي العزيز...

أشكر الله كل يوم لوجودك في حياتي، ودعمك المستمر لي. أقدر وقتي الثمين معك، والسعادة التي لا تفارقني بوجودك، فلطالما كنت لي الصديق، والأب، والأخ، والسند، والزوج، وأصبحت غربتي بوجودك وطن. أدامك الله لي ووفقنا في حياتنا القادمة معاً لما يحب ويرضى...

الشكر والتقدير

بعد الشكر والحمد لله تعالى...

أود التعبير عن خالص امتناني لمشرفي الفاضل الأستاذ الدكتور محمد هاشم السلعوس على دعمه، وصبره، وإرشاده المستمر.

وإلى جميع أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام كل باسمه... أقدر جهودكم التي ساعدتني في مسيرتي الجامعية.

وأتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان لعائلة زوجي الغالية (خالي علي، وخالتي منى) على دعمهم، واحتضانهم لي كإبناتهم الخاصة.

وأعبر عن عظيم امتناني وتقديري لخالتي العزيزة وفاء، التي طالما قدمت لي النصيح والإرشاد، وخالي عصام، وخالتي مها.. أعتز بحبكم ودعمكم المستمر.

والشكر موصل لجميع الأصدقاء (يارا حمادنة، بيان أبو رقية، وهلا عبدالقادر) على مساندتهم، ومساعدتهم لي في إنتاج هذه الرسالة... سائلة المولى عزوجل أن يوفقني وإياكم إلى ما يحب ويرضى...

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الإهداء
هـ	الشكر والتقدير
و	قائمة المحتويات
ي	قائمة الجداول
م	قائمة الملاحق
ن	الملخص باللغة العربية
س	الملخص باللغة الإنجليزية
1	المقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
3	مشكلة الدراسة
4	أهمية الدراسة
5	أهداف الدراسة
5	أسئلة الدراسة
6	فروض الدراسة
7	مصطلحات الدراسة
8	النظرية المستخدمة في الدراسة
10	الدراسات السابقة

21	التعليق على الدراسات السابقة
23	نوع الدراسة ومنهجها
23	مجتمع وعينة الدراسة
25	أداة الدراسة
26	حدود الدراسة
27	إجراءات الصدق والثبات
28	المقاييس الإحصائية المستخدمة
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
المبحث الأول: الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي	
30	الإعلام الجديد
30	مفهوم الإعلام الجديد
31	خصائص الإعلام الجديد
32	وظائف الإعلام الجديد
32	العوامل الرئيسية وراء ظهور الإعلام الجديد
33	أدوات ووسائل الإعلام الجديد
36	مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
36	نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
37	خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
38	أبرز مواقع التواصل الاجتماعي
42	إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
43	سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: العنف ضد المرأة	
45	مفهوم العنف
46	مفهوم العنف ضد المرأة
46	أشكال العنف الواقع على المرأة
51	أسباب ودوافع العنف ضد المرأة
53	سمات المرأة المعنفة
53	النظريات المفسرة للعنف
58	حجم ظاهرة العنف في الوطن العربي
59	آثار العنف على الضحايا والمجتمع
المبحث الثالث: الفيسبوك والتوعية بالعنف ضد المرأة	
61	دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على المجتمع
62	تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الرعاية الصحية
62	تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التجارة وإدارة الأعمال
63	تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التعليم
63	تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على السياسة
64	العوامل المساهمة في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع بمختلف جوانبه
64	التفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي
65	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية
66	دور شبكات التواصل الاجتماعي بالتوعية بظاهرة العنف ضد المرأة
67	حملات التوعية بالعنف ضد المرأة

70	موقع الفيسبوك
72	مستخدمي الفيسبوك من الشباب
73	مهام الفيسبوك
73	خصائص الفيسبوك
74	الفيسبوك والعنف ضد المرأة
الفصل الثالث: عرض النتائج ومناقشتها	
78	عرض النتائج ومناقشتها
112	ملخص النتائج
114	التوصيات
115	قائمة المصادر والمراجع
129	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
24	التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة	1
26	معيار القياس والاتجاه للحكم على فقرات الدراسة	2
28	معدل الاتساق الداخلي كرونباخ للمحاور والأداة ككل	3
79	التكرارات والنسب المئوية حسب عدد الساعات التي يقضيها المبحوث يومياً في استخدام الفيسبوك	4
80	التكرارات والنسب المئوية حسب درجة متابعة المبحوث للقضايا المتعلقة بالمرأة عبر موقع الفيسبوك	5
81	التكرارات والنسب المئوية حسب ردة فعل المبحوث عندما يرى منشورات عن العنف ضد المرأة عبر موقع الفيسبوك	6
83	التكرارات والنسب المئوية حسب درجة ما يوفر موقع الفيسبوك معلومات حول قضايا العنف ضد المرأة	7
84	التكرارات والنسب المئوية حسب درجة اعتماد المبحوث على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة	8
86	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بآماكن تعرض المبحوث لموقع الفيسبوك	9
87	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالصورة التي تظهر فيها المرأة عبر موقع الفيسبوك	10

88	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بأشكال العنف المستخدمة ضد المرأة	11
90	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالآثار المعرفية المتحققة لدى المبحوث نتيجة الإعتماد على موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة	12
92	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالآثار الوجدانية المتحققة لدى المبحوث نتيجة الإعتماد على موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة	13
94	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالآثار السلوكية المتحققة لدى المبحوث نتيجة الإعتماد على موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة	14
97	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لدرجة اعتماد الشباب الاردني على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات عن ظاهرة العنف ضد المرأة وفقا لمتغيرات النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي،ومكان الإقامة، والدخل الشهري	15
100	المقارنات البعدية بطريقة LSD لأثر الفئة العمرية	16
101	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للآثار المعرفية وفقا لمتغيرات النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي،ومكان الإقامة، والدخل الشهري	17

103	المقارنات البعدية بطريقة LSD لأثر الفئة العمرية	18
104	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للاثار الوجدانية وفقا للمتغيرات الديمغرافية	19
106	المقارنات البعدية بطريقة LSD لأثر المستوى التعليمي	20
107	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للاثار السلوكية وفقا للمتغيرات الديمغرافية	21
109	المقارنات البعدية بطريقة LSD لأثر المستوى التعليمي	22
110	معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها الشباب الأردني على الفيسبوك ودرجة الاعتماد عليه مصدرا للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة	23
111	معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين مدى اعتماد الشباب الأردني على الفيسبوك مصدرا للمعلومات عن العنف ضد المرأة وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة لديهم	24

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الملحق
129	قائمة بأسماء المحكمين	1
130	الاستبانة	2

الملخص

عبدالرحمن، دينا اسماعيل. (2019). دور الفيسبوك في توعية الشباب الأردني بظاهرة العنف ضد المرأة. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك.
المشرف: أ.د. محمد هاشم السلعوس

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى دور موقع الفيسبوك في توعية الشباب الأردني بظاهرة العنف ضد المرأة، والتعرف إلى عادات وأنماط تعرضهم لموقع الفيسبوك. كما هدفت للتعرف إلى التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية المتحققة نتيجة اعتماد الشباب الأردني على موقع الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديمغرافية.

واستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي لتنفيذ الدراسة، من خلال استخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وتكون مجتمع الدراسة من الشباب الأردني المستخدمين لموقع الفيسبوك، وبلغت عينة الدراسة (400) مفردة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن موقع الفيسبوك ساهم في رفع المستوى التوعوي والمعرفي لدى الشباب الأردني حول ظاهرة العنف ضد المرأة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للآثار المعرفية المكتسبة (3.74)، بالإضافة إلى أنه قد ساهم بإحداث تأثيرات سلوكية تتعلق ببحث النساء المعنفات بالتوجه إلى مراكز الدعم وحماية الأسرة. كما أظهرت نتائج الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية تعزى لمتغيرات (العمر، والنوع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، ومكان الإقامة)، بالإضافة إلى وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين عدد الساعات التي يقضيها الشباب الأردني على الفيسبوك ودرجة الاعتماد عليه مصدراً للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، موقع الفيسبوك، الاعتماد، العنف ضد المرأة، التوعية، الشباب الأردني.

Abstract

Abdulrahman, Deena Ismail. (2019). The role of Facebook in raising awareness of Jordanian youth about the phenomenon of violence against women, Masters Thesis, Yarmouk University.

Supervised by: Prof. Dr. Mohammed Hashim Al-Salous.

The study has aimed to identify the role of Facebook in raising the awareness of Jordanian youth about the phenomenon of violence against women, and to identify the patterns of their exposure to Facebook. It also aimed to identify the affective, cognitive and behavioral effects achieved as a result of the Jordanian youth's dependence on Facebook according to their demographic changes.

The researcher used the survey method to implement the study, through the use of the questionnaire as a tool for gathering information, and the study population consisted of Jordanian youth who use the Facebook site.

The study reached a set of results, the most important of which is that Facebook contributed to raising the awareness and cognitive level of Jordanian youth on the phenomenon of violence against women, where the arithmetic mean of acquired cognitive effects reached (3.74). In addition to that, it has contributed to the creation of behavioral effects related to the encouragement of abused women to go to the support and family protection centers. The results of the study also showed that there are statistically significant differences between the cognitive, affective, and behavioral influences attributable to the variables (age, gender, educational level, and place of residence), in addition to a positive relationship statistically between the number of hours spent by Jordanian youth on Facebook and the degree of dependence on it as a source for information on violence against women.

Keywords: Social Networking Sites, Facebook, Dependency, Violence Against Women, Awareness, Jordanian Youth

المقدمة

شهد العقدان الأخيران تطوراً كبيراً و نوعياً في وسائل الإعلام، التي أصبحت من أهم المتغيرات في تطور الحضارات و حياة الشعوب، فبعد أن كان أبرز وسائل الإعلام متمثلاً في المجلات والصحف والإذاعات والتلفزيون الأرضي، أضيف إليها وسائل لم تكن معروفة من قبل، كالفضائيات، والأسطوانات المدمجة، والإنترنت، كذلك تم الدمج بين الفضائيات والعروض الفنية والسينمائية والإذاعات مع شبكة الكمبيوتر، وأصبح العالم يواجه آلة رهيبية للتحكم في الرأي العام وصياغته وتوجيهه في مختلف المجالات الاجتماعية والسياسية والقيمية والأخلاقية (عبد السلام، والسيد، 2017، ص9) وارتبطت الخدمات المباشرة للإعلام ارتباطاً وثيقاً بالإنترنت ودوره كوسيلة إعلامية متعددة الوظائف، مع إضافة جديدة هي أن الإنترنت أصبح وسيلة إعلامية متفاعلة، بمعنى أنه لا يكتفي فيمن يستخدمه بدور المتلقي السلبي للمادة الإعلامية المنشورة، بل يمكنه أن يتحاور معها، ويحدد بنفسه ما يريد من معلومات ويطرح وجهة نظره أمام الآخرين (شفيق، 2006، ص 18).

وإن كل المنتجات الإعلامية تتشابه في كونها تحمل في طيات رسائلها أساليب للحياة وقيماً يتأثر بها العديد من الناس. فهي تبني وتنقل الكثير من المعتقدات والقيم و الأفكار. كما أن وسائل الإعلام تنقل بشكل ضمني أو واضح رسائل أيولوجية حول قضايا عديدة. وإذا كان الإعلام غير مسؤول مباشرة عن خلق و تكوين القيم و الاتجاهات إلا أنه يكسبها الشرعية ويعززها. كما أن وسائل الإعلام لها تأثير كبير في عرض أهم القضايا المجتمعية وتشكيل التغيير الاجتماعي (الدسوقي، 2010، ص 166-164). ولعل إحدى أهم القضايا التي يعاني منها مجتمعنا المعاصر هي تلك التي تتناول ظاهرة العنف ضد المرأة. وعلى الرغم من أنها ظاهرة وجدت منذ القدم، إلا أنه قد ارتفعت وتيرة الاهتمام بها مؤخراً في المجتمعات الحديثة، ودراسة ما يمكن أن تتركه من آثار على المرأة و المجتمع (كرادشة، 2009، ص7)، حيث أشارت أكثر الدراسات الاجتماعية إلى أن تقدم المجتمعات أو تخلفها يقاس

بأوضاع المرأة فيها و بمقدار الحقوق التي تحصل عليها و المناصب التي تتقلدها (حبيب، 2011، ص11) باعتبارها مساهما فاعلا في تطور المجتمع، وشريكا أساسيا في تحقيق أهداف التنمية، وقد بذلت الكثير من الجهود لتمكن المرأة العربية من النهوض في كافة المجالات (وزارة التضامن، 2016، ص5) إلا أن هذه الجهود لم يواكبها تطور مواز في الحد من تعنيف المرأة، بل إن احصائيات العنف في تزايد مستمر حول العالم، وما زال هناك نظرة مجتمعية لا تتوانى في تحجيم المرأة، ولا يخلو المجتمع إلى اليوم من الأوجه الظاهرة و الباطنة المساهمة في تعنيفها جسديا و معنويا و لفظياً.

وتبرز أهمية موقع الفيسبوك باعتباره أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً في الأردن، كميدان يستطيع المجتمع من خلاله الخوض في هذه القضية المجتمعية، والدفاع عن أهم القيم والحقوق الإنسانية الأساسية للمرأة، وعرض أشكال الظاهرة وخطورتها وآثارها على المجتمع. وقد سمح الفيسبوك للنساء بنشر تجاربهن الخاصة مع العنف، بالإضافة إلى أنه قد ظهرت العديد من الصفحات الإخبارية والنسوية والتوعوية التي تبنت الحديث عن قضايا العنف، وساعدت النساء بإيصال أصواتهن والخروج من عزلتهن والحصول على المساعدة. ما ساهم بنشر التوعية حول هذه الظاهرة في المجتمع. وباعتبار الشباب الأردني الفئة الأكثر تأثراً وتأثراً بهذه الظاهرة، دعت الحاجة إلى معرفة دور موقع الفيسبوك تحديداً في توعيتهم بظاهرة العنف ضد المرأة، فضلا عن التعرف إلى مدى انعكاس هذا الدور على مجموعة من المتغيرات الديموغرافية المتمثلة بالعمر، والنوع الاجتماعي، والحالة الاجتماعية، والسكن، والدخل الشهري. ولفهم الدور التوعوي الذي يساهم به موقع الفيسبوك، فيما يتعلق الأمر بظاهرة العنف ضد المرأة، تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول: الفصل الأول، ويعرض الإطار المنهجي للدراسة. الفصل الثاني، ويعرض الإطار النظري، والذي يتكون من ثلاثة مباحث، يتناول الأول منها: (الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي)، ويتناول الثاني: (العنف ضد المرأة)، ويتناول الثالث: (الفيسبوك والتوعية بالعنف ضد المرأة). أما الفصل الثالث، فيتناول عرضاً وتحليلاً لنتائج الدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

يعرض هذا الفصل المشكلة، والأهمية، والأهداف، والتساؤلات، والفروض، والمفاهيم والتعريفات الإجرائية الخاصة بالدراسة، بالإضافة إلى النظرية المستخدمة، وعرض للدراسات السابقة، ونوع الدراسة، ومنهجها، ومجتمعها، وعينها، والأداة المستخدمة في جمع البيانات، والمقاييس الإحصائية الخاصة بها.

مشكلة الدراسة:

فتحت وسائل الإعلام الجديد بوابة تطل على كافة الثقافات والمجتمعات المختلفة، أصبح العالم من خلالها يتكلم بلغة الإنترنت، ويبيدي آراءه في كثير من القضايا بحرية لم يمتلكها قبل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي غدت منصة يستطيع الأفراد من خلالها الوصول إلى غاياتهم المعرفية، وإشباع حاجاتهم، وتلبية رغباتهم المختلفة. وقد أدى استخدام هذه المواقع و في مقدمتها موقع الفيسبوك من قبل الشباب الأردني إلى زيادة معلوماتهم التي يوفرها لهم على كافة الأصعدة، وقد أدى ذلك إلى تنامي قدرات الشباب على التعامل مع المشكلات التي قد تواجه المجتمع. ونظراً إلى أن المرأة جزء أساسي و مهم في المجتمع الأردني، فإن الأمر يتطلب مسانبتها والتعرف إلى أهم المشكلات التي تعاني منها جسدياً أو معنوياً، ونظراً إلى أن المجتمع الأردني يركز على دور الرجل و أهميته بالإضافة إلى دور المرأة، فإن من الأهمية التعرف إلى موقع الفيسبوك الذي يستخدمه ملايين الأردنيين في توعية الشباب الأردني إناثاً و ذكورا بظاهرة العنف ضد المرأة. ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف إلى "دور موقع الفيسبوك في توعية الشباب بظاهرة العنف ضد المرأة فضلاً عن التعرف إلى مدى انعكاس هذا الدور على مجموعة من المتغيرات الديموغرافية للشباب الأردني".

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في ما يلي:

1. أنها تتناول موضوعاً جديداً نسبياً في مجال الإعلام.
2. أنها تركز على قضية لها أبعاد اجتماعية، وصحية، واقتصادية جدية في المجتمع.
3. أنها تتناول شريحة الشباب، باعتبارهم العنصر الأهم في تطوير المجتمع والتأثير عليه.
4. أنها تتناول التوعية في ظاهرة منتشرة حول العالم، حيث أصدرت منظمة الصحة العالمية في عام 2013 تقريراً يجمع البيانات العالمية المتاحة لتقدير العنف ضد المرأة، لتتوصل إلى أن 35% من النساء في جميع أنحاء العالم تعرضن لعنف جسدي و/أو جنسي لمرة واحدة في حياتهن على الأقل (Sutherland, et al., 2015, p3).
5. كما تشير الدراسات أن ظاهرة العنف في تزايد مستمر في الأردن، حيث "سجلت 26 جريمة قتل من ضمنها جرائم شرف خلال 10 أشهر، كانت حصيلة العنف ضد المرأة في الأردن في الفترة الأخيرة، والتي ارتفعت بنسبة 53% في عام 2016" بحسب الدراسات (المنوي، 2016).
6. يعد موقع الفيسبوك أكبر شبكة اجتماعية على مستوى العالم، حيث وجد أن هناك 2.45 مليار مستخدم نشط شهرياً اعتباراً من الربع الثالث من عام 2019 (www.statista.com).
7. توصلت آخر الإحصائيات إلى أن هناك أكثر من 5 ملايين مستخدم لموقع الفيسبوك في الأردن في عام 2019، ما يمثل 56.2% من سكان الأردن. بالإضافة إلى أن أكبر مجموعة من المستخدمين ينضمون لفئة الشباب، حيث تراوحت أعمارهم بين 25 و 35 (www.napoleoncat.com).
8. ندرة الدراسات السابقة التي تناولت ظاهرة العنف ضد المرأة و انعكاسها عبر منصات التواصل الاجتماعي.

9. استخدام نتائج الدراسة كدليل لتحسين المعلومات التوعوية الخاصة بقضايا العنف ضد المرأة عبر

شبكات التواصل الاجتماعي، وموقع الفيسبوك تحديداً.

أهداف الدراسة:

يحدد الهدف الرئيس في "التعرف إلى دور الفيسبوك في توعية الشباب الأردني بظاهرة العنف ضد

المرأة"، ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، فيما يلي:

1. التعرف إلى عادات وأنماط تعرض الشباب الأردني لموقع الفيسبوك.
2. التعرف إلى درجة اعتماد الشباب الأردني على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات عن العنف ضد المرأة.
3. التعرف إلى مدى تفاعل الشباب الأردني مع المنشورات المتعلقة بظاهرة العنف ضد المرأة عبر موقع الفيسبوك.
4. التعرف إلى الصور التي تظهر فيها المرأة عبر موقع الفيسبوك.
5. التعرف إلى أكثر أشكال العنف ضد المرأة تداولاً عبر موقع الفيسبوك.
6. التعرف إلى الآثار المعرفية، والوجدانية، والسلوكية المتحققة لدى الشباب الأردني نتيجة اعتمادهم على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات عن العنف ضد المرأة.

أسئلة الدراسة:

يتمثل السؤال الرئيسي للدراسة بـ: "ما دور الفيسبوك في توعية الشباب الأردني بظاهرة العنف ضد

المرأة؟" ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية، فيما يلي:

1. ما عادات و أنماط تعرض الشباب الأردني لموقع الفيسبوك؟
2. ما درجة اعتماد الشباب الأردني على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات عن العنف ضد المرأة؟
3. ما مدى تفاعل الشباب الأردني مع المنشورات المتعلقة بظاهرة العنف ضد المرأة عبر موقع الفيسبوك؟
4. ما الصور التي تظهر فيها المرأة عبر موقع الفيسبوك؟
5. ما أكثر أشكال العنف ضد المرأة تداولاً عبر موقع الفيسبوك؟
6. ما الآثار المعرفية، و السلوكية، والوجدانية التي تتحقق لدى الشباب الأردني نتيجة اعتمادهم على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات عن العنف ضد المرأة؟

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى اختبار صحة الفروض التالية:

- **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الاردني على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات عن ظاهرة العنف ضد المرأة تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية(النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي،ومكان الإقامة، والدخل الشهري).
- **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية (النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي،ومكان الإقامة، والدخل الشهري).
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد الساعات التي يقضيها الشباب الأردني على الفيسبوك ودرجة الاعتماد عليه مصدرا للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة.

• **الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الشباب الأردني على الفيسبوك مصدراً للمعلومات عن العنف ضد المرأة وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة لديهم.

مفاهيم الدراسة:

• **العنف**

تعرف منظمة الصحة العالمية العنف على أنه "الاستعمال المتعمد للقوة المادية أو القدرة، سواء بالتهديد أو الاستعمال الفعلي لها، من قبل الشخص ضد نفسه أو ضد شخص آخر أو ضد مجموعة أو مجتمع، بحيث يؤدي إلى حدوث أو رجحان احتمال حدوث إصابة أو موت أو إصابة نفسية أو سوء النماء أو الحرمان " (المجالي، 2011، ص5).

أما إجرائياً: فيقصد بالعنف هو أي عمل مكروه تجاه المرأة سواء كان نفسياً أو جسدياً أو لفظياً، كالضرب، أو السب، أو الذم، أو التهديد، أو الإكراه، ومن الممكن أن يحدث أثراً سلبية على نوعية حياتها، وعلى المجتمع بأكمله.

• **الشباب**

يعرف المعجم الوسيط الشباب بأنه "إدراك سن البلوغ إلى سن الرجولة، والشباب هو الحداثة، وشباب الشيء أوله و يعرفها البعض بأنها مصطلح وصفي للفترة من العمر، التي يكون فيها الفرد غير ناضج انفعالياً وتكون خبراته في الحياة محدودة ويكون قد اقترب من النضج العقلي والبدني" (بوريش، 2018، ص 233).

أما إجرائياً: يصعب تعريف الشباب بشكل عام، حيث يختلف هذا التعريف من مجتمع لآخر، ومن شخص لآخر. أما في الدراسة الحالية، فقد اختارت الباحثة أن يكون الشباب هم الذكور والإناث في المرحلة العمرية ما بين (20-40) في المجتمع الأردني (خضر، 2019).

• موقع الفيس بوك

يعرف الفيسبوك على أنه إحدى وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة التي ساعدت في تكوين الصداقات، وتنشيط التعامل بين أفراد المجتمع المحلي والعالمي، بالإضافة إلى تبادل الأفكار، واكتساب معلومات جديدة بسهولة وسرعة لم تكن موجودة قبل ذلك (محمد، 2018، ص5-4).

أما إجرائياً: فهو أحد أبرز مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية، وهو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً في المجتمع الأردني.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

استخدمت الباحثة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، لخدمة أهداف الدراسة الحالية، حيث تقترض هذه النظرية بأن الجمهور يقوم باللجوء لوسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبناء مواقفه السلوكية في ظروف معينة، حيث أنه كلما زاد عدم الاستقرار في مجتمع ما زاد تعرض جمهوره لوسائل الإعلام، وتستند نظرية الاعتماد على مجموعة من الفروض الفرعية، أهمها:

1. أن اختلاف درجة التوازن والاستقرار في النظام الاجتماعي يعود إلى التغيرات المستمرة، وبالتالي فالحاجة للمعلومات والأخبار تتراد أو تتناقص تبعاً للحاجة لهذه المعلومات والأخبار، حيث يكون الأفراد أكثر اعتماداً في الحصول على المعلومات.

2. حيوية النظام الإعلامي بالنسبة لأفراد المجتمع تزيد من درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في إشباع حاجاتهم.

3. اختلاف أهداف و حاجات الجماهير الفردية و النفسية تؤثر في درجة اعتمادهم على وسائل

الإعلام. (مراد، 2011، ص149-150).

الإعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام:

يقيم الأفراد علاقات اعتماد على وسائل الإعلام بسبب حاجتهم إلى التوجيه في الوصول إلى أهدافهم، حيث تستند شدة الاعتماد على مدى إدراك الناس لمساهمة هذه الوسائل في التوصل إلى الأهداف المتمثلة في:

1. الفهم: ويشمل معرفة الذات، من خلال الحصول على الخبرات المختلفة والتعرف على أوجه العالم، والمجتمع، واكتساب معلومات مختلفة وتفسيرها.
 2. التوجيه: ويشمل الحصول على توجيه تفاعلي يعطي دلالات تساهم في كيفية التعامل مع المواقف المختلفة، بالإضافة إلى توجيه العمل، مثل تحديد ما بإمكانك ارتدائه، أو شراءه.
 3. التسلية: وتشمل التسلية المنعزلة المتمثلة في الاسترخاء والراحة والاستثارة، والتسلية الاجتماعية المتمثلة في القيام بالأمور المسلية مع الجماعة، كالسينما، أو الموسيقى مع الأصدقاء، أو التلفاز مع العائلة.
- ولا شك بأنه كلما زاد المجتمع تعقيدا، زادت الأهداف التي تتطلب الوصول إلى وسائل الإعلام بهدف تحقيقها (مكاوي، والسيد، 1998، ص221-220).

آثار نظرية الإعتماد:

- يرصد " ملف ديفل " و " ساندرابول " مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي : الآثار المعرفية ، والآثار الوجدانية ، والآثار السلوكية .
- الآثار المعرفية، و التي تشمل: الغموض، و تكوين الإتجاه، و ترتيب الأولويات، واتساع المعتقدات، والقيم
 - الآثار الوجدانية، وتشمل: الفتور العاطفي، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والابتكار.
 - الآثار السلوكية، وتشمل: التنشيط، والخمول. (صلوي، 2012، ص31-32)

وترى الباحثة أن استخدام نظرية الإعتماد يعكس درجة اعتماد الشباب الأردني على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات الخاصة بالعنف ضد المرأة، والتعرف على الآثار المعرفية، والسلوكية، و الوجدانية التي تحققت نتيجة هذا الإعتماد.

الدراسات السابقة

أولاً، الدراسات العربية:

1. دراسة (صالح، 2016) بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا

السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني.

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك إلى أسباب اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية. و اعتمدت الدراسة المنهج المسحي على عينة قوامها 400 مفردة من طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط في مرحلة البكالوريوس. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها:

أن أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها (Facebook) بنسبة مئوية (100%)، و أنه توجد آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي. و أظهرت المتوسطات الحسابية التي تقيس مستوى الدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي أن أبرز دافع لدى الشباب هو "متابعة الأخبار والقضايا المحلية" وبدرجة مرتفعة، و أن أبرز سبب لاعتماد

الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية أنها تمتاز بالسرعة العالية.

2. دراسة (عيساوي، 2016) بعنوان: اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي

في الحصول على الاخبار.

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى استخدام شباب جامعة تبسة لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال التعرض و الاقبال عليها، و تحديد الاتجاه الحقيقي لاعتماد شباب جامعة تبسة على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الحقائق و الاخبار مع معرفة مدى مصداقيتها و مطابقتها للواقع الاجتماعي، و قامت باستخدام المنهج الوصفي التحليلي على عينة عمدية مكونة من 40 فردا من طلبة الاعلام و الاتصال في كلية العلوم الانسانية بجامعة تبسة. و توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

أشار جميع المبحوثين الى استخدامهم لشبكة الإنترنت بنسبة 100 % و أن استخداماتهم تتمحور أساسا حول التسلية و الترفيه و التجميل بكافة أنواعه. وأفاد أغلب أفراد العينة إلى أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة منتظمة و خاصة موقع الفيسبوك بنسبة 59%. وأجاب 70% من أفراد العينة بأن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تزويد الشباب الجزائري بالأخبار. اما فيما يتعلق بالمجالات التي يفضلها الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد فضل مجتمع البحث الأخبار الثقافية بكافة مجالاتها بنسبة 75% في حين جاءت باقي الخيارات الدينية و الرياضية و الاجتماعية و السياسية بنسب 42% و 40% و 45% و 27% بالمئة. و يرى عدد من المبحوثين بنسبة 81% أنهم يعتمدون اعتمادا مباشرا في الحصول على الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي.

