

العنف ضد المرأة فى الإعلام الجديء بالتطبيق على ظاهرة التحرش الجنسى

مها عبء الجيء *

تتناول الورقة البحثية الدور الذى تقوم به تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى طرح موضوع العنف ضد المرأة فى المجتمعات العربية، بالتطبيق على ظاهرة التحرش الجنسى. اعتمدت الورقة على التحليل الكيفى لعينة من الأطروحات التى تتناول ظاهرة التحرش الجنسى عبر عدة حسابات إلكترونية منشورة على ثلاثة مواقع هي: Facebook، YouTube، Twitter. وأظهرت النتائج تنوع أسلوب تناول القضية على النحو الذى يحقق درجة عالية من التكامل والشمول فى طرحها، سواء من حيث تنوع الأبعاد التى يتم التطرق إليها، أو تنوع فى مستويات الطرح وأشكاله ما بين توظيف الاستمالات العاطفية والمنطقية وبين توظيف الدراسات العلمية والتقارير والإحصاءات الموثقة، وما بين التهديد والتحذير وما بين الترغيب والتحفيز، والتنوع فى طرح جميع التوجهات والأفكار والتعبير عن كل الأصوات بما تحمله من آراء إيجابية وأخرى سلبية، والتنوع فى طبيعة المحتوى نفسه، فكل أشكال الإبداع الفنى موجودة فى التعبير عن المشكلة وتناولها.

موضوع البحث وأهميته

يتناول البحث الدور الذى تقوم به تطبيقات الإعلام الاجتماعى Social media فى طرح موضوع العنف ضد المرأة فى المجتمعات العربية، وتحديداً ما يتعلق بملف التحرش الجنسى كأحد أبرز أشكال العنف الموجه ضد المرأة العربية، والذى تتزايد معدلاته مؤخرًا برغم حرص المشرع فى جميع الدساتير العربية على ضمان حقوق المرأة ضد أشكال العنف والإساءة المختلفة ووضع عقوبات رادعة فى ذلك الشأن.

يتخذ العنف ضد المرأة صورًا عدة، وهو موجود بصورة مختلفة فى كل المجتمعات العربية. ومع كل التفاعلات والتشابكات التى نعيشها فى مجتمعاتنا العربية- سلبًا وإيجابًا- ما بين العرف والعادات والتقاليد والمفاهيم المغلوطة أحيانًا،

* أستاذ الإعلام المساعد، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

يأتينا الإعلام الجديد بأبعاد جديدة؛ معلوماتية واجتماعية وثقافية تؤثر بعمق في الكيفية التي نتشارك بها خبراتنا ومواقف حياتنا المختلفة عبر واقع فعلى مُعاش وآخر يوازيه، نتواصل فيه مع آخرين يشبهوننا في ظروفنا واهتماماتنا ومعاناتنا أيضاً. كما تؤثر الأبعاد الجديدة المرتبطة باستخدامنا لتطبيقات الإعلام الاجتماعى فى الكيفية التي نفسر بها ما نمر به من أحداث، وفى إدراكنا للواقع المحيط بنا، ذلك الواقع الذى لم يعد هو فقط الواقع المعروض فى وسائل الإعلام الجماهيرية، والتي اعتادت أن تقدمه لنا كيفما تحكمتها اعتبارات السياسة التحريرية وانتماءاتها الفكرية، بل امتد ليشمل أيضاً الواقع المسكوت عنه إعلامياً.

ويكتسب الإعلام الاجتماعى أهمية دوره فى تناول ملف العنف من تنوع مستويات ذلك الدور، وقوة تأثيره، واتصاله بفئات المجتمع المختلفة، فضلاً عن توظيفه لتحقيق أهداف مختلفة تبعاً لاختلاف أجندة من يستخدمونه.

فى ضوء ما سبق، يسعى البحث إلى الكشف عن الأبعاد والمستويات المختلفة لدور الإعلام الاجتماعى فى تناول ملف العنف ضد المرأة فى المجتمعات العربية، خاصة فى ضوء ما تشهده الظاهرة من انتشار واضح من جانب، فضلاً عن خصوصية الدور الذى تقوم به تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى تناول هذا الشكل من العنف الموجه ضد المرأة من جانب آخر.

أهداف البحث

فى إطار سعى البحث للتعرف على مستويات وأبعاد الدور الإعلامى الذى يمكن لتطبيقات الإعلام الاجتماعى أن تقوم به فى مواجهة ظاهرة التحرش الجنسى وطرح ملف العنف ضد المرأة كقضية رأى عام، يهدف البحث على وجه التحديد إلى ما يلى:

- الكشف عن كيفية توظيف تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى تناول ظاهرة التحرش الجنىسى فى مصر، والملاحم المختلفة لهذا التوظيف، ونوعية المضمون المطروح وأشكال طرحه.
- التعرف على مدى الاستفادة من الخصائص والإمكانات المميزة لتطبيقات الإعلام الاجتماعى فى مناقشة وطرح قضية التحرش الجنىسى.
- الكشف عن الأفكار التى يعتمد عليها طرح ظاهرة التحرش الجنىسى عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعى، ورصد أوجه الاتفاق وكذلك أوجه الاختلاف فيها.
- ورصد الآليات والجهود المختلفة المستخدمة لمواجهة الظاهرة عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعى.
- التعرف على طبيعة العلاقة بين طرح تطبيقات الإعلام الاجتماعى لظاهرة التحرش الجنىسى وبين اهتمام وسائل الإعلام بالقضية ذاتها.

منهجية البحث

استخدم البحث أسلوب التحليل الكيفى لعينة الأطروحات التى تتناول ظاهرة التحرش الجنىسى عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعى، بما يتجاوز الرصد الكمى لتكرار ظهور أو غياب المؤشرات، إلى ملاحظة طبيعة هذه المؤشرات ودلالاتها ورصد التنوع فيها، وكل الملاحظات الأخرى التى تسفر عنها قراءة الأطروحات التى تتناول ظاهرة التحرش الجنىسى فى مصر وتخضع للتحليل. وللوصول للأطروحات المطلوبة، تم استخدام الكلمات المفتاحية الدالة فى مواقع التواصل الاجتماعى للكشف عن الأطروحات ذات الصلة بموضوع البحث، مع إعطاء الأولوية للأطروحات الأحدث فالأقدم.

فئات التحليل التى اعتمد عليها البحث

تكونت أداة التحليل التى اعتمد عليها البحث من عدد من فئات التحليل التالية الرئيسية والفرعية التى تسعى لتحقيق أهدافه، وذلك على النحو الموضح التالى:

- فئة الملاحم الشكلية لتوظيف تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى ملف ظاهرة التحرش الجنىسى والعنف ضد المرأة فى مصر، وتضم هذه الفئة ما يلى: الخصائص المميزة لتطبيقات الإعلام الاجتماعى التى تم توظيفها فى طرح ظاهرة التحرش الجنىسى، شكل نوعية المضامين الإعلامية المطروحة فى تناول ظاهرة التحرش الجنىسى بمصر، اللغة المستخدمة فى الطرح، ودلالة ذلك فيما يتعلق بالجمهور المستهدف من الخطاب، مصادر المعلومات والوسائط المعلوماتية المستخدمة، وطبيعة العلاقة مع وسائل الإعلام المؤسسية.
- فئة المضمون والطرح الفكرى فى تناول ظاهرة التحرش الجنىسى عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعى، وتضم: الأفكار التى تم طرحها ودار حولها النقاش، وأبرز مواطن الخلاف والجدل الفكرى التى أثرت فى طرح موضوع التحرش الجنىسى.
- فئة مستويات وأوجه الدور الإعلامى فى تناول ملف التحرش الجنىسى عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعى، وتشمل: الأدوار الإعلامية المختلفة: (الإعلام الراسد والموثق، إعلام التوعية ورفع الوعى المجتمعى، وغير ذلك من الأدوار الإعلامية الممكنة)، المستويات الإعلامية التى ظهرت فى تناول القضية: (مستوى الشرح والتفسير، مستوى اقتراح وطرح آليات للتعامل مع الظاهرة، مستوى الحشد المجتمعى، مستوى التنفيذ والتطبيق العملى لمواجهة القضية من خلال الدعم بأشكاله المختلفة وغير ذلك من أشكال مواجهة والتصدى للظاهرة عن طريق الإعلام الاجتماعى)، والطرف المستهدف من الخطاب الإعلامى بشأن ظاهرة التحرش الجنىسى عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعى.

