

النوميديا والمرأة : تحقيق حاجات النوع في سبيل التنمية المستدامة

New Media and woman: Social gender needs realization for durable development

حمال صبرينة¹

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل
hammel_sabrina@yahoo.fr
faridabenamrouche@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2019/10/28 القبول 2020/12/28 النشر على الخط 2021/01/30

Received 28/10/2019 Accepted 28/12/2020. Published online 30/01/2021

ملخص:

إن الحديث عن الحاجات الاجتماعية للمرأة عموما والمرأة الجزائرية على وجه الخصوص يقودنا بالضرورة إلى البحث عن الأدوات الكفيلة بتحقيق هذه الاحتياجات. فسواء تعلق الأمر بحاجتها للتواصل، الربط، التطوير، التنشئة الاجتماعية أو الترفيه، فإن المرأة الجزائرية تحاول تنويع أدواتها وجعلها تتماشى مع واقعها. بحكم تخصصنا في علوم الاعلام والاتصال وبالذات في ما يعرف بالوسائط الجديدة أو النوميديا فإننا لا حظنا أن المرأة الجزائرية قد وضعت أقدامها بثبات في استخدام هذه التقنيات وتوظيفها كآليات لتحقيق عديد الغايات وفي تعزيز أدائها في كل السياقات.

لذلك ارتأينا ومن خلال إنجاز ورقتنا هذه التعرف على الأبعاد التي يأخذها استخدام هذه الوسائط في تحقيق هذه الحاجات وذلك من خلال عرض أهم الحاجات الاجتماعية والوظائف النوميديا في كل حاجة وكذا التعرف على نماذج مستقاة من الواقع مباشرة وعلى مختلف المنصات المتاحة.

الكلمات المفتاحية: الحاجات الاجتماعية، المرأة، التنمية المستدامة، النوميديا، النوع الاجتماعي.

Abstract:

Human development is a major issue for contemporary societies. To achieve this is to subsidize the social and societal needs of existing genres.

The woman represents an entity in itself and all the texts and reports elaborated by the world institutions tend to insist on the necessity and the primacy of the satisfaction of the needs of this fringe. Achieving this goal requires the use of many means that can meet this expectation.

In our article we aim to identify the main needs of women as social gender and to clarify the contributions of social media in the effort to satisfy these needs.

Keywords: Social Needs, Women, Sustainable Development, New media, Gender.

البريد الإلكتروني: hammel_sabrina@yahoo.fr

¹ - المؤلف المرسل: حمال صبرينة

1. مقدمة:

تمثل المرأة لبنة أساسية في المجتمع فهي تمثل الشريك الأساسي في بناء الوحدة الأولى المشكلة له وحاملة القيم في الكثير من الثقافات، ورمزا لعماد البيت والأسرة في الكثير من الحضارات. وبالنظر إلى هذه الأهمية حاول الفلاسفة والباحثون، الأكاديميون ورجال الدين ورجال السياسة على مر العصور تقديم تعريف للمرأة اجتماعيا، نفسيا، بيولوجيا، سياسيا، اقتصاديا لكنهم فشلوا في ذلك ولعل السبب يعود كما وضحته Elisabeth Badinter في مقدمتها لكتاب A. L. Thomas, Diderot, Madame d'Epiny والمعنون *Qu'es-ce qu'une femme ?*، والتي اعتبرت فيها أن كل المقدمات التعريفية والتعاريف التي قدمت سواء من متعصي التيارات النسائية أو من طرف الفلاسفة والكتاب، أوتلك التي تحتمل التأويل السياقي أو النوعي لم تفعل سوى فتح باب النقاش وطرح التساؤلات والتي من أهمها :

- هل المرأة تشبه الرجل؟
 - أم أنها تمثل الآخر، الذي يحمل العلامة الغير قابلة للإتلاف والتي ترمز للاختلاف والمثيرة للرغبة والرهبة؟
- كما تساءلت الكاتبة أيضا عن مكانة المساواة في كل ذلك. لتؤكد أن أي محاولة لتعريف المرأة تؤدي إلى نتائج وخيمة نفسيا، اجتماعيا، أخلاقيا وسياسيا.¹
- وبما أن قناعتنا هي من قناعة الكاتبة، حيث أن التشبث بعملية وضع تعريف شامل بالنسبة لنا سيحدث تناقضات وصراعات واختلالات من سياق إلى آخر ومن تخصص إلى آخر فإننا ارتأينا التركيز على مظهرات وجود المرأة في المجتمع من خلال التدقيق في احتياجاتها، وظائفها، تنميتها، مشاركتها بعيدا عن الجدل العقيم والذي يجعل المرأة في محاولة إعادة تعريف ذاتها بشكل مستمر لكن بشكل سلبي مما يجد من قدرتها على التطور وعلى تقديم الأفضل لمحيطها. حيث نرى أن على المرأة أن تتعامل مع محيطها في تصور شامل يسمح لها بالتعرف على المتغيرات الموجودة في محيطها والتعرف على كينونتها من خلال كل الأطروحات الموجودة مع التأكيد على كونها جزء من كل هو المجتمع وبالتالي ضرورة تفعيل وظائفها وتحسين تفاعلاتها، التفكير في توليد طاقتها والحفاظ على توازنها كنسق اجتماعي متكامل. وهو ما سيسمح لها بتعديل حركيتها وإثبات اتزانها وتحقيق التنمية المستدامة كهدف استراتيجي موقعي.