3. دراسة (أبو سويلم، 2015) بعنوان: اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل

الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات.

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى مدى اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعية للحصول على الأخبار والمعلومات، باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه؛ الوصفي والتحليلي، على عينة بلغت (470) مفردة، من طلبة الجامعات في العاصمة الأردنية عمّان. و توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

أن ما نسبته (98%) من الطلبة في عمّان يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، فيما بلغت نسبة الذين لا يستخدمون هذه الشبكات (2%) فقط. و أن شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطلبة هي: فيسبوك وتويتر ويوتيوب، حيث جاء الفيسبوك في مقدمة هذه الشبكات بنسبة (89%)، ثم موقع تويتر بنسبة (4%)، وموقع يوتيوب بنسبة (2%). ووجد الباحث أن مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تزويد الطلبة بالأخبار والمعلومات جاءت في المرتبة الأولى وبمستوى مرتفع بلغ (48%)، تلاه في المرتبة الثانية "الشبكات الإخبارية الإلكترونية"، بمستوى مرتفع بلغ (30%)، بينما كانت القنوات الفضائية في المرتبة الثالثة، بمستوى بلغ (17%)، فضلاً عن أن المجالات الأخرى والصحف والإذاعات كانت أقل تأثيراً وحصلت على مستويات متدنية؛ وذلك لأن نسبتها تراوحت ما بين (1%) إلى (2%).

4. دراسة (سكيك، 2014) بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب

اللسطيني بالقضايا الوطنية.

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية و أهم القضايا الوطنية التي تتناولها الشبكات. وتأتي هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، حيث استخدم الباحث المنهج المسحي، و اعتمد في بحثه على ثلاث أدوات (أداة تحليل

المضمون، وأداة الاستبيان، وأداة المقابلة). حيث قام الباحث بتحليل مضمون صفحتي شبكة قدس الاخبارية وغزة الان على موقع الفيسبوك، و تم توزيع الاستبيان على 422 مفردة من شباب المجتمع الفلسطيني، وتم استخدام أداة المقابلة الشخصية لعدد من نشطاء الاعلام الجديد والاكاديميين والسياسيين. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

أن شركة "الفيسبوك" حصلت على المرتبة الاولى كأكثر الشبكات التي يستخدمها المبحوثون للتوعية بالقضايا الوطنية الفلسطينية وذلك بنسبة %93.3، تلاها بفارق كبير تويتر بنسبة %49.65، تليها الشبكات الأخرى بنسبة %2.35، و أظهرت النتائج أن %61 من المبحوثين يرون بأن شبكات التواصل الاجتماعي تزيد من مستوى وعي الشباب الفلسطيني بنسبة متوسطة.

5. دراسة (الکرد، 2014) بعنوان: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي في

الأسرة الفلسطينية " الفيس بوك نموذجاً".

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر شبكات التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي في الأسرة الفلسطينية. و اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يتناول أحداث وظواهر وممارسات قائمة ومتاحة للدارسة دون أن يتدخل الباحث في مجرياته. و قام الباحث بانتقاء عينة للدارسة بالطريقة العشوائية البسيطة قوامها 140 فرداً من الذكور والإناث. و توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

توجد فروق ذات دلالة احصائية في أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على التوافق الزوجي لدى الأسرة الفلسطينية تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور، بمعنى أن الفيس يؤثر على الذكور بصورة جوهرية أكثر من الإناث. و أجاب أغلب المبحوثون بأنه يشعر شريك حياتهم بالضيق لاستخدامهم الفيس بوك لفترات طويلة. و يرى الكثير من المبحوثون بأن الفيس بوك يعوضهم عن العلاقات الأسرية بوزن نسبي مرتفع (87.38).

6. دراسة (حمودة، 2013) بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب

الفلسطيني في القضايا المجتمعية.

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا المجتمعية، و استخدمت الدراسة المنهج المسحي، و صحيفة استقصاء كأداة الدراسة على عينة من الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس الشريف، والتي بلغ قوامها (410) مبحوثاً. و توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها:

أن المبحوثين يتقون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي، و أنهم يتابعون القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت 99.3% ، إذ جاءت نسبة من أجابوا بنعم 82.2% ، وأحياناً بنسبة 17.1% ، في حين أن 0.7% أجابوا بنفي متابعتهم للقضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي، و اتضح بأن أن الإجراء الذي يتخذه أغلب المبحوثين عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو المشاركة بفاعلية، بنسبة 63.9% ، والاطلاع فقط بنسبة 34.1% ، وعدم الاهتمام بنسبة 1.5% ، وأخيراً الحذف والحظر بنسبة 0.5%

7. دراسة (العلاونة، 2012) بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين

الاردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الاردنيين على المشاركة في فعاليات الحراك الاجتماعي باستخدام منهج المسح الاعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي على عينة بلغت 296 مفردة من النقابيين في مدينة اربد. وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج، أهمها:

أن 74.7% من النقبائين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وأن 24.3% منهم يستخدمون مواقع التواصل لأنها تتيح لهم الفرصة للتعبير عن آرائهم بحرية. و أظهرت النتائج أن 50.6% من النقبائين يستخدمون الفيس بوك، وأن دافعهم الأساسي لاستخدامه هو التواصل مع الاصدقاء. و توصلت الدراسة أيضا إلى أن 56.6% من النقابات العمالية ساهمت في الحركة الجماهيرية التي دعت للإصلاح والتغيير في الاردن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

8. دراسة (الرفاعي، 2011) بعنوان: دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة

العربية.

هدفت هذه الدراسة الى معرفة دور وسائل الإعلام والاتصال في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية. و تنتمي هذه الدراسة الى البحوث النوعية الكيفية، وتعتمد على الملاحظة العامة كأداة لجمع البيانات. و توصل البحث إلى عدة نتائج، لعل أبرزها:

أن لوسائل الإعلام والاتصال دوراً كبيراً في توجيه سلوك المتلقين والتأثير فيهم، ومع أن طبيعة هذا التأثير ومداه لم تقرر كحقيقة علمية، لكن الدراسات لم تنفها. وعملية التأثير والتأثر بوسائل الإعلام والاتصال شيء مركب إذ تتداخل فيها عوامل كثيرة، مثل شخصية الإنسان وبنية الاجتماعية، وتشكيله الثقافي، ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي في المجتمع. ولكن وسائل الإعلام تستطيع أن تحدث تغييراً معرفياً لدى الجمهور متى استطاعت أن توظف العوامل السابقة، وتوجهها في إيقاع واحد متناغم، يعجل بالتغيير المعرفي المنشود، بحسب الاتجاه الذي تريده... ضد ما هو قائم ومناقض له... أو مع ما هو قائم وداعم له. وعندما اندمجت وسائل الإعلام والاتصال أخذت تمارس دورا جديدا في تشكيل آراء المتلقين واتجاهاتهم وقيمهم بوسائل جديدة، وفي مستويات متعددة، وبترارها لما تقدمه شكلاً

ومضموناً تكراراً مجمعاً أو موزعاً، تعيد صياغة قيم المجتمع، ومن ثم الأسرة بالطريقة التي تلائم صانعي هذا الإنتاج ومروجه.

9. دراسة (جلس و مهدي، 2010) بعنوان: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي

لدى الشباب الفلسطيني.

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني. واعتمدت الدراسة منهج "المسح الاجتماعي" على عينة مكونة من 219 مفردة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها:

يتضح من خلال نسبة تعرض الطلاب لوسائل الإعلام مدى تأثير وسائل الإعلام على الوعي الطلابي حيث وصلت نسبة الذين يتعرضون دائماً 92.7%، مما يؤكد نسبة ارتفاع في دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي. و أكد المبحوثين على أهمية دور وسائل الإعلام في التأثير على الوعي الاجتماعي وبشكل متوسط وكبير حيث بلغت النسبة 87.2%، من خلال متابعة الأحداث المحلية. وأن الفقر والبطالة من أهم القضايا التي تهتم أفراد العينة. و أنه تعتبر الأسرة من أهم الوسائل المساندة لوسائل الإعلام في تنمية الوعي الاجتماعي.

ثانياً، الدراسات الأجنبية:

1. دراسة (D, Ambrosi, Papakristp, & Polci, 2018) بعنوان: "Media Social

" Education New" a for Strategies Communication Violence: Gender and

"وسائل التواصل الاجتماعي والعنف بين الجنسين: استراتيجيات التواصل من أجل تعليم

جديد".

هدفت الدراسة للتعرف إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الثقافي والمشاركة في محاربة العنف ضد المرأة. وقد أجريت الدراسة باستخدام منهج التحليل الكمي والنوعي الذي يشتمل على تحليل مضمون حوالي 20 منصة من صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الإيطالية التي تتعامل مع الجرائم ضد المرأة. وأخذ التحليل في الاعتبار ثلاثة مؤشرات رئيسية: وجود مساحات عبر مواقع التواصل تهدف في زيادة الوعي، وجود أدوات عبر الإنترنت تسعى إلى تحقيق الأهداف والمشروعات المشتركة، وتفعيل دورات التعليم عبر الإنترنت. وسعت الدراسة كذلك إلى الكشف عن الفرص التعليمية التي توفرها وسائل الإعلام الجديدة، عوضاً عن رفع التوعية وحسب.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أن المواقع والصفحات الاجتماعية المختارة على مستوى جيد جداً من التصميم. وأن هناك العديد من المواقع الجماعية التي تشمل مجموعة من الأفراد يتحدون للمشاركة في المشاريع والمبادرات الاجتماعية. وتستخدم العديد من هذه المواقع والصفحات الاجتماعية تكنولوجيات مفتوحة المصدر بشكل أساسي لتزويد النساء بالأدوات التي يحتجن إليها، بالإضافة إلى المعلومات والدعم ضد العنف القائم على النوع الاجتماعي.

2. دراسة (Mukherjee، 2016) بعنوان: "Role of Social Media in

.Showcasing Women Atrocities: A Study on Jaipur Youth".

"دور وسائل التواصل الاجتماعي في عرض الوحشية ضد النساء: دراسة عن الشباب في

جايبور".

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الطرق المختلفة التي لعبت بها وسائل الإعلام الاجتماعية دوراً

نشطاً في عرض حالات الظلم والفظائع ضد النساء، وتطوير نظرة عامة عن رأي شباب جايبور فيما

يتعلق بدور وسائل الإعلام الاجتماعية في تسليط الضوء على القضايا والمشاكل المتعلقة بالنساء. و ذلك باستخدام المنهج المسحي في شكل استبانة تم توزيعها عشوائياً على عينة من 50 طالب من الفئة العمرية 18-28 في جايبور، و توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها:

أن 96% من العينة من المستخدمين المنتظمون لوسائل التواصل الاجتماعي. و أن 40% من المستجيبين يقوموا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لجمع معلومات حول أحدث القضايا و الأحداث في المجتمع إلى جانب استخدامها فقط كأداة للتواصل مع الأصدقاء أو الترفيه. و ان أغلبية المبحوثين، أي 52% من العينة يرون أن القضايا المتعلقة بالاغتصاب والتحرش الجنسي أثارت انتباههم ونجحت في إثارة الحركات والاحتجاجات الجماعية. و أفاد 40% من الشباب بأن إحدى أسباب استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي هي مناقشة مختلف القضايا المتعلقة بالوحشية والمساواة بين الجنسين والعدالة، بينما يقوم 28% من الشباب باستخدام هذه الوسائل لنشر وجهة نظرهم فيما يتعلق بحالات الظلم والفظائع النسائية.

3. دراسة (Jukić، 2016) بعنوان: "Research on Media Reporting on

Gender-Based Violence Against Women in Bosnia and Herzegovina".

"البحث في التقارير الإخبارية عن العنف القائم على نوع الجنس ضد المرأة في البوسنة

وهرزغوفينا".

هدفت الدراسة إلى تحليل الطريقة التي تقدم بها وسائل الإعلام تقارير عن قضية العنف ضد المرأة ومسئوليتها في عملية بدء مناقشة حول العنف كمشكلة اجتماعية. ويستند هذا البحث إلى تحليل كمي ونوعي باستخدام أداة تحليل المضمون، وإجراء مسح على الصحفيين، ومقابلات نصف هيكلية مع المحررين ودراسات الحالة. و شمل تحليل المضمون الوسائط المطبوعة والوسائط الإلكترونية، وكذلك البرامج التلفزيونية. و توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها:

أن المقالات القصيرة عن حالات محددة من العنف ضد المرأة توجد في غالب الأحيان أكثر من المواد التي ترتبط موضوعيا بمفهوم العنف ضد المرأة، و لا تبادر وسائل الإعلام بمواضيع العنف ضد المرأة، بل تقدم تقارير حول تلك الحالات في أغطية موجزة بمجرد حصولها على المعلومات من مصدرها، وفي أغلب الأحيان من مصادر الشرطة أو المنظمات غير الحكومية. لا تحتوي الصور المستخدمة لتوضيح مقالات العنف الجنسي بشكل أساسي على تفاصيل دموية وليست غير أخلاقية، لكن واحدة من كل خمس منشورة تصاحبها صورة واضحة لوجه الممثل ، سواء كانت امرأة تعاني من العنف أو الجاني أو ناشط في هذا المجال. و إن الموضوع الأكثر حضورا في القصص هو العنف الجسدي، كما وجد في نصف المقالات التي خضعت لهذا التحليل.

4. دراسة (Zhang and Yoon, Ha, ,2013) بعنوان: "Consumption and

Dependency of Social Network Sites as a News Medium: A Comparison between College Students and General Population“.

"الإستهلاك والإعتماد على مواقع الشبكة الإجتماعية كمصدر للأخبار: مقارنة بين طلبة الكلية والمجتمع العام".

هدفت الدراسة للتعرف إلى سلوك تخصيص الوقت بين مختلف وسائل الإعلام. و دراسة الفرق في درجة الاعتماد على مواقع الشبكة الإجتماعية بين جيل الشباب وعامة السكان، و قد استخدمت الدراسة المنهج المسحي على عينة مكونة من 688 مفردة، 329 منها من سكان نيو أوهايو، و 369 من طلاب الجامعات. و توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها:

أن مواقع الشبكة الإجتماعية قد أصبحت في الواقع وسيلة الأخبار الأكثر أهمية لطلاب الجامعات، فقد أبلغوا بأنهم يقضون أكثر من 8 ساعات في الأسبوع باستخدامها، وعلى النقيض من

ذلك، فإن السكان عموماً يقومون بقضاء 1.21 ساعة فقط في الأسبوع في استخدام مواقع الشبكة الاجتماعية. وتكشف الدراسة أيضاً أن اثنين فقط المتغيرات الديموغرافية و هما العمر والجنس، يقومان بتوقع الاستخدامات لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أنه كلما قل العمر كلما زاد الإعتماد على هذه المواقع، و إن الإناث يعتمدن على مواقع الشبكة بشكل أكبر.

5. دراسة (Smith ,2011) بعنوان: "A Study on Life Satisfaction and

Television Dependency among Urban Women in Chennai“.

"الرضا عن الحياة بالاعتماد على التلفزيون بين النساء الحضريات في تشيناي".

هدفت الدراسة للتعرف إلى ارتباط الرضا عن الحياة بالإعتماد على التلفزيون بين ربات البيوت في المناطق الحضرية. و استخدمت الدراسة المنهج المسحي على عينة مكونة من 150 سيدة من ربات المنازل في ثلاث مناطق من مدينة تشيناي. و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أن أغلب ربات البيوت يشعرن بأن حياتهن ليست كما توقعن، عوضاً عن العديد من العوائق مقارنة بالآخرين، و أن أغلبهن يرون بأن ما يقومون به من أعمال يثير الملل، و أظهرت النتائج بأن أغلب ربات البيوت يشاهدن التناز لأكثر من 3 ساعات باليوم، و أغلبهن أيضاً يتابعن أكثر من 3 برامج يومياً، وأن 52% منهن يفضلن المسلسلات مقارنة بأصناف أخرى من البرامج التلفزيونية، وأغلبهن يعتمدن على التلفاز كرفيق لمحاربة الملل.

6. دراسة (Jakob ،2010) بعنوان: "No Alternatives? The Relationship

between Perceived Media Dependency, Use of Alternative Information

Sources, and General Trust in Mass Media“

"الاستخدام والاعتماد على مواقع الشبكة الاجتماعية كوسط للأخبار: مقارنة بين طلاب الجامعات

والسكان العامين".

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد و استخدام طلاب الجامعات و السكان بشكل عام لمواقع الشبكة الاجتماعية كمصدر للأخبار، و المقارنة بينهما. و استخدمت الدراسة المنهج المسحي، من خلال تقديم استمارة استبيان موحدة على عينة عشوائية مكونة 850 مفردة من السكان الألمان الذين تتراوح أعمارهم بين 16 سنة وأكثر. و توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها:

أولاً، يشعر المبحوثين الذين يبحثون بنشاط عن المعلومات غير الإعلامية بأنهم أقل اعتماداً على وسائل الإعلام، كما يفعل المبحوثين ذو الثقة المنخفضة في وسائل الإعلام. ثانياً، المبحوثين الذين لا يعتمدون كلياً على وسائل الإعلام يعبرون عن مستويات أقل من الثقة، كما يفعل المستخدمون المتكررين لمصادر المعلومات غير الإعلامية. ثالثاً، يميل المتشككون في وسائل الإعلام إلى البحث بشكل أكثر نشاطاً عن مصادر بديلة، كما يشعر المستجيبون بأنهم مستقلين بعض الشيء عن وسائل الإعلام.

التعليق على الدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بعدة جوانب، أولها المشكلة البحثية. فإن الدراسة الحالية مختصة بشكل أكبر، حيث أن أغلب الدراسات السابقة تحدثت عن اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار عامةً، أو كانت تتجه لمعرفة إذا ما تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية الأفراد بالقضايا السياسية أو المجتمعية أو الأسرية بشكل عام، ولم تتناول أي من الدراسات العربية السابقة موضوع العنف ضد المرأة، أما الدراسة الحالية فتتناول قضية العنف ضد المرأة على وجه التحديد.

و اتفقت قلة من الدراسات السابقة الأجنبية مع الدراسة الحالية في تناول قضية العنف ضد المرأة، حيث تكلمت دراسة (Jukie, 2016) عن العنف القائم على نوع الجنس في التقارير الإخبارية، و تناولت دراسة (Mukherjee, 2016) عرض الوحشية ضد النساء في وسائل التواصل الاجتماعي، أما دراسة (Polci, & Papakristp, Ambrosi, 'D) 2018) فبحثت في دور وسائل التواصل الاجتماعي بالتوعية بالعنف القائم على النوع الاجتماعي.

و قد اتفقت أغلب الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من ناحية العينة، حيث أنها تناولت فئة الشباب من المجتمع، وقامت جميعها باستخدام منهج المسح الإعلامي واستمارة الاستبانة أداة أو إحدى أدوات البحث، مما يتفق مع المنهجية والعينة في الدراسة الحالية.

وقد لاحظت الباحثة نقص الدراسات التي بحثت في ظاهرة العنف ضد المرأة والتوعية بها عبر وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع العربي، والأردني خاصة، مما دفع الباحثة إلى تناول هذا الموضوع نظرا لأهميته و تأثيره على المرأة و المجتمع بأكمله.

الإستفادة من الدراسات السابقة:

بعد اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة استفادت في تحقيق الأمور التالية:

- صياغة المشكلة البحثية، وتعميق فهم الباحثة لها.
- صياغة الأهداف والفروض.
- سلامة منهجية الدراسة.
- بناء أداة الدراسة ومحاورها.

- التعرف إلى أهم المصادر التي من الممكن أن ترجع إليها الباحثة.

منهجية الدراسة

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث أنها تهدف إلى معرفة دور الفيسبوك في توعية الشباب الأردني بظاهرة العنف ضد المرأة، ومعرفة سمات مستخدمي موقع الفيسبوك من الشباب، و أنماط استخدامهم له، بالإضافة إلى مدى اعتمادهم على هذا الموقع في الحصول على المعلومات الخاصة بقضايا العنف ضد المرأة. ويعرف المنهج الوصفي على أنه: "نوع من البحوث الاجتماعية يركز فيها الباحث على وصف الظاهرة وصفا دقيقا ابتداءً من نشأة الظاهرة وتطورها وصولاً إلى الوقت الراهن، والقيام بتحليلها كذكر أسبابها ودوافعها وأنواعها وأشكالها وأنماطها وأبعادها والآثار التي تتركها، بالإضافة إلى ترجمتها إلى بيانات وجداول ومنحنيات إحصائية، واستخراج النتائج" (كمال، 2016، ص11).

وفي إطار ذلك، قامت الباحثة باستخدام الأسلوب المسحي الذي يهدف لمعرفة قيم ودوافع ومعتقدات مجموعة من الأشخاص تجاه قضية أو موضوع معين، بالإضافة إلى معرفة آرائهم وأفكارهم حول هذا الموضوع (العنزي، 2019، ص25) وتم توظيف الأسلوب المسحي في الدراسة الحالية لمعرفة اتجاهات وآراء الشباب الأردني فيما يتعلق بدور الفيسبوك بالتوعية بظاهرة العنف ضد المرأة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع شباب المجتمع الأردني (ذكوراً و إناثاً) المستخدمين لموقع الفيسبوك الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 40 سنة (خضر، 2019)، بمختلف خلفياتهم وخصائصهم

الديموغرافية، وتم توزيع الاستبانة إلكترونياً عبر موقع الفيسبوك على عينة متاحة مكونة من 400 مفردة من مستخدمي موقع الفيسبوك من الشباب الأردني. ويرجع اختيار الباحثة للعينة المتاحة إلى أنه في هذا النوع من العينات يلجأ الباحث لاعتماد العينة المتوفرة لديه (عليان، 2001، ص172)، مما يتناسب مع الدراسة الحالية، بسبب توزيع الاستبانة إلكترونياً عبر موقع الفيسبوك.

وفيما يلي الوصف التفصيلي للخصائص الديموغرافية لأفراد العينة:

جدول (1)

التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة

النسبة	التكرار	الفئات	
35.5	142	ذكر	النوع الاجتماعي
64.5	258	انثى	
49.2	197	اعزب	الحالة الاجتماعية
48.2	193	متزوج	
2.3	9	مطلق	
.3	1	ارمل	
9.3	37	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
61.3	245	بكالوريوس	
29.4	118	دراسات عليا	
7.0	28	ريف	المنطقة السكنية
1.3	5	بادية	
90.3	361	مدينة	

1.4	6	مخيم	
14.8	59	اقل من 3	حجم الأسرة
62.2	249	من 3-6	
23.0	92	اكثر من 6	
33.5	134	20-25	الفئة العمرية
35.8	143	26-30	
16.0	64	31-35	
14.7	59	36-40	
23.8	95	اقل من 250 دينار	الدخل الشهري
18.5	74	250-499	
20.3	81	500-749	
12.7	51	750-1000	
24.7	99	اكثر من 1000	
100.0	400	المجموع	

أداة جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وقد تكونت الأسئلة من المحاور التالية:

المحور الأول : ويتكون من الأسئلة التي تدور حول عادات وأنماط ودرجة تعرض الشباب الأردني

لموقع الفيسبوك.

المحور الثاني: ويتناول الآثار المعرفية، والوجدانية، والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

المحور الثالث: ويتكون من الأسئلة التي تدور حول الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة.

وقد تم اعتماد سلم ليكرت الخماسي لتصحيح أدوات الدراسة، بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته الخمس (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة) وهي تمثل رقمياً (5، 4، 3، 2، 1) على الترتيب، وقد تم اعتماد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج:

جدول (2)

معييار القياس والاتجاه للحكم على فقرات الدراسة

منخفض	2.33-1
متوسط	3.67-2.34
مرتفع	5.00-3.68

وقد تم احتساب المقياس من خلال استخدام المعادلة التالية:

الحد الأعلى للمقياس (5) - الحد الأدنى للمقياس (1)

عدد الفئات المطلوبة (5)

حدود الدراسة:

تتكون الدراسة من الحدود التالية:

- الحدود الموضوعية: تتناول الدراسة البحث في دور الفيسبوك في توعية الشباب الأردني بظاهرة العنف ضد المرأة فضلاً عن التعرف إلى مدى انعكاس هذا الدور على مجموعة من المتغيرات الديموغرافية.

- الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة في بداية عام 2019، وحتى شهر نوفمبر من العام نفسه.

- الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة على مستخدمي موقع الفيسبوك في الأردن.

- الحدود البشرية: يقتصر البحث على فئة الشباب الأردني من الذكور والإناث الذين تتراوح أعمارهم بين (20-40).

إجراءات الصدق و الثبات:

الصدق:

يتحقق صدق الأداة إن قامت بتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، حيث أن المعيار الحقيقي لطرح الأسئلة يجب أن يرتبط ارتباطاً وثيقاً بأهداف الدراسة، ومن الممكن أن تتعرض نتائج الدراسة لخطر الوقوع بالغلط إن لم تحظ هذه الأسئلة بالدقة والاهتمام (الحيزان، 2004، ص93). وقد تحرت الباحثة صدق الاستبانة وقابليتها للقياس من خلال عرضها على 5 من المحكمين المختصين في كلية الإعلام بجامعة اليرموك، وجامعة البتراء، وجامعة الشرق الأوسط.

الثبات:

الثبات بأبسط معانيه هو الموثوقية (علي، 2017، ص20). وللتأكد من ثبات الأداة، قد تم حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا، إذ تراوح بين (0.85-0.92)، واعتبرت هذه النسب مناسبة لغايات هذه الدراسة. والجدول الآتي يبين هذه المعاملات.

جدول (3)

معامل الاتساق الداخلي كرونباخ للمحاور والأداة ككل

الاتساق الداخلي	المحور
0.87	الاثار المعرفية
0.85	الاثار الوجدانية
0.89	الاثار السلوكية
0.87	الدرجة الكلية

المقاييس الإحصائية المستخدمة:

لمعالجة البيانات احصائيا لجأت الباحثة إلى برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإنسانية (SPSS)،

وقامت باستخدام المعالجات الإحصائية التالية:

– التكرارات و النسب المئوية.

– المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

– تحليل التباين.

– كرونباخ ألفا للثبات.

– المقارنات البعدية بطريقة LSD.

– معامل ارتباط بيرسون.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

يشمل هذا الفصل عرض للأدبيات المتصلة بمتغيرات الدراسة عبر ثلاث مباحث رئيسية، حيث يعرض المبحث الأول معلومات خاصة بالإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، ويشمل مفهوم الإعلام الجديد، خصائصه، وظائفه، العوامل الرئيسية وراء ظهوره، وأبرز أدواته. بالإضافة إلى التعريف بشبكات التواصل الاجتماعي، وتناول خصائصها، وأبرز المواقع الخاصة بها، وإيجابياتها، وسلبياتها.

أما المبحث الثاني، فيتناول ظاهرة العنف ضد المرأة، ويشمل مفهومها، وأشكالها، والأسباب المؤدية إليها، بالإضافة إلى النظريات المفسرة لها، وآثارها على الضحايا والمجتمع.

ويتناول المبحث الثالث موقع الفيسبوك والتوعية بظاهرة العنف ضد المرأة، حيث يعرض دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على المجتمع من مختلف جوانبه ومجالاته الصحية، الاقتصادية، التعليمية، والسياسية. بالإضافة إلى أهم العوامل المساهمة في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع، والتفاعلية عبر هذه الشبكات، واستخدامها في التوعية بشكل عام، وفي قضية العنف ضد المرأة بشكل خاص. وتناول المبحث كذلك الحديث عن حملات التوعية بالعنف ضد المرأة، ومفهوم موقع الفيسبوك، ودوره في التوعية بقضايا العنف ضد المرأة.

المبحث الأول

الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي

إن الإعلام الجديد هو مفهوم حديث نسبياً، لم يجد منظرو العلوم الإنسانية تعريفاً موحداً له، بسبب اختلاف الآراء ووجهات النظر في دراسته. وقد ظهرت عدة أسماء للإعلام الجديد، منها: الإعلام الرقمي، والإعلام الشبكي، والوسائط السيبرونية، وإعلام المعلومات، وإعلام الوسائط المتعددة (حسونة، 2014، ص3-1). ويتناول هذا المبحث مفهوم الإعلام الجديد، وشبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى البحث في الخلفية، والخصائص، والوظائف المتعلقة بهما.

مفهوم الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد هو الإعلام الذي يستخدم أنواعاً مختلفة من الاتصالات الإلكترونية الحديثة نظراً للابتكار في تكنولوجيا الكمبيوتر. وعلى النقيض من الوسائط القديمة التي تشمل الصحف والمجلات والكتب والتلفزيون وغيرها من الوسائط غير التفاعلية، يتألف الإعلام الجديد من مواقع عديدة تعرض الفيديو والصوت عبر شبكة الإنترنت.

