

اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة

د. جيلان شرف*

الملخص

اهتمت هذه الدراسة باختبار اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي لتمكينها اجتماعيا واقتصاديا و اعلاميا في ضوء خطط التنمية المستدامة. اعتمدت هذه الدراسة علي نظريتي الاعتماد علي وسائل الإعلام ونظرية ثراء الوسيلة . وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الكمية، واعتمدت علي المنهج المسحي بتطبيق استمارة الاستبيان علي عينة من المبحوثات المصريات اللاتي يعتمدن علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي معلومات تمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة، 2030 و تتراوح أعمارهن ما بين 18 حتى مافوق الـ50، و خلصت النتائج إلي أن المبحوثات يعتمدن علي مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة و الفيسبوك بصفة خاصة لتمكين المرأة علي المستوي المعرفي و الإدراكي و السلوكي، و ذلك نظرا لتوافر المعايير الخاصة بثراء تلك الوسائل من التفاعلية بأساليب متعددة من حيث التركيز علي قضية تمكين المرأة، و أبرزت النتائج ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي. كما أظهرت النتائج بأن توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي و توفر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة و تمكين المرأة، و تفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة، و الثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بتمكين المرأة، كما توجد علاقة ارتباطية دالة بين تفاعل المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة و توافر معايير ثراء هذه الوسائل، و أخيرا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة علي درجة اعتمادهن علي مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف علي خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة وفقا لمتغير السن.

الكلمات المفتاحية : تمكين المرأة- مواقع التواصل الاجتماعي - نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام

– نظرية ثراء الوسيلة

* أستاذ مساعد بكلية الإعلام و تكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

Egyptian Women's Dependence on Social Networking Sites and Their Relationship to Their Empowerment In light of Sustainable Development Plans

Abstract

This study focused on examining the Egyptian women's dependence on social networking sites to empower them socially, economically and in the media in light of sustainable development plans. The study applied two theories: The Media Dependence Theory and Media Richness Theory. It is a descriptive quantitative study where a survey was applied on a purposive sample of 200 respondents – age range between 18- over 50 years- of the Egyptian women who use SNS. The results concluded that the respondents depend on social networking sites in general and Facebook in particular to empower women at the knowledge, cognitive and behavioral levels, due to the availability of criteria for the richness of SNS. The results showed the respondents' confidence in social networking sites. Also, the results indicated that there is a correlation between the respondents' depending on social networking sites and the availability of criteria for the richness of the SNS in addressing the goals of sustainable development and women's empowerment. There is also a significant correlation between the interaction of the respondents on social networking sites with the empowerment of women in the shade of sustainable development plans and the availability of criteria for the richness of these means. Finally there are statistically significant differences between the average degrees of the respondents' dependence on social networking sites in identifying sustainable development plans to empower women according to the age variable.

Keywords: Women Empowerment - Social Networking Sites SNS – Dependence of Media Theory– Media Richness Theory

• مقدمة

أن تفعيل الوظيفة الإعلامية في اتجاه المرأة بات أمر ضروري وحتمي، حيث تنصدر قضية تمكين المرأة والمساواة بين الجنسين جدول للأعمال في جميع أنحاء العالم. و ذلك إيماناً بمشاركة المرأة في التنمية الاجتماعية و الاقتصادية بما يساهم في تشكيل ثروة الأمة. فان الاتجاه لتغطية وسائل الاتصال لقضايا المرأة على المستوي المجتمعي و الرسمي مهمة أساسية، حيث أصبح من الضروري التركيز على الجوانب الايجابية لابرار دور المرأة في المجتمع و التوازن بين الجنسين في وسائل الاتصال.

أن القيادة السياسية المصرية لديها قناعات بأهمية دور المرأة في المناصب القيادية والعامية ودوائر صنع القرار، وأصبح ذلك جلياً من خلال توليها مناصب كوزيرة و نائبة في مجلسي النواب و الشيوخ، كما أن تمكين المرأة صار مهماً تزامناً مع التطورات العالمية التي ساهمت في تغيير الصورة الذهنية عن المرأة والحصول على حقها في كافة المجالات العلمية و التكنولوجية و السياسية وكذلك في العمل الإعلامي، الذي ما زال تأثيرها داخل غرفة الأخبار غير كافي حيث الثقافة الذكورية مازالت هي الغالبة.

ويعتبر التمكين الاجتماعي والاقتصادي للمرأة المصرية من أهم القضايا التي احتلت مكانة على قائمة أولويات الحكومة المصرية، ومنظمات المجتمع المدني والمؤسسات النسائية، وتسعى الدولة لتمكين المرأة وتعزيز دورها في المجتمع والمشاركة في عملية التنمية الشاملة و ذلك بايجاد حلول لمشاكلها الاقتصادية والسياسية والصحية و التعليمية.

ومع اطلاق الاستراتيجية الوطنية لحقوق الانسان في سبتمبر 2021، تم ترسيخ دعم حقوق المرأة مع بروز مواقع التواصل الاجتماعي كعلاقة بارزة في العصر الحديث، لذا اهتمت هذه الدراسة بدور مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكين المرأة في ضوء التنمية المستدامة لمصر 2030.

• المشكلة البحثية

تعتبر وسائل الاتصال بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة مسؤولة عن قضية تمكين المرأة اجتماعياً واقتصادياً إلي جانب الحكومات والمجتمع المدني، فهي تشكل جزءاً كبيراً من حياتنا، وتتمتع بالثراء في تناول أفكار وأهداف تمكين المرأة، مما يعزز من دورها في الاستفادة منها لتمكين المرأة وتناول القضايا المتعلقة بها من حيث المساواة بين الجنسين وتحسين صورتها وأثرها في صنع و اتخاذ القرار وتقلد المناصب العامة والقيادية في ضوء خطط التنمية المستدامة، و من هنا تمحورت المشكلة البحثية نحو اختبار اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي لتمكينها اجتماعياً واقتصادياً و اعلامياً في ضوء خطط التنمية المستدامة.

● أهمية الدراسة

- 1- تستمد هذه أهميتها من اتجاه السائد نحو تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا و دورها في التنمية الشاملة للدولة.
- 2- تكشف هذه الدراسة أهمية استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي كأداة لتمكينها اجتماعيا واقتصاديا.
- 3- تهتم هذه الدراسة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تناول المساواة بين الجنسين و حصول المرأة علي المناصب القيادية والعامه و تمثيلها اعلاميا بصورة ايجابية.
- 4- تبرز هذه الدراسة أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز دور المرأة كإعلامية محترفة.
- 5- تظهر هذه الدراسة أهمية إلقاء الضؤ على فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في الدفاع عن حقوق المرأة لتمكينها.

● أهداف الدراسة

تهدف الدراسة في التعرف على :

- 1- معدل تعرض المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي و أكثر المواقع استخداما في معرفة أهداف التنمية المستدامة.
- 2- اهتمام المرأة المصرية بمتابعة قضايا التنمية المستدامة و أهدافها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة المصرية اجتماعيا و اقتصاديا و اعلاميا في ضؤ خطط التنمية المستدامة.
- 4- اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي لامدادها بالمعلومات الخاصة بتمكين المرأة في ضؤ خطط التنمية المستدامة.
- 5- ثقة المرأة المصرية في تناول مواقع التواصل الاجتماعي لقضية تمكين المرأة في ضؤ خطط التنمية المستدامة
- 6- تفاعل و مشاركة المرأة المصرية في التعبير عن قضاياها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 7- فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز دور المرأة في صناعة و اتخاذ القرار و تقلد المناصب العامة و القيادية.

• الإطار النظري

سيتم تطبيق نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام و نظرية ثراء الوسيلة في هذه الدراسة للتحقق من أسباب اعتماد المرأة المصرية علي مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة تتمتع بالثراء لتمكينها:

• أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory

تتبلور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام علي الربط بين العلاقات المتبادلة للأنظمة الاجتماعية المختلفة ووسائل الاتصال و الفرد في تفسير شامل لتأثيرات وسائل الإعلام، حيث تشير تلك النظرية أنه كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم، زادت أهميتها بالنسبة له و زاد تأثيرها⁽¹⁾.

و وفقاً لمفهوم نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام يوجد علاقة تأثيرية متبادلة فيما بين الإعلام و المجتمع والجمهور ينشأ عن هذه التفاعلات مجموعة من التأثيرات متمثلة في التأثير المعرفي cognitive و الوجداني affective و السلوكي behavior⁽²⁾. والانترنت يعد وسيلة تفاعلية تمكن المستخدمين من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض مختلفة⁽³⁾. ففي هذه الدراسة سيتم تناول اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي لتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة و ما مدي الثراء هذه الوسيلة لامداد العينة بالمعلومات و ذلك استناداً إلي نظرية ثراء الوسيلة MRT Media Richness Theory.

• ثانياً: نظرية ثراء وسائل الإعلام MRT Media Richness Theory

تم تطوير نظرية ثراء الوسائط في منتصف الثمانينيات من قبل الباحثين التنظيميين ، Daft و Lengel (ولاحقاً مع Trevino) وأصبحت شائعة جداً مع انتشار وسائط الاتصال الإلكترونية (على سبيل المثال ، البريد الإلكتروني في التسعينيات). تقترح النظرية الاستخدام الفعال لقناة اتصال/وسيط من خلال مطابقة ثرائها Daft and Lengel (1984 ، 1986) اهتماماً بأهمية الحد من عدم اليقين والمراوغة في معالجة المعلومات الناجحة في المؤسسات الإعلامية⁽⁴⁾. وبشكل أكثر تحديداً ، عدم اليقين هو نقص المعلومات ، والذي يمكن تقليله بكمية المعلومات أو مقدارها. في المقابل ، تشير المراوغة إلى الارتباك أو عدم الفهم ، والذي لا يمكن تقليله بمقدار المعلومات ولكن يمكن تقليله بجودة أو ثراء المعلومات (Daft ، Lengel ، Trevino ، & Trevino ، 1987) ⁽⁵⁾.

و في هذه الدراسة نختص بمواقع التواصل الاجتماعي كنوع من الإعلام الجديد، كما أشارت ولاء عبد الرحمن (2017)⁽⁶⁾ ، حيث أنه في حالة التوسط باستخدام تقنية اتصال مثل البريد الإلكتروني ، لن يكون الحد من عدم اليقين هو المشكلة لأن التكنولوجيا يمكن أن تحمل كمية كبيرة من المعلومات لتقليل عدم اليقين. من ناحية أخرى، قد يكون الحد من عدم اللبس مشكلة بسبب عدم وجود إشارات غير لفظية

متأصلة في التواصل عبر تلك الوسائل/وسائط الاتصال. وبالتالي ، تحدد النظرية "ثراء" الوسيلة/الوسيط بناءً على ذلك توفر: (أ) رجوع الصدي الفوري immediate feedback، (ب) الإشارات اللفظية و غير اللفظية المتعددة multiple cues، (ج) تنوع اللغة language variety، (د) التركيز الشخصي personal focus. بناءً على هذه المعايير الأربعة ، صنفت النظرية ثراء الوسيلة/الوسيط.

• الموضوعية والذاتية و ثراء وسائل/وسائط الاتصال

و يتضح من ذلك أن نظرية ثراء وسائل/وسائط الاتصال مستمدة من وجهة نظر موضوعية لخصائص الوسيط/الوسيلة، وبالتالي يتم تحديد استخدام وسيلة اتصال بعينها بشكل موضوعي. ومع ذلك ، نظرًا للنتائج غير المتسقة من الدراسات التجريبية ، بدأ الباحثون في مناقشة المزيد من العوامل المتعلقة باستخدام الوسائل أو الوسائط الفردية و نتج عن ذلك أن دعم هؤلاء الباحثون وجهات النظر الشخصية لاستخدامها. على سبيل المثال ، يفترض نموذج معالجة المعلومات الاجتماعية لاستخدام الوسائط أو وسائل الاتصال أن سلوك استخدامها لا يتم تحديده فقط من خلال خصائص الوسائط الموضوعية ، ولكن أيضًا يتأثر بعوامل اجتماعية متعددة بما في ذلك المواقف تجاه هذا الوسيط أو الوسيلة ، والخبرة الشخصية ، والمعرفة حول الوسيلة، (فولك ، شتاينفيلد ، شمينز ، & باور ، 1987) (7). و أيضا المعلومات الاجتماعية المتوفرة في البيئة المحيطة بالمستخدم (فولك ، 1993 ؛ فولك وآخرون ، 1987) (8) ، حيث تؤثر على الصورة الذهنية تجاه ثراء وسائل/وسائط الاتصال، والمواقف تجاه واحدة بعينها ، فعلى سبيل المثال، أدى انتشار الهواتف الذكية في المجتمعات إلى تسهيل "سرعة" و "تبادل" الاتصال، مع سهولة استخدام قنوات متعددة و التفاعل بين شركاء العملية الاتصالية مما يساهم بصورة كبيرة في ثراء وسائل/وسائط الاتصال. و جدير بالإشارة أن أهمية التفاعل لا تقتصر على الشباب "البارعين بالتكنولوجيا" الذين نشأوا مع التكنولوجيا ولكن أيضًا بين كل الفئات بما فيهم المرأة وكبار السن، حيث أفادت دراسة حديثة بين المستخدمين الذين تزيد أعمارهم عن 60 عامًا عن أهمية التفاعل مع الآخرين من خلال وسائل الاتصال (على سبيل المثال ، الملصقات ، الصور ، الصوت / الفيديو) وإدراكهم لثراء تلك الوسائط أو وسائل الاتصال. (Yang & Lin ، 2019) (9). و تشير أيضا دراسات إلى أن المستخدمين لتلك الوسائط يهتمون بخصائصها ، فقد ناقش Ishii و Rife و Kagaw (2017) أن مستخدمي الرسائل النصية يبحثون عن إشباع مدفوع بالتكنولوجيا. كما كشفت دراستهم التي أجريت بين طلاب الجامعات الأمريكية واليابانية أنهم ينظرون إلى الرسائل النصية على أنها غنية ، حيث كانوا يسعون للحصول على إشباع مدفوع بالتكنولوجيا أيضا ويعتبرون الرسائل النصية قناة غير متزامنة asynchronization، أي لا يتوقعون استجابة فورية باستخدام الرسائل النصية. ومع ذلك ، يرى طلاب الجامعات الأمريكية أن هذه القناة النصية غنية لأنها يمكن أن ترسل رسالة من خلالها في أي وقت بما يناسب المستخدم، بينما أفاد الطلاب

اليابانيون أن الرسائل النصية غنية ، و يرجع السبب الأساسي إلى النقل السريع للرسالة. تشير هذه النتائج من الدراسات الحديثة إلى أنه لا يزال من الممكن مناقشة ثراء وسائل/وسائل الاتصال اليوم مع الخصائص الموضوعية ، إلا أن ثراء الوسائط يعتمد بشكل شخصي على كيفية استخدامها لها ، مع الاستفادة من خصائص التكنولوجيا المتقدمة(10).

