

تأثير الإعلام الرقمي على تمكين المرأة السعودية في مجالات العمل والتعليم والاقتصاد والمشاركة المجتمعية في ضوء رؤية المملكة 2030م

حنان حسن سروجي، هيا محمد آل مريد، علاء أنور الفران*

إشراف/ د. ماهيتاب ماهر الرافي**

ملخص الدراسة:

الهدف: تهدف هذه الدراسة إلى تقييم تأثير وسائط الإعلام الرقمية على تمكين المرأة السعودية عبر مجموعة متنوعة من المجالات بما في ذلك العمل، والتعليم، والاقتصاد، والمشاركة المجتمعية، ضمن إطار رؤية المملكة العربية السعودية 2030. باستخدام منهج وصفي، تم جمع البيانات من عينة من النساء العاملات في القطاعين العام والخاص. تم استطلاع عينة عشوائية تتألف من 252 مشاركة باستخدام أدوات الاستبيان المختصة. تسلط النتائج الضوء على الاتفاق الكبير بين المشاركات بشأن التأثيرات الإيجابية لوسائط الإعلام الرقمية في تعزيز تمكين المرأة السعودية وفقاً لأهداف رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

فصول البحث: تتألف الدراسة من خمسة فصول، حيث ناقش الفصل الأول مقدمة الدراسة وأهدافها وأهميتها والتساؤلات المرتبطة، بينما تناول الفصل الثاني الإطار النظري والأدبيات المتعلقة بالموضوع. ووضّح الفصل الثالث منهجية الدراسة وأدواتها وتحليل البيانات، فيما خصص الفصل الرابع لتحليل البيانات بواسطة أدوات التحليل المناسبة. وتضمن الفصل الخامس استنتاجات الدراسة واستخلاص النتائج مع صياغة التوصيات بناءً عليها.

نتائج البحث والتوصيات: كشفت نتائج البحث عن إجماع بالموافقة على أهمية الإعلام الرقمي والدور الذي يلعبه في تمكين المرأة السعودية في مجالات مختلفة شملت العمل والتعليم بنسبة (85.5%). كذلك أظهرت النتائج المساهمة الإيجابية للإعلام الرقمي في تعزيز زيادة الدخل والاقتصاد الوطني والمشاركة المجتمعية، حيث كانت نسبة الموافقات ما يقارب (87%). كما سلطت الدراسة الضوء على طبيعة وسائط الإعلام الرقمية التخطيطية ممكنة للنساء السعوديات التواصل والمشاركة على الساحة العالمية، متجاوزة الحواجز الزمانية والمكانية في الوقت نفسه، ظهرت وسائط الإعلام الرقمية كعامل محفز لتمكين النساء في جميع المجالات وفقاً لرؤية 2030.

* باحثين ماجستير بكلية الإعلام والتسويق - جامعة ميد أوغن فرع الإمارات وتديرها مجموعة جامعة الجميع الذكية.
** الأستاذ المساعد بكلية الإعلام والتسويق - جامعة ميد أوغن فرع الإمارات وتديرها مجموعة جامعة الجميع الذكية.

توجه الدراسة توصيات عدة، تشمل زيادة فرص التدريب لتعزيز الكفاءة في استخدام وسائط الإعلام الرقمية ونشر الوعي بتطبيقاتها البناءة. وبالإضافة إلى ذلك، تدعو إلى إجراء مزيد من البحوث لاستكشاف التأثيرات المتعددة لوسائط الإعلام الرقمية على تمكين المرأة السعودية. كما أوضح الباحثون على أهمية وضرورة الاستمرار في وضع الخطط الاستراتيجية لتمكين المرأة وتأهيلها في شتى المجالات لتشمل التدريب والتطوير واكتساب المهارات في استخدام وسائط الإعلام الرقمي وإعداد الكوادر المؤهلة لتقود المسيرة مستقبلاً.

