

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي  
دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية  
رواسة ميدانية

الباحثة / دعاء حسن صدقي أحمد

لدرجة الماجستير في الآداب / قسم الإعلام / شعبة الإذاعة (اديو وتلفزيون)  
تخصص إنتاج المواد الإذاعية - كلية الآداب - جامعة المنصورة.

**المشرفين**

**أ.د / محمود عبد العاطي مسلم**

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم كلية الإعلام بنين - جامعة الأزهر

**د/ سحر مؤنس أحمد علي عيد**

مدرس الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنصورة

**ملخص البحث:**

هدفت الرواسة إلى التعرف على نوافع استخدام المرأة الصعيدية لمواقع التواصل الاجتماعي، معرفة عادات وأنماط تعرض المرأة الصعيدية لمواقع التواصل الاجتماعي، الكشف عن أهم المعوقات التي تحول دون أن تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً فاعلاً في تشكيل الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية، تُعد هذه الرواسة من الرواسات الوصفية Descriptive Study بالاعتماد على منهج المسح على عينة حصصية قوامها (400) مفودة من عينة من نساء صعيد مصر من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والمستويات التعليمية في الفئة العمرية من 18-50 سنة فأكثر باستخدام أداة الاستبيان.

**وتوصلت الرواسة إلى:**

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الرواسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها.
  2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن ذلك الاعتماد.
  3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الرواسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها.
- الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي - الوعي الاجتماعي - المرأة الصعيدية.**

**Abstract=**

**The role of social networking sites in shaping the social awareness of Upper Egypt women**

The study aimed to identify the motives of Upper Egyptian women's use of social networking sites, to know the habits and patterns of Upper Egyptian women's exposure to social networking sites, to reveal the most important obstacles that prevent social networking sites from playing an effective role in shaping the social awareness of Upper Egyptian women, This study is considered a descriptive study based on the survey method on a quota sample of (400) individuals from a sample of women in Upper Egypt from various economic, social and educational levels in the age group of 18-50 years and over using the questionnaire tool.

**The study concluded that=**

1. There is a statistically significant correlation between the interest of the Upper Egyptian women, the study sample, in following up on their issues on social media pages and their social awareness.
2. There is a statistically significant correlation between the respondents' reliance on the information provided by the pages of Upper Egypt women on social networking sites and the cognitive, emotional, and behavioral effects resulting from that reliance.
3. There is a statistically significant correlation between the interest of the Upper Egypt woman in the study sample in following up on her issues on social media pages and her social awareness=

**Keywords: Social networking sites - social awareness - Upper Egypt Mirror=**

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من الشبكات الإلكترونية التي تتيح لأفراد المجتمع التواصل وتبادل الاهتمامات والتعريف بأنفسهم عبر سلسلة التفاعلات الشخصية والاجتماعية التي تتيح لهم الاتصالات ونقل الصور والمعلومات والفيديو والعديد من الخدمات. (1)

يعتبر الدور الذي تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وأبرز الأنوار في نقل الإعلام إلى أفاق جديدة ومنها صناعة الرسالة أصبحت للجماهير والعامّة لتقديم آرائهم والتعبير عنها لتحسين أوضاعهم الفكرية والترفيهية وتسهيل الحياة الاجتماعية وتبادل الآراء والثقافات حول القضايا والمعلومات المختلفة. (2)

نعتقد أن هذه المواقع كان الهدف من بدايتها التوال الاجتماعي بين الأفراد للترفيه ثم تحولت من الجانب الترفيهي لتشمل الأنشطة السياسية والاجتماعية والثقافية ونشر الوعي الاجتماعي وأبعاده علي جميع الأصعدة، بل وأصبحت من أهم العناصر المؤثرة في تشكيل الرأي العام ومنحت مستخدميها فرصاً كبيرة للتعبير عن رأيهم بلا قيود أو رقابة، كذلك مشاركة المعلومات بين الناس قد شهدت تغيوراً سريعاً، فشبكات التواصل الاجتماعي النشطة تعبر الحدود الدولية، وتمتد عبر القارات، وتسمح للمستخدمين بالوصول إلي المعلومات من مصادرها في جميع أنحاء العالم، ومزّال أثر تلقينا للمعلومات وإيجادنا لها وتعاملنا معها يتطور علي نحو مستمر، وقد تحدثت شبكات التواصل الاجتماعي. (3)

وتقدوا لأهمية دور المرأة في المجتمع المصري كانت المرأة المصرية بشكل عام والرواة الصعيدية بشكل خاص من أكثر المشجعين والمتفاعلين مع مواقع التواصل الاجتماعي حيث بدأ التعبير عن آرائها وأفكارها وكانت بداية لتنمية وعيها بمختلف القضايا السياسية والاجتماعية.

وظهر ذلك من خلال تفاعل المرأة المصرية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، فأثبتت بعض الرواسات أهمية دور الفيسبوك في تكوين العلاقات الاجتماعية التي تساعد المرأة على تغيير صورتها التقليدية النمطية وطريقة معالجتها لبعض القضايا الخاصة بها بتغيير أفكارها واتجاهاتها من خلال التغوات التي تحدث في النسبة المعرفية والإواكية لها.

وفي إطار الاهتمام بالرواة المصرية ودورها الفعال فقد شهد عام 2017م العديد من الإنجازات في ظل حكم الرئيس عبد الفتاح السيسي حيث أطلق على هذا العام (عام المرأة المصرية) وتم تقديم العديد من الخدمات والصلاحيات للرواة المصرية، حيث شهد ذلك العام

العديد من القورات الرئاسية لصالح المرأة مثل تعيين سيدات في مناصب هامة للأول مرة، وكذلك حصول 15 شخصية نسائية مصرية على مراكز متقدمة لأهوى 100 سيدة عربية كذلك معالجة العديد من المشكلات والقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المرأة المصرية. (4)

#### مشكلة الوراثة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائل المؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي والاقتصادي لدى مختلف فئات المجتمع، حيث أصبح لها دور محوري في توجيه الأفكار والسلوكيات. ومع تزايد استخدام هذه المنصات، برزت الحاجة إلى دراسة تأثيراتها على أنماط تفكير وسلوك الأفراد، لا سيما في السياقات الاجتماعية المختلفة. في هذا الإطار، يتجلى الدور المتزايد للمرأة في المجتمع المصري، خاصة في المناطق الصعيدية، حيث شهدت ظروفها الاجتماعية تحولات ملحوظة وارتفاعاً في معدلات استخدامها للإنترنت. وهذا ما وجد بيئة خصبة لنمو مواقع التواصل الاجتماعي النسائية، التي أصبحت تحظى بشعبية متزايدة بين النساء.

لذا، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية. سيتم التركيز على تحليل النتائج المترتبة على تعرض المرأة الصعيدية لهذه المنصات، إلى جانب رصد تأثيراتها على علاقاتها الاجتماعية وسلوكياتها، ومواقفها تجاه القضايا الاجتماعية المختلفة. كما ستتناول الدراسة كيفية تعامل المرأة مع الظواهر السلبية الناتجة عن استخدامها لهذه المواقع. وبناءً على ما سبق، تتبلور مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية؟

#### أهمية الوراثة:

تأتي أهمية دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية من عدة جوانب:

1. أن الفئة المستهدفة في الدراسة هم فئة المرأة الصعيدية، وهي الفئة التي تمثل القوى الحية في المجتمع، تعيش في الواقع وتوسعى إلى بناء الحاضر بالكفاح والجد والاستعداد للمستقبل، وعادة ما تتميز المرأة الصعيدية بالمعونة والاستعداد للتضحية والتغيير الإيجابي.

## دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

2. تنامي الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على أفكار واتجاهات ثقافة وسلوكيات المرأة الصعيدية.
3. لقد تناولت بعض الدراسات السابقة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة، إلا أنه لا زال هناك فجوة ملحوظة في الأدبيات المتعلقة بتأثير هذه المنصات على المرأة الصعيدية بشكل خاص. على الرغم من تقدم المجتمع المصري في مجالات اجتماعية وتنموية واقتصادية مقارنة بعدد من الدول العربية، إلا أن الموضوعات المتعلقة بالمرأة الصعيدية لا زال بحاجة إلى مزيد من البحث والتطوير. تأتي هذه الدراسة في إطار زمني مهم يتسم بتنامي المطالبات بالحقوق والحريات للمرأة في العالم العربي بشكل عام. لذا، فإن هذه الدراسة تهدف إلى تقديم إطار موجعي يمكن أن يساهم في الدراسات المستقبلية ويعزز من المكتبة العربية في هذا السياق.
4. إن قياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية يساعد على رسم خريطة نفسية واجتماعية واقتصادية لدى المرأة الصعيدية، بكل أفكارها وآمالها وتطلعاتها وبالتالي إمكانية التنبؤ بمستقبل سلوكها لأنها يعكس آرائها وأفكارها وقيمتها، وبالتالي تقديم رؤية فكرية حول المرأة الصعيدية.
5. كما تأتي أهمية هذه الدراسة في الكشف عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي وتشكيل قيم واتجاهات المرأة الصعيدية مما يساعد القائمين على وضع الحلول للقضايا الاجتماعية الخاصة بالمرأة الصعيدية والاستفادة من نتائج هذه الدراسة.
6. يعدُّ الوعي المجتمعي أساساً هاماً للتغيير الإيجابي في المجتمع، حيث يساهم في تحقيق التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية. فوأسطة زيادة الوعي بالقضايا المختلفة مثل حقوق الإنسان، والبيئة، والصحة، يصبح بإمكان المرأة الصعيدية اتخاذ إجراءات فعّالة للحد من التحديات التي تواجهها في المجتمع.

### أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. تحليل عادات وأنماط استخدام المرأة الصعيدية لمواقع التواصل الاجتماعي :  
وراسة كيفية تفاعل المرأة الصعيدية مع هذه المنصات وما هي الساعات والأوقات الأكثر استخداماً.
2. استكشاف نوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: التعرف على الأسباب التي تجعل المرأة الصعيدية تلجأ إلى هذه المنصات، مثل التواصل الاجتماعي، البحث عن المعلومات، أو الترفيه.
3. تقييم الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي: فحص كيف ترى المرأة الصعيدية تأثير هذه المنصات على حياتها اليومية، سواء من ناحية الفوائد أو العوائق.
4. تحديد أوجه استفادة المرأة الصعيدية في تعزيز الوعي الاجتماعي: التعرف على كيفية استغلال المرأة الصعيدية لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية والثقافية.
5. استقصاء وجهات نظر المرأة الصعيدية بشأن دور مواقع التواصل الاجتماعي :  
فهم كيف ترى المرأة الصعيدية تأثير هذه المنصات في تشكيل وعيها الاجتماعي ومدى قدرتها على تغيير الأفكار التقليدية.
6. الكشف عن المعوقات التي تحد من فعالية مواقع التواصل الاجتماعي: تحليل التحديات التي تواجه المرأة الصعيدية في الاستفادة من هذه المنصات، وتقديم توصيات ومقترحات تهدف إلى تحسين دور مواقع التواصل في تعزيز الوعي الاجتماعي لديها.
7. اقتراح استراتيجيات لتعزيز الاستخدام الفعال: تقديم مقترحات عملية لتحسين تجربة المرأة الصعيدية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بما يسهم في تعزيز الوعي الاجتماعي والتفاعل الإيجابي.

#### الدراسات السابقة:

بعد مراجعة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي، نحو تشكيل الوعي الاجتماعي، اتضحت غلبة الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي للموضوعات الاجتماعية بشكل عام، كما وجدت الباحثة اهتماماً بحثياً بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية، إلا أنه

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

لوحظ محدودية الدراسات التي عنيت بواصة الوعي الاجتماعي لدى المرأة خاصة الدراسات العربية.

لذا قامت الباحثة بتقسيم الدراسات السابقة إلى محورين، كما تم ترتيب هذه الدراسات من الأحدث إلى الأقدم كالتالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الوعي الاجتماعي لدى المرأة.

■ **المحور الأول: الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي:**

**بواسطة علي سعيد العفري (2024) (5) بعنوان: "دور منصات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات وتأثيرها على المجتمع الإماراتي".**

سعت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل دور منصات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات وتأثيرها على الجمهور الإماراتي، بالتطبيق على زمتي جائحة كوفيد-19 وأمطار الفجوة. واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونموذج اتصالات الأرمة عبر منصات التواصل الاجتماعي، ونظرية ثراء الوسيلة الإعلامية. اعتمد الباحث على منهج المسح، بشقيه التحليلي والميداني، وطبقت الدراسة التحليلية على عينة من الحسابات الرسمية الإماراتية في منصتي إكس وإنستجرام، وتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور الإماراتي المتابع لمنصات التواصل الاجتماعي في مختلف إمارات الدولة، وتم تحديد حجم العينة ليكون (384) مفودة من المواطنين الإماراتيين. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أبرزها: كان المحقوى الأكبر حجماً لأرمة كوفيد19، بكل من منصتي إكس وإنستجرام في حساب وزارة الصحة ووقاية المجتمع على منصة إكس، ويرجع ذلك لاختصاص الوزارة بالأخبار الصحية بشكل عام وبالأخص جائحة كوفيد19، كونها أرمة صحية في المقام الأول والوزارة هي الجهة الرسمية المعنية بمواجهة هذه الأرمة. وفيما يتعلق بمحقوى أرمة الفجوة في حسابات الواسة بمنصتي إكس وإنستجرام، يتبين تصدّر حسابات المركز الوطني للأرصاد، ويرجع ذلك إلى طبيعة الأرمة ومدى اهتمام الجمهور بمعرفة المستجدات. الاستخدام الكثيف لمنصات التواصل الاجتماعي من جانب أفراد الجمهور الإماراتي، لتمرؤها بخصائص كثرة وإتاحتها لخدمات عديدة.

**بواسطة AlKhudari, Majed Numan (2023) (6) بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين العلاقات الاجتماعية بين طلاب الجامعة".**

هدفت الواجهة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين العلاقات الاجتماعية بين طلاب الجامعات الخاصة. استخدمت الواجهة المنهج الوصفي التحليلي. تكون مجتمع الواجهة من جميع طلاب ثلاث جامعات خاصة. تم اختيار عينة عشوائية قوامها 530 طالباً للإجابة على استبيان. توصلت نتائج الواجهة إلى: أن الطلاب يتمتعون بحرية استخدام مواقع الاجتماعية. أيضاً، يُستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصوراً للأخبار لأنها تتنافس مع وسائل الاتصال التقليدية، أُشربت نتائج الواجهة إلى أن الطلاب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي به العديد من السلبيات، بما في ذلك إضاعة الوقت والجهد، وتشويه الحقائق، ونشر الشائعات. في المقابل، لديهم العديد من الغايات، بما في ذلك تكوين صداقات جديدة، والتواصل مع الأصدقاء والأقرب، وتبادل الآراء. كشفت الواجهة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق الوضا المعرفي من خلال ترويض الطلاب بالمعلومات حول العالم. ويعتقد أنها ترضي الرغبة في الفضول بنسبة 80% والاحتياجات المعرفية بنسبة 77%.