لكن ومع ذلك وجب التنويه إلى مكانة المرأة في الثقافة الإسلامية حيث أنه رغم التخبط الحاصل في المجتمعات المعاصرة، ووعلى الرغم من تنامي محاولات لزرع تصورات جديدة عن مفاهيم قديمة مثل "حرية المرأة" و"حقوق المرأة"، إلا أن المرأة في المجتمعات الإسلامية واعية بالمكانة الخاصة التي حباها بها الله، وعززتها سنة رسوله. فحقوقها محفوظة ولها دور جد فعال في كل جوانب الحياة، سواء داخل البيت أو خارجه. كما ينظر الإسلام إلى المرأة، كونها تلعب دورا أسريا، ومجتمعيا في الأساس، كونها الأم، والأخت، والزوجة، وأنها شريكة الرجل في تحمل مسؤوليات الحياة²، وقد ذكر الشيخ الغزالي في كتابه "المرأة في الإسلام"¹ نموذجين كانا إيدانا بدور ومكانة المرأة في الإسلام، الأول كان

¹Elisabeth Badinter, preface du livre « Qu'es-ce qu'une femme », P.O.L, Paris

<http://www.pol-editeur.com/pdf/387.pdf>

² الدكتور حامد الرفاعي، "الإسلام... وتكريم المرأة" نسخة محفوظة، 9 سبتمبر

<https://web.archive.org/web/20160909103538/http://www.dialogueonline.org:80/arabic-4.pdf>

خديجة بنت خويلد، زوجة الرسول صلى الله عليه، أول من آمن بالدعوة وأول من أسلم، أما النموذج الثاني، كان سمية بنت خياط أم عمار بن ياسر أول من أستشهد في سبيل الإسلام. أما في القرآن فالقصاص القرآني مليء بأمثلة عن نساء كن نماذجاً في الطيبة، والاستقامة والتقوى كمرثمة بنت عمران التي اختارها الله فحملت معجزته التي لم يستطع العلم الحديث فك شفرتها في الخلق، وماشطة زوجة فرعون التي تمسكت بالإيمان حتى الموت فثبته الله برضيعها، وآسيا بنت مزاحم زوجة فرعون التي ثبتت على الإيمان وبقيت صابرةً محتسبةً أجراها عند الله، قال الله -تعالى- على لسانها: (رَبِّ ابْنِ لِي عِنْدَكَ بَيْتًا فِي الْجَنَّةِ وَبِحَبْلِي وَبِحَبْلِ الْعَمَلِ وَبِحَبْلِي مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ)² ، وملكة سبأ التي كانت نموذجاً في الحكمة والتسيير الحسن لشؤون مملكتها وقدرتها على معرفة الحق من الباطل... وغيرهم من النماذج التي تجعلنا اليوم نفكر في طرق تنمية دور المرأة كنوع اجتماعي تزداد مسؤولياته ورهائته يوماً بعد يوم بعيداً عن المفاهيم القديمة الجديدة التي يتم الترويج لها. وبالتالي ومن منظورنا الخاص، يجب على المرأة التركيز على التنمية الاجتماعية، عواملها، أدواتها وأهم طرقها بشكل براغماتي محض دون التغلغل في نماذج جديدة آتية من ثقافات أخرى.

لتدعيم هذا التوجه ارتأينا في ورقتنا هذه التعرّيج على مجموعة نقاط أساسية وهي التعريف بنظرية النوع الاجتماعي لما لها من اسهامات في تدعيم التنمية الاجتماعية للمرأة وتعزيز دورها. ثم تقديم عرض شامل للحاجات الاجتماعية للأفراد مع ربطها بالمرأة، وأخيراً تقديم مجموعة من الحاجات الاجتماعية التي يمكن للنيوميديا أن تقدم فيها دعماً محورياً يقود إلى تحسين الفعل الذي تقوم به المرأة في سعيها لتنمية نفسها ومجتمعها.

1) نظرية النوع الاجتماعي: تمييز المرأة اجتماعياً

الحديث عن المرأة في المجال الاجتماعي يقودنا لاجمالة إلى الحديث عن نظرية النوع أو الجندر والتي تعنى بدراسة التواجد النوعي للمرأة وذلك كشكل علائقي اجتماعي يوضح وجود المرأة ووجود الرجل. فكلمة "جندر" Genre هي كلمة تعبر عن مفهوم سوسولوجي يستخدم للحديث عن مفهوم النوع الاجتماعي والذي يشير إلى الأدوار الاجتماعية للنساء والرجال والتي تتحدد وفقاً لثقافة مجتمع ما على أنها الأدوار والمسؤوليات والسلوكيات والقيم المناسبة لكل من الرجل والمرأة في هذا المجتمع بعينه³. وعليه فإن هذه الأدوار تكون قابلة للاختلاف وفق اختلاف الثقافات، والظروف والأزمات المختلفة لتاريخ البشرية⁴. كما تهتم هذه النظرية بالعلاقات الاجتماعية للجنسين فيما يعرف بدراسة العلاقة المتداخلة بين المرأة والرجل في المجتمع وتسمى هذه العلاقة "علاقة النوع الاجتماعي"⁵.

¹ الشيخ محمد الغزالي، د محمد سيد الطنطاوي، د. أحمد عمر هاشم، "المرأة في الإسلام"، مطبوعات أخبار اليوم، قطاع الثقافة، مصر، 1991، ص 36

² سورة التحريم، آية: 11.

³ د. يمن الحماقي، "مفهوم النوع الاجتماعي والقضايا المرتبطة به" محاضرات كلية التجارة، جامعة عين شمس.