الكلمات المفتاحية: وسائط الإعلام الرقمية، تمكين المرأة، قنوات الاتصال، رؤية المملكة العربية السعودية 2030، تقدم

The impact of digital media on the empowerment of Saudi women in the fields of work, education, and community participation in light of the Kingdom's Vision 2030

Abstract:

Research Objective: This study aims to assess the influence of digital media on empowering Saudi women across various domains including work, education, economy, and community participation, within the framework of Saudi Arabia's Vision 2030. Using a descriptive approach, data was collected from a sample of women working in both the public and private sectors. A random sample of about 300 participants was surveyed using specialized questionnaire tools. The results highlight a significant consensus among participants regarding the positive effects of digital media in enhancing the empowerment of Saudi women in alignment with the goals of Saudi Arabia's Vision 2030.

Research Sections: The study consists of five sections. The first section discusses the study's introduction, objectives, significance, and related questions. The second section addresses the theoretical and literary framework related to the topic. The third section explains the study's methodology, tools, and data analysis. The fourth section is dedicated to data analysis using appropriate analytical tools. The final section presents the study's conclusions, results extraction, and formulation of recommendations based on them.

Research Findings and Recommendations: The research results reveal the importance of digital media and its role in empowering Saudi women in various fields, including work and education, by agreement percentage of (85.5%). Additionally, the percentage of women endorsed that digital media positively contributes to increasing national income, the economy, and community participation was approximately (87%). The study also sheds light on the nature of strategic digital media platforms available to Saudi women, enabling them to communicate and participate on the global stage, overcoming temporal and spatial barriers simultaneously. Digital media emerged as a driving force for women's empowerment across all fields, in accordance with the 2030 vision. The study provides several recommendations, including increasing training opportunities to enhance proficiency in using digital media and raising awareness about its constructive applications. Furthermore, it calls for further research to explore the diverse effects of digital media on empowering Saudi women. The researchers emphasize the importance and necessity of continuously developing strategic plans to empower and qualify women in various areas, encompassing training, development, and skill acquisition in using digital media to enabling the future female leaders.

Keywords: Digital media, women's empowerment, communication channels, Saudi Arabia's Vision 2030, progress

المقدمة:

تعد المرأة وقضاياها من أهم الموضوعات التي تشغل الإنسانية بشكل عام حيث شهدت المجتمعات النامية والمتقدمة في العصر الحديث الاهتمام الكبير في الدراسات المتعلقة بالمرأة والمشاكل التي تواجهها، وبالتالي تسعى المجتمعات جاهدة في وجه تمكينها في العمل وتعزيز دورها في المجتمع وأن تصبح مشاركتها فعالة أسوة بالرجل. إذ تطورت وسائل الإعلام وبفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية ظهر الإعلام الرقمي، وابت من الوسائل المهمة في تشكيل الرأي العام من خلال دوره الفعال في نشر الأخبار والمعلومات.

إن التمكين من شأنه أن يطور مشاركة المرأة، وينمي وعيها وقدرتها المعرفية وتحقيق ذاتها في الجوانب المتعددة، منها الاجتماعية والاقتصادية والعمل والسياسية حتى تجعل مكانتها كبيرة في نظر المجتمع، وتزيل العقبات التي تقف في التطور والازدهار، ويقضي جوانب تمييزها من المجتمع عامة. (سرية 2002، ص 41)

شهد العصر الرقمي الحديث الزيادة في نشر المعلومات والمعرفة والاتساع في إقبال أفراد المجتمع على التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي، وأصبحت تلك الوسائل الرقمية لها دورًا بارزًا في تشكيل آراء ومواقف وتوجهات المجتمع بشأن مختلف القضايا، ومنها تمكين المرأة ومشاركتها وإدماجها في مختلف مجالات الحياة، خاصة في مع رؤية المملكة 2030 التي اتخذت خطوات هادفة في تحسين أحوال المرأة والاهتمام بها وتعزيز المهارات والقدرات المعرفية للمرأة عبر البرامج التعليمية والتدريبية والتنقيفية والتوعوية المتنوعة والهادفة إلى تمكين المرأة السعودية من القيام بأدوارها المنشودة داخل المجتمع. وتمكين المرأة ونعني بها إعطائها المرونة ومزيداً من القوة التي تتحكم في حياتها وقراراتها ومصيرها وتعبيرها عن رأيها والتي تجعلها جزءاً و طرفاً فعالاً في القرارات المجتمعية والدخول بسهولة الى سوق العمل ثم التمكين الاقتصادي والاجتماعي التي توفر لها فرص العمل وتقلل على إثرها البطالة.