- وتعرف توكوبيديا "Techopedia" الإعلام الجديد على أنه: الشكل الرقمي للاتصال الذي يحدث عبر أجهزة الكمبيوتر، فضلاً عن الهواتف والأجهزة اللوحية والأجهزة الأخرى، حيث أدخل الإعلام الجديد تفاعل المستخدم، بدلاً من مجرد استهلاك الوسائط (www.Techopedia.com).
- ويعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة Dictionary Tec-High الإعلام الجديد بشكل مختصر على أنه اندماج الكمبيوتر، وشبكاته، والوسائط المتعددة.

• ويعرف قاموس الانترنت الموجز Glossary Net Condensed الإعلام الجديد بأنه "أجهزة الإعلام الرقمية عموماً، أو صناعة الصحافة على الإنترنت، وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير انتقاصي يستخدم أيضاً لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة : الطباعة، التلفزيون، الراديو، والسينما" (ساق الله، 2013).

ومما سبق يتضح أنه من الصعب وجود تعريف موحد للإعلام الجديد، لكنه بشكل عام أداة تمكن الجماهير من مخاطبة الملايين بسهولة وبطرق خالية من القوالب الإعلامية التقليدية، حيث أصبح بإمكان الجمهور إيصال الرسائل الإعلامية عوضاً عن تلقيها وحسب (البيض، 2012، ص2).

خصائص الإعلام الجديد:

ساهم الإعلام الجديد في تسهيل الحياة لمختلف أفراد المجتمع، حيث أنهم لا يحتاجون إلى شق طريقهم في التواصل والحصول على المعلومات بالطرق التي كانوا يضطرون إليها من قبل، وما ساعد الإعلام الجديد في تحقيق ذلك، هو عدد من الخصائص التي جعلته يبرز من بين وسائل الإعلام الأخرى، لعل أبرزها:

1. التفاعلية: حيث يكون هناك حوار بين القائم بالاتصال والمتلقي، وتكون ممارسة الإتصال ثنائية، وليست أحادية الاتجاه.
2. اللاتزامنية: وهي سهولة المشاركة في العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.
3. المشاركة والانتشار: يعطي الفرصة لجميع الأفراد بنشر رسائلهم الخاصة للآخرين.
4. الحركة والمرونة: فإنه من السهولة نقل وسائل الإعلام الجديد لتصاحب القائمين بالاتصال، مثل الهاتف المتنقل، والحاسب المتنقل.
5. العالمية: حيث أصبح الإتصال عالمياً، يخترق حواجز الرقابة و الزمان والمكان.

6. تعدد الوسائط: فهو يقوم باستخدام جميع وسائل الإتصال المتمثلة بالكتابة والصوت والصورة الثابتة و المتحركة، والرسوم البيانية، وغيرها.

7. الأرشيفية والتخزين والحفظ: فإنه من السهل على المتلقي حفظ وأرشفة الرسائل الاتصالية واسترجاعها بأي وقت (مركز هردول، 2012، ص9-8).

8. تفتيت الاتصال: و تعني درجة التحكم في الاتصال، حيث أصبح بالإمكان نقل الرسالة من منتجها إلى شخص واحد، أو جماعة معينة عوضاً عن نقلها إلى جماهير ضخمة كما في الماضي.

9. قابلية التحويل: و هي قدرة تحويل الرسائل الاتصالية لأشكال أخرى، كتحويل الرسائل المطبوعة إلى رسائل مسموعة، وبالعكس.

وظائف الإعلام الجديد:

تختلف وظائف الإعلام الجديد عن تلك التي أتت في السابق، حيث أنها تعمل على مبدأ السرعة، وتوحيد العالم، ليصبح منزل واحد يتناقل سكانه الأحداث والأخبار بشكل مستمر وفوري.

ومن الممكن استنباط عدة وظائف للإعلام الجديد، لعل أهمها:

1. السرعة في نقل المعلومات مع وضوح مصادرها.
2. وضوح المعلومات ونقلها باختصار، دون إطالة.
3. التوقف عن أشكال الإعلام القديم المنحاز، واحترام وجود الآخر.
4. إعطاء الجمهور الفرصة في إبداء آرائهم الخاصة (ابو حريرة، 2015، ص 38).

العوامل الرئيسية وراء ظهور الإعلام الجديد:

لم ينشأ الإعلام الجديد بين عشية وضحاها، بل ساهمت عدة عوامل مختلفة في ظهوره، وعلى فترات زمنية طويلة، شملت العديد من التجارب والأبحاث، وإن أهم العوامل المساهمة في نشأة الإعلام الجديد، هي:

أولاً، العامل التقني: وهو المتمثل في التطور الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر والأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، وقد خلقت هذه العناصر معا شبكة الإنترنت التي أصبحت وسيطاً يضم جميع أشكال الاتصال المطبوعة والمرئية والمسموعة. وقد انعكس هذا التقدم التكنولوجي على جميع قنوات الإعلام وأشكاله، وعلى طبيعة العلاقة بين المنتج، والموزع، ومتلقي الرسالة الإعلامية.

ثانياً، العامل الاقتصادي: والمتمثل في عولمة الاقتصاد مما يتطلب الاستعجال في حركة السلع ورؤوس الأموال، وبالتالي ضرورة السرعة في تدفق المعلومات. حيث أن عولمة نظم الاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية إلى عولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية، وتوزيع السلع الأخرى كالموسيقى والبرامج والألعاب.

ثالثاً، العامل السياسي: ويتمثل في استخدام القوى السياسية لوسائل الإعلام الجديد لإحكام سيطرتها والحفاظ على موازين القوى (حمد، 2018، ص20).

أدوات ووسائل الإعلام الجديد:

يمتاز الإعلام الجديد بأدواته المتعددة والتي ارتبطت بتطور شبكة الإنترنت، ومن أبرز هذه الأدوات:

1. المدونات

إن المدونات بشكل عام هي عبارة عن صفحة ويب توجد على شبكة الإنترنت وتعمل بمبدأ إدارة المحتوى، حيث تظهر عليها مداخلات يتحكم بعدها ناشر المدونة، وتكون هذه التدوينات مرتبة زمنياً، ويكون لكل تدوين عنوان دائم يمكن القارئ من الرجوع إليه بأي وقت. وقد أصبحت المدونات مجتمعات مفتوحة تعرض وجهات النظر المختلفة دون وجود أي مراقبة على ما ينشر. وتمكن المدونات الجمهور من عرض آرائهم حول مختلف القضايا السياسية والاجتماعية الخاصة بمجتمعاتهم ودولهم، دون التعرض لمخاطر ناتجة عن حرية التعبير (العميري، 2011، ص20).

2. المنتديات

المنتديات هي إحدى أدوات التواصل التي تتيح الاتصال الجماعي، وتسمح بمشاركة الآراء والحوار والمناقشة بعدة مواضيع مختلفة، حيث يقوم الفرد بتسجيل بياناته في المنتدى، ومن ثم يشارك بالمواضيع المطروحة، أو يطرح مواضيع أو أسئلة خاصة به، مع إرفاق نصوص، أو أصوات، أو صور توضيحية، ومن ثم يمكن لباقي الأعضاء الإجابة على الأسئلة أو مشاركة آرائهم في المواضيع المطروحة بحسب اهتماماتهم (اللولو، 2013، ص31).

3. المواقع الإلكترونية

وهي مواقع عبر شبكة الإنترنت تضم الملايين من الأفراد الذين يتشاركون باهتماماتهم، يستطيعون من خلالها مشاركة الصور، والملفات، والرسائل المختلفة. وتنقسم المواقع الإلكترونية إلى عدة أنواع بحسب الهدف منها:

أولاً، مواقع الإنترنت الساكنة: وهي المواقع التي تحوي نصوص وصور و غيرها من وسائل العرض الثابتة والمتحركة بحسب محتوى الصفحة، لكن لا تحوي على قاعدة لتحديث البيانات، أو إمكانية لتغييرها بصورة ديناميكية.

ثانياً، مواقع الإنترنت الديناميكية: وهي المواقع التي تسمح بتغيير أو إضافة، أو حذف المعلومات بسهولة من قبل صاحب الموقع بأي وقت يشاء.

ثالثاً، المواقع التجارية: وهي المواقع التي يلجأ إليها خبراء الدعاية والإعلان في الشركات الكبرى لترويج منتجاتهم.

رابعاً، المواقع التعريفية: وهي المواقع التي تقوم بالتعريف بهوية المؤسسات التي أنشأتها، وتقوم بتوضيح أهم أعمالهم و إنجازاتهم.

خامسا، المواقع الصحفية: تتميز هذه المواقع باعتمادها على محترفين في المجال الصحفي، وتركز على عرض مواد صحفية عبر الإنترنت (الحسين، 2014، ص31-25).

4. الصحافة الإلكترونية

”هي إحدى وسائل النشر التي تعتمد على تكنولوجيا الإتصال الحديثة، سواء كان لها أصل مطبوع أم لا، وتتخذ من شبكة الإنترنت منصة لها ومن أساليب التحرير الصحفي التقليدية أساسا لعملها، وتقدم محتوى متعدد الوسائط يشمل الصوت والصورة والنص، وتُحدَّث آنيا، وتتميز بخصائص كالنفاذية مع المحتوى والمؤسسة الإعلامية والعاملين فيها“ (أبو شرار، 2017، ص 29-28).

و تقسم الصحافة الإلكترونية بحسب مدى استقلاليتها أو تبعيتها إلى:

أ. النشر الصحفي الموازي: و تكون فيه الصحيفة الإلكترونية موازية للصحيفة المطبوعة، حيث تنشر معها و تكون نسخة كاملة عنها.

ب. النشر الصحفي الجزئي: وتكون فيه الصحيفة الإلكترونية عبارة عن أجزاء من مواد الصحيفة المطبوعة فقط.

ج. النشر الصحفي الإلكتروني الخاص: وتكون فيه الصحيفة الإلكترونية مستقلة ولا يوجد لها أصل مطبوع (الزعيبي، 2017، ص48-47).

5. شبكات التواصل الاجتماعي

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي كذلك بمواقع التواصل الاجتماعي، وهي مجموعة مواقع تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين الأصدقاء، والمعارف، حيث تمكنهم من التواصل دون التقيد بالمكان والزمان، وتمكنهم كذلك من التواصل المرئي والمسموع، وتبادل الصور ومقاطع الفيديو، وغيرها (حمد، 2018، ص33).

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد أدى تطور وسائل الإعلام إلى إحداث ثورة معلوماتية ضخمة و تغيرات لمست جميع مجالات الحياة، حيث تعدت الجماعات و الأفراد محليا، ووصلت إلى المستوى العالمي، محدثة ظواهر جديدة وتأثيرات على مختلف التنظيمات والبنى الاجتماعية. وقد ساهم في ذلك كل ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث سمحت هذه المواقع للأفراد من كافة أنحاء العالم بمختلف خلفياتهم و نواياهم بالمشاركة في إبداء آرائهم مع العالم بأكمله، مخترقين حدود الزمان، و المكان، و الرقابة (كوكش، 2017، ص32).

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها: طرق جديدة في الاتصال تسمح لمستخدميها بنشر أفكارهم و آرائهم، والتجمع عبر عدة مواقع إلكترونية، مع إمكانية ربطها، لتبادل المعلومات مع من لديهم اهتمامات وهوايات مشتركة عبر شبكة الإنترنت (محمد نور، 2016، ص 34).

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

توجه أكثر الباحثين إلى أن أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي كان في عام 1997 حين ظهر الموقع الإلكتروني (SixDegrees)، حيث بني على فكرة أن جميع أشخاص العالم بإمكانهم التواصل عبر 6 أشخاص فقط. وتشير الدلائل إلى أن موقع SixDegrees كان يحاول التفوق على منافسيه من خلال نظرية التكافؤ الوظيفي لتطور الوسائط، المبنية على أن الوسائط الجديدة تؤدي نفس وظائف الوسائط القديمة، ولكن بشكل أفضل. وقد جذب الموقع ملايين المستخدمين، لكنه فشل في النهاية بأن يصبح شركة مستدامة، وتوقف في عام 2000، بعد ثلاث سنوات من إطلاقه. وقد أصبح هناك نقلة نوعية كبيرة في مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، حين ظهر موقع ماي سبيس (MySpace) في عام 2003، يليه موقع الفيسبوك (Facebook) في عام 2004، وأصبح موقع ماي سبيس بعد إطلاقه بفترة قصيرة أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العالم، إلا أن ذلك لم يستمر، حيث تجاوزه

موقع الفيسبوك في عام 2009. وفي حين فقد موقع ماي سبيس ملايين المستخدمين، ضاعف موقع الفيسبوك مستخدميه ليصبح أكبر شبكة تواصل اجتماعي عبر الإنترنت (McIntyre, 2014, p15-17).

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة خصائص، أبرزها:

1. الملفات و الصفحات الشخصية: حيث تمكن مستخدمي الموقع من إنشاء صفحاتهم الخاصة التي قد تشمل معلوماتهم الشخصية، وصورهم، واهتماماتهم.
2. المشاركة: تشجع هذه المواقع المساهمة بالردود والتعليقات، وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.
3. الانفتاح: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بتقديم خدمات مفتوحة للردود والمشاركة، وتبادل المعلومات، والإنشاء والتعديل.
4. المحادثة: فهي تتيح المشاركة والتفاعل والمحادثة المتبادلة، بعكس وسائل الإعلام التقليدية.
5. الأصدقاء، والعلاقات: وهم الأفراد الذين يتعرف عليهم الشخص من خلال مواقع التواصل ويقوم بإضافتهم عبر صفحته الخاصة في قائمة الأصدقاء.
6. المجموعات: حيث تتيح هذه المواقع إنشاء مجموعة يتشارك أفرادها الاهتمامات ذاتها، ويستطيعون من خلالها التماور ومشاركة الصور، وغيرها (اليوسف، 2017، ص15).
7. سهولة الاستخدام: حيث لا يحتاج التعامل مع هذه المواقع أي خبرة معلوماتية، أو تدريبات عملية، إنما مجرد مقدمة عن طبيعة وكيفية الاستخدام.

8. اللامكان: فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتخطى جميع الحواجز الجغرافية والمكانية، لا تعيقها المسافات، مما يسمح بامتزاج الثقافات، وتبادل المعارف، وانتشار الأفكار المختلفة بين الأفراد والشعوب.

9. اللانزمان: تتميز هذه المواقع بالسرعة الكبيرة في نقل المعلومات، وتمكن الأعضاء من الاتصال بشكل مباشر مع الآخرين بأي وقت يرغبون به، سواء كان ذلك عبر الرسائل النصية، أو الصوتية، أو بالصورة.

10. اقتصادية الاستخدام: فقد أصبح الإنترنت من الخدمات الأساسية في الحياة، والتي يتم توفيرها بشكل مجاني أو شبه مجاني، لتصل بذلك لجميع شرائح المجتمع عبر عدة وسائل كالحاسوب المتحرك، أو الهاتف النقال، أو الآي باد، وغيرها.

11. تنوع التطبيقات: حيث تتوفر الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، فمنها الدينية، والتنشيطية، والتعليمية، والترفيهية، والإخبارية، والأكاديمية، والتجارية التي قامت بتحويل العالم إلى سوق صغير، يستطيع من خلاله البائع و المشتري إتمام صفقاتهم في لحظات (خاطر، 2015، ص 77-79).

أبرز مواقع التواصل الاجتماعي:

أولاً، الفيسبوك (Facebook)

أسس مارك زوكر بيرج (Mark Zuckerberg) موقع الفيسبوك في عام 2004 عندما كان طالبا في جامعة هارفرد، حيث اقتصرت العضوية في البداية على طلاب جامعتة، ثم انتشرت لتشمل بعد ذلك الجامعات الأخرى في مدينة بوسطن، وجامعة الايبي ليج، وجامعة ستان فورد. ليصبح بعد ذلك ذات شعبية واسعة ويشمل أي طالب جامعي أو ثانوي، وزاد انتشاره حتى وصل لأي شخص يتجاوز الثالثة عشر من عمره (علي، 2017، ص 26).

ويعرف موقع الفيسبوك على أنه شبكة اجتماعية تمكن مستخدميها من التعرف إلى أصدقاء جدد، والتواصل مع الأصدقاء الحاليين، بالإضافة إلى نشر الرسائل، والصور، ومقاطع الفيديو للتعبير عن الأفكار والآراء، ومشاركتها مع المستخدمين (اللوزي، 2017، ص22).

وقد أصبح الفيسبوك من أشهر مواقع التواصل في العالم العربي، حيث لا يقتصر على فئة الشباب وحسب، بل أصبح متاح لجميع الفئات العمرية، ويعتبر الآن من أضخم المؤسسات التجارية، وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً، وهو في يومنا الحالي الوجهة الأساسية لبث الأفكار بمختلف توجهاتها العلمية و السياسية و التنموية (الدحلة، 2018، ص18).

ثانياً، اليوتيوب(YouTube)

تم تأسيس موقع اليوتيوب في عام 2005 بواسطة (تشاد هيرلي، و ستيف تشين، و جادو كريم) الذين كانوا من موظفي شركة باي بال المختصة بالتجارة الإلكترونية في مدينة كاليفورنيا، وكان أول فيديو يتم رفعه على الموقع مدته 18 ثانية، وقاموا باستخدام تقنية أدوبي فلاش لصنعه (قطيش، 2017، ص33).

و يعتبر اليوتيوب موقع للهواة، حيث يسمح لمستخدميه بإنشاء حسابات تعمل كقنوات خاصة بهم، يستطيعون من خلالها تحميل مقاطعهم الفيديو، بغض النظر عن جودتها. بالإضافة إلى أنه يسمح للناس بتناقل الخبرات، والنصائح، والتعلم ممن هم أكثر خبرة، ونشر الأفكار والعادات والتقاليد الخاصة بهم عبر مقاطع الفيديو. (التل، 2017، ص 48).

ويعمل اليوتيوب وفق التنظيم الآتي:

- يستطيع الأعضاء تحميل وتبادل مقاطع الفيديو، ومشاهدة مقاطع الفيديو التي قام بتحميلها الأعضاء من مختلف أنحاء العالم.

- من الممكن الالتحاق بجماعات فيديو معينة، والاتصال مع من لديهم ذات الاهتمامات، وحفظ مقاطع الفيديو المفضلة، ووضع قوائم تحوي المقاطع التي يرغب المستخدم بعرضها.
- يمكن مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة باليوتيوب عبر مواقع أخرى، وجعلها عامة أو خاصة بحسب الرغبة.
- يقوم الموقع بعرض مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة، والحاصلة على أعلى تقييم، والأكثر تفضيلاً.
- تصنف مقاطع الفيديو عبر الموقع بحسب نوعها، إلى مقاطع كوميدية، أو تعليمية، أو فنية، وغيرها (كوكش، 2017، ص 39-38).

ثالثاً، التويتر (Twitter)

قام جاك دروسي وايفان وليا مزوبيز بتأسيس موقع التويتر في عام 2006 بمدينة سان فرانسيسكو، وكان ذلك عندما قامت شركة "obvious" الأمريكية بإجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر، و قد أتاحت الشركة استخدام هذه الخدمة لعامة الناس، لتتفصل بعد ذلك عن الشركة الأساسية و يطلق عليها إسم "تويتر" (قطيش، 2017، ص32). ويعتبر التويتر في يومنا هذا إحدى أشهر شبكات التواصل الاجتماعي، وما يميز الموقع هو أنه يتيح خدمة التدوين المصغر التي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات مكونة من 140 حرف كحد أقصى للرسالة الواحدة. ويستطيع الأفراد إنشاء حساباتهم الخاصة عبر الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون ملفهم الشخصي، وتبدأ آخر التحديثات بالظهور لديهم بترتيب زمني. ويمكن للمستخدم أن يقوم بتحديث حالته لتصل كتغريدة إلى جميع أصدقائه عبر الموقع (محمد نور، 2016، ص60-59).

ويعتبر موقع التويتر أحد الشبكات التي تتداول الأخبار بسرعة وسهولة، حيث تساهم هذه السرعة في حجم الأخبار التي تنتشر، وزيادة التفاعل معها. ويرجع الفضل إلى موقع التويتر في انتشار أكثر

الأحداث الجارية محليا، وعالميا. وما يقوم بتيسير ذلك هو أن استخدام التويتر سهل للغاية، فهو موقع مجاني، يمكن استخدامه من أي جهاز إلكتروني، ولا يوجد حد لعدد مرات الكتابة فيه، حيث أن الحد الوحيد هو عدد الأحرف في كل تغريدة، مما يتناسب مع كتابة الأخبار القصيرة، أو العبارات الساخنة، أو التعليقات المختصرة. ويتميز التويتر بخدمة الهاش تاق، والتي يرمز إليها بالرمز # وتستخدم هذه الخدمة لتصنيف الأحداث والموضوعات الجارية، مما يسهل عملية المتابعة على الأشخاص الذين يتشاركون بنفس الاهتمامات (الشمري، 2017، ص58-56).

رابعاً، الإنستغرام (Instagram)

الإنستغرام هو عبارة عن موقع يسمح لمستخدميه بأخذ الصور و إجراء التعديلات عليها باستخدام الفلاتر وغيرها من الخيارات المتوفرة بحسب الرغبة. وقد تم إنشاء الموقع في عام 2010 ليتيح مشاركة الصور بين مستخدمي أجهزة أبل (iPad, iPhone, iPod)، وحين لقي رواجاً، تم البدء بتطوير نسخة تعمل على أجهزة الأندرويد. ولاقى الموقع شعبية كبيرة، حيث قام بتحميله أكثر من مليون مشترك في أول 12 ساعة من طرحه فقط (كتاب، 2019). ويوفر موقع الإنستغرام عدة ميزات، منها:

- يمنح المستخدمين إمكانية التفاعل بسهولة عبر الإعجاب بالصور و مقاطع الفيديو المنشورة، أو التعليق عليها.
- يمكن المستخدمين من الإشارة إلى أصدقائهم في الصور المنشورة عبر الموقع.
- يتيح للمستخدمين رفع عدد غير محدود من الصور على الموقع.
- يعتمد على فكرة التتبع، حيث يتبع المشترك الصفحات الخاصة بالأشخاص الذين يعجب بصورهم، مما يصله بعد ذلك بكافة الصور التي يقومون برفعها.
- يمكن الموقع مستخدميه من حجب ألبومات معينة، أو جعلها خاصة.
- يسمح بإرسال الصور عبر الرسائل الخاصة للأشخاص المرغوبين.

• يتميز الإنستغرام بخاصية الهاش تاق، و التي يرمز إليها بالرمز # و من الممكن تخصيص الهاش تاق لصور أو مقاطع فيديو تتبع مناسبات أو مواضيع معينة، مما يسهل على المستخدمين الوصول إليها.

• يمكن المشترك من إضافة التعديلات أو التأثيرات التي يرغب بها على صورته أو مقاطع الفيديو الخاصة به (القواسمة، 2019، ص46-45).

إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد لمواقع التواصل الاجتماعي عدة إيجابيات، لعل أبرزها:

1. تساعد الناس في إقامة علاقات جديدة، و التواصل مع العلاقات القديمة.
2. تساعد في دعم الحملات، والمشاركة في النشاطات الخيرية عبر الصفحات الخاصة بها.
3. هي نافذة مظة على العالم، حيث ساعدت الناس من مختلف الخلفيات والطبقات الاجتماعية بالتواصل مع العالم بأكمله، ووفرت متنفسا للملايين الذين يحاولون الهروب من واقعهم.
4. هي فرصة للتعبير عن الذات وتعزيزها، وخلق كيان مستقل في المجتمع عبر الواقع الافتراضي (قطيش، 2017، ص36).

5. تشجع على التفكير الإبداعي، بسبب التواصل مع أشخاص من مختلف البيئات و الثقافات.

6. تعمق مفهوم المشاركة وتعلم أساليب التواصل الفعال.

7. بإمكانها المساعدة في الحصول على وظائف جيدة.

8. تعتبر إحدى أهم مصادر الأخبار المحلية والعالمية.

9. قامت بكسر الحواجز التي كانت تمنع التواصل بين المواطنين والمسؤولين.

10. تساعد في تقبل النقد، والرأي الآخر.

11. اتجهت إليها الكثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور.

12. أصبحت سلاح حاد للكشف عن قضايا الفساد و التصدي لها (خاطر، 2017، ص-81
(82).

13. تساعد بنشر التوعية في شتى المجالات.

14. تقوم بخدمة القائمين على الأعمال الخيرية والتطوعية.

15. تنقل ما يجري حول العالم بالصور و مقاطع الفيديو كأدلة.

16. تتيح تقديم النصائح في شتى المجالات العلمية والمهنية والحياتية التي تخدم الصالح العام.

17. تقوم بتقوية العلاقات الأسرية، والعلاقات مع الأصدقاء.

18. تساهم بعرض المنتجات المختلفة و تسويقها، وتسمح للمشاركين التسوق إلكترونياً دون

عناء.

19. تذكر الناس بالأنكار و مواعيد الصلوات.

20. تساعد في سداد الرسوم و دفع الفواتير دون أي مجهود جسدي (محمد نور، 2016،

ص54-52).

21. تساعد في قضاء وقت الفراغ، و الحصول على التسلية و المتعة و الترفيه.

سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

وعلى الرغم من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي و فوائدها المتنوعة، إلا أن لها العديد من

السلبيات التي قد تؤثر على الأفراد والمجتمع، منها:

1. قد تؤثر سلبيا على صحة المشاركين، وتجعلهم أكثر عرضة للإصابة بالاكتئاب، والتوتر،

والاضطرابات النفسية المختلفة.

2. تساهم في التفكك الأسري، وفساد العلاقات بين الجماعات والأفراد.

3. تساعد في نشر الإشاعات والإساءة للآخرين، حيث أن أغلب المعلومات التي تنتشر عبر هذه المواقع غير محققة.

4. انعدام الخصوصية، مما قد يلحق الشباب بالأضرار النفسية، أو المادية، حيث أن مشتركى مواقع التواصل الاجتماعي يقومون بنشر جميع معلوماتهم الشخصية، ومشاكلهم الخاصة، مما يجعلهم أكثر عرضة للاحتيال والابتزاز، أو الإساءة والتشهير.

5. اصطناع الشخصية، حيث أن الاحتكاك الزائد بمواقع التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى اختلاق شخصية افتراضية، مختلفة عن الشخصية الحقيقية للفرد (اليوسف، 2017، ص 20-19).

6. تساهم في بناء الأفكار الهدامة، خلال أشخاص من جهات خارجية أو استخباراتية.

7. قد تنتشر الفتنة و التفرقة في المجتمع.

8. تنتشر الإعلام المرفوض للحكومات بهدف ترويج سياساتها بطرق مختلفة و غير مباشرة.

9. من الممكن أن تسبب كثرة استخدام هذه المواقع و بخاصة موقع (الفيسبوك) إدمانا بدرجة كبيرة عليها.

10. تساعد في تكوين العلاقات المحرمة المؤدية إلى الفساد الأخلاقي بين شباب المجتمع.

11. نشر الأفكار المتعصبة و المتطرفة في المجتمع (اللوزي، 2017، ص 26).

12. انتشار الفاحشة و الرذيلة، من خلال عرض المواد الفاضحة، والإباحية، والخادشة للحياء.

13. فتور الحس الأخلاقي، بسبب الكمية الهائلة من الأخبار المليئة بالعنف والدمار، مما يعود الناس على مشاهدة الألم و العذاب، ويجعله مألوفاً لهم.

14. سهولة التعرض إلى الجرائم الإلكترونية.

15. تساهم في انتهاك الحقوق العامة أو الخاصة للشركات أو الأفراد أو المواقع (خاطر، 2015، ص 83-82).

المبحث الثاني

العنف ضد المرأة

يتناول هذا المبحث مفهوم العنف ضد المرأة، بالإضافة إلى عرض أشكاله، وأسبابه، والنظريات المفسرة له، وآثاره على الضحايا والمجتمع. ويختلف العنف ضد المرأة عن الأنواع الأخرى من العنف لأنه ينبع من التعصب الجنسي، والحقد اتجاه المرأة، حيث يمارس ضدها بسبب نوعها الاجتماعي. ولفهم ظاهرة العنف ضد المرأة بشكل خاص، يجدر بنا أولاً التعرف إلى مفهوم العنف بشكل عام.

العنف:

يعرف العنف بمعجم اللغة العربية على أنه الشدة والقسوة والقوة، أي اعتنف الأمر تعني أخذه بشدة وقسوة وقوة، ويأتي التعنيف كتعبير عن التوبيخ واللوم، وقد يتفرع مفهوم العنف لثلاثة معانٍ، من ضمنها الشدة، و الإيذاء، والقوة البدنية. ويتوسع هذا التعريف حيث ينظر إلى العنف على أنه اعتداء على الإنسان، إما في نفسيته أو جسده، أو سلب لحرية، كما يشير آخرون بأن العنف هو كل فعل يمارسه شخص أو جماعه ضد شخص أو جماعة أخرى بغرض التهديد أو الإيذاء أو اتلاف الممتلكات أو القتل أو النية بذلك (عبادة، و أبو دوح، 2008، ص19-17).