• الدراسات السابقة

- سيتم تناول الدراسات السابقة من خلال أربعة محاور و هي علي النحو التالي:
- محور الدراسات المتعلقة بوسائل الإعلام و تمكين المرأة
- محور الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي و تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا و سياسيا
- محور الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي و تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا و سياسيا
- محور الدراسات المتعلقة بتمكين المرأة اقتصاديا
- محور الدراسات المتعلقة بوسائل الإعلام و تمكين المرأة

أجريت دراسة انجاليا باندي (2020) Anjali Pandey (11) بهدف التعرف على دور الإعلام في تمكين المرأة في المجتمع ، وتم تقييم العلاقة بين دور وسائل الإعلام والجوانب الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للمرأة باستخدام جدولاً زمنياً (اختبار صنع الذات)، حيث يقيس هذا الاختبار الأبعاد المختلفة من اتخاذ القرار والاعتماد على الذات وبناء القدرات والتعرض لوسائل الإعلام. و خلصت النتائج أن التعليم يعزز الثقة بالنفس لدى النساء والشابات للاعتماد على الذات و تكوين المجتمع المتقدم يقتضي دور الإعلام وتعليم المرأة. كما اهتمت دراسة ماليك وماجد (2019) Malik و Majeed (12) باختبار تأثير حرية الإعلام كمتغير مستقل و تمكين المرأة كمتغير تابع وذلك من خلال استخدام بيانات من 160 دولة عبر العالم بداية من 1996 حتى 201، وخلصت النتائج إلى أن الوضع الاقتصادي والاجتماعي والقانوني للنساء يمكن تحسينها في ظل الدخل المنخفض للبلدان من خلال حرية الصحافة و المشاركة النسائية في القوى العاملة، كما أن حرية الصحافة تساعد الحكومات المركزية على تحقيق المزيد من المساواة بين الجنسين والتنمية عن طريق زيادة الوعي بحقوق المرأة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية . وأن دور الحكومة أمر أساسي في تعزيز حرية الصحافة على أن تخصص أموال لتدريب المهنيين و خلق فرص عمل متكافئة للمرأة و تبسيط الإجراءات لريادة الأعمال النسائية.

و أكدت دراسة بانكاج بالا (2017) Pankaj Bala (13) بتعزيز دور وسائل الإعلام كوسيلة لتمكين المرأة و تسليط الضوء على المساواة بين الجنسين و إثارة قضية التمييز في الأجور بينهما، واحترام المرأة من خلال تجنب إبراز الصورة السلبية عنها. كما أن لوسائل الإعلام دورًا مهمًا في تمكين المرأة في مختلف المجالات ، و إثارة قضايا

التمثيل الناقص للمرأة في المناصب العامة والقيادية ، و الاهتمام بصحة المرأة و قضية التعليم.

بينما كشفت دراسة شروق نعمان رشيد سويدان (2017) (14) عن اتجاهات الأكاديميات نحو اهتمام التلفزيون الأردني بشؤون المرأة الأردنية، و تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدمت الباحثة المنهج المسحي و طبقت على عينة عشوائية قوامها 140 مبحوثة من الأكاديميات الأردنيات في الجامعة الأردنية الحكومية و جامعة الشارقة الأوسط الخاصة، و تبين من النتائج أن اتجاهات المبحوثات جاءت بدرجة منخفضة و أنه لا يوجد برامج تلفزيونية مخصصة بعينها للمرأة الأردنية و أن شؤون المرأة تعالج من خلال برامج أخرى اجتماعية و سياسية و ثقافية و متنوعة. و عززت دراسة أنانتا أحمد (2016) *Ananta & Ahmad* (15) دور وسائل الإعلام في تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا و المساواة بين الجنسين و إبراز المرأة بصورة غير نمطية، و خلصت النتائج إلي أهمية تركيز وسائل الإعلام على قصص نجاح المرأة و دورها المهم في التنشئة الاجتماعية. و أن وسائل الإعلام لديها إمكانات كبيرة لتمكين المرأة من خلال حرية التعبير و مشاركة المرأة في صنع القرار، لذا لا بد من دعم دور وسائل الإعلام القوي والإيجابي في تمكين المرأة والمساواة بين الجنسين، و تشجيع المرأة علي التعرض لوسائل الإعلام. و علي عكس الدراسات السابقة خلصت دراسة ميراندا سيللي (2015) *Miranda Cili* (16) أن وسائل الإعلام الألبانية قدمت المرأة بصورة سطحية، و إنهم ليسوا في مأمن من تحيزات المجتمع بشكل عام ، بما في ذلك حتى التحيزات الجسدية. و يصورهن على أنهم غير مهتمين بالقضايا السياسية وبالتالي سيتم اعتبارهن غير قادرين على المشاركة في العمليات القيادية كما يفعل الرجال. لذا فالتحدي الرئيسي هو تغيير العقلية ، التي نشأت منذ قرون في الاختلافات بين الجنسين المتأثرة أيضاً بالتقاليد و الثقافة. رغم أن وسائل الإعلام هي التي يجب أن تنقل للجمهور رسالة مفادها أن مشاركة المرأة في الحياة السياسية جزء أساسي من الديمقراطية ، و أن يكون لها دور إيجابي في تحسين صورة المرأة ، وليس تقديمها بصورة نمطية و المساهمة في تحقيق المساواة بين الجنسين. بينما قيمت دراسة أختار و ناهد (2014) *Nasreen Akhter و Farrukh Naheed* (17) دور وسائل الإعلام في تمكين المرأة الباكستانية. و تم تطبيق استبيان على عينة قوامها 499 من النساء المتعلمات. و خلصت النتائج إلى أن غالبية النساء نادرا ما يستخدمن وسائل الإعلام أو لم يستخدمن أبدا، و أثبتت النتائج أنه توجد علاقة إيجابية بين من يستخدمن وسائل الإعلام ودرجة تمكين المرأة حيث أن تلك الوسائل لها دور إيجابي لتثقيف المرأة فيما يتعلق بتمكينها ولكنها تحتاج إلى بعض التحسينات. كما أنها تعمل على نشر الوعي الاجتماعي بين النساء وتوعيتهن بحقوقهن ومسؤولياتهن ومشكلاتهن في المجتمع. لكنها تلعب دوراً ضعيفاً في التطوير المهني للمرأة و آليات الحصول على مكانة متساوية في المجتمع، وإدراك المجتمع لتقنيات رفع مكانة المرأة في المجتمع من خلال تمكينها. و تناولت دراسة محمد أسيف (2013) *Muhammad Asif* (18) دور الإعلام في تمكين المرأة

جنوب البنجاب- باكستان في مدينة مالتان Multan، تم جمع البيانات على مرحلتين، المرحلة الأولى من خلال اجراء مسح بالمقابلة طبقت على عينة قوامها 150 مبحوثة و 50 مبحوث من مدينة مالتن لأنها أكثر المناطق فقرا ، و تم تقسيم المجتمع إلي طبقة مرتفعة ومتوسطة ومنخفضة و wadera – المقصود بهم الذين يملكون القرية و يديرونها اجتماعيا وسياسيا. و في المرحلة الثانية تم جمع بيانات بصورة غير رسمية من أعضاء المجتمع ومنظمات المجتمع المدني و رجال الإعلام و الدين، و تحليل أكثر خمس قنوات تليفزيونية مشاهدة. و من أبرز النتائج أن 53,3% من الرجال غير متعلمين ونسبة 32,3% من النساء غير متعلمات، وأعرب 65% من النساء عن رغبتهن في الحصول علي التعليم و الصحة و لكن المسئولون عن القرية غير مهتمين بهذين القضيتين و أنهن لايعرفن حقوقهن، و غالبية السكان لايقراون الصحف، و يعد الإعلام الالكتروني المصدر الأساسي للتوعية المجتمعية و أن القنوات التليفزيونية تتجاهل الأخلاقيات مع ظهور الصحافة الصفراء ، و أن التفرقة العنصرية بين الجنسين متأصلة في المجتمع الباكستاني. كما أظهرت النتائج أن 28% من النساء القرويات لديهن فكرة بسيطة عن تمكين المرأة و حقوقهن و أن 63% ليس لديهن أي فكرة عن تمكين المرأة. و أن الرجال يستشهدون بالدين الإسلامي فيما يتناسب مع اهتماماتهم. و اتضح أيضا من النتائج أن قضايا المرأة الباكستانية يتم طرحها فقط من خلال مسلسلات soap opera، و ذكرت 69% من المبحوثات أن وسائل الإعلام مصدر فقط للترفيه. و قد أجري فيل و شايلاشري (2013) M. Phil & B. Shailashree، (19) دراسة لمعرفة تأثير وسائل الإعلام في التمكين السياسي للمرأة الريفية في منطقة كولار بولاية كارناتاكا ، من خلال دراسة حالة "ستري شاكثي" Stree Shakthi ، تم اختيار البحث المسحي كأسلوب لجمع البيانات و طبقت على عينة قوامها 500 مبحوثة. خلصت الدراسة إلى أن برامج Stree Shakthi أحدثت تغييراً اجتماعياً في القرية لكنها لم تمكن النساء سياسياً، و أن وسائل الإعلام لم تلعب أي دور رئيسي في حياتهن في اتخاذ القرارات السياسية.

• محور الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي و تمكين المرأة اجتماعيا

بينت دراسة كادسورن و آخرون (2020) Kadeswaran Sengottalyan et al (20) أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تمكين المرأة، حيث تم إجراء مقابلات مع 23 سيدة من المترددات على المقاهي السيبريانية النسائية للتعرف على ادراكهم و آرائهم تجاه تمكين المرأة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، و خلصت النتائج أن الغالبية يستخدمونها بغرض الحصول على المعلومات الترفيهية infotainment، و أن مواقع التواصل الاجتماعي أظهرت المرأة بصورة نمطية و عززت دورها التقليدي و قضايا العنف ضد المرأة، و أنها وسيلة للتعبير دون قيود، و أنها ساهمت في التحكم الذاتي، كما أنها تعد منصة بالنسبة للعملية التعليمية للحصول على المحتوى العلمي و

التفاعلية بالنسبة للتعليم الإلكتروني و كذلك تعد منصة لريادة الأعمال بالنسبة للسيدات ويمكن من خلالها تدشين حملات للمساواة بين الجنسين. و بحثت دراسة Magdalena Mađra-Sawicka et al (2020)⁽²¹⁾ كيفية استخدام التقنيات الاجتماعية في مجال العمل و كذلك علاقتها بتمكين المرأة في جميع أنحاء العالم. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الكمية، حيث تم جمع البيانات إلكترونياً و طبقت على عينة قوامها 218 مبحوث، 128 مبحوثة و 90 مبحوث في عام 2018، كما كشفت هذه الدراسة عن مقارنة بين مواقف النساء والرجال عند استخدام التقنيات الاجتماعية و تحقيق التمكين الاقتصادي. و خلصت النتائج أن التقنيات الرقمية تساهم وتدعم تمكين المرأة ، و قدمت هذه الدراسة دليلاً على أن منصات وسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter تُستخدم على نطاق واسع من قبل النساء، لمهام مثل خلق الوعي أو التسويق أو بناء العلاقات، كما تستفيد النساء أيضاً من استخدام هذه التقنيات الرقمية على نفس المستوى تقريباً مثل الرجال ؛ ومع ذلك ، فقد اعتُبر التعليم عاملاً رئيسياً للنجاح في هذا المجال. و كذلك تتمتع النساء في تايوان بوعي أكبر بفوائد مواقع التواصل الاجتماعي ، وتحديدًا Facebook ، عند استخدامها لدعم الأعمال والتمكين. و تناولت دراسة إيمان مرسي (2019)⁽²²⁾ تعرض المرأة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في إدراكها لخطط التنمية المستدامة التي تخطط المملكة العربية السعودية لتنفيذها في ضوء رؤية 2030 سواء على الصعيد المعرفي أو الوجداني أو السلوكي. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة ممثلة لجمهور المرأة السعودية بلغ عددها 200 مبحوثة، و خلصت النتائج أنه توجد علاقة بين كثافة التعرض لقضايا التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاه العينة نحو كفاءة التغطية الإعلامية لمحاور التنمية. و كذلك توجد علاقة دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي والاهتمام بالتعرض للصفحات التي تناقش قضايا التنمية المستدامة. بينما اهتمت دراسة زينا غالا (2019) Zeine Ghalla⁽²³⁾ بالكشف عن دور الـ Facebook في مساعدة المرأة في موريتانيا لبناء وتشكيل هويتها ودورها في المجتمع. حيث تفترض الدراسة أن المرأة الموريتانية من خلال صفحتها الأولى على Facebook ، ترى نفسها على قدم المساواة مع الرجل ، و منافسة قوية ومستقلة ومشاركة حقيقة في الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية. كما هدفت الدراسة إلى الكشف عن أبعاد الهوية للمرأة مثل الاستقلالية والمشاركة والقدرة التنافسية ، استخدمت هذه الدراسة المنهجية الكمية من خلال مسح طبق على 250 مستخدمه للفيسبوك. و كشفت النتائج أن الفيسبوك يوفر منصة للمرأة الموريتانية لتمكينها و ذلك من خلال مناقشة مختلف القضايا والمشكلات التي يواجهونها في حياتهم اليومية بمشاركة قصصهم وخبراتهم، ويحصلن على الدعم والاقتراحات والتقدير من زميلات أخريات يستخدمن الـ Facebook. كما تناولت دراسة ثانفاسي (2018) Thanavathi⁽²⁴⁾ وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لتمكين المرأة، حيث أنها تعزز مشاركة المرأة في الحياة الاقتصادية والسياسية ، وتسمح لها بزيادة التعبير عن التغيير الاجتماعي

