



كلية الآداب

جامعة بنها

مجلة كلية الآداب

مجلة دورية علمية محكمة

**تناول قنوات اليوتيوب لقضية تمكين المرأة وعلاقته بوعي الشباب
بها**

اعداد

**مصطفى محمود زيدان عبد الحي
مدرس الإذاعة والتلفزيون
معهد الاسكندرية العالي للإعلام**

أكتوبر ٢٠٢١

العدد ٥٦

<https://jfab.journals.ekb.eg/>

مقدمة:

إن قوة الإعلام في جميع أنحاء العالم على مستوى عالٍ من الأهمية لأنه أحد الأعمدة الرئيسية في المجتمع (القوة الرابعة) التي لها تأثير في خلق وتغيير المعتقدات والتصورات وكذلك في تطوير المجتمع؛ عن طريق الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في العلاج الاجتماعي ومنها قضايا النوع الاجتماعي، فمن الضروري تحسين وضع المرأة ومحاربة واقع مجتمعا في ما يظهره من نقص في المساواة بين الجنسين.

كما تعتبر الصحافة الحرة وحرية التعبير من الأشياء المهمة في طريق التحرر والمساواة وهذا ما أكدته النتائج التجريبية والتي قالت أن حرية الصحافة هي أداة فعالة لتمكين المرأة من الحقوق الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

وبناءً على ما سبق لابد للإعلام من المساهمة الفعالة في التمكين السياسي للمرأة؛ بجعلها فعالة وذات تأثير من إتاحة الفرص لها في المشاركة في تقلد المناصب ذات التأثير في البرلمان والمناصب التنفيذية والمنظمات السياسية والشعبية والنقابات المهنية.

وقد ساهم بشكل كبير ظهور وسائل الاتصال الاجتماعي أو ما يسمى بالتطبيقات الاجتماعية في إتاحة الحرية التي تمكن المرأة من التواصل وعرض قضيتها والتأثير في الآخرين.

وتوج كل ما سبق بإعلان فخامة الرئيس المصري عام (٢٠١٧) هو عام المرأة والذي كان نقطة البدء في تنفيذ حزمة من الإصلاحات لعل أهمها توليها (٦) من الحقائق الوزارية في حكومة المهندس شريف اسماعيل.

التمكين السياسي للمرأة:

"إن الواجب الوطني والمسئولية أمام التاريخ تحتم علينا أن نسرع الخطى في تمكين المرأة، والحفاظ على حقوقها ووضعها في المكانة التي تليق بقيمتها وقدراتها وتضحياتها على مدار التاريخ، التزاماً بالدستور المصري الذي يعبر عن إرادة الشعب

المصري والذي رسخ قيم العدالة والمساواة، وإعمالاً لما جاء به من مبادئ تكافؤ الفرص، وما كفله للمرأة من حقوق، واتساقاً مع رؤية مصر ٢٠٣٠ واستراتيجيتها للتنمية المستدامة التي تسعى لبناء مجتمع عادل، يضمن الحقوق والفرص المتساوية لأبنائه وبناته من أجل أعلى درجات الاندماج الاجتماعي لكافة الفئات، وإيماناً من الدولة المصرية، بأن الاستقرار والتقدم لن يتحققا إلا من خلال ضمان مشاركة فاعلة للمرأة في كافة أوجه العمل الوطني، وفي إطار إعلان عام ٢٠١٧ عامًا للمرأة فإنني قررت تكليف الحكومة وكافة أجهزة الدولة والمجلس القومي للمرأة، باعتبار استراتيجية تمكين المرأة ٢٠٣٠ هي وثيقة العمل للأعوام القادمة لتفعيل الخطط والبرامج والمشروعات المتضمنة في هذه الاستراتيجية".

(جزء من نص كلام رئيس الجمهورية في عام المرأة)^(١).

ويعتبر مفهوم التمكين من المفاهيم الاجتماعية الهامة باعتباره عنصرًا حيويًا لا يمكن تجاهله في عملية التنمية؛ فعملية التمكين تعني العمل الجماعي في الجماعات المقهورة أو المضطهدة للتغلب على العقبات وأوجه التمايز من أوضاعهم أو سلب حقوقهم، وهو مفهوم أساسي لتقدم المرأة فهو يمكنها من اتخاذ القرارات والمطالبة بالحصول على الحقوق والخدمات^(٢).

يقصد بالتمكين السياسي للمرأة المراكز القيادية التي تقلدتها وعبر عن ذلك تعريف صابر بلول والذي عرف التمكين السياسي للمرأة على أنه الأمر الذي جعل المرأة ممتلئة القوة والقدرة لتكون عنصر فاعلاً في التغيير، ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بتحقيق المرأة ذاتها وحضورها على أرض الواقع من خلال تعزيز قدرتها في المشاركة السياسية من خلال مشاركتها بصورة جدية وفعالة في كافة نشاطات المنظمات السياسية والشعبية والنقابات المهنية ومكاتبها الإدارية، ويعني ايصالها إلى مواقع اتخاذ القرار وفي البرلمان، وتعزيز دورها فيها لتكون قادرة على تغيير واقعها وتغيير الآخرين أفراداً أو جماعات أو مجتمعاً بأكمله^(٣).

وعرفه برنامج الأمم المتحدة الإنمائي على أنه وصول المرأة إلى مراكز صنع القرار والمراكز التي تؤثر في صنع القرار ووضع السياسات بالنظر إلى حصة النساء في المقاعد البرلمانية^(٤).

أو بشكل آخر التمكين السياسي للمرأة هو وصول المرأة إلى مراكز صنع القرار، والمراكز التي تؤثر في صنع القرار ووضع السياسات؛ فالمؤسسات البرلمانية وإن كانت هي من الأجهزة المشاركة في صناعة القرار ورسم السياسات في الدول إلا أنها ليست الوحيدة المتفردة في صنع القرار؛ فهناك مؤسسات أخرى مثل المؤسسات القانونية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية تؤدي دوراً مهماً في صنع القرارات أو تؤثر فيها^(٥).

ويقصد أيضاً بالتمكين السياسي للمرأة الآليات التنفيذية لتحقيقه وعبر عن ذلك (كهينة جريال) والتي تعرف التمكين السياسي للمرأة بأنه عملية تغيير تتضمن تبني آليات مؤسساتية وقانونية واستراتيجية تنموية قائمة على أساس مبدأ المساواة بين الجنسين تحت اطار نشر ثقافة النوع الاجتماعي وادماج منظور النوع في مجالات الحياة كافة والهادفة إلى تقوية المرأة سياسياً وبناء قدراتها الذاتية وشخصيتها السياسية ومنحها السلطة لتحقيق ذاتها وتجسيد حضورها الفعال في مختلف مواقع صنع القرار والمسئولية في الحياة السياسية وفي مختلف مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية؛ والذي يعني اشراكها في مسار التنمية الشاملة من خلال تفعيل ممارستها الحقيقية لمجمل حقوقها وحرّياتها الأساسية مقابل التزامها بمجموعة من الواجبات^(٦).

ويعرف التمكين السياسي للمرأة على أنه حلقة في سلسلة مترابطة ومتداخلة من العمليات الاقتصادية والاجتماعية والتربوية والسياسية^(٧).

العوامل المؤثرة على التمكين السياسي للمرأة:

يوجد اجماع بين المنظرين والعاملين في حقل التنمية على كون التمكين السياسي للمرأة عملية ديناميكية تتأثر وتؤثر ببيئاتها الاجتماعية والسياسية

والاقتصادية وضمن نجاح هذه العملية ينبغي توفر شروط أساسية هي^(٨):

- محو الجهل والامية.
- توفر الفرص والخيارات.
- ضمان الحق بالاختيار.
- ارساء الوعي بأهمية وضرورة ممارسة هذا الحق.

مقياس التمكين السياسي للمرأة:

يتم تحديد مدي التمكين السياسي للمرأة من خلال عدة مؤشرات على أرض الواقع وهي^(٩):

- تحديد النسبة المئوية لعدد المقاعد التي تحتلها النساء في الإدارة المحلية، والبرلمان وفي مواقع صنع القرار.
- تحديد النسبة المئوية للنساء في السلطة التنفيذية.
- تحديد النسبة المئوية للنساء في الوظائف العامة.
- تحديد النسبة المئوية للنساء والرجال الذين أدلو بأصواتهم في الانتخابات.
- تحديد النسبة المئوية للذين يحق لهم التصويت من الجنسين.
- تحديد نسبة الأعضاء نساء مقارنة بنسبة الأعضاء رجال في المنظمات الشعبية والنقابات المهنية والجمعيات الأهلية.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمسح التراث العلمي الذي تناول قضية التمكين للمرأة، وبعد البحث وجد العديد من الأبحاث كانت أنسبها للدراسة التالي:

دراسة (Maurice Odine) (٢٠١٣) ^(١٠) بعنوان: دور وسائل التواصل

الاجتماعي في تمكين المرأة العربية

كان الهدف دراسة التطورات في الإعلام العربي من عهد سيطرة الحكومة إلى العصر الجديد، والتأكد من الطرق المختلفة التي خدمت بها وسائل التواصل

الاجتماعي وستواصل معالجة قضايا حقوق المرأة بعد حدوث ثورات الربيع العربي، وبعد العرض توصلت الدراسة إلى ارتفاع عدد النساء العربيات اللاتي يستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي بشكل جاد بحلول نوفمبر ٢٠١١ حيث بلغ العدد ٣٦ مليون مستخدم كانوا مرتبطين بـ فيسبوك وتويتر، لا يمكن تحقيق قضايا المرأة إلا في مجتمع ديمقراطي حر، شهدت قضية تمكين المرأة مكاسب ملحوظة بفضل وسائل التواصل الاجتماعي.

دراسة (Nasreen Akhter , Nasreen Akhter) (٢٠١٤) ^(١١) بعنوان:

تصورات النساء المتعلقات حول دور الإعلام في تمكين المرأة

كان الهدف من الدراسة تقييم دور وسائل الإعلام ومعرفة التدابير اللازمة لتحسين دورها في تمكين المرأة في باكستان، واعتمدت على استبيان وزع على أربعمئة وتسع وتسعين أنثى متعلمة، وخلصت إلى أن غالبية النساء نادراً ما يستخدمن وسائل الإعلام أو لم يستخدمنها أبداً، شعرت النساء اللواتي يستخدمن وسائل الإعلام أن لهن تأثير إيجابي على وضعهن، هناك علاقة إيجابية بين استخدام وسائل الإعلام ودرجة تمكين المرأة، لعبت بعض الأدوار الإيجابية لتثقيف المرأة فيما يتعلق بتمكين المرأة ولكنها تحتاج إلى بعض التحسينات.

دراسة (Jeretta Horn Nord, Tanja Grublješič, Cezar Scarlat,)

(Salome Svanadze) (٢٠١٥) ^(١٢) بعنوان: تمكين المرأة: التقنيات الاجتماعية

في سلوفينيا ورومانيا وجورجيا

كان الهدف من الدراسة رصد دور التقنيات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر ولينكد إن ويوتيوب وجوجل بلس لتمكين المرأة في سلوفينيا ورومانيا وجورجيا وتوصلت النتائج إلى أن تقدم الفيسبوك على التقنيات الأخرى لقدرته على الوصول إلى المعلومات المطلوبة، وهناك فوائد من استخدام التقنيات الاجتماعية في قضية تمكين المرأة.

دراسة (Miranda Cili) (٢٠١٥) ^(١٣) بعنوان الإعلام ودوره في التمكين السياسي للمرأة

عرضت الدراسة للعلاقة بين السياسة والإعلام وتأثير كل منهم في الآخر، كما أوضحت صورة المرأة في المجتمع ومقدار التهميش التي تعانيه -على حد وصف الدراسة- وخلصت إلى إن وسائل الإعلام هي التي يجب أن تنقل للجمهور رسالة مفادها أن مشاركة المرأة في الحياة السياسية هي جزء أساسي من الديمقراطية، كما يجب أن تلعب دورًا إيجابيًا في تحسين صورة المرأة، وفي تغيير الصور النمطية للنوع الاجتماعي ومساهمتها في تحقيق المساواة بين الجنسين.

دراسة (Ananta Narayana, Tauffiqu Ahamad) (٢٠١٦) ^(١٤) بعنوان: دور الإعلام في تسريع تمكين المرأة

بحثت الدراسة دور وسائل الإعلام في خلق الأدوار الاجتماعية للمرأة لتعزيزها، وكيفية الاستفادة من وسائل الإعلام للمساواة بين الجنسين والتمكين الاقتصادي للمرأة، وتوصلت إلى أن الإعلام مهم للغاية لتسريع تمكين المرأة من خلال نشر المفاهيم الخاصة بدور المرأة في المجتمع الحديث، والأمثلة الجيدة التي تقدمها لنا النساء كل يوم، واقترحت توعية العاملين في مجال الإعلام بتلك القضايا ويمكن تطوير نظام للمكافآت لأولئك القادرين على تصوير المرأة بطريقة إيجابية.

دراسة (Pankaj Bala) (٢٠١٧) ^(١٥) بعنوان: الإعلام: أداة رائعة لتسريع عملية تمكين المرأة

تناقش هذه الدراسة بعض الجوانب الرئيسية المتعلقة بالمرأة والتي يجب أن تغطيها وسائل الإعلام بشكل كافٍ وتسهل عملية تمكين المرأة، وكيف يمكن لوسائل الإعلام تسريع عملية تمكين المرأة من خلال توعية الناس بالقضايا والعوامل الاجتماعية المختلفة مثل: عدم المساواة بين الجنسين، والجريمة ضد المرأة، وصحة المرأة، وانخفاض نسبة الجنس، وتعليم المرأة، وتوصلت إلى أنه يجب أن تعزز وسائل

الإعلام احترام وكرامة المرأة من خلال تجنب إبراز الصورة السلبية للمرأة، يمكن أن تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في تمكين المرأة في مختلف المجالات حيث أصبح من السهل جداً الآن البحث عن أي شيء متعلق بالتمكين عبر الإنترنت، للإعلام قدرة كبيرة على تمكين المرأة. لذلك لا يمكن لأي قطاع آخر أن يضاهي جهود الإعلام في كل مجال لتمكين المرأة.