<http://www.mof.gov.eg/Equality-finalweb/systempages/wrshfiles/m1.pdf>

⁴ "مسرد مفاهيم ومصطلحات، النوع الاجتماعي"، المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي والديمقراطية "مفتاح"، رام الله فلسطين، حزيران 2006، ص 7

<http://info.wafa.ps/pdf/sh5.pdf>

⁵ THEORIE DU GENRE, Module 1, pour étudiant de Licence, Université de Madagascar, Programme de l'UNESCO, Unions Européenne,

كما تهتم هذه النظرية بمجموعة أساسية من المفاهيم والتي تسمح بالنظر إلى المرأة كجزء محوري في التركيبة الاجتماعية . فيما يلي قائمة بأهم هذه المفاهيم :

- أدوار النوع الاجتماعي Gender Roles
- توزيع النوع الاجتماعي للعمل Gender Division of Labor
- دور المرأة الانتاجي Women's Productive Role
- دور المرأة الإنجابي Women's Reproductive Role
- دور المرأة المجتمعي أو التنظيمي Women Community Management Role
- احتياجات النوع الاجتماعي العملية Practical Gender Needs (PGNs)
- احتياجات النوع الاجتماعي الاستراتيجية Strategic Gender Needs (SGN)
- الوعي بالنوع الاجتماعي Gender Awareness
- المساواة بين النوع Gender Equality
- تحفيز الإدراك والوعي بالنوع الاجتماعي Gender Conscientization

إن اختيارنا لهذه النظرية كان بعد تمحص في تركيبها وفروضها، ورغم المآخذ التي يمكن أن تكون في فحوى النظرية أو تطبيقها على مستوى الثقافات والحضارات المختلفة، وما يتم اتهامها به من كونها أسست للمثلية الجنسية والتفكك الأسري والكثير من الشوائب المستحدثة خاصة في المجتمعات الإسلامية المحافظة والتي قد تخرج النظرية من سياقها الفكري التنظيري إلى تطبيقات تؤثر سلبا على المجتمع. إلا أننا قمنا باختيارها لكونها تملك شق براغماتي في التعامل مع دور المرأة في المجتمع، ولأنها يمكن أن تؤسس لتصوير متكامل حول الأدوار الاجتماعية للمرأة دون أن ننساق وراء المفاهيم بطريقة غير متناسبة مع البيئة الإسلامية التي نعيش فيها ونتعامل معها والتي تمارس فيها المرأة المسلمة أدوارها بما يمليه عليه دينها ومكانتها في ثقافتها دون استيراد مركبات ولبنات آتية من ثقافات أخرى. أي أننا نستقي من النظرية فقط فرضها الذي يعتبر أن للمرأة دورا اجتماعيا خاصا، ووظيفة تنموية منوطة بها تؤديها وفق ما تمليه عليها بيئتها، وهو ما يجعل لها احتياجات خاصة.

2) نظرية النوع الاجتماعي والتنمية الاجتماعية للمرأة: شرح المقاربة وأمثلة من الواقع

إن الغاية الأساسية لأي دراسة هي فهم الظواهر من خلال استيضاح تغيرها، تظاهراتها، أسبابها ونتائجها في سبيل إحداث تغيير على واقعها أوراها. وهو ما لم تخرج عنه الدراسات النوعية التي أتت في المرحلة الثانية من تطور النظرية النوعية من تضافر كل من السياق الفكري والسياق السياسي لتساهم في تطور مفهوم النوع الاجتماعي وتحواله إلى أداة أساسية لدراسة وتحليل وفهم العلاقات في مجتمع ما¹. كل ذلك من أجل إحداث تغييرات المناسبة على واقع النوع الاجتماعي.

وبما أن الهدف الأساسي للتنمية هو "إحداث تغيير في المجتمع الذي تتوجه إليه، فهذا التغيير من الممكن أن يكون ماديا يسعى إلى رفع المستوى الاقتصادي والتكنولوجي لذات المجتمع، وقد يكون معنويا يستهدف تغيير اتجاهات الناس وتقاليدهم وميولهم"¹ فإنه يتضح لنا أن التنمية تمثل المجال العام الذي تعمل فيه الدراسات النوعية.

فنظرية النوع الاجتماعي ومن خلال دراساتها ركزت على دراسة واقع الاختلافات الموجودة بين الرجل والمرأة وسواء من ناحية الأدوار، المسؤوليات، الأنشطة والمهام، الموارد، الحريات، الملكية، وحقوق الإنسان. حيث تعمل هذه المقاربة على ترقية المساواة في الحقوق بين النوعين، وكذا التوزيع المتساو للموارد والمسؤوليات بين الرجل والمرأة من خلال استصدار قوانين رسمية وحقيقية، وتحسين النفاذية لفضاءات التعبير، الحكم، والرأسمال المدمج (الصحة، التعليم) وكذا أدوات ووسائل وعوامل الانتاج.

كما تعمل هذه المقاربة على الوقاية من القمع والعنف القائم على الجنس. من الناحية المنهجية تعمل هذه المقاربة على تقديم تحليل مقارن للوضع الراهن بين الرجال والنساء سواء من وجهة نظر اقتصادية أو اجتماعية، وهو ما يسمح بإعادة قراءة للتمثيلات والممارسات الموجودة فرديا وجماعيا. وتهدف هذه المقاربة إلى الزيادة من استقلالية المرأة من خلال إدماج سيرورة حصول على السلطة على المستويين الفردي والجماعي، وذلك من خلال زيادة القدرة على التحرك بصفة مستقلة، والقدرة على الاختيار واتخاذ القرار من أجل الحياة الذاتية والمجتمع، ما يسمح بوضع دعم للتنمية الحقة، العادلة والمستدامة.²

على سبيل المثال نجد أن تقرير التنمية البشرية لسنة 2016 الصادر عن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، وبالاعتماد على المقاربة الجندرية يؤكد أن المرأة تتعرض للتمييز في عدة بلدان حول العالم وفي مواضيع مختلفة. كما أنها تحصل على امتيازات مختلفة في عدد معين من البلدان.³

كما يؤكد ذات التقرير على ضرورة العمل على مجموعة كبيرة من المحاور بما يكفل للمرأة تحقيق التنمية الاجتماعية، خاصة فيما يتعلق باعتماد إطار قانوني لإزالة الحواجز التي تحول دون امتلاك المرأة للأراضي، وكذا تغيير وإنفاذ السياسات التي تستوعب احتياجات المرأة في تنظيم الأراضي وإدارتها. أيضا أكد ذات التقرير على ضرورة تحسين فرص النساء فيما يتعلق بالتعليم العالي ولاسيما في العلوم والتكنولوجيا والهندسة وكذا تحسين آليات التوظيف لتكون معايير ترقية الرجل والمرأة متعادلة إلى المناصب الإدارية العليا.⁴