إن العنف ظاهرة تعرفها كل المجتمعات البشرية بأشكال ودرجات متفاوتة، ولها جوانب سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ونفسية مختلفة، ويعرف العنف قانونياً على أنه اعتداء بدني أو نفسي قد يدمر أو يفسد لإحداث ضرراً مخالفاً للقانون، الذي يعاقب على ذلك. أما العنف اقتصادياً، فهو استعمال القوة بقصد الحرمان غير العادل للحقوق، عن طريق الاستخدام غير العادل للسلطة. أما بيولوجياً، فقد أعلن عدة باحثين أنهم وجدوا جينات متصلة بالسلوك العدواني و الإجرام في عام 1998، ويعرف العنف بيولوجياً على أنه وجود إصابات أثناء الولادة أو في الدماغ تؤدي إلى نوبات من العنف المدمر. أما

اجتماعياً، فيعرف العنف على أنه وسيلة لتهميش الآخر وإلغائه، من خلال استخدام القوة المدمرة نفسياً أو جسدياً (الرقب، 2010، ص 15-9). ويعرف السياسيون العنف بأنه "قوة من أي طبيعة كانت، يستعملها فرد أو مجموعة أو دولة ضد فرد أو مجموعة أو دولة أخرى، و تنقلص الإستقلالية الذاتية لكل منها بداعي الخوف الناتج عن هذه القوة، و يمكن أن يكون من الحكام أو المحكومين" (الشبيب، 2007، ص 18).

مفهوم العنف ضد المرأة:

قامت هيئة الأمم المتحدة بتعريف العنف ضد المرأة بأنه "أي عمل من أعمال العنف القائم على نوع الجنس، وينتج عنه أو يرجح أن ينتج عنه ضرر أو معاناة جسدية أو جنسية أو نفسية، بما في ذلك التهديد بمثل هذه الأفعال أو الإكراه أو الحرمان التعسفي من الحرية، سواء كان ذلك في الحياة العامة أو الخاصة" (Velzeboer, Ellsberg, Arcas, & Moreno, 2003, p4)

ويعرف العنف ضد المرأة كذلك بأنه أي سلوك أو فعل عدواني تجاه المرأة، سواء كانت أمماً أو أختاً أو زوجة، و ينتج بسبب العلاقات الغير متكافئة في القوة بين المرأة و الرجل في الأسرة و المجتمع، بسبب سيطرة النظام الأبوي الذكوري. (عبد الوهاب، 1994 ص20) وقطعت المرأة شوطاً كبيراً في التحرر من العنف والظلم، حيث نجحت الحركات النسوية التي ظهرت مؤخراً بتغيير الكثير من الجوانب المختلفة في حياة النساء المضطهدات، وتحدي تقسيم العمل في العالم، والتمرد على بني القوة وقوانينها (واتكنز، ورويدا، ورودريجوز، 2005، ص148، ص15).

أشكال العنف الواقع على المرأة:

تتفق أشكال العنف ضد المرأة في مضمونها حول العالم، وإن اختلفت في تفاصيلها وطرقها، حيث أن معاناة المرأة من العنف قديمة وموجودة في أغلب الحضارات منذ أيام الجاهلية إلى يومنا هذا. ومن أولى أشكال هذا العنف هو وأد البنات خوفاً من العار. ولم يتوقف الأمر على ذلك، فأتى العنف ضد

المرأة بعدة أشكال منها حرمانها من التعليم، وطردها من منزل الزوجية، وتعريضها للشتم والضرب، وحرمانها من حقها في التعبير كونها جنسا بشريا ادنى درجة من الرجل (الشبيب، 2007، ص-37 38). والعنف عدة أشكال رئيسة، منها:-

1. العنف الجسدي ضد المرأة:

هو استخدام القوة الجسدية ضد المرأة بغرض إيذاؤها، وهو أوضح أشكال العنف، حيث أنه يأتي على شكل الضرب أو الصفع أو اللكم أو الحرق أو الخنق أو شد الشعر أو التهديد بالقتل (الرقب، 2010، ص: 25). وقد يقترب رب الأسرة هذا العنف على بناته أو أخواته أو زوجته بحجة أنه من حقه تأديبهن، كما ويمارس الزوج العنف الجسدي ليحكم كامل سيطرته على زوجته بصرف النظر عن النصوص الدينية والقانون، ويشتهر هذا العنف كلما اتجهنا إلى أسفل درجات السلم الاجتماعي حيث يوجد الجهل والفقر (عبادة، و أبو دوح، 2008، ص51-50). وعادة ما يمر العنف الجسدي بعدة مراحل قبل وقوعه منها الجدال، والصراخ، والشتم إلى أن يصل إلى الضرب. وقد يلجأ الرجل للعنف الجسدي لاعتقاده بأنه الأسلوب الأمثل لتحقيق ما يهدف إليه (العروود، 2008، ص36).

وقد توصلت دراسة أجريت عن العنف إلى أن العنف الجسدي في الأردن هو أكثر أنواع العنف الأسري ممارسة، وتصل نسبته إلى 86% بين أنواع العنف المختلفة، وأن أكثر مرتكبيه من الذكور (www.alhura.com).

و تتدرج بعض أنواع العنف الجنسي تحت قائمة العنف الجسدي، ويترتب على العنف الجسدي نتائج لها أبعاد صحية وخيمة، حيث أنه قد تؤثر الإصابات البليغة الناتجة عن الضرب المبرح على الصحة، و نوعية الحياة، و قد تؤدي إلى الموت. و إن إحدى أكثر قضايا العنف الجسدي جدلاً في الوطن العربي هي القتل المتعمد في جرائم الشرف. وقد عرف البعض جرائم الشرف بأنها "جريمة قتل أو محاولة قتل امرأة على أيدي أفراد من أسرتها لا يوافقون على سلوكها الجنسي" وقد يجد الكثيرون أن هذا

التعريف واسع، حيث سيتضمن مجموعة كبيرة من جرائم القتل العائلية، والزوجية. لذلك ينادي بعض العلماء بتعريف أضيق. (Shier, & Shor, 2015, p4) ومن الممكن تعريف جرائم الشرف كذلك على أنها: "عمل انتقامي بقصد القتل، أو ما دونه يقترف من قبل أفراد الأسرة على فرد، أو أكثر من الأسرة، أو من خارجها بذريعة الحفاظ على سمعة الأسرة، ومكانتها الموروثة" (أبو البصل، 2013، ص233). ويجادل البعض بأن جرائم الشرف لها أربع خصائص أساسية تميزها عن غيرها من أشكال العنف الأسري. أولاً، يتم التخطيط لعملية القتل وتنفيذها من قبل أحد أفراد عائلة الضحية. ثانياً، لا يتصرف مرتكب الجريمة بمفرده، بل لديه دعم جماعي مستعد لمكافأته على الجريمة، وبالتالي يتم استعادة الشرف للجماعة بأكملها وليس للفرد. ثالثاً، عادة ما يكون الشك كافياً للحث على القتل، ولا حاجة إلى إثبات فعلي أو دليل على حدوث انتهاكات جنسية. وأخيراً، فإن جرائم الشرف متعمدة ومخطط لها وليست جرائم عاطفية. (Shier, & Shor, 2015, p4) و قد شهدت هذه الجرائم ارتفاعاً ملحوظاً في عام 2016 بنسبة 52% عن سابقه في الأردن، حيث نفذت في ذلك العام أكثر من 26 جريمة قتل تخص الشرف، وشكل الأخ والزوج ما نسبته 76% من الجناة، وقد تلقت الكثير من هذه الجرائم مبررات مجتمعية و قانونية، حيث أن الجاني، قد يمنح عذراً مخففاً إن كان قد أقبل على الجريمة بثورة غضب، وقد تخفض عقوبته إلى النصف في حال اسقاط الحق الشخصي (العضايلة، 2016).

2. العنف المعنوي ضد المرأة:

العنف المعنوي هو كل فعل أو قول مؤذٍ نفسياً، وهو أكثر أنواع العنف إنتشاراً في المجتمع بمختلف طبقاته ولم يعاقب القانون على هذا النوع من العنف، ولم يعترف به بسبب صعوبة ضبطه وقياسه. وهو أولى وسائل التفرغ التي يبدأ بها الزوج، وقد يأخذ العنف المعنوي عدة أشكال منها التلاعب بمشاعر المرأة أو منعها من ممارسة الأعمال التي ترغب بها كاستكمال التعليم أو الخروج من المنزل، ويشمل

كذلك خيانتها، السخرية بها، سبها، الخدش من حيائها، وتهديدها مما يضعها في حالة ضغط معنوي ونفسي (العروود، 2008، ص53).

ويعرف العنف المعنوي كذلك بأنه سلوك مسيء تجاه المرأة لإضعاف ثقتها بذاتها، وإهانة كرامتها، عبر إيذائها بكافة الأشكال السلوكية و اللفظية، و استخدام التهديد، أو إثارة شائعات لتشويه سمعتها في مجتمعها أو مكان عملها. و يعد هذا العنف من أخطر أشكال العنف الواقع على المرأة وأكثرها شيوعاً، حيث أنه ليس ملموساً أو واضحاً، لكنه قد يحدث تأثيراً مهلكاً للصحة النفسية، و يشمل العنف النفسي ضد المرأة العنف الرمزي، الذي هو عبارة عن استبداد يحاول من خلاله الجاني الاستهتار بالضحية و تهميشها و طمس شخصيتها و تحجيمها، لإحداث أثر نفسي شديد عليها (العواودة، 2009، ص42).

3. العنف الإجماعي ضد المرأة:

يعرف العنف الاجتماعي ضد المرأة على أنه تقييد حرية المرأة اجتماعياً، لفرص السيطرة عليها، و منعها من الانخراط بالمجتمع و تأدية أي دور فيه، مما يؤثر على مكانتها الإجماعية و على نموها عاطفياً. و يقوم الرجل بممارسة العنف الاجتماعي لمنع المرأة من تطوير مكانتها إجماعياً، و مهنيّاً، و التفرغ لاحتياجاته و متطلباته بكافة أشكالها. و يظهر العنف الاجتماعي من خلال منع المرأة من متابعة التعليم، أو ممارسة العمل، أو الخروج من المنزل لرؤية العائلة و الأصدقاء، أو الانخراط بالمجتمع و فعالياته، أو إبداء آرائها، أو التحكم في لباسها، و مظهرها، و علاقاتها مع الآخرين (العواودة، 2002، ص30).

4. العنف الجنسي ضد المرأة:

يعرف العنف الجنسي بأنه أي فعل جنسي يرتكب مع الغير باستخدام القوة، أو التهديد، أو الإكراه، ويمس بالكرامة الإنسانية أو السلامة الجسدية للضحية. ويشمل العنف الجنسي الاغتصاب، الإكراه على

البغاء، الاعتداء على الشرف، التعقيم، الحمل القسري، الاستبعاد الجنسي، وأي شكل من أشكال التحرش والإيحاءات الجنسية الغير مرغوب بها (نصيرة، وأمينة، 2013، ص10-5).

ومن الممكن أن يستخدم العنف الجنسي كسلاح في وقت النزاعات والحروب، حيث يستخدم في حالات الصراع من قبل الجماعات المسلحة للتغلب على العدو أو إضعافه، عن طريق إيذاء السكان المدنيين واغتصابهم، أو تعريضهم لأي شكل من أشكال العنف الجنسي، وتعتبر هذه الاستراتيجية غير قانونية ومحظورة في القانون الدولي (غاجيولي، 2014، ص519-518).

وقد يمارس العنف الجنسي من قبل الزوج نفسه، ويعرف هذا الشكل من العنف بأنه فرض الرجل قوته على زوجته لممارسة الجنس إكراهاً دون مراعاة لصحتها النفسية، والجسدية، أو رغباتها الجنسية، ويعتبر إكراه الزوج لزوجته على الجنس اغتصاب، حيث أنه قد يقوم بأذيتها جسدياً، أو استخدام التهديد، أو شتمها بألفاظ بذيئة، أو القيام بأعمال جنسية منحرفة خارجة عن إطار الدين و الأخلاق وفقاً لرغباته دون أدنى اعتبار لرغبات زوجته. وإن إحدى أشكال العنف الجنسي ضد الزوجة كذلك تحقير شأنها وإذلالها من خلال ذم أسلوبها الجنسي، أو هجرها، أو الإحجام عن ممارسة الجنس بشكل صحي (حمدان. 2011، ص278).

و يأتي العنف الجنسي ضد المرأة بعدة أشكال، منها:

1. التحرش المادي: و الذي يتضمن الحركات الجسدية الغير مرغوب بها، كاللمس و التحسس.
2. التحرش اللفظي: و يتضمن الكلام البذيء و الحديث الجنسي، و الإيحاءات الجنسية الغير مرغوب بها.
3. التحرش الحركي: و يتضمن القيام بحركات أو نظرات أو إيماءات دالة على أفعال جنسية.
4. بعث الصور و الرسائل: و يتضمن بعث صور جنسية فاضحة أو رسائل عاطفية.

5. التحرش العاطفي: و يتضمن أي سلوك عنصرياً يفرق بين أبناء الجنس الواحد (العواودة، 2009، ص71).

أسباب و دوافع العنف ضد المرأة:

• أولاً، المكونات الشخصية:

المكونات الشخصية هي مجموعة السلوكيات التي تميز الأشخاص عن بعضهم، وتشمل الأفكار، المشاعر، الدوافع، والتصرفات المتأصلة بالأفراد، والتي تختلف من شخص لآخر (Uher, 2017, p2) حيث أنه إن حصل اضطراب بإحدى جوانب هذه الشخصية، أو كثرت ملامحها السلبية، سينعكس ذلك سلباً على تفاعل الفرد مع أسرته والمجتمع، ومن أهم المكونات الشخصية المؤدية للعنف ضد المرأة هي:

1. الجهل:

ويأتي الجهل من خلال تدني الوعي في كيفية التعامل مع أفراد الأسرة، وعدم معرفة الحقوق و الواجبات لدى الزوجين، والفهم المغلوط للدين، و الاعتقاد الخاطئ بأن العنف سبيل لحل المشاكل الزوجية وتربية الأبناء، والفهم المغلوط لإدارة الأسرة.

2. الغضب:

ويكون الغضب في عدم التحكم بردود الفعل، أو عكس ضغوط الحياة على الأسرة والزوجة، أو الحساسية المفرطة تجاه أقوال وأفعال الآخرين، أو غياب الاتزان الانفعالي، أو الرغبة الدائمة في السيطرة على الغير، أو حب الإنتقام ممن يعارضون الرأي من أفراد الأسرة أو من يقومون بعمل أو حديث جارح.

3. الفساد:

إن الفساد الأخلاقي هو من أكبر الأسباب المؤدية إلى العنف، حيث أن درجته في الشخصية تحدد كيفية تعامل الشخص مع محيطه، و قد يكون الفساد بالشخصية دينياً، أو أخلاقياً، أو فكرياً. وقد يأتي

الفساد المسبب للعنف بعدة أشكال، منها تعاطي المخدرات و الخمر، ومشاهدة المقاطع الإباحية، وفتور الوازع الديني، ومصاحبة رفقاء السوء، وارتكاب الزنا، والخيانة الزوجية (الشبيب. 2007، ص65-61).

• ثانياً، طبيعة المنظومة الأسرية و مكوناتها:

إن البيئة التي نشأ فيها الشخص لها أثر كبير في تكوين شخصيته واستجابته لمحيطه، حيث أن تعرض الرجل للإساءة، والعنف، والإهمال في طفولته، ومشاهدة تعنيف والده لوالدته أو إناث العائلة، قد يؤدي إلى آثار نفسية سلبية، وسلوكيات عنيفة عند الكبر. حيث أن تعرض الطفل للعنف خلال تجربة شخصية، أو عبر المشاهدة، سيؤدي إلى تبنيه أفكار متقبلة ومؤيدة للعنف، وآراء نمطية وتقليدية لأدوار الرجال والنساء في المجتمع (يحيى، 2013، ص63).

• ثالثاً، الأسباب المجتمعية:

١. علاقات السلطة غير المتكافئة تاريخياً:

لقد قامت العمليات السياسية و الإقتصادية و الإجتماعية عبر التاريخ إلى تعزيز سلطة الرجل و جعل المرأة مواطنة من الدرجة الثانية، و قد أدت القوانين التي وضعت سياسياً و اقتصادياً إلى استضعاف المرأة، حيث أنه في كثير من الأحيان يستخدم الرجل العنف للاحتفاظ بموقع السلطة.

٢. الأيديولوجيا الثقافية:

الأيديولوجية المجتمعية هي التي تقوم بتحديد أدوار الجنسين، حيث أنه بالرغم من وجود بعض الثقافات التي تدعو للمساواة بين الرجل و المرأة و تمكين المرأة و الدفاع عنها، إلا أن العديد من المجتمعات الأخرى تدعو إلى العنف ضد المرأة و عدم المساواة بينها و بين الرجل مستندين بذلك على التقاليد و القيم الدينية و معايير الشرف و العار المتفق عليها بالمجتمع. و ترى العديد من تلك المجتمعات أن سلوك المرأة ينعكس على عائلتها و المجتمع، مما يدفعهم لتقويم ما يعتقدون أنه قد يجلب العار للعائلة باستخدام العنف.

٣. تقاعس الحكومات:

إن امتناع الحكومات عن اتخاذ قرارات تساهم في الحد من العنف ضد المرأة يجعلها متواطئة فيه، حيث أنها تقوم بتجاهل هذه الظاهرة و تتسامح مع الجاني، مما يعطيه المجال لارتكاب العنف دون الخوف من تبعاته القانونية. ما يؤدي إلى خلق ثقافة الصمت، حيث تتردد المرأة في الإبلاغ عما تواجهه من العنف، خوفاً من إفلات الجاني و تعرضها للأذية بدلاً من الحماية (الحياصات، 2016، ص1776-1775).

سمات المرأة المعنفة:

المرأة المعنفة هي تلك التي تتعرض لشكل من أشكال العنف على يد زوجها أو أحد أفراد أسرتها الذكور، وتشتمل صورة المرأة المعنفة على أنها خاضعة لقوانين المجتمع الذكوري، ومستسلمة لسيطرة الرجل وتفوقه عليها، وأن لديها احتراماً متدنياً لذاتها، وتشعر بأنه من الطبيعي عدم وجود أي حقوق إنسانية لها في المجتمع، حيث أنها قد تشعر بالذنب حتى وإن لم ترتكب أي سوء. وتتصف المرأة المعنفة في أغلب الأحيان بالجمود والقبول للإهانة والتعنيف، والنزعة للطاعة والكمال، والانعزال عن المجتمع، والشعور المستمر بالاكنتاب واليأس والرغبة بالبكاء، وتكون أكثر عرضة للإصابة باضطرابات الأكل والنوم. إلا أن بعض الدراسات أشارت إلى وجود نساء قد يثرن عدوان الرجل لإشباع الاضطرابات الشخصية لديهن كرهبتهن في الشعور بالهزيمة (كمال، 2016، ص115-114).

النظريات المفسرة للعنف:

أ. التفسير البيولوجي:

يرتبط العنف في هذه النظرية بالمعتدي نفسه، وبعوامل بيولوجية داخل الشخص المعنّف، وإن الجانب الوراثي هو أحد أهم التفسيرات البيولوجية للعنف، حيث يشير إلى أن الأشخاص الذين يأتون من

أسر ممارسة للعنف هم أكثر عرضة لممارسة العنف كذلك. وإن أحد التفسيرات البيولوجية الأحدث للعنف هي تلك التي تؤمن بأنه من الممكن لبعض الاضطرابات الفسيولوجية بجسد الإنسان أن تؤثر على إفراز الغدد لبعض الهرمونات وتغيير كيميائية الدماغ، ما قد يؤثر بدوره على نزعة الشخص لارتكاب العنف. وقد توصلت بعض الدراسات التي أجريت في هذا المجال إلى أنه قد ينتج عن نقص الكوليسترول في الدم ردود انفعالية عنيفة (الرميحي، 2012، ص32).

ب. التفسير النفسي:

تزعم هذه النظرية فرويد، الذي يرى بأن العدوان هو غريزة فطرية عند الإنسان، وأن على المجتمع تهذيبها لتصل إلى مرحلة الرقي. ويرى فرويد بأن الغرائز العدوانية تتراكم لتتفجر في صورة عنف مفاجئ، لا يهدف بالضرورة إلى السيطرة على العالم المحيط، بل يكون موجه نحو الذات، لتحويل غريزة الموت إلى الخارج. وقد تكون هناك عدة أهداف أخرى من وراء الطاقة العدوانية لدى الفرد، لا تقتصر على نية التدمير وحسب. ويرى بعض الباحثين أن الدوافع العدوانية صحية وعقلانية، حيث أنها تبرز نتيجة للتأثيرات البيئية المستفزة لها كمحاولة من الشخص لحماية نفسه، أو تحقيق التفوق والسيطرة. ويرى (فروم) بأنه إذا أحبطت الحوافز الخلاقة التي تنبع من حاجة الإنسان إلى التحضر، فإنه قد يصبح عدوانياً، ومدمراً (الخيلائي، 2014، ص467-468).

ج. نظرية الإحباط و العدوان:

تقوم هذه النظرية على أن العدوان يأتي كنتيجة للإحباط، و يرى (جون دولارا) و(نيل ميلر) بأن مقدار الإحباط يتناسب طردياً مع قوة التحريض، و أن كبح السلوك العدواني يتناسب طردياً مع شدة العقاب المتوقع كنتيجة لأفعال المعنّف. و قام جون دولارا و نيل ميلر بتحديد العوامل التي قد تؤثر في كمية الإحباط، منها:

1. قوة التحريض على الرد المحبط.

2. درجة الإعاقة التي حالت دون الرد المحبط.

3. عدد سلاسل الردود المحبطة (الحياسات، 2016، ص1777).

د. نظرية التعلم الإجتماعي:

ترى نظرية التعلم الاجتماعي بأن هنالك نوعين من التعلم: التعلم بنتائج الاستجابة، والتعلم بالتمذجة. ويعتمد التعلم بنتائج الاستجابة على استجابة الأشخاص للسلوكيات المختلفة، حيث أن الأفعال التي يقوم بها الفرد بشكل يومي قد تؤدي لاستجابة إيجابية، أو قد تُصَرَف، أو قد يُعاقب عليها. وترى النظرية بأن العنف هو أحد السلوكيات المكتسبة من خلال تمذجة أفعال الآخرين، وإن تم تعزيز هذا الفعل دون أي عواقب، فسيستمر الجاني به ويكرره، وقد يستمر لأجيال عدة من بعده.

أما النوع الثاني من التعلم الإجتماعي، وهو التعلم بالتمذجة، فيرى أن أغلب السلوك الإجتماعي ينتج من وجود مثال يحتذى به، حيث أن العنف يحدث من خلال تمذجة الأطفال لسلوكيات آبائهم وتبنيها، مما قد ينقل سلوك العنف لأجيال عدة كذلك (أبو حجلة، 2004، ص 31-32).

هـ. النظرية البنائية الوظيفية:

تنص هذه النظرية على أن السوك العنيف قد يحدث بسبب الخلل الوظيفي في التفاعل بين أفراد الأسرة، أو عدم التوافق فيما بينهم. وتوضح النظرية أن الأسرة هي عبارة عن مكونات مستقلة تتفاعل مع بعضها عبر نظام دينامي موحد، وأن حدوث أي خلل في أحد هذه التفاعلات قد يؤثر على جميع أفراد الأسرة، حيث أن قيام الزوج على سبيل المثال بارتكاب سلوك عنيف تجاه زوجته نتيجة خلل في التواصل بينهما، أو بسبب سوء تفاهم ما، سيؤثر بدوره على بقية أفراد الأسرة، وقد يصبح العنف سلوكا متعلما مستمرا إن تم تكراره وتعزيزه (الجديدي، 2014، ص 87-88).

و. نظرية الضبط الإجتماعي:

تعود نظرية الضبط الإجتماعي لهيرشي (Hirschi)، وهي من أشهر النظريات الإجتماعية المفسرة للعنف، وترى هذه النظرية بأن سلوك الأفراد السوي في النظام المجتمعي ناتج عن سيطرة المجتمع، وأن طبيعة الإنسان الغريزية تميل نحو العنف ما لم توضع تحت قيود قانونية ومجتمعية، حيث أن الأفراد الذين لا يتم ضبط سلوكهم من خلال العائلة والأصدقاء، يتم ضبطهم مجتمعياً من خلال الشرطة والقانون، ما تسمى بوسائل الضبط الإجتماعي الرسمية، فإن فشلت هذه الضوابط الرسمية قد يعم العنف والفساد بين أفراد المجتمع. ومن الممكن أن يتم ضبط سلوك العنف الذي يقوم به أحد أفراد الأسرة عن طريق ثلاثة أنماط:

أولاً، الضبط المباشر: وهو ما يشير إلى الضوابط الخارجية المتمثلة بالقوانين التي لا تسمح للأفراد بارتكاب جرائم العنف في المجتمع.

ثانياً، الضبط غير المباشر: يتمثل هذا النمط بارتباط الشخص العاطفي بوالديه وأفراد أسرته، ممن ليس لهم ارتباط بالعنف، إذ تشكل الأسرة مصدراً مهماً من مصادر الضبط المباشر وغير المباشر في المجتمع.

ثالثاً، الضبط الذاتي: هو الشعور النابع من الشخص ذاته، والذي يردعه من الانحراف السلوكي، بسبب تنشأته والقيم والضوابط التي ترسخت معه من الصغر، سواء كانت من المجتمع أو الأسرة (المجالي، 2011، ص 20-21).

ز. نظرية الضغط و المشقة:

تفسر هذه النظرية أثر الضغوط الحياتية، والتوتر الذي من الممكن أن يتعرض له الفرد في حياته على سلوكه المنحرف أو العدوانى على وجه التحديد، وتنص على أن هنالك عدة مؤثرات خارجية بإمكانها تحفيز الفرد على ارتكاب العنف. وتؤكد النظرية على نوعين من المثيرات للمشقه:

النوع الأول: ويرتبط بالأحداث غير السارة التي تحدث في الحياة العملية أو الشخصية للفرد، حيث أنه حينما يواجه الإنسان بحدث غير سار فإنه إما أن يتجه للمقاومة أو الهرب، وقد تثير هذه الأحداث مشاعر سلبية وأفكارا غير سارة قد تدفع الفرد إلى الرغبة في الشجار أو القتال، أو الهرب وتجنب الموقف، وتختلف ردود الأفعال نحو الأحداث السلبية من شخص لآخر بحسب عدة متغيرات، منها العامل الوراثى، والشخصية والخبرات المكتسبة سابقاً.

النوع الثانى: يرتبط النوع الثانى بالضغوط البيئية التي يتعرض لها الفرد، كالضوضاء، والمناخ، والازدحام، والتلوث، ويضاف إليها اختراق المساحة الشخصية، والاعتداء على الحيز المكاني للشخص، مما قد يؤدي إلى آثار سلوكية أو نفسية قد تدفع بالفرد إلى ارتكاب العنف (العوادة. 2008، ص-92). (94).

ح. نظرية ثقافة العنف:

تنص هذه النظرية على أن أحد أهم أسباب تفشي ظاهرة العنف في المجتمع هو قبول المجتمع لهذه الظاهرة، حيث أن الزوج على سبيل المثال قد لا يتردد بصفع زوجته لتفقه بعدم وجود العقاب. وتعد وسائل الإعلام والقانون عوامل مساهمة في نشر العنف، حيث أنها تؤيده، أو على الأقل تسمح به، مما يرسخ ثقافة العنف في المجتمع، ويبيحها للذكور تحت حماية كل من الإعلام والقانون (كمال، 2016، ص35).

ط. نظرية التبادل الاجتماعي:

وفقاً لنظرية التبادل الاجتماعي فإن العلاقات الإنسانية تعتمد على مبدأ المكافأة والعقاب، حيث يتأثر الرضا وعدم الرضا في العلاقات الأسرية بحسب الفوائد المقدمة وردود الأفعال المصاحبة لها. وفي العلاقات الزوجية يقدم الشريك فوائد متمثلة في الحب، العاطفة، المال، الاهتمام، والمدح، وعليها يتشكل سلوك الشريك الآخر. إن التبادل الاجتماعي يتوقف كذلك على ما إذا قدم الشريك في العلاقة مكافأة أو عقاب كردة فعل لتصرفات شريكه. على سبيل المثال، ستحاول المرأة المعنفة اجتناب الأفعال التي تؤدي إلى تعنيفها بشتى الطرق تفادياً للعقاب (الجديدي. 2014، ص 92-93).

حجم ظاهرة العنف ضد المرأة في الوطن العربي:

-أكدت الإحصائيات على تنامي ظاهرة العنف ضد المرأة في الوطن العربي، حيث قدرت نسبة العنف الأسري في المملكة العربية السعودية 50%، إلا أنه لا تزال نسب التبليغ عن العنف متدنية، ما يستدعي تكثيف الحملات التوعوية، وإصدار إحصائيات شاملة، وأكثر دقة .