عينة البحث

أسفر استخدام الكلمات المفتاحية الدالة للبحث عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعى عن الموضوعات المطروحة عن ظاهرة التحرش الجنىسى فى مصر والحسابات التى تم

تأسيسها عبر هذه التطبيقات لطرح القضية، عن تحديد العينة التالية لإخضاعها للدراسة والتحليل وذلك في ضوء ما يلي:

- تم رصد المحتوى المناهض لظاهرة التحرش الجنسي في مصر من خلال التطبيقات التالية: شبكات التواصل الاجتماعي وتحديدًا موقع Facebook، وموقع تشارك الفيديو Youtube، وموقع التدوينات المصغرة Twitter.

- رصد التحليل العديد من الحسابات الموجودة على موقع Facebook، والمعنية على وجه التحديد بظاهرة التحرش الجنسي والعنف ضد المرأة. وعدد منها أسس حسابات تتبعه على موقع Twitter.

وفيما يلي بيانات عينة الصفحات التي خضع محتواها للتحليل، وتم انتقاؤها وفقاً لحجم وكثافة عدد الزوار والمشاركين فيها، حيث تم تجاهل الحسابات التي لم تحظى بجذب تدفق الزوار.

عينة الصفحات التي خضعت للتحليل والبحث

اسم الصفحة	تاريخ تأسيسها	المؤسس	عدد المشاركين فيها	حسابها على Twitter
افصح متحرش - السجل الشعبي للمتحرشين	١٤ مارس ٢٠١٣	مبادرة شبابية	١١,٦٧٥ مشارك متابع ٨,٤٤٨ يتناقشون من خلالها	لا يوجد http://www.facebook.com/efda7.mota7resh?fref=ts
ضد التحرش	21 أغسطس ٢٠١٢	مبادرة شبابية (حركة مستقلة) NGO	٣٢,٥٣٢ مشارك متابع ١٠,٢٢٥ يتناقشون من خلالها	https://twitter.com/Anti_Harass 377 followers
خريطة التحرش الجنسي	١٠ فبراير ٢٠١١	حركة مستقلة منظمة غير رسمية NGO	١١,٥٢٥ مشارك متابع ٤,٥٤٠ يتناقشون من خلالها	https://twitter.com/harassmap 13.521 followers
ثورة البنات	٢٦ يناير ٢٠١٢	مبادرة شبابية	٥٢,٤١٠ مشارك متابع ١٥,٢٢٥ يتناقشون من خلالها	https://twitter.com/GirlsRevolution 1.258 followers
أنا مش هاسكت على التحرش	٢٧ فبراير ٢٠١١	مبادرة شبابية	١٢,٠٤٠ مشارك متابع ٣,٦٦٩ يتناقشون من خلالها	لا يوجد http://www.facebook.com/AnaMeshHaskot?fref=ts
شفت تحرش	سبتمبر ٢٠١٢	مبادرة شبابية	٥,٢٥٧ مشارك متابع ٥٦٣ يتناقشون من خلالها	https://twitter.com/ShoftTa7rosh 35 Followers

المنحى النظرى

يتبنى البحث فى تناوله بالتحليل والتفسير الأبعاد المختلفة للدور الذى تقوم به تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى التعامل مع ظاهرة التحرش الجنىسى فى المجتمعات العربية، منحى نظرياً جديداً يقوم على إعادة النظر فى دور الإعلام فى ترتيب أولويات اهتمام الجمهور والتأثير فى رأى العام، من منطلق الخصوصية التى تتسم بها تطبيقات الإعلام الاجتماعى عن وسائل الإعلام التقليدية فى طرح اهتمامات الجمهور وقضايا الشأن العام.

فقد ساد لعقود طويلة الاتجاه لتفسير دور وسائل الإعلام المؤسسية فى ترتيب اهتمامات الجمهور وفقاً لنظرية وضع الأجندة التى تقوم فرضيتها الرئيسة على أن وسائل الإعلام تستطيع التأثير بقوة فى ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بقضايا الشأن العام وفقاً لتركيزها على طرح هذه القضايا على نحو مكثف، بينما تبقى القضايا التى تتجاهلها وسائل الإعلام المؤسسية بعيدة عن نطاق اهتمام الجمهور العام. غير أنه مع بداية الألفية الثانية ظهر اتجاهاً أحدث فى فهم وتفسير العلاقة بين اهتمامات وسائل الإعلام وأجندة اهتمامات الجمهور لفت الانتباه إلى أن ما تقطعه وسائل الإعلام من الواقع الذى تتقله للجمهور وتتجاهله ليصبح مسكوتاً عنه فى الرسالة الإعلامية، قد لا يكون بالضرورة بعيداً عن أجندة اهتمام الجمهور العام. وبدأ بالتبعية فريق واسع من الباحثين يتخلى عن الاهتمام التقليدى بنظرية وضع الأجندة فى صورتها التقليدية المتعارف عليها، إلى الاهتمام والبحث فى تأثيرات ما أسموه بـ "قطع الأجندة" أو Agenda cutting، إشارة إلى القضايا المسكوت عنها فى التغطيات الإعلامية للشأن العام. (1)

وتقوم تطبيقات الإعلام الاجتماعى بدور قوى فى إثبات أهمية هذا المنحى النظرى الجديد فى تفسير وفهم كيفية تشكيل قضايا رأى العام وحشد الجماهير بشأنها، ذلك أن الواقع العملى أكد قدرة تطبيقات الإعلام الاجتماعى على طرح قضايا وموضوعات جماهيرية تغاضت عنها وسائل الإعلام المؤسسية، بينما تصاعد الاهتمام بها بين الجمهور العام، بل اضطرت وسائل الإعلام المؤسسية لاحقاً إلى

طرح هذه القضايا ولم تستمر في تجاهلها والسكوت عنها بعد أن تصدرت أولويات اهتمام الجمهور برغم تهميشها من قبل الإعلام المؤسسى فيما سبق.

ويدخل ملف العنف ضد المرأة، وعلى وجه التحديد ظاهرة التحرش الجنى ضمن القضايا والموضوعات التى فجرتها مواقع التواصل الاجتماعى برغم محاولة وسائل الإعلام - أو على الأقل جانب كبير منها - التعتيم على هذه القضية ابتداءً، كما سيرد توضيحه لاحقاً.

فضلا عن أن الخصائص المميزة لتطبيقات الإعلام الاجتماعى يفترض فيها أن تزيد من قوتها فى طرح ظاهرة التحرش الجنى ووضعها فى أولويات اهتمام الجمهور ووسائل الإعلام أيضاً. وتأسيساً على ما سبق، يستند البحث فى تحليله لطرح ظاهرة التحرش الجنى وتناولها عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعى على النظرة المتطورة لنظرية وضع الأجندة التى تعيد التفكير فى كيفية بناء أجندة اهتمامات الجمهور وترتيب أولويات هذه الاهتمامات.

مفهوم الإعلام الاجتماعى (الجديد) والتعريف بفئاته وأشكاله المختلفة

انساقاً مع الهدف الأساسى للورقة فى تحليل ومناقشة الدور الإعلامى لتطبيقات الإعلام الاجتماعى فى تناول وطرح ملف التحرش الجنى كواحد من أخطر القضايا التى تمس حقوق المرأة العربية، فإن أبرز ما يعيننا فى تعريف الإعلام الاجتماعى، هو توضيح البعد الاجتماعى المرتبط بالجانب التئنى فى استخدامه، الذى جعل منه إعلاماً جديداً مختلفاً و متميزاً عن وسائل الإعلام التقليدية.

ترتبط وسائل الإعلام منذ نشأتها من عقود مضت بالمجتمع الذى احتاج إليها ووضع أسس وقواعد تنظم عملها فى خدمته، ومرت وسائل الإعلام فى علاقتها بالمجتمع الإنسانى بمراحل وأشكال مختلفة لكنها بقيت بصفة أساسية متأثرة بالمنظومة الشاملة التى تحكم المجتمع وتشمل عوامل سياسية واقتصادية واجتماعية وفكرية وثقافية. وعرفت المجتمعات الإنسانية لوسائل الإعلام وظائف بعينها، أبرزها

على الإطلاق الوظيفة الإخبارية، التي تطورت إلى وظيفة الشرح والتفسير والتحليل، فضلاً عن وظائف تشكيل الرأي العام وتوجيهه، والدعاية والتسويق... إلخ.