وتعزيزه في الأعمال المدنية والسياسية، فقد ساهم نمو تعليم المرأة ودخولها في العمل في نمو وسائل التواصل الاجتماعي، كما ساهمت بدورها في حصول المرأة على حقوقها الأساسية. واهتمت دراسة حنان السيد (2016) (25) بتناول استخدام المرأة الإماراتية لشبكات التواصل الاجتماعي في إطار تمكين المرأة سياسيا واقتصاديا وثقافيا، وكشفت نتائج هذه الدراسة أن الفتاة الإماراتية ما بين 17 حتى 24 عاما تفضل "التويتر" للبحث عن المعلومات حيث يتيح لها الحصول على آخر الأخبار والمستحدثات والأحداث الجارية حول العالم، واتفقت المراهقات والبالغات على استخدام الانستجرام للتواصل الاجتماعي وشعبية الفيسبوك وذلك من خلال استخدام الباحثة لمدخل الاستخدامات والشبكات.

• محور الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي و تمكين المرأة اقتصاديا

و تؤكد دراسة مانسيلا بارنام (2015) Manisla Parnam (26) ما جاء في دراسة شانموجا برييا Shanmuga Priya حيث أن الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي والتسويق الإلكتروني، أصبحت الكثير من النساء في الهند مستقلات ماديا. وأصبح للمرأة الريادة في التجارة الإلكترونية إلى جانب القيام بالأعمال المنزلية و تربية الأولاد و لكن ينقصهن التدريب وإقامة ورش عمل لهم لإنشاء مشاريع ريادية. بينما اهتمت دراسة شانموجا برييا (2015) Shanmuga Priya (27) بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التمكين الاقتصادي للمرأة الهندية في ولاية تشناي، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي من خلال تطبيق استبيان عبر الانترنت و طبقت على عينة قوامها 50 سيدة صاحبات مشاريع ريادية، و خلصت الدراسة إلى أهمية تسليح المرأة بالمعرفة و التكنولوجيا من أجل التمكين الاقتصادي. و كذلك دراسة بادمانوفر (2011) Padmannovar (28) أبرزت دور التجارة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة، فالسيدات قد طورن من أنفسهن و شخصياتهن و أعطين لأنفسهن هوية خاصة وأصبحن يقفن جنباً إلى جنب مع الرجال في كافة القطاعات، فتكنولوجيا المعلومات و خدمات قطاع تكنولوجيا المعلومات منحت فرصا كثيرة لتوظيف النساء، حيث تولت الكثير من السيدات وظائف في قطاع تكنولوجيا المعلومات. وتضمنت دراسة عائشة سابرينا (2014) Ayesha Sabrina (29) نمودجا مبسطا لتمكين المرأة البنغالية من خلال التجارة الإلكترونية، فقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات في تطوير المرأة حيث اعتبرت الدولة أن المرأة مستقبل الأمة مما يساهم في تحسين البنية الاقتصادية والاجتماعية.

• محور الدراسات المتعلقة بتمكين المرأة اقتصاديا

أبرزت دراسة مني عبد العال (2016) (30) فاعلية مؤسسات التمويل الصغير في تمكين المرأة اقتصاديا في محافظة طولكرم من وجهة نظر مدراء المؤسسات و

المستفيدات، و طبقت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وتعد هذه الدراسة دراسة كمية و كيفية حيث استخدمت الاستبيان لجمع البيانات و كذلك المقابلات المتعمقة، وخلصت النتائج إلي أن مؤسسات التمويل لم تساهم في تمكين المرأة اقتصاديا في محافظة طولكرم، حيث اكتفت فقط بالتمويل اللازم. و تعزز دراسة مني عبد العال دراسة محسن خان و زملاؤه (2016) (31) حيث تناولوا العوامل التي تؤثر على التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة، و تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والمسحي، و تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الكمية و الكيفية حيث تم استخدام الاستبيان و المقابلة كأداة لجمع البيانات، و طبقت على عينة عشوائية من موظفي الجمعيات المانحة و قوامها 60 مبحوث و 52 امرأة من غير المتعلقات من المستفيدات من هذه الجمعيات، و توصلت النتائج إلي أن تدريب المرأة أفضل استراتيجيا لتمكينها و أن زيادة دخلها له أثر ايجابي على ذاتها و ثقفتها بنفسها مما ينعكس على الأسرة و المجتمع بالحد من الفقر والمساهمة في التنمية الشاملة. و من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت بواسطة هانسن (2015) Hansen (32) على 88 سيدة من اللاتي يعشن تحت خط الفقر في سري لانكا و حصلن على برنامج التمويل الأصغر (بما في ذلك التدريب على المهارات و الادخار والقروض الصغيرة) لمدة تتراوح ما بين 18 شهرا لتمكينها و مقارنتها على مجموعة من اللاتي لم يحصلن على البرنامج. و أشارت النتائج إلي أن النساء اللاتي شاركن في البرنامج أبلغن عن مستويات أعلى من معتقدات الرقابة الداخلية مقارنة بالمجموعة الأخرى. و هدفت دراسة سيزن دينسر (2012) Cisen Dincer (33) إلي تحليل دور القروض الصغيرة و المشاريع الريادية الصغيرة في تمكين المرأة في تركيا. استخدمت الباحثة المنهج التاريخي الوصفي، و توصلت إلي أن تمويل المشاريع الصغيرة الخاصة بالمرأة قد يشكل "طوق النجاة" لتغطية الاحتياجات المالية للمرأة و انتشالها من الفقر.

• التعليق على الدراسات السابقة

1. أبرزت الدراسات السابقة مدي استفادة المرأة من مواقع التواصل الاجتماعي في مجال التمكين الاقتصادي من خلال ريادة الأعمال عبر التسويق الالكتروني و التطوير من أنفسهن و شخصياتهن و الاسهام في التنمية الشاملة للبلاد من الناحية الاقتصادية و الاجتماعية.
2. أثبتت الدراسات السابقة أن المرأة تعتمد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات و خلق الوعي و بناء العلاقات.
3. أوضحت الدراسة السابقة وجود علاقة بين كثافة تعرض المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي و الاهتمام بمناقشة قضايا التنمية المستدامة، و عززت مواقع التواصل الاجتماعي مشاركة المرأة في الحياة الاقتصادية و السياسية.
4. ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في المساواة بين الجنسين و مناقشة مختلف القضايا و المشكلات التي يواجهونها في حياتهن اليومية بمشاركة قصصهن و خبراتهن.

5. الغالبية العظمى من الدراسات السابقة دراسات وصفية كمية استخدمت أسلوب المسح و طبقت علي عينة من النساء، ما عدا دراسات قليلة استخدمت الأسلوب الكيفي.
6. أظهرت الدراسات السابقة أهمية دور الإعلام في إبراز المرأة بصورة غير نمطية و إنها قادرة علي تولي المناصب القيادية و المشاركة السياسية في ظل تحقيق الديمقراطية.
7. ركزت بعض الدراسات السابقة علي دور المرأة كإعلامية و أهمية دورها في تناول قضايا المرأة و تمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة.
8. تناولت دراسة باكستانية أن تعرض النساء لوسائل الإعلام نادر، و لكن توجد علاقة بين من تعرضن لوسائل الإعلام و تمكينها.

• الإطار المنهجي للدراسة

• نوع الدراسة

تتتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة ظاهرة اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي لتمكينها اجتماعيا و اقتصاديا و اعلاميا في ضوء خطط التنمية المستدامة بهدف الحصول على المعلومات الدقيقة لتحليلها و تفسيرها و استخلاص نتائج و دلالات لواقع هذه الظاهرة.

• منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح Survey الذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة و قوة العلاقات بين متغيرات الدراسة و مستويات التأثير بين هذه المتغيرات، وهو ما يعين في الوصول لفهم دقيق لمتغيرات الدراسة المستقلة و التابعة و الوسيطة.

• مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جمهور المرأة المصرية لمن هم فوق 18 عامًا، و تعتمد الدراسة على اختيار عينة عمدية متاحة من النساء اللاتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي.

• المقاييس

- مقياس معدل تعرض المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الأكثر استخداما التي يتعرضن لها لثرائها بالمعلومات عن قضايا و أهداف التنمية المستدامة.

- مقياس اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي لتمكين المرأة الاجتماعية و اقتصاديا و اعلاميا.
- مقياس ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا و اعلاميا.
- مقياس تفاعل المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضية تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا
- مقياس فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز دور المرأة في التمكين و تقلد المناصب القيادية و العامة.

● المتغيرات

المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
المرأة المصرية	العوامل الديموجرافية	مواقع التواصل الاجتماعي

● تساؤلات الدراسة

- ما هو معدل تعرض المبحوثات عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما بالنسبة للمبحوثات عينة الدراسة لمتابعة قضايا و أهداف التنمية المستدامة ؟
- ما مدي اهتمام المبحوثات عينة الدراسة بمتابعة قضايا التنمية المستدامة في المجتمع المصري؟
- لماذا تعتمد المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا و اعلاميا؟
- لماذا تثق المبحوثات عينة الدراسة في تناول مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة؟
- كيف تتفاعل المبحوثات مع قضايا تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا في ضوء خطط التنمية المستدامة؟
- كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في اثراء المبحوثات عينة الدراسة عن أهداف خطط التنمية المستدامة؟
- كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في اثراء المبحوثات عينة الدراسة عن تمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة؟

• فروض الدراسة

▪ الفرض الأول

توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي

- و توفر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة.
- و تفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة .
- و الثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بتمكين المرأة.

▪ الفرض الثاني

توجد علاقة ارتباطية بين تفاعل المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة و توافر معايير ثراء هذه الوسائل.

▪ الفرض الثالث

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثات عينة الدراسة من حيث اعتمادهم وثقتهم على مواقع التواصل الاجتماعي و تفاعلهم نحو تمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة وفقا للعوامل الديموجرافية (العمر – المستوى التعليمي – المستوى الاجتماعي و الاقتصادي) .

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

يبين الجدول (2) خصائص المبحوثات عينة الدراسة كما هو علي النحو التالي:

جدول رقم (1)
خصائص عينة الدراسة

الإجمالي		خصائص العينة	
%	ك		
59.5	119	من سن 18 إلى سن 24	السن
21.5	43	من سن 25 إلى سن 35	
16.0	32	من سن 35 إلى سن 50	
3.0	6	من سن 50 فأكثر	
100.0	200	الإجمالي	
5.5	11	متوسط	المستوي التعليمي
60.5	121	جامعي	
34.0	68	دراسات عليا	
100.0	200	الإجمالي	
39.5	79	منطقة / مجمع سكني راقى	نوع السكن

51.0	102	منطقة متوسطة	مستوى الدخل
9.5	19	منطقة شعبية	
100.0	200	الإجمالي	
43.0	86	أقل من 2000 جم	
32.0	64	من 2000-6000 جم	
11.5	23	من 6000-12000 جم	
13.5	27	13000 جم فأكثر	
100.0	200	الإجمالي	

تشير نتائج الجدول (1) إلى خصائص المبحوثات عينة الدراسة حيث أبرزت أن المبحوثات اللاتي طبقت عليهن الدراسة تتراوح أعمارهن ما بين 18 عام إلى 24 عام وبلغت نسبتهم 59.5% حيث جاءت في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية من تراوح أعمارهن ما بين 25 عام إلى 35 عام وبلغت نسبتهم 21.5%، و في المرتبة الثالثة تراوح أعمارهن ما بين 35 عام إلى 50 عام وبلغت نسبتهم 16%، و أخيرا جاء في المرتبة الأخيرة من سن 50 فأكثر و نسبتهم 3%. بالنسبة للمستوي التعليمي جاء في المرتبة الأولى نسبة المبحوثات في المرحلة الجامعية 60.5%، بينما جاء في المرتبة الثانية من هن في مرحلة الدراسات العليا بنسبة 34.0% و جاء في المرحلة الثالثة نسبة من حصلن على تعليم متوسط 5.5%، أما فيما يتعلق بنوع السكن جاء في المرتبة الأولى من يقطن المنطقة المتوسطة بنسبة 51% و جاء في المرتبة الثانية من يقطن منطقة / مجمع سكني راقى بنسبة 39.5% و من يقطن المنطقة الشعبية بلغ نسبتهم 9.5%، أما بالنسبة للدخل فبلغ نسبة من يحصلن على دخل أقل من 2000 جم 43.0%، أما من حصلن على دخل ما بين 2000-6000 جم بلغن 32.0%، بينما من يحصلن على مستوي دخل ما بين 6000-12000 جم بلغت نسبتهم 11.5% و أخيرا بلغ من يحصلن على 13000 جم فأكثر 13.5%.