**واجهة سالم بن ناصر الشريف (2022) (7) بعنوان: " مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحف السعودية الإلكترونية ".**

تناولت الواجهة بالبحث والتحليل مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحف السعودية الإلكترونية، وقد اعتمدت الواجهة في بنائها النظري على فلسفة "النموذج البنائي للمصداقية الإلكترونية". وقد اعتمدت الواجهة على منهج المسح في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة المدروسة، على عينة بلغت 100 مفودة، تم اختيارهم عن طريق العينة العشوائية المنتظمة بواقع 20 صحفياً من كل صحيفة من العاملين في الصحف الإلكترونية. وقد توصلت الواجهة إلى كثير من النتائج المهمة: حيث حُزت منصة تويتر على المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر اعتماداً عليها من قبل القائم بالاتصال كمصدر، حيث يعتمد غالبية الصحفيين في الصحف السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر إخبارية في تغطية الأحداث والقضايا التي تتناولها تلك الصحف. كما كشفت النتائج لرتفاع مستوى مصداقية صانع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي لدى القائم بالاتصال، مقلنة بمصداقية الوسيلة والرسالة.

**واجهة هبه إواهم محمد جمال الدين محمد (2020) (8) بعنوان: " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الأمني لدى الشباب المصري ".**

### دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الأمني لدى الشباب المصري، تعد هذه الدراسة من الدراسات والبحوث الوصفية. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الكمي في دراسات تحليل المضمون Content Analysis، وتم اختيار كل من الصفحات التالية لإجراء الدراسة التحليلية (الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية - الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري للقوات المسلحة)، وقد تحددت الفترة الزمنية الممتدة بين يناير 2018 وحتى يوليو 2019 لتكون فترة الدراسة 18 شهر وطبقت الدراسة على عينة عمدية من الشباب قوامها 400 مفردة، وتم تقسيمهم إلى ثلاث مجموعات حسب العمر ما بين (20-25، 25-30، 30-35) وذلك بناء على تقسيمات علم نفس النمو المفتوحة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: هناك علاقة بين نوافع تعرض الشباب المصري عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي واهتمامات الشباب المصري نحو الأحداث والقضايا الأمنية في المجتمع المصري. هناك اعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي واتجاهات الشباب نحو الأمن المصري. أبرز شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتأثراً من قبل الشباب المصري الفيس بوك وانستغرام وتويتر.

**دراسة (9) (2015) Reyaee, et.,al بعنوان: "تمط نمو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دول الخليج العربي".**

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة بكثرة عبر دول الخليج العربي التي تضم العراق والكويت والإمارات العربية المتحدة وسلطنة عمان وقطر والمملكة العربية السعودية. وفهم مملسة شبكات التواصل الاجتماعي والتضمين فيها وأهميتها في هذه المنطقة التي يسيطر عليها المسلمون. كما هدفت إلى تقييم استخدام ونمو مواقع التواصل الاجتماعي بين دول الخليج العربي، والتي تضم العراق والكويت والإمارات العربية المتحدة وسلطنة عمان وقطر والبحرين والمملكة العربية السعودية. تم أخذ البيانات المتعلقة بأعوام 2011 و2012 و2013 للتحليل. وخلصت الدراسة إلى أن: مستقبل مواقع التواصل الاجتماعي في دول الخليج العربي يبدو أكثر إشراقاً حيث تظهر مواقع الشبكات الاجتماعية الجديدة باستمرار بينما تتغير المواقع الحالية. يزايد عدد مستخدمي هذه المواقع باستمرار ليشمل الأشخاص من جميع الأعمار والخلفيات الاجتماعية. وأظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في دول الخليج هي فيسبوك وتويتر ويوتيوب. Facebook، منذ عام 2013م انتقل إلى الموقع الأول في كل من المملكة العربية السعودية والكويت، وبالتالي حل محل موقع Facebook.

■ المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الوعي الاجتماعي لدى المرأة:

رواسة (2024) Pouratashi, Mahtab,et.,al (10) بعنوان: " الوعي الاجتماعي لصحة المرأة: دراسة أساسية في غزاليا، مونشيغانج، بنغلاديش."

أجرت هذه الدراسة لتقييم الوعي الاجتماعي المتعلق بصحة المرأة في غزاليا، مونشيغانج، بنغلاديش. ركزت الدراسة على فهم المعرفة والمواقف والممارسات الموجودة فيما يتعلق بصحة المرأة لتوجيه التدخلات المستهدفة من أجل التحسين. وكان الهدف الأساسي للدراسة هو إجراء تحقيق شامل في مستوى الوعي الاجتماعي فيما يتعلق بصحة المرأة في غزاليا، مونشيغانج، بنغلاديش. تم تطبيق استبيان منظم على عينة تمثيلية من أفراد مجتمع عرة. بالإضافة إلى ذلك، تم إجراء مقابلات متعمقة ومناقشات جماعية مركزة لجمع رؤى دقيقة حول التصورات والممارسات الاجتماعية المتعلقة بصحة المرأة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: كشفت الدراسة عن رؤى نقدية حول مشهد الوعي الاجتماعي فيما يتعلق بصحة المرأة في عرة. وشملت النتائج الرئيسية التباين في المعرفة حول الصحة الإنجابية، ومحدودية الوصول إلى منتجات النظافة الشهرية، والفجوات الملحوظة في الوعي بالصحة العقلية. تم تحديد المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة والقيود الاقتصادية كعوامل مؤثرة في تشكيل الممارسات الصحية للمرأة. وسلطت الدراسة الضوء على الحاجة إلى تدخلات مستهدفة تعالج هذه التحديات المحددة لتعزيز الوعي الاجتماعي وتعزيز النتائج الصحية الأفضل للنساء.

رواسة زينب السيد علام رضوان (2023) (11) بعنوان: " دور الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي للمرأة المصرية."

استهدفت الدراسة التعرف علي دور الانترنت في تشكيل الوعي السياسي للمرأة المصرية، وتوضيح أبعاد هذا الدور وتأثوه عليها، وكذلك تأثير بعض المتغيرات الديموغرافية للمبحوثات على هذا الدور. وقد استندت الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، وذلك باستخدام أسلوب المسح بالعينة، حيث طبقت استمارة استبيان على عينة طبقية وفقا للوع والسن والمنطقة السكنية بنسب توزيعهم في المجتمع الأصلي، وبلغ قوامها 400 مفودة من النساء المصريات من سن 18 عاما فأكثر وحتى 50 عاما من نوي المستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة، وأن يكون لديهم مستوى تعليمي متوسط فأكثر نظراً لطبيعة القضية. وتضمنت الاستمارة عدداً من الأسئلة التي تقيس متغيرات الرواسة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الرواسة: أن غالبية أفراد العينة من المبحوثات

### دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

يحرصن على متابعة الانترنت وذلك بنسبة 99% ما بين معدل منتظم ومتوسط المتابعة، وتؤكد هذه النتيجة على الأهمية المتزايدة للإنترنت بصفة عامة في حياة أغلب المواطنين؛ وأنه أصبح مصوراً مهماً لمعلوماتهم، نظراً لاستخداماته المتعددة في متابعة القضايا والموضوعات ذات الشأن العام في مصر وفي العالم. تصورت الموضوعات السياسية قائمة أكثر الموضوعات التي تحرص المبحوثات على متابعتها على الإنترنت بنسبة 86%.