غير أن وسائل الإعلام بقيت حتى مطلع الألفية الثانية مقصورة إلى حد بعيد على توظيف الإعلاميين الاحترافيين لها، واشتغالهم بها لخدمة أهداف بعينها والتزاماً منهم بسياسات وقواعد ارتضوها، أو على الأقل تحتمها عليهم مصلحة ما يؤمنون بها. لكن بمطلع الألفية الثانية شهد مستخدمو شبكة الإنترنت تطوراً جديداً نوعياً وتقنياً في استخدامات شبكة الويب World wide web. تجسد ذلك التطور بظهور تطبيقات اتصال تفاعلية تستفيد من إمكانات شبكة الويب في نشر أى أشكال من المضمون بتوظيف الوسائط المتعددة، وفي تداول الاتصال بفاعلية بين مستخدميها، لتقدم لأى مستخدم للشبكة الإمكانية لأن يتحول إلى إعلامى ينتج ما يشاء من المضامين الإعلامية وينشرها للجميع على نطاق واسع الانتشار، وتتيح أيضاً للمجموعات ذوى الاهتمامات المشتركة مساحات للتلاقى على نحو أكثر فاعلية وأكثر سهولة وكفاءة وأكثر مرونة فى الاتصال وفى تبادل النقاش والحوار عن ذى قبل. هذه التطبيقات الاتصالية الجديدة تلعب أدواراً إعلامية ولكنها تخرج عن نطاق الإعلام الاحترافى من جانب، وتخرج -أيضاً- عن نطاق مجرد نشر المعلومات واستدعائها- الذى عرفناه من خلال تطبيقات الجيل الأول من شبكة الويب- إلى المساهمة فى عملية تشكيل عقل عام جمعى إزاء ما تحتويه من آراء وأفكار. وتلك العملية تحدث بمرونة فائقة تتجاوز الحدود الجغرافية والزمنية وتتجاوز اختلاف اللغات، بل نقص الإمكانيات لأنها توفر فرص الاتصال بأقل كلفة وتعقيدات ممكنة. كما أنها تحدث دون أن تتطلب مهارات معقدة، يكفى فقط أن يكون لدى مستخدم تطبيقات الإعلام الاجتماعى هدف واضح فى ذهنه، وفكرة أو معلومة محددة يرغب فى نشرها، وقدرة على توجيه فكرته وصياغتها باستخدام التطبيق المناسب لها للوصول إلى ما يستهدفه من جماعات وأفراد.

هذا التطور الذي شهدته شبكة الويب مكونًا ظاهرة الإعلام الاجتماعي أو إعلام المواطن، ومنتخذًا من مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها وأنماطها أدوات له، مستمر في التطور وفي الانتشار المتصاعد بل إنه ينتقل بشبكة الويب من جيل لآخر (web2، web3 ... إلخ) أكثر تطورًا في كفاءته الاتصالية، وأكثر تحديًا عندما يتم توظيفه من قبل من يستهدفون تدمير بنية المجتمع وتفتيته.

فتطبيقات الإعلام الاجتماعي إذن يُقصد بها كافة أشكال التطبيقات الاتصالية المعتمدة على شبكة الإنترنت كوسيط اتصالي، وتتيح نشر وتداول كافة أشكال المضامين والمعلومات التي ينتجها أفراد الجمهور من مستخدمي الإنترنت، وتتيح تشكيل جماعات النقاش، وتبادل الحوار حول ما عليها من موضوعات، وكثيرًا ما يُشار لها إجمالاً بـ "مواقع التواصل الاجتماعي"، كما أن البعض يعرفها بـ "الشبكات الاجتماعية"، بيد أنها تختلف في أنماطها وأنواعها ووظائفها وإن بقيت مشتركة في عدد من الخصائص الأساسية التي تشكل فلسفة عملها. لذا فالتسمية الأدق لها هي "الإعلام الاجتماعي" أو social media لأن تلك التسمية تمثل المظلة الأشمل التي تندرج تحتها كافة هذه التطبيقات كما سنوضح لاحقًا.

الأنماط المختلفة من تطبيقات الإعلام الاجتماعي

توجد أنماط مختلفة من تطبيقات الإعلام الاجتماعي، وتختلف أهداف ودوافع استخدامها كما تختلف الحاجات والإشباع التي تحققها لدى مستخدميها، وإن بقيت جميعها تمثل حزمة واحدة، تجتمع فيها عدة خصائص مع اختلاف قوة هذه الخصائص وضوحًا وصعودًا بين تطبيق وآخر تبعًا لنوع التطبيق، غير أنه يمكن إجمال تطبيقات الإعلام الاجتماعي في الفئات التالية:

- تطبيقات تعتمد على تسهيل عملية التواصل بين مستخدميها بغرض إدماجهم في شبكات اجتماعية، تمدد دائرة معارفهم وعلاقاتهم الاجتماعية وتعمل على تكوين

جماعات ذات اهتمام مشترك. وهي مواقع الشبكات الاجتماعية، ومن أشهرها
Facebook، Google+.

– تطبيقات تعتمد على سرعة نشر الأخبار وتمرير المعلومات وتسهيل نفاذ الآخرين إليها، ويدخل في تلك الفئة مواقع التدوينات المصغرة، وأشهرها وأوسعها استخدامًا
Twitter.

– تطبيقات تعتمد على إتاحة التأليف الجماعي الحر للمعلومات والمضامين المنشورة إليها، ليتم التعديل فيها تكررًا وصولاً لأفضل مستوى ممكن من تطوير المعرفة. وهي مواقع التأليف الحر المعروفة بـ Wikis.

– تطبيقات تعتمد على نقل الرؤية الذاتية لأصحابها وتمكينهم من التأثير في الآخرين بالتعبير المفصل عما يرصدونه من مواقف وما يسعون لنقله للآخرين من تجارب وآراء. ويندرج تحتها المدونات الرقمية Blogs.

– تطبيقات تعزز سهولة نقل وتبادل ملفات المعلومات المصورة مثل ملفات الفيديو وملفات الصور، وإمكانية التشارك فيها وتداولها للنشر على نطاق واسع بسهولة، ويندرج تحتها مواقع تشارك الفيديو والصور، ومن أشهرها مواقع: Youtube, Flickr, Ustream, Instagram, picasa.

الخصائص المميزة لتطبيقات الإعلام الاجتماعي ودلالاتها في تناول ملف التحرش الجنسي

تستمد تطبيقات الإعلام الاجتماعي أهميتها وقوة تأثيرها من محددات أساسية، تتمثل في ما تتمتع به من خصائص كتطبيقات اتصال تفاعلية، وما يترتب على تلك الخصائص من إمكانات تميزها، إضافة للفلسفة التي يقوم عليها جوهر عملها في الربط بين الأفراد والجماعات المختلفة، فضلاً عن الانتشار الواسع والتزايد المستمر الذي تكتسبه عبر أنحاء العالم المختلفة.

وبسبب تلك المحددات؛ تمارس تطبيقات الإعلام الاجتماعي دورًا شديد الخصوصية في تناول القضايا الحساسة في المجتمع، وفي مقدمتها ملف العنف ضد

المرأة. وتظهر خصوصية هذا الدور فى الأهداف التى تُوظف تطبيقات الإعلام الاجتماعى لتحقيقها، وفى تنوع مستويات وأوجه المعالجة الإعلامية للموضوع، وفى القوة الممكنة لتأثيره. وهو ما سنتطرق إليه تفصيلاً فى هذه الجزئية من الورقة العلمية المطروحة.

١- تطبيقات الإعلام الاجتماعى مفتوحة أمام كل الأصوات والأيدولوجيات المختلفة فى المجتمع

يخضع ملف العنف ضد المرأة فى الغالبية العظمى من البلاد العربية - مثل غيره من ملفات انتهاكات حقوق الإنسان - لمعايير واعتبارات عديدة قبل التطرق إليه فى وسائل الإعلام المعروفة. حيث تشكل السياسة التحريرية والتوجه الفكرى والأيدولوجى لوسائل الإعلام الخطوط الأساسية التى ترسم حدود الموضوعات والقضايا المجتمعية المطروحة فى الإعلام، سواء من حيث نوعيتها أو من حيث المنظور الذى يتم تبنيه فى طرحها. وبطبيعة الحال فإن حالات التحرش الجنى واحدة من أكثر القضايا حساسية فى المجتمعات العربية بأكملها، والتعرض لها فى الإعلام يخضع لمزيد من التحفظات والاعتبارات.

بينما تتسم تطبيقات الإعلام الاجتماعى بالانفتاح Openness أمام مدخلات كل أفراد الجمهور من مستخدمى الإنترنت، حيث لا يمكن التحكم فى المحتوى المنشور عليها بعكس المركزية والتحكم فى بث المحتوى الإعلامى عبر وسائل الإعلام التقليدية، والسبب فى ذلك يرجع لكون تطبيقات الإعلام الاجتماعى تعتمد على التقنيات مفتوحة المصدر أو ما يُعرف بـ Open-source technology، وهو ما يمكنها أن تستقبل المساهمات والمشاركات ونشر أى مضامين يرغب فى طرحها مستخدمو شبكة الإنترنت باختلاف توجهاتهم وثقافتهم وانتماءاتهم الفكرية. ولذلك فتطبيقات الإعلام الاجتماعى تتناول بالفعل القضايا والأحداث التى تهم الناس بصرف النظر عن أجندة الإعلام.