• ثانيًا: أدوات جمع البيانات

تحددت أدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث في استمارة الاستبيان، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان لتحقيق كافة أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

• **ثالثاً: اختباري الصدق والثبات**

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

• **اختبار الصدق (Validity):**

ويعنى الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

• **اختبار الثبات (Reliability):**

قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات بعد تحكيم صحيفة الاستبيان* ووصل إلى (93,6%) مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج حيث تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات كما هو موضح في جدول (2):

جدول (2)

معامل ثبات أداة الدراسة ومحاورها المختلفة باستخدام ألفا كرونباخ

معامل ألفا	عدد العبارات	المقياس
0.901	8	مستوي معرفة عينة الدراسة بأهداف التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
0.955	16	مقياس اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة
0.909	7	مقياس ثقة عينة الدراسة في "أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تتناول قضايا المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة"
0.937	8	مقياس تفاعل عينة الدراسة تجاه الموضوعات التي تتعلق بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي
0.932	13	مقياس رأي عينة الدراسة نحو فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز خطط تمكين المرأة في ضوء التنمية المستدامة
0.936	52	الأداة ككل

* أسماء المحكمين:

أ.د. سامي الشريف . عميد كليو الإعلام – الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
أ.د. شيماء ذو الفقار. أستاذة الإذاعة و التليفزيون – كلية الإعلام – جامعة القاهرة
أ.د. خالد عبد الجواد. أستاذ الإعلام – قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة الزقازيق

يتضح من الجدول السابق ارتفاع معامل الثبات بين أبعاد الإستبيان، حيث بلغ (93,6%) وهو معامل ثبات مرتفع، ويوحى بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة.

● رابعاً: التحليل الإحصائي للبيانات

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الاساليب الإحصائية المستخدمة:

■ أولاً: المقاييس الوصفية

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:
(المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة.

■ ثانياً: الاختبارات الإحصائية

- اختبار (ف) تحليل التباين الأحادي F-Test & the analysis of variance لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين

■ ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

المقياس الأول:

معدل تعرض المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الأكثر استخداما التي يتعرضن لها لثرائها بالمعلومات و علاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة.

- يوضح الجدول (3) أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما بالنسبة للمبحوثات عينة الدراسة

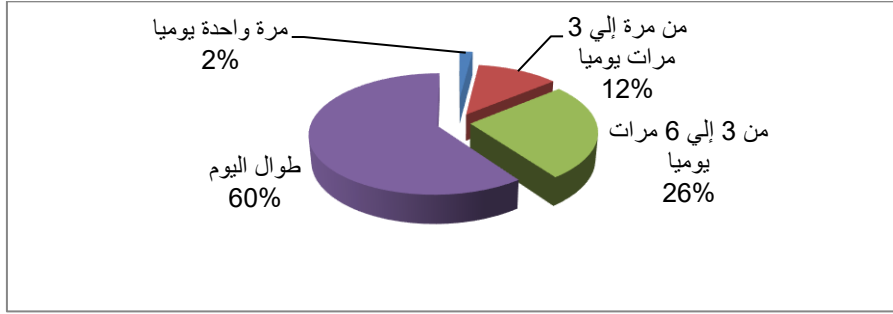
جدول (3)

أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما بالنسبة للمبحوثات عينة الدراسة

الترتيب	الوزن النسبي	الأحرف المعياري	المتوسط	لا اوافق		محايد		موافق		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	91.0	.601	2.73	8.0	16	11.5	23	80.5	161	الفيس بوك
2	77.3	.677	2.32	12.0	24	44.5	89	43.5	87	يوتيوب
3	76.3	.825	2.29	23.5	47	23.5	47	53.0	106	انستجرام
4	55.7	.833	1.67	56.5	113	20.0	40	23.5	47	تيك توك
5	46.0	.678	1.38	72.5	145	16.5	33	11.0	22	لينكدن
6	45.0	.655	1.35	75.0	150	15.0	30	10.0	20	تويتر

تشير نتائج الجدول (3) أن المبحوثات عينة الدراسة يستخدمن الفيسبوك بوزن نسبي 91.0 حيث جاءت في الترتيب الأول و هذا يتفق مع دراسة Magdalena (2020) (34) و دراسة Zeine Ghala (2019) (35)، تلاها في الترتيب الثاني اليوتيوب بوزن نسبي 77.3 ، أما الانستجرام فقد جاء في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 76.3 ، بينما جاء في الترتيب الرابع التيك توك بوزن نسبي 55.7 ، و احتل لينكدن الترتيب الخامس بوزن نسبي 46.0 ، و أخيرا جاء استخدام المبحوثات للتويتر في المرتبة السادسة بوزن نسبي 45.0 علي عكس دراسة حنان السيد (2016) (36) حيث تويتر جاء في المقدمة.

- يبين الشكل (1) معدل تعرض المبحوثات عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي علي النحو التالي:

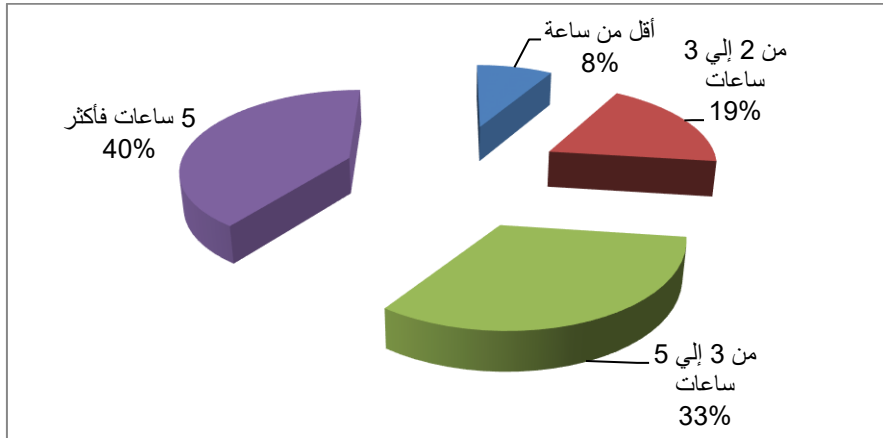


شكل رقم (1)

معدل تعرض المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

تشير نتائج الشكل (1) أن 60% من المبحوثات عينة الدراسة يتعرضن لمواقع التواصل الاجتماعي طوال اليوم حيث جاءت في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية من 3 إلى 6 مرات يوميا بنسبة 26%، بينما جاء في المرتبة الثالثة تعرض المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي من مرة إلى 3 مرات يوميا بنسبة 12%، وأخيرا جاء في المرتبة الأخيرة تعرضهن مرة واحدة يوميا بنسبة 2%.

- بينما يوضح الشكل (2) عدد ساعات تعرض المبحوثات عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي علي النحو التالي:

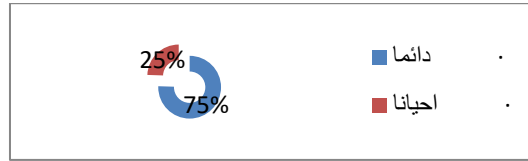


الشكل (2)

عدد ساعات تعرض المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

توضح نتائج الشكل (2) عدد ساعات تعرض المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء في المرتبة الأولى تعرضهن من خمس ساعات فأكثر بنسبة 40%، يليها في المرتبة الثانية من 3 إلى 5 ساعات حيث بلغن 33%، أما في المرتبة الثالثة جاء تعرضهن لمواقع التواصل الاجتماعي من 2 إلى 3 ساعات بنسبة 19%، وأخيرا جاء في المرتبة الرابعة تعرضهن إلى أقل من ساعة بنسبة 8%.

- يبرز الشكل (3) معدل تعرض المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد علي النحو التالي:



الشكل (3)

معدل تعرضك لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد

تبين نتائج الشكل (3) أن المبحوثات عينة الدراسة يتعرضن لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد دائما بنسبة 75%، يليها أحيانا بنسبة 25%.

- يوضح الجدول (4) اهتمام المبحوثات عينة الدراسة بمتابعة أهداف التنمية المستدامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

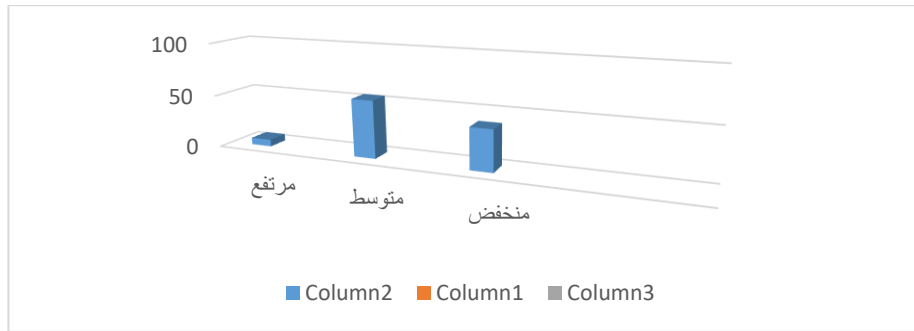
جدول رقم (4)

اهتمام المبحوثات بمتابعة أهداف التنمية المستدامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا اهتم		اهتم بدرجة متوسطة		اهتم كثيرا		متابعة أهداف التنمية المستدامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	81.3	.699	2.44	12.0	24	32.0	64	56.0	112	الفيسبوك
2	62.0	.728	1.86	34.0	68	45.5	91	20.5	41	يوتيوب
3	61.3	.784	1.84	39.5	79	36.5	73	24.0	48	انستجرام
4	48.0	.713	1.44	69.0	138	18.0	36	13.0	26	تيك توك
5	47.7	.705	1.43	69.5	139	18.0	36	12.5	25	تويتر
6	45.3	.649	1.36	74.0	148	16.5	33	9.5	19	لينكدن

أظهرت نتائج الجدول (4) أن المبحوثات يتابعن أهداف التنمية المستدامة عبر الفيسبوك حيث جاء في الترتيب الأول بوزن نسبي 81.3، يليها في المرتبة الثانية اليوتيوب بوزن نسبي 62.0، أما في المرتبة الثالثة جاء الانستجرام بوزن نسبي 61.3، بينما جاء في المرتبة الرابعة التيك توك بوزن نسبي 48.0، و جاء التويتر في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 47.7، و أخيرا جاء في المرتبة السادسة لينكدن بوزن نسبي 45.3.

- يوضح الشكل (4) درجة اهتمام المبحوثات عينة الدراسة بأهداف التنمية المستدامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على النحو التالي:



شكل (4)

درجة اهتمام المبحوثات عينة الدراسة بأهداف التنمية المستدامة

تشير نتائج الشكل (4) أن 54.5% من المبحوثات عينة الدراسة يهتمن بدرجة متوسطة بمتابعة أهداف التنمية المستدامة في المجتمع المصري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها في المرتبة الثانية 39% يهتمن بدرجة ضعيفة بأهداف التنمية المستدامة و أخيرا جاءت مرتفعة في المرحلة الأخيرة بنسبة 6.5%.

- يبين الجدول (5) مدي معرفة المبحوثات عينة الدراسة لأهداف التنمية المستدامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على النحو التالي:

جدول (5)

معرفة المبحوثات بأهداف التنمية المستدامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	منخفض		متوسط		مرتفع		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	77.3	.700	2.32	13.5	27	41.0	82	45.5	91	ارتفاع جودة حياة المواطن المصري و تحسين مستوى معيشته

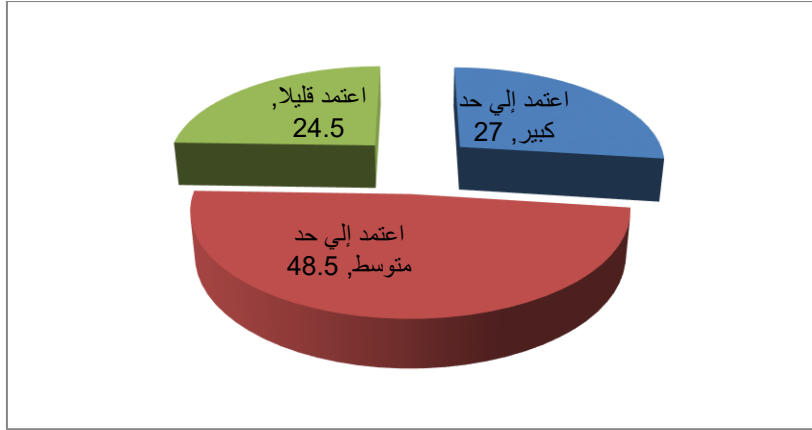
2	75.3	.730	2.26	17.0	34	40.5	81	42.5	85	السلام و الأمن المصري
3	74.7	.672	2.24	13.5	27	49.5	99	37.0	74	العدالة و الاندماج الاجتماعي
4	71.7	.726	2.15	20.0	40	45.5	91	34.5	69	المعرفة و الابتكار و البحث العلمي
4	71.7	.744	2.15	21.0	42	42.5	85	36.5	73	تعزيز الريادة المصرية
5	69.0	.673	2.07	19.5	39	54.5	109	26.0	52	نظام بيئي متكامل و مستدام
6	66.3	.733	1.99	27.0	54	46.5	93	26.5	53	اقتصاد تنافسي و متنوع حوكمة
7	65.0	.768	1.95	32.0	64	41.0	82	27.0	54	مؤسسات الدولة و المجتمع

تشير نتائج الجدول (5) درجة معرفة المبحوثات عينة الدراسة بأهداف التنمية المستدامة حيث جاء الهدف الأول هو "ارتقاء جودة حياة المواطن المصري وتحسين مستوي معيشته" بوزن نسبي 77.3، يليها في المرتبة الثانية "السلام و الأمن المصري" بوزن نسبي 77.3، بينما جاء في المرتبة الثالثة "العدالة و الاندماج الاجتماعي" بوزن نسبي 74.7، و جاء في المرتبة الرابعة "المعرفة و الابتكار و البحث العلمي" بوزن نسبي 71.7، و كذلك "تعزيز الريادة المصرية" حيث احتل نفس الترتيب، أما في الترتيب الخامس جاء "نظام بيئي متكامل و مستدام" بوزن نسبي 69.0، و جاء هدف "اقتصاد تنافسي و متنوع" في الترتيب السادس بوزن نسبي 66.3 و أخيرا جاء في المرتبة الأخيرة "حوكمة مؤسسات الدولة و المجتمع" بوزن نسبي 65.0.