وقد تبنت المملكة رؤية 2030 لتعطي اهتماماً خاصاً بالمرأة السعودية باعتبارها عماد الأسرة، وعنصرًا مهمًا من عناصر قوة المملكة، ومن ثم وجهت الرؤية إلى الاستمرار في تنمية مواهبها واستثمار طاقاتها وتمكينها من الحصول على فرص العمل المناسبة لبناء مستقبلها، والمشاركة في تنمية المجتمع، وشغلها المناصب القيادية في المؤسسات العامة والخاصة.

إن الإعلام الرقمي نقل المجتمع إلى أفق متقدمة لعبت دور كبير في تغيير وتعزيز المفاهيم الاجتماعية والاقتصادية والحياتية بشكل عام للمجتمع بشكل كلي والمرأة على وجه الخاص. لقد تمكنت المرأة من خلال الإعلام الرقمي تغيير حياتها الاقتصادية والاجتماعية والعائلية وحتى السياسية وأصبحت مشاركة في سوق العمل وبناء المعارف والمهارات المتعلقة في سوق العمل والاعمال واكتساب التجارب المختلفة في الحياة واكتساب الخبرات والمعارف الاستفادة من تجارب المجتمعات الأخرى.

ويهدف هذا البحث المساهمة في سد الفجوة الموجودة في أدبيات الدراسات السابقة عن تأثير الإعلام الرقمي على تمكين الوظيفي، والتعليمي، والاقتصادي والمجتمعي للمرأة عامة والمرأة السعودية على وجه خاص في القطاعين العام والخاص، وبالإضافة إلى التحديات التي تواجهها المرأة في هذه الجوانب والتوصيات المقترحة لزيادة التمكين للمرأة السعودية. وبالإضافة على ذلك إن إجراء هذه الدراسة بحث محدود نسبيًا في التعرف على تأثير الاعلام الرقمي في تمكين نساء المملكة العربية السعودية فيما يتعلق في الجوانب المتعلقة بالعمل والتعليم والناحية الاقتصادية والمشاركة المجتمعية، والتحديات التي تعوق المرأة والتوصيات الخاصة بتمكينهن عملياً، وتعليمياً، واقتصادياً والمشاركة المجتمعية بشكل خاص. (Al-asfour et al. 2017).

الإطار النظري والدراسات السابقة

الدراسات السابقة:

ركزت دراسات عديدة عن تأثير الاعلام الرقمي لتمكين المرأة السعودية في العمل والتوظيف، التعليم، والاقتصاد، والمشاركة المجتمعية. وحددت تلك الدراسات فرص تمكين المرأة من خلال تأثير الاعلام الرقمي متمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي والاتصال الرقمية. استخدمت المرأة في الدول النامية تقنيات الاتصال والمعلومات وأدوات ووسائل التواصل الاجتماعي في التحقق والبحث عن قوانين التي تحكم السلوك والمطالبة بالمساواة بين الجنسين.

استخدمت المرأة في المملكة العربية السعودية قنوات التواصل الاجتماعي للتعبير عن مشاكلهن وتحدياتهن. اضاف خان (2015)تستطيع المرأة تمكين نفسها في التعبير عن القضايا والتحديات من خلال الاستخدام الإيجابي لمكونات وسائل الإعلام.

