

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس

بعنوان:

دور الحملات الإعلامية الالكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة

إشراف:

نواري عائشة

إعداد الطلبة:

- دهيمن صونيا

- قاسم جميلة

- توزي سارة

السنة الجامعية: 2021-2022

شكر و عرفان

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا
محمد سيد الخلق اجمعين وخاتم
الأنبياء والمرسلين وعلى إله الاطهار
وأصحابه الاخيرار اما بعد.

نشكر الله عز وجل ونحمده على نعمه
التي لا تحصى وعنايته التي لا تنسى
والتي كان منها ان أكرمنا بان نتم
عملنا في هذه الدراسة.

ونتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان
لأستاذتنا الفاضلة نوارى عائشة على
تفضلها بالأشراف على مذكرتنا
وتوجيهاتها ونصائحها القيمة وجهودها
المستمرة جزاها الله خيرا

كما نتقدم بخالص الشكر والعرفان الى
جميع أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال
والى جامعة اكلي محند اولحاج التي
منحتنا هذه الفرصة لإكمال مسيرتنا
العلمية.

ونتقدم كذلك بالشكر الجزيل الى كل
من ساهم من بعيد او قريب في انجاز
هذا العمل ونخص بالذكر زيداني
ايمان.

إهداء

الى من افتقد الابتسامة في عينيه فرحا بانجازي في هذه اللحظة ..
الى من احمل اسمه بكل افتخار ..الى من لم يكمل معي مشواري ..
الى روح ابي الطاهرة رحمه الله
الى ملاكي في الحياة..الى نبع الحنان و سر الوجود ..
الى من كانت لي اب و ام ..
الى من كان دعائها سر نجاحي ..امي الغالية
الى ملاذي و قوتي و سندي بعد الله سبحانه و تعالى
و من عشت معهم اجمل الذكريات اخوتي و اخواتي
و اخص بالذكر اخي منير و اختي فايذة حفصهم الله
الى من جمعني بهم منبر العلم و الصداقة
زميلاتي جميلة و سارة.

صونيا



فهرس
المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	كلمة شكر
	مقدمة العامة
الإطار المنهجي	
03	التمهيد
04	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
06	دراسات سابقة
07	أهمية الدراسة وأهدافها
08	نوع الدراسة و منهجها و أدواتها
11	تحديد مجتمع البحث و عينة الدراسة
12	تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
15	صعوبات الدراسة
16	المقاربة النظرية للدراسة

الإطار النظري	
21	المبحث الأول: الحملات الإعلامية الالكترونية
21	المطلب الأول: تعريف الحملات الإعلامية الالكترونية
21	المطلب الثاني: تطورات الحملات الإعلامية الالكترونية
21	المطلب الثالث: أهمية الحملات الإعلامية الالكترونية
21	المطلب الرابع: أهداف الحملات الإعلامية الالكترونية
21	المطلب الخامس: أنواع الحملات الإعلامية الالكترونية

21	المطلب السادس: أشكال الحملات الإعلامية الالكترونية
22	المبحث الثاني: قضايا العنف ضد المرأة
22	المطلب الأول: تعريف العنف ضد المرأة
22	المطلب الثاني: أنواع العنف ضد المرأة
22	المطلب الثالث: أسباب العنف ضد المرأة
22	المطلب الرابع: أثار العنف ضد المرأة
22	المطلب الخامس: نظرة الإسلام إلى العنف ضد المرأة
22	المطلب السادس: الاعلام والعنف ضد المرأة
	الخاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق
	ملخص الدراسة



المقدمة:

لقد أحدثت تطورات الإعلام ووسائله نقلة نوعية في حياة الجمهور لا يمكن وصفها حيث فرضت هاته الأخيرة شبكة معلوماتية اجتماعية، ثقافية وسياسية جديدة ذات افاق واعدة مختلفة و لم تعد كتطبيق منظومة معلوماتية فقط بل أصبحت كتقنية شبكية تفاعلية بالدرجة الأولى بها أصبح الجمهور أكثر نشاط في تبادل ونشر المعلومات و حتى انتاج الرسائل الإعلامية من بين هذه الوسائل هناك ما يعرف بالجملة الإعلامية التي لها دور في التأثير على الرأي العام خاصة بما تهتم به و تصنف ضمن أهم الموضوعات العلمية التي يجب أن تطرح في الساحة الإعلامية بقوة بالأخص الحملات الإعلامية الإلكترونية التي تعتبر من أهم تلك الوسائل الإعلامية التي لها القدرة على التأثير و الإقناع و تغطية الأحداث و معالجة القضايا الاجتماعية من بين هذه القضايا العنف ضد المرأة الذي انتشر بشكل واسع بالعالم حتى أصبح حديث الساعة في وسائل الاعلام الذي جعل من المرأة اليوم واقع حزين مؤلم، إذ تتعرض لكل الاشكال المختلفة من العنف يشمل العنف الجسدي، اللفظي والمعنوي الاجتماعي و الصحي، تعتبر آثار العنف ضد المرأة مدمرة لها ولأسرتها بل و للمجتمع كذلك فخطورتها تتطلب تفعيل جميع أفراد المجتمع ومؤسساته للعمل على الحد من هذه الجريمة بأن قضية المرأة تدخل في سياق قضايا الأمة الثقافية السياسية و الاقتصادية و الرفع من مستواها و حل إشكالاتها و يعزز الأمة و يرفعها.

غير أن الدين الإسلامي الحنيف له النفاتة حول المرأة فإنه قد حفظ المرأة و حفظ حقها و مكانتها في المجتمع و نهى عن ضربها و تعنيفها بأي شكل من الأشكال حيث أباح مواطن الضرب إلا في حالات معينة بشروط موضحة من أجل تأديب و توقيفها عند الحد لا أكثر لقوله تعالى: "الرجال قوامون على النساء بما فضل الله بعضهم على بعض و بما أنفقوا من أموالهم الصالحات قانتات حافظات للغيب بما حفظ الله و التي تخافون نشوزهن فعظوهن و هجروهن في المضاجع و أضربوهن فإن أطعنكم فلا تبغوا عليهن سبيلا إن الله كان عليا كبيرا (34)" النساء الآية 34 .

فعل هذه الأطروحة تكون اسهاما في توعية الجمهور بهذا النوع من القضايا الاجتماعية الأكثر تداولها في المجتمع و العالم ككل التي لها تأثير سلبي على المجتمع عامة و النساء خاصة،

وبها قد لعبت الحملات الإعلامية الإلكترونية دورا مهما في توعية وتفطين المجتمع لمثل هذه القضايا قضية العنف ضد المرأة و الحد منه و هذا ما دعانا إلى تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية و الإلكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة حيث سوف نطرح الفصل الأول الان إطار المنهجي الذي يهتم بإشكالية الدراسة و تساؤلاتها، إضافة إلى أسباب الدراسة، أهميتها، أهدافها، كما يتضمن الفصل الثاني على الاطار النظري الذي يحتوي على مبحثين لكل مبحث ستة مطالب يعالج أهم نقاط الدراسة و الفصل ثالث يحتوي على الإطار التطبيقي.