المقياس الثاني:

مقياس اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي لتمكين المرأة اجتماعية و اقتصاديا

يبين الشكل التالي رقم (5) مدي اعتماد المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على أهداف و خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة على النحو التالي:



شكل (5)

اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي لتمكينها

يشير الشكل (5) أن المبحوثات عينة الدراسة يعتمدن على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة بنسبة 48.5% يليها في المرتبة الثانية يعتمدن إلى حد كبير بنسبة 27% ، بينما جاء في المرتبة الثالثة يعتمدن قليلا بنسبة 24.5%.

- يوضح الجدول (6) أسباب اعتماد المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة :

جدول (6)

أسباب اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول خطط التنمية المستدامة

التأثيرات	العبارات	مرتفع		متوسط		منخفض		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%		
المعرفية	اعتمد عليها في التعرف على الانجازات التي تحققت للمرأة في ضوء التنمية المستدامة	85	42.5	83	41.5	32	16.0	.719	75.3
	اعتمد عليها في معرفة قضايا المرأة العربية المرتبطة بالتنمية المستدامة	65	32.5	88	44.0	47	23.5	.745	69.7
	اعرف من خلالها أهداف التنمية المستدامة فيما يتعلق بقضايا المرأة	67	33.5	81	40.5	52	26.0	.770	69.0
	اعتمد عليها في معرفة آراء الخبراء الغربيين تجاه انجازات المرأة المصرية	62	31.0	75	37.5	63	31.5	.793	66.3
	اعتمد عليها في معرفة قضايا المرأة الأفريقية المرتبطة بالتنمية المستدامة	47	23.5	80	40.0	73	36.5	.766	62.3

75.0	.777	2.25	20.5	41	33.5	67	46.0	92	اعتمد عليها في تنقيفي فكريا فيما يخص تمكين المرأة	الإدراكي
71.0	.768	2.13	23.5	47	39.5	79	37.0	74	اعتمد عليها في ادراك أنشطة المرأة في مجال تكنولوجيا الاتصال في ضوء التنمية المستدامة	
71.0	.789	2.13	25.5	51	36.5	73	38.0	76	اعتمدت عليها في ادراك أن المرأة المصرية حصلت على أكثر من 25% من مقاعد البرلمان	
70.7	.761	2.12	23.5	47	41.0	82	35.5	71	اعتمد عليها في اكتساب المعلومات لفهم العوامل المؤثرة لتطوير المرأة في ضوء التنمية المستدامة	
69.7	.791	2.09	27.0	54	37.0	74	36.0	72	اعتمدت عليها في ادراك أن رؤية 2030 تستهدف تولي المرأة المصرية 17% من المناصب العامة	
68.7	.748	2.06	25.0	50	44.0	88	31.0	62	اعتمد عليها لادراك دور المرأة في النشاط الاقتصادي في ضوء التنمية المستدامة	
81.7	.714	2.45	13.0	26	29.5	59	57.5	115	سهولة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في أي وقت و زمان	السلوكية
75.3	.750	2.26	18.5	37	37.5	75	44.0	88	استطيع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مناقشة قضايا المرأة بحرية	
73.7	.745	2.21	19.5	39	40.5	81	40.0	80	اعتمدت عليها في التوجه إلى المراكز الصحية التي قدمت خدمات صحية للمرأة مجانا	
71.7	.742	2.15	21.0	42	43.0	86	36.0	72	اعتمد عليها لتحليل وضع المرأة الحالي و المتوقع مستقبليا لتحسين أوضاعها في ضوء التنمية المستدامة	
70.3	.803	2.11	27.0	54	34.5	69	38.5	77	انضم إلى مجموعات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في حل مشاكل المرأة	

يوضح نتائج الجدول (6) أسباب اعتماد المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء "التأثير المعرفي" علي النحو التالي :

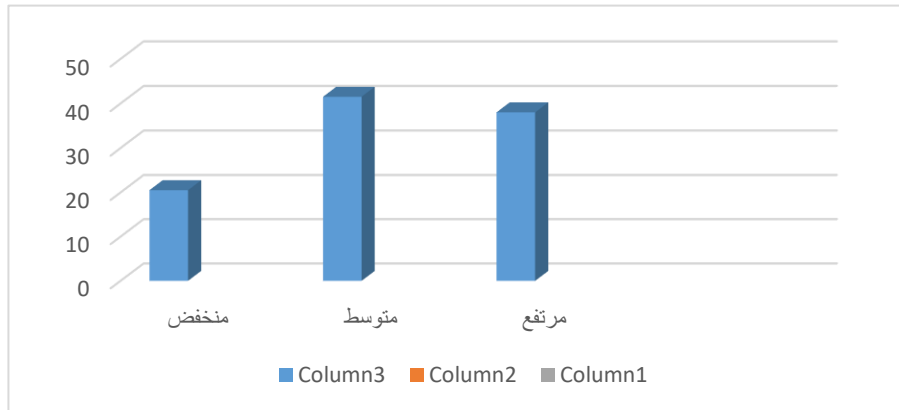
اعتمد عليها في التعرف على الانجازات التي تحققت للمرأة في ضوء التنمية المستدامة بوزن نسبي 75.3، وجاء في المرتبة الثانية اعتمد عليها في معرفة قضايا المرأة العربية المرتبطة بالتنمية المستدامة بوزن نسبي 69.7 ، بينما جاء في المرتبة الثالثة اعرف من خلالها أهداف التنمية المستدامة فيما يتعلق بقضايا المرأة بوزن نسبي 69.0، تلاها في المرتبة الرابعة اعتمد عليها في معرفة آراء الخبراء الغربيين تجاه انجازات المرأة المصرية بوزن نسبي 66.3، و أخيرا جاء في المرتبة الأخيرة اعتمد عليها في معرفة قضايا المرأة الأفريقية المرتبطة بالتنمية المستدامة بوزن نسبي 62.3. كما أظهرت النتائج "التأثير الإدراكي" كما يلي:

اعتمد عليها في تنقيفي فكريا فيما يخص تمكين المرأة بوزن نسبي 75.0 حيث جاءت في المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية اعتمد عليها في ادراك أنشطة المرأة في مجال تكنولوجيا الاتصال في ضوء التنمية المستدامة بوزن نسبي 71.0، وكذلك جاء في المرتبة الثانية اعتمدت عليها في ادراك أن المرأة المصرية حصلت على أكثر من 25% من مقاعد البرلمان بوزن نسبي 71.0، و جاء في المرتبة الثالثة اعتمد عليها في اكتساب المعلومات لفهم العوامل المؤثرة لتطوير المرأة في ضوء التنمية المستدامة بوزن نسبي 70.7، بينما جاء في المرتبة الرابعة اعتمدت عليها في ادراك أن رؤية 2030 تستهدف تولي المرأة المصرية 17% من المناصب العامة بوزن نسبي 69.7، وأخيرا جاء في المرتبة الأخيرة اعتمد عليها لادراك دور المرأة في النشاط الاقتصادي في ضوء التنمية المستدامة بوزن نسبي 68.7.

و أبرزت النتائج "التأثير السلوكي" كالتالي:

حيث جاء في المرتبة الأولى سهولة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في أي وقت و زمان بوزن نسبي 81.7، و جاء في المرتبة الثانية استطيع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مناقشة قضايا المرأة بحرية بوزن نسبي 75.3، بينما جاء في المرتبة الثالثة اعتمدت عليها في التوجه إلي المراكز الصحية التي قدمت خدمات صحية للمرأة مجانا بوزن نسبي 73.7، و تلاهم في المرتبة الرابعة اعتمد عليها لتحليل وضع المرأة الحالي و المتوقع مستقبليا لتحسين أوضاعها في ضوء التنمية المستدامة بوزن نسبي 71.7، و أخيرا جاء في المرتبة الأخيرة انضم إلي مجموعات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في حل مشاكل المرأة بوزن نسبي 70.3.

- يوضح الشكل التالي (6) مجمل اعتماد المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة :



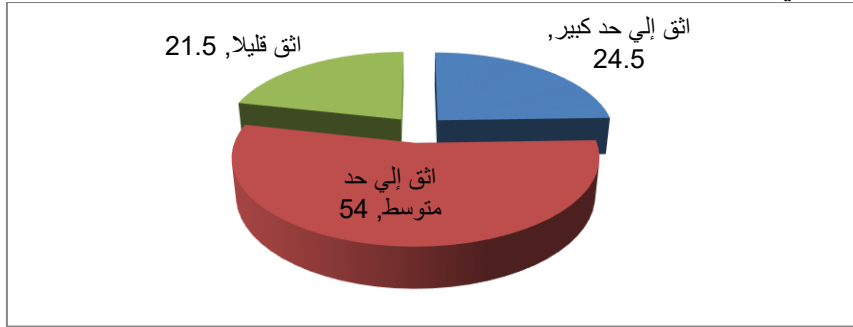
شكل (7)

اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي لتمكينها

يبين الشكل (6) أن نسبة اعتماد المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة متوسط بنسبة 41.5% حيث جاءت في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية جاءت مرتفعة 38% و أخيرا جاء في المرتبة الأخيرة ضعيف بنسبة 20.5%.

■ **المقياس الثالث:** مقياس ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكين المرأة اجتماعيا واقتصاديا .

يبين الشكل التالي (8) مدي ثقة المبحوثات عينة الدراسة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكين المرأة ضمن خطط التنمية المستدامة



الشكل رقم (8)

ثقة المبحوثات في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي

يبين الشكل (8) ثقة المبحوثات عينة الدراسة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكين المرأة ضمن خطط التنمية المستدامة حيث جاءت "اثق إلي حد متوسط" بنسبة 54.0% و جاء في المرتبة الثانية "اثق إلي حد كبير" بنسبة 24.5% و جاء في المرحلة الأخيرة "اثق قليلا" بنسبة 21.5%.

• أظهر الجدول التالي (7) أسباب ثقة المبحوثات عينة الدراسة أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تتناول تمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة

جدول رقم (7)

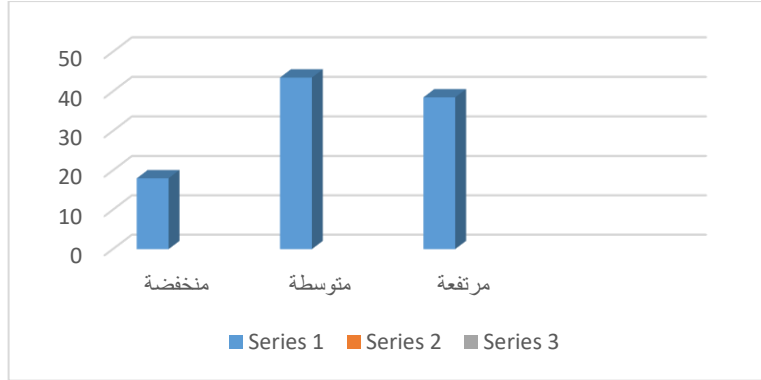
أسباب ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	منخفض		متوسط		مرتفع		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	74.7	.698	2.24	15.0	30	45.5	91	39.5	79	أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر فرص للمشاركة و التفاعلية فيما يخص دور المرأة في المشروعات الصغيرة و المتوسطة

2	72.3	.731	2.17	19.5	39	44.0	88	36.5	73	أن مواقع التواصل الاجتماعي تناقش بموضوعية تطور حياة المرأة المصرية
3	71.7	.660	2.15	15.5	31	54.5	109	30.0	60	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لتمكين المرأة اقتصاديا واجتماعيا
4	71.0	.672	2.13	17.0	34	53.5	107	29.5	59	تتناقش مواقع التواصل الاجتماعي تولي المرأة المناصب العامة والقيادية
5	70.0	.669	2.10	18.0	36	54.5	109	27.5	55	أن مواقع التواصل الاجتماعي تعزز تمكين المرأة اجتماعيا واقتصاديا في ضوء خطط التنمية المستدامة
6	69.0	.726	2.07	23.0	46	47.0	94	30.0	60	أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم محتوى يتناول دور المرأة ضمن رؤية مصر 2030
7	68.3	.678	2.05	20.5	41	54.0	108	25.5	51	أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بتقديم المعلومات الخاصة بتمكين المرأة بشكل شامل

يوضح نتائج الجدول (7) أسباب ثقة المبحوثات عينة الدراسة أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تتناول قضايا المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة حيث جاءت في المرتبة الأولى "أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر فرص للمشاركة و التفاعلية فيما يخص دور المرأة في المشروعات الصغيرة و المتوسطة" بوزن نسبي 74.7، بينما جاء في المرتبة الثانية "أن مواقع التواصل الاجتماعي تناقش بموضوعية تطور حياة المرأة المصرية" بوزن نسبي 72.3، وفي المرتبة الثالثة "تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لتمكين المرأة اقتصاديا واجتماعيا" بوزن نسبي 71.7، بينما جاء في المرتبة الرابعة "تتناقش مواقع التواصل الاجتماعي تولي المرأة المناصب العامة والقيادية" بوزن نسبي 71.0، أما في المرتبة الخامسة جاء " أن مواقع التواصل الاجتماعي تعزز تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا في ضوء خطط التنمية المستدامة" بوزن نسبي 70.0، و جاء في المرتبة السادسة "أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم محتوى يتناول دور المرأة ضمن رؤية مصر 2030" بوزن نسبي 69.0، وأخيرا جاء في المرتبة الأخيرة أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بتقديم المعلومات الخاصة بتمكين المرأة بشكل شامل 68.3.