دراسة (C.Thanavathi) (٢٠١٨) ^(١٦) بعنوان: وسائل التواصل الاجتماعي وتمكين المرأة في اطار العولمة

قدمت الدراسة رؤية تاريخية تنموية لتمكين المرأة الهندية وقالت أن التعليم أحد الاحتياجات الأساسية للمرأة من أجل تنميتها وتمكينها في المجتمع، وهناك حاجة إلى رؤية واضحة لإزالة العقبات التي تعترض طريق تحرر المرأة من الحكومة والنساء أنفسهن، هناك تحديات مختلفة في العصر الجديد قدمت أمامها المرأة بدائل ملموسة وتنموية بدلاً من تمكين المرأة من خلال وسائل الإعلام المتاحة الممكنة.

دراسة (Muhammad Tariq Majeed1, Amna Malik) (٢٠١٩) ^(١٧) بعنوان: تحليل بيانات حرية الصحافة وتمكين المرأة

تساهم هذه الدراسة -من خلال التحقيق التجريبي- في العلاقة بين حرية الصحافة وتمكين المرأة باستخدام مجموعة كبيرة من ١٦٠ دولة من عام ١٩٩٦ إلى عام ٢٠١١، وتؤكد النتائج التجريبية أن حرية الصحافة هي أداة فعالة لتمكين المرأة من الحقوق الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

دراسة (B. Shailashree, M. Phil) (٢٠١٣) ^(١٨) بعنوان: التمكين الإعلامي والسياسي للمرأة في منطقة كولار في ولاية كارناتاكا

أجريت الدراسة لمعرفة تأثير وسائل الإعلام في التمكين السياسي للمرأة الريفية في منطقة كولار بولاية كارناتاكا، من خلال دراسة حالة برنامج "ستري شاكثي" (Stree Shakthi)، وخلصت الدراسة إلى أن برامج Stree Shakthi قد

أحدثت تغييراً اجتماعياً في القرية ولكنها لم تجعل المرأة واعية سياسياً أو تمكينها سياسياً ولم تلعب وسائل الإعلام حقاً أي دور رئيسي في حياتهن في اتخاذ القرارات السياسية.

دراسة (Zeine Ghalla) (٢٠١٩) ^(١٩) بعنوان: تمكين المرأة والتواصل الاجتماعي لدى مستخدمات فيسبوك الموريتانيات.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف دور شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك لمساعدة المرأة في موريتانيا على بناء وتشكيل هويتها ودورها في المجتمع، وطبقت استبيان على ٢٥٠ مستخدم للفيسبوك لتخلص إلى أن فيسبوك يوفر منصة للمرأة الموريتانية لتمكين نفسها بطريقة جديدة. يرون أنفسهم أكثر تحرراً ودفاعاً للتنافس مع الرجال في جميع مناحي الحياة، يسلطون الضوء على مختلف القضايا والمشكلات التي يواجهونها في حياتهم اليومية ويناقشونها.

دراسة (S. Kadeswaran, D. Brindha, R. Jayaseelan) (٢٠٢٠) ^(٢٠) بعنوان: وسائل التواصل الاجتماعي كجوابة لتسريع تمكين المرأة.

قامت الدراسة بإجراء مقابلات شبه منظمة مع ٢٣ امرأة من خلفيات متنوعة من حيث التعليم والأسرة والمهنة والوضع الاقتصادي، وتوصلت إلى تمتع النساء اللواتي يتمتعن بإمكانية الوصول إلى المساحات عبر الإنترنت بفرص مماثلة، توفر مساحات الإنترنت مجالاً للتعلم والتثقيف والتعبير، توفر وسائل التواصل الاجتماعي تهميشاً مجتمعياً لعدم المساواة بين الجنسين من حيث المعلومات والتعليم والمهنة والوعي.

التعليق على الدراسات السابقة:

- على مستوى الموضوع: تناولت الدراسات تمكين المرأة في العديد من دول العالم والعوامل المؤثرة فيها: ففي دراسة (Maurice Odine) تناول تمكين المرأة العربية، وتناولت دراسة (Jeretta Horn Nord, Tanja Grublješič,)

Cezar Scarlat, Salome Svanadze) تمكين المرأة: التقنيات الاجتماعية في سلوفينيا ورومانيا وجورجيا، وقدمت دراسة (C.Thanavathi) رؤية تاريخية تنموية لتمكين المرأة الهندية، وناقشت دراسة (B. Shailashree, M. Phil) التمكين الإعلامي والسياسي للمرأة في منطقة كولار في ولاية كارناتاكا.

كما تناولت بعض الدراسات بعض عوامل تمكين المرأة مثل دراسة (Nasreen Akhter , Nasreen Akhter)؛ والتي ناقشت تصورات النساء المتعلمات حول دور الإعلام في تمكين المرأة، ودراسة (Miranda Cili) ودراسة (Ananta Narayana, Tauffiqu Ahamad)، ودراسة (Pankaj Bala) والذين عرضوا دور الإعلام في التمكين السياسي للمرأة، وناقشت دراسة (Muhammad Tariq Majeed1, Amna Malik) العلاقة بين حرية الصحافة وتمكين المرأة، وقدمت دراسة (Zeine Ghalla) دور وسائل والتواصل الاجتماعي في تمكين المرأة.

- **على مستوى العينة والأداة:** اعتمدت دراسة (Nasreen Akhter , Nasreen Akhter) على استبيان وزع على أربع مائة وتسع وتسعين أنثى متعلمة باكستانية، وقامت دراسة (Muhammad Tariq Majeed1, Amna Malik) من خلال التحقيق التجريبي باستخدام مجموعة كبيرة من ١٦٠ دولة من عام ١٩٩٦ إلى عام ٢٠١١، واعتمدت دراسة (B. Shailashree, M. Phil) على دراسة الحالة لبرنامج "ستري شاكثي" (Stree Shakthi)، وطبقت دراسة (Zeine Ghalla) استبيان على ٢٥٠ لمستخدمات للفيديو في موريتانية، وقامت دراسة (S. Kadeswaran, D. Brindha, R. Jayaseelan) بإجراء مقابلات شبه منظمة مع ٢٣ امرأة من خلفيات متنوعة من حيث التعليم والأسرة والمهنة والوضع الاقتصادي.

- **على مستوى النتائج:** توصلت دراسة (Nasreen Akhter , Nasreen) إلى وجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل الإعلام ودرجة تمكين المرأة، وأثبتت دراسة (Ananta Narayana, Tauffiqu Ahamad) إلى أن الإعلام مهم للغاية لتسريع تمكين المرأة من خلال نشر المفاهيم الخاصة بدور المرأة في المجتمع الحديث، وشهدت قضية تمكين المرأة مكاسب ملحوظة بفضل وسائل التواصل الاجتماعي في دراسة (Maurice Odine)، وعدت دراسة (Muhammad Tariq Majeed1, Amna Malik) حرية الصحافة هي أداة فعالة لتمكين المرأة من الحقوق الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وأشارت دراسة (Zeine Ghalla) أن السيدات من خلال الفيس بوك يسلطون الضوء على مختلف القضايا والمشكلات التي يواجهونها في حياتهم اليومية ويناقشونها، وتوصلت دراسة (S. Kadeswaran, D. Brindha, R.) إلى توفر مساحات الإنترنت مجالاً للتعلم والتثقيف والتعبير، وأثبتت دراسة (Jayaseelan Jeretta Horn Nord, Tanja Grublješič, Cezar) وجود فوائد من استخدام التقنيات الاجتماعية في قضية تمكين المرأة، وقالت دراسة (Pankaj Bala) أنه يجب أن تعزز وسائل الإعلام احترام كرامة المرأة من خلال تجنب إبراز الصورة السلبية للمرأة، واقترحت دراسة (Miranda Cili) أن تلعب وسائل الاعلام دوراً إيجابياً في تحسين صورة المرأة.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال عرض الدراسات السابقة تمكن الباحث من معرفة الفجوة البحثية وبالتالي تم عمل التالي:

١- صياغة عنوان الدراسة: حيث تم اختيار العنوان الأنسب لمحاولة سد الفجوة البحثية.

٢- صياغة تساؤلات الدراسة: من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة تمكن الباحث من صياغة تساؤلات الدراسة بشقيها التحليلي والميداني وكذلك صياغة الفروض العلمية للدراسة والتي تتوافق مع الدراسة الحالية.

٣- تصميم أدوات الدراسة: فقد استعان الباحث بأدوات الدراسات السابقة لتصميم تحليل المضمون والاستبيان الخاص بالدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة :

من واقع الدور القوي الذي تمارسه وسائل الإعلام في تغيير الأفكار والمعتقدات، وأهمية قضية التمكين السياسي للمرأة والتي قامت بإعلانها الرئاسة المصرية بجعل عام (٢٠١٧) عام تمكين المرأة المصرية، ومعرفةً بقوة وسائل التواصل الاجتماعي ولاسيما موقع اليوتيوب؛ شعرنا بوجوب رصد اهتمام قنوات اليوتيوب بعرض قضية تمكين المرأة ومحاولة رصد تأثير ذلك على جمهور الشباب.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما زمن الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة؟
- ٢- ما هدف المعالجة الإعلامية في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة؟
- ٢- ما القوى الفاعلة بالفيديو التي تناولت قضية تمكين المرأة؟
- ٣- ما اتجاه الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة؟
- ٤- ما الاستمالات المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة؟
- ٥- ما الوسائل التفاعلية المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة؟
- ٦- ما المضامين التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها من خلال قنوات اليوتيوب؟
- ٧- ما المدة الزمنية التي تستغرقها عينة الدراسة في متابعة قنوات اليوتيوب؟
- ٨- ما أسباب مشاهدة عينة الدراسة لمقاطع الفيديو عبر قنوات اليوتيوب؟
- ٩- ما درجة متابعة عينة الدراسة لقضية التمكين للمرأة عبر قنوات اليوتيوب؟
- ١٠- ما أكثر القنوات في موقع اليوتيوب التي تتابع عينة الدراسة من خلالها تمكين المرأة؟

١١- ما الأشكال التفاعلية التي تقوم بها عينة الدراسة علي الفيديوهات التي تناولت التمكين السياسي للمرأة؟

١٢- ما مساهمة قنوات اليوتيوب في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى عينة الدراسة عن قضية التمكين للمرأة؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة -عينة الدراسة- على مقياس القوى الفاعلة حسب متغير القناة.

الفرض الثاني: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة -عينة الدراسة- على مقياس التفاعل معها حسب متغير القناة.

الفرض الثالث: يوجد فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة على مقياس التعرض لفيديوهات قنوات اليوتيوب حسب متغيرات (النوع-السن-محافظة الإقامة).

الفرض الرابع: يوجد فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة على مقياس الوعي بقضية تمكين المرأة حسب متغيرات (النوع-السن-محافظة الإقامة).

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى:

١- رصد الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة ومعرفة هدفها والقوى الفاعلة فيها واتجاهاتها والاستمالات والوسائل التفاعلية المستخدمة فيها.

٢- معرفة المضامين التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها من خلال قنوات اليوتيوب، والمدة الزمنية التي تستغرقها وأسبابها؟

٣- معرفة درجة متابعة عينة الدراسة لقضية التمكين للمرأة عبر قنوات اليوتيوب وأسباب مشاهدتها وأكثر القنوات التي تتابعها لذلك.

٤- مناقشة مساهمة قنوات اليوتيوب في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى عينة الدراسة عن قضية التمكين للمرأة الأشكال التفاعلية التي تقوم بها تجاهها.

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى:

أهمية نظرية: تتمثل في: محاولة رصد اهتمام الإعلام الجديد بقضية تمكين المرأة وأثر ذلك على الشباب المصري ومحاولة سد الفجوة المعرفية في هذا الإطار، قد تساعد الدراسة الباحثين في تأثيرات وسائل الاعلام ولاسيما الاعلام الجديد على النمو المعرفي وظهور الوعي بالقضايا الاجتماعية المختلفة ولاسيما قضايا المرأة.

أهمية اجتماعية: تعود أهمية الدراسة لأهمية موضوعها فهي تقوم بمعالجة قضية تمكين المرأة؛ فهي تقيّد في تحقيق العدالة بين شقي المجتمع.

أهمية تطبيقية: تتمثل في: قد تقيّد صناع القرار في محاولة الاستفادة من وسائل الاعلام في تنمية الوعي بالقضايا الاجتماعية، تقيّد المؤسسات التربوية في معرفة الدور الهام لوسائل الإعلام في التوعية والتبصير بالقضايا الاجتماعية وبالتالي استخدام ذلك في نشر الفضائل وتحييد الآثار السلبية للإعلام عن طريق التربية الإعلامية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة تحت ما يسمى بالدراسات الوصفية، وقد اعتمد فيها الباحث على جمع المعلومات وتصنيفها وتحليلها عبر منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني.

مصطلحات الدراسة:

- ١- قنوات اليوتيوب: يقصد بها القنوات التابعة للمؤسسات الإعلامية المصرية.
- ٢- قضية تمكين المرأة: يقصد بها تولي المرأة المناصب السياسية العليا في

البلاد مثل الحقائق الوزارية وعضوية البرلمان؛ وهنا في الدراسة

نرصد ونحلل الفيديوهات التي تحتوي على المضلمين سالفه الذكر.

٣- الشباب: يقصد بهم الأشخاص الواقعين في المرحلة العمرية (١٨ : ٣٥).