-أما في لبنان، فقد توصلت آخر الدراسات إلى أن 44% من اللبنانيين يعرفون ضحية واحدة من ضحايا العنف الأسري على الأقل، ما يعادل 1,7 ضحية. وبينت آخر الإحصائيات خطورة هذا العنف، حيث أنه يؤدي إلى مقتل ما يقارب 12 امرأة سنوياً في لبنان.

-وفي المغرب، تبين البحث الوطني الذي أجرى في عام 2011 إلى أن 6 ملايين من النساء، ما يعادل 63% منهن قد تعرضن إلى إحدى أشكال العنف مرة واحدة على الأقل في حياتهن، وأن 3,7 مليون، ما يعادل 55% منهن قد تعرضن إلى العنف في إطار الزوجية (الفردان، 2016، ص 1-2).

(13).

-وكشفت النتائج التابعة لدراسة أجريت في مصر عام 2005 إلى أن 33% من النساء المتزوجات قد تعرضن للعنف الجسدي على يد أزواجهن، و18% منهن تعرضن للعنف النفسي، و 7% تعرضن للعنف الجنسي مرة واحدة على الأقل في فترة زواجهن (يحيى، 2013، ص55).

و قد تعاملت مكاتب الخدمة الاجتماعية و التوجيه الأسري في المملكة الأردنية الهاشمية مع 5240 حالة عنف أسري ضد المرأة في عام 2018، و بسبب التزايد المستمر في حالات العنف في السنوات السابقة، قامت المملكة باتخاذ عدة خطوات لحماية النساء، أبرزها إنشاء دور لحماية النساء المعنفات، و التعديل على قانون العقوبات، على أمل الحد من الأرقام المتزايدة للعنف ضد المرأة (النمري، 2019).

و لم يتخذ الوطن العربي إلى يومنا هذا أي إجراءات جذرية للحد من ظاهرة العنف ضد المرأة، حيث قامت أربع دول عربية فقط بإصدار قوانين تسعى إلى الحد من هذه المشكلة، و هي المملكة الأردنية الهاشمية، و الجمهورية اللبنانية، و المملكة العربية السعودية، و مملكة البحرين. أما البلدان الأخرى فقد وضعت مجموعة منها بنوداً محددة في قانون العقوبات تختص بالعنف الأسري، مثل اليمن و تونس و الجزائر و الإمارات العربية المتحدة. لكن ذلك لوحده لا يكفي للحد من هذه المشكلة المنتشرة في مجتمعنا العربي (الفردان. 2016، ص11).

آثار العنف على الضحايا و المجتمع:

أولاً، الآثار الاجتماعية و الاقتصادية

يؤدي العنف ضد المرأة إلى التكلفة بعواقب اجتماعية واقتصادية كبيرة تؤثر على المجتمع بأكمله، حيث أنه يمنع المرأة من النهوض في المجتمع، ويشكل عائقاً لتحركاتها ومزاومتها الأنشطة السياسية

والاجتماعية المختلفة، بسبب كبح الرجل لطموحاتها، أو بسبب خوفها المستمر الذي قد يردعها من السعي وراء الفرص المتاحة لها في المجتمع. أما اقتصادياً، فقد أظهر آخر تقرير صادر عن منظمة الصحة العالمية، أن الإصابات الناجمة عن العنف تكلف الدول أكثر من 4% من الناتج المحلي الإجمالي، حيث يموت ما يعادل الـ 1.6 مليون شخص سنوياً كنتيجة للعنف، ويصاب آخرون بإصابات نفسية وجسدية تكلف طبياً وقضائياً وأمنياً، كما تؤثر الاضطرابات النفسية الناتجة عن العنف على قدرة الإنتاج بشكل عام (الخيلائي، 2014، ص 461-459).

ثانياً، الآثار النفسية

يتسبب العنف بخلق اضطرابات نفسية شديدة، قد تتفاقم لتصل إلى حد العدوان و الإجرام، أو تتطور لتصبح حالات مرضية خطيرة. ويؤدي العنف إلى انكسار المرأة وانعدام ثقته بذاتها، وخضوعها للإساءة والرضا بالأذية، وشعورها المستمر بالاكتئاب و عدم الحيلة، مما يؤدي إلى الانطوائية و الخوف المستمر و كره الحياة و الأفكار الانتحارية(كمال، 2016، ص 166-165).

ثالثاً، الآثار الصحية

يؤدي العنف إلى مخاطر صحية وخيمة، فمن الممكن أن يدخل ضحاياه في حالات اكتئاب مرضية شديدة ناتجة عن الشعور بالإهانة، الإذلال، الإحباط، القلق، وعدم الاطمئنان. ومن الممكن أن يتسبب العنف كذلك باضطرابات في الأكل، والمعدة، وآلام في الرأس ومختلف أنحاء الجسد، بالإضافة إلى ارتفاع خطر الإصابة بالأمراض النسائية، والجنسية المختلفة، واتباع سلوكيات تؤثر سلباً على الصحة، كالإدمان على المخدرات، أو الكحول، أو تعاطي المهدئات. ومن الممكن أن يدفع ضحاياه إلى الوفاة أو الانتحار (قرقوتي، 2015، ص 113-112).

المبحث الثالث

الفيسبوك والتوعية بالعنف ضد المرأة

يعتبر موقع الفيسبوك إحدى أسرع شبكات التواصل الاجتماعي انتشاراً وأكثرها نفوذاً، حيث أنه لا يؤثر على وجهات النظر الخاصة بظاهرة العنف ضد المرأة وحسب، بل فإنه يترك بصمة واضحة على حياة مستخدميه بكافة مجالاتها وجوانبها المختلفة. وستقوم الباحثة بالتركيز في هذا المبحث على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي وموقع الفيسبوك تحديداً بتشكيل الآراء ونشر الوعي حول ظاهرة العنف ضد المرأة. ولفهم هذا التأثير بشكل أفضل، يجب أن نتفحص بداية تفاعلية مواقع التواصل الاجتماعي، وفهم تأثيرها على المجتمع بكافة جوانبه ومجالاته التربوية والسياسية والتجارية والصحية المختلفة.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على المجتمع:

وجدت العديد من الأبحاث التي تدرس استخدام الجمهور لوسائل الإعلام القديمة بأن أغلب المستخدمين لا يلقون انتباهاً للوسائل التي يشاهدونها أو يسمعوها، كما و أنهم لا يتعلمون الكثير منها، بل فهي تمر بشكل سطحي دون تركيزهم على محتواها، فإن أغلب متابعي البرامج التلفزيونية يقضون ساعات في المتابعة السلبية، بحيث إن سألتهم عما شاهدوه بعد فترة بسيطة، أكثرهم لن يتذكر. واختلفت أنماط السلوك الخاصة بوسائل الإتصال حين ظهرت وسائل الإعلام الجديد، حيث أصبح المستخدم فاعلاً يختار نوع المحتوى الذي يرغب في التعرض إليه، وأصبح هناك درجة كبيرة من التفاعلية بين الوسيلة ومستخدميها، مما قلل من المتابعة السلبية، وجعلها تبادلية، تفاعلية (مركز المحتسب، 2017، ص24). وتقوم وسائل الإتصال الحديثة بمهمة الضبط الاجتماعي، حيث تساهم بالتأثير على القوانين، والتقاليد، والأعراف بحسب معايير السلوك التي يفرضها المجتمع، ويرجع هذا التأثير لسماحها للأفراد بنشر آرائهم وأفكارهم على نطاق محلي وعالمي، ومخاطبة الجماهير المختلفة حول العالم. ما يساهم

بدوره في صنع الثقافة، وجعل الرأي العام أكبر القوى الضاغطة في اتخاذ القرارات (عبيد، والعبد، 2007، ص50-49). ولم يقتصر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع بجانب واحد فقط، بل امتد ليصل إلى جميع الجوانب و المجالات المختلفة، سواء كانت خاصة بالصحة، أو التجارة، أو السياسة، أو التعليم.

-تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الرعاية الصحية:

بالنسبة إلى الجانب الصحي، قد وفرت شبكات التواصل الاجتماعي للمتخصصين في الرعاية الصحية أدوات لتبادل المعلومات وتعزيز السلوكيات الصحية، حيث ساعدتهم في التواصل مع الجمهور وتثقيف المرضى والطلاب والزملاء والتفاعل معهم، ومكنتهم من استخدام وسائل التواصل لتحسين النتائج الصحية المحتملة وتطوير مهاراتهم المهنية، وزيادة الوعي الشخصي بالأخبار والاكتشافات، وتوفير المعلومات الصحية للمجتمع. وينضم الأطباء في أغلب الأحيان إلى هذه المواقع ليتمكنوا من قراءة المقالات، والاستماع إلى الخبراء، والبحث في التطورات الطبية، والمشاركة في التوعية، ما يساهم بدوره في خلق مجتمع أكثر وعياً صحياً (Kumar, & Akram, 2017, p349).

-تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التجارة و إدارة الأعمال:

إن مواقع التواصل الاجتماعي هي إحدى أكبر الوسائل الجديدة في التسويق للمؤسسات والعلامات التجارية التي تهدف إلى إنشاء الأخبار، والتواصل مع الجماهير المختلفة، وتكوين متابعين. ويستخدم قطاع الأعمال مواقع التواصل لتعزيز أداء المنظمات بطرق مختلفة، مثل تحقيق أهداف المؤسسة، وزيادة المبيعات السنوية، وتطوير العلامة التجارية، والترويج للمنتجات والأعمال الخاصة بها، حيث تقدم هذه المؤسسات الإعلانات عبر مواقع التواصل بطرق قد تجذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين والعملاء. وتعمل وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة تواصل ثنائي الاتجاه بين الشركات وأصحاب الأسهم، حيث يمكن للعملاء التواصل والتفاعل مع الشركة على مستوى شخصي أكثر.

-تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التعليم:

وجدت الأبحاث السابقة بأن 90% من طلاب الجامعات يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت التكنولوجيا تطوراً سريعاً بأجهزة الاتصالات التي تمكن من الوصول إلى مواقع التواصل في أي وقت وأي مكان، وتشمل هذه الأدوات أجهزة الكمبيوتر المحمول، وأجهزة iPad والهواتف الذكية، وما إلى ذلك. وقد تم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عبر هذه الأجهزة كوسيلة تعليمية مبتكرة في الفصول الدراسية، حيث ساهمت في سهولة تواصل الطلاب، وسرعة مشاركة المعلومات مع زملائهم والمعلمين، ما ساهم بتعزيز مهاراتهم العملية، وقدراتهم الفكرية، وزاد من جودة التعليم، ومعدل تعاون الطلاب (Siddiqui, & Singh, 2016, p71-72).

-تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على السياسة:

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في السياسة، حيث يتم استخدامها من قبل المواطنين والمؤسسات و الأحزاب السياسية، خاصة في الحملات الانتخابية. وتمثل وسائل التواصل الاجتماعي الأداة المثالية لقياس الرأي العام بشأن المواقف السياسية، وتساعد كذلك في بناء دعم مجتمعي لمرشحين المناصب العامة. وقد وجد أنه في فترة زمنية قصيرة، تبنى السياسيون من جميع أنحاء العالم استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لإشراك ناخبهم، والدخول في حوارات مباشرة مع المواطنين، وتمكين مناقشات سياسية حية، وقامت العديد من الأحزاب السياسية باستخدام وسائل التواصل كسلاح في الحملات الانتخابية، حيث أن التواصل الشخصي عبر هذه الوسائل يجعل السياسيين والأحزاب أقرب إلى ناخبهم المحتملين، فهو يسمح لهم بالاتصال بشكل أسرع، والوصول إلى المواطنين المستهدفين بشكل أسهل، والعكس. وتساعد مواقع التواصل الاجتماعي على حرية التعبير، و إبداء آرائهم عبر التعليقات و المناقشات المفتوحة، بالإضافة إلى الدعم و المشاركة في الأحداث الجارية حول العالم، ما يجعل الرأي العام إحدى أكبر القوى الضاغطة في اتخاذ القرارات السياسية المختلفة.

(Lakkymetty, Deep, & Balamurugan, 2018, p2108).

وقد ساهمت عدة عوامل في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع بمختلف جوانبه،

منها:

- سهولة التواصل و التعارف بين الأفراد، خاصة بين شباب المجتمع.
- الفردية و حرية التعبير، دون قيود تمنع طرح الأفكار الخاصة.
- أصبحت ملاذاً للمستضعفين، و سمحت لهم بإنشاء صفحاتهم الخاصة التي تعبر عن ما يتعرضون إليه من ظلم و اضطهاد.
- السرعة و السهولة في نشر المعلومات، مما ساهم في نشر الوعي بكافة القضايا الاجتماعية والسياسية، والدينية، و غيرها.
- يوجد فيها حضور دائم، فهي مستمرة الوجود، لا تقفل بوقت معين، ويمكن التواصل عبرها بأي وقت.
- أصبحت منبر من لا منبر له، وعززت الحرية الإعلامية دون تدخل من الدولة (علي، 2017، ص:24-25).

التفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

التفاعلية عبر وسائل الإعلام هي حين يصبح المتلقي مشاركا للمحتوى و بإمكانه إنتاج محتواه الخاص. ويرتبط مفهوم التفاعلية ارتباطا وثيقا بشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن الجمهور عبر هذه الشبكات يرسل الرسائل، بالإضافة إلى استقبالها، ما يؤدي إلى ارتفاع مستوى التفاعل. وتوجد للتفاعلية عدة محددات، منها:

1. تفاعل المتلقي مع عناصر العملية الاتصالية.

2. مساهمة المتلقي بإنتاج المحتوى.

3. تحقيق الاستجابة السريعة من خلال وضوح أدوات التفاعل و سهولة استخدامها.

4. توفر وصلات المحتوى، وتعدد أشكال العرض، ووفرة أدوات الاختيار الحر للبرامج و

المحتوى.

5. سهولة و سرعة التجول.

6. مشاركة المتلقي في تغيير المحتوى، وتحقيق أهداف الاتصال، عبر الكتابة، و الصوت، و

الصورة (كافي، 2016، ص47، ص54-52).

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية:

تلبي وسائل التواصل الاجتماعي الاحتياجات المختلفة لمستخدميها، وتسمح لهم بالبقاء على اتصال مع العائلة والأصدقاء، والتعرف على آخر الأخبار والأحداث الجارية في المجتمع، ومتابعة أنشطة المستخدمين الآخرين. وقد ساعد الإشباع الذي حققته مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها على الشعور بأنهم جزء من شبكة اجتماعية كبيرة تساهم في معرفتهم لآخر الأحداث و الأنشطة. ونظرًا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر طريقة سهلة لعرض الآراء وتلقي ردود الأفعال، من الممكن أن تتأثر مواقف الشباب باستخدامها، وبإمكانهم القيام بدور نشط في عملية التنشئة الاجتماعية الخاصة بهم، وفي بناء هويتهم الذاتية من خلالها (Sponcil & Gitimu, 2013, p5). وتعد وسائل التواصل الاجتماعي إحدى أقوى الآليات التي تساعد في إحداث الحراك و التغيير، بالإضافة إلى أنها إحدى أهم العوامل الأساسية التي تساعد على اتخاذ مواقف سريعة ضد الأشخاص أو القرارات التي لا يتقبلها المجتمع (جنيدى، 2018، ص51)، حيث أن الإعلام التوعوي، والدور الذي يلعبه في التغيير المجتمعي أمر بالغ الأهمية، وإن نشر الوعي حول القضايا الاجتماعية الهامة التي تواجه عالمنا

الحديث هو أمر ضروري إن كنا نأمل في إحداث تغيير نحو الأفضل. ولا شك أن إحدى أكبر القضايا المجتمعية التي تواجه المجتمع العربي و الأردني هي قضية العنف ضد المرأة.

دور شبكات التواصل الاجتماعي بالتوعية بظاهرة العنف ضد المرأة:

إن العنف ضد المرأة ظاهرة عالمية منتشرة تؤثر على كل من البلدان المتقدمة والنامية، حيث أن أكثر من 35% من النساء حول العالم شهدن نوع من أنواع العنف في مرحلة ما من حياتهن، ما يمثل مصدر قلق خطير للصحة العامة، وقد يعوق كذلك دور النساء في التنمية المجتمعية. ومع ذلك، فإن المواقف المعارضة للعنف ضد المرأة ليست عالمية، وتتجلى في الإيحاءات الجنسية التي تتعرض لها النساء بشكل يومي، بالإضافة إلى ردود أفعال المجتمع تجاه الجناة. وفي حين تعترف الأمم المتحدة بالعنف المبني على النوع الاجتماعي باعتباره مشكلة مجتمعية، إلا أنه من الصعب تقييم انتشاره، و إيجاد حلول واضحة لوقفه، (Purohit et al., 2016, p2)، بسبب اختلاف الأفكار، والمعتقدات، والصور النمطية التي تحيط بهذا العنف. وتزداد المشكلة تعقيدا في عالم الإنترنت، حيث أن التطرق إليها يعني مخاطبة مختلف الجماهير، من مختلف العادات والخلفيات العقائدية والفكرية (Best practice forum, 2015, p4).

تبرز شبكات التواصل الاجتماعي كأحدى أهم الوسائل المساهمة في الوقاية الأولية من العنف ضد المرأة، بسبب تأثيرها المحتمل على فهم الجمهور لهذه الظاهرة و أبعادها، حيث تعد وسائل الإعلام الجديدة و مواقع التواصل الاجتماعي إحدى العوامل الرئيسية التي لها دور في تشكيل الخطاب العام لأنها تقدم تقارير حول الأحداث الجارية وتوفر إطارًا لتفسيرها. وعلى الرغم من أن جماهير شبكات التواصل الاجتماعي ليسوا مجرد متلقين سلبيين للمعلومات، إلا أن ما يتم اختياره للظهور في هذه المواقع، وكيفية عرض الأخبار والأحداث من الممكن أن يكون لها تأثير عميق على مواقف الناس ومعتقداتهم وسلوكياتهم. (Australia's National Research Organisation for Women's

(Safety, 2015, p6). وقد بدأت العديد من المنظمات مؤخراً باستخدام المنصات الإعلامية للتواصل مع المجتمع وتوفير حملات التثقيف والتوعية، حيث تهدف هذه الحملات إلى تغيير الأفكار، الأفعال، والمواقف العامة. كما وأنها تنشر الوعي بالخدمات المتاحة للضحايا والجناة على حد سواء. وقد بدأت حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ خطوات مهمة لتشجيع الرجال على القيام بدور أكثر فاعلية في إنهاء العنف ضد المرأة، بسبب دورهم النشط في إنهاء هذا العنف. ويرجع ذلك إلى ثلاثة عناصر رئيسية:

- أولاً، أن أغلب مرتكبي العنف ضد المرأة من الرجال.
 - ثانياً، تتشكل مواقف الرجال من العنف ضد المرأة بسبب مبادئ المجتمع الذكوري.
 - ثالثاً، حتى يتم إنهاء العنف ضد المرأة الذي يرتكبه الرجال، يجب أن يتغير الرجل بذاته.
- إلا أنه من أجل منع العنف ضد المرأة، يجب على الرجال والنساء العمل سوياً بطريقة متناغمة ومتساوية لتغيير الثقافة الاجتماعية وعدم القبول باللامساواة (Henricksen, 2018, p20-22).
- وعلى الرغم من المخزون الهائل من الأبحاث التي تتناول تأثير وسائل الإعلام، إلا أنه لا توجد آليات بسيطة لشرح كيف ولماذا يتأثر الجمهور بما يرونه ويقروؤوه ويسمعوه في الأخبار. بدلاً من ذلك، يتم تصور تأثير وسائل الإعلام كعملية معقدة تضم العديد من المشاركين: المصادر، والمحريين، والجمهور. لكن مما لا شك فيه، أن الطريقة التي يتم بها تنظيم المعلومات عبر هذه الوسائل بإمكانها أن تزيد من فهم الجمهور لظاهرة العنف ضد المرأة، ومكانتها في المجتمع (Australia's National Research Organisation for Women's Safety, 2015, p6).

حملات التوعية بالعنف ضد المرأة:

إن الحملة بشكل عام هي عبارة عن جهد منظم للضغط على المؤسسات والأفراد بهدف التأثير على تصرفاتهم. وقد تستهدف الحملة قطاعات واسعة من الجماهير، أو شرائح محددة منهم، كصناع

القانون، ممارسي الصحة، المعلمين، الشباب، النساء، الرجال، أو أولياء الأمور. ومن الممكن للحملات الخاصة بالتوعية بظاهرة العنف أن تركز على أشكال محددة من العنف، أو على قضايا معينة حوله، ومن الممكن أن يكون نطاق الحملة عالمياً أو إقليمياً أو وطنياً أو محدوداً بمواقع محددة. ويمكن أن تتم الحملات الخاصة بإنهاء العنف ضد المرأة خلال فترات زمنية مختلفة، حيث أن الحملات التي تعالج قضية ملحة أو معينة قد تكون قصيرة، وتستمر لبضعة أسابيع أو أشهر فقط. أما تلك التي تسعى إلى تغيير المواقف والممارسات الاجتماعية يجب أن تستمر لمدة متوسطة، تصل إلى 5 سنوات على الأقل، أو طويلة الأجل، تستمر على مدى عقد كامل أو أكثر. وإن إحدى الأمثلة المعنية بالحملات طويلة الأجل هي حملة "الحرية من الخوف"، التي أطلقتها في عام 1998 فرق العمل المعنية بالعائلة والعنف الأسري في غرب أستراليا، وقد رافق هذه الحملة التي استمرت 10 سنوات، العدالة الجنائية وغيرها من التدخلات التي تم دمجها في استراتيجية متعددة الجوانب لإنهاء العنف ضد المرأة. وتم استهداف مرتكبي العنف الأسري من الرجال بشكل أساسي، ونجحت الحملة في تشجيع الرجال العنيفين و أولئك الذين لديهم ميول عنيفة على البحث عن علاج لسلوكهم من خلال الاتصال "بخط المساعدة الخاص بالعنف الأسري للرجال". و تم تلقي أكثر من 6000 مكالمة في أول 21 شهراً من الحملة، مع نسبة (64%) من المتصلين الرجال المنتمين إلى المجموعة المستهدفة الرئيسية.

ويمكن التمييز بين نوعين من الحملات الهادفة لإنهاء العنف ضد المرأة: (1) الحملات التي تهدف إلى التغيير المؤسسي والسياسي، أي تغيير القوانين والسياسات الفعالة التي تمنع العنف ضد المرأة وتدعم الناجين منه و (2) الحملات التي تهدف إلى تغيير السلوك الفردي، العادات، الأعراف، والمواقف الاجتماعية. ويتناسب كلا النوعين، لأنه من الممكن أن يكون هدف الحملات التوعوية التأثير على سلوك الناس أو أن يكون وسيلة لجذب الانتباه وتوليد الدعم العام، حيث أن الوعي العام هو

عنصر مهم سواء كان يهدف إلى تغيير السلوك الفردي أو تغيير السياسة، أو كليهما (Raab, & Rocha, 2011, p7-8).

وفقًا لذلك، يصبح دور الحملات التي تروج لها صفحات التواصل الاجتماعي أمرًا أساسيًا في مجال الوقاية من العنف، وهناك العديد من الحملات التوعوية الخاصة بالعنف ضد المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يعالج معظمهم الخوف والصمت، وتظهر بعض هذه الحملات صور توضح آثار العنف، كما لو أن ذلك قد يقلل من الإساءة إلى النساء أو يشجعهن على الفرار. بينما تظهر حملات أخرى، صور من المواقع التي يمارس فيها العنف كالمنازل، بشكل محطم أو محترق كناية عن الأثر المدمر الذي يفتعله هذا العنف على البيت والأسرة (D'Ambrosi, Papakristo, & Polci, 2018, p77-78).

وبما أن العنف ضد النساء والفتيات موجود في جميع المجتمعات ويأخذ أشكالًا مختلفة، فإن عدد مواضيع الحملات المحتملة هائل. وقد ركزت العديد من الحملات المتخصصة بتغيير السلوك على العنف المنزلي، وتحذير الجناة من عواقبه، وتشجيع الضحايا على طلب الدعم المتخصص. وقامت الحملات الخاصة بالتغيير المؤسسي بمحاسبة الحكومات كونها ملتزمة بترجمة المعاهدات الدولية المتصلة بالعنف إلى تشريعات وطنية، ما يشمل اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (CEDAW)، واتفاقية حقوق الطفل (CRC)، والاتفاقيات المناهضة للتعذيب وغيره من أشكال المعاملة القاسية أو اللاإنسانية أو المهينة. وتوجد كذلك حملات تعالج القضايا الدولية وتلك التي تعبر الحدود، مثل الاتجار بالنساء والأطفال، والعنف الجنسي المرتبط بالنزاعات والحروب، ودور القانون الدولي والعدالة في حماية حقوق النساء والفتيات، ولا يزال البعض الآخر يركز على القضايا المرتبطة بالعادات والتقاليد المحلية، مثل الزواج المبكر أو الزواج القسري. وفي حين تلعب وسائل التواصل الاجتماعي

دوراً قوياً في تشكيل الأعراف الاجتماعية، أو الحملات التي تعالج الصور النمطية الجنسية غير الصحية أو المهينة

(2011 Rocha,& Raab,,p9) مع ذلك، فإن هذه الوسائل تواجه العديد من الصعوبات في أغلب الحملات التوعوية، لأنها تعزز قيم وتقترح سلوكيات لا يرغب الجمهور دائماً في تبنيها، خاصةً فيما يتعلق بقضايا معقدة مثل العنف ضد المرأة (Ambrosi, Papakristo, & Polci, 2018, 'D) p78).

قد ساهمت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي في عرض الحملات، والقصص الواقعية، وآخر الأخبار المتعلقة بالعنف ضد المرأة، وعرض آثاره و تواجبه على الأفراد والمجتمع ككل، و بما أن موقع الفيسبوك هو إحدى أكبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشاراً حول العالم، وهو بحسب آخر الإحصائيات، الأكثر استخداماً في الأردن، دعت الحاجة إلى دراسة تأثيره على مستوى وعي الأشخاص بظاهرة العنف ضد المرأة. و لفهم هذا التأثير بشكل أفضل، ينبغي علينا كبدائية أن نتوسع بمفهوم الفيسبوك، وأهدافه، وخصائصه، وكيف يؤثر محتواه في زيادة الوعي بهذه الظاهرة.

موقع الفيسبوك:

نشأ موقع الفيسبوك في عام 2004 على يد مارك زوكر بيرج عندما كان طالباً في جامعة هارفرد الأمريكية، حيث كان الموقع في البداية مقتصرًا على طلاب جامعتهم، ثم امتد بعد ذلك ليشمل باقي الجامعات الأمريكية، ومن ثم العالم بأكمله. وأصبح الفيسبوك في يومنا هذا إحدى أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشاراً، حيث بلغ معدل اشتراكاته 150 ألف يومياً (فارس و دنيا، 2015، ص46). وفي حين استغرق الراديو 38 عاماً ليصل إلى 50 مليون مستمع، والتلفزيون 13 عاماً للوصول إلى نفس العدد من المشاهدين، وصل الإنترنت إلى هذا العدد في 4 سنوات، أما الفيسبوك، فقد وصل إلى ضعف هذا العدد خلال تسعة أشهر فقط (إسماعيل، 2018، ص350-349).

وقد اختلفت تعريفات الفيسبوك من باحث لآخر، وبشكل عام من الممكن تعريف موقع الفيسبوك على أنه: "موقع على الإنترنت، يقوم على إتاحة الفرصة للمستخدمين، بإنشاء صفحات خاصة بهم تتضمن معلوماتهم الشخصية و صورهم وفيديوهاتهم وكل ما يرغبون بنشره عبر تلك الصفحات ومشاركته مع أصدقاء افتراضيين، وبالتالي تنوعت الصفحات على الموقع فمنها التعليمية، الأدبية، التجارية، السياسية، الرياضية، الترفيهية، التوعوية، وغيرها من المجموعات، التي يتفاعل عبرها المستخدمون ويتشاركون الصور، الفيديوهات، والأخبار، مع إمكانية المشاركة، التعليق، والردشة" (نايلي، 2018، ص191-192).