يضاف لما سبق أن تطبيقات الإعلام الاجتماعى كوسائل وقنوات لنشر المضامين والأفكار والأخبار هي قنوات متاحة، متوفرة وسهلة الاستخدام ورخيصة التكلفة ولا تعاني من أية تعقيدات فى استخدامها، ولا تتطلب مستوى مهارة معينة لدى مستخدميها، بل على العكس من ذلك تزداد سهولة استخدامها بسبب اعتمادها على بروتوكولات سهلة تتيح عملية نشر وتعديل وتحرير أى مضمون عليها بقدر عال من السهولة، ولذا فهي تعبر عن إعلام الفرد. وهذه الخاصية يُشار إليها بسهولة إتاحة وتوفر هذه التطبيقات أمام الاستخدام Access، بعكس الحال فى وسائل الإعلام التقليدية التى تعبر فى المقابل عن إعلام المؤسسات.

وفقاً لما سبق، فإن هذه التطبيقات والقنوات الإعلامية الجديدة تستقبل وتنشر أى مضمون دون التقييد باعتبارات محددة، ودون أن تكون مقتصرة على التعبير عن أيديولوجيات وتوجهات بعينها. فهي بمثابة الساحة المفتوحة لبث أى مضمون وأى فكر ونشره وتداوله بين جمهور الإنترنت. وتتبع نموذج اتصال شبكى يتيح تمرير المعلومات والتشارك فيها بمرونة وسرعة.

بناءً عليه، تتوافر لتطبيقات وقنوات الإعلام الاجتماعى القدرة على أن تنقل الحدث الواحد باختلاف رؤية ومنظور من يدرجه ويقوم بنشره. ولهذا الأمر تحديداً أهمية خاصة فيما يتعلق بملف التحرش الجنسى، إذ أن نقل الأحداث والأخبار ذات الصلة بذلك الملف كثيراً ما تكون عرضة لطرحها عبر آراء ووجهات نظر مختلفة، وهو الأمر الذى من شأنه التأثير فى كيف يتعاطى معها الرأى العام، كيف ينظر للحالة، بل والموقف السلوكى الذى يتخذه منها.

٢- تطبيقات الإعلام الاجتماعى تنقل الحدث موثقاً بالأدلة والبراهين ومن مصادر متنوعة

تقترن حرية تطبيقات وقنوات الإعلام الاجتماعى فى طرح القضايا والملفات المختلفة التى تمس المجتمع بقدرتها على عرض الأحداث والأخبار المختلفة مدعومة ومرتبطة بمصادر معلومات مختلفة ومتنوعة Connectedness. وعلى إتاحة الفرصة الحقيقية للتعبير عن كل الأصوات المتنوعة فيه، وهو ما يضيف بعداً غاية فى الأهمية بالنسبة لمف العنف ضد المرأة وتحديداً ظاهرة التحرش الجنىسى. فهذه القضايا وما يكتنفها من الغموض وربما عدم وضوح وكفاية الأدلة، أصبحت تجد طريقها إلى الجمهور العام مثبتة ومدعومة بالتصوير الحى والشهادات الموثقة، والتجارب المماثلة، بل فى أحيان كثيرة تحديد للأماكن وللأشخاص الجناة والضحايا. وأصبحت هناك مؤشرات مرئية للجمهور العام تتعدى الأرقام والإحصاءات المسجلة فى الهيئات الرسمية تشهد وتوثق معدلات الزيادة فى هذه الجرائم والحالات، وتؤكد صدق الرواية المطروحة فى الإعلام الاجتماعى.

وتستفيد تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى ذلك من خاصية الربط الشبكى التى تميز النشر الإلكترونى عبر شبكة الويب، وتظهر فى قدرة مستخدمى تلك التطبيقات على إضافة الروابط لمختلف مصادر المعلومات من مواقع شبكة الويب، ورفع وتحميل كل أشكال المضامين الإعلامية من مواد فيديو، أو تسجيلات صوتية، أو صور، رسوم توضيحية ومتحركة ... إلخ. وتعزز هذه الخاصية من قدرة تطبيقات الإعلام الاجتماعى على لفت انتباه مستخدميها للمضمون المنشور عليها، وعلى توظيف العوامل المختلفة التى من شأنها تدعيم التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض لذلك المضمون، فضلاً عن كونها أكثر تناسباً - بذلك الشكل - مع تفضيلات فئة الشباب فى المضامين الإعلامية التى يستخدمونها عبر شبكة الإنترنت.

٣- تطبيقات الإعلام الاجتماعى تدعم الحوار والنقاش الجماهيرى بين مستخدميها

من أهم مصادر القوة التى تتوافر لتطبيقات الإعلام الاجتماعى فى تناولها للقضايا المجتمعية المختلفة، هو أنها تتخطى عملية طرح الإعلامى للقضية إلى تعزيز

عملية الحوار والنقاش الجماهيرى بشأن ما تطرحه. لذا فهي تفوق وتتجاوز وسائل الإعلام التقليدية بمراحل فى تجسير الفجوة بين الإعلام والمجتمع. ويشار لذلك الجانب بوصفه قدرة هذه التطبيقات على توفير اتصال تفاعلى بين مستخدميها Interactive communication. فهي تعمل كقنوات للتواصل الاجتماعى بينهم، حيث توفر مرونة كبيرة فى تدفق الاتصال وتبادل المعلومات والآراء بينهم. فيسير الاتصال فى مسارات أفقية متشعبة بعكس وسائل الإعلام التقليدية التى يتدفق فيها الاتصال على نحو رأسى خطى من المصدر أو القائم بالاتصال إلى العديد من نقاط الاتصال أو الجمهور المتلقى. وتبقى عملية إدارة الحوار والنقاش بين أفراد المجتمع مسألة تالية لبث الأخبار وعرض القضايا والموضوعات، بينما فى تطبيقات الإعلام الاجتماعى يأتى نشر المضمون والتعبير عن الأفكار مقترناً بالتواصل والتفاعل وتبادل النقاش والآراء ووجهات النظر المختلفة بين مستخدمى تلك التطبيقات.

ولهذا، فإن لامركزية تدفق الاتصال التى تتسم بها تطبيقات الإعلام الاجتماعى، تجعل من نشر قضايا وحالات ممارسة العنف ضد المرأة موضوعاً للنقاش والتفاعل بين الأطراف المختلفة، لأنه لا يصبح هناك مصدر ومتلق ولكن يوجد أطراف متساوون فى قدرتهم على التعبير عن الآراء المختلفة، والتشارك فى التجارب والخبرات ذات الصلة، وهذا كله من شأنه أن يعزز عملية تشكيل عقل جمعى إزاء القضايا المطروحة.

إضافة لذلك، تتيح هذه الخاصية لأفراد الجمهور من مستخدمى تطبيقات الإعلام الاجتماعى حق التعبير والتعليق والنقد والإضافة على الطرح الإعلامى لقضايا العنف وانتهاك حقوق المرأة بالتحرش الجسدى. وهو ما يبرز خطورة الدور الذى يمكن لتطبيقات الإعلام الاجتماعى أن تقوم به فى كشف التناقضات التى يمكن أن تتضمنها المعالجة الإعلامية لذات القضية عبر وسائل الإعلام التقليدية.

٤- تطبيقات الإعلام الاجتماعى أدوات للتشبيك الاجتماعى بين ذوى الاهتمامات المشتركة

لا يقف الأمر في تناول تطبيقات الإعلام الاجتماعي للقضايا والأحداث المختلفة عند حد إتاحة الفرصة للتفاعل والنقاش بين أفراد الجمهور، ولكنه يتجاوز ذلك إلى الدور المهم الذي تقوم به في تجسير الفجوات بين أفراد الجمهور الضخم الذي تتعامل معه وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث تنفرد تطبيقات الإعلام الاجتماعي كقنوات للتواصل بقدرتها على التشبيك والربط بين الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة؛ لتتيح إمكانية تشكيل مجموعات من الأشخاص الذين يجمعهم هم مشترك Building community.

وهذه الخاصية تظهر أهميتها الكبرى في التعامل مع ملف العنف ضد المرأة، لأنها تسهم في فاعلية تكوين ردة فعل مجتمعية إزاء حالات الانتهاك الذي تتعرض له المرأة في المجتمعات العربية. فتكوين جماعات من شأنها تبني موقف عام موحد إزاء حالات التحرش الجنسي يمكن أن يكون له تأثير إيجابي في مواجهة ذلك الانتهاك لحقوق المرأة، وفي تحويل الملف إلى قضية رأى عام اتساقاً مع أهميتها وخطورة تأثيرها.