**رواسة. (12) Mahtab, Pouratashi, et., al (2021) بعنوان: "التحليل الاجتماعي لوعي الطالبات حول عمل المرأة في المجتمع الإسلامي (رواسة حالة: طالبات جامعة طهوان)".**

بحثت هذه الرواسة في وعي الطالبات حول عمل المرأة في المجتمع الإسلامي. استخدمت الرواسة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني. وكانت بيانات المرحلة الأولى (التوعوية)، تم جمعها عن طريق المقابلة وكان المشاركون 11 طالبة من العلوم الإنسانية في جامعة طهوان. وبناء على نتائج هذه المرحلة، وباستخدام أدبيات البحث تم تطوير استبانة وكأداة تم جمع بيانات المرحلة الثانية (الكمية) عن طريق المسح، وتكونت العينة من (132) طالبة من طالبات المرحلة الجامعية العلوم الإنسانية في جامعة طهوان باستخدام العينات العشوائية. وكان من أهم النتائج التي تم التوصل إليها: تشير نتائج الرواسة إلى أنه يمكن تصنيف الآثار الإيجابية لعمل المرأة إلى أربع مجموعات: فردية ونفسية، اقتصادية، معرفية وبصيرة، ثقافية واجتماعية. كما يمكن تصنيف التأثيرات السلبية إلى ثلاث مجموعات: فردية، وعائلية، واجتماعية. ووفقاً للنتائج، يمكن تجميع أسباب عمل المرأة في ثلاث فئات: معرفية، ونفسية، واقتصادية، واجتماعية. كما وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين وعي الطلاب بعمل المرأة تبعاً لمتغري: العضوية في المنظمات الطلابية الإسلامية، واستخدام الروامج الدينية في الإناعة والتلقويون. تشير نتائج الرواسة إلى أن مستوى وعي الطالبات حول عمل المرأة في المجتمع الإسلامي متوسط.

**رواسة سارة عيسى إواهم هندي (2019) (13) بعنوان: " دور وسائل الإعلام المحلية في تنمية الوعي ببعض قضايا العنف ضد المرأة الريفية".**

سعت هذه الرواسة للتعرف على الدور الذي تقوم به الروامج الموجهة للمرأة في التلقويون المحلي بالإسكندرية (القناة الخامسة)، لتنمية الوعي بقضايا العنف ضد المرأة لدى المرأة الريفية، وإمكانية تخطيط برنامج تليقويوني يلبي احتياجات المبحوثات في تنمية معرفهن ووعيهن واتجاهاتهن بالصورة المناسبة. تم اختيار عينة عشوائية من الفتيات والسيدات بشوط

أن يكن من المشاهدات لوامج القناة الخامسة بمحافظة البحوة، بلغ قوامها 150 مبحوثة بواقع 50 مبحوثة بكل قوية من القوى الثلاث. واستخدمت استمراي تحليل مضمون والاستبيان بالمقابلة الشخصية لجمع بيانات الواسة. وقد تمثلت أهم النتائج التي توصلت إليها الواسة فيما يلي: - جميع وامج الوأة في هذه القناة قد أذيعت على مدى فوة التحليل بشكل أسوعي (أي مرة واحدة في الأسوع)، ولا يتم إعادة إناعته مرة أخرى. كما أن جميع وامج الوأة بالقناة الخامسة تم إناعتها في " فوة الظهرة" وكانت تتم بطريقة "البث المباشر". ذيعت الوامج التي تناولت قضايا العنف ضد الوأة بالقناة الخامسة من خلال قالب" الوامج الجماهيري" الذي احتل المرتبة الأولى، يليه في المرتبة الثانية "قالب الحوار"، ويُؤخذ على القناة الخامسة تركوها على عدد محدود من القوال على حساب القوال الفنية الأخرى.

رواسة السيد عبد المقصود أحمد رزق (2017) (14) بعنوان: " برنامج مقترح لتنمية وعي الوأة المعيلة بأخطار التطرف الفكري والإهاب: رواسة شبه تجريبية من منظور طريقة العمل مع الجماعات مطبقة على قسم المعاشات بإدارة التضامن الاجتماعي بالندنجات محافظة البحوة."

هدفت الواسة إلى التعرف على برنامج مقترح للتدخل المهني لتنمية وعي الوأة المعيلة وإعدادها لتنشئة وعي من تعول والمحيطين بها بأخطار التطرف الفكري والإهاب. واستخدمت الواسة المنهج شبه التجريبي. وتمثلت أنوات الواسة من مقياس الوعي بأخطار التطرف الفكري والإهاب، ومقابلات مع الخواء والمتخصصين والمهتمين بالظاهرة. وتكونت مجموعة الواسة من عينة عشوائية من نساء رأمل وتعول وتتقاضى معاش من إدرة التضامن قسم المعاشات والضمان الاجتماعي، وطبقت الواسة بقسم الضمان والمعاشات بإدارة التضامن الاجتماعي (بالندنجات) محافظة البحوة. واشتمل الوامج المقترح للتدخل المهني على الأساس النظري للبرنامج، أهداف الوامج، استراتيجيات التدخل المهني، أساليب التدخل المهني، أوار الإخصائي الاجتماعي، أنشطة الوامج، تقييم الوامج، وصف مراحل التدخل المهني. كما توصلت الواسة لعدة نتائج ومنها: التأكيد على أهمية الممارسة المهنية لخدمة الجماعة في مواجهة أخطار التطرف الفكري والإهاب وإعداد الوأة المعيلة للمساهمة والتصدي للإهاب وتوعية أبنائها بأخطار التطرف الفكري للأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية. كما قدمت الواسة عدة توصيات ومنها، مراعاة الجانب الاقتصادي وتوفير الدعم للفئات الفقيرة لحماية المجتمع من تلك الظواهر الخطورة، وضرورة إصدار قوانين لمكافحة الإهاب وتشكيل إدرة علمية معاونة لمجلس مكافحة الإهاب.

من خلال استعراض بعض البحوث والدراسات السابقة لمواقع التواصل الاجتماعي وأولها المختلفة تجاه العديد من القضايا الاجتماعية في تشكيل الوعي الاجتماعي للمرأة الصاعدة سعت الدراسات للوصول إلى نتائج وتوصيات تتعلق بالدور الذي يمكن أن تقوم به في المجتمعات تبين الآتي:

1- من حيث الموضوع أو الهدف: تباينت أهداف الدراسات السابقة؛ حيث جاء معظمها للتعرف على الخطاب الإعلامي المستخدم لمواجهة القضايا الاجتماعية للمرأة، واهتمت بعض الدراسات بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالقضايا الاجتماعية وديورها في تشكيل الوعي مثل دراسة هبة إواهيم محمد جمال الدين (2020)، واهتمت بعض الدراسات بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالقضايا الاجتماعية مثل دراسة سلمى إواهيم محمد إواهيم (2015). وتختلف هذه الدراسة مع ما هدفت إليه الدراسات الأخرى في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي للمرأة الصاعدة وذلك من حيث تناولها للقضايا الاجتماعية للمرأة الصاعدة، ولم تتطرق أي دراسة من الدراسات الأجنبية لهذه الجوانب.