وقد سمح الفيسبوك للمستخدمين بإنشاء ملفات تعريف فردية، وإضافة الأصدقاء، ودعوة مستخدمين آخرين إلى الصداقة، وتبادل الرسائل، والانضمام إلى مجتمعات أخرى من الأشخاص ذوي الأفكار المتشابهة، أو تشكيل مجموعات خاصة بهم بناءً على اهتماماتهم المشتركة، والتي يمكن تصنيفها حسب المدرسة أو الكلية أو مكان العمل، و غيره. ومن الواضح أن موقع الفيسبوك أصبح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية، وقد أثر بشكل كبير على نشاط الأشخاص وحياتهم الاجتماعية بطرق مختلفة. ومنذ نشأته في عام 2004، تطور موقع الفيسبوك بطرق عديدة، ما جعله أكثر سهولة في الاستخدام، وأكثر متعة للتواصل مع الأصدقاء الذين فقدوا منذ فترة طويلة أو حتى الغرباء ذوي المصالح المشتركة. وقام الفيسبوك من خلال دمج صفحات خاصة تسمى بـ"صفحات المعجبين" و "صفحات الأعمال" للمشاهير والشركات، بفتح استراتيجيات تسويقية جديدة من خلال توفير منصة ممتازة للتفاعل المباشر مع العملاء والحصول على المزيد من المبيعات، وزيادة المتابعين. وقد دمجت الشركة خدماتها مع شركات الهواتف المحمولة في عام 2006، ما جعل الوصول إليها أكثر سهولة، بحيث يمكن للناس الآن تحديث حالتهم أثناء التنقل. (Taprial, & Kanwar, 2012, p19-20).

ولقد أصبح موقع الفيسبوك في الآونة الأخيرة جوهر شبكات التواصل الاجتماعي، نظرًا إلى أن أكثر من نصف مستخدميه البالغ عددهم مليار مستخدم نشطين يوميًا في تحديث الحالات، نشر الصور، تبادل الرسائل، الدردشة، اللعب، التسوق، وأي شيء آخر يمكن تخيله. وتعد البيانات التي يخزنها موقع فيسبوك عن الأفراد والمجموعات والمنتجات ثروة كبيرة، وهي من ناحية أخرى مسؤولية عظمى، بحيث وضع الموقع مجموعة أحكام وضوابط تعد الأكثر تقدمًا عالميًا للتحكم بالخصوصية، من أجل المساعدة في حماية مستخدميه من الانتهاك والاستغلال (Russel, 2013, p45).

مستخدمي الفيسبوك من الشباب:

أصبح موقع الفيسبوك أساسياً في حياة الشباب، وقد أكدت الدراسات بأن أكثر مستخدميه من فئة الشباب، حيث ساعدهم الموقع بمختلف المجالات في حياتهم العلمية والعملية . ويسعى مستخدمي شبكة الفيسبوك إلى التعرف، ومشاركة آرائهم و أفكارهم مع الأصدقاء والزملاء، بالإضافة إلى اكتساب المعلومات، والتسلية والترفيه، ومتابعة الأحداث الجارية حول العالم، ما أدى إلى إقبال الشباب عليه كروتين يومي لا يستغنون عنه، ويمكن تقسيم مستخدمي الفيسبوك إلى ثلاث أصناف كالتالي:

الصنف الأول: الطبقة الشعبية المهمشة، ويمثلها الأشخاص الذين يستخدمون الفيسبوك لتبادل النكت و الإشاعات كإعلام بديل لهم، بسبب ما يوفره الموقع من حصانة، حيث أن المعلومات قد تنتقل بسرعة و سهولة دون معرفة الفرق بين منتجها وراويها.

الصنف الثاني: النخب، سواء كانت شخصيات مستقلة، أو تنتمي إلى منظمات أو أحزاب سياسية. ويكون المحتوى الذي تقدمه هذه الفئة أكثر تطوراً، و انسجاماً مع المجتمع.

الصنف الثالث: النخب الشبابية المهمشة، و يمثلها خريجي الجامعات، وأصحاب الشهادات الذين قد حرّموا من المواقع الاجتماعية المرموقة، وقامت السلطة بتهميشهم (الشريف، 2016، ص40-38).

مهام الفيسبوك:

يقوم الفيسبوك بعدة مهام، لعل أبرزها:

1. النشاطات الاجتماعية: بدأ موقع الفيسبوك كشبكة للطلاب والتفاعلات الاجتماعية، ما شجع الناس بالانضمام إليه، حيث ساعدهم في التواصل مع الأصدقاء القدامى، مصادقة الأشخاص الجدد، التواصل مع الأصدقاء البعيدون جغرافياً، التعبير عن الرأي، متابعة الألعاب وآخر الأخبار، والبيع والشراء.

2. الاستخدامات المهنية: حيث استفادت الشركات من موقع الفيسبوك في الإعلان والتسويق لمنتجاتها، وساهم الموقع كذلك بإيجاد فرص عمل، وإيجاد موظفين، والعمل التعاوني، والاطلاع على مشاريع الفرق الأخرى، والتسويق لمنتجات الشركات التجارية والترويج للصفحات الشخصية للمشاهير، أو الراغبين في الشهرة (الرشيد، 2014، ص 41-40).

خصائص الفيسبوك:

يعتبر الفيسبوك وسيلة اتصال تفاعلية متعددة الأوجه، فهو يجمع بين الاتصال الشخصي و الجماهيري، وله خصائص متعددة، منها:

- التفاعلية: يسمح الفيسبوك بوجود اتصال متبادل ذي اتجاهين بين المرسل والمستقبل، حيث أن مستخدمين شبكة الفيسبوك ليسوا مجرد مستقبلين للرسائل، بل هم منتجون لها بذات الوقت، ما يحقق مستوى أعلى من التفاعل.
- اللاجماهيرية: يتميز الفيسبوك بالفردية، حيث يتم نقل الرسالة من المصدر إلى المستقبل المستهدف، وتخطب رسائله الرغبات و الحاجات الفردية، ما يختلف عن الخاصية الجماهيرية، التي توجه رسائلها إلى جماهير ضخمة دون انتقائهم.

- الانتقائية: يسمح الفيسبوك لمستخدميه بانتقاء المعلومات التي يرغبون في التعرض إليها، ويسهل لهم التجول عبر صفحاته، والوصول إلى المحتوى المفضل لديهم.
- اللامكان: تخطى الفيسبوك جميع الحواجز الجغرافية، وسمح بتبادل المعلومات وامتزاج الثقافات دون التقيد بحدود مكانية محددة.
- اللانهاية: حيث أن موقع الفيسبوك متاح بشكل مستمر، لمدة أربع وعشرون ساعة، وسبعة أيام في الأسبوع، و بالإمكان استخدامه في أي وقت.
- عدم التكلفة: يوفر الفيسبوك لمستخدميه العديد من البرامج والخدمات المجانية، حيث أن أغلب جماهير شبكة الإنترنت لا يوافقون على دفع مقابل للمحتوى الذي يرغبون في التعرض إليه مادام هنالك بديل مجاني له، ما أدى إلى جعل الفيسبوك موقع مجاني(الشريف، 2016، ص 43-46).

الفيسبوك و العنف ضد المرأة:

تلعب وسائل الإعلام دور محوري في حياة الناس اليومية، حيث أنها توفر إمكانية الوصول للأخبار المحلية، والعالمية، ومصادر المعلومات المختلفة، بالإضافة إلى التسلية والترفيه. ومن الممكن أن يكون لهذا الدور تأثير إيجابي أو سلبي على كيفية صياغة الأفراد لعالمهم وبناء واقعهم. وفيما يتعلق بالعنف ضد المرأة، فمن الممكن أن تلعب وسائل التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها موقع الفيسبوك دوراً مهماً في زيادة الوعي وتوفير التعليم، وأن تكون أداة قوية للنشطاء والمدافعين عن حقوق النساء. وقد أبرزت الأبحاث الحديثة أن استخدام وسائل الإعلام يؤثر على المواقف والسلوكيات، وعلى كيفية إدراك الناس لظاهرة العنف ضد المرأة وتشكيل مواقفهم تجاهها. وقد وجد أنه في الوقت الحالي، يوجد نقص في الأبحاث الخاصة بالصفحات والمجموعات الخاصة بشبكة الفيسبوك، خاصة فيما يتعلق بتأثيرها على المواقف والسلوكيات تجاه العنف ضد المرأة. ومع ذلك، فقد أشارت تقارير وسائل الإعلام الإخبارية

إلى أن هذه الصفحات لا توفر التوعية فحسب، بل بإمكانها أن تكون أماكن شائعة للرجال الذين يرغبون بالانضمام معا في كراهيتهم للنساء (Henricksen, 2018, p1-2).

وقد ساهم موقع الفيسبوك بتوفير بيئة خصبة للصفحات التي تعنى بالقضايا النسائية، بما فيها قضية العنف ضد المرأة . وقد أتاحت طبيعة الفيسبوك التي تسمح للمستخدمين بتسجيل العضوية تحت أسماء مستعارة للنساء بكتابة ما يرغبن به عبر هذه الصفحات، دون الشعور بالخوف من أن يعرفن، أو أن يتم الحكم عليهن من قبل الآخرين. وقد ساعدت هذه الصفحات النساء على الخروج من عزلتهن والتواصل مع نساء مروا بتجاربهن، كما ساهمت في نشر الوعي المجتمعي حول ظاهرة العنف ضد المرأة، ومواكبة آخر الأخبار والأحداث ذات الصلة، وبدى حملات توعوية، والتكلم بحرية دون أي قيود عن حقوق النساء والمساواة بين الجنسين.

وما يلي، نعرض بعض من الصفحات النسوية الناشطة عبر موقع الفيسبوك:

- انتفاضة المرأة في العالم العربي: تناقش الصفحة حقوق المرأة وحرياتها في العالم العربي، وتدعو المتابعين إلى المشاركة بأرائهم أملا بتحقيق التغيير المجتمعي في يوم ما.
- جنسيتي حق لي ولأسرتي: تهتم هذه الصفحة اللبنانية بمناقشة حق المرأة اللبنانية، والعربية بشكل عام في إعطاء جنسيتها لزوجها وأولادها، وتقوم بتنظيم التظاهرات والاحتجاجات على أمل أن تحقق هدفها في تعديل القانون.
- صوت النسوة: تهدف هذه الصفحة إلى عرض المواهب المختلفة للنساء، وتشجيعهن على التعبير عن أفكارهن وإيصال أصواتهن إلى العالم.
- مركز الموارد الجندرية والجنسانية: يهتم المركز بالمواضيع المتصلة بالنوع الاجتماعي والجنس، ويسعى إلى نشر التوعية عبر جمع المعلومات ذات الصلة من مراكز الدراسات، والباحثين المختصين، بالإضافة إلى إقامة المحادثات والندوات التوعوية بمواضيع النوع الاجتماعي والجنس.

• نظرة للدراسات النسوية: وهي صفحة مصرية، تهتم بالقضايا النسوية، وتهدف إلى دمجهم بقضايا المجتمع المصري، وإن إحدى مزاياها البارزة هي مشاركة الرجال المهتمين بالقضايا النسوية والمؤمنون بأهميتها عبر الصفحة.

• أخوات في الإسلام (sisters in Islam): تسعى هذه الصفحة إلى الدفاع عن حقوق وحريات النساء المسلمات في إطار الإسلام، وبالاستشهاد من القرآن، ونصوصه (www.raseef22.com).

وقد ساهمت الصفحات النسوية، والخاصة عبر موقع الفيسبوك في تشكيل الرأي العام حول أهم القضايا المعنية بالعنف ضد المرأة، وإن إحدى أهم الأمثلة على ذلك، هي قضية الشابة الفلسطينية "إسراء غريب" التي أشعلت مواقع التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها موقع الفيسبوك، حيث بدأت قصة الفتاة حين تقدم شاب لخطبتها، في مدينتها في بيت ساحور، وانتهت بوفاتها بعد أشهر قليلة. وقد اعتبر الناشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي بأن ما حدث لإسراء هو ناتج عن التعذيب، والتعنيف الجسدي والنفسي لها من قبل أهلها وإخوانها، مستندين بذلك على صورتها التي انتشرت وهي تبتم بالرغم من وجود كدمات واضحة على جسدها، بالإضافة إلى انتشار محادثات لها تعاتب فيها قريبتها بسبب تحريضها لإخوانها وأبيها، عبر نشر صور ومقاطع فيديو لإسراء مع خطيبها، والسبب الثالث والأهم، هو التسجيلات التي تم تسريبها من المشفى التي نقلت إليه قبل وفاتها في منزلها بعدها بعدة أيام، حيث يسمع فيها صراخ إسراء وكأنها تتعرض للضرب. ونفت عائلة إسراء الاتهامات الموجهة لها، وقامت بدورها باتهام إسراء بالجنون والمس، واختلفت ادعاءاتهم من وقت لآخر، ما أثار شكوك الناس بشكل أكبر. وقد أصبحت قضية إسراء قضية رأي عام، وانتشر هاش تاغ #كلنا-إسراء-غريب عبر صفحات الفيسبوك، وكافة مواقع التواصل الاجتماعي. وحاول الناشطون وعامة الشعب بالضغط على النيابة العامة في متابعة التحقيقات، ونشر تقارير الطب الشرعي، وتصريحات الأطباء. وأظهرت آخر

نتائج التشريح، بأن إسرائ ماتت مقتولة بالفعل، إلا إن التحقيقات حول الحادثة والمحاکمات الخاصة بمحاسبة الجناة مستمرة إلى يومنا هذا (www.alarabiya.com).

وإن إحدى أكبر الأمثلة الأخرى هي قضية "فاطمة"، الامرأة التي قام زوجها باقتلاع عينيها وسط صراخ أطفالها في محافظة جرش الأردنية بسبب اختلافات عائلية بينهما، ما أدى إلى فقد بصرها بالكامل. وأشعلت هذه الحادثة غضب الشعب الأردني، ونشطاء ومنظمات المجتمع المدني، وانطلقت حملات عدة تم الترويج لها عبر موقع الفيسبوك تحت مسمى "طفح الكيل"، وتحت هاش تاغ #طالبات . بالأردن، حيث دعت هذه الحملات النساء إلى الوقوف احتجاجاً أمام رئاسة الوزارة، والمطالبة بإسقاط الحق في الجرائم العائلية التي تمارس ضد المرأة، والكف عن التواطؤ مع النظام الذكوري الذي يتحكم في حياة المرأة ويحد من حريتها. وخرجت المتظاهرات في يوم السبت بتاريخ 16 نوفمبر، 2019، بلافتات تعكس مطالبهن وغضبهن، هاتفات "لعيونك يا فاطمة" (www.alhurra.com).

وعلى الجانب الإيجابي، فإن هناك مستقبل مشرق لدور شبكات التواصل الاجتماعي، وبمقدمتها موقع الفيسبوك وقدرتهم على تعزيز الوعي فيما يتعلق بالعنف ضد المرأة. حيث وجدت المنظمات والنشطاء طرقاً عدة من الممكن أن تستخدم من خلالها هذه الوسائل كأدوات قيمة للاتصال والتعليم، وتشجيع النساء على الحراك ورفض الظلم، والرجال على المشاركة بنشاطات منع العنف ضد المرأة، حيث تعد أصواتهم ومشاركتهم ذات أهمية حاسمة، لأنهم يتمتعون بالقدرة على التأثير على المواقف والتصورات والسلوكيات لأقرانهم الذكور، والعمل كنماذج يحتذى بها (Henricksen, 2018, p28).

الفصل الثالث

عرض النتائج ومناقشتها

يعرض هذا الفصل نتائج الدراسة التي تم الوصول إليها من خلال جمع إجابات أفراد العينة على الاستبانة، بالإضافة إلى تحليلها بالاستعانة بعدة أساليب إحصائية استخدمت لمعالجة البيانات. ويعرض الفصل كذلك مجموعة من التوصيات المقترحة التي قامت بوضعها الباحثة، بحسب ما توصلت إليه من الدراسة، للمساهمة في استفادة الباحثين في المستقبل.

المحور الأول: درجة تعرض ومتابعة الشباب الأردني للفيديو في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا العنف ضد المرأة.

ويرتبط في هذا المحور 5 أسئلة فرعية تدور حول:

- كثافة تعرض الشباب الأردني لموقع الفيديو.
- درجة متابعة الشباب الأردني للقضايا المتعلقة بالمرأة عبر موقع الفيديو.
- تفاعل الشباب الأردني مع المنشورات الخاصة بظاهرة العنف ضد المرأة عبر موقع الفيديو.
- رأي الشباب الأردني في درجة توفير موقع الفيديو للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة.
- درجة اعتماد الشباب الأردني على موقع الفيديو في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا العنف ضد المرأة.

(1/1) كم عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدام الفيسبوك؟

للإجابة على السؤال، تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، كما يوضح في جدول (4)

جدول (4)

التكرارات والنسب المئوية حسب عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون يومياً في استخدام الفيسبوك

الفئات	التكرار	النسبة
ساعة فأقل	83	20.7
ساعة-اقل من ساعتين	112	28.0
ساعتين-اقل من 4 ساعات	110	27.5
4ساعات - اقل من 6 ساعات	74	18.5
6 ساعات فأكثر	21	5.3
المجموع	400	100.0

يوضح الجدول رقم (4) أن الشباب الذين يستخدمون موقع الفيسبوك من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً جاءت في المرتبة الأولى و بنسبة (28%)، تليها في المرتبة الثانية من يستخدمون الفيسبوك من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات، بنسبة بلغت (27.5%)، وجاءت في المرتبة الثالثة فئة من يستخدمون الفيسبوك لمدة ساعة أو أقل يومياً بنسبة (20.7%)، أما المرتبة الرابعة فقد احتلها من يستخدمون الفيسبوك لمدة 4 ساعات إلى أقل من 6 ساعات يومياً بنسبة (18.5%)، وأخيراً، جاءت

فئة الشباب الذين يستخدمون موقع الفيسبوك لمدة تزيد عن 6 ساعات يومياً في المرتبة الخامسة وبنسبة (5.3%).

ويستدل من هذه النتائج، أن معدل استخدام موقع الفيسبوك من قبل المبحوثين متوسط نسبياً، وترى الباحثة أن ذلك قد يرجع لاختلاف الخصائص الديمغرافية وتراوح ساعات الفراغ التي قد يحصل عليها المبحوثون، بالإضافة إلى مدى اهتمامهم باستخدام الموقع.

(1/2) ما درجة متابعتك للقضايا المتعلقة بالمرأة عبر موقع الفيسبوك؟

للإجابة عن السؤال، تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، كما يوضح في جدول (5).

جدول (5)

التكرارات والنسب المئوية حسب درجة متابعة المبحوثين للقضايا المتعلقة بالمرأة عبر موقع الفيسبوك

النسبة	التكرار	الفئات
8.0	32	قليلة جداً
14.8	59	قليلة
41.2	165	متوسطة
21.0	84	كبيرة
15.0	60	كبيرة جداً
100.0	400	المجموع

يوضح الجدول رقم (5) أن نسبة الشباب الذين يهتمون بمتابعة القضايا المتعلقة بالمرأة عبر موقع

الفيسبوك بدرجة متوسطة جاءت في المرتبة الأولى، وبنسبة (41.2%) تليها في المرتبة الثانية من

يتابعون قضايا المرأة بدرجة كبيرة، وبنسبة بلغت (21%)، وجاءت في المرتبة الثالثة فئة من يتابعون قضايا المرأة بدرجة كبيرة جداً وبنسبة (15%)، أما المرتبة الرابعة فقد احتلها المبحوثون الذين يتابعون قضايا المرأة بدرجة قليلة و بنسبة (14.8%)، وفي المرتبة الخامسة، أتت فئة الشباب الذين يتابعون قضايا المرأة بدرجة قليلة جداً وبنسبة (8%).

ويستدل من هذه النتائج أن درجة متابعة الشباب الأردني للقضايا المتعلقة بالمرأة عبر موقع الفيسبوك مرتفعة نسبياً، ما يدل على اهتمام الشباب الأردني بهذه القضايا، ومتابعتهم لها. وقد اتفقت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (حمودة، 2013)، حيث وجد بأن المبحوثون يتابعون القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة.

(1/3) كيف تتفاعل مع المنشورات الخاصة بالعنف ضد المرأة عبر موقع الفيسبوك؟

للإجابة عن السؤال، تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، كما يوضح في جدول (6).

جدول (6)

التكرارات والنسب المئوية حسب تفاعل المبحوثين مع منشورات العنف ضد المرأة عبر موقع

الفيسبوك

النسبة	التكرار	الفئات
22.0	88	المشاركة بالتعليقات
19.8	79	استخدام زر الإعجاب و (الإيموجي)
54.2	217	الاطلاع فقط
2.0	8	عدم الاهتمام
2.0	8	حذف و حظر الصفحة

المجموع	400	100.0
---------	-----	-------

يوضح الجدول رقم (6) أن نسبة المبحوثين الذين يقومون بالاطلاع فقط حين يرون المنشورات المتعلقة بالعنف ضد المرأة عبر موقع الفيسبوك جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة (54.2%)، تليها في المرتبة الثانية الذين يشاركون بالتعليقات، وبنسبة (22%). وجاءت في المرتبة الثالثة الذين يستخدمون زر الإعجاب و(الإيموجي) وبنسبة (19.8%). أما المبحوثين الذين جاوبوا بعدم الاهتمام أو حذف وحظر الصفحة تعادلوا بالمرتبة الأخيرة وبنسبة (2%).

وترى الباحثة أن نسبة الأشخاص المهتمين بالاطلاع على المنشورات المتعلقة بالعنف ضد المرأة مرتفعة جداً، مما قد يعني بأنهم فضوليون بما يكفي للاطلاع، لكن ليس لديهم الاهتمام الكافي لإبداء أي تعليق أو اتخاذ أي إجراء فعلي تجاه هذه المنشورات، ومع ذلك، فقد أظهرت النتائج أن هناك العديد من الأشخاص الذين يشاركون في المنشورات الخاصة بالعنف ضد المرأة من خلال التعليقات أو الضغط على زر الإعجاب أو الإيموجي، مما يعني بأنهم مهتمون بشكل أكبر بهذه القضايا، ويريدون إبداء آرائهم حولها بأي طريقة ممكنة. وقد يستدل من النسبة المنخفضة من الأشخاص الذين لا يهتمون أو يحظرون الصفحة بأنه من النادر أن تجد أفراداً من الشباب الأردني غير مهتمين بقضايا العنف ضد المرأة عبر شبكة الفيسبوك.

وقد اختلفت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (حمودة، 2013)، من ناحية، واتفقت مع دراسته من ناحية أخرى، حيث وجدت دراسته بأن النسبة الأكبر من المبحوثين يقومون بالمشاركة بفعالية عند استلامهم منشورات تدعو للمشاركة بالقضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبنسبة (63.9%)، يليها في المرتبة الثانية المبحوثين الذين يقومون بالاطلاع فقط وبنسبة (34.1%). وقد اتفقت الدراسة كذلك مع دراسته، حيث أنه وجد بأن نسبة المبحوثين الذين جاوبوا بعدم الاهتمام قليلة جداً

وبنسبة (1.5%)، يليها في المرتبة الأخيرة المبحوثين الذين يقومون بحذف وحظر الصفحة، وبنسبة (0.5%).

(1/4) برأيك، ما درجة توفير موقع الفيسبوك للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة؟

للإجابة عن السؤال، تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، كما يوضح في جدول (7).

جدول (7)

التكرارات والنسب المئوية حسب درجة توفير موقع الفيسبوك للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة

النسبة	التكرار	الفئات
3.0	12	لا يوفر
22.5	90	قليلة
44.7	179	متوسطة
21.0	84	كبيرة
8.8	35	كبيرة جدا
100.0	400	المجموع

يوضح الجدول رقم (7) أن أكثر المبحوثين يعتقدون بأن موقع الفيسبوك يوفر معلومات متوسطة حول ظاهرة العنف ضد المرأة، وبنسبة (44.7%). تليها في المرتبة الثانية الذين يرون بأن المعلومات المتوفرة حول العنف ضد المرأة عبر موقع الفيسبوك قليلة وبنسبة (22.5%). وجاء في المرتبة الثالثة

المبحوثين الذين يرون بأن الفيسبوك يوفر معلومات بدرجة كبيرة، وبنسبة (21%). أما الذين يرون بأن المعلومات المتوفرة كبيرة جدا احتلوا المرتبة الرابعة وبنسبة (8.8%)، ويأتي في المرتبة الخامسة المبحوثين الذين يعتقدون أن موقع الفيسبوك لا يوفر معلومات حول قضايا العنف ضد المرأة، وبنسبة (3%).

وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن آراء المبحوثين قد تراوحت حول درجة توفير موقع الفيسبوك للمعلومات الخاصة بقضايا العنف ضد المرأة، وقد يرجع ذلك إلى عدة أسباب وعوامل مؤثرة، قد يكون أحدها نوع المواد التي يتعرض إليها المبحوثين، ونوع الصفحات التي يتابعونها عبر موقع الفيسبوك.

وتتفق هذه النتائج إلى حد ما مع ما توصلت إليه دراسة (D'Ambrosi, Papakristp, & Polvi, 2018)، حيث أشارت إلى أن هناك العديد من الصفحات التي تتحدث عن ظاهرة العنف ضد المرأة، بالإضافة إلى توفر العديد من المعلومات والدعم الخاص بمكافحة العنف ضد المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

(1/5) ما درجة اعتمادك على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات حول ظاهرة العنف

ضد المرأة؟

للإجابة عن السؤال، تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، كما يوضح في جدول (8).

جدول (8)

التكرارات والنسب المئوية حسب درجة اعتماد المبحوثين على موقع الفيسبوك في الحصول على

المعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة

النسبة	التكرار	الفئات
19.3	77	قليلة جدا

23.8	95	قليلة
35.6	143	متوسطة
15.0	60	كبيرة
6.3	25	كبيرة جدا
100.0	400	المجموع

يوضح الجدول رقم (8) أن المبحوثين الذين يعتمدون على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات الخاصة بظاهرة العنف ضد المرأة بدرجة متوسطة جاؤوا بالمرتبة الأولى، وبنسبة (35.6%)، أما الذين يعتمدون عليه بدرجة قليلة جاؤوا في المرتبة الثانية وبنسبة (23.8%). وجاءت في المرتبة الثالثة فئة المبحوثين الذين يعتمدون عليه بدرجة قليلة جدا، وبنسبة (19.3%)، أما الذين يعتمدون عليه بدرجة كبيرة جاؤوا في المرتبة الرابعة، وبنسبة (15%). وجاءت في المرتبة الخامسة فئة الذين يعتمدون عليه بدرجة كبيرة جدا، وبنسبة (6.3%).

ونستنتج مما سبق، بأن النسبة الكبرى من المبحوثين يعتمدون على موقع الفيسبوك للحصول على المعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة بشكل متوسط.

واختلفت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (جبار، 2017)، حيث وجد بأن طلبة جامعة جيهان يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار بشكل كبير جدا.

المحور الثاني: أماكن التعرض لموقع الفيسبوك.

- ما أماكن تعرضك لموقع الفيسبوك؟

للإجابة على السؤال، تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، كما يوضح في جدول (9)

جدول (9)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بأماكن تعرض

المبحوثين لموقع الفيسبوك

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دائما		غالبا		احيانا		نادرا		ابدا		الفقرات	الرقم	الترتيب
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفع	.770	4.33	49.5	198	36.3	145	12.5	50	1.5	6	.3	1	المنزل	1	1
متوسط	1.264	2.58	9.3	37	13.3	53	30.5	122	20.5	82	26.5	106	الأماكن الترفيهية	4	2
متوسط	1.253	2.50	8.5	34	12.5	50	26.8	107	24.5	98	27.8	111	مكان العمل	2	3
متوسط	1.314	2.37	9.0	36	11.3	45	23.5	94	20.0	80	36.3	145	الجامعة	3	4

يبين الجدول رقم (9) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (2.37-4.33)، حيث

جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "المنزل" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (4.33)، تلاها

في المرتبة الثانية الفقرة رقم (4) ونصها "الأماكن الترفيهية" وبمتوسط حسابي بلغ (2.58)، بينما جاءت

الفقرة رقم (3) ونصها "الجامعة" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.37).

ونستنتج مما سبق أن أماكن التعرض لموقع الفيسبوك هي الأماكن التي لا يلتزم المبحوثين فيها

بالعمل، وإنما أوقات الفراغ في المنزل والأماكن الترفيهية.

المحور الثالث: الصورة التي تظهر فيها المرأة عبر موقع الفيسبوك.

• ما الصورة التي تظهر فيها المرأة عبر موقع الفيسبوك؟

جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالصورة التي تظهر

فيها المرأة عبر موقع الفيسبوك

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اوافق بشدة		اوافق		محايد		اعارض		اعارض بشدة		الفقرات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفع	.854	3.81	18.8	75	51.8	207	21.8	87	6.8	27	1.0	4	المرأة المهنية	6	1
مرتفع	.947	3.70	19.3	77	44.3	177	26.0	104	8.3	33	2.3	9	المرأة القيادية	7	2
مرتفع	1.005	3.69	24.0	96	36.0	144	26.3	105	12.8	51	1.0	4	المرأة الضحية	3	3
مرتفع	.943	3.69	21.3	85	37.5	150	32.3	129	7.3	29	1.8	7	المرأة المرفهة	8	3
متوسط	.995	3.65	19.5	78	41.3	165	27.3	109	8.8	35	3.3	13	المرأة المستقلة	9	5
متوسط	.950	3.62	19.0	76	37.0	148	32.8	131	9.8	39	1.5	6	المرأة الشجاعة	10	6
متوسط	.932	3.59	16.0	64	41.8	167	28.5	114	13.0	52	.8	3	المرأة التقليدية	1	7
متوسط	1.077	3.38	17.0	68	28.0	112	36.5	146	13.3	53	5.3	21	المرأة المنكسرة	4	8
متوسط	.958	3.23	9.5	38	30.5	122	35.3	141	23.5	94	1.3	5	المرأة المستهتره	2	9
متوسط	.932	2.96	7.0	28	17.8	71	42.5	170	30.0	120	2.8	11	المرأة الاتكالية	5	10

يبين الجدول (10) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (2.96-3.81)، حيث

جاءت الفقرة رقم (6) والتي تنص على "المرأة المهنية" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ

(3.81)، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (7) ونصها "المرأة القيادية" وبمتوسط حسابي بلغ (3.70)،

بينما جاءت الفقرة رقم (5) ونصها "المرأة الاتكالية" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.96).