3) الحاجات الاجتماعية للمرأة

للمرأة في المجتمع ووفقا لنظرية النوع الاجتماعي مجموعة أساسية من الاحتياجات والتي يمكن تضمينها في مجموعتين أساسيتين من الاحتياجات:

أ- الاحتياجات الاستراتيجية Gender Strategic Needs

وهي احتياجات عامة تلبي طبقا للسياق الذي توضع فيه المرأة وبناء على علاقتها بتقسيم العمل طبقا للنوع الجنسي، وكذا علاقتها بالسلطة والسيطرة. وتسعى المرأة من خلال تحقيق هذه الاحتياجات إلى تغيير وضعها الاجتماعي وتخطي التبعية للرجل. وتتلق عادة بتحقيق الأمن

¹ شاكور إبراهيم، "الإعلام ودوره في التنمية" ط2، المنشأة الشعبية للنشر والتوزيع والإعلان، طرابلس، 1980، ص 133

² Association Adéquations, « Premier Document d'orientation stratégique genre et développement du MAEE », 2007 http://www.adequations.org/IMG/article_PDF/article_a1035.pdf

³ http://hdr.undp.org/sites/default/files/HDR2016_AR_Overview_Web.pdf

⁴ http://hdr.undp.org/sites/default/files/HDR2016_AR_Overview_Web.pdf

وحمايتها من العنف وإزالة جميع أشكال التمييز في كل المجالات، كما تعنى بالحصول على التعليم بشكل متساومع الرجل والتقليص من أعباء العمل في المنزل والتقسيم العادل له في العمل الخارجي.

وهذه الاحتياجات تحتاج إلى دعم من الحكومات ودوائر صنع القرار.

ب- احتياجات النوع الاجتماعي العملية Practical Gender Needs

ونقصد بها الاحتياجات المتعلقة بالحياة اليومية للمرأة كالمأكل، الماء، السكن والطاقة. وهي احتياجات تكون غالبا المرأة مسؤولة عن تسييرها وأتوفيرها. وهي احتياجات يجب أن توفر في مدى قصير. كما أن هذه الاحتياجات تتغير بتغير أدوار النوع الاجتماعي مما يتطلب عملية تقص للتعرف عليها.

4) الميديا الجديدة وتلبية الاحتياجات الاجتماعية

لتحقيق احتياجاتها الاجتماعية، تتجه المرأة عموما والمرأة الجزائرية على وجه الخصوص نحو البحث عن كل السبل، والأدوات التي تدعم نشاطاتها وتعطيها القدرة على تعزيز تنميتها الاجتماعية.

من بين أهم الوسائل التي تعتمد عليها المرأة في ذلك وذلك بالنظر لما تقدمه هذه الوسائل من فرص وكذا لتعلقها بظاهرة إنسانية واجتماعية محورية ألا وهي الاتصال، نجد ما يعرف ب"الوسائط الجديدة". وهي عبارة عن تكنولوجيات ذات بعد وسائطي اجتماعي، تدعم الفرد في تفاعله مع محيطه عن طريق آليات ذكية بشكل يسمح له بتبادل المعلومات بصورة آنية، تداؤبية تضمن له تحقيق التفاعلية الحقة في تواصله مع الآخرين. حيث يعرفها الباحثون على أنها :

“[...] activities, practices and behaviors among communities of people who gather online to share information, knowledge, and opinions using conversational media. Conversational media are Web-based applications that make it possible to create and easily transmit content in the form of words, pictures, videos, and audios.”¹

من أهم هذه الوسائط أثرتنا تقدم قائمة إسمية بأهم مظهرات هذه الوسائط على سبيل المثال وليس الحصر:²

- ✓ الدعائم في شكل أقراص مضغوطة وأجهزة تخزين معلومات ذكية
- ✓ مختلف وضعيات الربط بين المنصات المعرفية الموجودة
- ✓ التبادلات الحادثة بين مختلف المنصات المعرفية والمعلوماتية كالربط بين نظام إعلام آلي وقاعدة بيانات خارجية، أو هاتف نقال مع جهاز مزود بالإنترنت وكل الوضعيات التي يمكن أن تتشكل بين ذلك
- ✓ الأفلام المصورة والصور الرقمية
- ✓ التعلم الإلكتروني والتعلم عن بعد

¹ Safko, L. and Brake, D. K., 2009. The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, In FOTIS J. N., “The use of Social Media and its impacts on consumer behaviour: The context of Holiday Travel”, Doctorate thesis, Bournemouth University, May 2015, p 43

² Roberto Igarza, dans « L'Art de gérer Sa carrière, à l'intention des travailleurs autonomes en Nouveaux Médias », Le Conseil Des Ressources Humaines Du Secteur Culturel, 2007, p3

- ✓ التجارة الإلكترونية
- ✓ النصوص والروابط الإلكترونية المتشعبة
- ✓ الإغراق، الثلاثي الأبعاد والبيئات الافتراضية
- ✓ واجهة الاستخدام التفاعلية
- ✓ البث المباشر عبر الأنترنت
- ✓ المجموعات الافتراضية ومجموعات الألعاب
- ✓ الإعلانات المباشرة
- ✓ المحتويات المعدة للأجهزة المحمولة أي باد، أي بود، أي فون، هواتف ذكية، ألواح ذكية
- ✓ التدوين الصوتي
- ✓ البث عبر الأقمار الصناعية
- ✓ بيانات مرئية أو صوتية متدفقة عبر الانترنت
- ✓ استخدام عرض نطاق الإنترنت من أجل بث محتوى وسائلي تم إثراؤه
- ✓ استخدام التكنولوجيات للتجارة والعلوم (زيارات افتراضية، بناء أو تعديل افتراضي للبيوت، التطبيق عن بعد، الرصد الزلزالي ورصد