مجتمع وعينة الدراسة:

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

قامت الدراسة بتحليل مضمون الفيديوهات التي تحتوي على قضية تمكين المرأة في

قنوات (اليوم السابع-بوابة أخبار اليوم-المصري اليوم) في اليوتيوب في الفترة من

٢٠١٨/١/١ وحتى ٢٠١٨/٦/٣٠.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

قامت الدراسة بسحب (٥١٩) مفردة من أقاليم (القاهرة - الإسكندرية - الدلتا -

الصعيد)؛ بواقع (٢٥٦) للذكور و(٢٦٣) للإناث ونوضح توصيف العينة في

الجدولين اللاحقين:

جدول رقم (١) ويوضح توصيف عينة الدراسة وفقاً لإقليم الإقامة والسن

محافظات الإقامة										السن
الإجمالي		مدينة القاهرة (إقليم القاهرة الكبرى)		مدينة الإسكندرية (إقليم الإسكندرية)		الغربية (إقليم الدلتا)		بني سويف (إقليم الصعيد)		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٨.٢	١٩٨	٢٩	٣٨	٣٣.٨	٤٤	٥٢.٤	٦٧	٣٧.٧	٤٩	من (١٨) وحتى أقل من (٢٥) عام
٤١	٢١٣	٤٢	٥٥	٥٠.٨	٦٦	٣٢.٨	٤٢	٣٨.٥	٥٠	من (٢٥) وحتى أقل من (٣٠) عام
٢٠.٨	١٠٨	٢٩	٣٨	١٥.٤	٢٠	١٤.٨	١٩	٢٣.٨	٣١	من (٣٠) وحتى (٣٥) عام
١٠٠	٥١٩	١٠٠	١٣	١٠٠	١٣٠	١٠٠	١٢	١٠٠	١٣	الإجمالي

بوضح الجدول السابق توصيف عينة الدراسة وفقاً للإقليم والعمر والتي كانت ٣٨.٢% في المرحلة العمرية (من ١٨) وحتى أقل من (٢٥) عام؛ ٣٧.٧% من إقليم الصعيد، و ٥٢.٤% من إقليم الدلتا، و ٣٣.٨% من إقليم الإسكندرية، و ٣٨% من إقليم القاهرة الكبرى. و ٤١% في المرحلة العمرية (من ٢٥) وحتى أقل من (٣٠) عام؛ ٣٨.٥% من إقليم الصعيد، و ٣٢.٨% من إقليم الدلتا، و ٥٠.٨% من إقليم الإسكندرية، و ٤٢% من إقليم القاهرة الكبرى. و ٢٠.٨% في المرحلة العمرية (من ٣٠) وحتى (٣٥) عام؛ ٢٣.٨% من إقليم الصعيد، و ١٤.٨% من إقليم الدلتا، و ١٥.٤% من إقليم الإسكندرية، و ٢٩% من إقليم القاهرة الكبرى.

جدول رقم (٢) ويوضح توصيف عينة الدراسة وفقاً للسن والنوع

السن								النوع
الإجمالي		من (٣٠) وحتى (٣٥) عام		من (٢٥) وحتى أقل من (٣٠) عام		من (١٨) وحتى أقل من (٢٥) عام		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٩.٠	٢٥	٦٤.٨	٧٠	٥١.٢	١٠٩	٣٨.٩	٧٧	ذكور
٥٠.٠	٢٦	٣٥.٢	٣٨	٤٨.٨	١٠٤	٦١.١	١٢١	إناث
١٠٠	٥١	١٠٠	١٠٨	١٠٠	٢١٣	١٠٠	١٩٨	الإجمالي

يوضح الجدول السابق توصيف عينة الدراسة وفقاً للعمر والنوع والتي كانت ٤٩.٣% جملة الذكور؛ ٣٨.٩% من المرحلة العمرية (من ١٨) وحتى أقل من (٢٥) عام، و ٥١.٢% من المرحلة العمرية (من ٢٥) وحتى أقل من (٣٠) عام، و ٦٤.٨% من المرحلة العمرية (من ٣٠) وحتى (٣٥) عام. و ٥٠.٧% جملة الإناث؛ ٦١.١% من المرحلة العمرية (من ١٨) وحتى أقل من (٢٥) عام، و ٤٨.٨% من المرحلة العمرية (من ٢٥) وحتى أقل من (٣٠) عام، و ٣٥.٢% من المرحلة العمرية (من ٣٠) وحتى (٣٥) عام.

أدوات جمع البيانات:

جمعت بيانات الدراسة الحالية عن طريق أداتي:

- تحليل المضمون؛ للتعرف على مضمون الفيديوهات التي تتناول قضية تمكين المرأة.
- الاستبيان؛ للتعرف على تأثيرات مشاهدة الفيديوهات موضوع الدراسة على الشباب المصري في تنمية وعيهم تجاه قضية تمكين المرأة.

١- اعداد استمارة تحليل المضمون:

قام الباحث بإعداد الاستمارة في صورتها الأولية بعد مراجعة أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، ثم عُرضت على مجموعة من علماء الإعلام والاتصال^(٢١)؛ لقياس صدق المحكمين، وتم تحليل مجموعة عشوائية من المشاهد للتعرف على أهم المضامين، ثم تم تحليل الحلقات عينة الدراسة، كما تم اعادة التحليل ل(١٠) % - حلقة من كل مسلسل- من جملة التحليل لتصل نسبة الثبات (٩٠.١) %.

٢- اعداد استمارة الاستبيان:

قام الباحث بإعداد الاستمارة في صورتها الأولية بعد مراجعة أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، ثم عُرضت على مجموعة من علماء الإعلام والاتصال^(٢٢)؛ لقياس صدق المحكمين، ثم طُبقت على عدد ٢٠ مفردة من عينة الدراسة لقياس صلاحية مستوى اللغة لدى أفراد العينة، وقد بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ ٠.٨٩٢ وهي قيمة تدل على صدق الاستمارة، ثم صيغت الاستمارة في شكلها النهائي استعداداً للتطبيق.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

قام الباحث بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة باستخدام برنامج SPSS for windows، والمعروف اختصاراً بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم

الاجتماعية (SPSS) : Statistical Package for social science

وقد تم استخدام الإختبارات الإحصائية التالية :

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية .
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .
- ٣- اختبار كا ٢ لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين.
- ٤- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات علي أحد متغيرات الدراسة .
- ٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين.
- ٦- معامل ارتباط سبيرمان Spearman Correlation Coefficient لدراسة شدة واتجاه العلاقة الإرتباطية بين متغيرين.
- ٧- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الدراسة من نوع المسافة أو النسبة.

نتائج الدراسة:

نتائج الشق التحليلي من الدراسة:

تتوافق الدراسة التحليلية مع نظرية ثراء وسائل الإعلام والذي يعتمد على

أربعة معايير وهي:

- ١- رجع الصدى الفوري: ويعنى قدرة المستخدم على الحصول على رجع الصدى بصورة سريعة وفورية^(٢٣)؛ ويوجد نوعان لرجع الصدى هما: رجع الصدى المتزامن : ويعنى وجود رد فعل للمتلقى فى نفس الوقت الذى تقدم فيه الرسالة ويأخذ شكل الإيحاءات والتعبيرات أو رسائل مختصرة، رجع الصدى المتتالي: ويحدث عندما

يتوقف المرسل او يقاطعه المستقبل كى يؤدى فهمه للرسالة؛ فالمستقبل ياخذ دوره فى الحديث ولكن سرعان مايعيده للمرسل.

٢- **تعدد الرموز:** وتتحدد الرموز فى الكلمات words ، الرموز الصوتية (مثل نبذة الصوت) ، الاتصال غيراللفظى (مثل الايماءات) ، الاتصال المكتوب (الورق - اللوحات) وهى الانماط التى يستخدمها لنقل المعلومات^(٢٤)، وكلما تنوعت الرموز المتاحة فى الوسيلة ازيد ثراؤها وكلما قلت الرموز المستخدمه انخفضت درجة الثراء.

٣- **استخدام لغة طبيعية:** اللغة الثرية هى اللغة الطبيعية السائدة بين افراد المجتمع ، والتي تيسر عملية التواصل بين المرسل والمستقبل ، كما أن اللغة الطبيعية تعنى قدرة الوسيلة على السماح للمشاركين على التواصل بأسلوب تبادلى^(٢٥).

٤- **التركيز الشخصى:** ويعنى قدرة الوسيلة على فهم الأبعاد الشخصية للطرف الاخر فى العملية الاتصالية. ويرتبط التركيز الشخصى بخبرة المرسل بشريكى الاتصال ، اذ ينبغى ان يمتلك بعض المعلومات حول المتلقى من اجل صياغة رسالة ملائمة له^(٢٦).

وفي ما يلي نتائج الدراسة التحليلية:

بالملاحظة والمقارنة وجد توافق نتائج الدراسة الحالية ضمناً مع نتائج دراسة (Miranda Cili)^(٢٧)؛ والتي خلصت إلى إن وسائل الإعلام هي التي يجب أن تنقل للجمهور رسالة مفادها أن مشاركة المرأة في الحياة السياسية هي جزء أساسي من الديمقراطية، كما يجب أن تلعب دوراً إيجابياً في تحسين صورة المرأة، وفي تغيير الصور النمطية للنوع الاجتماعي ومساهمتها في تحقيق المساواة بين الجنسين؛ وقد تحقق ذلك في دراستنا كما توضح النتائج التالية:

١- زمن الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة حسب القناة:

جدول (٣) ويوضح زمن الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة حسب القناة

زمن الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة حسب القناة								
الاجمالي		قناة المصري اليوم		بوابة أخبار اليوم		قناة اليوم السابع		مدة الفيديوهات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٥.٣	٦٨	٧٩.٢	١٩	٤٠	٦	٥١.٢	٤٣	دقيقتين فأقل
٣٥.٨	٤٤	٨.٣	٢	٤٦.٧	٧	٤١.٧	٣٥	أكثر من دقيقتين وحتى أقل ٥ دقائق
٨.٩	١١	١٢.٥	٣	١٣.٣	٢	٧.١	٦	أكثر من ٥ دقائق
١٠٠	١٢٣	١٠٠	٢٤	١٠٠	١٥	١٠٠	٨٤	الاجمالي
		١.٣٣		١.٧٣		١.٥٦		المتوسطات

كا^٢(١٠.٦٩٧) درجة حرية (٤) مستوى المعنوية (٠.٠٣) دالة عند ٠.٠٥

تشير قيمة (كا^٢) في الجدول السابق إلى تحقق الفرض البديل بوجود علاقة دالة بين متغيري القناة ومدة الفيديوهات والذي يتضح في النتائج كالتالي: طغيان المدة (دقيقتين فأقل) بنسبة (٥٥.٣) %، تبعها (أكثر من دقيقتين وحتى أقل ٥ دقائق) بنسبة (٣٥.٨) %، وأخيرًا (أكثر من ٥ دقائق) بنسبة (٨.٩) %؛ وهي نسبة منطقية لأن قنوات اليوتيوب المختلفة تحرص على الفيديوهات القصيرة حتى لا يمل المشاهد.

وسجلت المتوسطات الحسابية للقنوات -مجتمع الدراسة- على مقياس زمن الفيديوهات (١.٧٣) لبوابة أخبار اليوم، (١.٥٦) لقناة اليوم السابع، و(١.٣٣) لقناة المصري اليوم؛ وهي نسب توضح الفروق بين القنوات لصالح أخبار اليوم والذي تفسره

تناول قنوات اليوتيوب لقضية تمكين المرأة وعلاقته بوعي الشباب بها مصطفى محمود زيدان

الدراسة بالاهتمام من قبل الموقع باعتبارها تابع لصحيفة قومية تهتم بأخبار الدولة وتواكب أحداثها (عام التمكين للمرأة).

٢- هدف المعالجة الإعلامية في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة:

جدول رقم (٤) ويوضح هدف المعالجة الإعلامية في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة

هدف المعالجة الإعلامية في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة					
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = ١٢٣		هدف المعالجة
			%	ك	
١	-	١	١٠٠	١٢٣	الإخبار وامداد الجمهور بالمعلومات
١	-	١	١٠٠	١٢٣	الشرح والتفسير
٣	٠.١٢٧	٠.٠١٦	١.٦	٢	تبرير المواقف
٢	٠.٤٤٥	٠.٢٦٨	٢٦.٨	٣٣	التوجيه والارشاد

تشير بيانات الجدول السابق والتي تناقش هدف المعالجة الإعلامية في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة إلى ورود (الإخبار وامداد الجمهور بالمعلومات)، و(الشرح والتفسير) في المرتبة الأولى بنسبة (١٠٠)% من جملة الفيديوهات، تبعتها (التوجيه والإرشاد) بنسبة (٢٦.٨)% من جملة الفيديوهات، وأخيراً (تبرير المواقف) بنسبة (١.٦)%؛ وهي نسب تدل على قيام هذه القنوات بوظائف بالدرجة المطلوبة فقد ركزت في الاخبار والشرح والتفسير ووجهة الجمهور وجاء التبرير في أخيراً بدرجة بسيطة جداً لأن التمكين للمرأة لا يحتاج إلى ذلك.

وتتفق هذه النتائج مع (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد) والذي عدد وظائف الإعلام في مراقبة البيئة والتماس المعلومات، تطوير مفهومنا حول الذات^(٢٨).

٣- القوى الفاعلة بالفيديو التي تناولت قضية تمكين المرأة:

جدول رقم (٥) ويوضح القوى الفاعلة بالفيديو التي تناولت قضية تمكين المرأة

القوى الفاعلة بالفيديو التي تناولت قضية تمكين المرأة					
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = ١٢٣		القوى الفاعلة بالفيديو
			ك	%	
١	٠.٢٦١	٠.٩٢٧	٩٢.٧	١١٤	المسؤولون
٢	٠.٤٦٤	٠.٣٠٩	٣٠.٩	٣٨	الجمهور
٣	٠.٤٣١	٠.٢٤٤	٢٤.٤	٣٠	الخبراء

تشير بيانات الجدول السابق والتي تناقش القوى الفاعلة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة إلى ورود (المسؤولين) في المرتبة الأولى بنسبة (٩٢.٧)% من جملة الفيديوهات، تبعها (الجمهور) بنسبة (٣٠.٩)% من جملة الفيديوهات، وأخيراً (الخبراء) بنسبة (٢٤.٤)%؛ وهي نسب تدل على حالة القضية والتي أصبحت توجه قومي بمبادرة السيد رئيس الجمهورية بعام (٢٠١٧) بعام تمكين المرأة، وتولي النساء المصريات العديد من الحقائق الوزارية والذي يجعل كلام المسؤولين مقدم على غيرهم للتعرف على الإجراءات الخاصة بالتنفيذ.