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن أكثر الباحثين يرون بأن المرأة المهنية، والمرأة القيادية هي أكثر الصور التي تظهر بها المرأة عبر موقع الفيسبوك، تليها المرأة الضحية بمتوسط مرتفع نسبياً، أما المرأة المستهترّة والاتكالية، فهي أقل الصور التي تظهر بها المرأة عبر منشورات الفيسبوك، بحسب رأي الباحثين. وترى الباحثة أن ذلك قد يرجع إلى اختلاف الصفحات التي قد يتابعها الباحثون، إلا أن أكثر الإعلانات التي تظهر لمستخدمي الفيسبوك قد تظهر المرأة بصورة مهنية وقيادية لترويج ما ترغب به، بينما من النادر وجود منشورات تظهر المرأة بشكل سلبي، إلا إذا كان المبحوث من متابعي المنشورات الخاصة بعرض المشاكل النسوية أو الصفحات ذات الصلة.

المحور الرابع: أشكال العنف المستخدمة ضد المرأة وفقاً للمنشورات عبر موقع الفيسبوك.

- ما أشكال العنف المستخدمة ضد المرأة وفقاً للمنشورات عبر موقع الفيسبوك؟

جدول (11)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بأشكال العنف

المستخدمة ضد المرأة من خلال المنشورات على موقع الفيسبوك

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اوافق بشدة		اوافق		محايد		اعارض		اعارض بشدة		الفقرات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفع	.804	4.27	44.5	178	41.3	165	11.3	45	2.3	9	.8	3	العنف اللفظي	3	1
مرتفع	.783	4.25	44.0	176	38.5	154	16.0	64	1.3	5	.3	1	العنف المعنوي	2	2
مرتفع	.786	4.18	38.3	153	45.5	182	12.8	51	3.5	14	.0	0	العنف الجسدي	1	3
مرتفع	.919	4.09	41.3	165	32.3	129	20.8	83	5.8	23	.0	0	العنف الاجتماعي	5	4

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اوافق بشدة		اوافق		محايد		اعارض		اعارض بشدة		الفقرات	الرقم	الترتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفع	.896	4.05	35.8	143	39.5	158	19.0	76	5.3	21	.5	2	العنف الأسري	6	5
مرتفع	.955	3.88	30.5	122	35.0	140	27.0	108	6.5	26	1.0	4	العنف الجنسي	4	6
متوسط	.980	3.31	14.5	58	22.5	90	44.8	179	16.0	64	2.3	9	العنف الصحي	8	7
متوسط	.979	3.29	14.8	59	19.5	78	48.5	194	14.5	58	2.8	11	العنف السياسي	7	8

يبين الجدول (11) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (3.29-4.27)، حيث جاءت الفقرة رقم (3) والتي تنص على "العنف اللفظي" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (4.27)، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (2) ونصها "العنف المعنوي" وبمتوسط حسابي بلغ (4.25)، بينما جاءت الفقرة رقم (7) ونصها "العنف السياسي" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.29).

ويستدل من نتائج الجدول السابق بأن المبحوثين يرون بأن العنف اللفظي هو أكثر أنواع العنف الممارس ضد المرأة من خلال ما تبرزه المنشورات عبر موقع الفيسبوك، يليه العنف المعنوي، والجسدي. وأن العنف الصحي والسياسي هم أقل أنواع العنف ممارسة ضد المرأة وفقاً للمنشورات عبر موقع الفيسبوك من وجهة نظر المبحوثين.

واختلفت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Jukie, 2016)، حيث أظهر تحليل المضمون في الدراسة أن العنف الأكثر حضوراً في القصص المتواجدة في التقارير الإخبارية والمقالات عبر الوسائط المطبوعة، وشبكات التواصل الاجتماعي، وبرامج التلفزيون هو العنف الجسدي.

المحور الخامس: الآثار المعرفية، والوجدانية، والسلوكية المتحققة نتيجة اعتماد المبحوثين على

الفيسبوك مصدرا للمعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة:

ويرتبط في هذا المحور 5 أسئلة فرعية تدور حول:

• الآثار المعرفية المتحققة نتيجة الاعتماد على موقع الفيسبوك مصدرا للمعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة.

• الآثار الوجدانية المتحققة نتيجة الاعتماد على موقع الفيسبوك مصدرا للمعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة.

• الآثار السلوكية المتحققة نتيجة الاعتماد على موقع الفيسبوك مصدرا للمعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة.

(5/1) ما الآثار المعرفية المتحققة لديك نتيجة الاعتماد على موقع الفيسبوك كمصدر

للمعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة؟

للإجابة على السؤال، تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية كما يوضح في جدول (12)

جدول (12)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالآثار المعرفية

المتحققة لدى المبحوثين نتيجة الإعتدال على موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات حول ظاهرة العنف

ضد المرأة

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اوافق بشدة		اوافق		محايد		اعارض		اعارض بشدة		الفرقات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفع	.835	3.85	22.3	89	46.0	184	25.8	103	6.0	24	.0	0	فهم معاناة المرأة المعنفة في المجتمع	4	1

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اوافق بشدة		اوافق		محايد		اعارض		اعارض بشدة		الفقرات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفع	.978	3.82	25.5	102	42.8	171	24.3	97	3.8	15	3.8	15	إدراك أهمية التصدي لظاهرة العنف ضد المرأة	7	2
مرتفع	.887	3.81	22.0	88	44.8	179	26.8	107	5.0	20	1.5	6	معرفة آثار العنف ضد المرأة على الضحايا و المجتمع	6	3
مرتفع	.897	3.79	21.5	86	45.0	180	27.0	108	4.5	18	2.0	8	فهم الأشكال المختلفة للعنف ضد المرأة	1	4
مرتفع	.854	3.76	20.8	83	40.5	162	33.3	133	5.0	20	.5	2	تكوين الإتجاهات و الآراء حول ظاهرة العنف ضد المرأة	5	5
مرتفع	.957	3.72	20.0	80	43.5	174	28.5	114	4.3	17	3.8	15	التعرف على حجم ظاهرة العنف ضد المرأة في المجتمع المحلي و الإقليمي	3	6
متوسط	.928	3.62	16.0	64	44.3	177	27.5	110	10.8	43	1.5	6	معرفة الأسباب و الدوافع المؤدية للعنف ضد المرأة	2	7
متوسط	1.079	3.51	19.8	79	33.1	132	28.8	115	14.5	58	3.8	15	التعرف على القوانين التشريعية الخاصة بالعنف ضد المرأة	8	8
مرتفع	.760	3.74											الاثار المعرفية		

يبين الجدول (12) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (3.51-3.85)، حيث جاءت الفقرة رقم (4) والتي تنص على "فهم معاناة المرأة المعنفة في المجتمع" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.85)، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (7) والتي تنص على "إدراك أهمية التصدي لظاهرة العنف ضد المرأة" وبمتوسط حسابي بلغ (3.82)، و أتت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (6) والتي تنص على "معرفة آثار العنف ضد المرأة على الضحايا و المجتمع" وبمتوسط حسابي بلغ (3.81)، بينما جاءت الفقرة رقم (8) ونصها "التعرف على القوانين التشريعية الخاصة بالعنف ضد المرأة" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.51)، وبلغ المتوسط الحسابي للآثار المعرفية ككل (3.74).

ويستدل من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي للآثار المعرفية مرتفع، ما يدل على أن موقع الفيسبوك قد ساهم في رفع المستوى التوعوي والمعرفي لدى الشباب الأردني حول ظاهرة العنف ضد المرأة بشكل إيجابي، ورسخ لديهم الوعي بقضية العنف ضد المرأة ومخاطره عليها من جانب والمجتمع من جانب آخر، وبالتالي فإن التأثير المعرفي الإيجابي هو الأبرز من خلال ما تظهره نتائج الجدول السابق.

وانتقلت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (حلس، ومهدي، 2010)، حيث أظهرت نتائجهم بأن وسائل الإعلام تقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني بنسبة مرتفعة. ولم تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (سكيك، 2014)، حيث وجد بأن (61%) من المبحوثين يرون بأن شبكات التواصل الاجتماعي تزيد من وعي الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية بنسبة متوسطة، وليست مرتفعة.

(5/2) ما الآثار الوجدانية المتحققة لديك نتيجة الاعتماد على موقع الفيسبوك كمصدر

للمعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة؟

للإجابة على السؤال، تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية كما يوضح في جدول (13)

جدول (13)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالآثار الوجدانية المتحققة لدى المبحوثين نتيجة الإعتدال على موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات حول ظاهرة العنف

ضد المرأة

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	وافق بشدة		وافق		محايد		اعراض		اعراض بشدة		الفقرات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اوافق بشدة		اوافق		محايد		اعارض		اعارض بشدة		الفقرات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفع	.863	4.07	34.5	138	43.8	175	17.3	69	3.5	14	1.0	4	الخوف من تقلت الجناة من العقاب بسبب تساهل القوانين الخاصة بالعنف ضد المرأة في المجتمع	6	1
مرتفع	.836	4.05	32.5	130	43.8	175	20.0	80	3.3	13	.5	2	التعاطف مع المرأة المعنفة في المجتمع	3	2
مرتفع	.914	3.77	24.3	97	36.3	145	32.0	128	7.0	28	.5	2	الخوف من تأثر المجتمع سلباً كنتيجة لظاهرة العنف ضد المرأة	4	3
متوسط	1.026	3.38	10.3	41	43.0	172	25.3	101	17.0	68	4.5	18	إشباع الفضول فيما يتعلق بقضايا العنف ضد المرأة	2	4
متوسط	1.077	3.28	13.3	53	30.0	120	34.8	139	15.8	63	6.3	25	قضاء وقت الفراغ عبر الإطلاع على المنشورات الخاصة بظاهرة العنف ضد المرأة	1	5
متوسط	1.174	3.18	14.5	58	25.3	101	34.3	137	15.5	62	10.5	42	الشعور بالحدت اتجاه المجتمع الذكوري	5	6
متوسط	1.157	2.99	10.5	42	25.0	100	28.0	112	26.5	106	10.0	40	تبلد المشاعر و اللامبالاة بقضايا العنف ضد المرأة لكثرة تداولها عبر الفيس بوك	7	7
متوسط	.633	3.53											الاثار الوجدانية		

يبين الجدول (13) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (2.99-4.07)، حيث جاءت الفقرة رقم (6) والتي تنص على "الخوف من تقلت الجناة من العقاب بسبب تساهل القوانين الخاصة بالعنف ضد المرأة في المجتمع" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (4.07)، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (3) والتي تنص على "التعاطف مع المرأة المعنفة في المجتمع" وبمتوسط حسابي بلغ (4.05)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (4) والتي تنص على "الخوف من تأثر المجتمع سلباً كنتيجة لظاهرة العنف ضد المرأة" وبمتوسط حسابي بلغ (3.77)، بينما جاءت الفقرة رقم (7) ونصها

"تبلد المشاعر و اللامبالاة بقضايا العنف ضد المرأة لكثرة تداولها عبر الفيس بوك" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.99) وبلغ المتوسط الحسابي للآثار الوجدانية ككل (3.53).

ونستنتج من الجدول السابق أن المنشورات التي تتناول العنف ضد المرأة عبر موقع الفيسبوك قد ساهمت في تحقيق آثار وجدانية بدرجة مرتفعة فيما يتعلق الأمر بالخوف من تهرب الجناة من العقاب بسبب تساهل القوانين الخاصة بالعنف ضد المرأة في المجتمع، والشعور بالتعاطف مع المرأة المعنفة في المجتمع، والخوف من الآثار السلبية على المجتمع بسبب ظاهرة العنف ضد المرأة، مما يدل على مدى مساهمة الفيسبوك في تحقيق الآثار الوجدانية الإيجابية لدى المبحوثين فيما يتعلق الأمر بهذه الظاهرة. ونستدل من ذلك أهمية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في محاربة ظاهرة العنف ضد المرأة نظراً للآثار الوجدانية التي تتحقق لدى مستخدمي هذه المواقع.

(5/3) ما الآثار السلوكية المتحققة لديك نتيجة الإعتماد على موقع الفيسبوك كمصدر

للمعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة؟

للإجابة على السؤال، تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية كما يوضح في جدول (14)

جدول (14)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالآثار السلوكية

المتحققة نتيجة اعتماد المبحوثين على المنشورات عبر موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات حول

ظاهرة العنف ضد المرأة

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اوافق بشدة		اوافق		محايد		اعارض		اعارض بشدة		الفرقات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفع	1.034	3.81	27.3	109	41.3	165	21.0	84	6.5	26	4.0	16	حث النساء المعنفات على التوجه للجهات المعنية بحماية النساء و الأسرة	5	1

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اوافق بشدة		اوافق		محايد		اعارض		اعارض بشدة		الفقرات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفع	1.001	3.75	28.3	113	30.0	120	32.3	129	8.0	32	1.5	6	الضغط على الجهات الحكومية لتطبيق قوانين صارمة تمنع العنف ضد المرأة	7	2
متوسط	.963	3.62	20.0	80	35.0	140	34.0	136	9.3	37	1.8	7	الترويج لأهمية تغيير النظام الذكوري في المجتمع	6	3
متوسط	1.006	3.50	15.0	60	38.3	153	33.3	133	8.8	35	4.8	19	المشاركة في المبادرات التوعوية الخاصة بقضايا العنف ضد المرأة	4	4
متوسط	.994	3.43	16.0	64	28.0	112	42.5	170	9.8	39	3.8	15	التعليق على المنشورات الخاصة بقضايا العنف ضد المرأة	8	5
متوسط	.935	3.38	11.8	47	32.0	128	41.8	167	11.8	47	2.8	11	مناصرة الحركات النسوية	3	6
متوسط	.988	3.28	10.8	43	29.3	117	41.5	166	13.8	55	4.8	19	المساهمة في التبرعات المتجهة لمرافق حماية المرأة المعنفة	2	7
متوسط	1.076	3.07	12.3	49	18.8	75	39.5	158	23.3	93	6.3	25	مشاركة المنشورات الخاصة بالعنف ضد المرأة عبر صفحاتي الخاصة	1	8
متوسط	.786	3.48											الاثار السلوكية		

يبين الجدول (14) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (3.07-3.81)، حيث جاءت الفقرة رقم (5) والتي تنص على "حث النساء المعنفات على التوجه للجهات المعنية بحماية النساء و الأسرة" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.81)، تليها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (7) والتي تنص على "الضغط على الجهات الحكومية لتطبيق قوانين صارمة تمنع العنف ضد المرأة" وبمتوسط حسابي بلغ (3.75)، وجاءت الفقرة رقم (6) والتي تنص على "الترويج لأهمية تغيير النظام الذكوري في المجتمع" في المرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي بلغ (3.62)، بينما جاءت الفقرة رقم (1) ونصها "مشاركة المنشورات الخاصة بالعنف ضد

المرأة عبر صفحتي الخاصة" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.07) وبلغ المتوسط الحسابي للآثار السلوكية ككل (3.48).

ويستدل من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي للآثار السلوكية ككل متوسط الدرجة، وأن موقع الفيسبوك يساهم في خلق سلوكيات إيجابية نحو مواجهة ظاهرة العنف ضد المرأة بدرجة مرتفعة، ومناصرة النساء المعنفات، وحثهم على التوجه للجهات المعنية بحماية المرأة والأسرة، والضغط على الجهات الحكومية لتطبيق قوانين صارمة تمنع العنف ضد المرأة. وعلى الرغم من اكتساب الشباب الأردني لبعض الآثار السلوكية بدرجة مرتفعة، إلا أن الدرجة المتوسطة التي حققتها الآثار السلوكية ككل تظهر أهمية تكثيف الجهود التوعوية بظاهرة العنف ضد المرأة عبر موقع الفيسبوك من قبل الجهات الحكومية والمدنية، وأهمية اتخاذ مواقف فعلية تجاهها.

وانتقلت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (العلاونة، 2012)، حيث وجد بأن مواقع التواصل الاجتماعي دفعت ما نسبته (56.6%) من المبحوثين إلى المساهمة في الحركات الجماهيرية التي دعت إلى الإصلاح والتغيير في الأردن. وانتقلت كذلك مع دراسة (Mukherjee, 2016)، حيث وجد بأنه قد أثارت القضايا المتعلقة بالاغتصاب والتحرش الجنسي الحركات والاحتجاجات الجماعية.

نتائج التحقق من فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الاردني على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات عن ظاهرة العنف ضد المرأة تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية (النوع الاجتماعي، والحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي، ومكان الإقامة، والدخل الشهري)

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة اعتماد الشباب الأردني على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات عن ظاهرة العنف ضد المرأة ، وفقا لمتغيرات النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي، ومكان الإقامة، والدخل الشهري ، ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين، والجداول أدناه توضح ذلك.

جدول (15)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لدرجة اعتماد الشباب الاردني على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات عن ظاهرة العنف ضد المرأة وفقا لمتغيرات النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي، ومكان الإقامة، والدخل الشهري

(ن=400)

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفئات	
.002	398، 1	9.419	1.078	2.34	ذكر	النوع الاجتماعي
			1.132	2.83	انثى	
.184	398، 1	1.774	1.157	2.64	اعزب	الحالة الاجتماعية
			1.115	2.67	متزوج	

.343	397 ،2	1.073	1.140	2.76	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
			1.108	2.78	بكالوريوس	
			1.143	2.35	دراسات عليا	
.011	398 ،1	6.454	1.114	2.60	مدينة	مكان الإقامة
			1.239	3.13	أخرى	
.897	397 ،2	.109	1.208	2.54	أقل من 3	حجم الأسرة
			1.112	2.69	من 3-6	
			1.157	2.61	أكثر من 6	
.001	396 ،3	5.686	1.176	2.99	20-25	الفئة العمرية
			1.044	2.36	26-30	
			1.096	2.58	31-35	
			1.118	2.69	36-40	
.864	395 ،4	.321	1.054	2.78	أقل من 250 دينار	الدخل الشهري
			1.171	2.57	250-499	
			1.195	2.53	500-749	
			1.270	2.71	750-1000	
			1.069	2.67	أكثر من 1000	

يتبين من الجدول (15) الآتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر النوع الاجتماعي وجاءت الفروق لصالح الإناث.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر مكان الإقامة وجاءت الفروق لصالح غير سكان المدينة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر حجم الأسرة .

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الفئة العمرية، ولبیان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول (15).

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الدخل الشهري.

وقد يرجع وجود فروق إحصائية بدرجة الاعتماد لصالح الإناث إلى أنهم الأكثر اهتماماً بالقضايا التي تخص المرأة لأنهم الأكثر عرضة لمواجهتها، وقد يستدل من وجود فروق في درجة الاعتماد لصالح غير سكان المدينة إلى أن صخب الحياة في المدينة أكبر مقارنة مع المناطق الأخرى، مما قد يحد من استخدام موقع الفيسبوك والاعتماد عليه مصدراً للمعلومات بشكل أكبر.

وانتقلت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Ha, Yoon, and Zhang, 2013)، حيث أشارت نتائجهم إلى وجود فروق في الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للأخبار تعزى لمتغير العمر والنوع الاجتماعي، وجاءت الفروق في النوع الاجتماعي لصالح الإناث، وهو ما توصلت إليه نتائج الدراسة الحالية بحسب الجدول السابق.

واختلفت نتائج الجدول السابق مع ما توصلت إليه دراسة (الکرد، 2014)، حيث وجد أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في أثر استخدام موقع الفيسبوك على التوافق الزوجي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، لصالح الذكور.

جدول (16)

المقارنات البعدية بطريقة LSD لأثر الفئة العمرية

36-40	31-35	26-30	20-25	المتوسط الحسابي	
				2.99	20-25
			*.63	2.36	26-30
		.22	*.41	2.58	31-35
	.12	*.34	.29	2.69	36-40

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يتبين من الجدول (16) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين 20-25 من جهة وكل من 26-30، و31-35 من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح 20-25 كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين 26-30 و36-40 وجاءت الفروق لصالح 36-40. وقد يرجع اعتماد المبحوثون في الفئة العمرية بين 20-25 سنة بدرجة أكبر على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات المتعلقة بظاهرة العنف ضد المرأة برأي الباحثة إلى أن هذه الفئة هي أول مراحل الشباب، وهي حين يبدأ الشباب بتكوين حياتهم بشكل عام، واتخاذ خطوة نحو تكوين أسرهم الخاصة، مما قد يدفعهم للاهتمام بشكل أكبر بالقضايا المجتمعية والنسوية، حيث أنها تشكل إحدى المعوقات التي قد تواجههم في المستقبل.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية (النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي، ومكان الإقامة، والدخل الشهري)

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية وفقا لمتغيرات النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي، ومكان الإقامة، والدخل الشهري ، ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين، والجداول أدناه توضح ذلك.

أولاً: الأثار المعرفية

جدول (17)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للاثار المعرفية وفقا لمتغيرات النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي، ومكان الإقامة، والدخل

الشهري (ن=400)

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفئات	
.011	398، 1	6.476	.815	3.56	ذكر	النوع الاجتماعي
			.712	3.83	انثى	
.645	398، 1	.213	.766	3.73	اعزب	الحالة الاجتماعية
			.757	3.74	متزوج	
.229	397، 2	1.482	.803	3.82	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
			.792	3.80	بكالوريوس	
			.656	3.58	دراسات عليا	
.846	398، 1	.038	.750	3.73	مدينة	مكان

			.858	3.80	اخرى	الاقامة
.737	397، 2	.305	.817	3.73	اقل من 3	حجم الأسرة
			.757	3.74	من 3-6	
			.741	3.72	اكثر من 6	
.021	396، 3	3.293	.853	3.82	20-25	الفئة العمرية
			.730	3.57	26-30	
			.656	3.66	31-35	
			.594	4.03	36-40	
.154	395، 4	1.679	.774	3.77	اقل من 250 دينار	الدخل الشهري
			.889	3.58	250-499	
			.720	3.77	500-749	
			.729	3.86	750-1000	
			.684	3.73	اكثر من 1000	

يتبين من الجدول (17) الاتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر النوع الاجتماعي وجاءت الفروق لصالح الإناث.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر مكان الإقامة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر حجم الأسرة .

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الفئة العمرية، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول (17).

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الدخل الشهري.

جدول (18)

المقارنات البعدية بطريقة LSD لأثر الفئة العمرية

36-40	31-35	26-30	20-25	المتوسط الحسابي	
				3.82	20-25
			*.25	3.57	26-30
		.09	.16	3.66	31-35
	*.38	*.47	.21	4.03	36-40

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يتبين من الجدول (18) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين 20-25 و 26-30 وجاءت الفروق لصالح 20-25 كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين 36-40 من جهة وكل من 26-30 و 31-35 من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح 36-40.

جدول (19)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للاثار الوجدانية وفقا لمتغيرات النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي، ومكان الإقامة، والدخل

الشهري (ن=40)

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفئات	
.055	398 ،1	3.709	.756	3.43	ذكر	النوع الاجتماعي
			.548	3.59	انثى	
.066	398 ،1	3.410	.632	3.50	اعزب	الحالة الاجتماعية
			.634	3.56	متزوج	
.046	397 ،2	3.104	.699	3.39	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
			.603	3.61	بكالوريوس	
			.649	3.41	دراسات عليا	
.758	398 ،1	.095	.627	3.52	مدينة	مكان الإقامة
			.687	3.60	أخرى	
.937	397 ،2	.066	.711	3.53	أقل من 3	حجم الأسرة
			.585	3.54	من 3-6	
			.707	3.50	أكثر من 6	
.150	396 ،3	1.782	.616	3.62	20-25	الفئة العمرية
			.710	3.47	26-30	
			.570	3.57	31-35	
			.506	3.43	36-40	
.275	395 ،4	1.286	.645	3.58	أقل من 250 دينار	الدخل

			.640	3.45	250-499	الشهري
			.641	3.55	500-749	
			.637	3.67	750-1000	
			.600	3.45	اكثر من 1000	

يتبين من الجدول (19) الآتي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر النوع الاجتماعي.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول (١٠).

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر مكان الإقامة
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر حجم الأسرة .
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الفئة العمرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الدخل الشهري.

جدول (20)

المقارنات البعدية بطريقة LSD لأثر المستوى التعليمي

دراسات عليا	بكالوريوس	ثانوي فأقل	المتوسط الحسابي	
			3.39	ثانوي فأقل
		*.22	3.61	بكالوريوس
	*.20	.01	3.41	دراسات عليا

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يتبين من الجدول (20) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين بكالوريوس من جهة

وكل من ثانوي فأقل، ودراسات عليا من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح البكالوريوس.

جدول (21)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للاثار السلوكية وفقا لمتغيرات النوع الاجتماعي، و الحالة الاجتماعية، والعمر، والسكن، والمستوى التعليمي، ومكان الإقامة، والدخل

الشهري (ن= -)

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفئات	
.001	398 ،1	11.092	.821	3.27	ذكر	النوع الاجتماعي
			.743	3.60	انثى	
.554	398 ،1	.351	.782	3.49	اعزب	الحالة الاجتماعية
			.793	3.47	متزوج	
.002	397 ،2	6.550	.895	3.67	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
			.736	3.56	بكالوريوس	
			.813	3.26	دراسات عليا	
.011	398 ،1	6.476	.755	3.50	مدينة	مكان الإقامة
			1.025	3.27	اخرى	
.109	397 ،2	2.225	.926	3.28	اقل من 3	حجم الأسرة
			.727	3.54	من 3-6	
			.827	3.45	اكثر من 6	
.127	396 ،3	1.910	.809	3.61	20-25	الفئة العمرية
			.771	3.35	26-30	
			.816	3.38	31-35	
			.685	3.61	36-40	
.287	395 ،4	1.256	.850	3.42	اقل من 250 دينار	الدخل

			.895	3.44	250-499	الشهري
			.722	3.51	500-749	
			.763	3.58	750-1000	
			.704	3.50	اكثر من 1000	

يتبين من الجدول (21) الآتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر النوع الاجتماعي وجاءت الفروق لصالح الإناث.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الحالة الاجتماعية.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي، ولبيان الفروق

الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول (٠).

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر مكان الإقامة وجاءت الفروق

لصالح المدينة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر حجم الأسرة .

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الفئة العمرية.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الدخل الشهري.

جدول (22)

المقارنات البعدية بطريقة LSD لأثر المستوى التعليمي

دراسات عليا	بكالوريوس	ثانوي فأقل	المتوسط الحسابي	
			3.67	ثانوي فأقل
		.11	3.56	بكالوريوس
	*.30	*.41	3.26	دراسات عليا

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يتبين من الجدول (22) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين دراسات عليا من

جهة وكل من ثانوي فأقل، وبكالوريوس من جهة اخرى وجاءت الفروق لصالح كل من ثانوي فأقل،

وبكالوريوس.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد الساعات التي يقضيها الشباب الأردني على الفيسبوك ودرجة الاعتماد عليه مصدرا للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة.

للتحقق من هذا الفرض تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين عدد الساعات التي يقضيها الشباب الأردني على الفيسبوك ودرجة الاعتماد عليه مصدرا للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة عليهم والجدول (23) يوضح ذلك.

جدول (23)

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها الشباب الأردني على الفيسبوك ودرجة الاعتماد عليه مصدرا للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة

درجة اعتمادك على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة؟		
213(**)	معامل الارتباط	عدد الساعات التي تقضيها يوميا في استخدام الفيسبوك؟
.000	الدلالة الإحصائية	
400	العدد	

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05).

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

يتبين من الجدول (23) وجود علاقة إيجابية دالة إحصائية بين عدد الساعات التي يقضيها الشباب الأردني على الفيسبوك ودرجة الاعتماد عليه مصدرا للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الشباب الأردني على الفيسبوك مصدرا للمعلومات عن العنف ضد المرأة وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة لديهم.

للتحقق من هذا الفرض تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين مدى اعتماد الشباب الأردني على الفيسبوك مصدرا للمعلومات عن العنف ضد المرأة وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة لديهم والجدول (24) يوضح ذلك.