أظهرت دراسة (Padmaja (2017 أن تمكين المرأة يهدف إلى مساعدتها على تولي مسؤولية حياتها، وتحديد أهدافها الخاصة، وتطوير المهارات، واكتساب الثقة الذاتية، والمشاركة في صنع القرار وحل المشكلات.

ذكر، Bala (2017) أن الإنترنت ومواقع الويب ومنصات التواصل الاجتماعي قد كسرت حواجز وسائل الإعلام التقليدية وتمكن الجميع من مشاركة آرائهم وأفكارهم في الفضاء العام. وبالتالي استطاعت المرأة بفضل هذه التقنية العصرية ان تكون صانعة للقرار في مؤسسات التعليم، وان تشغل مكانتها في المشاركة المجتمعية في مساعدة المجتمع في القضايا المتعلقة بالمجتمع وتطوير ذاتها ان تصبح من رائدات الاعمال، ونتجت ذلك بفضل الدور الكبير من الاعلام الرقمي. وتطرقت دراسة Bala (2017) دور الإعلام في تمكين المرأة. وخلصت الدراسة إلى أن الإعلام دور فعال في التسريع وتمكين المرأة.

حلل Eriksen (2017) كيفية تصوير المرأة في وسائل الإعلام؛ وأشارت الدراسة أن الاعلام الرقمي ساعدت بشكل كبير تمكين المرأة في جوانب الحياة المختلف , ذلك من خلال مشاركتها في سوق العمل ومساعدة المجتمع من حولها وأسررتها. أظهرت النتائج أن الإعلام دعمت تمكين المرأة في تحقيق احتياجاتها المعرفية وتنمية المهارات وتطوير الكفاءات من خلال الاستخدام السليم للقنوات الإعلامية. فتنمية القدرات المعرفية تزيد من تح سين فرص المرأة في اكتساب الخبرات وتولي المناصب القيادية في القطاع الخاص والعام.

وأضاف عبد المغيث ومسعد (2018) Abdelmogeth & Mossad ان وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في بث المحتوى الذي يمكن استخدامه للتأثير على التصورات الفردية. ومن تلك الادوار تطوير المهارات المعرفية، وكسب الخبرات من خلال البحث، وبناء القدرات الذاتية.

في محور تمكين المرأة في العمل والتوظيف في المملكة العربية السعودية: ركزت دراسة Al-Qahtani et al(2021)

التعرف على تمكين المرأة في الوظائف الجامعية بالمملكة العربية السعودية، ذلك بوجه خاص في الوظائف الأكاديمية والإدارية بتلك الجامعات. أشارت نتائج الدراسة ان تمكين المرأة في الوظائف الأكاديمي كانت أكبر من المناصب الإدارية، هذا يعزي أن الوظائف الأكاديمية للمرأة أتاحت لهن فرص النجاح في صنع القرار والتفوق العلمي، ووجدت ان المرأة في الوظائف الأكاديمية مستويات عالية من الاحترام والكفاءة الذاتية. المرأة السعودية من التهميش الى التمكين في التعليم والعمل. هدفت الدراسة الى دور المرأة السعودية ونجاحها ووصولها إلى المراحل العالية في العمل والتعليم ودورها الفعال في المجتمع والمرأة لم تكتف في مجال التعليم وزيادة قدراتها وكفاءتها المعرفية والعلمية في المجتمع. وحققت تمكين المرأة من سياسات الدولة والرؤية 2030 التي وضعتها الحكومة في تعزيز دور المرأة وأهتمت في إعطاء المرأة كامل حقوقها في جميع المجالات وأصبح للنساء دور مهم بالمجتمع مساواة بالرجل ويسمح لها بالمشاركة في برامج خاصة للنساء لاعتمادها على نف سها في مجابهة المشاكل وعدم التفرقة بينها وبين الرجل في تقسيم الاعمال بينهم وان النساء أحدثن نسبة كبيرة في ارتفاع الإنتاج والكفاءة في سوق العمل.