تتناول قنوات اليوتيوب لقضية تمكين المرأة وعلاقته بوعي الشباب بها مصطفى محمود زيدان

٤- اتجاه الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة نحو الخبراء كقوي فاعلة حسب القناة:

جدول (٦) ويوضح اتجاه الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة نحو الخبراء كقوي فاعلة حسب القناة

اتجاه الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة نحو الخبراء كقوي فاعلة حسب القناة								
الاتجاه	قناة اليوم السابع		بوابة أخبار اليوم		قناة المصري اليوم		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
محايد	٢	١٠	-	-	٤	٥٠	٦	٢٠
إيجابي	١٨	٩٠	٢	١٠٠	٤	٥٠	٢٤	٨٠
الاجمالي	٢٠	١٠٠	٢	١٠٠	٨	١٠٠	٣٠	١٠٠

كا^٢(٦.٢٥) درجة حرية (٢) مستوى المعنوية (٠.٠٤٤) دالة عند ٠.٠٥ تشير قيمة (كا٢) في الجدول السابق إلى تحقق الفرض البديل بوجود علاقة دالة بين متغيري القناة واتجاهات الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة نحو الخبراء كقوي فاعلة والتي كانت (٨٠)% من جملة الفيديوهات ايجابي و(٢٠)% محايد؛ وهي نسب منطقية تظهر مدى احترام القائم بالاتصال لقضايا المرأة وايمانهم بتمكينها من حقوقها.

٥- اتجاه الفيديوهات التي تناولت تمكين المرأة نحو الجمهور كقوى فاعلة حسب القناة:

جدول (٧) ويوضح اتجاه الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة نحو الجمهور كقوى فاعلة حسب القناة

اتجاه الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة نحو الجمهور كقوى فاعلة حسب القناة								
الاتجاه		قناة اليوم السابع		بوابة أخبار اليوم		قناة المصري اليوم		الاجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سلبي	-	-	-	-	-	-	٤	١٠.٥
محايد	٤	١٨.٢	١	١١.١	٢	٢٨.٦	٧	١٨.٤
إيجابي	١٨	٨١.٨	٨	٨٨.٩	١	١٤.٣	٢٧	٧١.١
الاجمالي	٢٢	١٠٠	٩	١٠٠	٧	١٠٠	٣٨	١٠٠

كا^٢(٢٢.٣٠٤) درجة حرية (٤) مستوى المعنوية (٠.٠٠٠٠) دالة عند ٠.٠٠١ تشير قيمة (كا^٢) في الجدول السابق إلى تحقق الفرض البديل بوجود علاقة دالة بين متغيري القناة واتجاهات الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة نحو الجمهور كقوى فاعلة والتي كانت (٧١.١)% من جملة الفيديوهات ايجابية، (١٨.٤)% محايد، و(١٠.٥)% سلبي؛ وتفسر كالسابق باحترام القائم بالاتصال لقضايا المرأة وحقوقها ووجود نسبة سلبية ربما يعود إلى عرض بعض الجمهور للفكرة بشكل سيئ.

٦- اتجاه الفيديوهات التي تناولت تمكين المرأة نحو المسؤولين كقوى فاعلة حسب القناة:

جدول (٨) ويوضح اتجاه الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة نحو المسؤولين كقوى فاعلة حسب القناة

اتجاه الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة نحو المسؤولين كقوى فاعلة حسب القناة								
الاتجاه	قناة اليوم السابع		بوابة أخبار اليوم		قناة المصري اليوم		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سلبى	٢	٢.٦	-	-	-	-	٢	١.٨
محايد	١٤	١٧.٩	١	٧.١	١٢	٥٤.٥	٢٧	٢٣.٧
إيجابى	٦٢	٧٩.٥	١٣	٩٢.٩	١٠	٤٥.٥	٨٥	٧٤.٦
الاجمالي	٧٨	١٠٠	١٤	١٠٠	٢٢	١٠٠	١١٤	١٠٠

كا^٢(١٥.٨٥٣) درجة حرية (٤) مستوى المعنوية (٠.٠٠٠٣) دالة عند ٠.٠١ تشير قيمة (كا٢) في الجدول السابق إلى تحقق الفرض البديل بوجود علاقة دالة بين متغيري القناة واتجاهات الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة نحو المسؤولين كقوى فاعلة والتي كانت (٧٤.٦)% من جملة الفيديوهات ايجابية، (٢٣.٧)% محايد، و(١.٨)% سلبى. والملاحظ في الجداول السابقة وجود الاتجاهات السلبية نحو القوى الفاعلة بشكل بسيط أو انعدامها -مثل الاتجاه نحو الخبراء- ويعكس ذلك المهنية والرقى في احترام الشخصيات أيًا كانت.

٧- نوع الاستمالات المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة حسب القناة:

جدول (٩) ويوضح نوع الاستمالات المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة حسب القناة

نوع الاستمالات المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة حسب القناة									
الاتجاه		قناة اليوم السابع		بوابة أخبار اليوم		قناة المصري اليوم		الاجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاستمالات العقلية		٨٢	٩٧.٦	١٥	١٠٠	٢٢	٩١.٧	١١٩	٩٦.٧
الجمع بين الاستمالات العاطفية		٢	٢.٤	-	-	٢	٨.٣	٤	٣.٣
الاجمالي		٨٤	١٠٠	١٥	١٠٠	٢٤	١٠٠	١٢٣	١٠٠

كا^٢(٢.٦٧٦) درجة حرية (٢) مستوى المعنوية (٠.٢٦٢) غير دالة عند ٠.٠٥ تشير قيمة (كا٢) في الجدول السابق إلى تحقق الفرض الصفري بعدم وجود علاقة دالة بين متغيري القناة ونوع الاستمالات المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة والتي كانت (٩٦.٧)% من جملة الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة استمالات عقلية، و(٣.٣)% تجمع بين الاستمالات العاطفية والعقلية؛ وكان شكل الاستمالات العاطفية المستخدمة هي إثارة المشاعر والمخاوف ب (٤) تكرارات.

وتوحي هذه النتائج باتباع أسلوب تقديم الرسالة بالأدلة والشواهد؛ والتي يحاول القارئ بالاتصال إضفاء شرعية على المواقف، وإظهار أنه يتفق مع موقف الآخرين من خلال تقديم أدلة أو عبارات تتضمن إما معلومات واقعية، وإما آراء منسوبة إلى مصادر أخرى، ويمكن تقديم بعض المسلمات حول تأثير تقديم الأدلة والشواهد على المتلقي مثل ارتباط إدراك المتلقي بمدى مصداقية المصدر، فكلما زادت

تناول قنوات اليوتيوب لقضية تمكين المرأة وعلاقته بوعي الشباب بها مصطفى محمود زيدان

مصادقية المصدر، قلَّت الحاجة لمعلومات تؤيد ما يقوله، كما تحتاج بعض الموضوعات لأدلة أكثر من غيرها، وبخاصة تلك الموضوعات غير المرتبطة بالخبرات السابقة للمتلقي، الأمر الآخر إن تقديم الرسالة مشفوعةً بالأدلة يكون ذا تأثير أكبر علي الجماهير الذكية، كما أن التقديم الضعيف للرسالة - حال افتقادها للدليل - يفقدها التأثير على المتلقي، ويتوقف تأثير الدليل علي ما إذا كان المتلقون مقتنعين بصحته أم غير مقتنعين^(٢٩)؛ لذلك مزج القائم بالاتصال بين العقل والعاطفة ويتولى المحور القادم التفاصيل.

٨- الاستمالات المنطقية المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة:

جدول رقم (١٠) ويوضح الاستمالات المنطقية المستخدمة في الفيديوهات التي

تناولت قضية تمكين المرأة

شكل الاستمالات المنطقية المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة عينة الدراسة						
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = ١٢٣		الاستمالات المنطقية	
			%	ك		
٧	٠.٢٨٧	٠.٠٨٩	٨.٩	١١	مبررات سياسية	
٥	٠.٤٢٦	٠.٢٣٦	٢٣.٦	٢٩	مبررات اقتصادية	
٢	٠.٥٠١	٠.٤٦٣	٤٦.٣	٥٧	مبررات اجتماعية	
٦	٠.٣٢٩	٠.١٢٢	١٢.٢	١٥	تقديم مستندات (تقارير - إحصائيات - بيانات رسمية)	
٤	٠.٤٨٤	٠.٣٦٦	٣٦.٦	٤٥	ذكر الأسباب والنتائج	
١	٠.٣٥٥	٠.٨٥٤	٨٥.٤	١٠٥	شخصيات مسئولة	الاستشهاد بالمصادر الموثقة
٣	٠.٤٩٥	٠.٤١٥	٤١.٥	٥١	وقائع وأحداث	

تشير بيانات الجدول السابق إلى شكل الاستمالات المنطقية المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة والتي كانت كالتالي: (الاستشهاد بالمصادر - شخصيات مسئولة-) بنسبة (٨٥.٤) %، (المبررات الاجتماعية) بنسبة (٤٦.٣) %، (الاستشهاد بالمصادر - وقائع وأحداث-) بنسبة (٤١.٥) %، (ذكر الأسباب والنتائج) بنسبة (٣٦.٦) %، (مبررات اقتصادية) بنسبة (٢٣.٦) %، (تقديم مستندات) بنسبة (١٢.٢) %، (مبررات سياسية) بنسبة (٨.٩) %؛ وجاء ترتيب ورود الاستمالات المنطقية بطريقة فيها نوع من الواقعية فأخر ما يهتم به القارئ للاقتناع الجانب السياسي المحض دون مبررات أخرى مثل المبررات الاقتصادية والاجتماعية والمستندات والوثائق وذكر الأسباب والنتائج أو ما يترتب على تطبيق التمكين.

٩- عدد مشاهدات الفيديوهات التي تناولت تمكين المرأة من قبل الجمهور حسب القناة: جدول (١١) ويوضح عدد مشاهدات الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة من قبل الجمهور حسب القناة

عدد مشاهدات الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة من قبل الجمهور حسب القناة								
الاجمالي		قناة المصري		بوابة أخبار اليوم		قناة اليوم السابع		المقياس
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨٠.٠	٩٩	٧٥	١	١٠	١	٧٨.٠	٦	٥٠٠ مشاهدة فأقل
٩.٨	١٢	-	-	-	-	١٤.٠	١	أكثر من ٥٠٠ وحتى ١٠٠٠
٩.٨	١٢	٢٥	٦	-	-	٧.١	٦	أكثر من ١٠٠٠ مشاهدة
١٠٠	١٢	١٠	٢	١٠	١	١٠٠	٨	الاجمالي

كا^٢(١٤.١٧٧) درجة حرية (٤) مستوى المعنوية (٠.٠٠٠٧) دالة عند ٠.٠٠١

تشير قيمة (٢١) في الجدول السابق إلى تحقق الفرض البديل بوجود علاقة دالة بين متغيري القناة وعدد مشاهدات الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة والتي كانت (٨٠.٥%) من جملة الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة (٥٠٠ مشاهدة فأقل)، و(٩.٨%) من جملة الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة (أكثر من ٥٠٠ مشاهدة وحتى أقل من ١٠٠٠)، و(أكثر من ١٠٠٠ مشاهدة).
١٠- الوسائل التفاعلية المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة:

جدول رقم (١٢) ويوضح شكل الوسائل التفاعلية المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة

شكل الوسائل التفاعلية المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة					
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = ١٢٣		الوسائل التفاعلية
			%	ك	
١	٠.٤٢٦	٠.٧٦٤	٧٦.٤	٩٤	الإعجاب (يعجبني)
٢	٠.٤٨٦	٠.٣٧٤	٣٧.٤	٤٦	عدم الإعجاب (لا يعجبني)
٣	٠.٤٢١	٠.٢٢٨	٢٢.٨	٢٨	التعليقات

تشير بيانات الجدول السابق إلى شكل الوسائل التفاعلية المستخدمة في الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة والتي جاءت على رأسها (يعجبني) بنسبة (٧٦.٤%)، (لم يعجبني) بنسبة (٣٧.٤%)، ونسبة (٢٢.٨%) للتعليقات.

وتتوافق النتائج السابقة مع ما وصل إليه "مكميلان وهوانج" McMillan & Hawang في تحقق الاتصال التبادلي بين المرسل والمستقبل من خلال سيطرة المستخدم بالمشاركة النشطة للمستقبل، والزمن؛ والذي ظهر في السرعة التي يتم بها

استلام الرسالة، والسرعة التي يرسل بها الأفراد الرسائل، وسرعة الاستجابة وهي الاهتمام الرئيسي للمستخدمين والقائمين بالاتصال في الوسائل التفاعلية^(٣٠)؛ والتي عبرت عنها النتائج.

مناقشة فروض الشق التحليلي للدراسة:

الفرض الأول: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة - عينة الدراسة - على مقياس القوى الفاعلة حسب متغير القناة.

جدول رقم (١٣) ويوضح اختبار "ف" لمتغير القناة على مقياس القوى الفاعلة

القناة	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة f	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG
القوى الفاعلة	الخبراء	قناة اليوم	٨٤	٠.٢٣٨	١.٠١٧	١٢٢	٠.٣٦٥
		بوابة أخبار	١٥	٠.١٣٣			
		قناة المصري اليوم	٢٤	٠.٣٣٣			
	الجمهور	قناة اليوم	٨٤	٠.٢٦٢	٣.٥٤٢	١٢٢	٠.٠٣٢
		بوابة أخبار	١٥	٠.٦			
		قناة المصري اليوم	٢٤	٠.٢٩٢			
	المسؤولون	قناة اليوم	٨٤	٠.٩٢٩	٠.٠٢٤	١٢٢	٠.٩٧٦
		بوابة أخبار	١٥	٠.٩٣٣			
		قناة المصري اليوم	٢٤	٠.٩١٧			

تؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى عدم صحة الفرض بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فيديوهات الدراسة

على مقياس القوى الفاعلة (الخبراء) حسب القناة؛ حيث كانت قيمة ال "F" (١.٠١٧) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (٠.٠٥).

وتؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى عدم صحة الفرض بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فيديوهات الدراسة على مقياس القوى الفاعلة (المسؤولون) حسب القناة؛ حيث كانت قيمة ال "F" (٠.٠٢٤) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (٠.٠٥).

وتؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فيديوهات الدراسة على مقياس القوى الفاعلة (الجمهور) حسب القناة؛ حيث كانت قيمة ال "F" (٣.٥٤٢) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (٠.٠١)؛ ولتوضيح الفروق نستخدم اختبار "Post Hoc Tests(LSD)" في الجدول التالي:

جدول رقم (١٤) ويوضح اختبار "ف" (LSD) " لمتغير القناة على مقياس القوى الفاعلة

القناة	المجموعات	المقارنة بين المجموعتين	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة SIG
الجمهور	قناة اليوم السابع	بوابة أخبار اليوم	-٠.٣٣٨	٠.٠٠٩
		قناة المصري اليوم	-٠.٠٠٣	٠.٧٧٨
	بوابة أخبار اليوم	قناة المصري اليوم	٠.٣٠٨	٠.٠٤١

تشير البيانات في الجدول السابق إلى وجود فروق بين القنوات -مجتمع الدراسة - على مقياس استخدام الجمهور كقوى فاعلة كالتالي:

- وجود فروق بين قناة اليوم السابع وبوابة أخبار اليوم لصالح بوابة أخبار اليوم.
- عدم وجود فروق بين قناة اليوم السابع وقناة المصري اليوم.
- وجود فروق بين بوابة أخبار اليوم وقناة المصري اليوم لصالح بوابة أخبار اليوم.

الفرض الثاني: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفيديوهات التي تناولت قضية تمكين المرأة - عينة الدراسة - على مقياس التفاعل معها حسب متغير القناة. جدول رقم (١٥) ويوضح اختبار "ف" لمتغير القناة على مقياس القوى الفاعلة

القناة	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة f	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG
التفاعل مع الفيديوهات	المشاهدت	قناة اليوم	٨٤	١.٢٨٦	٠.٥٩٣	١٢٢	٠.٠٥٦
		بوابة أخبار	١٥	١	صفر		
		قناة المصري اليوم	٢٤	١.٥	٠.٨٨٥		
	الإعجاب	قناة اليوم	٨٤	٠.٧٣٨	٠.٤٤٢	١٢٢	٠.٢٦١
		بوابة أخبار	١٥	٠.٩٣٣	٠.٢٥٨		
		قناة المصري اليوم	٢٤	٠.٧٥	٠.٤٤٢		
	عدم الإعجاب	قناة اليوم	٨٤	٠.٤٠٤	٠.٤٩٤	١٢٢	٠.٥٤٣
		بوابة أخبار	١٥	٠.٢٦٧	٠.٤٥٨		
		قناة المصري اليوم	٢٤	٠.٣٣٣	٠.٤٨٢		

تؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى صحة الفرض بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فيديوهات الدراسة على

مقياس التفاعل بالمشاهدات حسب القناة؛ حيث كانت قيمة ال "F" (٢.٩٥٣) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (٠.٠٥).
وتؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق أيضاً إلى صحة الفرض بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فيديوهات الدراسة على مقياس التفاعل بالإعجاب حسب القناة؛ حيث كانت قيمة ال "F" (١.٣٦) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (٠.٠٥).
كما تؤكد نتائج تطبيق "F" ANOVA حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق أيضاً إلى صحة الفرض بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فيديوهات الدراسة على مقياس التفاعل بعدم الإعجاب حسب القناة؛ حيث كانت قيمة ال "F" (٠.٦١٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (٠.٠٥).

نتائج الشق الميداني من الدراسة:

١- المضامين التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها من خلال قنوات اليوتيوب:

جدول رقم (١٦) ويوضح المضامين التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها من خلال قنوات اليوتيوب

المضامين التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها من خلال قنوات اليوتيوب													
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	الكاي تربيع			الإجمالي ن = ٥١٩		أنثى ن = ٢٦٣		ذكر ن = ٢٥٦		المضمون	
			الدالة	درجة الحرية	القيمة	%	ك	%	ك	%	ك		
٢	٠.٥	٠.٥١٦	دالة	٠.٠٠٠	١	١٣.٣٦	٥١.٦	٢٦٨	٤٣.٧	١١٥	٥٩.٨	١٥٣	السياسية
٨	٠.٣١٣	٠.١١	غير دالة	٠.٥٤٣	١	٠.٠٠١	١١	٥٧	١١	٢٩	١٠.٩	٢٨	الأمنية
٥	٠.٤٤٤	٠.٢٧	دالة	٠.٠١٩	١	٤.٦٩	٢٧	١٤٠	٢٢.٨	٦٠	٣١.٣	٨٠	الاقتصادية
٧	٠.٣٥٢	٠.١٤٥	غير دالة	٠.٣٥٣	١	٠.٢٥١	١٤.٥	٧٥	١٣.٧	٣٦	١٥.٢	٣٩	الخدمية
١	٠.٤٩٣	٠.٥٨٤	دالة	٠.٠٠٠	١	١٦	٥٨.٤	٣٠٣	٦٦.٩	١٧٦	٤٩.٦	١٢٧	الاجتماعية
٤	٠.٤٥٨	٠.٣	غير دالة	٠.٠٦١	١	٢.٦٩	٢٩.٩	١٥٥	٢٦.٦	٧٠	٣٣.٢	٨٥	الدينية
٣	٠.٤٨٨	٠.٣٨٩	دالة	٠.٠٠٠	١	٦٣.٨٢	٣٨.٩	٢٠٢	٢٢.١	٥٨	٥٦.٣	١٤٤	الرياضية
٦	٠.٤٠٨	٠.٢١	غير دالة	٠.٠٠٠	١	٤٦.٨٨	٢١	١٠٩	٣٣.١	٨٧	٨.٦	٢٢	الفنية

تشير بيانات الجدول السابق إلى المضامين التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها والتي كانت: المضمون الاجتماعي، المضمون السياسي، المضمون الرياضي، المضمون الديني، المضمون الاقتصادي، المضمون الفني، المضمون الخدمي، وأخيراً المضمون الأمني.

وتسجل قيمة (كا^٢) تحقق الفرض البديل والذي يعني وجود علاقات بين كلا من متغير المضمون والنوع محققاً دلالة في كل من: المضمون السياسي، المضمون الاقتصادي، المضمون الاجتماعي، المضمون الرياضي؛ فيلاحظ تفوق الذكور في الاهتمام بكل من المضمون السياسي، المضمون الاقتصادي، والمضمون الرياضي ويعكس ذلك طبيعة الذكور في الاهتمام بمثل هذه المضامين ذات الأهمية للمجتمع والدولة - السياسي والاقتصادي- والاهتمام بجانب الرياضة وحب المغامرة. وتفوق الاناث على الذكور في الاهتمام بالمضمون الاجتماعي وهي نتيجة منطقية فالاناث يحبون متابعة القضايا الخاصة بحياة البشر وسيرهم والأحداث الانسانية أكثر من الذكور. ولم يحقق دلالة في كل من: المضمون الأمني، المضمون الخدمي، المضمون الديني، المضمون الفني؛ والذي يعكس عدم وجود فروق بين الذكور والاناث عينة الدراسة في درجة الاهتمام بمثل هذه الموضوعات والتي تحمل أهمية لكلا الجنسين. واختلفت نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة؛ ففي حين كانت المضامين الاجتماعية والسياسية في مقدمة الدراسة الحالية، تقدمت مضامين الترفيه والمرح والتواصل الاجتماعي في دراسة (Zeine Ghalla) (٣١).

٢- المدة الزمنية التي تستغرقها عينة الدراسة في متابعة قنوات اليوتيوب وفقاً لمتغير النوع:

جدول رقم (١٧) ويوضح المدة الزمنية التي تستغرقها عينة الدراسة في متابعة قنوات اليوتيوب وفقاً لمتغير النوع

النوع						المدة الزمنية
الإجمالي		أنثى		ذكر		
%	ك	%	ك	%	ك	
٧٦.١	٣٩٥	٧٧.٢	٢٠٣	٧٥	١٩٢	أقل من ساعة
١٩.٣	١٠٠	١٧.٩	٤٧	٢٠.٧	٥٣	من ساعة إلى ثلاث ساعات
٤.٦	٢٤	٤.٩	١٣	٤.٣	١١	أكثر من ثلاث ساعات
١٠٠	٥١٩	١٠٠	٢٦٣	١٠٠	٢٥٦	الإجمالي

كا^٢(٠.٧٣٩) درجة حرية (٢) مستوى المعنوية (٠.٦٩١) غير دالة عند ٠.٠٥. تشير بيانات الدراسة الموجودة في الجدول السابق إلى أن (٧٦.١)% من إجمالي عينة الدراسة يشاهدون قنوات اليوتيوب أقل من ساعة يومياً، (١٩.٣)% يشاهدونها من ساعة وحتى ثلاث ساعات يومياً، و(٤.٦)% يشاهدون أكثر من ثلاث ساعات؛ وأفادت قيمة (كا^٢) بعدم وجود علاقة بين متغيري الجدول مما يعني بعدم وجود فارق بين عينة الدراسة حسب النوع في كثافة مشاهدة هذه القنوات.

٣- أسباب مشاهدة عينة الدراسة لمقاطع الفيديو عبر قنوات اليوتيوب:

جدول رقم (١٨) ويوضح أسباب مشاهدة عينة الدراسة لمقاطع الفيديو عبر قنوات اليوتيوب.

أسباب استخدام عينة الدراسة لصحافة الفيديو عبر قنوات اليوتيوب									
الأسباب	أوافق		محايد		غير أوافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	%	ك	%	ك	%	ك			
تساعدني علي تذكر الحدث واسترجاعه.	٣٧٦	٧٢.٤	١٢٥	٢٤.١	١٨	٣.٥	٢.٦٩	٠.٥٣٢	٨٩.٧
تعرض الأحداث فور وقوعها.	٣٧٠	٧١.٣	١٢٨	٢٤.٧	٢١	٤	٢.٦٧	٠.٥٥	٨٩.١
تساعدني علي فهم ما يدور من قضايا وأحداث.	٣٣٧	٦٤.٩	١٥١	٢٩.١	٣١	٦	٢.٥٩	٠.٦٠٢	٨٦.٣
تعالج القضايا بمضامين مختلفة.	٣٢٣	٦٢.٢	١٥٧	٣٠.٣	٣٩	٧.٥	٢.٥٥	٠.٦٣٢	٨٤.٩
تتسم بالدقة في عرض تفاصيل الحدث.	٢٢٦	٤٣.٥	٢٤٥	٤٧.٢	٤٨	٩.٢	٢.٣٤	٠.٦٤١	٧٨.١
تساعدني في تشكيل رأيي تجاه القضايا.	٢١١	٤٠.٧	٢٣٣	٤٤.٩	٧٥	١٤.٥	٢.٢٦٢	٠.٦٩٥	٧٥.٤
تتمتع بالمصداقية في عرض الأحداث.	١٧٨	٣٤.٣	٢٧٠	٥٢	٧١	١٣.٧	٢.٢١	٠.٦٦٢	٧٣.٥
تعالج القضايا بصورة موضوعية ومهنية.	١١٢	٢١.٥	٢٨٨	٥٥.٥	١١٩	٢٢.٩	٢	٠.٦٦٨	٦٦.٢
جملة من سئلوا	٥١٩								

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب مشاهدة عينة الدراسة لمقاطع الفيديو عبر قنوات اليوتيوب والتي كانت كالتالي:

تساعدني علي تذكر الحدث واسترجاعه بنسبة (٨٩.٧) %، تعرض الأحداث فور وقوعها بنسبة (٨٩.١) %، تساعدني علي فهم ما يدور من قضايا وأحداث بنسبة (٨٦.٣) %، تعالج القضايا بمضامين مختلفة بنسبة (٨٤.٩) %، تتسم بالدقة في عرض تفاصيل الحدث بنسبة (٧٨.١) %، تساعدني في تشكيل رأيي تجاه القضايا بنسبة (٧٥.٤) %، تتمتع بالمصادقية في عرض الأحداث بنسبة (٧٣.٥) %، تعالج القضايا بصورة موضوعية ومهنية بنسبة (٦٦.٢) %.

وهي نتائج منطقية؛ فقد لاحظ الباحث أن الفيديوهات الموجودة على اليوتيوب لها دور فعال وحيوي لدى المشاهدين وخصوصاً الشباب وهو أثبتته نتائج الدراسة من سهولة وسرعة الحصول على الفيديوهات وإمكانية المشاهدة والإسترجاع أكثر من مره.

٤- درجة متابعة عينة الدراسة لقضية التمكين للمرأة عبر قنوات اليوتيوب:

جدول رقم (١٩) ويوضح درجة متابعة عينة الدراسة لقضية التمكين للمرأة عبر موقع

اليوتيوب وفقاً لمتغير النوع

النوع						درجة المتابعة
الإجمالي		أنثى		ذكر		
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٦.٨	١٩١	٣٢.٣	٨٥	٤١.١	١٠٦	نادرًا
٤٣.٧	٢٢٧	٤٤.٩	١١٩	٤٢.٦	١٠٩	أحيانًا
١٩.٥	١٠١	٢٢.٨	٦٠	١٦	٤١	دائمًا
١٠٠	٥١٩	١٠٠	٢٦٣	١٠٠	٢٥٦	الإجمالي

كا^٢(٦.١٤٧) درجة حرية (٢) مستوى المعنوية (٠.٠٤٦) دالة عند ٠.٠٥

تشير بيانات الجدول السابق أن (٤٣.٧) % أحيانًا ما يتابعوا قضية التمكين للمرأة، ويتابعها (٣٦.٨) % نادرًا، و(١٩.٥) % يتابعونها دائمًا؛ علمًا بأن قيمة الكاي

تناول قنوات اليوتيوب لقضية تمكين المرأة وعلاقته بوعي الشباب بها مصطفى محمود زيدان

تربيع غير دالة مما يعني تساوي درجات الذكور والإناث على مقياس متابعة القضية -موضوع الدراسة- ويعكس الإهتمام المجتمعي بالقضية لاسيما بعد أن أصبحت توجه رئاسي.