جدول (24)

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين مدى اعتماد الشباب الأردني على الفيسبوك مصدرا للمعلومات عن العنف ضد المرأة وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة لديهم

الاثار السلوكية	الاثار الوجدانية	الاثار المعرفية		
.256(**)	.323(**)	.448(**)	معامل الارتباط	درجة اعتمادك على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة؟
.000	.000	.000	الدلالة الإحصائية	
400	400	400	العدد	

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05).

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

يتبين من الجدول (24) وجود علاقة إيجابية دالة إحصائية بين مدى اعتماد الشباب الأردني على الفيسبوك مصدرا للمعلومات عن العنف ضد المرأة وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة لديهم.

ملخص النتائج:

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها:

1. أن غالبية المبحوثين يهتمون بالاطلاع على المنشورات المتعلقة بقضايا العنف ضد المرأة عبر موقع الفيسبوك، وبنسبة (54.3%).
2. أن المنزل هو المكان المفضل للشباب الأردني لتصفح موقع الفيسبوك.
3. أن "المرأة المهنية" هي أكثر الصور للمرأة تداولاً عبر المنشورات في موقع الفيسبوك، بمتوسط حسابي بلغ (3.81)، وأقلها هي "المرأة الاتكالية"، وبمتوسط حسابي بلغ (2.96)، من وجهة نظر المبحوثين.
4. يرى المبحوثون بأن العنف اللفظي هو أكثر أنواع العنف ممارسة ضد المرأة من خلال ما تبرزه المنشورات عبر موقع الفيسبوك وبمتوسط حسابي بلغ (4.27).
5. يساهم موقع الفيسبوك في رفع المستوى التوعوي والمعرفي لدى المبحوثين حول ظاهرة العنف ضد المرأة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للآثار المعرفية المكتسبة من خلال الاعتماد على موقع الفيسبوك (3.74).
6. يساهم الفيسبوك في خلق سلوكيات إيجابية بدرجة مرتفعة نسبياً فيما يتعلق ببحث النساء المعنفات على التوجه للجهات المعنية بحماية النساء والأسرة.
7. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الشباب الأردني على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات عن ظاهرة العنف ضد المرأة تعزى لمتغير (النوع الاجتماعي، والعمر).
8. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة والتأثيرات المعرفية المتحققة تعزى لمتغير (النوع الاجتماعي، والعمر).

9. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الوجدانية المتحققة لدى المبحوثين تعزى لأثر المستوى التعليمي، ولصالح البكالوريوس.

10. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات السلوكية المتحققة لدى المبحوثين تعزى لمتغير (النوع الاجتماعي، ومكان الإقامة).

11. توجد علاقة إيجابية دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الأردني لموقع الفيسبوك ودرجة الاعتماد عليه كمصدر للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة.

12. توجد علاقة إيجابية دالة إحصائية بين مدى اعتماد الشباب الأردني على الفيسبوك كمصدر للمعلومات عن العنف ضد المرأة وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة لديهم.

التوصيات:

1. تكثيف الجهود في إنشاء حملات توعوية عبر موقع الفيسبوك تخاطب عقول الشباب، وتبرز لهم أهمية المشاركة في مكافحة العنف ضد المرأة.
2. إجراء مزيداً من الدراسات التي تبحث في قضايا العنف ضد المرأة ومعالجتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
3. إجراء دراسات تبين حجم الآثار المدمرة لظاهرة العنف ضد المرأة على الضحايا والمجتمع.
4. تأسيس صفحات ومجموعات عبر موقع الفيسبوك خاصة بمكافحة العنف ضد المرأة وفتح عضويتها لتشمل الذكور والإناث.
5. حث مراكز التوجيه الأسري والإرشاد النفسي إلى تطبيع التبليغ عن العنف والحصول على المساعدة، بالإضافة إلى مد اليد، والتواصل مع الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ليكن لهم حضور أقوى في المجتمع.

قائمة المصادر و المراجع:

المراجع العربية

الكتب العربية:

1. إسماعيل، نوال. (2018). الأسس والقواعد الدولية لمنهجية الإعلام. (ط1). دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
2. البيض، سالم. (2012). الإعلام الجديد. دن.
3. الحيزان، محمد. (2004). البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها. (ط2). مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.
4. الدسوقي، سماح. (2010). التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر العولمة. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
5. الرقب، ابراهيم. (2010). العنف الأسري و تأثيره على المرأة. (ط1). عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
6. الشبيب، كاظم. (2007). العنف الأسري. (ط1). المغرب: المركز الثقافي العربي.
7. العواودة، أمل. (2002). العنف ضد الزوجة في المجتمع الأردني. (ط1). إربد: مكتبة الفجر.
8. العواودة، أمل. (2008). العنف ضد المرأة العاملة في القطاع الصحي. (ط1). عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
9. العرود، محمد. (2008). العنف الأسري. (ط1). عمان: دار الفاروق.
10. بوريش، سارة. (2018). نظريات الإعلام و الاتصال. (ط1). عمان: دار الإعصار العلمي.
11. جنيدي، مها. (2018). السوشيال ميديا. (ط1). مصر: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.

12. حبيب، زينب منصور. الإعلام وقضايا المرأة. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
13. حسونة، نسرين. (2014). الإعلام الجديد.. المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف. شبكة الألوكة.
14. شفيق. حسنين. (2006). الإعلام الإلكتروني. رحمة برس للطباعة و النشر.
15. صلوي. عبد الحافظ. (2012). نظريات التأثير الإعلامية.
16. عبادة، مديحة، و أبو دوح، خالد. (2008). العنف ضد المرأة. (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع.
17. عبد السلام، محمد، و السيد، إبراهيم. (2017). الإعلام و قضايا المرأة العربية. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.
18. عبد الوهاب، ليلي. (1994). العنف الأسري. بيروت: دار المدى للثقافة و النشر.
19. عبيد، عاطف، و العبد، نهى. (2007). (ط5). الإعلام التنموي و التغيير الاجتماعي. مصر: دار الفكر العربي للطبع و النشر.
20. عليان، ربحي. (2001). البحث العلمي.. أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته. عمان: بيت الأفكار الدولية.
21. قرقوتي، حنان. (2015). عنف المرأة في المجال الأسري. (ط1). الدوحة: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.
22. كافي، مصطفى. (2016). الإعلام التفاعلي. (ط1). عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
23. كرادشة، منير. العنف الأسري: سوسيولوجية الرجل العنيف و المرأة المعنفة. (ط1). عمان: عالم الكتب.
24. محمد، رشا. (2018). عالم الفيسبوك. (ط1). مصر: دار النيل والفرات للنشر والتوزيع.
25. مراد، كامل خورشيد. (2011). الإتصال الجماهيري و الإعلام. (ط1). عمان: دار المسيرة.

26. مركز المحتسب. (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجًا. (ط1). الرياض: دار المحتسب للنشر و التوزيع.

27. مركز هردول لدعم التعبير الرقمي. (2016). الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي. القاهرة: مركز هردول لدعم التعبير الرقمي.

28. مكاوي، حسن، والسيد، ليلي. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. (ط1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

29. واتكنز، س، ورويدا، م.، ورودريجوز، م. (2005). الحركة النسوية. (جمال الجزيري، مترجم). القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.

30. يحيى، محمد. (2013). العنف ضد النساء في المجتمع الفلسطيني. (ط1). فلسطين: المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي والديمقراطية. الدوريات والمجلات:

1. أبو البصل، علي. (2013). جرائم الشرف "دراسة فقهية مقارنة". مجلة البحوث والدراسات الشرعية، (9)، 225-264.

2. الخيلاني، كمال. (2014). العنف النفسي الموجه للنساء العاملات في مدينة بغداد وعلاقته بالتفكير الاضطهادي. مجلة الآداب، (107)، 455-492.

3. الرفاعي، محمد. (2011). دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية. مجلة جامعة دمشق، 27(1,2).

4. الفردان، إيناس. (2016). واقع العنف الأسري ضد المرأة في مملكة البحرين. مركز تفوق الاستشاري لدعم قضايا النساء.

5. حلس، موسى عبد الرحيم، و مهدي، ناصر علي. (2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني. مجلة جامعة الأزهر بغزة، 12(2)، 135-180.
6. حمدان، سعيد. (2011). العنف الأسري ضد المرأة. مجلة كلية التربية، 43، 269 - 296.
7. در، محمد. (2017). أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي. مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، 9(9)، 309-325.
8. غاجيولي، غلوريا. (2014). العنف الجنسي في النزاعات المسلحة: انتهاك للقانون الدولي الإنساني وقانون حقوق الإنسان. المجلة الدولية للصليب الأحمر، 96(894)، 538-503.
9. ناديا، الحياصات. (2016). أسباب و أشكال العنف ضد الزوجة في المجتمع الأردني. دراسات - العلوم الإنسانية والاجتماعية، 43(4)، 1773-1788.
10. نايلي، نفيسة. (2018). حملات التوعية الإلكترونية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر: التوعية المرورية عبر الفيس بوك أنموذجا. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات. (4). 185-202.

رسائل الماجستير والدكتوراة:

1. أبو حجلة، همسة. (2004). العلاقة بين الرضا عن الزواج والعنف ضد الزوجة في قصة الكرك. رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، الأردن.
2. أبو حريرة، أحمد. (2015). الإعلام الجديد و انعكاساته على التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري: دراسة تطبيقية على مجموعة من اساتذة و طلاب كلية الإعلام بولاية خرطوم. رسالة دكتوراة، جامعة أم درمان الإسلامية، أم درمان.
3. أبو شرار، منجد. (2017). الصحافة الإلكترونية الفلسطينية كمنصة للخطاب الديمقراطي . رسالة ماجستير، جامعة بيرزيت، فلسطين.

4. التل، محمد. (2017). الاستخدامات التعليمية لموقع اليوتيوب لدى أساتذة الجامعات الأردنية: دراسة مسحية. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، إربد.
5. الجديدي، إلهام. (2014). العنف الأسري ضد الزوجة في المجتمع الليبي : دراسة حالة لبعض النساء المتزوجات في مدينة الزاوية. رسالة دكتوراة، جامعة النيلين، الخرطوم.
6. الحسين، خالد. (2014). اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على المواقع الإلكترونية الإخبارية في التماس المعلومات نحو القضايا السياسية . رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، إربد.
7. الدحلة، محمود. (2018). دور صفحة وحدة مكافحة الجرائم الإلكترونية على موقع الفيسبوك في التوعية الأمنية: دراسة تحليلية .رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
8. الرشيد، ألاء. (2014). استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر والإشباعاات المتحققة لدى طلبة الجامعات الاردنية: دراسة ميدانية عن جامعتي الأردنية والشرق الأوسط 2013. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
9. الرميحي، محمد. (2012). العنف الأسري وانعكاساته الأمنية. رسالة ماجستير، الأكاديمية الملكية للشرطة، البحرين.
10. الزعبي، روان. (2017). أطر تغطية المواقع الإلكترونية الأردنية لقضايا الفساد: دراسة تحليلية مقارنة. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، إربد.
11. الشريف، رشا. (2016). دور الفيس بوك في تنمية القيم السياسية لدى طلاب جامعة طنطا. رسالة ماجستير، جامعة طنطا، طنطا.

12. الشمري، أحمد. (2017). اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، إربد.
13. العلوانة، حاتم. (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري. ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، عمان.
14. العميري، مطلق. (2011). تأثير المدونات الإلكترونية الكويتية على اتجاهات طلبة قسم الإعلام في جامعة الكويت. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
15. العنزي، عبدالله. (2019). علاقة تعرض الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي بالوعي السياسي لديهم: دراسة مسحية. رسالة ماجستير، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، إربد.
16. القواسمة، حنين. (2019). الأهمية الترويجية لموقع الإنستغرام من وجهة نظر الشخصيات البارزة. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، إربد.
17. الكرد، ضياء. (2014). أثر شبكات التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي في الأسرة الفلسطينية " الفيس بوك نموذجا". دواسة مقدمة لمؤتمر كلية الشريعة الدولي الرابع : وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع.
18. اللوزي، أماني. (2017). أثر استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) على القيم الإسلامية: دراسة تحليلية. رسالة ماجستير، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان.

19. اللولو، فتحية. (2013). فاعلية المنتديات التعليمية الحرة المضبوطة في تنمية مهارات تصميم الدروس الإلكترونية لدى طالبات كلية التربية بالجامعة الإسلامية بغزة. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

20. المجالي، سميح. (2011). العنف ضد المرأة في المجتمع الأردني: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، الأردن.

21. اليوسف، أسماء. (2017). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة إربد. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، إربد.

22. حمد، أمل. (2018). توظيف وسائل الإعلام الجديد في الترويج لبرامج وأنشطة العلاقات العامة بالجامعات: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات التعليم العالي بدولة الإمارات في الفترة 2014 - 2016. رسالة دكتوراة، جامعة أم درمان الإسلامية، أم درمان.

23. حمودة، أحمد. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية. رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، القاهرة.

24. حميد، أبو سويلم. (2015). اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الاخبار والمعلومات دراسة مسحية تحليلية. دراسة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

25. خاطر، ترنيم. (2015). اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الاسرائيلي على غزة عام 2014م: دراسة ميدانية . رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

26. سكيك، هشام. (2014). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
27. صالح، أشرف. (2016). دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
28. علي، محمد. (2017). دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور: دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
29. عيساوي، أكرم. (2016). اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار. رسالة ماجستير، جامعة تبسة، الجزائر.
30. فارس، كاتب، ونديا، عقون. (2015). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري. رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي.
31. قطيش، عالية. (2017). إدراك المراهقين الأردنيين وأولياء امورهم لمخاطر استخدام اليوتيوب في ضوء نظرية الشخص الثالث: دراسة ميدانية - محافظة إربد. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، إربد.
32. كمال، بوعلام. (2016). العنف الأسري وأثره على الأسرة والمجتمع في الجزائر دراسة ميدانية على مستوى مصلحة الطب الشرعي بمستشفى مسلم الطيب بمعسكر. رسالة دكتوراة، جامعة وهران، الجزائر.

33. كوكش، أميرة. (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر

طلبة الجامعات الأردنية. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

34. نصيرة، مازري، وأمينة، طالبي. (2013). جرائم العنف الجنسي ضد المرأة كجريمة ضد الإنسانية.

رسالة ماجستير، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية.

35. محمد نور، مصطفى. (2016). شبكات التواصل الاجتماعي : Facebook الفيس بوك -

Twitter تويتر - WhatsApp الواتساب أنموذجاً. رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية،

أم درمان.

الندوات:

1. دن. (2014، 19-18 فبراير). المرأة و الإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة. قدم إلى المنتدى العربي،

مراكش.

المراجع الأجنبية:

الكتب الأجنبية:

1. Raab, M., & Rocha, J. (2011). *Campaigns to End Violence against Women and Girls*. United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women.
2. Russel, M. (2013). *Mining the social web*. (2ndEd.). USA: 'OReilly Media, Inc.
3. Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. BookBon.

4. Velzeboer, M., Ellsberg, M., Arcas, C., & Moreno, C. (2003). *Violence against women: the health sector responds*. Washington, D.C.: PAHO Library Cataloguing-in-Publication Data.

الدراسات الأجنبية:

1. Akram,W., & Kunmar, R. (30th October, 2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*. 5(10), 347-354.
2. Australia's National Research Organization for Women's Safety. (November, 2015). Media representations of violence against women and their children: State of knowledge paper. *Landscapes*, (15), 1-57
3. D'Ambrosi, L., Papakristo, P., Polci, V. (2018). Social Media and Gender Violence: Communication Strategies for a "New Education". *Italian Journal of Sociology of Education*, 10(2), 76-89.
4. Ha, L., Yoon, K., and Zhang, X. (2013). *of Dependency and Consumption College between Comparison A Medium: News a as Sites Network Social Population General and Students*. Faculty publications, State Green Bowling University, Ohio, USA.
5. Henricksen, J. (2018). *Representation of Violence Against Women in the Mass Media*. Research Gate

6. Jacob, N.G. (2010). No Alternatives? The relationship between Percieved Media Dependency, Use of Alternative Information Sources, and General Trust in Mass Media. *International journal of communication*, 4, 589–606.
7. Jukić, E. (2016). *Research On Media Reporting On Gender– Based Violence Aagainst Women in Bosnia and Herzegovina*. Submitted for the UN women programme.
8. Lakkysetty, N., Deep, P., & Balamurugan, J. (2018). Social media and its impacts on politics. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*, 4(2), 2108–2118.
9. McIntyre, K. (2014). The Evolution of Social Media from 1969 to 2013: A Change in Competition and a Trend Toward Complementary, Niche Sites. *The Journal of Social Media in Society*, 3(2), 5–25.
10. Mukherjee, T. (2016). Role of Social Media in Showcasing Women Atrocities: A Study on Jaipur Youth. *Amity Journal of Media & Communication Studies*, 6(1), 32–41.
11. Purohit, H., Banerjee, T., Hampton, A., Shalin, V., Bhandutia, N., & Sheth, A. (2016). Gender–based violence in 140 characters or fewer: A #BigData case study of Twitter. *First Monday*, 21, 1–27.

12. Shier, A., and Shor, E. (2016). "Shades of foreign evil": "honour killings" and "family murders" in the Canadian press. *Violence Against Women*, 22 (10). pp. 1163–1188.
13. Siddiqui, S. & Singh, T. (2016). Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71–75.
14. Smith, M.S. (2015). A Study on Life Satisfaction and Television Dependency among Urban Women in Chennai. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR–JHSS)*, 20(11), 64–71.
15. Sponcil, M., & Gitimu, P. (2013). Use of social media by college students: Relationship to communication and self–concept. *Journal of Technology Research*, 4, 1–13.
16. Sutherland, G., McCormack, A., Pirkis, J., Easteal, P., Holland, K., & Vaughan, C. (2015). Media representations of violence against women and their children: State of knowledge paper. *Australia's National Research Organisation for Women's Safety Limited (ANROWS)*, (15), 1–57
17. Uher, J. (2017). Basic Definitions in Personality Psychology: Challenges for Conceptual Integrations. *European Journal of Personality*, 31, 572–573

الندوات الأجنبية:

1. Best practice forum. (8 December, 2015). *Online Abuse and Gender-Based Violence Against Women*. submitted to the Internet Governance Forum.

المواقع الإلكترونية:

1. الحري. (17 نوفمبر، 2019). "حرية.. غصب عن الذكورية".. أردنيات يتظاهرن لـ"عيون فاطمة". استرجعت في تاريخ 26 نوفمبر 2019 من: <https://www.alhurra.com/a/la-shurf-wla-awra-mraa-hi-thura-alduniat-ytazahrn-tcht-shaar-pfch-alkil-521598.html>
2. العربية. (1 سبتمبر، 2019). هذه قصة إسرائ غريب التي أشعلت غضب مواقع التواصل. استرجعت في تاريخ 26 نوفمبر 2019 من: <https://www.alarabiya.net/ar/last-page/2019/08/31/wafa-shaba-falastiniya-bzروف-غامضة-والأهل-ينذرعون-ب-الجن>
3. العضائية، عماد. (19 أكتوبر، 2016). جرائم الشرف في الأردن ترتفع 52% منذ بداية العام. استرجعت في تاريخ 27 أكتوبر 2019 من: <https://www.alarabiya.net/ar/arab-world/2016/10/19/jرائم-الشرف-في-الأردن-ترتفع-52-منذ-بداية-العام.html>
4. المناوي، هاميس. (أكتوبر 19، 2016). بنسبة 53%.. ارتفاع معدلات العنف ضد المرأة الأردنية خلال 2016. استرجعت في تاريخ 30 نوفمبر 2018 من: <http://www.alghad.tv/بنسبة-53-ارتفاع-معدلات-العنف-ضد-المرأة-ا/>
5. النمري، نادين. (8 مارس، 2019). 5240 حالة عنف ضد المرأة تعاملت معها "الخدمة الاجتماعية" في 2018. استرجعت في تاريخ 28 أكتوبر 2019 من: <https://alghad.com/5240-حالة-عنف-ضد-المرأة-تعاملت-معها-الخدمة/>

6. رصيف22. (10 مارس، 2016). صفحات فيسبوك يجب متابعتها في يوم المرأة العالمي. استرجعت في تاريخ 26 نوفمبر 2019 من: <https://raseef22.com/article/51351> -صفحات-فيسبوك-
يجب-متابعتها-في-يوم-المرأ
7. ساق الله، مها. (4 أكتوبر، 2013). ما هية الإعلام الجديد. استرجعت في تاريخ 30 أكتوبر 2019 من: http://mahasaqallah.blogspot.com/2013/10/blog_post_3286.html
8. عبد القادر، إسرائ. (2018، 16 ديسمبر). مفهوم العنف اصطلاحاً. استرجعت في تاريخ 19 ديسمبر 2018 من: https://mawdoo3.com/مفهوم_العنف_اصطلاحاً
9. وزبي، كتاب. (28 مارس، 2019). ما هو تطبيق Instagram. استرجعت في تاريخ 6 نوفمبر، 2019 من: <https://weziwezi.com/ما-هو-تطبيق-Instagram/>
10. خضر، ميس. (3 مارس، 2019). متى تبدأ مرحلة الشباب. استرجعت في تاريخ 8 نوفمبر، 2019 من: <https://mawdoo3.com>
11. Napoleoncat. (2019). *Facebook Users in Jordan*. Retrieved December 10, 2019 from: <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-jordan/2019/10>
12. Statista. (November 19, 2019). *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 3rde quarter 2019*. Retrieved December 10, 2019 from: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
13. Techopediam (n.d). *New Media*. Retrieved October 30, 2019 from: <https://www.techopedia.com/definition/416/new-media>

الملاحق

ملحق رقم (1)

أعضاء لجنة تحكيم أداة الدراسة

الجامعة	التخصص	إسم المحكم	الرقم
جامعة البتراء	كلية الإعلام/ قسم الصحافة	الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجة	1
جامعة الشرق الأوسط	كلية الإعلام/ قسم الصحافة	الدكتور أحمد عريقات	2
جامعة اليرموك	كلية الإعلام/ قسم الصحافة	الأستاذ الدكتور حاتم علاونه	3
جامعة اليرموك	كلية الإعلام/ قسم الصحافة	الأستاذ الدكتور علي نجادات	4
جامعة اليرموك	كلية الإعلام/ قسم العلاقات العامة	الدكتور أحمد القاضي	5

ملحق رقم (2)

الاستبانة



كلية الإعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

أخي /أختي العزيزة،

تجري الباحثة دراسة بعنوان: "دور الفيسبوك في توعية الشباب الأردني بظاهرة العنف ضد المرأة"، وذلك لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الإعلام. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة المتعلقة بمعرفة دور الفيسبوك في توعية الشباب الأردني بظاهرة العنف ضد المرأة، وعلاقة المتغيرات الديموغرافية بهذا الدور؛ تم تصميم هذه الاستبانة التي أرجو من حضرتكم التكرم بالإجابة على أسئلتها بدقة لخدمة البحث العلمي، علماً بأنه سيتم التعامل مع جميع الإجابات بسرية تامة، وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

و في حال وجود أي استفسار أو ملاحظات، لطفاً التواصل مع الباحثة:

دينا اسماعيل سلامة: deena.i.awadallah@hotmail.com

شاكراً لكم تعاونكم

1. كم عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدام الفيسبوك؟

أ. أقل من ساعه

ب. (ساعه - أقل من ساعتين)

ج. (ساعتين - أقل من 4 ساعات)

د. (4 ساعات - أقل من 6 ساعات)

هـ. أكثر من 6 ساعات

2. ما أماكن تعرضك لموقع الفيسبوك؟

	ظروف التعرض	دائماً	غالبا	أحيانا	نادرا	أبداً
1	في المنزل					
2	في مكان العمل					
3	بالجامعة					
4	في الأماكن الترفيهية					

درجة المتابعة					3. ما درجة متابعتك للقضايا المتعلقة بالمرأة عبر موقع الفيس بوك؟
كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا	

4. كيف تتفاعل مع المنشورات الخاصة بالعنف ضد المرأة عبر موقع الفيسبوك؟

أ. المشاركة بالتعليقات

ب. استخدام زر الإعجاب و(الإيموجي)

ج. الاطلاع فقط

د. عدم الاهتمام

هـ. حذف و حظر الصفحة

5. برأيك، ما درجة توفير موقع الفيسبوك للمعلومات حول قضايا العنف ضد المرأة؟

أ. كبيرة جدا

ب. كبيرة

ج. متوسطة

د. قليلة

هـ. قليلة جدا

درجة الاعتماد					6. ما درجة اعتمادك على موقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات حول ظاهرة العنف ضد المرأة؟
كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا	

7. ما الصورة التي تظهر فيها المرأة عبر موقع الفيسبوك؟

أعراض بشدة	أعراض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	صورة المرأة
					المرأة التقليدية
					المرأة المستهترة
					المرأة الضحية
					المرأة المنكسرة
					المرأة الاتكالية
					المرأة المهنية
					المرأة القيادية
					المرأة المرفهة
					المرأة المستقلة

					المرأة الشجاعة
--	--	--	--	--	-------------------

8. ما أشكال العنف المستخدمة ضد المرأة وفقا للمنشورات عبر موقع الفيسبوك؟

أشكال العنف	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
العنف الجسدي					
العنف المعنوي					
العنف اللفظي					
العنف الجنسي					
العنف الاجتماعي					
العنف الأسري					
العنف السياسي					
العنف الصحي					

9. ما الآثار المعرفية المتحققة لديك نتيجة الإعتماد على موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات حول

ظاهرة العنف ضد المرأة؟

الآثار المعرفية	موافق بشدة	موافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
فهم الأشكال المختلفة للعنف ضد المرأة					

					معرفة الأسباب و الدوافع المؤدية للعنف ضد المرأة
					التعرف على حجم ظاهرة العنف ضد المرأة في المجتمع المحلي و الإقليمي
					فهم معاناة المرأة المعنفة في المجتمع
					تكوين الإتجاهات و الآراء حول ظاهرة العنف ضد المرأة
					معرفة آثار العنف ضد المرأة على الضحايا و المجتمع
					إدراك أهمية التصدي لظاهرة العنف ضد المرأة
					التعرف على القوانين التشريعية الخاصة بالعنف ضد المرأة

10. ما الآثار الوجدانية المتحققة لديك نتيجة الإعتدال على موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات

حول ظاهرة العنف ضد المرأة؟

أعراض بشدة	أعراض	محايد	موافق	موافق بشدة	الآثار الوجدانية
					قضاء وقت الفراغ عبر الإطلاع على المنشورات الخاصة بظاهرة العنف ضد المرأة
					إشباع الفضول فيما يتعلق بقضايا العنف ضد المرأة
					التعاطف مع المرأة المعنفة في المجتمع
					الخوف من تأثير المجتمع سلباً كنتيجة لظاهرة العنف ضد المرأة
					الشعور بالحقد اتجاه المجتمع الذكوري
					الخوف من تفلت الجناة من العقاب بسبب تساهل القوانين الخاصة بالعنف ضد المرأة في المجتمع

					تبلد المشاعر و اللامبالاة بقضايا العنف ضد المرأة لكثرة تداولها عبر الفييس بوك
--	--	--	--	--	---

11. ما الآثار السلوكية المتحققة لديك نتيجة الإعتماد على موقع الفييسبوك كمصدر للمعلومات حول

ظاهرة العنف ضد المرأة؟

أعراض بشدة	أعراض	محايد	موافق	موافق بشدة	الآثار السلوكية
					مشاركة المنشورات الخاصة بالعنف ضد المرأة عبر صفحتي الخاصة
					المساهمة في التبرعات المتجهة لمراكز حماية المرأة المعنفة
					مناصرة الحركات النسوية
					المشاركة في المبادرات التوعوية الخاصة بقضايا العنف ضد المرأة
					حث النساء المعنفات على التوجه للجهات المعنية بحماية النساء و الأسرة

					الترويج لأهمية تغيير النظام الذكوري في المجتمع
					الضغط على الجهات الحكومية لتطبيق قوانين صارمة تمنع العنف ضد المرأة
					التعليق على المنشورات الخاصة بقضايا العنف ضد المرأة

12. البيانات الشخصية (الديموغرافية):

1. الجنس:

أ. ذكر

ب. أنثى

2. الحالة الاجتماعية:

أ. أعزب/عزباء

ب. متزوج/متزوجة

ج. مطلق/مطلقة

د. أرمل/أرملة

3. المستوى التعليمي:

أ. ثانوي فأقل

ب. بكالوريوس

ج. دراسات عليا

4. المنطقة السكنية:

أ. ريف

ب. بادية

ج. مدينة

د. مخيم

5. حجم الأسرة:

أ. أقل من 3

ب. من 3 إلى 6

ج. أكثر من 6

6. الفئة العمرية:

أ. (20-25)

ب. (26-30)

ج. (31-35)

د. (36-40)

7. الدخل الشهري:

أ. أقل من 250 دينار

ب. (250- 499)

ج. (500 - 749)

د. (750-1000)

هـ. (أكثر من 1000دينار)