أولاً: مؤشرات تمكين النساء تعليماً فإن في التعليم العام ارتفعت أعداد النساء اللاتي يتوجهن للتعليم بنسبة عالية جداً، التعليم العالي للنساء أن الدولة دعمت التعليم العالي للنساء بفتح وتطوير معاهد وكليات وجامعات في أماكن مختلفة. ثانياً: مؤشرات تمكين النساء اقتصادياً شكلت المرأة السعودية أعداداً ونسب مرتفعة في مجال العمل والتطوير المهني للوظائف في القطاعات الحكومية والخاصة. من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن المرأة السعودية أحدثت تغيرات كبيرة وحققت نجاحات وانجازات مختلفة في العمل وأثبتت نفسها في مناصب عليا في التعليم، والاقتصاد، وتحسين فرص العمل والمشاركة الفعالة في المجتمع لا سيما في السابق قبل بروز الاعلام الرقمي كانت المرأة شخصية ناقصة وضعيفة تمنع من حقوقها ويجهلون دور المرأة فيه المجتمع وكانوا يقتصرون على أنها ربة منزل تهتم في الاطفال ولا يهتمون في تعليمها. الميزر (2017)

دراسة السيد: (2016) استخدامات المرأة الاماراتي الشابة (17-24) لشبكات التواصل الاجتماعي – مدخل الاستخدامات والإشاعات. هدفت هذه الدراسة استخدام الاعلام الرقمي المتمثلة في التواصل الاجتماعي للمرأة الإماراتية وكان الهدف من وراء ذلك هو تمكين المرأة في الجوانب السياسية، والاقتصادية، والثقافية، وزيادة دورها، وتأثيرها في المجال الإعلامي. كشفت نتائج الدراسة ان بحث المرأة في التويتر يتيح الحصول على الاخبار المستجدة حول العالم والزيادة المعرفية على إثر ذلك.

دراسة الشهري (2013): أثر استخدام شبكات التواصل الالكتروني على العلاقات الاجتماعية في السعودية" الفيسبوك وتوتير أنموذجا". هدفت الدراسة التعرف إلى

دوافع مشاركة الفتيات الاشراف في الإعلام الإلكتروني. تم في الدراسة استخدام منهج المسح الاجتماعي واستخدمت الاستبانة في جمع بيانات ميدانية. من نتائج الدراسة تمثلت في الانفتاح الفكري، التبادل الثقافي وادى ذلك الى تحسين فرص المرأة في العمل وتبوا المناصب القيادية في الادارة والتعليم في القطاعين الخاص والعام، وكذلك اصبحت للمرأة درأ فعالاً في صنع القرار ومعرفة حقوقها ومشاركة الرجال في جوانب الحياة المختلفة، كما استطاعت المرأة دخول سوق العمل وان تصبح رائدة للأعمال في المستويين المحلي والدولي وجاءت التوصيات على توظيف تقنية الاتصالات الحديثة في عملية التعليم الأكاديمي.

في محور تمكين المرأة اقتصادياً، أجرى (Lardhi 2020) دراسة عن تمكين المرأة اقتصادياً في جنوب إفريقيا وذلك للنساء ذوي الدخل المنخفض. أشارت نتائج الدراسة إلى أن الجمعيات الخيرية كانت لها تأثير متوسط من حيث تمكين النساء ذوات الدخل المنخفض. وأشارت بوجود بعض الصعوبات التي تواجه تمكين المرأة في العمل والتي تشمل اللوائح المعقدة وصعوبات نقل إلى العمل وضعف التواصل بين المنظمات والجمعيات الخيرية. وتوصل الباحث إلى ضرورة تقديم البرامج التدريبية، وتعزيز الوعي بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية، وتحسين المهارات في الإدارة والتسويق واتخاذ القرار.