(التسونامي)

- ✓ مواقع الويب والمدونات
 - ✓ قواعد البيانات
 - ✓ منصات المعرفة
 - ✓ أنظمة الإعلام الآلي والمعلوماتية
 - ✓ شبكات التواصل الاجتماعي
- ما يمكن ملاحظته هو أن الشاكلة التكنولوجية التي تأخذها هذه الأدوات سمح للمرأة كجزء أساسي من المجتمع باستغلال وتطوير هذه التكنولوجيات لتطوير قدراتها وطاقاتها بما يسمح لها بتعزيز أدوارها وبما يكفل لها تحقيق بعض الحاجات الاجتماعية العملية والاستراتيجية. فيما يلي سنحاول تعديد أهم هذه الحاجات الاجتماعية حسب رأينا مع تفصيل عن استخدامات لثناء جزائريات في صفحات الفيسبوك، وعلى مواقع تبادل الفيديوهات يوتيوب.

1 - الربط Connectivity

يمثل الترابط الاجتماعي والتواجد في بيئة مجتمعية مترابطة حاجة فردية قديمة ساهمت الميديا الجديدة في تغيير طبيعتها وإعطائها شكلا مختلفا كميًا ونوعيًا. وعلى الرغم من التخوف الذي صاحب ظهور الميديا الجديدة إلا أن الدراسات الحديثة أكدت أنها وسيلة محورية وناجعة في تحقيق هذه الحاجة. إذ أكد ¹ Wellman أن تطور الشخصية، المحمولة والانتشار الواسع للربط عبر الانترنت يسهل الترابط الفردي كشكل جديد للترابط الاجتماعي. كما أكدت الدراسات أيضا أن الأفراد اليوم يتحركون في شبكات تتميز بكونها مجزئة، متلاحمة بشكل

¹ Wellman, B.; "The global village: Internet and community"; Ideas, 1, 2004, p 29.

متناثر، ذات نفاذية عالية، ومتخصصة¹. وبما أن المرأة هي جزء من هذا النسيج الاجتماعي فإن ذلك ينعكس عليها ويجعلها اليوم تستفيد من قدرتها على الترابط مع نظيراتها أومع مجموعات اهتماماتها أومع أسرتها وكذا في الجانب المهني والذي يمثل بالنسبة لنا الجانب المشرق لهذا الربط.

من بين الأمثلة على ذلك في الواقع الجزائري نجد أنه في الفيسبوك توجد صفحات خاصة تسمح بالربط بين النساء ذوات الاهتمام المشترك وتملك أعداد كبيرة من المشتركين كصفحة المرأة الجزائرية بتعداد 725 ألف مشترك، أنت جزائرية 212 ألف مشترك، كل ما يخص المرأة في الحياة 570 ألف مشترك... في سياق أكثر تخصص نجد صفحات الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات 3 آلاف و600 مشترك، وشبكة الإعلاميات الجزائريات ب ألف و500 متابع والمحاميات الجزائريات ب ألف و900 مئة مشترك وكذا أكبر مجموعة للطبيبات والممرضات الجزائريات بألف و4 مئة مشترك.

2 - التواصل Communication

فيما يتعلق بهذه الحاجة فإن الباحثين يؤكدون على أن هذه الفضاءات هي فضاءات تسمح بتقاسم ، الأخبار، المعلومات، المعارف،... بل أنهم يذهبون إلى التأكيد على أن التقاسم في الميديا الجديدة هونقل المعلومة، الحفاظ على العلاقات، تقديم نسخة من الفرد عن نفسه، دعم شخص آخر أو موضوع أوالإلتساق مع الآخر. كما يؤكد الباحثون على أن التقاسم هو أيضا "ممارسة التجارة الرقمية عبر الويب 2.0 فالتقاسم يعني البيع، المتاجرة"². من خلال هذه الشروحات يتبين لنا أن هذه الوسائل يمكن أن تشكل مجالا للمرأة لتحقيق حاجتها للتواصل من خلال عرض تجاربها، تقديم نشاطاتها، خدماتها... وهو ما وقفنا عليه من خلال تصفح صفحات الفيسبوك حيث وجدنا صفحات نسائية لشخصيات مهمة ومعروفة تسمح لهم بالتواصل مع بقية الشرائح أوفيما بينهم نذكر على سبيل المثال صفحة وزيرة التربية والتعليم نورية بن غبريط والتي تحطت عتبة المليون مشترك. أيضا صفحة لينا وهي بنت جزائرية في الجامعة تختص في تقديم فيديوهات ساحرة لواقع البنت الجزائرية ب 524 ألف مشترك أو صفحة أحلام مستغامي التي بلغت شهرتها العالم العربي إذا لم يكن العالم ككل وصفحها 12 مليون مشترك، هي و صفحة الإعلامية خديجة بن قنة ب 11 مليون مشترك.

3 - التنشئة الاجتماعية Socialisation

إن استخدام الميديا الجديدة في عملية التنشئة الاجتماعية هو تحصيل حاصل. فكغيرها من التقنيات تخضع هذه التقنية إلى المخيال الاجتماعي لتحقيق الحاجة الكامنة التي تعمل على إظهارها³. وبالتالي فإن أندماجها في الأنشطة التربوية قائم على تفكير الأفراد وبحثهم عن استغلالها بفاعلية لتفعيل التعلم، التعليم، التربية، التخطيط، التفاعل... حيث أكدت دراسات عديدة على الدور الذي تلعبه النيوميديا

¹Castelles, 1994 ; Van Dijk,2006 ; Wellman, 2001 dans Hua Wang, Barry Wellman, Ibid p 1167

² Meikle Graham, "Social Media: Communication, Sharing and Visibility", Routledge, New York, 2016

³ Akoun André, « Nouvelles techniques de communication et nouveaux liens sociaux », Presses Universitaires de France, Cahiers internationaux de sociologie, 2002, p9