■ يبرز الشكل (9) مجمل أسباب ثقة عينة الدراسة في "أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تتناول قضايا المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة" ..



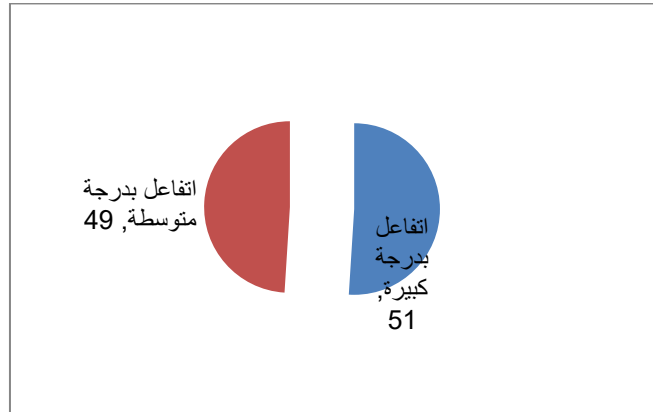
شكل (9)

مجمال أسباب ثقة المبحوثات في مواقع التواصل

يبين الشكل (9) مجمال أسباب ثقة عينة الدراسة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي التي تتناول تمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة" حيث جاء أسباب الثقة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 43.5 %، يليها في المرتبة التالية مرتفعة بنسبة 38.5% و جاء في المرتبة الأخيرة ضعيف بنسبة 18% .

▪ **المقياس الرابع:** مقياس تفاعل المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضية تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا

يبين الشكل التالي (10) درجة تفاعل المبحوثات عينة الدراسة مع مايقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة:

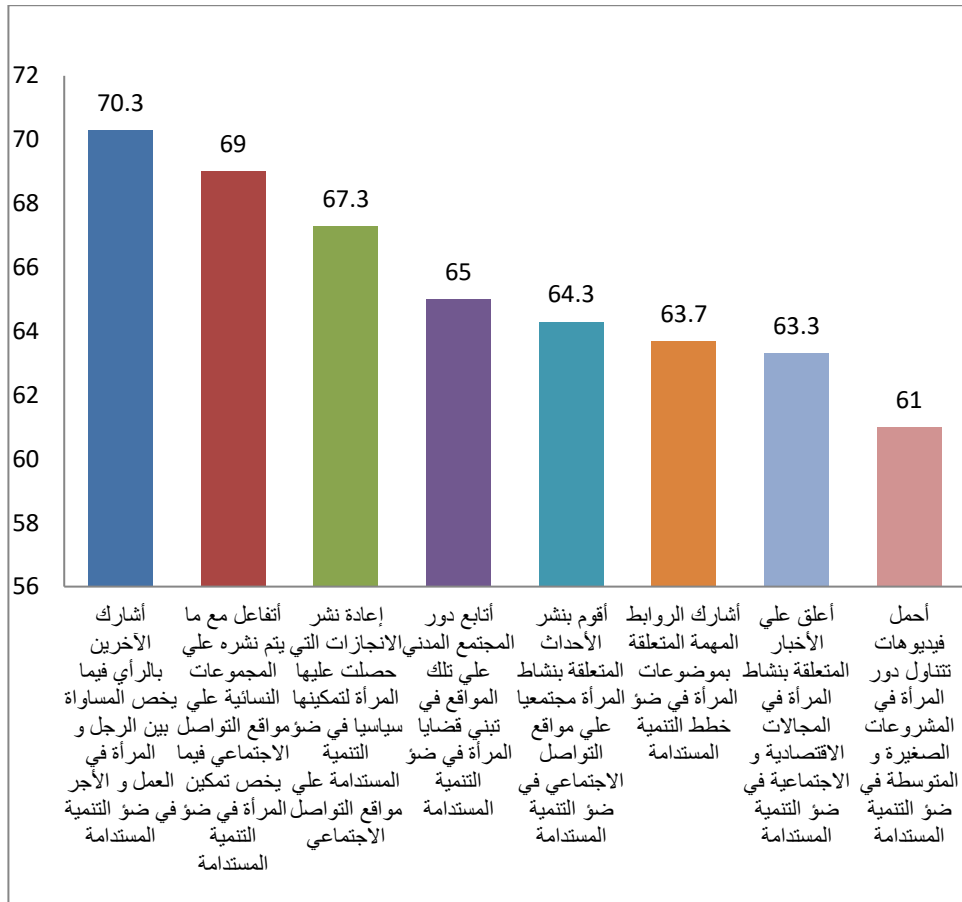


الشكل (10)

درجة تفاعل المبحوثات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

بينت نتائج الشكل (10) درجة تفاعل المبحوثات عينة الدراسة مع مايقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة حيث جاء في المرتبة الأولى تفاعل بدرجة كبيرة بنسبة 51 % و جاء في المرتبة الثانية و الأخيرة تفاعل بدرجة متوسطة بنسبة 49% .

■ يوضح الشكل التالي (11) تفاعل المبحوثات عينة الدراسة تجاه الموضوعات التي تتعلق بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي

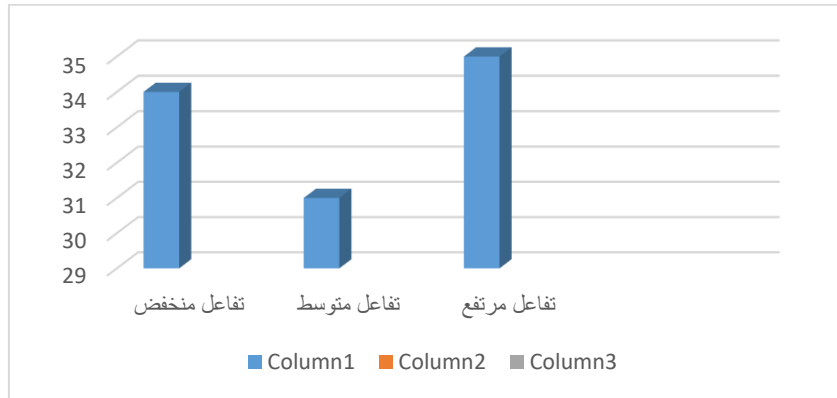


الشكل (11)

تفاعل المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتمكين المرأة

يوضح نتائج الشكل (11) تفاعل المبحوثات عينة الدراسة تجاه الموضوعات التي تتعلق بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المرتبة الأولى "أشارك الآخرين بالرأي فيما يخص المساواة بين الرجل والمرأة في العمل و الأجر في ضوء التنمية المستدامة" بوزن نسبي 70.3، وتلاها في المرتبة الثانية "أتفاعل مع ما يتم نشره على المجموعات النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص تمكين المرأة في ضوء التنمية المستدامة" بوزن نسبي 69.0 ، أما في المرتبة الثالثة جاء "إعادة نشر الانجازات التي حصلت عليها المرأة لتمكينها سياسيا في ضوء التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي 67.3 ، بينما جاء في المرتبة الرابعة "أتابع دور المجتمع المدني على تلك المواقع في تبني قضايا المرأة في ضوء التنمية المستدامة" بوزن نسبي 65.0، وجاء في المرتبة الخامسة "أقوم بنشر الأحداث المتعلقة بنشاط المرأة مجتمعيا على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء التنمية المستدامة" بوزن نسبي 64.3، بينما جاء في المرتبة السادسة "أشارك الروابط المهمة المتعلقة بموضوعات المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة" بوزن نسبي 63.7، وفي المرتبة السابعة جاء "أعلق على الأخبار المتعلقة بنشاط المرأة في المجالات الاقتصادية و الاجتماعية في ضوء التنمية المستدامة" بوزن نسبي 63.3 ، و في المرحلة الثامنة و الأخيرة جاء "أحمل فيديوهات تتناول دور المرأة في المشروعات الصغيرة و المتوسطة في ضوء التنمية المستدامة" بوزن نسبي 61.0 .

يبين الشكل التالي (12) مجمل تفاعل عينة الدراسة تجاه الموضوعات التي تتعلق بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي



الشكل (12)

تفاعل المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتمكين المرأة

أوضحت نتائج الشكل (12) مجمل تفاعل عينة الدراسة تجاه الموضوعات التي تتعلق بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء في المرتبة الأولى مرتفعة بنسبة 35%، بينما جاء في المرتبة الثانية ضعيف بنسبة 34%، وأخيراً جاء في المرتبة الثالثة متوسط بنسبة 31%.

المقياس الخامس:

مقياس فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز دور المرأة في التمكين الإعلامي و تقلد المناصب القيادية والعامه.

- يبين الجدول رقم (8) آراء المبحوثات عينة الدراسة نحو فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز خطط تمكين المرأة في ضوء التنمية المستدامة :

جدول رقم (8)

آراء المبحوثات نحو فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز خطط تمكين المرأة

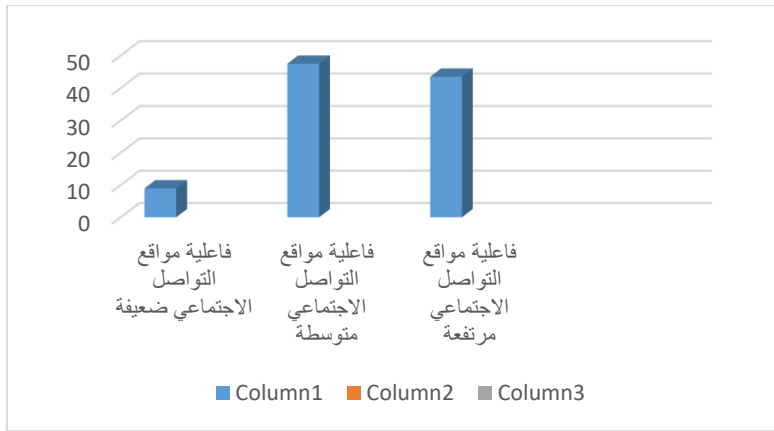
الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا اوافق		الي حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	80.3	.651	2.41	9.0	18	41.0	82	50.0	100	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعديل ثقافة المجتمع نحو المرأة
2	77.7	.635	2.33	9.0	18	49.0	98	42.0	84	تتبنى مواقع التواصل الاجتماعي تعزيز دور المرأة القيادي
3	77.0	.668	2.31	11.5	23	46.0	92	42.5	85	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي دور المرأة كمتخذة قرار
4	76.3	.653	2.29	11.0	22	49.5	99	39.5	79	تعزز مواقع التواصل الاجتماعي دور المرأة كاعلامية محترفة
5	76.0	.634	2.28	10.0	20	52.5	105	37.5	75	تشارك مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز أن صوت المرأة ممثل في الأخبار و أنها مصدر للخبر
6	75.3	.652	2.26	11.5	23	51.0	102	37.5	75	توضح مواقع التواصل الاجتماعي دور المرأة بصورة ايجابية و غير نمطية
7	74.7	.667	2.24	13.0	26	50.0	100	37.0	74	تعزز مواقع التواصل الاجتماعي تمكين المرأة سياسيا
7	74.7	.730	2.24	17.5	35	41.5	83	41.0	82	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على حماية المرأة من الظواهر السلبية التي تهدد حياتها

7	74.7	.652	2.24	12.0	24	52.0	104	36.0	72	تصحح مواقع التواصل الاجتماعي الصورة الذهنية التي تشكلها وسائل الإعلام التقليدية عن المرأة
8	73.7	.647	2.21	12.5	25	54.0	108	33.5	67	تصور مواقع التواصل الاجتماعي المرأة العاملة في القطاع غير المنظم على أنها عاملة وليس مجرد أداء واجبات الزوجة / الابنة
9	73.0	.627	2.19	12.0	24	57.5	115	30.5	61	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي الجهود المشتركة بين المجتمع المدني، والمنظمات البحثية، والعاملين في مجال الإعلام لتحسين أوضاع المرأة
10	71.0	.708	2.13	19.5	39	48.5	97	32.0	64	تمنع مواقع التواصل الاجتماعي الممارسات التي تركز التمييز ضد المرأة في المجال العام أو داخل الأسرة
11	70.3	.668	2.11	17.5	35	54.5	109	28.0	56	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المرأة كخبيرة في المجالات السياسية والاقتصادية

أبرزت نتائج الجدول (7) آراء المبحوثات نحو فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز خطط تمكين المرأة في ضوء التنمية المستدامة، حيث جاء في المرتبة الأولى "تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعديل ثقافة المجتمع نحو المرأة" بوزن نسبي 80.3، وجاء في المرتبة الثانية "تتبنى مواقع التواصل الاجتماعي تعزيز دور المرأة القيادي" بوزن نسبي 77.7، وجاء في المرتبة الثالثة "تبرز مواقع التواصل الاجتماعي دور المرأة كمتخذة قرار" بوزن نسبي 77، بينما جاء في المرتبة الرابعة "تعزز مواقع التواصل الاجتماعي دور المرأة كاعلامية محترفة" بوزن نسبي 76.3، وفي المرتبة الخامسة جاء "تشارك مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز أن صوت المرأة ممثل في الأخبار و أنها مصدر للخبر" بوزن نسبي 76.0، تلاها في المرتبة السادسة "توضح مواقع التواصل الاجتماعي دور المرأة بصورة ايجابية و غير نمطية" بوزن نسبي 75.3، وجاء في المرتبة السابعة العبارات التالية "تعزز مواقع التواصل الاجتماعي تمكين المرأة سياسيا"، و"تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على حماية المرأة من الظواهر السلبية التي تهدد حياتها" و "تصحح مواقع التواصل الاجتماعي الصورة الذهنية التي تشكلها وسائل الإعلام التقليدية عن المرأة" بنفس الوزن النسبي 74.7، وجاء في المرتبة الثامنة "تصور مواقع التواصل الاجتماعي المرأة العاملة في القطاع غير المنظم على أنها عاملة وليس مجرد أداء واجبات الزوجة / الابنة" بوزن نسبي 73.7، وفي المرتبة التاسعة جاء "تبرز مواقع التواصل الاجتماعي الجهود المشتركة بين المجتمع المدني، والمنظمات البحثية، والعاملين في مجال الإعلام

لتحسين أوضاع المرأة" بوزن نسبي 73.0، و في المرتبة العاشرة جاء " تمنع مواقع التواصل الاجتماعي الممارسات التي تركز التمييز ضد المرأة في المجال العام أو داخل الأسرة" بوزن نسبي 71.0 , و أخيرا جاء في المرتبة الأخيرة "تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المرأة كخبيرة في المجالات السياسية والاقتصادية" بوزن نسبي 70.3 .