٥- أكثر القنوات في موقع اليوتيوب التي تتابع من خلالها عينة الدراسة تمكين المرأة:

جدول رقم (٢٠) ويوضح أكثر القنوات في موقع اليوتيوب التي تتابع من خلالها عينة الدراسة تمكين المرأة

أكثر القنوات في موقع اليوتيوب التي تتابع من خلالها عينة الدراسة تمكين المرأة					
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	ن = ٥١٩		القناة
			%	ك	
١	٠.٤٢٦	٠.٧٦٣	٧٦.٣	٣٩٦	اليوم السابع
٤	٠.٤١٨	٠.٢٢٥	٢٢.٥	١١٧	أخبار اليوم
٢	٠.٥	٠.٤٩٧	٤٩.٧	٢٥٨	المصري اليوم
٣	٠.٤٤٥	٠.٢٧٢	٢٧.٢	١٤١	الوطن
٥	٠.٤٠٤	٠.٢٠٦	٢٠.٦	١٠٧	الأهرام

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر القنوات في موقع اليوتيوب التي تتابع من خلالها عينة الدراسة قضية تمكين المرأة والتي كانت اليوم السابع بمتوسط (٠.٧٦٣)، المصري اليوم بمتوسط (٠.٤٩٧)، الوطن بمتوسط (٠.٢٧٢)، أخبار اليوم بمتوسط (٠.٤١٨)، والأهرام بمتوسط (٠.٢٠٦).

٦- تفاعل عينة الدراسة مع الفيديوهات على قنوات اليوتيوب:

جدول رقم (٢١) ويوضح تفاعل عينة الدراسة مع الفيديوهات على قنوات اليوتيوب وفقاً لمتغير النوع

النوع						التفاعل
الإجمالي		أنثى		ذكر		
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٤.٢	٣٣٣	٦٢.٧	١٦٥	٦٥.٦	١٦٨	أشاهد الفيديو بدقة ثم أضيف تعليقي عليه
٢٤.١	١٢٥	٢٤.٧	٦٥	٢٣.٤	٦٠	أقرأ التعليقات المنشورة أولاً ثم أعلق على موضوع الفيديو
٧.١	٣٧	٧.٢	١٩	٧	١٨	أعلق على الفيديو ولا أهتم بالتعليقات الأخرى
٤.٦	٢٤	٥.٣	١٤	٣.٩	١٠	أعلق أولاً ثم أطلع علي بقية التعليقات علي الفيديو
١٠٠	٥١٩	١٠٠	٢٦٣	١٠٠	٢٥٦	الإجمالي

كا = (٠.٨٢٦) درجة حرية (٣) مستوى المعنوية (٠.٨٤٣) غير دالة عند ٠.٠٥ تشير بيانات الجدول إلى أن (٦٤.٢)% يشاهدوا الفيديو بدقة ثم يضيفوا تعليقاتهم، (٢٤.١)% يقرأوا التعليقات المنشورة أولاً ثم يعلق على الموضوع، و(٧.١)% يعلقوا على الفيديوهات غير مهتمين بالتعليقات الأخرى، و(٤.٦)% فقط يطلعون على التعليقات بعد ما يعلقوا.

٧- أشكال التفاعلية التي تقوم بها عينة الدراسة علي الفيديوهات التي تناولت التمكين السياسي للمرأة:

جدول رقم (٢٢) ويوضح أشكال التفاعلية التي تقوم بها عينة الدراسة علي الفيديوهات التي تناولت التمكين السياسي للمرأة

أشكال التفاعلية التي تقوم بها عينة الدراسة علي الفيديوهات التي تناولت التمكين السياسي للمرأة									
الوزن المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٢.٥	٠.٧٠٧	٢.١٨	١٧.٧	٩٢	٤٧	٢٤٤	٣٥.٣	١٨٣	أكتفي بمشاهدة الفيديو فقط.
٦٩.٤	٠.٧٤٢	٢.٠٨	٢٣.٧	١٢٣	٤٤.٣	٢٣٠	٣٢	١٦٦	أقوم بالضغط على علامة (الإعجاب) الخاصة بالفيديو
٦٢.٨	٠.٧٨	١.٨٨	٣٦.٨	١٩١	٣٨	١٩٧	٢٥.٢	١٣١	أبحث في أرشيف القناة عن فيديوهات أخرى لتمكين المرأة
٦٠.٤	٠.٧٧	١.٨١	٤٠.٧	٢١١	٣٧.٤	١٩٤	٢٢	١١٤	أقوم بكتابة تعليق للتعبير عن رأيي نحو تمكين المرأة
٦٠.١	٠.٧٣٥	١.٠٨	٣٨.٧	٢٠١	٤٢.٢	٢١٩	١٩.١	٩٩	أشارك الفيديو علي شبكات التواصل الاجتماعي مثل (الفايس بوك وتويتر)
٥٨.٥	٠.٧٢٥	١.٧٦	٤١.٤	٢١٥	٤١.٦	٢١٦	١٧	٨٨	أقوم بالضغط على علامة (عدم الإعجاب) الخاصة بالفيديو
٥٨.٤	٠.٧٤٦	١.٧٥	٤٣.٢	٢٢٤	٣٨.٣	١٩٩	١٨.٥	٩٦	أعطي معلومة لدي الموضوع في المكان المخصص للتعليقات.
٥٨.٢	٠.٧٤١	١.٧٥	٤٣.٤	٢٢٥	٣٨.٧	٢٠١	١٧.٩	٩٣	أحفظ الفيديو في قائمة المشاهدة لاحقاً.
٥٣.٤	٠.٧٢	١.٦٠	٥٣.٦	٢٧٨	٣٢.٦	١٦٩	١٣.٩	٧٢	أقوم بتحميل الفيديو علي الجهاز الخاص بي .
٥٢.٩	٠.٧٢٧	١.٥٩	٥٥.٥	٢٨٨	٣٠.٣	١٥٧	١٤.٣	٧٤	أرد علي تعليقات المعطين علي الفيديو.
٤٩.٥	٠.٦٨٣	١.٤٩	٦٢.٢	٣٢٣	٢٧	١٤٠	١٠.٨	٥٦	أضيف ترجمة وشرح إلي لغات أخرى لمضمون الفيديو من الإعدادات.
٥١٩									جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أشكال التفاعلية التي تقوم بها عينة الدراسة علي الفيديوهات التي تناولت التمكين السياسي للمرأة والتي كانت: (أكتفي بمشاهدة الفيديو فقط) بنسبة (٧٢.٥)٪، (أقوم بالضغط على علامة الإعجاب) الخاصة بالفيديو بنسبة (٦٩.٤)٪، (أبحث في أرشيف القناة عن فيديوهات أخرى لتمكين المرأة) بنسبة (٦٢.٨)٪، (أقوم بكتابة تعليق للتعبير عن رأيي نحو تمكين المرأة) بنسبة (٦٠.٤)٪، (أشارك الفيديو علي شبكات التواصل الاجتماعي مثل (الفييس بوك وتويتر)) بنسبة (٦٠.١)٪، (أقوم بالضغط على علامة (عدم الإعجاب) الخاصة بالفيديو) بنسبة (٥٨.٥)٪، (أعطي معلومة لدي الموضوع في المكان المخصص للتعليقات) بنسبة (٥٨.٤)٪، (أحفظ الفيديو في قائمة المشاهدة لاحقاً) بنسبة (٥٨.٢)٪، (أقوم بتحميل الفيديو علي الجهاز الخاص بي) بنسبة (٥٣.٤)٪، (أرد علي تعليقات المعلقين علي الفيديو) بنسبة (٥٢.٩)٪، (أضيف ترجمة وشرح إلي لغات أخرى لمضمون الفيديو من الإعدادات) بنسبة (٤٩.٥)٪.

٨- مساهمة قراءة التعليقات المنشورة علي الفيديوهات في زيادة معرفة عينة الدراسة بقضية تمكين المرأة:

جدول رقم (٢٣) ويوضح مساهمة قراءة التعليقات المنشورة علي الفيديوهات في زيادة معرفة عينة الدراسة بقضية تمكين المرأة وفقاً لمتغير النوع

النوع						المساهمة
الإجمالي		أنثى		ذكر		
ك	%	ك	%	ك	%	
٤٧٣	٩١.١	٢٤١	٩١.٦	٢٣٢	٩٠.٦	تسهم
٤٦	٨.٩	٢٢	٨.٤	٢٤	٩.٤	لا تسهم
٥١٩	١٠٠	٢٦٣	١٠٠	٢٥٦	١٠٠	الإجمالي

كا^٢ = (٠.١٦٤) درجة حرية (١) مستوى المعنوية (٠.٤٠١) غير دالة عند ٠.٠٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيمة الكاي تربيع غير دالة مما يعني تحقق الفرض الصفري وعدم وجود علاقة بين متغير مساهمة قراءة التعليقات المنشورة علي الفيديوهات في زيادة معرفة عينة الدراسة بقضية تمكين المرأة ومتغير النوع؛ ويفسر بعدم وجود فروق بين الذكور والاناث على المقياس المذكور. وقد أفاد (٩١.١)% من عينة الدراسة أن قراءة التعليقات المنشورة علي الفيديوهات تسهم في زيادة معرفة عينة الدراسة بقضية تمكين المرأة، وقرر (٨.٩)% بأنها لا تسهم؛ وتقاربت نسب الذكور والاناث في الخيارين مما يؤكد اختبار الكاي تربيع السابق.

٩- درجة مساهمة قراءة التعليقات المنشورة علي الفيديوهات في زيادة معرفة عينة الدراسة بقضية تمكين المرأة

جدول رقم (٢٤) ويوضح درجة مساهمة قراءة التعليقات المنشورة علي الفيديوهات في زيادة معرفة عينة الدراسة بقضية تمكين المرأة وفقاً لمتغير النوع

النوع						درجة المساهمة
الإجمالي		أنثى		ذكر		
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٤.٢	١٦٢	٣٥.٣	٨٥	٣٣.٢	٧٧	تسهم بشكل كبير
٥٥.٦	٢٦٣	٥٢.٣	١٢٦	٥٩.١	١٣٧	تسهم بشكل متوسط
١٠.١	٤٨	١٢.٤	٣٠	٧.٨	١٨	تسهم بشكل ضعيف
١٠٠	٤٧٣	١٠٠	٢٤١	١٠٠	٢٣٢	الإجمالي

ك٢ = (٣.٦٨٥) درجة حرية (٢) مستوى المعنوية (٠.١٥٨) غير دالة عند ٠.٠٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيمة الكاي تربيع غير دالة مما يعني تحقق الفرض الصفري وعدم وجود علاقة بين متغير درجة مساهمة قراءة التعليقات المنشورة علي الفيديوهات في زيادة معرفة عينة الدراسة بقضية تمكين المرأة ومتغير النوع؛ ويفسر بعدم وجود فروق بين الذكور والإناث على المقياس المذكور. وقد أفاد (٥٥.٦%) من عينة الدراسة -الذين أقروا بالمساهمة- أن قراءة التعليقات المنشورة علي الفيديوهات تسهم في زيادة معرفتهم بقضية تمكين المرأة بشكل متوسط، وأفاد (٣٤.٢%) أن قراءة التعليقات المنشورة علي الفيديوهات تسهم في زيادة معرفتهم بشكل كبير، كما أكد (١٠.١%) أن قراءة التعليقات المنشورة علي الفيديوهات تسهم في زيادة معرفتهم بشكل ضعيف.

١٠ - مساهمة المضامين المطروحة في الفيديوهات في تغيير المفاهيم عن قضية تمكين المرأة

جدول رقم (٢٥) ويوضح مساهمة المضامين المطروحة في الفيديوهات في تغيير مفاهيم عينة الدراسة عن قضية تمكين المرأة وفقاً لمتغير النوع

النوع						المساهمة
الإجمالي		أنثى		ذكر		
%	ك	%	ك	%	ك	
٩١.٧	٤٧٦	٩١.٣	٢٤٠	٩٢.٢	٢٣٦	تسهم
٨.٣	٤٣	٨.٧	٢٣	٧.٨	٢٠	لا تسهم
١٠٠	٥١٩	١٠٠	٢٦٣	١٠٠	٢٥٦	الإجمالي

كا^٢ = (٠.١٤٩) درجة حرية (١) مستوى المعنوية (٠.٤١١) غير دالة عند ٠.٠٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى بيان مساهمة المضامين المطروحة في الفيديوهات في تغيير مفاهيم عينة الدراسة عن قضية تمكين المرأة وقد أكد على ذلك (٩١.٧%) من عينة الدراسة مقابل (٨.٣%) من عينة الدراسة قالوا أنها لا تسهم؛ مع العلم بتحقق الفرض الصفري لاختبار الكاي تربيع وذلك بعدم وجود علاقة بين متغيري الجدول وعدم وجود فروق بين الذكور والاناث على مقياس المساهمة.

١١- درجة مساهمة مضامين الفيديوهات في تغيير مفاهيم عينة الدراسة عن قضية تمكين المرأة:

جدول رقم (٢٦) ويوضح درجة مساهمة مضامين الفيديوهات في تغيير المفاهيم عن قضية تمكين المرأة وفقاً لمتغير النوع

النوع						درجة المساهمة
الإجمالي		أنثى		ذكر		
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٧.٥	١٣١	٢٧.٩	٦٧	٢٧.١	٦٤	تسهم بشكل كبير
٥٦.٧	٢٧٠	٥٨.٨	١٤١	٥٤.٧	١٢٩	تسهم بشكل متوسط
١٥.٨	٧٥	١٣.٣	٣٢	١٨.٢	٤٣	تسهم بشكل ضعيف
١٠٠	٤٧٦	١٠٠	٢٤٠	١٠٠	٢٣٦	الإجمالي

$\chi^2 = (2.182)$ درجة حرية (٢) مستوى المعنوية (٠.٣٣٦) غير دالة عند ٠.٠٥. تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيمة الكاي تربيع غير دالة مما يعني تحقق الفرض الصفري وعدم وجود علاقة بين متغير درجة مساهمة مضامين الفيديوهات في تغيير مفاهيم عينة الدراسة عن قضية تمكين المرأة ومتغير النوع؛ ويفسر بعدم وجود فروق بين الذكور والاناث على المقياس المذكور.