2- من حيث نوع الدراسة والمنهج: تباينت الدراسات السابقة وتوافقت في الأسلوب والمنهج وأداة الدراسة مثل دراسة AlKhadari, Majed Numan (2023) حيث اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، اعتمدت على استمارة تحليل مضمون واستمارة استقصاء. كما تتوعت أحجام العينات، واختلفت من دراسة إلى أخرى، وتتوعت أيضاً المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين من حيث العمر، والمسوي الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي كما وجدنا في أغلب الدراسات السابقة، والنوع، والمؤهل الواسي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

في هذا الصدد يمكننا ذكر بعضاً من أوجه الاستفادة التي استخلصت وتحققت من الاطلاع والرجوع إلى هذه الدراسات السابقة في الجوانب التالية:

- 1- الوقوف على أهمية الدراسة.
- 2- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في وضع المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة بما يتلاءم مع طبيعة الدراسة الحالية.
- 3- ساعد التطرق إلى هذه الدراسات السابقة في تحديد الإطار النظري للدراسة المتمثل في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

- 4- بلورة وتحديد المشكلة البحثية للرواية وصياغتها بأسلوب علمي والتحديد الدقيق لأهدافها التي سعت الرواية إلى تحقيقها.
- 5- صياغة فروض وتساؤلات الرواية بشكل علمي يحقق الاهداف التي تسعى إليها الرواية، وذلك بناء على ما جاء بها من نتائج.
- 6- اختيار المنهج المناسب للرواية والعينة الملائمة التي يمكن من خلالها التمثيل الصحيح لمجتمع الرواية ومن ثم الوصول إلى نتائج حقيقية وواقعية عن طبيعة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الوأة الصعيدية.
- 7- استفادات الباحثة أيضا من هذه الدراسات في اختيار أدوات جمع البيانات المناسبة لطبيعة موضوع الرواية الحالية.
- 8- اسهمت في تحديد بعض الابعاد المعلوماتية الهامة التي تتناول جزء من الإطار المعرفي لهذه الرواية.

#### المدخل النظري للرواية:

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Mass Media Dependency Theory):

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Mass Media Dependency Theory) على ركيزتين أساسيتين هما:

الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على مورد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات والجماعات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتعتبر عملية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أعقد من مجرد التعرض للوسيلة، فالتعرض قد يحدث على سبيل الصدفة أو لمجرد وجود عادة اتصالية، دون أن تعتبر الوسيلة مصورا للمعلومات وموجعا لاتخاذ القرارات. (15)

وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من المصادر:

- 1- تجميع المعلومات عبر المنوبين والراسلين
- 2- تنسيق المعلومات، أي تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان لكي تخرج بصورة مناسبة.



الباحثة / دعاء حسن صدقي أحمد

-يختلف الجمهور في نوجه اعتماده على وسائل الإعلام، نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية. (20)

#### تسؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة على تسؤل رئيس يتمثل في: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية؟، ويترتب على هذا التسؤل عدة تسؤلات فعية:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية؟  
ما العلاقة بين متابعي ومستخدمي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لدى المرأة في أبعاده السياسية والاقتصادية والحقوقية؟  
ما العلاقة بين اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي وموضوعات تتصل بالمعرفة والإثراك والسلوك لدى المرأة؟  
ما العلاقة بين كثافة متابعين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة نوجه الوعي الاجتماعي لدى المرأة؟

ما العلاقة بين متابعين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية وأبعادها المختلفة؟

#### فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الدراسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها.  
**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتوتبة عن ذلك الاعتماد.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الدراسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والثقة بما تطرحه من موضوعات تخص الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوافع تعرض المرأة الصعيدية عينة الدراسة للصفحات التي تقدم معلومات عن قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها.

### دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

**الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية عينة الواصة وفقاً للخصائص الديموغرافية (السن-المستوى التعليمي-المهنة - مكان الإقامة).

#### فروع الواصة:

تتنتمي هذه الواصة إلى (الواصات الوصفية) التي تستهدف دراسة الحقائق الواهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع، وكذلك تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد.

#### منهج الواصة:

نظراً لطبيعة هذه الواصة، والرغبة في الحصول على أكبر قدر من الدقة العلمية، فقد استخدمت الباحثة **منهج المسح (Survey)** والذي جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث ولفترة زمنية كافية للواصة (21).

#### مجتمع وعينة الواصة:

يتمثل مجتمع الواصة الحالية في المرأة الصعيدية على مستوى جميع محافظات وجهه قبلي عامة بجمهورية مصر العربية في الفئة العمرية من 18-50 سنة فأكثر، وسيتم تطبيق الواصة على عينة حصصية قوامها 400 مفردة من عينة من نساء صعيد مصر من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والمستويات التعليمية. ويبين الجدول التالي خصائص عينة الواصة:

**جدول (1) خصائص عينة الواصة الميدانية من المرأة الصعيدية**

الخصائص	الفئات	ك	%
السن	من 18: إلى أقل من 29 سنة	176	44.00
	من 30: إلى أقل من 39 سنة	158	39.50
	من 40: إلى أقل من 49 سنة	44	11.00
	50 سنة فأكثر .	22	5.50
	المجموع	400	100.00
المستوى التعليمي	تعليم متوسط	42	10.50
	فوق متوسط	66	16.50

56.00	224	جامعي	
17.00	68	فوق الجامعي	
100.00	400	المجموع	
14.25	57	موظفة حكومية	المهنة
26.00	104	موظفة قطاع خاص	
21.00	84	عمل خاص	
38.75	155	ربة منزل (لا أعمل)	
100.00	400	المجموع	
33.00	132	ريف	مكان الإقامة
67.00	268	حضر	
100.00	400	المجموع	

#### أنوات جمع البيانات:

تعتمد الواسة على استخدام أداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة محل الواسة، ويتم تطبيقها لوصد أنماط استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات، وحجم ثقتهم بمصادقيتها، فضلاً عن قياس مستوى شعورهم بتشكيل الوعي الاجتماعي، وأثر الخصائص الديموغرافية في مستوى الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية.

#### متغيرات الواسة:

- 1- المتغير المستقل: مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- المتغير التابع: الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية.
- 3- المتغير الوسيط: الخصائص الديموغرافية (السن-المسوى التعليمي-المهنة - مكان الإقامة).

#### اختبارات الصدق والثبات:

#### اختبار الصدق:

ويعنى أن أنوات (المقياس أو الاختبار) تبدو بوضوح على أنها تقيس الموضوع الذي صممت لقياسه، وأن مضمون الأداة يبدو أنه يتفق تماماً مع الغرض منه، وسوف يتم قياس صدق الأداة، من خلال ما يأتي:

### **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي**

-الفحص الدقيق لأنوات جمع البيانات من حيث المحوى والصياغة اللغوية، بحيث تكون لغة البنود والأسئلة ومحتواها والاستجابات عليها تبدو أنها تقيس الموضوع المراد قياسه، وتكون مقبولة وواضحة للمتخصصين والمفحوصين على السواء.

-عرض الاستمارة على عدد من المحكمين المتخصصين (22) من نوي الصلة بالمشكلة البحثية من أساتذة الجامعات؛ للتأكد من أن أسئلة الاستبيان وتحقق أهداف الدراسة، وأنها تقيس ما أعدت لقياسه بالفعل، والتأكد من صدقها وصلاحيتها.

-سيتم تعديل بعض الأسئلة من حيث الحذف والإضافة طبقاً لآراء بعض السادة المحكمين، ثم صياغة استمارة الاستبيان بما تتضمنه من مقاييس في صورتها النهائية.

### **اختبار الثبات Stability:**

يقصد بثبات استمارة الاستبانة التأكد من أنها قادرة على إعطاء النتيجة ذاتها عند استخدامها أكثر من مرة بشروط ثبات المتغيرات الخاصة بها (الجمهور والظروف التي طبقت فيها الاستمارة)، ولكي تضمن الباحثة ذلك أعادت الاختبار على 10% من قيمة العينة وعددهم (40) مفردة من العينة الأولى المعروفين للباحثة، وزعت بعد خمسة عشر يوماً من إجاباتهم عن الاستمارة الأولى بهدف ضمان عدم تذكر المبحوثين إجاباتهم الأولى، أو أن يكونوا اكتسبوا خوات وأركوا اتجاهات وممارسات خاصة بمتغيرات الدراسة، وذلك للتأكد من قوة الأداة على القياس وجمع المعلومات مهما تغيرت الظروف، وتم التحقق من ثبات الاستمارة من خلال برنامج (SPSS) لحساب معاملات الارتباط ونسب الاتفاق، باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، الذي أظهرت نتائجه أن قيمة المعامل لكل محور الاستمارة الميدانية ولوحته بين (0.856 : 0.923)، بمتوسط عام لجميع عيانات الاستبانة بلغت قيمته (0.882)، وبما أن قيم معامل ألفا كرونباخ تقع بين (0 : 1)، وكلما اقترب من القيمة (1) دل على وجود ثبات عال، فإن قيمة متوسط معامل ألفا لجميع عيانات الاستبانة تدل على أن أداة الدراسة ذات ثبات كبير، وتزيد الثقة بصحة الاستبانة وصلاحيتها للتحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار فرضياتها.