وخاصة في شكل ألعاب الفيديو في تحفيز السلوكيات التفاعلية، الإبداع والاصطبار، في إدخال معرفة تقانيه وتكنولوجية، وكذا في القدرة على تخطي الحدود الذاتية والعقبات.¹

بالنسبة للمرأة فإن توظيف وسائط التواصل الاجتماعي للتعليم يتمظهر في لتحقيق غايات التنشئة الاجتماعية أي أنها تتمظهر في إعطاء المرأة سبل لتأدية دورها الإجماعي على أكمل وجه وذلك من خلال تقديم معلومات ومعارف وتكوينات متكاملة في المواضيع التي تهمها. حيث نجد مثلا أن الفيسبوك الجزائري مليء بالصفحات التي تساعد المرأة على تأدية أدوارها الإنجابية، و الأسرية من خلال تقديم سبل الاستعداد للحمل، وتسيير فترته وكذا العناية بالطفل الجديد ثم التربية النفسية الصحيحة له، من بين أهم الصفحات التي تتابعها الجزائريات نجد : كل ما يخص تربية الأطفال، معلومة اليوم عن تربية الأطفال. بالنسبة لعمل المرأة في البيت توجد أيضا صفحات خاصة بتقاسم الخبرات والآراء وتقديم الدعم والمساندة في شكل مجموعات اهتمام بالإضافة للمجموعات التي ذكرناها في ما يتعلق بالربط نجد : عالم المرأة بامتياز ب 171 ألف مشارك، كل ما تحتاجه المرأة 323 ألف مشترك مطبخ أم زكريا وكل ما يخص المرأة العصرية ب 266 ألف مشترك.

4 - الترفيه Entertainment

تمثل النيوميديا مجالا خصبا للترفيه وتمثل هذه الحاجة أهم حاجة يلجأ الأفراد للنيوميديا من أجل تحقيقها. فالألعاب الشبكية التي عرفت بداياتها بظهور الويب 2.0 تعرف اليوم انفجارا حقيقيا بظهور تطبيقات الألعاب وقنوات البث التدفقي ومخازن المعلومات ومستودعات البيانات. والمرأة ككائن اجتماعي تبحث هي الأخرى عن سبل الترفيه والتسلية سواء بالاشتراك في صفحات يوتيوب خاصة بالناشرين الذين يقدمون محتويات ترفيهية، أو لمشاهدة محتويات ترفيهية تبث على التلفزة لكن في وقت آخر. كما تشترك الجزائريات في صفحات الفنانين والكتاب، والنوادي الشعرية أو المنتديات. من أهم الصفحات الترفيهية الجزائرية النسائية نذكر الصفحات التي قدمت في الترتيب ل 500 صفحة جزائرية الأكثر متابعة لسنة 2016 والتي حملت الأسماء التالية : ZAHO، Kenza Farah، Yasmine Nayar، Samira TV108، Lamset Charhrazad، Oum Walid، Authentique، Cheba Dalila، Cheba...Sabah

أما فيما يخص اليوتيوب فإن أشهر اليوتيوبوزر الجزائرية تلخصت في قائمة وهي :

- Neila Romeyssa de Coffe Knafeh
- Nesrine de mes Beauté
- Antonella
- @Rashabou du Royaume des filles
- Amira de Amira's World
- Maroua de the doll beauty

وهي قنوات مختصة في شؤون المرأة الجمالية، الصحية والإكسسوارات... وكل ما يخص إعناء المرأة بنفسها ومظهرها. من بين الصفحات التي تهتم بالترفيه ومتابعة شؤون المرأة أيضا نجد صفحة Algerian Women ب 440 ألف مشترك.

5 - التطوير Development

لما كان التطور والتطوير الإنساني أساس حركية المجتمعات وظهور الحضارات، فقد كان من التحصيل الحاصل أن يكون للميديا الجديدة دور فاعل وأساسي في تحقيق هذه الحاجة لدى الأفراد والمجتمعات. حيث أكد الباحثون أن الميديا الجديدة تملك دورا اجتماعيا أساسيا يتعلق بالتجديد الاجتماعي.

¹ Pierre G. Coslin, "La socialisation de l'adolescent", Armand Colin, 2007.

لتحقيق ذلك تجد المرأة نفسها أمام رهان امتلاك ناصية الميديا الجديدة للانخراط في السيرورة الحصول على الموارد، وتقوية طاقاتها في المجتمع المدني. في هذا السياق نجد أن المرأة الجزائرية انخرطت في ذلك من خلال محاولتها في مرحلة أولى استغلال هذه الوسائط للتواجد. ففي الفيسبوك مثلا توجد العديد من صفحات الجمعيات النسائية التي تسعى لتطوير وتحسين واقع المرأة الجزائرية مثل جمعية حورية للمرأة الجزائرية والتي تملك صفحات خاصة بالعديد من الولايات، جمعية العلماء المسلمين قسنطينة الفرع النسوي، وجمعية Association FARD Oran، كما وجدنا أيضا صفحة الجمعية الوطنية للقانونيات الجزائريات ب 4 آلاف وأربع مئة مشترك. دون إغفال تواجد المرأة كصفحات خاصة بالتنمية البشرية من خلال العمل كمدربات، ومشاركات في الأعمال الخيرية،...