الأمر الآخر الذي يزيد من أهمية تلك الخاصية هو اقترانها بما تتيحه بنية شبكة الويب كشبكة اتصال عالمية لتطبيقات الإعلام الاجتماعي عليها من تجاوز الحواجز الجغرافية والوصول للمستخدمين والجمهور العام العالمي على أساس الاهتمام المشترك لا على أساس النوع أو العمر أو العرق أو حتى الاعتبارات السياسية أو الاقتصادية. فتطبيقات الإعلام الاجتماعي تعمل كأدوات للتشبيك الاجتماعي ليس بالضرورة على نطاق المجتمع المحلي المحدود، لأنها تعمل في مجتمعات تتواصل في واقع مواز للواقع الفعلي الذي نحيا فيه، وهي مجتمعات تتشكل وفقاً للاهتمامات المشتركة التي تجمعها. وأمام سهولة عمليات الترجمة اللغوية التي تتيحها الكثير من تطبيقات الإعلام الاجتماعي مؤخرًا، وأمام نشاط فئات من المستخدمين العرب للكتابة والتواصل عليها باللغات الأجنبية، تزيد أهمية الدور الذي تقوم به تطبيقات الإعلام الاجتماعي في طرح ملف العنف ضد المرأة في المجتمعات

العربية، لأنها تتجاوز مرحلة مخاطبة الرأي العام المحلى إلى مخاطبة الرأي العام العالمى، بل تعد مصدراً رئيسياً تعتمد عليه وسائل الإعلام الغربية فى كثير من الحالات، خاصة تلك التى تتجاهلها وسائل الإعلام الجماهيرية، أو تطرحها على نحو يغير الواقع الحقيقى لها.^(٢)

واقع استخدام تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى البلاد العربية

يمثل تزايد معدلات استخدام تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى البلدان العربية، واتساع مساحة تغلغلها فى مجتمعاتنا العامل الذى يسهم فى زيادة أهمية وخصوصية الدور الذى تقوم به هذه التطبيقات فى تناول ملف العنف وطرح ظاهرة التحرش الجنىسى فى المجتمعات العربية، فأمام التزايد فى معدلات استخدامها فى مختلف البلدان العربية، واتساع انتشار هذا الاستخدام فى المجتمع الواحد، تتغلغل تلك التطبيقات الإعلامية الجديدة بين مصادر المعلومات وتشكيل الرأى فى المجتمعات العربية وتزيد مساحة بروزها فى خريطة الإعلام العربى؛ بحيث لا يمكن تجاهل دورها أو تهميش تأثيرها. وفيما يلى نستعرض واقع استخدام تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى البلدان العربية.

مدى انتشار تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى البلاد العربية والخصائص الديموجرافية لمستخدميها

تشكل حالة المرونة والدينامكية الشديدة التى تتسم بها ظاهرة استخدام تطبيقات الإعلام الاجتماعى، صعوبة كبيرة أمام أى باحث يحاول التعرف على ذلك الجانب من الظاهرة، حيث تتزايد معدلات المستخدمين بين لحظة وأخرى، كما تتنوع عادات وأنماط استخدامهم لها صعودًا وهبوطًا تبعًا لظروف وعوامل مختلفة منها تنوع السياقات والأحداث المحيطة، وهى فى عالمنا العربى سريعة ومتلاحقة. غير أنه يمكن الخروج بمؤشرات أولية من خلال أحدث التقارير والإحصاءات التى يوفرها موقع الاتحاد الدولى للاتصالات على شبكة الإنترنت حول معدلات استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعى عليها.^(٣)

- فى النصف الثانى من عام ٢٠١٢، تزايدت أعداد مستخدمى شبكة الإنترنت فى العالم العربى فى منطقة الشرق الأوسط لتتجاوز ٨٠ مليون مستخدمًا، ويزيد بذلك تغلغل استخدام شبكة الإنترنت فى المجتمعات العربية بالمنطقة ذاتها ليصل إلى ما نسبته ٤٠,٢٪*.
- تأتى جمهورية مصر العربية فى مقدمة الدول العربية الأفريقية من حيث تزايد أعداد مستخدمى الإنترنت بها، والذين وصل عددهم فى النصف الأخير من عام ٢٠١٢ إلى ٣٠ مليون نسمة تقريبًا، وتصل بذلك نسبة تغلغل استخدام الإنترنت فى المجتمع المصرى إلى ٣٦٪ تقريبًا. ويصل عدد مستخدمى موقع التواصل الاجتماعى Facebook فى مصر إلى ١٢,١٧٣,٥٤٠ مليون مستخدم.

* تم حذف التقديرات الكمية الخاصة بكل من إيران وإسرائيل، والاكتفاء بالتقديرات الإحصائية للمستخدمين فى البلاد العربية بمنطقة الشرق الأوسط.

- تشير إحصاءات موقع Alexa إلى أن موقع التواصل الاجتماعى Facebook يتصدر قائمة أكثر المواقع جذبًا لتدفق مستخدمى شبكة الإنترنت على مستوى

العالم، يليه - من فئة مواقع الإعلام الاجتماعي - موقع Youtube حيث يأتي في المرتبة الثالثة، ثم موقع Wikipedia في المرتبة السادسة، وموقع Twitter في المرتبة العاشرة، وموقع Blogspot في المرتبة الثانية عشرة، وموقع التواصل الاجتماعي LinkedIn في المرتبة الرابعة عشرة. وهو ما يدلنا على التقدم الواضح لمواقع الإعلام الاجتماعي وسيطرتها على قائمة تفضيلات واستخدامات جمهور شبكة الإنترنت.

- يأتي موقع التواصل الاجتماعي Facebook ، وموقع تشارك الفيديو Youtube ، ثم موقع التدوينات المصغرة Twitter في مقدمة مواقع الإعلام الاجتماعي التي تجتذب أعداد ضخمة من مستخدمي شبكة الإنترنت في البلاد العربية.
- تصدر جمهورية مصر العربية الدول العربية من حيث نسبة مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي Facebook، والتي تصل إلى ١,٤٪ من إجمالي مستخدمي الموقع على مستوى العالم، ويحتل موقع Facebook الصدارة في قائمة المواقع التي يفضلها المصريون على وجه الإطلاق، يليه موقع Youtube في المرتبة الثالثة.
- النسبة الأكبر من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي Facebook في جميع البلاد العربية تقريباً من الذكور مقارنة بالإناث. وهو ما يمكن أن يكون ذا دلالة قوية في إطار حملات التوعية التي تُوظف فيها تطبيقات الإعلام الاجتماعي لمواجهة ثقافة ممارسة العنف والتحرش الجنسي الموجه ضد المرأة العربية^(٤).

طرح ظاهرة التحرش الجنسى فى مصر عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعى

ظهرت بوضوح ولأول مرة ظاهرة التحرش الجماعى العلنى فى مصر فى ديسمبر ٢٠١٠، وتحديداً فى إجازة عيد الأضحى المبارك، حيث تعرضت عدة فتيات لتلك الممارسات المشينة فى شوارع العاصمة المصرية على يد مجموعات من الصبية والمراهقين.

الملفت للنظر أن الصحف المصرية حينذاك لم تبادر بالنشر وقتها عن ذلك الحادث، الغالبية تجاهلته، وعدد منها نشره كخبر موجز على استحياء. وفى ذلك الوقت ارتبك الرأى العام حول حقيقة ما يتردد، وهل هذه الوقائع حدثت بالفعل أم أنها لا تزيد عن كونها شائعات!؟

كان أول نشر حقيقى موثق بالصور عن وقائع التحرش الجنسى الجماعى العلنى الذى شهدته مصر فى ذلك العام عبر مجموعة من المدونات الرقمية، وعبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعى، حيث نشر شهود العيان ما سجلته عدساتهم من صور ولقطات فيديو توثق وترصد الوقائع المشينة.

انفجر الخبر وانتشر موثقاً، ولم تجد الصحف المصرية ووسائل الإعلام بدءاً سوى فتح ملف التحرش الجنسى الذى لم يعد من الممكن بأى حال من الأحوال تجاهله إعلامياً - على الأقل. ولهذا الأمر دلالاته فيما يتعلق بإعادة النظر فى الفرضية التى بُنى عليها المنحى النظرى الذى يفسر كيف تقوم وسائل الإعلام بالتأثير فى أولويات واهتمامات الجمهور "وضع الأجندة" أو Agenda setting approach. ذلك أن المسكوت عليه فى وسائل الإعلام التقليدية التى ظلت لعهود تنقل لنا واقع مقتطعاً من الواقع الفعلى لتؤثر بقدرتها على تركيز الانتباه على قضايا بعينها وتجاهل أخرى أو تهميشها، لم يعد خافياً على الجمهور.