دراسة (Priya 2015) وسائل التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة الهندية، وكيف إن تطوير التكنولوجيا الحديثة في رفع كفاءة المرأة الهندية أن تصبح رائدة أعمال وصاحبات المشاريع الاقتصادية والتي تساهم في زيادة دخلها في المجتمع وزيادة الدخل القومي في الدولة، والمشاركة المجتمعية بفعالية. اعتمدت في الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأداة استبانة في جمع البيانات لعينة من سيدات الأعمال الهندية وخرجت بالنتائج بأن المرأة الهندية اكتسبت في الاعلام الرقمي المعرفة بالتكنولوجيا والتشعب والدخول في عالم الفضاء الإلكتروني.

في دراسة (Elimam et al. 2014) اجريت للكشف وتحليل عن مشاركة المرأة في القوى العاملة في جنوب إفريقيا، وفي معدل الناتج المحلي الاجمالي، ومعرفة أبعديات القراءة والكتابة. اشارت نتائج الدراسة وجود علاقة إحصائية بين الناتج الاجمالي المحلي ومشاركة المرأة كقوى عاملة وكذلك علاقة التعليم وتوظيف المرأة وتمكنها في العمل والمشاركة في معدل الناتج المحلي. وشارت الدراسة أن تمكين المرأة في القوى العاملة له آثار إيجابية على التنمية الاقتصادية وانخفاض معدل البطالة وزيادة الدخل الفردي والقومي.

دراسة سعدي والغزالي (2010) تم استخدام استبانة ونشرها عبر الإنترنت للكشف عن الدوافع والمعوقات التي تواجه رائدات الأعمال السعوديات وتمكينهن في أداء

اعاملهن. وكشف البحث أن الدافع الرئيس ي لتمكين المرأة السعودية هو تحقيق الذات. بينما العقبات التي تواجه تمكين رائدات الأعمال تشمل قلة التواصل بين مختلف الجهات الحكومية، وغياب القوانين التي تحكم استثمارات العملاء ورواد الأعمال، وغياب وضعف الدعم المجتمعي، والقيود الاجتماعية والثقافية، Sadi and Al-Ghazali (2010)

التعليق على الدراسات السابقة:

1. أكدت أغلب الدراسات السابقة على تأثير وسائل الإعلام الرقمي في تطوير المجتمع عامة والمرأة خاصة وكيف أنه يلعب دورًا جوهريًا في التنمية المعرفية والعلمية وكذلك العملية.
 2. وبصفة عامة تتفق اغلب الدراسات السابقة في بعض الجوانب المشار إليها في متغيرات الدراسة الحالية من حيث النظر إلى أثر الإعلام الرقمي بمختلف جوانبها المذكورة ودورها في تمكين المرأة بشكل عام والمرأة السعودية خاصة في العمل، والتعليم، والاقتصاد، والمشاركة المجتمعية والنجاحات التي حققتها في تعزيز مكانة المرأة وتمكنها في اختراق مجالات الاستثمار وشغل المناصب القيادية في المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص والدفع بعجلة التنمية وتطوير المهارات والقدرات وكذلك خروج المرأة من العزلة والنظرة التقليدية التي كانت سائدة وظهورها في المشاركة المجتمعية مواكبة لرؤية المملكة 2030 م.
 3. ساهم الاطلاع على الدراسات السابقة في التعرف على أحدث وأخر التطورات المرتبطة بالإعلام الرقمي ومساهمته في تطوير وتعزيز دور المرأة علميًا ومعرفيًا واجتماعيًا في عدة بلدان مع التركيز على المملكة العربية السعودية.
 4. كذلك ساهم الاطلاع على الدراسات السابقة من الناحية النظرية في تحديد النظرية المناسبة، والمنهج العلمي، والادوات المناسبة لجمع البيانات كذلك الاطلاع على أهم المراجع والمصادر المرتبطة ذات الصلة بالموضوع.
 5. تتميز هذه الدراسة عن سابقتها بأنها ذات أهمية خاصة فهي تربط بين الإعلام الرقمي وتأثيره على المرأة- علميًا وعمليًا واقتصاديًا - والتي هي نصف المجتمع ودورها المجتمعي من خلال الرؤية المملكة العربية السعودية 2030
- مشكلة الدراسة:**