- يشير الشكل التالي (13) إلى رأي المبحوثات عينة الدراسة نحو فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز خطط تمكين المرأة في ضوء التنمية المستدامة:



الشكل (13)

رأي المبحوثات نحو فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي

تشير نتائج الشكل (13) رأي المبحوثات عينة الدراسة نحو فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز خطط تمكين المرأة في ضوء التنمية المستدامة حيث جاء في المرتبة الأولى مرتفع بنسبة 43.5% و تلاها في المرتبة الثانية متوسط بنسبة 47.5% و جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 9% .

ثانيا : نتائج فروض الدراسة

▪ الفرض الأول

يوضح الجدول (9) وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي

- و توفر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة.
- و تفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة .
- و الثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بتمكين المرأة .

الجدول (9)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي و توفر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة، و تفاعل و ثقة المبحوثات فما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي وكلأ من :-
دال	0.000	0.241**	توفر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة
دال	0.000	0.257**	و تفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة
دال	0.000	0.453**	و الثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بتمكين المرأة
200			حجم العينة

توضح نتائج الجدول (9)

وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي و توفر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.241)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.000).

وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي و تفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.257)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.000).

وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي و الثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بتمكين المرأة ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.453)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.000).

بالتالي تحقق الفرض القائل بأنه توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي و توفر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة، و تفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة ، و الثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بتمكين المرأة

▪ الفرض الثاني

تبين نتائج الجدول (10) أنه توجد علاقة ارتباطية بين تفاعل المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة و توافر معايير ثراء هذه الوسائل.

الجدول (10)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الإرتباط بين تفاعل المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة و توافر معايير ثراء هذه الوسائل

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	تفاعل المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة
دال	0.000	0.232**	توافر معايير ثراء هذه الوسائل
200			حجم العينة

تبين من نتائج الجدول (10) أنه توجد علاقة ارتباطية بين تفاعل المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة و توافر معايير ثراء هذه الوسائل، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.232)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.000)، إذا تحقق الفرض القائل أنه توجد علاقة ارتباطية دالة بين تفاعل المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة و توافر معايير ثراء هذه الوسائل.

▪ الفرض الثالث

أظهرت نتائج الجدول (11) الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثات عينة الدراسة من حيث اعتمادهن علي مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء خطط التنمية المستدامة وفقا للعوامل الديموجرافية (العمر – المستوى التعليمي – المستوى الاجتماعي و الاقتصادي)

جدول (11)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثات على مقياس درجة اعتمادهن على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة وفقا لمتغيرات الديموجرافية

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	درجة اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموجرافية	
0.051 دال	3 196	ف= 2.382	.684	1.92	119	من سن 18 إلى سن 24	السن
			.750	1.91	43	من سن 25 إلى سن 35	
			.772	2.28	32	من سن 35 إلى سن 50	
			.632	2.00	6	من سن 50 فأكثر	
			.719	1.98	200	الإجمالي	
0.381 غير دال	2 197	ف= 0.970	.701	1.91	11	متوسط	المستوى التعليمي
			.685	1.93	121	جامعي	
			.779	2.07	68	دراسات عليا	
			.719	1.98	200	الإجمالي	
0.181 غير دال	2 197	ف= 1.725	.783	2.12	60	ضعيف	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			.695	1.90	78	متوسط	
			.674	1.94	62	مرتفع	
			.719	1.98	200	الإجمالي	

تبين نتائج الجدول (11)

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة على درجة اعتمادهن على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة وفقاً لمتغير السن ، حيث بلغت قيمة ف = 2.382 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.051
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة على درجة اعتمادهن على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي ، حيث بلغت قيمة ف = 0.970 وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.381
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة على درجة اعتمادهن على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على خطط

التنمية المستدامة لتمكين المرأة وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 1.725 وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.181

أثبتت النتائج قبول جزئي للفرض القائل بأنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثات عينة الدراسة من حيث اعتمادهن علي مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء خطط التنمية المستدامة وفقاً لمستوي العمر وعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثات عينة الدراسة من حيث اعتمادهن علي مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء خطط التنمية المستدامة وفقاً للمستوي التعليمي و المستوى الاجتماعي و الاقتصادي)

• مناقشة النتائج

المقياس الأول:

اهتمت الدراسة بتناول معدل تعرض المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الأكثر استخداماً التي يتعرضن لها لثرائها بالمعلومات و علاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة، يتضح من النتائج أن الفيسبوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بالنسبة للمبحوثات عينة الدراسة حيث و هذا يتفق مع دراسة Zeine Ghala (2020) Magadalenadra, Sawicka et al (2020) (37) و دراسة (2019) (38)، حيث تشير نتائج الدراسة الحالية انهن يتعرضن لمواقع التواصل الاجتماعي طوال اليوم بنسبة 60% حيث جاءت في المرتبة الأولى، و يليها في المرتبة الثانية من 3 إلى 6 مرات يومياً بنسبة 26% مما يدل علي أن المبحوثات عينة الدراسة من المرأة المصرية كثيفوا الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي و يعزز ذلك نتائج الشكل (2) حيث أن المبحوثات يتعرضن لمواقع التواصل الاجتماعي من خمس ساعات فأكثر بنسبة 40% حيث جاءت في المرتبة الأولى و تلاها في المرتبة الثانية تعرضهن لتلك المواقع من 3 ساعات إلي خمس ساعات حيث بلغن 33% و يدعم ذلك الشكل (3) حيث بينت النتائج أن المبحوثات المصريات عينة الدراسة يتعرضن لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 75%، و الجدير بالإشارة أن المبحوثات يتابعن أهداف التنمية المستدامة عبر الفيسبوك حيث جاءت في الترتيب الأول مما يؤكد نتائج الجدول (5) و جاء اهتمام المبحوثات بأهداف التنمية المستدامة بدرجة متوسطة بلغت 54,5% و هذا يتوافق مع دراسة إيمان مرسي (2019) (39) حيث أثرت مواقع التواصل الاجتماعي علي إدراك المرأة السعودية لخطط التنمية المستدامة 2030 سواء معرفياً أو وجدانياً أو سلوكياً، و من أهم الأهداف بالنسبة للمبحوثات هي " الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري و تحسين مستوي معيشة حيث جاءت في المرتبة الأولى، و السلام و الأمن المصري في المرتبة الثانية و في المرتبة الثالثة "العدالة و الاندماج الاجتماعي، مما يوضح أن اهتمام المبحوثات ينصب في المقام الأول نحو الأهداف التنموية فيما يتعلق بالشأن الداخلي و يتدرج إلي أن يصل إلي الشأن البيئي و الاقتصادي والدولي.

• المقياس الثاني

و بالنسبة لاعتماد المبحوثات علي مواقع التواصل الاجتماعي لتمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا ، أظهرت نتائج الشكل (6) أن المبحوثات عينة الدراسة يعتمدن علي مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف ، علي خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة بنسبة متوسطة بلغت 48,5 % و، مرتفعة إلي حد كبير بنسبة 27% و من أسباب اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي هي سهولة التعرض لها في أي وقت و زمان و يعتمدن عليها في التعرف علي انجازات المرأة و مناقشة قضاياها بحرية و تنفيذها فكريا فيما يخص تمكينها و كذلك اعتمادهن عليها في معرفة الخدمات الصحية الموجهة للمرأة مجانا. كما اعتمدن عليها في معرفة قضايا المرأة العربية و الأفريقية و إدراك دور المرأة اقتصاديا و تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة Zeine Ghalla (2019) (40) التي كشفت عن دور الفيسبوك في مساعدة المرأة في موريتانيا لبناء و تشكيل هويتها و دورها في المجتمع و كذلك تتفق مع دراسة C.Thanavathi (2018) (41) التي عززت دور مواقع التواصل الاجتماعي لمشاركة المرأة و تمكينها في الحياة الاقتصادية و السياسية و كذلك دراسة Kadeswaran (2020) (42) حيث بينت نتائجها أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تمكين المرأة و انها تعد منصة لريادة الأعمال بالنسبة للمرأة و يمكن من خلالها تدشين حملات للمساواة بين الجنسين و تتفق أيضا مع نتائج دراسة Magdalena (2020) (43) التي أبرزت النساء في تايوان علي و عي بفوائد مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة الفيسبوك لدعمهن و تمكينهن. و يعزز شكل (7) نتائج شكل (6) حيث جاء مجمل اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي في تناول خطط التنمية المستدامة حيث جاءت النتائج متوسطة بنسبة 41,5% في المرتبة الأولى و تلاها مرتفعة بنسبة 38% . و من ضمن النتائج المهمة التي يجب الإشارة إليها أن المبحوثات اعتمدن علي إدراك دور المرأة في النشاط الاقتصادي في ضوء التنمية المستدامة و يتفق ذلك مع نتائج دراسة Padmanoura (2011) (44) و دراسة ليالي هاني شرفا (2018) (45) حيث أبرزتا دور التجارة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة. و أكدت دراسة حنان السيد (2016) (46) استخدام المرأة الإماراتية لشبكات التواصل الاجتماعي في إطار تمكين المرأة سياسيا و اقتصاديا و ثقافيا. و عززت ذلك دراسة Ayesha Sabrina (2014) (47) أن تكنولوجيا المعلومات ساهمت في تمكين المرأة البنغالية اقتصاديا من خلال التجارة الإلكترونية و كذلك دراسة Manisla Parnam (2015) (48) وكذلك Shanmuga Priyer (2015) (49) .

• المقياس الثالث

في هذا المقياس تم تناول ثقة المبحوثات عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا حيث أثبت شكل (9) أن ثقة المبحوثات في تلك المواقع جاءت مرتفعة بنسبة 38,5% و متوسطة بنسبة 43,5% مما يعزز ما جاء في

جدول (6) نحو أسباب ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكينها حيث توفر فرص المشاركة و التفاعلية فيما يخص دور المرأة في المشروعات الصغيرة و المتوسطة في تمكين المرأة كما أظهرت دراسة Cisen Dincer (2012) (50)، حيث أبرزت نتائج الدراسة الحالية أن مواقع التواصل الاجتماعي تناقش بموضوعية تطور حياة المرأة المصرية و توليها المناصب العامة و القيادية.

• المقياس الرابع

يختبر هذا المقياس تفاعل المبحوثات عينة الدراسة نحو قضية تمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا حيث أظهرت النتائج أن المبحوثات عينة الدراسة يتفاعلن بدرجة مرتفعة عبر هذه المواقع بنسبة 51% و متوسطة بنسبة 49%، و ذلك النتائج أن للمرأة تأخذ من مواقع التواصل الاجتماعي منبرا للمشاركة بالرأي في المساواة بين الرجل و المرأة في العمل و الأجر و اتفقت مع دراسة Ananta & Ahmad (2016) (51) و دراسة Kadeswaran (2020) (52) و تتفاعل المبحوثات مع ما يتم نشره علي المجموعات النسائية علي مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص تمكين المرأة في ضوء التنمية المستدامة حيث جاءت في المرتبة الثانية كما هو موضح في شكل (11) حيث جاء في المرتبة الأولى أن المبحوثات عينة الدراسة يشاركن الآخرين بالرأي فيما يخص المساواة بين الرجل و المرأة في العمل و الأجر في ضوء التنمية المستدامة" ، وتلاها في المرتبة الثانية تتفاعلن مع ما يتم نشره على المجموعات النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص تمكين المرأة في ضوء التنمية المستدامة" و أنهم يقمن بإعادة نشر الانجازات التي حصلت عليها المرأة لتمكينها سياسيا في ضوء التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء في المرتبة الثالثة، و أنهم يتابعن دور المجتمع المدني على مواقع التواصل الاجتماعي في تبني قضايا المرأة في ضوء التنمية المستدامة" في المرتبة الرابعة، وتلاها في المرتبة الخامسة "أنهم يقمن بنشر الأحداث المتعلقة بنشاط المرأة مجتمعيا على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء التنمية المستدامة" ، بينما جاء في المرتبة السادسة " أنهم يشاركن الروابط المهمة المتعلقة بموضوعات المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة" ، وفي المرتبة السابعة جاء "أنهم يعلق على الأخبار المتعلقة بنشاط المرأة في المجالات الاقتصادية و الاجتماعية في ضوء التنمية المستدامة" ، و في المرحلة الثامنة و الأخيرة جاء "أنهم يحمل فيديوهات تتناول دور المرأة في المشروعات الصغيرة و المتوسطة في ضوء التنمية المستدامة".