فقد بات من الملاحظ بوضوح تغير العلاقة بين أولويات اهتمام الإعلام وأولويات اهتمام الجمهور بفعل تطبيقات الإعلام الاجتماعى، التى فرضت على وسائل الإعلام الجماهيرية طرح قضايا بعينها لأن الجمهور يهتم بتلك القضايا. هذه

التطبيقات الإعلامية الجديدة إذن تقوم بدور في وضع أجندة اهتمامات الإعلام كما تقوم بدور شديد الأهمية في وضع أجندة اهتمامات الرأي العام. وهو ما يتسق مع النتائج التي كشفت عنها دراسة ميدانية أجريت مؤخرًا على عينة من النساء السعوديات، ممن يستخدمن تطبيقات الإعلام الاجتماعي وكشفت عن اعتقادهن بأن تطبيقات الإعلام الاجتماعي تنقل قضايا الواقع المجتمعي وهمومه بمصداقية أكبر مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وأن استخدامهن لتطبيقات الإعلام الاجتماعي جعلهن أكثر انتقادًا للمضامين الإعلامية التي تطرحها وسائل الإعلام الجماهيرية، وأقل اقتناعًا بها وتصديقًا لها.^(٥)

وفيما يتعلق بطرح ملف التحرش الجنسي في مصر عبر قنوات التواصل الاجتماعي، فقد أصبحت منذ ذلك الحين هذه المواقع هي الساحة الحقيقية للنشر عن هذا الوجود المجتمعي، ومحاولة مواجهته والتصدي له. فقد نشط مستخدمو تطبيقات الإعلام الاجتماعي في مصر في التعبير عن الظاهرة ورصدها ومناقشة أسبابها، وتجاوزوا ذلك إلى تبني حملات للتوعية ولمواجهة الظاهرة باتباع آليات بعينها في التعامل معها. ونستعرض فيما يلي تفصيل ذلك عبر النتائج التي انتهى إليها البحث:

نتائج البحث

بقراءة وتحليل عينة الأطروحات المنشورة عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعي وتتناول ظاهرة التحرش الجنسي، نستعرض فيما يلي النتائج وفقا لأهداف البحث وفئات التحليل:

■ فيما يتعلق بشكل توظيف تطبيقات الإعلام الاجتماعي في ملف ظاهرة التحرش الجنسي والعنف ضد المرأة في مصر، يمكن إجمال أهم الملاحظات التي أسفر عنها التحليل فيما يلي:

- تُوظف الحركات والمبادرات الشعبية المعنية بالظاهرة موقع التواصل الاجتماعي Facebook بدرجة أكثر وضوحًا وقوة من توظيفها لموقع التدوينات المصغرة

Twitter، والذي يقتصر توظيفه على استخدامه لتوسيع دائرة الانتشار، بإعادة نشر روابط المضامين المطروحة على حسابات Facebook، وغيره من المواقع الإعلامية التي يُستند إليها كمصادر.

- تظهر بوضوح استفادة الحركات والمبادرات الشعبية المعنية بظاهرة التحرش الجنسي من شبكية بناء الويب ومرونة الارتباط بين مواقع وتطبيقات الإعلام الاجتماعي عليها، إذ أن الغالبية العظمى من الحسابات الموجودة على تلك المواقع ترتبط فيما بينها، فالمتردد على أحد الصفحات المذكورة في الجدول المبين أعلاه، عادة ما يجد إشارة للصفحات والحسابات الأخرى ذات الاهتمام المشترك.

- صفحة "شفت تحرش" والتي بدأت بمبادرة مصرية لها نظيرتها التونسية التي تأسست في فبراير ٢٠١٣، وتحمل نفس العنوان ونفس الشعار ونفس المبادئ وخطة العمل في مواجهة الظاهرة. وهو ما يؤكد على دور تطبيقات الإعلام الاجتماعي في دعم وتعزيز الترابط بين المجموعات والأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة.

- نجحت الصفحات والحملات الشعبية المناهضة للتحرش الجنسي والمعتمدة على آلية الإعلام الاجتماعي، في جذب اهتمام وسائل الإعلام الجماهيرية العربية. فقد نشرت مواقع الصحف المصرية والعربية (الأهرام، الأخبار، كوم، بوابة الشروق، أخبارك. نت) على سبيل المثال عن مبادرة "افضح متحرش - السجل الشعبي للمتحرشين". (مرفق ١)

- يشتمل موقع تشارك الفيديو Youtube على مئات الآلاف من مقاطع الفيديو التي تتناول ظاهرة التحرش الجنسي في مصر عبر فئتين رئيسيتين:

١- مقاطع فيديو ترصد وتوثق أحداث محددة للتحرش الجنسي الجماعي والفردي، سواء في إطار عام أو في إطار استخدام أداة التحرش الجنسي كوسيلة للردع السياسي.

٢- مقاطع فيديو تقدم روايات مباشرة للضحايا في إطار التوعية وكسب التعاطف المجتمعي وإثارة الرأي العام.

- أظهر التحليل تنوع أشكال المضمون المطروح في تناول ملف التحرش الجنسي عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعي إلى مدى بعيد، وتتمثل فئات المحتوى فيما يلي: نشر أخبار وتقارير إخبارية، ومتابعات إعلامية قدمتها وسائل الإعلام لقضايا تحرش جنسي/ مضامين إبداعية تتنوع ما بين قصائد ونثر ورسوم وصور تعبيرية/ مواد فيديو وصور حية توثق أحداث محددة للتحرش الجنسي/ دراسات علمية تتناول الظاهرة/ مذكرات شخصية وخواطر وما يتعلق بها من تعقيبات ومناقشات الزوار.

- استخدمت بعض الصفحات منها: "خريطة التحرش الجنسي"، و"شفت تحرش" المثال، اللغة الإنجليزية في التعبير عن أهدافها، وفي طرح بعض المضامين المنشورة عليها بالتوازي مع استخدامها للغة العربية، وهو ما يشير إلى اتجاه هذه الصفحات لمخاطبة الرأي العام العالمي.

- يؤكد التنوع الكبير في المحتوى وفقاً لما أظهره التحليل على الاستفادة من خاصية الربط بمصادر معلومات متعددة وتنوع وسائط المعلومات المستخدمة في الطرح الإعلامي عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعي. كما تظهر أهمية ودلالة ذلك التوظيف في الأبعاد النفسية والاجتماعية والقانونية المرتبطة به والتي سوف نناقشها لاحقاً عند استعراض مستويات وأوجه الدور الإعلامي لتطبيقات الإعلام الاجتماعي في تناول ملف التحرش الجنسي.

■ فيما يتعلق بالطرح الفكري الذي تقدمه تطبيقات الإعلام الاجتماعي في تناولها لملف التحرش الجنسي والعنف ضد المرأة في مصر، تشير نتائج التحليل إلى أن أبرز الأفكار التي تم طرحها ودار النقاش بشأنها هي:

- رفض المنطق المجتمعي السلبي إزاء الظاهرة والذي يتمثل في صمت الضحية من جانب، وفي تحميلها المسؤولية من جانب آخر.
- المجتمع كله شريك في المسؤولية لأنه يدين الضحية ويقف موقف المتفرج من الجاني.
- أسباب التحرش لا علاقة لها بالمرأة وهي تعكس أمراضاً نفسية واجتماعية في المجتمع المصري.
- انتهاك كرامة المرأة والتحرش بها ليس جسدياً فقط ولا توجد معاكسة مؤدبة.
- المرأة أقوى من المتحرش لو أصرت على الدفاع عن حقها.
- التحرش والاعتصاب أداة لتهميش المرأة والفتاة المصرية وإقصائهن عن المشهد السياسي.
- رد الفعل المطلوب إزاء الظاهرة رد فعل غير رسمي وقد يكون فردياً، في مقابل صمت أجهزة الدولة المعنية وتراخيها في التعامل الحاسم مع المشكلة، وبعض الصفحات أعلنت عن أنها تهدف لإحراج السلطات الرسمية أمام الرأي العام.
- أما أبرز مواطن الخلاف والجدل الفكري في طرح موضوع التحرش الجنسي في مصر فقد انحصرت في:
- تطبيقات الإعلام الاجتماعي تسهم أحياناً في نشر صور ومعلومات مزيفة عن أشخاص أبرياء، في مقابل فكرة أن وقائع التحرش الجنسي من أصعب الوقائع التي يمكن إثباتها؛ لذا لا بد من فتح المجال لنشر أي مضمون من شأنه توثيق واقعة تحرش.
- مدى مسؤولية المرأة نفسها عن تعرضها للتحرش الجنسي.
- مدى كفاية وفاعلية التشريعات القانونية الموجودة أو أن المشكلة في تنفيذها وتطبيقها.
- مستويات وأوجه الدور الإعلامي في تناول ملف التحرش الجنسي عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعي

- تقوم تطبيقات الإعلام الاجتماعى بدور الإعلام الراصد والواصف والموثق لوقائع التحرش الجنسى، مستفيدة فى ذلك من إمكانية نشر وتوظيف وسائط المعلومات المتعددة. وعلى هذا الجانب، لجأت حملة "افضح متحرش" لاتخاذ آلية ردع مجتمعى فى التعامل مع ظاهرة التحرش تقوم على تصوير الشخص المتحرش ونشر صورته عبر حسابها على موقع Facebook، وهو الأمر الذى أثار اهتمام المترددين من الجمهور وأثار أيضاً اهتمام وسائل الإعلام، ونجح فعليا فى الضغط على رأى العام وبعض الجهات ذات الصلة. (على سبيل المثال الموقف الرسمى الذى اتخذته شركة اتصالات المصرية رداً على نشر صورة لإحدى سيارات الدعاية التابعة لها تقوم بالتحرش بالفتيات فى الطريق العام).