تواجه المرأة السعودية العاملة بعض التحديات في التمكين الاقتصادي والاجتماعي ولاسيما المجتمعية، رغم التطورات التي شهدتها المملكة العربية السعودية مع رؤية 2030 وتعد الإعلام الرقمي والتي زاد صيتها وانتشارها في المجتمع السعودي اسوة بارتفاع البطالة من جانب، وزيادة الخريجين، خاصة قلة الفرص لدي المرأة، وكان الحل البديل لذلك هو البحث عن العمل والتمكين عبر الإعلام الإلكتروني عبر المواقع المختلفة. وبالفعل لجأت المرأة السعودية إلى هذه الوسائل الإلكترونية وعمل صفحات ومواقع والمشاركة في عمليات البحث التي مكنت المرأة بالبحث عن فرص العمل والدخول في المشاريع الاستثمارية وازافة الدخل واكتساب الخبرات المعرفية

والمهارة. بالنظر إلى ما يتسم به الإعلام الرقمي من سهولة الاستخدام واستهوائه من قبل قطاعات كبيرة من المستخدمين لما يمتلكه من آليات تفاعلية، فإن نشر رؤية المملكة 2030 من خلال وسائل الإعلام الرقمي الذي يمثل أرضاً خصبة للتعرف على تلك الرؤية بصفة عامة ومدى تمكينها للمرأة السعودية بصفة خاصة، وعلى هذا فإن محور مشكلة الدراسة في السؤال التالي: ما هو دور الإعلام الرقمي في نشر رؤية المملكة 2030 وعلاقته بتمكين المرأة السعودية في مجالات العمل والتعليم والمشاركة المجتمعية؟ وما دور

المواقع الإلكترونية في تمكين المرأة السعودية اقتصادياً واجتماعياً وخاصة في بناء مشاريع اقتصادية والمشاركة الفعالة في صنع القرارات.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية النظرية

تستمد الدراسة أهميتها النظرية من خلال ضرورة تمكين المرأة السعودية من خلال الاعلام الرقمي والتي تعد أولى الخطوات نحو التغلب على الصعوبات التي تواجهها في تحسين الوضع المجتمعي والاقتصادي، والعمل، والتعليم، والحياة بشكل العامة.

ثانياً: الأهمية العلمية

أما الأهمية العلمية فتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الهامة التي ستساهم في إثراء المعرفة في المكتبات العلمية بالمملكة وسيكون لها أثر في تمكين المرأة مجتمعياً وفي سوق العمل واقتصادياً وتعليمياً وفق رؤية المملكة 2030م.

ثالثاً: الأهمية التطبيقية

ومن الناحية التطبيقية فإن توصيات ونتائج هذه الدراسة ستساهم بشكل أكبر في إثراء المعرفة لصناع القرار للنساء العاملات في القطاعين العام والخاص في اتخاذ القرارات الفعالة والصائبة في وزارة العمل والغرف التجارية وتطوير التجارة الإلكترونية وكذلك ستدعمها من خلال القطاعات البنكية وتمكين المرأة السعودية للتوسع في آفاق ريادة الأعمال وبناء مشاريع كبيرة تسهم في تنمية المجتمع وزيادة الدخل القومي، وكما ستضيف الدراسة إضافة معرفية للقارئ والمهتمين بموضوعها.

أهداف الدراسة:

الهدف العام هو التعرف على دور الاعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية رغم التغيرات التي حدثت في ظل رؤية 2030 في الجوانب المتعلقة بالعمل والتعليم والاقتصاد والمشاركة المجتمعية. وان تلك الأهداف تنفرع الى ما يلي:

- التعرف على تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في العمل، والتعليم، والاقتصاد، والمشاركة المجتمعية بناء على رؤية المملكة 2030 م.
- التعرف على معوقات تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في

العمل، والتعليم، والاقتصاد، والمشاركة المجتمعية بناء على رؤية المملكة 2030م.