الإطار المنهجي

تمهيد الإطار المنهجي:

الإطار المنهجي هو الركيزة الأساسية في عملية البحث العلمي، إذ يجب على كل باحث بتحديد الإطار العام للدراسة عند مباشرة عمله أي في دراسة أي موضوع كان وتحديد المعايير التي يعتمد عليها لبلوغ الهدف المرجو من تلك الدراسة.

ولهذا فقد تطرقنا في هذا الفصل الى اهم عناصر المنهجية إبتداءً بالإشكالية وتساؤلاتها ثم الدراسات السابقة، إضافة الى أهمية الدراسة وأهدافها، ثم حددنا نوع الدراسة ومنهجها وادواتها، وبعدها تحديد مجتمع البحث وعينته، بعدها عرضنا اهم المفاهيم في الدراسة، ثم ذكرنا صعوبات الدراسة كما قمنا في الأخير عرض المقاربة النظرية للدراسة.

الإشكالية:

يعتبر العنف من الظواهر الاجتماعية القديمة حيث كانت بدايته باعتداء قابيل على أخيه هابيل باستعمال العنف اللفظي المتمثل في التهديد والوعيد بالقتل ثم بعده العنف الجسدي الذي كانت نهايته قتل أخيه وبقي العنف سلوكا هجينا لا يخلو منه أي مجتمع ويعرف على أنه سلوك مادي ومعنوي، يصاحبه القوة وإلحاق الأذى بالآخرين وهو آفة من الآفات الاجتماعية السلبية. فالعنف في الإسلام لا يقتصر على القوة المادية والعسكرية بل يشتمل الكلام والجدال. والإسلام يرفض العنف بلا مسوغ سواء كان في القول أو في الفعل ولهذا كان منهج التقوى في الإسلام قائما على الرفق لا على العنف قال الله تعالى: " ادعوا إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن" النحل الآية 125. يأمر عباده المؤمنين في خطابهم لغيرهم بالكلمة التي هي أحسن وليس مجرد الكمة الحسنة. وفي السنة النبوية الشريفة أيضا مليئة بالأحاديث التي تحث على نبذ العنف والتسامح والتزام العفو لقول النبي محمد صلى الله عليه وسلم السلوك الصحيح للمسلم: "المسلم من سلم المسلمین من لسانه ويده". ويعد العنف الموجه ضد المرأة من أبرز المشكلات الإنسانية و العالمية التي لا يكاد يخلو منها المجتمع سواء المتقدم أو المتخلف كونه يشكل انتهاكا لحقوقها الإنسانية و الحريات الأساسية و الشرعية التي يجب أن تتمتع بها و العنف ضد المرأة هو سلوك عنيف يمارس ضدها و يؤدي إلى إلحاق الأذى بها على الجوانب الجنسية، الجسدية و النفسية و حرمانها و الحد من حريتها في حباتها الخاصة و العامة فهذه الظاهرة بلغت معجلات خطيرة في الأعوام الأخيرة متجاوزة على الخطوط الحمراء التي وضعها المجتمع كصمام لأمنه و استقراره و يتطلب لمواجهة مشاركة جميع مؤسسات الناشئة الاجتماعية كالأسرة، المسجد، و حتى وسائل الاعلام بكل أشكالها المقروءة، السمعية و البصرية نظرا لما تملكه هذه الأخيرة من خصائص و إمكانيات تكنولوجية متنوعة تساعدها في التأثير على المجال المعرفي و الوجداني و السلوكي للفرد و رغم الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في معالجة مثل هذه الظواهر إلا أن تعامل الحقل الإعلامي مع هذه القضية كان و مازال موضوع اختلاف متضارب في الآراء و الاتجاهات و المواقع بين العديد من الدارسين و الإعلاميين حول التأثير و دور وسائل الإعلام بين طرف يرى أنه أسهم في نشر التوعية حيالها و طرف آخر يرى أنه ساعد في تفشيها.

ومن بين هذه الوسائل نذكر الحملات الإعلامية التي هي من أهم التقنيات المستخدمة في محاربة الآفات الاجتماعية ومع التطور التكنولوجي الذي شهده العالم من ناحية وسائل الإعلام والاتصال ظهرت الحملات الإعلامية الإلكترونية وأثبتت الشجاعة في شتى الميادين.

وفي سياق هذه الدراسة نسلط الضوء حول علاقة الحملات الإعلامية الإلكترونية وظاهرة العنف ضد المرأة من خلال طرح التساؤل التالي: ما طبيعة الحملات الإعلامية الإلكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة؟ وللإجابة عن هذا التساؤل نطرح التساؤلات الفرعية الآتية:

← ما هي أنماط وعادات وغرض الجمهور الجزائري للحملات الإعلامية والإلكترونية التي تعرض على اليوتيوب؟

← ما هي دوافع الجمهور من مشاهدة هذه الحملات؟

← كيف ساهمت الحملات الإعلامية الإلكترونية في توعية الجمهور بقضية العنف ضد المرأة؟

1. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى

▪ اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو العنف ضد المرأة. صباح محمد صقار كلية الدراسات العليا الجامعة الأردنية. قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في علم الاجتماع.

أهداف الدراسة:

▪ هدفت هذه الدراسة إلى استقصاء اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو العنف ضد المرأة ولتحقيق هذا الهدف. تم اختيار عينة الدراسة من طلبة الجامعة الأردنية الدراسي الثاني لعام 2006-2007 وقد بلغ عدد عينة الدراسة (980) طالبا وطالبة وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة بين مستوى الدلالة بين متوسط أداء طلبة الجامعة الأردنية على مقياس اتجاهات العنف ضد المرأة تبعا لمتغير النوع الاجتماعي وقد كانت هذه الفروق لصالح الذكور. أي ان اتجاهات الطلبة الذكور أكثر سلبية نحو العنف ضد المرأة.

الدراسة الثانية:

المعالجة الإعلامية لقضايا العنف ضد المرأة في الفضائيات الجزائرية الخاصة. دراسات تحليلية على مبنية من البرامج ناس وحكايات على قناة الجزائرية وان مذكرة مكمل لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم اعلامي تخصص سمعي بصري بقوادم ياقوتة وبن صابر كوثر حيث كانت أهمية واهداف الدراسة انها أظهرت مختلف البحوث العلمية في العديد من المجتمعات تناميا في استخدام التلفزيون نضرا لتنوع مضامين وتخصيص برامج تحظى بكثير من الاهتمام من حب الجمهور. حيث تتمثل أهمية هذه الدراسة كونها إحدى الدراسات الجديدة في حقل الاعلام والاتصال تحديدا تحليل محتوى السمعي البصري ومن بين أهداف هذه الدراسة: الكشف عن الأهداف التي يسعى برنامج ناس وحكايات لتحقيقها، التعرف على اللغة المستخدمة في البرنامج والتعرف على أهم القوالب التي يقوم بها برنامج ناسو حكايات.