6 - الحكم Governing

تمثل حاجات الحكم الحاجة السادسة من الحاجات الاجتماعية التي تغطيها الميديا الجديدة. فقد أثبتت التجارب التي خاضها العديد من السياسيين عبر العالم أن هذه الفضاءات تقدم دعما كبيرا خلال الحياة السياسية للأفراد والمنظمات بما تقدمه من تفاعلية، آنية، انتشار، قابلية للتعديل، قدرة على التتبع، المحادثة... وظهرت مفاهيم شاملة كمفهوم الحكومة الإلكترونية والمواطن الرقمي. وبما أن المرأة اليوم هي من بين فاعلي هذه الفضاءات بامتياز فإنه بإمكانها أن تشارك في هذه التفاعلات سواء كطرف حاكم أو كمحكوم لقيام بدورها وتحقيق حاجاتها. من بين الأمثلة على الصعيد الوطني نجد أن صفحة الوزيرة بن غبريط تمثل المثال الأحسن. فهي صفحة رسمية تستخدمها الوزيرة للتواصل مع الأفراد على حسب البيئة الموجودة والظروف المتاحة مع مليون و13 ألف مشارك. كما نجد صفحات لحقوقيات وسياسيات كبن براهيم فاطمة الزهرة 11 ألف مشترك، ونعيمة صالحى 91 ألف مشترك حليمة زيدان 12 ألف مشترك. كما لا ننسى صفحة وزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة ب 50 ألف مشترك.

7 - الدبلوماسية Diplomacy:

تمثل هذه الحاجة وجها أساسيا للتصور الشمولي للحاجات الاجتماعية في شكلها الحديث. حيث أن استخدام الميديا الجديدة في العمل الدبلوماسي أصبح شيء جد عادي. فالرئيس الأمريكي دونالد ترامب تحدث عن تعزية الرئيس الأرجنتيني Macri بسبب الهجوم الإرهابي الذي راح ضحيته خمسة أشخاص.¹

حيث يمكن للفرد كما المؤسسات الرسمية اعتماد هذه الوسائط في شرح المواقف، الاجراءات، الأحداث. وبالتالي فللمرأة إمكانية للاعتماد عليها سواء كانت ممثلة دبلوماسية أو طالبة لخدمات الدبلوماسيين.

8 - الأعمال وإدارة الأعمال Business

في الآونة الأخيرة كثر الحديث عن الاقتصاد الجديد والذي يملك 12 خاصية : وهي : المعرفة، الرقمنة، الافتراضية، التجزؤ، الاندماج أو العمل عبر الإنترنت، إلغاء الوساطة، التجمع التقني، التجديد، استهلاك وإنتاج الميديا، الآنية، العولمة والنزاع². الملاحظ أن أغلب هذه الخصائص تمر عبر العمل الشبكي والتكنولوجي الذي توفره الميديا الجديدة بمختلف أشكاله. وهو ما يساهم في تحقيق أهداف رجال الأعمال ويسمح بالترباط اللازمين للأفراد لتحقيق المعايير الاجتماعية التي تقوم على الإبداع والتجديد لخلق الثروة.

¹ <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/925907651350941696>

² Don Tapscott, "The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence", McGraw-Hill Professional; Édition : 2nd edition (7 octobre 2014)

لذا تجد المرأة نفسها أمام آليات متغلغلة في النشاطات الاقتصادية ومجال الأعمال والتي تسمح لها بأخذ فرصتها وتحقيق ذاتها في المجال. خاصة وأن المرأة لها مجالات ابداعية عديدة. من خلال تصفحنا للفيسبوك تبين لنا أن للمرأة الجزائرية تجارب في هذا السياق فقد وجدنا أن هناك صفحة خاصة اسمها منتدى سيدات الأعمال الجزائريات ب 127 ألف مشترك.

(5) النيوميديا والمرأة : الوسائط الجديدة كألية في سبيل تحقيق التنمية المستدامة

من خلال الطرح الذي تم تقديمه والذي قمنا فيه بالربط بين الوظائف التي يمكن أن تقدمها النيوميديا كتكنولوجيا جديدة تتيح فرص لا متناهية للمرأة في تحقيق حاجاتها الاجتماعية. يتبين لنا أن هذا التحقيق يسمح لها في مستوى أولي بأن تكون لبنة محورية في أداء عدة أدوار اجتماعية، وفي مستوى أعلى بتحقيق تنمية ذاتية مهنية، اقتصادية، سياسية، ثقافية، علمية... تؤدي بها للإندماج في النسيج الاجتماعي التنموي مرحليا. وتضمن لها التغلغل في الممارسات الفردية والجماعية، وكذا أن تكون عنصرا فاعلا في مجالها وبيئتها. الأمر الذي يفعل مكانتها في النسق الاجتماعي عموما ويغير من ملامح الأثر الذي تمارسه موضعيا أو شموليا. أيضا فذلك يوسع دائرة هذا الأثر ويسمح بامتداده في الزمن. وهو ما يؤدي إلى تحقيق التنمية المستدامة على مستوى كل الأنشطة، الهيئات والغايات التي تعمل عليها المرأة كنوع اجتماعي.

في مقالنا هذا قدمنا نمذجة تمهيدية لتصور شامل يربط بين ثمانية حاجات اجتماعية يمكن للنيوميديا تحقيقها كون هذه الحاجات هي نفسها وظائف النيوميديا الأساسية.

حيث أن الربط هو الوظيفة الحاجة الأولى التي تحتاج المرأة لتحقيقها اجتماعيا وهي في ذات الوقت الوظيفة الأساسية التي وجدت من أجلها النيوميديا بجميع أشكالها.

كما تمثل الحاجة إلى التواصل سبيلا أساسيا لتكوين شبكة العلاقات التي تحتاجها المرأة في أداء أدوارها.

بينما تمثل الحاجة إلى تحسين نوعية **التنشئة الاجتماعية** غاية أساسية للمرأة في المجتمع كما أنها دور من أدوار النيوميديا كوسيط جديد من وسائط الإعلام والاتصال والتي لا طالما تغنت بالمساهمة في التربية والتثقيف.

كما إن حاجة المرأة **للترفيه** تنصب في روتين حياتها اليومي، وهي تلجأ إلى أهم وسيلة ترفيه معاصرة في تلبية هذه الحاجة ألا وهي النيوميديا.