وقد أفاد (٥٦.٧%) من عينة الدراسة -الذين أقروا بالمساهمة- أن مضامين

الفيديوهات تسهم في تغيير مفاهيمهم عن قضية تمكين المرأة بشكل متوسط، وأفاد (٢٧.٥%) أن مضامين الفيديوهات تسهم في تغيير مفاهيمهم بشكل كبير، كما أكد (١٥.٨%) أن مضامين الفيديوهات تسهم في تغيير مفاهيمهم بشكل ضعيف.

١٢- مساهمة قنوات اليوتيوب في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى عينة الدراسة عن قضية التمكين للمرأة:

جدول رقم (٢٧) ويوضح مساهمة قنوات اليوتيوب في تشكيل الوعي الاجتماعي عن قضية التمكين للمرأة

مساهمة قنوات اليوتيوب في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى عينة الدراسة عن قضية التمكين للمرأة									
الوزن المنوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		عبارات الوعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٣.١	٠.٤٦٨	٢.٧٩	٢.٧	١٤	١٥.٤	٨٠	٨١.٩	٤٢٥	قامت نبيلة مكرم وزيرة الهجرة بدور فعال في تسهيل إجراءات الانتخابات للمواطنين المصريين بالخارج.
٩٢.٢	٠.٤٧٩	٢.٧٧	٢.٥	١٣	١٨.٣	٩٥	٧٩.٢	٤١١	هناك بوادر باثبات المرأة ذاتها في تطوير القطاعات التي تولت قيادتها
٧٩.٢	٠.٧١٩	٢.٣٨	١٤.١	٧٣	٣٤.٣	١٧٨	٥١.٦	٢٦٨	تتضمن حكومة المهندس شريف إسماعيل ست وزارات يتقلدها سيدات.
٧٢.٥	٠.٧٨٥	٢.١٨	٢٣.٥	١٢٢	٣٥.٥	١٨٤	٤١	٢١٣	لا أمانع من أن أعطي صوتي للمرأة عند التصويت في الانتخابات.
٧١.٩	٠.٦٩٨	٢.١٦	١٧.٧	٩٢	٤٨.٩	٢٥٤	٣٣.٣	١٧٣	رانيا المشاط هي المستشار الإقتصادي لصندوق النقد الدولي قبل توليها منصب وزيرة السياحة.
٦٥.٨	٠.٦٥٢	٢.٠٩	١٧.١	٨٩	٥٦	٢٦٥	٢٦	١٣٥	قامت الوزيرات الحاليات بدور فعال في حث المواطنين علي المشاركة المجتمعية في السياسة والتطوير.
٥١٩									جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق والذي يحتوي على عبارات تعبر عن مساهمة الفيديوهات موضوع الدراسة في تنمية وعي عينة الدراسة إلى الترتيب التالي للفقرات (قامت نبيلة مكرم وزيرة الهجرة بدور فعال في تسهيل إجراءات الانتخابات للمواطنين المصريين بالخارج) بنسبة (٩٣.١) %، (هناك بواصر باثبات المرأة ذاتها في تطوير القطاعات التي تولت قيادتها) بنسبة (٩٢.٢) %، (تتضمن حكومة دولة الرئيس المهندس شريف إسماعيل ست وزارات يتقلدها سيدات) بنسبة (٧٩.٢) %، (لا أمانع من أن أعطي صوتي للمرأة عند التصويت في الانتخابات) بنسبة (٧٢.٥) %، (رانيا المشاط هي المستشار الاقتصادي لصندوق النقد الدولي قبل توليها منصب وزيرة السياحة) بنسبة (٧١.٩) %، (قامت الوزيرات الحاليات بدور فعال في حث المواطنين علي المشاركة المجتمعية في السياسة والتطوير) بنسبة (٦٥.٨) %.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (S. Kadeswaran, D. Brindha, R. Jayaseelan)؛ والذي أثبتت أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم بامداد الأفراد بالمعلومات والبيانات (الوعي) ^(٣٢).

مناقشة فروض الشق الميداني من الدراسة:

الفرض الأول: يوجد فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة على مقياس التعرض لفيديوهات قنوات اليوتيوب حسب متغيرات (النوع-السن-محافظة الإقامة) أولاً: الفروق حسب متغير النوع:

جدول رقم (٢٨) ويوضح اختبار "ت" للنوع على مقياس التعرض للفيديوهات

التعرض للفيديوهات	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG
النوع	ذكر	٢٥٦	١.٧٦	٠.٥٢٨	٥.٤٩	٥١٨	٠.٠٠٠
	أنثى	٢٦٣	١.٦٣	٠.٥٦١			

تشير نتائج تطبيق "ت" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس التعرض للفيديوهات، حيث كانت قيمة الـ "ت" (٥.٤٩) وهي قيمة دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (٠.٠١) لصالح الذكور.

ثانيًا: الفروق حسب متغير السن:

جدول رقم (٢٩) ويوضح اختبار "ف" للسن على مقياس مقياس التعرض

للفيديوهات

التعرض للفيديوهات	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ف"	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG
السن	من ١٨ إلى أقل من ٢٥	١٩٨	١.٦٧٩	٠.٥٤٢	٠.١٥٢	٥١٨	٠.٨٥٩
	من ٢٥ إلى أقل من ٣٠	٢١٣	١.٧٠٩	٠.٥٨٣			
	من ٣٠ إلى ٣٥	١٠٨	١.٧	٠.٤٨٨			
غير دالة							

تشير قيمة "ف" إلى عدم تحقق الفرض في هذه الجزئية بعدم وجود فروق دلالة إحصائية على مقياس التعرض للفيديوهات، حيث كانت قيمة "ف" (٠.١٥٢) وهي قيمة غير دلالة إحصائية عند (٠.٠٥).

تناول قنوات اليوتيوب لقضية تمكين المرأة وعلاقته بوعي الشباب بها مصطفى محمود زيدان

ثالثاً: الفروق حسب متغير المحافظة:

جدول رقم (٣٠) ويوضح اختبار "ف" لإقليم الإقامة على مقياس مقياس التعرض للفيديوهات

التعرض للفيديوهات	المجموعات	العدد	المتوسط	الإنحراف المعياري	قيمة "ف"	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG
الأقاليم	إقليم الصعيد (بني سويف)	١٣٠	١.٧٠٤	٠.٥٤٥	٥.١٢٤	٥١٨	٠.٠٠٢
	إقليم الدلتا (الدقهلية)	١٢٨	١.٦٢١	٠.٥١٦			
	إقليم الاسكندرية (محافظة الاسكندرية)	١٣٠	١.٦١٢	٠.٥٧٨			
	إقليم القاهرة (محافظة القاهرة)	١٣١	١.٨٤٤	٠.٥٢٣			
	دالة عند						٠.٠٠١

تشير قيمة "ف" إلى تحقق الفرض في هذه الجزئية بوجود فروق دالة إحصائية على مقياس التعرض للفيديوهات حسب متغير إقليم الإقامة، حيث كانت قيمة "ف" (٠.١٥٢) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند (٠.٠٠١)؛ يوضحها اختبار (LSD) الجدول التالي:

جدول رقم (٣١) ويوضح نتائج اختبار "ف" (LSD) إقليم الإقامة على مقياس
مقياس التعرض للفيديوهات

التعرض للفيديوهات	المجموعات	المقارنة بين المجموعتين	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة SIG
الأقليم	إقليم الصعيد (بني سويف)	إقليم الدلتا (الدقهلية)	٠.٠٨٢٨	٠.٢٢ غير دالة
		إقليم الاسكندرية (محافظة الاسكندرية)	٠.٠٩٢٣	٠.١٧ غير دالة
		إقليم القاهرة (محافظة القاهرة)	٠.١٤-	دالة عند ٠.٠٥
	إقليم الدلتا (الدقهلية)	إقليم الاسكندرية (محافظة الاسكندرية)	٠.٠١	٠.٨٨٧ غير دالة
		إقليم القاهرة (محافظة القاهرة)	٠.٢٢٢-	دالة عند ٠.٠١
		إقليم الاسكندرية (محافظة الاسكندرية)	٠.٢٣٢-	دالة عند ٠.٠١

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نتائج تطبيق اختبار "Post Hoc (LSD) Tests" تشير إلى صحة الفرض على النحو التالي:

- عدم وجود فروق بين الشباب عينة الدراسة على مقياس التعرض للفيديوهات بين إقليم (الصعيد) وإقليم (الدلتا)، وبين إقليم (الصعيد) وإقليم (الاسكندرية)، وبين إقليم (الدلتا) وإقليم (الاسكندرية).
- وجود فروق بين الشباب عينة الدراسة على مقياس التعرض للفيديوهات بين إقليم (الصعيد) وإقليم (القاهرة)، لصالح عينة الدراسة في إقليم (القاهرة).
- وجود فروق بين الشباب عينة الدراسة على مقياس التعرض للفيديوهات بين إقليم (الدلتا) وإقليم (القاهرة)، لصالح عينة الدراسة في إقليم (القاهرة).

- وجود فروق بين الشباب عينة الدراسة على مقياس التعرض للفيديوهات بين اقليم (الاسكندرية) واقليم (القاهرة)، لصالح عينة الدراسة في اقليم (القاهرة).

الفرض الثاني: يوجد فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة على مقياس الوعي بقضية تمكين المرأة حسب متغيرات (النوع-السن-محافظة الإقامة)
أولاً: الفروق حسب متغير النوع:

جدول رقم (٣٢) ويوضح اختبار "ت" للنوع على مقياس الوعي بقضية تمكين المرأة

القضايا	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG
الوعي	ذكر	٢٥٦	٢.٤٠١	٠.٣٩	٣١.٩٧٩	٥١٨	٠.٠٠٠٠
	أنثى	٢٦٣	٢.٣٨٤	٠.٣٥٥			

تشير نتائج تطبيق "ت" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس الوعي بقضية تمكين المرأة، حيث كانت قيمة ال "ت" (٣١.٩٧٩) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (٠.٠٠١) لصالح الذكور.

ثانياً: الفروق حسب متغير السن:

جدول رقم (٣٣) ويوضح اختبار "ف" للسن على مقياس الوعي بقضية التمكين للمرأة

التمكين للمرأة	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ف"	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG
السن	من ١٨ إلى أقل من ٢٥	١٩٨	٢.٤٠٥	٠.٣٨٢	٤.٢٠٨	٥١٨	٠.٠٠١٥
	من ٢٥ إلى أقل من ٣٠	٢١٣	٢.٤٢٦	٠.٣٦٣			
	من ٣٠ إلى ٣٥	١٠٨	٢.٣٠٢	٠.٣٦١			

تشير قيمة "ف" إلى وجود فروق دالة إحصائية على مقياس الوعي بقضية التمكين للمرأة، حيث كانت قيمة "ف" (٤.٢٠٨) وهي قيمة دالة إحصائياً عند ٠.٠٥؛ يوضحها اختبار "LSD" التالي:

جدول رقم (٣٤) ويوضح نتائج اختبار "ف" (LSD) للسن على مقياس الوعي بقضية التمكين للمرأة

مستوى الدلالة SIG		الفرق بين المتوسطين	المقارنة بين المجموعتين	المجموعات	الوعي بقضية التمكين للمرأة
غير دالة	٠.٥٥٣	٠.٠٢١٧-	من ٢٥ إلى أقل من ٣٠	من ١٨ إلى	السن
دالة عند ٠.٠٥	٠.٠٢١	٠.١٠٢٣	من ٣٠ إلى ٣٥	أقل من ٢٥	
دالة عند ٠.٠١	٠.٠٠٥	٠.١٢٤١	من ٣٥ إلى ٣٠	من ٢٥ إلى أقل من ٣٠	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نتائج تطبيق اختبار "Post Hoc (LSD)"

"Tests" تشير إلى صحة الفرض على النحو التالي:

- عدم وجود فروق بين الشباب عينة الدراسة على مقياس الوعي بقضية التمكين للمرأة في السن (من ١٨ إلى أقل من ٢٥) و السن (من ٢٥ إلى أقل من ٣٠).
- وجود فروق بين الشباب عينة الدراسة على مقياس الوعي بقضية التمكين للمرأة في السن (من ١٨ إلى أقل من ٢٥) و السن (من ٣٠ إلى ٣٥)؛ لصالح الشباب في السن (من ١٨ إلى أقل من ٢٥).
- وجود فروق بين الشباب عينة الدراسة على مقياس الوعي بقضية التمكين للمرأة في السن (من ٢٥ إلى أقل من ٣٠) و السن (من ٣٠ إلى أقل من ٣٥)، لصالح الشباب في السن (من ٢٥ إلى أقل من ٣٠).