الدراسة الثالثة:

دراسة متعمقة بشأن جميع أشكال العنف ضد المرأة نقلًا عن الأمين العام للجمعية العامة، تبين هذه الدراسة السياق العريض للعنف ضد المرأة وتوجز قاعدة المعرفة فيما يتعلق بمدى توافر البيانات بما في ذلك منهجيات تقدير انتشار هذا العنف وتؤلف بين الأسباب والعواقب بما فيها التكاليف، وتبحث في مسؤولية الدولة عن منع العنف ضد المرأة ومحاربتة وتعين ممارسات واعدة واستراتيجيات فعالة لمعالجتها.

أوجه الاختلاف والتشابه:

- تناولت دراستنا العنف ضد المرأة من منظور الحملات الإعلامية الإلكترونية اما في الدراسة الأولى تناولت العنف ضد المرأة من منظور اتجاهات الطلبة الجامعيين.
- تختلف دراستنا عن الدراسة الثانية من ناحية الأداة المستخدمة في جمع البيانات، فاعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان والدراسة الثانية اعتمدت على الملاحظة وتحليل الاستبيان.

2. أهمية الدراسة:

نتطرق من خلال هذه الدراسة البحثية الاستطلاعية إلى توجيه نظرة المجتمع إلى الفئة المتضررة من هذه الظاهرة التي كانت في انتشار كبير على كافة الأصعدة ومحاولة توضيح دور المجتمع في ابراز هذه المشكلة والحد منها.

- توضيح أهمية المساندة في هذه القضية الاجتماعية بصورة عامة وأهمية التقليل منها بصورة خاصة وخاصة أن العنف ضد المرأة كان له أضرار كثيرة على صحتها ونفسيتها.
- أهمية دراسة الجمهور للحملات الإعلامية والإلكترونية باعتباره الهدف الأول والأساسي لكل عمل توعوي. كما أن دراسته تمثل إحدى أهم الطرق لتقييم الحملة الإعلامية الإلكترونية للعنف ضد المرأة.

3. أهداف الدراسة:

إن قيمة هذه الدراسة جلية بالأهداف والنتائج التي يرمي إلى تحقيقها والوصول إليها من أجل خدمة الفرد والمجتمع على حد سواء وعليه فإن أهداف دراستنا تتجلى فيما يلي:

✚ اتسع لنا معرفة طبيعة دور الحملات الإعلامية الالكترونية التي تعرض عبر اليوتيوب وما مدى فعاليتها في رأي الجمهور حول قضية العنف ضد المرأة.

✚ السعي الى التعرف على أنماط وعادات الجمهور حول قضية العنف ضد المرأة في المواقع الالكترونية.

✚ محاولة التعرف على مدى التوعية الالكترونية للمجتمع وما تأثيرها ومعرفة وجهات الفرد حول قضية العنف ضد المرأة.

4. نوع الدراسة:

تتتمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة أو المتعلقة بطبيعة أي ظاهرة من خلال جمع البيانات الخاصة باتجاه آراء جمهور الاعلام نحو هذه الحملات و معرفة تأثيرهم بها ذلك باستخلاص نتائج و دلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميما بشأن التوعية الإعلامية نحو قضية العنف ضد المرأة و كانت الدراسة الوصفية أنسب أنواع الدراسات لموضوعنا هذا خاصة و أنها تمثل الأسلوب الأكثر قابلية لاستخدام دراسة بعض المشكلات و وجهات النظر في علاقة الاعلام بوسائله و تتضمن دراسة الحقائق الراهنة أو المتعلقة بمظاهر العنف سيما منها لوصف و تعرف على طريقة جمع المعلومات و البيانات بما يتيح تقديم صورة حقيقية و موضوعية عن الظاهرة قيد البحث.

كما ان هذه الدراسات الوصفية تسعى الى تحقيق اهداف منها:

_ الوصف: يتلخص بوصف الظاهرة كما هي في الواقع، ويستند هذا الوصف على الحواس والتركيز العقلي وإدراك العلاقات بين الظواهر المختلفة.

_ التفسير: من خلاله يتم الكشف عن العلاقات بين المسببات والنتائج من اجل تحديد المتغيرات المختلفة ويتطلب التفسير قدرات عقلية متميزة في التحليل والاستنباط والمقارنات وتلمس الأدلة.

_التنبؤ: يعني تحديد الصورة المنتظرة المدروسة، أي انه عملية تقدير وتخمين مسبق وفق أسس وصيغ منطقية وعملية مدروسة¹.

_المساهمة في صنع القرارات: بني القرار أساس حاصل تحليل البيانات وتحويلها من نصف معلومة الى معلومة. فمن خلال البحث العلمي تتحدد المشكلة وفرضيات البحث ومنهجه ووسائله ويتم اختيار وتحليل الفروض، ثم تشخيص دقيق لمشكلة البحث وطرح حلول لها.

_اكتشاف الحقائق الجديدة: تسعى بعض البحوث الى الاعتماد الخضم المعرفي، ويساهم في اعتماد النظرية من خلال معالجتها للعديد من المسائل العلمية. أي تعظيم الإطار النظري الذي يسهم بدوره في تقديم الحلول للمشكلات التطبيقية².

5. منهج الدراسة:

يعد المنهج الحجر الأساسي لأي بحث علمي وهو عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث اتباعها في إطار تطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة وللوصول إلى النتائج التي تجيب عن الإشكالية المطروحة. ما مدى فعالية الحملات الإعلامية الالكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة ولعل أنسب منهج لدراستها هو المنهج المسحي ويعتبر من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في الدراسة الإعلامية خاصة الوصفية منها، حيث يستخدم بهدف تقرير واقع معين للمجتمع أو نظام محدد بوقت إجراء الدراسة وتهدف هذه الطريقة إلى الحصول على المعلومات اللازمة على المجتمع المبحوث مستعينا بذلك أدوات البحث العلمي وتكون مرتبة ومسطرة. هذا يظهر جليا في تساؤلاتنا الفرعية حيث تسعى لمعرفة الحملة الإعلامية الالكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة ومدى تأثير هذه القضية داخل المجتمع ومع هذا لا تكتفي فقط بالوصف وإنما بالتحليل لهذه المعلومات والبيانات وتقديم تفسيرات حولها والكشف عن العلاقة الكامنة بين متغيرات الدراسة وتفسير أنماطها السلوكية والاتجاهات في علاقتها بالسمات الفردية والاجتماعية للجمهور المستهدف بهدف فهم وتحقيق الهدف من دراسة هذه الظاهرة.

¹ محمد أزهري سعيد سماك: طرق البحث العلمي أسس و تطبيقات، ط1 ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2011، عمان ، ص 20

² نفس المرجع السابق.

6. أدوات الدراسة:

تعرف أدوات الدراسة بأنها الطرق التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالبحث والتي تساعد في دراسة وتحليل مشكلة البحث وبعد ذلك التوصل الى النتائج.

وقد يستخدم الباحث اكثر من طريقة او أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة او للإجابة عن أسئلتها و يجب عليه ان يقرر مسبقا الطريقة المناسبة لبحثه او دراسته ، و قد اعتمدنا في دراستنا أداة استمارة استبيان، و يعرف الاستبيان على انه أداة لجمع البيانات المتعلقة ببحث محدد عن طريق استمارة يتم تعبئتها من قبل المستجيب المستهدف و يكون هذا سيد المستهدف و يستخدم الاستبيان لجمع المعلومات بشأن معتقدات و رغبات المستجيبين المستهدفين وكذلك الحقائق التي هم على علم بها ، و لهذا يستخدم الاستبيان بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف الى استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية و استطلاعات الراي و ميول الافراد.