أيضا، تمثل الحاجة إلى **التطوير** أيا كان مجاله واحدة من أساسيات الوجود لدى المرأة، فسواء كانت ربة بيت، أو صاحبة مهنة فإن النيوميديا يمكنها أن تعطيها دفعا جوهريا في تنمية مهاراتها وكفاءتها بما تقدمه من تنوع في المحتوى ودقة التفاصيل وفرص للتكوين.

تمثل الحاجة إلى **التحكم** في مختلف الأنشطة والفاعلين غاية أساسية للمرأة ذات المنصب الحكومي وبالتالي فإن التعويل على هذه الوظيفة من وظائف النيوميديا الحديثة، أصبح سبيلا من السبل التي تمكن المرأة من تنشيط وتنمية قدراتها في مجال الحاكمية.

تحسين الممارسة **الدبلوماسية** هي أيضا واحدة من أهم الحاجات التي يجب تلبيتها لتحقيق التنمية على مستوى المرأة الدبلوماسية وهنا يأتي دور النيوميديا وما يمكن أن تقدمه من استحداث لشكل التواصل الدبلوماسي وممارسة القوة الناعمة.

أخيرا وفي سياق مهم للغاية، تمثل الحاجة إلى **تطوير الأعمال**، وتنمية مهارات، علاقات، ممارسات وكفاءات المرأة العاملة في هذا المجال لبنة أساسية في بناء اقتصاد قوي. فالمرأة صاحبة الأعمال أصبحت اليوم من أهم مركبات الاقتصادات الخاصة بعدة مجتمعات. والجزائر من بينها.

حيث أصبح بإمكان المرأة أن تمارس الأنشطة الحرفية، المهنية وكل الوظائف التي تدخل في بناء الاقتصاد الوطني وفق ما تسمح به بيئتها. لتحقيق ذلك أصبح الاعتماد على النيوميديا في ممارسة أنشطتها التجارية، الحرفية والمهنية عبر الخط بكل أريحية ضرورة وحتمية.

الخاتمة :

في نهاية عرضنا هذا يمكننا القول أن الميديا الجديدة بما تقدمه من خصائص ووظائف أصبحت تقدم للمرأة الجزائرية وسيلة لتحقيق حاجاتها الاجتماعية العملية والاستراتيجية، وعلى الرغم من كون استخداماتها في الفترة الراهنة لا تكاد تتخطى بعض الفضاءات وبعض الوسائط فقط وباستخدام بدائي يضمن التواجد فقط. على عكس بقية الدول المتطورة والنامية حتى منها كتركيا، تونس ومصر. حيث أصبحت المرأة في هذه البلدان تملك زمام هذه الوسائط وتستخدمها في كل النشاطات وبشكل مستمر في نمطية تنمية مستدامة.

قائمة المراجع :

- شاكرا إبراهيم، "الإعلام ودوره في التنمية" ط2، المنشأة الشعبية للنشر والتوزيع والإعلان، طرابلس، 1980،
- د. يمن الحمادي، "مفهوم النوع الاجتماعي والقضايا المرتبطة به" محاضرات كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- الدكتور حامد الرفاعي، "الإسلام... وتكريم المرأة" نسخة محفوظة، 9 سبتمبر <https://web.archive.org/web/20160909103538/http://www.dialogueonline.org:80/arabic-4.pdf>
- مسرد المفاهيم والمصطلحات، "النوع الاجتماعي"، المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي والديمقراطية "مفتاح"، رام الله فلسطين، حزيران 2006، <http://info.wafa.ps/pdf/sh5.pdf>
- الشيخ محمد الغزالي، د محمد سيد الطنطاوي، د. أحمد عمر هاشم، "المرأة في الإسلام"، مطبوعات أخبار اليوم، قطاع الثقافة، مصر، 1991،
- Akoun André, « Nouvelles techniques de communication et nouveaux liens sociaux », Presses Universitaires de France, Cahiers internationaux de sociologie, 2002, p9
- Association Adéquations, « Premier Document d'orientation stratégique genre et développement du MAEE », 2007 http://www.adequations.org/IMG/article_PDF/article_a1035.pdf
- CASTELLES, 1994 ; Van Dijk,2006 ; Wellman, 2001 dans Hua Wang, Barry Wellman, Ibid p 1167
- Elisabeth Badinter, preface du livre « Qu'es-ce qu'une femme », P.O.L, Paris <http://www.pol-editeur.com/pdf/387.pdf>
- Francois Thébaud, "Sexe et genre", Femmes, Genre et société, La Découverte, 2005
- Don Tapscott, "The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence", McGraw-Hill Professional; Édition : 2nd edition (7 octobre 2014)
- Meikle Graham, "Social Media: Communication, Sharing and Visibility", Routledge, New York, 2016
- Pierre G. Coslin, "La socialisation de l'adolescent", Armand Colin, 2007.
- Roberto Igarza, dans « L'ART DE GÉRER SA CARRIÈRE, à l'intention des travailleurs autonomes en NOUVEAUX MÉDIAS », LE CONSEIL DES RESSOURCES HUMAINES DU SECTEUR CULTUREL, 2007, p3

-
- Safko, L. and Brake, D. K., 2009. "The social media bible: tactics, tools, and strategies for Business success", NJ: John Wiley & Sons. Hoboken, , In FOTIS J. N., "The use of Social Media and its impacts on consumer behaviour: The context of Holiday Travel", Doctorate thesis, Bournemouth University, May 2015, p 43
http://hdr.undp.org/sites/default/files/HDR2016_AR_Overview_Web.pdf
 - THEORIE DU GENRE, Module 1, pour étudiant de Licence, Université de Madagascar, Programme de l'UNESCO, Unions Européenne,
 - Wellman, B.; "The glocal village: Internet and community"; Idea& s, 1, 2004, p 29.
 - http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/BSP/GENDER/PDF/L1final_01.pdf p 1
 - <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/925907651350941696>
 - <http://www.mof.gov.eg/Equality-finallweb/systempages/wrshfiles/ml.pdf>