ثالثاً: الفروق حسب متغير المحافظة:

جدول رقم (٣٥) ويوضح اختبار "ف" لإقليم الإقامة على مقياس الوعي بقضية تمكين المرأة

الوعي بقضية تمكين المرأة	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ف"	درجة الحرية	مستوى الدلالة SIG
الإقليم	إقليم الصعيد (بني سويف)	١٣٠	٢.٣٥	٠.٤١٣	٢.٨٧	٥١٨	٠.٠٣٦
	إقليم الدلتا (الدقهلية)	١٢٨	٢.٤٧	٠.٣٤٧			
	إقليم الاسكندرية (محافظة الاسكندرية)	١٣٠	٢.٤	٠.٣٢٩			
	إقليم القاهرة (محافظة القاهرة)	١٣١	٢.٣٥	٠.٣٨٦			
							دالة عند ٠.٠٥

تشير قيمة "ف" إلى تحقق الفرض في هذه الجزئية بوجود فروق دالة إحصائية على مقياس الوعي بقضية تمكين المرأة حسب متغير إقليم الإقامة، حيث كانت قيمة "ف" (٢.٨٧) وهي قيمة دالة إحصائياً عند (٠.٠٥)؛ يوضحها اختبار (LSD) الجدول التالي:

جدول رقم (٣٦) ويوضح نتائج اختبار "ف" (LSD) إقليم الإقامة على مقياس
مقياس الوعي بقضية تمكين المرأة

مستوى الدلالة SIG		الفرق بين المتوسطين	المقارنة بين المجموعتين	المجموعات	الوعي بقضية تمكين المرأة
دالة عند ٠.٠٥	٠.٠١٦	٠.١١١-	إقليم الدلتا (الدقهلية)	اقليم الصعيد (بني سويف)	الاقليم
غير دالة	٠.٢٧١	٠.٠٥١-	اقليم الاسكندرية (محافظة الاسكندرية)		
غير دالة	٠.٨٥٢	٠.٠٠٨٦	اقليم القاهرة (محافظة القاهرة)		
غير دالة	٠.١٨٩	٠.٠٦١	اقليم الاسكندرية (محافظة الاسكندرية)	إقليم الدلتا (الدقهلية)	
دالة عند ٠.٠١	٠.٠٠٩	٠.١٢	اقليم القاهرة (محافظة القاهرة)	اقليم الاسكندرية (محافظة الاسكندرية)	
غير دالة	٠.١٩٧	٠.٠٥٩	اقليم القاهرة (محافظة القاهرة)		

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نتائج تطبيق اختبار "Post Hoc (LSD)"

"Tests" تشير إلى صحة الفرض على النحو التالي:

- عدم وجود فروق بين الشباب عينة الدراسة على مقياس الوعي بقضية تمكين المرأة بين اقليم (الصعيد) و اقليم (الاسكندرية)، و اقليم (الصعيد) و اقليم (القاهرة)، و بين اقليم (الدلتا) و اقليم (الاسكندرية)، و بين اقليم (الاسكندرية) و اقليم (القاهرة)
- وجود فروق بين الشباب عينة الدراسة على مقياس الوعي بقضية تمكين المرأة بين اقليم (الصعيد) و اقليم (الدلتا)، لصالح عينة الدراسة في اقليم (الدلتا).
- وجود فروق بين الشباب عينة الدراسة على مقياس الوعي بقضية تمكين المرأة بين اقليم (الدقهلية) و اقليم (القاهرة)، لصالح عينة الدراسة في اقليم (الدقهلية).

خاتمة الدراسة (موجز النتائج والتوصيات)

أولاً: موجز النتائج:

سجلت نتائج الدراسة المتوسطة الحاسوبية للقنوات -مجتمع الدراسة- على مقياس زمن الفيديوهات التي تناولت تمكين المرأة وكانت في مقدمتها بوابة أخبار اليوم، قناة اليوم السابع، وقناة المصري اليوم، وتؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فيديوهات الدراسة على مقياس القوى الفاعلة (الجمهور) حسب القناة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فيديوهات الدراسة حسب القناة على مقياس القوى الفاعلة (الخبراء) و(المسئولون)، التفاعل بالمشاهدات والإعجاب وعدم الإعجاب، وتركز هدف المعالجة الإعلامية في (الإخبار وامتداد الجمهور بالمعلومات)، (الشرح والتفسير)، (التوجيه والإرشاد)، و(تبرير المواقف)، وتركز نوع الاستمالات المستخدمة في استمالات عقلية، الجمع بين الاستمالات العاطفية والعقلية، الاستمالات المنطقية. وتشير النتائج أيضاً إلى وجود فروق دالة إحصائية على مقياسي التعرض للفيديوهات والوعي بقضية تمكين المرأة حسب متغير اقليم الإقامة، ووجود فروق بين الذكور والإناث على مقياس التعرض للفيديوهات، ومقياس الوعي بقضية تمكين المرأة لصالح الذكور. وكانت المضامين المفضلة: المضمون الاجتماعي، المضمون السياسي، المضمون الرياضي، المضمون الديني، المضمون الاقتصادي، المضمون الفني، المضمون الخدمي، وأخيراً المضمون الأمني، وتركزت أسباب مشاهدة قنوات اليوتيوب: تساعدني علي تذكر الحدث واسترجاعه، تعرض الأحداث فور وقوعها، تساعدني علي فهم ما يدور من قضايا وأحداث، تعالج القضايا بمضامين مختلفة، تتسم بالدقة في عرض تفاصيل الحدث، تساعدني في تشكيل رأيي تجاه القضايا، تتمتع بالمصداقية في عرض الأحداث، تعالج القضايا بصورة موضوعية ومهنية، ترتيب القنوات في متابعة قضية تمكين المرأة اليوم السابع المصري اليوم، الوطن، أخبار اليوم، والأهرام، وتفاعلت العينة مع الفيديوهات التي تناولت التمكين السياسي للمرأة: (أكتفي بمشاهدة الفيديو فقط.)، (اقوم بالضغط على علامة (الإعجاب)

الخاصة بالفيديو)، (أبحث في أرشيف القناة عن فيديوهات أخرى لتمكين المرأة)، (أقوم بكتابة تعليق للتعبير عن رأيي نحو تمكين المرأة)، (أشارك الفيديو علي شبكات التواصل الاجتماعي مثل (الفيس بوك وتويتير))، (أقوم بالضغط على علامة (عدم الإعجاب) الخاصة بالفيديو)، (أعطي معلومة لدي الموضوع في المكان المخصص للتعليقات)، (أحفظ الفيديو في قائمة المشاهدة لاحقاً)، (أقوم بتحميل الفيديو علي الجهاز الخاص بي)، (أرد علي تعليقات المعلقين علي الفيديو)، (أضيف ترجمة وشرح إلي لغات أخرى لمضمون الفيديو من الإعدادات).

ثانياً: توصيات الدراسة:

بعد الاطلاع على نتائج الدراسة بشقيها التحليلي والميداني نوصي بالتالي:

أ- لصناع القرار: إن ما قامت به مؤسسة الرئاسة من إعلان عام بادرة جيدة ولكن لابد من التفعيد على أرض الواقع في الهيئات والهيئات المختلفة والاستفادة من خبراتها في كافة المجالات؛ فلاشك أن للنساء طاقات يمكن أن تسهم في خدمة ورقي المجتمع.

ب- للمؤسسات التربوية: لابد من أن تقوم المؤسسات التربوية بدورها في اعطاء المرأة حقوقها وتكليفها بواجباتها في المجتمع من خلال:

١- توعية النشئ بأن النساء شقائق الرجال ولابد من اسيعابهم للراقي بالمجتمع.
٢- اضافة بعض النماذج النسائية الناجحة في المناهج الدراسية للاقتداء بهم في مسيرة التمكين.

٣- توعية النساء بأن ما يحدث من تمكين هو تكليف لهم لا تشريف؛ بحيث تحنل كل امرأة دورها وتقوم بواجباتها على أكمل وجه.

ج- للمؤسسات الاجتماعية ومنظمات الجتمع المدني: لابد من أن تقوم بواجبها حول التوعية بحقوق المرأة وقدرتها على العطاء من خلال:

١- التوعية بأهمية المرأة كشريك للرجل.

٢- الاستعانة بالعناصر النسائية ضمن أعضائها.

هوامش الدراسة:

١- متاح على:

<http://ncw.gov.eg/Page/761/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%A%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%83%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B1%D8%A3%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A%D8%A9-2030/>

٢- تطور أوضاع المرأة في عهد مبارك (١٩٨١-٢٠٠٤)، ط٢، (القاهرة: المجلس القومي للمرأة، ٢٠٠٥)، ص ٥٩.

٣- صابر بلول: التمكين السياسي للمرأة العربية بين القرارات والتوجهات الدولية والواقع، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، عدد ٢، مجلد ٢، دمشق، ٢٠٠٩، ص ص ٦٥٠-٦٥١.

٤- تقرير التنمية الانمائية لعام ٢٠٠٢، خلق فرص للأجيال القادمة، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي والصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، ٢٠٠٢، ص ٢٦.

٥- صابر بلول: التمكين السياسي للمرأة العربية بين القرارات والتوجهات الدولية والواقع، مرجع سابق، ص ٦٥١.

٦- كهينة جريال: دور منظمات المجتمع المدني في تفعيل التمكين السياسي للمرأة الجزائرية خلال الألفية الثالثة، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ٢٠١٧، ص ٢٤٧.

٧- ريا حفار الحسن، لمياء المبيض بساط: التمكين السياسي للمرأة في مجال تحقيق أهداف التنمية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي التاسع حول المرأة والشباب في التنمية العربية، جمهورية مصر العربية، ٢٢ إلى ٢٤ مارس ٢٠١٠، ص ١٠.

٨- المرجع السابق، ص ص ٢-٣.

٩- تقرير التنمية الانمائية لعام ٢٠٠٢، خلق فرص للأجيال القادمة، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي والصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، ٢٠٠٢، ص ٣٩.

- 10-Maurice Odine: Role of social media in the empowerment of Arab womenm, **Global Media Journal**, Spring 2013.
at:<https://www.researchgate.net/publication/293322191>
- 11-Nasreen Akhter , Nasreen Akhter: PERCEPTIONS OF EDUCATED WOMEN ABOUT THE ROLE OF MEDIA IN WOMEN EMPOWERMENT, **European Scientific Journal**, November 2014 edition vol.10, No.31,pp280-291. ISSN: 1857 – 7881 (Print) e – ISSN 1857- 7431
- 12-Jeretta Horn Nord, Tanja Grublješič, Cezar Scarlat, Salome Svanadze: Women’s empowerment: Social technologies in Slovenia, Romania, and Georgia, **Online Journal of Applied Knowledge Management**, A Publication of the International Institute for Applied Knowledge Management Volume 3, Issue 1, 2015,pp128-150.
- 13-Miranda Cili: MEDIA AND ITS ROLE IN THE POLITICAL EMPOWERMENT OF WOMEN, **2 nd International Conference on Education, Social Sciences and Humanities**, 8-10 June 2015- Istanbul, Turkey Proceedings of SOCIOINT15,pp746-749.
- 14-Ananta Narayana, Tauffiqu Ahamad:Role of media in accelerating women empowerment, **International Journal of Advanced Education and Research** , Volume 1; Issue 1; January 2016; Page No. 16-19. www.newresearchjournal.com/education

- 15-Pankaj Bala: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 e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845. www.iosrjournals.org
- 16-C.Thanavathi: SOCIAL MEDIA AND EMPOWERING WOMEN IN GLOBALISATION, **researchgate** , 2018, See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/337991467>
- 17-Muhammad Tariq Majeed1, Amna Malik: 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>
- 18-B. Shailashree, M. Phil: Media and Political Empowerment of Women in Kolar District of Karnataka- A study, **International Journal of Humanities and Social Science Invention**, Volume 2 , Issue 9 , September. 2013, PP.55-59
- 19-Zeine Ghalla: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
- 20-S. Kadeswaran, D. Brindha, R. Jayaseelan: Social Media as a Gateway for Accelerating Women Empowerment, **Parishodh Journal**, Volume IX, Issue III, March/2020,pp4876-4885.

٢١- أسماء السادة محكمي تحليل المضمون:

- أ.د. فوزي عبد الغني؛ استاذ الاعلام وعميد معهد الإسكندرية العالي للإعلام.
- أ.د. محمود حسن اسماعيل؛ استاذ الاعلام وثقافة الطفل- جامعة عين شمس.
- أ.م.د/ تامر سكر؛ أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد- جامعة أسوان.
- أ.م.د. محمد السيد طاحون؛ استاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد، معهد الإسكندرية العالي للإعلام.

٢٢- أسماء السادة محكمي الاستبيان:

- أ.د. فوزي عبد الغني؛ استاذ الاعلام وعميد معهد الإسكندرية العالي للإعلام.
- أ.د. محمود حسن اسماعيل؛ استاذ الاعلام وثقافة الطفل- جامعة عين شمس.
- أ.م.د/ تامر سكر؛ أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد- جامعة أسوان.
- أ.م.د. محمد السيد طاحون؛ استاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد، معهد الإسكندرية العالي للإعلام.

٢٣- شريف اللبان: الصحافة الالكترونية ..دراسات فى التفاعلية وتصميم المواقع، (القاهرة:الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥)، ص ص٦٦-٦٧.

24-Alan r. dennis,susan t. kinney: "testing media richness theory in the new media:the effects of cues feedback, and task equivocality", **information systems research** , vol.9,no.3,sept.1998,p.257.

25-stuart c. gilman, jeanine turner: "media richness and social information processing:rationale for multifocal continuing medical education activites", **the journal of continuning education in the health professions**,vol.21,2001,p.135.

26-c.erik timmerman,s.naga madhavapeddi:"perceptions of organizational media richness:channel expansion effects for electronic and traditional media across richness dimensions", **ieee transactions on professional communication** ,vol.51,no.1,march 2008,p.22.

تناول قنوات اليوتيوب لقضية تمكين المرأة وعلاقته بوعي الشباب بها مصطفى محمود زيدان

27-Miranda Cili :MEDIA AND ITS ROLE IN THE POLITICAL EMPOWERMENT OF WOMEN, **op.cit**, p749.

٢٨- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط١٠، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٢)، ص ص ٧٩-٨٠.

٢٩- **راجع الباحث في هذا الجانب:**

١- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، مرجع سابق، ص ص ١٩٣ : ١٩٨.

٢- منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي: **الإعلام والمجتمع**، طبعة خاصة تصدرها الدار اللبنانية ضمن فاعليات القراءة للجميع، (القاهرة: مهرجان القراءة للجميع، مكتبة الأسرة، ٢٠٠٤)، ص ص ٨٢ : ٨٩.

30-Sally. J.McMillan and Jang-Sun Hwang: The Role of Interactivity and Involvement in Attitude toward the Web Site., Presented at the national conference of the American Academy of Advertising Jacksonville, Fl, 2002, pp. 41-52.

31-Zeine Ghalla:Women Empowerment and Social Networking in Mauritanian Female Facebook Users, **op.cit** , p94.

32-S. Kadeswaran, D. Brindha, R. Jayaseelan: Social Media as a Gateway for Accelerating Women Empowerment, **Op.Cit**,p4480.