غير انه لابد ان تكون الأسئلة التي يتضمنها الاستبيان ذات مواصفات خاصة تكون معبرة على البحث او القضية المعالجة.

وقد حاولنا ان تكون هذه الأسئلة واضحة ومعبرة عن المشكلة المراد دراستها في هذه الدراسة وقمنا بصياغتها في ثلاث محاور إضافة الى محور البيانات وتتضمن استمارة الاستبيان الخاصة بدور الحملات الإعلامية الالكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة ثلاث محاور هي:

- عادات وأنماط تعرض الجمهور لحملات التوعية بقضية العنف ضد المرأة.
- دوافع الجمهور من مشاهدة هذه الحملات.
- دور الحملات الإعلامية الالكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة.

7. مجتمع البحث

وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث الى ان يعمم عليها نتائج الدراسة، قد تكون العناصر جمهور معين لوسائل الاعلام، وكلما كان التحديد أكثر دقة كلما ساعد ذلك على دقة النتائج.¹

يتكون مجتمع بحثنا في إطار هذه الدراسة "دور الحملات الإعلامية الإلكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة " من جميع المشاهدين للمواقع الإلكترونية منها اليوتيوب على مختلف البرامج والمواضيع التي تخص العنف ضد المرأة منها مقطع فيديو على اليوتيوب عنوانه "الممثلات الجزائريات ضد قتل النساء... باسطة_العنف_وحقرة_النساء".

8. عينة الدراسة

هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختياره بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها عبر كامل مجتمع الدراسة الأصلي.²

نقوم بتحديد مجموعة صغيرة من المجتمع البحثي الأكبر للقيام بدراسته ثم نقوم بتعميم الاستنتاجات على المجتمع البحثي الكلي ويتوقف التعميم على مدى تمثيلية العينة لمجتمع البحث.

ولدراسة مجتمع بحثنا هذا اخترنا عينة من مقطع فيديو في اليوتيوب حيث قامت نخبة من الممثلات الجزائريات من بينهم الممثلة بهية راشدي بمبادرة للحد من العنف ضد المرأة والمطالبة بحريتها وحقوقها والمعنى من وراء هذا الفيديو حقيقة انه يوجد نساء في مجتمعنا تعاني في صمت وذلك عن طريق تحطيم تقديرها لنفسها أي رغم مبادئها وقيمها ومع ذلك تتعرض للضرب والإهانة، حيث كانت اغلب التعليقات على الفيديو إيجابية ومدعمة وساهمت في تعزيز الثقة في النفس لدى النساء ورفع معنوياتهم.

¹ مصطفى فؤاد عبيد: مهارات البحث العلمي، أكاديمية الدراسات العلمية، فلسطين، 2013، ص28
² محمد عبيدات و آخرون: منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل لطباعة و النشر، عمان، 1999، ص84

العينة القصدية:

هي التي يتم فيها اختيار عدد قليل من المفردات بطريقة يراعي فيها صفة التمثيل المطلوبة وعليه لا يلجأ الباحث الى استعمالها الا إذا اضطرته ظروف البحث الى اختيار عدد قليل من المفردات.¹

مجالات الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة من الخطوات الأساسية في البناء المنهجي لأي دراسة علمية و يساعد على قياس و تحقيق المعارف النظرية في الميدان، ومنه فان مجالات دراستنا تتمحور كالتالي:

المجال المكاني: و يتمثل في موقع الكتروني "اليوتيوب"

المجال الزمني: امتد المجال الزمني لمشاهدة الفيديو على اليوتيوب ساعتين حيث كان من الساعة العاشرة صباحا الى الثانية عشر

9. تحديد المفاهيم والمصطلحات

✚ الدور لغة: دار الشيء أي يدور دورا دوران، استدار وإدارته وإدارة، ودور به، استدرت.²

اصطلاحا: يمثل الدور تلك الممارسات السلوكية المميزة لواحد او أكثر من الأشخاص في إطار معين.³

✚ التعريف الاجرائي للدور: الدور هو المهمة او الوظيفة فنقول قام بدور ما أي شارك في اداءه.

✚ الاعلام لغة: هو التبليغ والابلاغ أي الايصال، ويقال "بلغت القوم بلاغا او اوصلتهم الشيء المطلوب. والبلاغ ما بلغك أي وصلتك وفي الحديث "بلغو عني ولو اية " أي اوصلوها لغيركم واعلموا الاخرين.

اصطلاحا: تعني أساسا الاخبار وتقديم المعلومات. ويتضح في هذه العملية وجود رسائل إعلامية (اخبار_معلومات_افكار_اراء) من مرسا الى مستقبل وان كان هذا المصطلح يعني نقل المعلومات

1 أحمد زكي بدوي:معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1978،ص364
2 علي بن هادية و آخرون، القاموس الجديد لطلاب، ط1، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1999،ص102
3 حسنة محمد الجبور، الاعلام البيئي، ط3، دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن، 2013،ص15

والإخبار فهو في نفس الوقت يعني أي إشارة أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه من معلومات تعلم الجماهير كافة لحقائق ومن كافة حوافها.

✚ **الحملة:** هي كل عملية ذات منفعة عامة واهداف ادعائية وهو كل ما يحمل دفعة واحدة.

✚ **الحملة الإعلامية:** هي مجموع جهود المنظمة التي يقوم بها الاخصائيون في العمل الإعلامي، تهدف لتحقيق اهداف معينة تحاكي فئة مجتمعية معينة وتعمل على تحديد الجمهور المستهدف تحديدا دقيقا واختيار الوسائل الإعلامية التي تتناسب معها. ولا تصمم بصفة عشوائية وانما تكون بمجموع من الخصائص السيكولوجية والثقافية والمعرفية من خلال محتوياتها، ولا تخرج عن نطاق بيئة الموضوع المدروس.¹

✚ **التعريف الاجرائي للحملة الإعلامية:** هي استخدام وسائل الاعلام لتوجيه الجمهور نحو اتجاه معين يقدم هدف المعلن.

✚ **الحملة الإعلامية الالكترونية:** تعد من اهم الوسائل الإعلامية المهمة والناجحة في كافة المجالات والياديين تسعى في مضمونها الى توصيل الرسالة الى الجمهور المستهدف ومعرفة آرائهم وتوجهاتهم وهي عبارة عن نشاط يعرض على شبكات الانترنت يهدف الى التأثير على الراي العام والتسويق بالأفكار باستخدام كافة الاستخدامات التكنولوجية الرقمية.

✚ **التعريف الاجرائي للحملة الإعلامية الالكترونية:** هي من أحد الوسائل الإعلامية ذات تقنيات متميزة وذات تأثير على الجمهور.