• المقياس الخامس

يكشف هذا المقياس فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز دور المرأة في التمكين الإعلامي و تقلد المناصب القيادية و العامة، حيث بينت نتائج شكل (13) رأي المبحوثات عينة الدراسة في فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز دور المرأة في تمكينها و تقلدها المناصب القيادية و العامة حيث جاءت مرتفعة بنسبة 43,5% و

مرتفعة بنسبة % و يعزز ذلك نتائج جدول (8) كما جاء في الدراسة الحالية العبارات التالية "تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعديل ثقافة المجتمع نحو المرأة " في المرتبة الأولى ، و في المرتبة الثانية "تتبنى مواقع التواصل الاجتماعي تعزيز دور المرأة القيادي" ، و في المرتبة الثالثة "تبرز مواقع التواصل الاجتماعي دور المرأة كمتخذة قرار" ، و بالنسبة لتمكينها الإعلامي تري مبحوثات عينة الدراسة أن " مواقع التواصل الاجتماعي تعزز دور المرأة كاعلامية محترفة" في المرتبة الرابعة، و في المرتبة الخامسة جاء "تشارك مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز أن صوت المرأة ممثل في الأخبار و أنها مصدر للخبر" ، كما أن المبحوثات يرون " أن مواقع التواصل الاجتماعي تصحح الصورة الذهنية التي تشكلها وسائل الإعلام التقليدية عن المرأة " في المرتبة السابعة الوزن النسبي 74.7 و هذا يعزز ما جاء في دراسة ميراندا سيللي (2015) حيث أبرزت أن وسائل الإعلام قدمت المرأة الألبانية بصورة سطحية.

• الخلاصة

أوجدت نتائج الدراسة التي أجريت علي المبحوثات عينة الدراسة أنهن يعتمدن علي **مواقع التواصل الاجتماعي** بصفة عامة و **الفيديو** بصفة خاصة لتمكين المرأة علي المستوي المعرفي و الإدراكي و السلوكي كما أوضح الجدول (7)، و ذلك نظرا لتوافر المعايير الخاصة بثراء تلك الوسائل من التفاعلية بأساليب متعددة من حيث التركيز علي قضية تمكين المرأة، و أبرزت النتائج ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي و دلت علي ذلك أسباب ثقتهم كما جاء في الجدول (7)، و أظهرت النتائج بأنه توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي و توفر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة، و تفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة ، و الثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بتمكين المرأة ، توجد علاقة ارتباطية دالة بين تفاعل المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي بتمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة و توافر معايير ثراء هذه الوسائل، و أخيرا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات عينة الدراسة علي درجة اعتمادهن علي مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف علي خطط التنمية المستدامة لتمكين المرأة وفقا **لمتغير السن**.

• التوصيات

- و بناء عل ما تم التوصل إليه من النتائج السابقة فيما يلي بعض التوصيات علي النحو التالي:
- ضرورة دعم تعليم المرأة وتدريبها وتوظيفها في تعزيز وضمان وصولها على قدم المساواة إلى جميع المجالات ومستويات وسائل الاتصال.
- الاهتمام بدعم البحث في جميع الجوانب المتعلقة بالمرأة ووسائل الاتصال لمراجعة سياساتها فيما يتعلق بالمساواة بين الجنسين.
- يجب تعزيز مشاركة المرأة الكاملة والمتساوية في وسائل الام، بما في ذلك الإدارة و وضع الخطط البرمجية والتدريب.
- العمل علي تشجيع الشبكات الإعلامية النسائية والتعرف عليها ، بما في ذلك الشبكات الإلكترونية ، كوسيلة لنشر المعلومات وتبادل وجهات النظر ليس علي المستوى المحلي فقط بل على المستوى الدولي ، ودعم المجموعات النسائية النشطة في جميع وسائل الاتصال.
- الاستمرارية في تدريب النساء على زيادة الاستفادة من المعلومات تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام .
- العمل علي إنشاء شبكات تضم برامج المنظمات غير الحكومية و المنظمات النسائية والمؤسسات الإعلامية
- من أجل التعرف على الاحتياجات الخاصة بالمرأة في وسائل الاتصال، وتسهيل زيادة مشاركة المرأة في وسائل الاتصال ، ولا سيما على المستوى الدولي ، لدعم الحوار بين هذه المنظمات وتعزيز حقوق الإنسان المرأة والمساواة بين الجنسين.

• المراجع:

- 1- Baran, Stanley J. & K. Davis, Dennis. (2011) Mass Communication Theory. (USA: McGraw) p.324.
- 2- Dennis, McQuil (2009) Mass Communication Theory. 6th edition. (USA: Sage Publishers) pp.255-257
- 3- C, Li & J, Lui (2017) Effects of Using Social Networking Sites in Different Languages: Does Spanish or English Make a Difference? Computers in Human Behaviour. Vol. 74, pp 257-264
- 4- L. Daft, Richard & Lengel, Robert H. (1986) Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. May 1986 Management Science 32(5):554-571
- 5- Daft, R.L., Lengel, R.H. and Trevino, L.K. (1987) Message Equivocality, Media Selection, and Manager Performance: Implications for Information Systems. MIS Quarterly, 11, 355-366
- 6- عبد الرحمن فوده ، ولاء. (2017). إغماماد الصفوة الأكاديمية العربية علي الإعلام الجديد في تحقيق التفاعل مع وسائل الإعلام الدولي. المجلة العلمية لبحوث الإذاعية و التليفزيون، العدد العاشر. صص 143-167.
- 7- Fulk , Janet , Steinfield, Charles W. Schmitz, Joseph , (1987) A Social Information Processing Model of Media Use in Organizations. Communication Research. <https://doi.org/10.1177/009365087014005005>
- 8- Fulk, J. (1993). Social construction of communication technology. *Academy of Management Journal*, 36(5), 921–950. <https://doi.org/10.2307/256641>
- 9- Yang, H.-L., & Lin, S.-L. (2019). The reasons why elderly mobile users adopt ubiquitous mobile social service. *Computers in Human Behavior*, 93, 62– 75. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.12.005>
- 10- Ishii, K., Rife, T. S., & Kagawa, N. (2017). Technology-driven gratifications sought through text-messaging among college students in the U.S. and Japan. *Computers in Human Behavior*, 69, 396– 404. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.022>
- 11- Pandey, Anjali. (2020) Women and The Role of Media in Society. JETIR June 2020, Volume 7, Issue 6 www.jetir.org (ISSN-2349-5162) pp2323-2325.
- 12- Tariq Majeed, Muhammad & Malik, Amna. (2019) Panel Data Analysis of Press Freedom and Women Empowerment. *Journal of Quantitative Methods*. 4(1) 120-153
<https://doi.org/10.29145/2020/jqm/040106>
- 13- Bala , Pankaj. (2017) Media: A great tool to accelerate the process of Women Empowerment. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS) Volume 22, Issue 7, Ver. 7 (July. 2017) PP 61-65.*
- 14- نعمان رشيد سويدان، شروق. (2017). اتجاهات الأكاديميات نحو برامج المرأة في التليفزيون الأردني. رسالة ماجستير منشورة. (الأردن: جامعة الشرق الأوسط)
- 15- Narayana, Ananta & Tauffiqu, Ahmad. (2016) Role of Media in Accelerating Women Empowerment. *Int'l Journal of Advanced Education & Research*. Vol. 1, Issue 1: pp.16-19. www
- 16- Cili., Miranda (2015) Media and Its Role In The Political Empowerment Of Women. 8-10 June 2015- Istanbul, Turkey *Proceedings of SOCIOINT15- 2nd International Conference on Education, Social Sciences and Humanities*

- 17-Naheed, Farrukh& Akhter, Nasreen.(2014) Perceptions of Educated Women about The Role Of Media In Women Empowerment. European Scientific Journal. edition vol.10, No.31 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431 pp.280-291
- 18-Asif.,Muhammad (2013) Media Role for Women's Empowerment in Southern Punjab (Multan City) Pakistan.Master Thesis in Development Studies.(Norway:Norwegian University of Life Sciences)
- 19-Shailashree,B. & Phil,M. (2013) Media and Political Empowerment of Women in Kolar District of Karnataka- A study. *International Journal of Humanities and Social Science Invention ISSN (Online): 2319 – 7722, ISSN (Print): 2319 – 7714 www.ijhssi.org Volume 2 Issue 9 | September. 2013| PP.55-59*
- 20-Kadeswaran,Sengottalyan, Brindha ,Duralsamy, & Rathinaswamy,Jayaseelan.(2020) Social Media as Gateway for Accelerating Women Empowerment.Parishodh Journal.ISSN No:2347-6648. Volume IX, Issue III.pp4876-4885
- 21-MagdalenaMa dra-Sawicka. Horn Nord, Jeretta. Paliszkiwicz, Joanna & Lee, Tzong-Ru (2020) Digital Media: Empowerment and Equality. Information , Vol11, p225; doi:10.3390/info11040225 MDPI Journal. Volume 11 Issue 4 10.3390/info11040225
- 22-إيمان مرسي (2019). تعرض المرأة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراكها لخطط التنمية المستدامة. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. عدد 67. صص 585-654
- 23-Zeine ,Ghalla.(2019) Women Empowerment and Social Networking in Mauritanian Female Facebook Users. *International Journal of Networks and Communications* 2019, 9(3): 89-96 DOI: 10.5923/j.ijnc.20190903.01
- 24-Thanavathi,C..(2018) Social Media and Empowering Women In Globalization. Women Empowerment: A Myth or a Reality Publisher: Delhi: Delton Publishing House.
- 25-السيد،حنان (2016) استخدام المرأة الإماراتية الشابة (17-24 عاما) لشبكات التواصل الاجتماعي – مدخل الاستخدامات و الأشباعات. رسالة ماجستير غير منشورة. (دبي – الإمارات العربية المتحدة: جامعة جونز هوبكنز الاسترالية)
- 26-Parnam,Manisla.(2015) The Rise of Indian Women Entrepreneur in E. Commerce.IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)e-ISSN:2278-487x,p. ISSN:2319-7668.Volume 17, Issue 10. (1), pp.36-40.<https://pdfs.semanticscholar.org/b7fdyec913577deacc2acf12580baaed502aa.pdf>
- 27-Priya, Shanmuga (2015) Social media a cool for economic empowerment of women. *Intl' Journal of Applied Research*. (2015)Vol.1 (5):pp157-160. www.allresearchjournal.com/archives/2015/vol/issues5/PartD67.1.pdf.
- 28-Padmannavar,Sunita S. (2011)A Review on E.Commerce Empowering Women's. *Int'l Journal of Computer Science & Technology*. Vol.2. Issue 8. http://www.ijcsct.org/Volume_2/issue8/p13_2_8.pdf
- 29-Sabrina, Ayesh(2014)Role of ecommerce in women empowerment.ACADEMIA.http://www.academia.edu/6586964/Role_of_e_commerce_in_womenempowerment.
- 30- عبد العال،مني طلعت (2016) فاعلية مؤسسات التمويل الصغير في تمكين المرأة اقتصاديا في محافظة طولكرم من وجهة نظر مدراء المؤسسات و المستفيدات. رسالة ماجستير غير منشورة. (نابلس-فلسطين : جامعة النجاح الوطنية)

- 31- Khan, Mohsin et al(2016).SocioEconomic Empowerment of Women in Pakistan:Evidences From Gilgit-Baltistan. Int'l Journal of Asian Social Science. <http://ideas.repec.org/a/asi/ijaas/216p462-471.html>.
- 32- Hansen, Nina. (2015). The development of psychological capacity for action: the empowering effect of a microfinance programme on women in Sri Lanka. J. Soc. Issues 71, 597–613. doi: 10.1111/josi.12130
- 33- Cisen,Dincer(2012).The Role of microfinance in Women's Economic Empowerment in Turkey.Boston University. <http://www.bu.edu/bucflp.fig/profile/cisen-dincer>.
- 34- MagdalenaMaç dra-Sawicka. Horn Nord, Jeretta. Paliszkievicz, Joanna & Lee, Tzong-Ru (2020),**OpCit**.
- 35- Zeine ,Ghalla.(2019). **OpCit**.
- 36- السيد، حنان (2016) مرجع سابق.
- 37- MagdalenaMaç dra-Sawicka. Horn Nord, Jeretta. Paliszkievicz, Joanna & Lee, Tzong-Ru (2020),**OpCit**.
- 38- Zeine ,Ghalla.(2019). **OpCit**.
- 39- مرسي، إيما (2019) مرجع سابق.
- 40- Zeine ,Ghalla.(2019). **OpCit**.
- 41- Thanavathi ,C. (2018) **OpCit**.
- 42- Kadeswaran,Sengottalyan, Brindha ,Duralsamy, & Rathinaswamy,Jayaseelan.(2020) **Op.Cit**.
- 43- MagdalenaMaç dra-Sawicka. Horn Nord, Jeretta. Paliszkievicz, Joanna & Lee, Tzong-Ru (2020),**OpCit**.
- 44- Padmannavar,Sunita S. (2011)**Op.Cit**.
- 45- شرفا، ليالي هاني (2018) مرجع سابق.
- 46- السيد، حنان (2016) مرجع سابق.
- 47- Sabrina ,Ayesh (2014) **Op.Cit**.
- 48- Parnam ,Manisla (2015) **Op.Cit**.
- 49- Priya, Shanmuga (2015) **Op.Cit**.
- 50- Cisen,Dincer.(2012). **Op.Cit**.
- 51- Narayana, Ananta & Tauffiqu,Ahmad. (2016).**Op.Cit**.
- 52- Kadeswaran,Sengottalyan, Brindha ,Duralsamy, & Rathinaswamy,Jayaseelan.(2020) **Op.Cit**.