- أما الدور الأبرز الذى تقوم به تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى ملف التحرش الجنسى، فهو دور حملات التوعية التى تهدف إلى التغيير الاجتماعى. وهو الدور الواضح بشدة فى توظيف تلك التطبيقات. ذلك أن الحملات الشعبية التى تقوم بمبادرات شبابية وأهلية لمكافحة الظاهرة اتخذت من شبكة الإنترنت منبراً أساسياً لها للتعامل مع المشكلة وتحقيق أهدافها فى التوعية وفى محاربة الظاهرة. وفى سبيل ذلك، فهى تمارس الدور المذكور عبر عدة مستويات:

١- مستوى الإعلام الشارح والمفسر للظاهرة عن طريق مناقشة كل أبعاد المشكلة وأسبابها وآثارها على المستوى الفردى والمجتمعى، والعمل على شرح وتفسير الظاهرة وتحليلها وطرحها للنقاش الجماهيرى بالاستعانة بالدراسات العلمية والتقارير الموثقة. (مرفق ٢)

٢- طرح آليات ومبادرات لمواجهة الظاهرة، والملفت للنظر أنها آليات ردع فردية وجماعية غير رسمية منها مثلاً: فضح المتحرشين عن طريق وسائل الإعلام، التدريب على أساليب وفنون الدفاع عن النفس ضد المتحرشين.

٣- الدعوة للتغيير الاجتماعى بحث أفراد المجتمع للخروج من دائرة الصمت عبر أشكال مختلفة منها: (اتباع الإجراءات القانونية اللازمة ضد المتحرش، فضح

المتحرش، المساعدة فى توثيق العمل أو الحدث نفسه). ويلاحظ أن الآليات المذكورة لا تقتصر على الضحية فقط، وإنما تقوم على دمج المجتمع ككل فى مواجهة الظاهرة، فإن لم يكن بالتعامل المباشر مع المتحرش ومنعه، يكون بفضحه عبر الإعلام، وبمساعدة الضحية بتوثيق الحدث.

٤- تقديم الدعم النفسى والمعنوى للضحايا، عن طريق التأكيد على أنها الضحية وأن المتحرش هو المدان، والعمل على بث رسائل للطمأنة والتشارك والتضامن المعنوى، وعن طريق نشر متابعات إعلامية لقضايا التحرش الجنىسى التى تم الفصل والحكم فيها لصالح الضحايا. (مرفق رقم ٣)

٥- تقديم الدعم النفسى والتشجيع والترغيب لمن يشاركون فى مواجهة الظاهرة عن طريق نشر صور ومواد فيديو للرجال الذى يواجهون التحرش ويمنعونه.

٦- تقديم الدعم القانونى للضحايا عن طريق توفير غرفة عمليات من مجموعات من المحامين المتطوعين، وعن طريق شرح الإجراءات القانونية التى يجب اتباعها، وكيفية الاستعانة بالصور فى توثيق محاضر التبليغ عن الاعتداء، فضلاً عن توفير خط ساخن للإبلاغ عن حالات التحرش الجنىسى، ونشر أى صور أو معلومات أو فيديو يوثق الحدث بما يسهم فى توفير السندات القانونية المطلوبة لحالات التحرش الجنىسى.

٧- مخاطبة رأى العام المحلى والعالمى عن طريق تنظيم الفعاليات والإعلان عنها، مثال ذلك: المسيرات والسلاسل البشرية المناهضة للتحرش الجنىسى والمنددة بالموقف المجتمعى والرسمى السلبى، وتنظيم الندوات والمعارض الفنية القائمة على طرح الفكرة وتسليط الضوء عليها، تحديد يوم لنشر التدوينات الإلكترونية المناهضة للتحرش الجنىسى. (مثال ذلك: المسيرة النسائية التى نظمها القائمون على حملة "شفت تحرش" يوم ٨ مارس يوم المرأة العالمى، والندوات واللقاءات الجماهيرية المباشرة التى تنظمها حركة "خريطة التحرش الجنىسى") (مرفق ٤).

٨- يظهر تحليل المحتوى أن الأطراف الأساسية المستهدفة من خطاب الحملات والمبادرات الشعبية عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعي بشأن ملف التحرش الجنسي، هي فئات المجتمع ككل في المقام الأول، انطلاقاً من فكرة أن مواجهة المشكلة تستوجب التكاتف المجتمعي، فهي تخاطب المرأة لتقدم لها الدعم المعنوي والنفسي وترشدها لآليات التعامل مع المشكلة، وتخاطب الرجل لاتخاذ موقف إيجابي والبعد عن الموقف الصامت، إضافة إلى مخاطبتها الجهات القضائية والتشريعية والدعوة لإعادة النظر في التشريعات الخاصة بموضوع التحرش الجنسي، وتخاطب الجهات الأمنية لمزيد من التواجد المكثف في الشارع المصري.

الخلاصة ومناقشة النتائج

تدلنا القراءة المتأنية للمحتوى الذى يطرح ملف التحرش الجنسي عبر مواقع وتطبيقات الإعلام الاجتماعي المختلفة على أن تلك القنوات تقوم بدور إعلامى قوى ومهم فى تناول واحدة من أخطر القضايا والظواهر التى تهدد كرامة وحقوق المرأة فى مجتمعاتنا العربية. وأهمية ذلك الدور ترتبط بما تتسم به تلك التطبيقات من خصائص وما يترتب على ذلك من إمكانات مسبقة تنفرد بها عن وسائل الإعلام التقليدية فى تناولها للظاهرة وفى إمكانية رفع مستوى فاعلية التصدى لها، وذلك على مستوى الجانب العملى لنتائج البحث.

فطرح ملف التحرش الجنسي عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعي يتسم بالتنوع الذى يحقق درجة عالية من التكامل والشمول فى طرحه على نحو لا يمكن أن يتحقق لغير تلك الوسائل المفتوحة أمام تفاعلات الجمهور ومدخلاتهم المعرفية والوجدانية، وأمام قدرتها المعروفة فى مد جسور التواصل والربط بين العقلية المتشابهة وذوى الاهتمامات المشتركة.

والتنوع الذى تتسم به هذه التطبيقات يظهر فى تنوع الأبعاد التى يتم التطرق إليها فى موضوع التحرش الجنىسى، حيث تشمل تلك الأبعاد البعد النفسى، والمجتمعى، والقانونى، والدينى، والاقتصادى، والسياسى. كما يوجد تنوع فى مستويات الطرح وأشكاله ما بين توظيف الاستمالات العاطفية والمنطقية وبين توظيف الدراسات العلمية والتقارير والإحصاءات الموثقة، وما بين التهديد والتحذير وما بين الترغيب والتحفيز. كما يظهر التنوع فى طرح كل التوجهات والأفكار والتعبير عن جميع الأصوات بما تحمله من آراء إيجابية وأخرى سلبية. ويظهر - كذلك - التنوع فى طبيعة المحتوى نفسه، فجميع أشكال الإبداع الفنى موجودة فى التعبير عن المشكلة وتناولها.

ولعل أهم وأبرز ملامح الدور الذى تقوم به تطبيقات الإعلام الاجتماعى إزاء ملف التحرش الجنىسى ضد المرأة المصرية، هو توظيفها الواضح من قبل المهتمين من أصحاب المبادرات الشعبية والحركات الأهلية والمجتمعية فى حملات التوعية والتغيير الاجتماعى التى تهدف إلى تصحيح المفاهيم والتصورات المجتمعية المغلوطة، وتهدف إلى تقديم الدعم النفسى والقانونى للضحايا والخروج بالمجتمع من حالة الصمت والقبول السلبي بالأمر.