✚ **التوعية لغة:** اشتقت من كلمة الوعي والشعور وإدراك بالذات والأحوال والأفعال.²

اصطلاحا: هي أساس كل معرفة وهي مجموعة من الادراكات الذاتية للإنسان باعتباره عضو من المجتمع وهي محصلة بكل القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، تسعى لتكوين الميولات والاتجاهات نحو الممارسة الصحيحة اراءها.³

¹ فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي و تخطيط الحملة الإعلامية، ط1، عالم الكتب، مصر، 2007، ص62

² عقيل فتية، مذكرة الاعلام الجديد و نشر الوعي البيئي، الجزائر، 2012، ص25

³ ياسين بودراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الجامعيين، رسالة ماجستير، قسنطينة، ص15

✚ **العنف لغة:** الخرق بالأمر وقلة الرفق به وهو ضد الرفق، اخذه بالعنف، والتعنيف: التعبير و اللوم .. والتوبيخ و التقرير.¹

اصطلاحا: هو السلوك الذي يتضمن استخدام القوة في الاعتداء على شخص دون ارادته او اللاتيان او الامتناع عن فعل قول من شأنه ان يسيء الى ذلك الشخص ويسبب له ضررا جسمانيا او نفسيا او اجتماعيا.²

✚ **المرأة لغة:** هي مفرد نسوة والنسوان جمع امرأة على غير قياس، وتصغير نسوة نسيه، ويقال نسيان تصغير للجمع.³

اصطلاحا: هي انثى الانسان البالغة، كما الرجل هو ذكر الانسان البالغ، وتستخدم كلمة امرأة لتمييز الفرق الحيوي بين افراد الجنسين او تمييز الدور الاجتماعي بين المرأة والرجل في الثقافات المختلفة.⁴

✚ **العنف ضد المرأة:** هو انتهاك واضح لحقوق الانسان اذ يمنحها من التمتع بحقوقها الكاملة، وله عواقب خطيرة لا تقتصر على المرأة فقط، بل تؤثر في المجتمع بأكمله.⁵

✚ **التعريف الاجرائي للعنف ضد المرأة:** هو استخدام كل اشكال الاعتداء على النساء ككل يصاحبه آثار سلبية على المرأة خصوصا والمجتمع عموما.

10. أسباب اختيار الموضوع

يتمركز اختيار هذا الموضوع ضمن أهم الخطوات الرئيسية في البحث العلمي حيث تمثل مرحلة حاسمة، إذ تؤثر على عملية انجاز البحث بكامله. ووراء خلفية هذا الموضوع لابد من وجود أسباب ذاتية يفرضها صاحب الموضوع حسب طبيعة تخصصه ورغبته وأخرى موضوعية يفرضها عليه الواقع الاجتماعي والموضحة فيما يلي:

أ- الأسباب الذاتية:

- تفاقم ظاهرة العنف ضد المرأة في العالم.

1 مسعود بوسعدية، ظاهرة العنف في الجزائر و العلاج المتكامل(الجزائر: مؤسسة كنور الحكمة لنشر و التوزيع،2011)،ص06
2 عباس أبو شامة المحمودو محمد الأمين البشير، العنف الأسري في ظل العولمة(الرياض: مركز الدراسات والبحوث،2005)ص13
3 عبد الرحمان برقوقي، دولة النساء: معجم ثقافي اجتماعي لغوي عن المرأة(مصر: مكتبة الثقافة الدينية،2004)،ص40
4 حنان التميمي، مفهوم المرأة بين نص التنزيل و تأويل المفسرين(الشبكة اللغوية العربية،2019)،ص08
5 ليلي فلالي و نورة خير، العنف ضد المرأة بين الوقائع المجتمعية و المضامين الإعلامية في الفضائيات الجزائرية الخاصة،مجلة المعيار47،23،(2019):275-276

- كثرة اعتداءات الجنسية على البنات القاصرات.
- كثرة المضايقات على النساء في المحيط الخارجي.
- الاهتمام الشخصي بهذا الموضوع المتعلق بالمرأة.
- تقديم الدعم للبحوث الأكاديمية الخاصة بالعلوم الاعلام والاتصال للاستفادة منها لاحقاً.
- الرغبة في التوعية والمعرفة دور الاعلام في هذه القضية.

ب- الأسباب الموضوعية

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفياً ومنهجياً.
- انتشار ظاهرة العنف ضد المرأة في المجتمع رغم ارتفاع مستوى التعليم والثقافي لدى الفرد.
- ثراء الرصيد العلمي في هذا الموضوع + نظراً لنقص الدراسات فيه التي تعطي اهتماماً تمثل هذي القضايا في وسائل الاعلام.

11. صعوبات الدراسة

- تعددت المشكلات والصعوبات التي واجهناها في إطار سعينا لإعداد دراستنا ومن أبرز المعوقات:
- عدم وجود مصادر ومراجع كافية لدراستنا العلمية، المراجع الالكترونية والكتب الورقية.
 - عدم القدرة على الوصول الى عينة الدراسة.
 - عدم امتلاك الوقت الكافي لإنجاز بحثنا.
 - الاختيار العشوائي لموضوع البحث.
 - عدم اللامام بالموضوع.

. المقاربة النظرية

اعتمدت دراستنا على نظرية الاستخدامات و الشباعات و هذه النظرية تعتبر من النظريات المهمة في ميدان الدراسات الإعلامية على أساس انها تحاول فهم عملية الاعلام و الدوافع التي تدعو الى التعرض الى وسائل الاعلام او الحملات الإعلامية او الاستماع الى البرامج الازاعية و غيرها و تتمثل هذه النظرية في :

مفهوم و تبلور نظرية الاستخدامات و الشباعات :

هي عبارة عن محاولة النظر الى العلاقة بين وسائل الاعلام و جمهور بشكل مختلف ، حيث ترى ان الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لاشباع رغبات معينة لديه حيث ان وسائل الاعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل استخدام الجمهور لتلك الوسائل لاشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الاعلام¹ ، حيث ازداد الاهتمام في بداية التسعينات من بداية القرن الماضي اتضحت الرؤى اكثر فيما يخص بحوث الاستخدام و الشباعات في الدراسات الإعلامية التي تطورت انطلاقا من مناهج وظيفية في علم النفس و علم الاجتماع².

فروض النظرية:

من اهم فروض هذه النظرية كالتالي:

- ✚ جمهور وسائل الاعلام مشارك فعال في العملية الاتصالية واستخدامه لتلك الوسائل يستهدف تحقيق اهداف محددة توفي بتوقعاته.
- ✚ التعرض لوسيلة اتصال ما هو ال تعبير لواقع سيكولوجي او احتياجات جمهور.
- ✚ يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.
- ✚ التأكيد على ان الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون التي يشبع حاجاته والافراد هم اللذين يستخدمون الوسائل وليست الوسائل هي التي تستخدمهم.

اهداف النظرية:

¹ نوي ايمان : استخدام الانترنت و علاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين ، دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير ،كلية الاعلام و الاتصال، بجامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012 ص 22 . 23.