### **المعالجة الإحصائية للبيانات:**

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قامت الباحثة بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " (Statistical Package for Social Science) (SPSS Science). وبناء عليه تم عمل مقاييس وصفية تشمل الجداول والتوزيعات التكرارية،

الباحثة / دعاء حسن صدقي أحمد

والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات  
الدراسة وفق الآتي:

• التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent

• المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation

• الأوزان النسبية: وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الثلاثي ثم  
ضوب النتائج  $\times 100$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس  
• معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية  
بين متغيرين من مسوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة  
المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300: 0.600، وقوية إذا كانت  
أكثر من 0.600.

• اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين  
والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).

• اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً  
ANOVA، أو اختبار "ف" وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.  
• الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance  
Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر الفروق والتباين وإجراء  
المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت اختبار (ANOVA) وجود فروق دالة  
إحصائية بينها.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

ستعتمد الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية  
من عدمه، وبناء على ذلك سيتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95%  
فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

المصطلحات والمفاهيم الإحصائية:

- واقع التواصل الاجتماعي: تُعرف بأنها "مواقع تُتيح للمستخدم إنشاء حساب خاص على شبكة  
الإنترنت، للتواصل مع الآخرين، ومشركة المعلومات والأفكار والآراء، عبر الوسائل  
المكتوبة والصوتية والمرئية". (23)

وتعرفها الباحثة إحصائياً بأنها تطبيقات ومواقع على شبكة الإنترنت تتيح لمستخدمها التفاعل  
والمشاركة في الحوار والنقاش وإبداء الرأي، وتعتمد عليها المرأة الصاعدة في التعرف على

### دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

- الأخبار والمعلومات، كما أنها في مواقع تقوم بدور في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية كالفيس بوك، وتويتر، واليوتيوب.
- الدور: هو نموذج يركز حول بعض الحقوق والواجبات، ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معين، ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات يعتقها الآخرون كما يعتقها الفرد نفسه. (24).
- كما تعرفه الباحثة إهوائياً بأنه: الوظيفة أو الأداء الذي تقوم به وسيلة من وسائل الإعلام بالنسبة للمرأة الصعيدية المستهدفة في مجال معين كالتعليم والأخبار والإرشاد والتوجيه وغيرها.
- الوعي المجتمعي: مجموعة القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية والاجتماعية التي تتيح للفرد المشاركة بفاعلية في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، والحكم عليها، وتحديد موقفه منها من أجل تغييرها. (25)
- ويعرف الوعي الاجتماعي في دائرة المعرف البريطانية بأنه: هو الفهم وسلامة الإدراك، ويقصد بالإدراك هنا معرفة الإنسان لنفسه، والمجتمع الذي يعيش فيه. (26)
- كما تعرفه الباحثة إهوائياً بأنه: هو وعي المرأة الصعيدية بشكل عام بمختلف قضايا المجتمع التي ترتبط بحياتها وواقعها وتحدد ملامح مستقبلها، وتشكيل الوعي الاجتماعي بكل أنواعه وهي: الثقافي والديني والاقتصادي والسياسي والقانوني والأخلاقي والوعي الصحي.
- نتائج الدراسة:**

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الدراسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها.

جدول (2) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الدراسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها

اهتمام المرأة الصعيدية عينة الدراسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي				المتغيرات
العدد	نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
400	طردية متوسطة القوة	0.000	**0.338	الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

وجود علاقة دالة احصائياً بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الواسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.338)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد اهتمام المرأة الصعيدية عينة الواسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد الوعي الاجتماعي لديها، والعكس بالعكس.

وبذلك يُقبل الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الواسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن ذلك الاعتماد.

جدول (3) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن ذلك الاعتماد

اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي				المتغيرات
العدد	نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
400	طردية متوسطة القوة	0.000	**0.451	التأثيرات المعرفية
400	طردية متوسطة القوة	0.000	**0.449	التأثيرات الوجدانية
400	طردية متوسطة القوة	0.000	**0.453	التأثيرات السلوكية

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

- وجود علاقة دالة احصائياً بين اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية المترتبة عن ذلك الاعتماد، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.451)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد معها التأثيرات المعرفية المترتبة عن ذلك الاعتماد، والعكس بالعكس.

### دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

- وجود علاقة دالة إحصائياً بين اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الوجدانية المترتبة عن ذلك الاعتماد، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.449)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد معها التأثيرات الوجدانية المترتبة عن ذلك الاعتماد، والعكس بالعكس.
- وجود علاقة دالة إحصائياً بين اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية المترتبة عن ذلك الاعتماد، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.453)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد معها التأثيرات السلوكية المترتبة عن ذلك الاعتماد، والعكس بالعكس.
- وبذلك يُقبل الفرض العلمي القائل بوجود علاقة رتبائية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثات على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالمرأة الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن ذلك الاعتماد.

الفرض الثالث: توجد علاقة رتبائية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الدراسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والثقة بما تطرحه من موضوعات تخص الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية.

جدول (4) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الدراسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والثقة بما تطرحه من موضوعات تخص

### الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية

اهتمام المرأة الصعيدية عينة الدراسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي				المتغيرات
العدد	نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
400	طردية متوسطة القوة	0.000	**0.472	الوعي الاجتماعي لدى المرأة

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

- وجود علاقة دالة إحصائياً بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الواسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والثقة بما تطرحه من موضوعات تخص الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.472)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد اهتمام المرأة الصعيدية عينة الواسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كلما زادت الثقة بما تطرحه من موضوعات تخص الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية، والعكس بالعكس.

- وبذلك يُقبل الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام المرأة الصعيدية عينة الواسة بمتابعة قضاياها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوافع تعرض المرأة الصعيدية عينة الواسة للصفحات التي تقدم معلومات عن قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها.

جدول (5) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين نوافع تعرض المرأة الصعيدية عينة الواسة للصفحات التي تقدم معلومات عن قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها

لديها

الوعي الاجتماعي لدى المرأة الصعيدية				المتغيرات
العدد	نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
400	طردية متوسطة القوة	0.000	**0.545	النوافع النفعية
400	طردية متوسطة القوة	0.000	**0.534	النوافع الطقوسية

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

- وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوافع النفعية لتعرض المرأة الصعيدية عينة الواسة للصفحات التي تقدم معلومات عن قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.545)، وهي دالة عند مستوى

#### دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

- معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زادت الدوافع النفعية لتعرض المرأة الصعيدية عينة الواصة للصفحات التي تقدم معلومات عن قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد الوعي الاجتماعي لديها، والعكس بالعكس.
- وجود علاقة دالة إحصائياً بين الدوافع الطقوسية لتعرض المرأة الصعيدية عينة الواصة للصفحات التي تقدم معلومات عن قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.534)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زادت الدوافع الطقوسية لتعرض المرأة الصعيدية عينة الواصة للصفحات التي تقدم معلومات عن قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد الوعي الاجتماعي لديها، والعكس بالعكس.
- وبذلك يُقبل الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوافع تعرض المرأة الصعيدية عينة الواصة للصفحات التي تقدم معلومات عن قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الاجتماعي لديها.
- الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية عينة الواصة وفقاً للخصائص الديموغرافية (السن-المستوى التعليمي-المهنة - مكان الإقامة).