فالحملات التى تم رصدتها وتحليلها عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعى نشيطة على نحو واضح فى التعامل مع الملف، كما أنها مركزة نحو أهدافها ولم تتعرض للمشكلات التى عادة ما تواجه توظيف تطبيقات الإعلام الاجتماعى فى حملات التسويق والتغيير الاجتماعى، مثل الخمود النسبى وتلاشى عملية البناء والتطوير فى التواصل عبر الحملة، أو تفكك البناء المعرفى والمضمون الذى تقدمه الحملة أو عدم وجود اتساق فى مسار تطورها. وهى معوقات الاتصال التى عادة ما تواجه فاعلية حملات التوعية والتغيير الاجتماعى عبر مواقع التواصل الاجتماعى.

وعلى المستوى العلمى النظرى، تبرز النتائج التى انتهى إليها البحث أهمية الدور الذى تقوم به تطبيقات الإعلام الاجتماعى فعلياً فى التجاوب مع أجندة أولويات

اهتمام الجمهور، بل فى التأثير تباغاً فى أجنة اهتمامات وسائل الإعلام، وفى فرض الاهتمام الإعلامى بقضايا جماهيرية ومقاومة محاولات تجاهلها وتهميشها أو التعنيم عليها. وهو ما يعنى وجوب إعادة النظر فى فرضيات نظرية "وضع الأجنة" عند دراسة العلاقة بين أولويات اهتمام الإعلام وأولويات اهتمام الجمهور، بعد أن دخلت تطبيقات الإعلام الاجتماعى بخصائصها المميزة طرفاً فاعلاً فى هذه العلاقة التى لم تعد مقتصرة على الإعلام المؤسسى والجمهور، ولم يعد الواقع الإعلامى مقتصرًا على الواقع الذى تنقله وسائل الإعلام للجمهور.

المرفقات والنماذج التوضيحية

مرفق (١) يبين نجاح حملات مكافحة التحرش الجنىسى عبر الإعلام الاجتماعى فى لفت انتباه وسائل الإعلام الأخرى



مرفق (٢) يبين أحد أشكال الاستعانة بالدراسات العلمية والتقارير في تناول الظاهرة عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعي



مرفق (٣) يبين المتابعات الإعلامية لقضايا تحرش جنسي تم الفصل فيها قضائياً



مرفق (٤) يبين فعاليات يتم تنظيمها عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعي
 لإثارة قضية التحرش الجنسي كقضية رأى عام



المراجع والمصادر

١ - انظر المراجع التالية:

- Roberts, M., Wanta, W., Dwzo, T. Agenda-Setting and Issue Salience Online. *Communication Research*, 29(4), (2002). pp. 452-465.
- Delwiche, A. Agenda-Setting, Opinion Leadership, and the World of Web logs. *First Monday*, 10 (12). (2005). Retrieved April 11, 2011 from http://www.firstmonday.org/issues/issue10_12/delwiche/index.html
- Lee, B., Lancendorfer, K. M., & Lee, K. J. (2005). Agenda-Setting and the Internet: The Intermedia Influence of Internet Bulletin Boards on Newspaper Coverage of the 2000 General Election in South Korea.op. cit.
- Wallsten, K. Agenda Setting and the Blogosphere: An Analysis of the Relationship Between Mainstream Media and Political blogs. *Review of Policy Research*, 24(6), (2007). pp. 567-582.
- Salinas, C., 11-20 "Who Tube? Identification and Agenda-Setting in New Media" Paper Presented at the Annual Meeting of the NCA 94th Annual Convention, TBA, San Diego, CA. 2008.
- Nagwa Abdel Salam. Revealing the "Agenda-Cutting" through Egyptian Blogs: An Empirical Study. Retrieved June 30, 2010 from: <http://online.journalism.utexas.edu/2010/papers/Fahmy10.pdf>

٢- استعانت الباحثة في هذه الجزئية بالخصائص التي أجملها المرجع التالي:

Mayfield, Antony. "What is social media?", An ebook from iCrossing. (2008). Retrieved on December 12, 2010 from:

http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf. Viewed at: 20/6/2010

٣- تستند الباحثة في هذه الجزئية للإحصاءات المنشورة على موقع الاتحاد الدولي للاتصالات على شبكة الإنترنت. تم الاطلاع على الإحصاءات من الموقع المذكور بتاريخ ٢٨ يناير ٢٠١٣، ويمكن مراجعتها من العنوان التالي:

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

٤- تقرير الإعلام الاجتماعي في البلاد العربية، كلية دبي للإدارة الحكومية، يناير ٢٠١١، وتم الاطلاع عليه بتاريخ ١٠ يناير ٢٠١٣ من العنوان التالي على شبكة الإنترنت:

http://www.dsg.ae/en/Publication/Pdf_En/ASMR_Final_Feb_08Low.pdf

٥- مها عبد المجيد، استخدام المرأة السعودية لتطبيقات الإعلام الاجتماعي: دراسة ميدانية. بحث غير منشور، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٢.

Abstract

VIOLENCE AGAINST WOMEN IN THE
NEW MEDIA AND ITS APPLICATION
"SEXUAL HARASSMENT PHENOMENON"

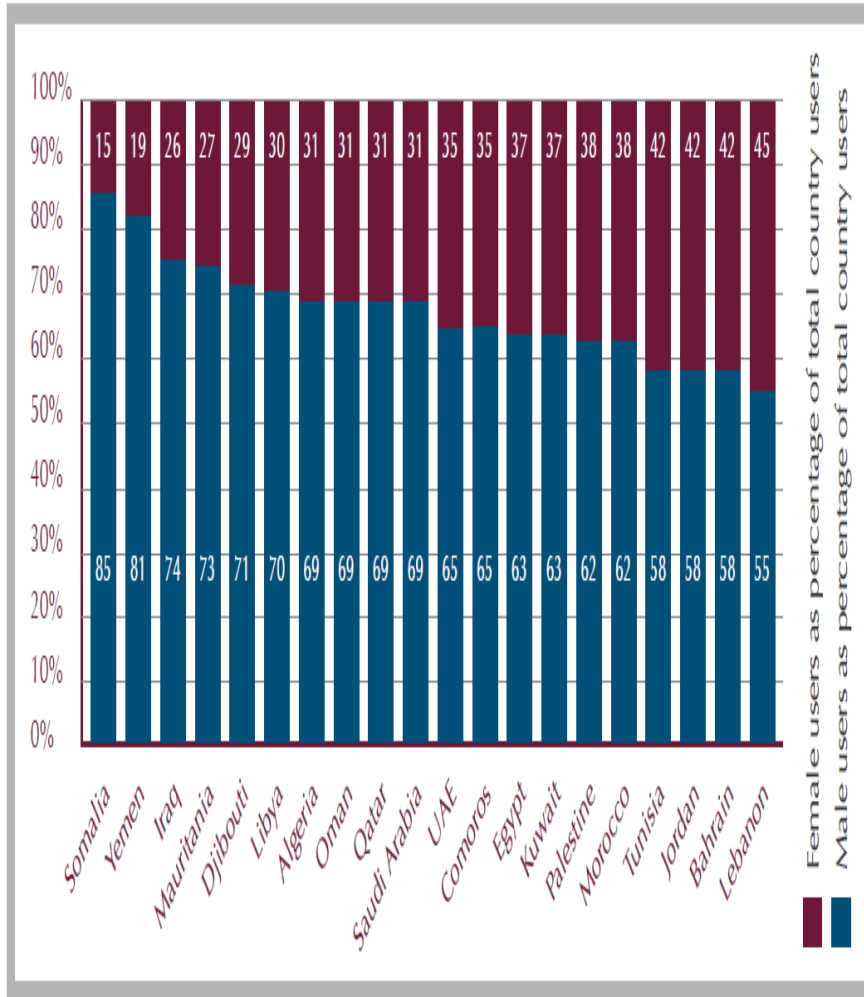
Maha Abd El Magid

This paper examines the role of the social media application in introducing violence against women in the Arab societies and its application as sexual harassment. The paper depended on qualitative analysis of a sample of thesis that tackles sexual harassment published on: Facebook, YouTube, Twitter. The results show the diversity in tackling this issue which led to the integration and comprehensiveness in its presentation whether in its dimensions, ways of introduction, in introducing the different opinions, in the content.

جدول (١)

يبين متغير النوع في الخصائص الديموجرافية لمستخدمي
موقع التواصل الاجتماعي Facebook في البلدان العربية

(وفقًا لتقرير الإعلام الاجتماعي في البلاد العربية - كلية دبي للإدارة الحكومية)^(٤)



* Excluding Syria and Sudan (due to US technology sanctions, no data on gender breakdown of Facebook users available)