² امل سعيد متولي : مبادئ الاتصال بالجمهير ، الطبعة الأولى ،مصر، مكتبة الاسراء للطبع و النشر و التوزيع، 2007،ص23

يسعى منظور الاستخدامات و الإشباعات لتحقيق ثلاثة أهداف هي: ¹

السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

- الكشف عن دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التركيز على فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يتضمن نموذج الاستخدامات والإشباعات على خمسة عناصر وهي الجمهور النشط، والأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الاعلام، ودوافع الاستخدامات، وتوقعات الجمهور من وسائل الاعلام، وأخيرا إشباعات وسائل الاعلام.

← الجمهور النشط:

الجمهور النشط وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعات يستخدم وسائل الاعلام بشكل يرتبط باحتياجاته وأهدافه، ولديه الوعي الذي يمكنه ان يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل، ومنها يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذا المدخل، ويقسم الباحثون نشاط وإيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة الى ثلاثة مستويات²:

ا_الانتقائية: وهي سابقة على التعرض لوسائل الاعلام.

ب_الاستغراق والاندماج: اثناء التعرض لوسائل الاعلام.

ت_الاجابية: بعد التعرض لوسائل الاتصال، وتشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض والاشترك في مناقشة حول موضوع الرسالة الإعلامية.

← الاصول الاجتماعية و النفسية ³:

و تعني ان أسباب استخدام وسائل الاعلام تكمن في ظروف اجتماعية ونفسية يتم الإحساس بها كمشكلات، وتستخدم وسائل الاعلام لحل هذه المشكلات (تلبية الاحتياجات) في مسائل تتعلق بالحصول

¹ حسن عماد وليلى السيد،الاتصال و نظرياته المعاصرة،ط1 (القااهرة: الدار المصرية اللبنانية) ،ص242

² رضا امين،النظريات العلمية في الاعلام الالكتروني،مرجع سابق،ص73.

³ سهام نصار،استخدامات المرأة العصرية للمجلات النسائية والإشباعات المتحققة منها،مرجع سابق ص238.

على المعلومات، والاتصال الاجتماعي، والتسلية، والتطور الاجتماعي والهوية الشخصية، والهروب والتسلية وملء وقت الفراغ، والتحول والتعلم.

← دوافع الاستخدامات:

قسمت اغلب دراسات الاتصال دوافع الاستخدامات لدى الجمهور الى فئتين¹: دوافع منفعية ودوافع طقوسية.

← توقعات الجمهور من وسائل الاعلام:

تشير بحوث الاستخدامات و الإشباعات الى ان استخدام وسائل الاعلام يحقق مكافآت يمكن توقعها او التنبؤ بها من جانب أعضاء الجمهور على أساس تجاربهم الماضية مع هذه الوسائل، وهذه المكافآت يمكن اعتبارها تأثيرات نفسية قام الافراد بتقييمها.

← إشباعات وسائل الاعلام :

وفق نظرية الاستخدامات و الإشباعات يتم وصف افراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاعلام، بغية الوصول الى نتائج خاصة يطلق عليها "الإشباعات" وهذه الإشباعات تتنوع بين اشباعات يسعى اليها المتلقي، او إشباعات تتحقق من الاستخدام ويفرق لونس يونر بين نوعين من الإشباعات هما:² إشباع المحتوى و إشباع العملية.

الانتقادات الموجهة للنظرية:

ساهمت نظرية الاستخدامات والإشباعات في تقديم استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام والاتصال و إشباعاته، ازداد ادراك الباحثين بأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين باعتباره عاملا وسيطا في احداث الأثر سواء كان كبيرا او محدودا بالرغم من تطور أساليب البحث و الإستقصاءات المنهجية و الموضوعية الا ان صورا من الانتقادات وجهت الى هذه النظرية و من امثلتها:

(1) يرى بعض الباحثين بان نظرية الاستخدامات و الإشباعات لا تزيد من كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد اثناء تعامله مع الإستقصاءات، فهي تعتمد بإفراط على دفاثر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.

¹ حسن مكاي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 246_247
² سهام نصار، استخدامات المرأة العصرية للمجلات النسائية والإشباعات المتحققة منها، مرجع سابق ص 240.

(2) يتبنى مدخل الاستخدامات و الإشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل دافع الاشباع حيث لا توجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم وهو ما يؤدي الى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث اثناء تطبيقه لهذه النظرية.

(3) هناك العديد من المتغيرات يجب اخذها بعين الاعتبار مثل الإطار الاقتصادي والاجتماعي للفرد وحالته التعليمية وغير ذلك من العوامل الديموغرافية التي يختلف على أساسها اختيار الافراد للوسيلة الإعلامية، الى جانب دوافعه وحاجاته.

(4) ان الحرص على تلبية حاجات افراد الجمهور في مجالات التسلية والترفيه والهروب يؤدي الى انتاج مستويات هابطة من المضمون مما يؤثر سلبا على إطار الثقافي.

(5) تنظر هذه النظرية لتعرض الجمهور لوسائل الاتصال على انها عملية واعية وعقلانية يسعى من خلالها لإشباع حاجات محددة، الى ان الملاحظ دائما ان عادات الاستخدام هي الموجهة له، إضافة الى ذلك فان الفرد قد يحصل على اشباع جديدة لم تكن مقصودة، وقت التعرض وفي هذه الحالة تتأثر أنماط تعرضه في المستقبل المضمون ما او وسيلة من وسائل الاتصال.¹

(6) من أوجه القصور في نظرية الاستخدامات و الإشباع أيضا عدم وجود الأبحاث المقارنة الكافية عبر المجتمعات المختلفة لمقارنة دور العوامل المحيطة بالفرد في المجتمعات المختلفة على وجود احتياجات معينة، يسعى لاستخدام وسائل الاتصال من اجل اشباعها.

تطبيق النظرية:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات المناسبة للدراسة الحالية وذلك من خلال ان المرأة تقوم بدور إيجابي في اختيار الوسيلة التي تتمكن من خلالها بإشباع حاجياتها المختلفة ولذا تحاول الدراسة معرفة مدى تلبية الحملات الإعلامية الالكترونية لاحتياجات المرأة فيما يخص موضوع العنف ضد المرأة من خلال استخدامها لهذه الوسيلة الإعلامية الالكترونية ما يظهر قدرا من الدوافع الخاصة بالمرأة في عملية التعرض لهذه الوسيلة وكذلك الإشباع التي تحققها عنها.

و يرى سعودا البشير محمد أن "مدخل الاستخدامات والإشباع هو مدخل يوضح ويفسر الى حد كبير الدور الحقيقي للجمهور في العملية لاتصالية وذلك من خلال النظرة اليه انه جمهورا نشطا" فتركيز المرأة على الحملات الإعلامية الالكترونية يحقق عنصرا مهما في نظرية الاستخدامات و الإشباع وهو افتراض الجمهور النشط، حيث تمثل المرأة ذلك الجمهور النشط التي تتميز من خلاله بالإيجابية و الانتقائية في اختيار المضمون الذي يناسبها والذي يدل على تلبية حاجياتها و رغباتها حيث

¹ فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص23.

يحقّق تعرض المرأة للحملات الإعلامية الالكترونية إشباعات تلبي الاحتياجات و الرغبات فيما يخص التعلم والتوعية حول موضوع العنف ضد المرأة.