جدول (6) نتائج اختبار (T.Test) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثات محل الواصة على

مقياس وعيها الاجتماعي وفقاً لمتغير مكان الإقامة

المتغيرات	مكان الإقامة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية	ريف	132	2.5742	0.46489	1.280	398	0.201
	حضر	268	2.5131	0.44159			
	المجموع	400					

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية عينة الواصة وفقاً لمتغير مكان الإقامة، حيث بلغت قيمة "ت" (1.280)، وهي غير دالة

عند مستوى معنوية (0.201)، أي أنه لا توجد اختلافات بين ساكني الريف والحضر في وعيهم الاجتماعي.

جدول (7) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين محل الدراسة على مقياس وعيهم الاجتماعي وفقاً لـ (السن، المؤهل الواسي-المهنة).

المتغيرات	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	
الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية	من 18: إلى أقل من 29 سنة	176	2.5852	0.40470	1.918	3 396	0.126	
	من 30: إلى أقل من 39 سنة	158	2.4797	0.43884				
	من 40: إلى أقل من 49 سنة	44	2.4818	0.55543				
	50 سنة فأكثر	22	2.6045	0.59320				
	المجموع	400	2.5333	0.44975				
	المؤهل العلمي							
		تعليم متوسط	42	2.5238	0.55252	3.069	3 396	0.028
		فوق متوسط	66	2.6773	0.41613			
		جامعي	224	2.5156	0.41429			
		فوق الجامعي	68	2.4574	0.50114			
المجموع		400	2.5333	0.44975				
المهنة								
	موظفة حكومية	57	2.5000	0.51686	0.266	3 396	0.850	
	موظفة قطاع خاص	104	2.5144	0.42114				
	عمل خاص	84	2.5500	0.48928				
	ربة منزل (لا أعمل)	155	2.5490	0.42217				
	المجموع	400	2.5333	0.44975				

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار "ف" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الوعي الاجتماعي للمرأة الصعيدية عينة الدراسة وفقاً لمتغير السن، حيث كانت قيمة "ف"

#### دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

(1.918)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.126)، أي أنه ليس هناك اختلاف

بين عينة الواسة على اختلاف أعمالهن في الوعي الاجتماعي لديهن.

• أظهر استخدام اختبار "ف" وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الوعي الاجتماعي للوأة الصعيدية عينة الواسة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث كانت قيمة "ف" (3.069)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.028)، أي أن هناك اختلاف بين عينة الواسة على اختلاف مستوياتهن التعليمية في وعيهن الاجتماعي، وأظهر اختبار L. S.D أن ذلك الاختلاف لصالح أواد العينة أصحاب المؤهل فوق المتوسطة بمتوسط حسابي (2.6773).

• أظهر استخدام اختبار "ف" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الوعي الاجتماعي للوأة الصعيدية عينة الواسة وفقاً لمتغير المهنة، حيث كانت قيمة "ف" (0.266)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.850)، أي أنه ليس هناك اختلاف بين عينة الواسة على اختلاف مهنتهن في الوعي الاجتماعي لديهن.

#### أهم نتائج الواسة:

1. جاءت درجة تعرض الوأة الصعيدية عينة الواسة لمواقع التواصل الاجتماعي مرتفعة بوجه عام حيث جاء من يتعرض لها بصفة (دائمة) في المقدمة، يليها درجة التعرض غير المنتظم (أحياناً) في الترتيب الثاني، وأخراً جاءت درجة التعرض لها (ناوياً).

2. أوضحت نتائج الواسة أن موقع (الفيس بوك) جاء في المرتبة الأولى بين شبكات التواصل الاجتماعي التي تتعرض لها الوأة الصعيدية عينة الواسة، بينما جاءت شبكة (الانستغرام) في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاءت شبكة (اليوتيوب)، أما (تليجرام) فجاء في المرتبة الرابعة ثم (تيك توك).

3. كشفت نتائج الواسة أن (الصفحات الدينية) جاءت في المرتبة الأولى بين أهم الصفحات التي تفضل الوأة الصعيدية عينة الواسة التعرض لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما جاءت (صفحات الوأة) في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاءت (الصفحات الاجتماعية)، ثم (الصفحات الثقافية) جاءت في المرتبة الرابعة.

4. جاءت درجة تعرض الوأة الصعيدية عينة الواسة لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم قضايا الوأة الصعيدية متوسطة بوجه عام، حيث جاء من

- يتعرض لها غير منتظمة (أحياناً) في المقدمة بنسبة 46%، يليها درجة التعرض بصفة (دائمة) في الترتيب الثاني بنسبة 33.75%. وأخيراً جاءت درجة التعرض (ناوياً) بنسبة 20.25%.
5. أفادت نسبة 48% من عينة الولاية أن درجة اعتمادهن على المعلومات التي تقدمها الصفحات الخاصة بالولاية الصعيدية على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت (بدرجة متوسطة)، بينما أفادت نسبة 27.75% منهن أنهن يعتمدن عليها (بدرجة كبيرة)، وأخيراً أفادت نسبة 23.25% أنهن يعتمدن عليها (بدرجة ضعيفة).
6. كشفت نتائج الولاية أن صفحة (المجلس القومي للمرأة) جاءت في المرتبة الأولى بين أهم الجهات والمؤسسات التي تحرص عينة الولاية على متابعة معلوماتها المنشورة عن قضايا المرأة بصفحاتها بمواقع التواصل الاجتماعي، بينما جاءت صفحة (المجلس القومي للأمم المتحدة والطفولة) في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاءت صفحة (الجهات العربية المتخصصة في قضايا المرأة)، ثم صفحة (الجمعيات الأهلية التي تقدم قضايا عامة ومرتبطة بها بالولاية) جاءت في المرتبة الرابعة.
7. جاء دافع (المعالجة الأكثر موضوعية وصراحة في طرح قضايا المرأة المتداولة بها) في المرتبة الأولى بين الدوافع النفعية لتعرض الولاية الصعيدية عينة الولاية للصفحات التي تقدم معلومات عن قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي، في المرتبة الثانية جاء دافع (تكسبني المعلومات المتعلقة بقضايا المرأة الوعي بأبعادها مما يجعلني مؤثراً فيها)، ثم في المرتبة الثالثة دافع (التعرف على الأطوار المجتمعية المؤثرة في خلق الوعي بقضايا المرأة الصعيدية).
8. جاء دافع (سهولة التعرض لهذه الصفحات بأي وقت وأي مكان) في المرتبة الأولى بين الدوافع الطقوسية لتعرض الولاية الصعيدية عينة الولاية للصفحات التي تقدم معلومات عن قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي، في المرتبة الثانية جاء دافع (سهولة البحث عن المعلومات المتعلقة بقضايا المرأة والتي رُيدها عبر هذه الصفحات)، ثم في المرتبة الثالثة دافع (لاعتيادي على متابعة هذه الصفحات الخاصة بالولاية الصعيدية).
9. جاءت (حقوق المرأة التعليمية) في المرتبة الأولى بين أهم الحقوق الخاصة بالولاية الصعيدية والتي تثارها الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات

#### دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

عنها للجمهور، بينما جاءت (حقوق المرأة الأسوية) في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاءت (حقوق المرأة في الحماية من الاستغلال والعنف)، ثم (حقوق المرأة الصحية) جاءت في المرتبة الرابعة.