الإطار النظري

المبحث الأول: الحملات الإعلامية الالكترونية

- المطلب الأول: تعريف الحملات الإعلامية الالكترونية
- المطلب الثاني: تطورات الحملات الإعلامية الالكترونية
- المطلب الثالث: أهمية الحملات الإعلامية الالكترونية
- المطلب الرابع: أهداف الحملات الإعلامية الالكترونية
- المطلب الخامس: أنواع الحملات الإعلامية الالكترونية
- المطلب السادس: أشكال الحملات الإعلامية الالكترونية

المبحث الأول: الحملات الإعلامية الإلكترونية

يمثل هذا الفصل الإطار النظري والذي نحاول فيه تقديم تصور عام حول ما سيحتويه هذا الفصل. وذلك من خلال ادراج مبحثين ضمن هذا الفصل حيث يتكلم المبحث الأول عن الحملات الإعلامية الإلكترونية. و التي هي نوع من الحملات التي تعتمد في نقل رسائلها و موضوعاتها المختلفة على استخدام وسيلة الكترونية اما الحملات الإعلامية التي تستخدم في مجال التوعية فهي عمل منظم يستهدف احداث التغيير الاجتماعي و الثقافي و السياسي داخل المجتمع عن طريق استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط. وفي هذا السياق أيضا نعرض الى ذكر اهم التطورات التي مرت بها الحملات الإعلامية الإلكترونية. الالهية التي تتمتع بها خاصة من ناحية تطويع او تعديل السلوك الإنساني في الاتجاه المرغوب فيه و توعية الجمهور المستهدف. اضافة الى ذلك فان الحملات الإعلامية الإلكترونية تستخدم لبلوغ اهداف معينة من خلال الوصول الى اكبر شريحة ممكنة من المجتمع. و تختلف الأهداف بحسب النشاط الذي توجه اليه الحملة. من اهداف معرفية و أخرى سلوكية و اهداف تعمل على تغيير السلوك و الأفكار. لنعرض الى ذكر اهم أنواع الحملات الإعلامية الإلكترونية من حملات التوعية وحملات المعلوماتية وحملات التربوية و حملات تعديل السلوك و الحملات الأمنية و حملات الحرب الدعائية و غيرها.

المبحث الثاني: قضايا العنف ضد المرأة

المطلب الأول: تعريف العنف ضد المرأة

المطلب الثاني: أنواع العنف ضد المرأة

المطلب الثالث: أسباب العنف ضد المرأة

المطلب الرابع: آثار العنف ضد المرأة

المطلب الخامس: نظرة الإسلام إلى العنف ضد المرأة

المطلب السادس: الاعلام والعنف ضد المرأة

المبحث الثاني: قضايا العنف ضد المرأة

أما فيما يخص المبحث الثاني فأنا نتناول فيه موضوع قضايا العنف ضد المرأة. حيث نقدم تعريفا للعنف ضد المرأة. والذي يمثل سلوكا عنيف يمارس ضد المرأة ونذكر أهم أنواع وأشكال العنف ضد المرأة والذي عادة يكون عنف لفظي إضافة إلى العنف الجسدي و العنف المالي و السياسي. ولنا ننسى في هذا السياق أهم عنصر هو الأسباب التي تؤدي إلى العنف ضد المرأة من انخفاض للمستوى التعليمي. وسيطرة الرجال والانفراد اتخاذ القرارات وعدم توفر مساحات للمرأة لأبداء آرائها وغيرها من الأسباب التي تساهم في خلق آثار في نهاية المطاف من آثار جسدية ونفسية واقتصادية و آثار اسرية حيث يؤثر على استقرار وضع الأسرة. وفي خضم هذه المعطيات فأنا نحاول ان نعرف نظرة الإسلام إلى العنف ضد المرأة بالرجوع إلى القرآن الكريم والأحاديث النبوية.

وفي نهاية هذا الفصل نحاول ان نحلل العلاقة بين الحملات الإعلامية وقضية العنف ضد المرأة لتعرف على الدور الذي تلعبه الحملات الإعلامية في عملية التوعية.

خاتمة

في ختام هذه الدراسة توصلنا الى ان الحملات الإعلامية الالكترونية التوعوية تعد من ابرز المضامين الإعلامية التي تستهدف الجمهور و التأثير فيه و أصبحت تصنف من اهم العمليات التي يجب ان تطبق في المجتمع محاولة من ذلك خلق التوازن بين الافراد من خلال هذه الدراسة و ما تطرقنا اليه في موضوع .دور الحملات الإعلامية الالكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة حاولنا معرفة و ابراز أهمية هذه الحملات في تحقيق التوعية و التنقف الاجتماعي و زيادة معرفته بالأمر التي تخص المرأة و كل ما يتعلق بها من حيث الدور التي تمارسه في المجتمع و أهميتها داخله هذا لتكوين شخصية سوية من حيث صحة التفكير و التوازن الشخصي لأفراد المجتمع . الا ان هذه الحملات تبقى رهينة محتويات و مضامين إعلامية التي تعرض عبر مختلف المواقع الإعلامية والامر المهم من هذا هو فتح باب امام الحملات الإعلامية الالكترونية التوعوية مع التكيف مع نشرها سعيا لتحقيق مجتمع متوازن وواعي يستطيع الوقوف امام مثل هذه القضايا التي تشغل العالم حول قضية العنف ضد المرأة واهم الصعوبات والتحديات المفروضة عليها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. حمد زكي بدوي: معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1978، ص364
2. امل سعيد متولي : مبادئ الاتصال بال جماهير ، الطبعة الأولى ، مصر، مكتبة الاسراء للطبع و النشر و التوزيع، 2007، ص23
3. حسن عماد وليلى السيد،الاتصال و نظرياته المعاصرة،ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ، ص242
4. حسن مكايي،ليلسا السيد،الاتصال ونظرياته المعاصرة،مرجع سابق،ص246_247
5. حسنة محمد الجبور، الاعلام البيئي،ط3،دار أسامة للنشرالتوزيع،الأردن،2013،ص15
6. حنان التميمي، مفهوم المرأة بين نص التنزيل و تأويل المفسرين (الشبكة اللغوية العربية،2019)،ص08
7. رضا امين،النظريات العلمية في الاعلام الالكتروني،مرجع سابق،ص73.
8. سهام نصار،استخداماتالمرأة العصرية للمجلات النسائية والاشباكات المتحققة منها،مرجع سابق ص238.
9. سهام نصار،استخداماتالمرأة العصرية للمجلات النسائية والاشباكات المتحققة منها،مرجع سابق ص240.
10. عباس أبو شامة المحمودو محمد الأمين البشيرى، العنف الأسري في ظل العولمة(الرياض:مركزالدراساتو البحوث،2005) ص 13
11. عبد الرحمان برقوقي، دولة النساء:معجم ثقافي اجتماعي لغوي عن المرأة(مصر:مكتبة الثقافة الدينية،2004)،ص40
12. عقيل فتيحة، مذكرة الاعلام الجديد و نشر الوعي البيئي، الجزائر، 2012، ص 25
13. علي بن هادية و آخرون، القاموس الجديد لطلاب،ط1،المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر،1999،ص102
14. فضيل دليو: مرجع سبق ذكره،ص23

15. فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي و تخطيط الحملة الإعلامية، ط1، عالم الكتب، مصر، 2007، ص62
16. ليلي فلالي و نورة خيري، العنف ضد المرأة بين الوقائع المجتمعية و المضامين الإعلامية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، مجلة المعيار، 23، 47 (2019): 275-276
17. محمد أزهر سعيد سماك: طرق البحث العلمي أسس و تطبيقات، ط1 ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2011، عمان ، ص 20
18. محمد عبيدات و آخرون: منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل لطباعة و النشر، عمان، 1999، ص84
19. مسعود بوسعدية، ظاهرة العنف في الجزائر و العلاج المتكامل(الجزائر: مؤسسة كنور الحكمة لنشر و التوزيع، 2011)، ص06
20. مصطفى فؤاد عبيد: مهارات البحث العلمي، أكاديمية الدراسات العلمية، فلسطين، 2013، ص28
21. نوي ايمان : استخدام الانترنت و علاقته بالاعتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين ، دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام و الاتصال، بجامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012 ص 22. 23
22. ياسين بودراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الجامعيين، رسالة ماجستير، قسنطينة، ص15



استبيان عن العنف ضد المرأة

المحور الأول: البيانات السيسيو ديمغرافية

1. الجنس:

ذكر أنثى

2. السن:

29-20 39-30 49-40 50 ما فوق

3. المستوى التعليمي:

ابتدائي أمي متوسط ثانوي جامعي

4. الحالة الاجتماعية:

أعزب متزوج أرمل مطلق

5. المستوى المعيشي:

جيد متوسط ضعيف

6. مقر السكن:

الريف المدينة

المحور الثاني: عادات وأنماط التعرض لحمات التوعية بقضية العنف ضد المرأة

1. هل تتابع الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية بقضية العنف ضد المرأة؟
نعم لا
2. ما هي المواقع الإلكترونية التي تتابع من خلالها قضية العنف ضد المرأة:
فيسبوك انستغرام تويتر اليوتيوب
3. هل تحرص على متابعة الحملات الإعلامية الإلكترونية للتوعية بقضية العنف ضد المرأة؟
نادرا دائما
4. اذا كانت الإجابة بنادرا ماهي أسباب ذلك؟
ليست من الأولويات مواعيد بثها غير ملائمة
سطحية متكررة لا يوجد سبب معين
5. إذا كانت الإجابة بدائما ماهي أسباب ذلك؟
لأنها من أولوياتي مواعيد بثها ملائمة
الفضول وتمضية الوقت معلوماتها مفيدة
6. هل تتابع نوع من الحملات الأخرى في مواقع أخرى غير مذكورة سابقا؟
نعم لا

المحور الثالث: ماهي دوافع الجمهور من مشاهدة هذه القنوات

1. ما الدافع الأساسي الذي يجعلك تتابع مثل هذه الحملات؟
الفضول ثقافة عامة اطلاع فقط
2. ماذا تمثل لك التوعية الإلكترونية بمثل هذه القضايا؟
إدراك الفرد بخطورة العنف عادات إيجابية توعوية
معرفة أثر العنف على المرأة والمجتمع تعلم كيفية الحد منه
3. ما هو دور الاعلام في توعية الجمهور بمثل هذه القضايا؟
توعية المجتمع الحد من العنف على المرأة
4. هل يعمل الإعلام ووسائله الإلكترونية على؟
توجيهات للمجتمع على ضرورة الحد من العنف
التزويد بالحقائق حول قضية العنف ضد المرأة
ضرورة معالجة ومناقشة مدى تأثيرات العنف على المجتمع والمرأة
5. ماهي دوافع الجمهور من مشاهدة الحملات الإعلامية الإلكترونية حول قضية العنف ضد المرأة؟
التوعية الإلكترونية
تغيير سلوك المجتمع حول المرأة لتقليل من العنف عليها
معرفة إرشادات إعلامية حول قضية العنف
6. ما هو الشعور الذي ينتابك جراء التعرض لهذه الحملات؟
الخوف التعاطف الحزن الملل لا تشعر بشيء

المحور الرابع: دور الحملات الإعلامية الإلكترونية في توعية بقضية العنف ضد المرأة

1. هل مقاطع الفيديو وسلسلة المسلسلات المعروضة على اليوتيوب تساهم في توعية بقضية العنف

ضد المرأة؟

نعم لا أحيانا

2. هل تساهم المقاطع المعروضة في اليوتيوب في إبراز أثر العنف المعنوي على المرأة؟

نعم لا أحيانا

3. هل تساهم الأفلام والمقتطفات في إبراز أثر العنف الجسدي على المرأة؟

نعم لا أحيانا

4. هل تساهم مقاطع الفيديوهات المعروضة في يوتيوب في إبراز أثر العنف اللفظي على المرأة؟

نعم لا أحيانا

5. هل ساهم تكرار الحملات لديك في:

الترسيخ الرفع بسلوك الشعور بالمسؤولية الاستهزاء الملل و النفور

6. ما اقتراحاتك لتطوير الحملات الإعلامية القادمة؟

الاستمرارية لهذه الحملات

التوسع لوصولها لكافة شرائح المجتمع

تكثيف الرسائل

التركيز على التواجد الإلكتروني للحملات أكثر

الاستعانة بخبراء في تخطيط الحملات الاعلامية

ملخص الدراسة:

تناولنا في دراستنا موضوع "دور الحملات الإعلامية الالكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة" دراسة وصفية على عينة من تعليقات لمتابعي فيديو لحملة إعلامية الكترونية على اليوتيوب حيث كانت نخبة من الممثلات الجزائريات من بينهم بهية راشدي، نجية لعواف، مينة لشطر، سهيلة معلم... الخ بمبادرة للحد من العنف ضد المرأة والمطالبة بحريتها وحقوقها والذي سعينا من خلاله الى التعرف على بعض أنواع العنف ضد المرأة التي تتعرض له المرأة الجزائرية بصفة خاصة والمرأة في العالم ككل بصفة عامة.

وبناء على ذلك قمنا بطرح التساؤل الرئيسي: ما طبيعة الحملات الإعلامية الالكترونية في التوعية بقضية العنف ضد المرأة؟

وبهدف الإجابة على التساؤل الرئيسي اتبعنا المنهج الوصفي الذي يقوم بوصف الظاهرة المراد بحثها اعتمادا على الاستبيان كأداة لجمع البيانات ومن اهم النتائج المتوصل اليها:

_ أظهرت الدراسة ان اهداف توعية الحملات الإعلامية الالكترونية لقضية العنف ضد المرأة هي الكشف عن الحقيقة والمعالجة وأخيرا المطالبة بالحق.

_ كشفت الدراسة ان الكلام الذي تحدثت الممثلات الجزائريات والتي جاءت ضمن قضايا العنف ضد المرأة تمثلت في أنواع العنف ضد المرأة، أسبابه واثاره.

_ أظهرت الدراسة ان الجمهور المستهدف بالتوعية في قضية العنف ضد المرأة هم الجمهور العام النساء، الرجال والأزواج.