10. جاءت (قضايا العنف التي تتعرض لها المرأة) في المرتبة الأولى بين أبرز القضايا الخاصة بالمرأة الصعيدية والتي تنشرها الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتقدم معلومات عنها للجمهور، بينما جاء (الزواج المبكر) في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاء (حرمان المرأة من حقها في التعليم)، ثم (حرمان المرأة من المراث) جاءت في المرتبة الرابعة.

#### التوصيات والمقترحات:

##### من خلال نتائج الدراسة توصلت الباحثة إلى عدد من التوصيات كما يلي:

1. توصي الباحثة بضرورة توجيه مزيد من الاهتمام بالمشاركة الجماهيرية أثناء تناول قضايا المرأة بمواقع التواصل الاجتماعي، خاصةً على مستوى الصفحات المتخصصة في قضايا المرأة.
2. توصي الباحثة بضرورة اهتمام صفحات التواصل الاجتماعي بإباز النماذج الناجحة من النساء بصعيد مصر في مختلف المجالات، مما يعزز من مكانة المرأة في المجتمع.
3. الاهتمام بالتنوع في عرض الموضوعات التي تهم المرأة المصرية الصعيدية، مع الاستعانة بالخبراء والمتخصصين في مناقشة الموضوعات والقضايا الحيوية بما يتفق مع ثقافتها وعاداتها الاجتماعية.
4. أصبح من الواجب على صفحات التواصل الاجتماعي أن تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية بتأكيد دور المرأة الإيجابي الذي تقوم به في المجتمع.
5. تقترح الباحثة محاولة الاستفادة من الإعلام الجديد ومختلف التطبيقات التي يتيحها، وتوظيفه في خدمة قضايا المرأة المصرية الصعيدية.
6. ضرورة قيام المؤسسات المعنية بقضايا المرأة وحقوقها بالتوسع في إنشاء قنوات للتعبير عن آرائها ومشكلاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، حتى تستطيع من خلالها معالجة قضايا المرأة والتواصل معها.

#### المراجع والهوامش:

1. أمل السيد نواز، استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في الصفحات المتخصصة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، العدد 2، أبريل 2015، ص 79.
2. سلمى إواهيم، دور الشبكات الإعلامية في توعية المرأة بالقضايا الاجتماعية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 4، أكتوبر-ديسمبر 2015، ص 412.
3. روان خالد محمود، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية للمرأة الفلسطينية، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الأقصى، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، فلسطين، 2021، ص 67.
4. المركز المصري لحقوق المرأة، التقرير السنوي لوضع المرأة المصرية 2017، تقرير شامل لوضع المرأة المصرية، عام 2017.
5. محمد علي سعيد العفري، دور منصات التواصل الاجتماعي في إبراز الأدات وتأثيرها على المجتمع الإماراتي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2024.
6. AlKhudari, Majed Numan. "The Role of Social Networks in Forming Social Relations among University Students." *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology* 11.1 (2023):pp. 222-236.
7. سالم بن ناصر الشوييف، مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحف السعودية الإلكترونية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 79، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، إبريل 2022، ص ص 139-196.
8. أهبة إواهيم محمد جمال الدين محمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الأمني لدى الشباب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2020.
9. Reyaee, Sulaiman, and Aquil Ahmed. "Growth pattern of social media usage in Arab Gulf states: an analytical study." *Social Networking*, 4.02 (2015):pp. 23-32.
10. Pouratashi, Mahtab, and Asghar Zamani. "Sociological analysis of female students' awareness about women's employment in Islamic

- society (Case study: Female students at Tehran University)." Quarterly of Social Studies and Research in Iran, 10.2 (2021): pp.561-586.
11. زينب السيد علام رضوان، دور الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي للمرأة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنوفية، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2023.
12. Mahtab, Pouratashi, and Asghar Zamani. "Sociological analysis of female students' awareness about women's employment in Islamic society (Case study: Female students at Tehran University)." Quarterly of Social Studies and Research in Iran, 10.2 (2021): pp.561-586.
13. سارة عيسى إواهم هندي، دور وسائل الإعلام المحلية في تنمية الوعي ببعض قضايا العنف ضد المرأة الريفية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الزراعة، قسم المجتمع الريفية، 2019.
14. السيد عبد المقصود أحمد رزق، برنامج مقترح لتنمية وعي المرأة المعيلة بأخطار التطرف الفكري والإهابي: دراسة شبه تجريبية من منظور طريقة العمل مع الجماعات مطبقة على قسم المعاشات بإدارة التضامن الاجتماعي بالدلتجات محافظة البحرة، مجلة الخدمة الاجتماعية، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين، المجلد 9، العدد 57، مصر، يناير 2017، ص ص 407-455.
15. Jakob, Nikolaus Georg Edmund. "No alternatives? The relationship between perceived media dependency, use of alternative information sources, and general trust in mass media." International Journal of Communication, p. 4=
16. Ho, Shirley S., Youqing Liao, and Sonny Rosenthal. "Applying the theory of planned behavior and media dependency theory: Predictors of public pro-environmental behavioral intentions in Singapore." Environmental Communication 9.1 (2015): p. 77.
17. Loveless, Matthew. "Media dependency: Mass media as sources of information in the democratizing countries of Central and Eastern Europe." Democratisation 15.1 (2008): p.162.
18. مرفت الطوابيشي، وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال، (القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2009)، ص 142.
19. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010)، ص 303.

20. Melvin Defleur and Sandra Ball-Rokeach, Theories of Mass Media Effects Communication Research, vol. 13, (1976):p. 4.
21. عبد الباسط محمد محسن، (2011)، "أصول البحث الإجتماعي"، (القاوة: مكتبة وهبة للطباعة والنشر)، ص 290.
22. تمثلت قائمة المحكمين في:
- ❖ أ.د/ اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام بكلية دراسات الطفولة بجامعة عين شمس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال.
  - ❖ أ.د/ الأموة سماح صالح أستاذ الإناعة والتليفزيون، كلية الإعلام جامعة القاوة.
  - ❖ أ.د/ حسن عماد مكروي أستاذ الإناعة والتليفزيون، وعميد كلية الاعلام الأسبق، كلية الإعلام جامعة القاوة.
  - ❖ أ.د/ شويرين سلامة السعيد أستاذ مساعد في قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاوة.
  - ❖ أ.د/ صابر عسوان أستاذ الإناعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاوة.
  - ❖ أ.د/ عادل فهمي أستاذ الإناعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة القاوة.
  - ❖ أ.د/ محمد معوض إواهم أستاذ الإناعة والتليفزيون-كلية اللراسات العليا للطفولة-جامعة عين شمس.
  - ❖ نشوة سليمان عقل أستاذ الإناعة والتليفزيون-كلية الإعلام-جامعة القاوة.
  - ❖ أ.م.د/ علا عامر أستاذ الإناعة والتليفزيون المساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس ووكيل الكلية.
23. عبد الرحمن الشاعر، وسائل التواصل الاجتماعي، (الأردن: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، 2015)، ص 6.
24. بشوى جميل الولى، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري، المجلة الدولية للآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، الأكاديمية العربية للعلوم الإنسانية والتطبيقية، 2018، العدد 10، ص 36.
25. حسام الدين جاد، جغرافية التنمية، أسس وتطبيقات، (الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2019)، ص 65.
26. زكريا اواهم الدسوقي، "دور الحملات الاعلامية في القنوات الفضائية في توعية الواهقين بقضية المخوات"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاوة، كلية الاعلام، عدد 62، 2018، ص 631.