تساؤلات وفرضيات الدراسة:

أولاً: التساؤلات

ما تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في الجوانب المتعلقة بالعمل والتعليم والاقتصاد والمشاركة المجتمعية
بناء على متغيرات رؤية المملكة 2030 وتنبثق من هذا التساؤل العام الأسئلة الفرعية على النحو التالي:

- ما تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في العمل والتوظيف وفق رؤية المملكة 2030 م ؟
- ما تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في التعليم وفق رؤية المملكة 2030 م ؟
- ما تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في الاقتصاد وفق رؤية المملكة 2030 م ؟
- ما تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في المشاركة المجتمعية وفق رؤية المملكة 2030 م ؟

ثانياً: الفرضيات

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص العمل لديها .
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم لديها .
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية وتأثيرها على المجتمع
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: تأثير وسائل الإعلام الرقمي

المتغير التابع: هو تمكين المرأة السعودية في مجالات العمل والتعليم والمشاركة المجتمعية في ظل رؤية المملكة 2030م.

كما سيتم تحليل تأثير وسائل الإعلام الرقمي على المتغير التابع، أي قدرة المرأة السعودية على التمكين في المجالات المذكورة أعلاه.

مفاهيم الدراسة:

مفهوم الإعلام الرقمي:

يطلق على الإعلام الرقمي مجموعة من المسميات التي تؤدي إلى نفس المفهوم، مثل: الإعلام التفاعلي، وإعلام الوسائط المتعددة، والإعلام الشبكي الحي، والإعلام التشاركي، وغيرها من المسميات، ويعرف الإعلام الرقمي على أنه شكل من أشكال وسائل الإعلام الحديثة، والتي ازدهرت مع ظهور الثورة التكنولوجية في القرن الحادي والعشرين، حيث يستخدم الإعلام الرقمي الأجهزة الإلكترونية للانتقال والتداول، ويتم نقل البيانات عبرها على شكل إشارات ثنائية، ومن الأمثلة على هذه الأجهزة: الكابلات الرقمية، والأقمار الصناعية، وأجهزة الكمبيوتر، والأجهزة المحمولة، ويشيع استخدام الإعلام الرقمي في البرامج، والوسائط المتعددة كالصوت والصورة، ومواقع الويب، ومقاطع الفيديو، وإعلانات الإنترنت. محمود (2022).

أهمية الإعلام الرقمي:

مع ظهور الثورة التكنولوجية والمعلوماتية والتي ارتبطت بظهور الإنترنت وخاصة ويب 2.0 المزوج الاتجاه أصبح

العالم من حولنا رقمياً في أغلب جوانب حياتنا اليومية وأضحى الإعلام الرقمي منبعاً متجدداً للتزود بأحدث الأخبار وتداول الأحداث العالمية قبل المحلية بصورة سريعة و سهلة ومتجددة (محمد:27:2009) ، كذلك أصبح الإعلام الرقمي معيئاً لا ينضب للمعرفة و وسيلة تعلم ذاتي يسيرة تتميز بالمرونة و السلاسة وأقل كلفة وأيضاً الحصول على المهارات المتنوعة و المكتسبة لتطوير وتحسين الذات طمعاً في الارتقاء بالوضع الاجتماعي والاقتصادي للفرد ومن ثم الارتقاء بالمجتمع ككل . Abdelmogeth & Mossad(2018)

و بطبيعة الحال وسيلة للتواصل مع الجوانب الحياتية المختلفة الاجتماعية و الثقافية والاقتصادية وبخاصة المهنية مما أضفى على الإعلام الرقمي أهمية قصوى و صار جزءاً لا يتجزأ من الحياة المعيشية التي يحرص الفرد أيا كان جنسه أو عمره على الإلمام بها ومتابعتها ومعايشتها بصورة يومية وهنا يظهر لنا جلياً أهمية الإعلام الرقمي في حياة الأفراد والمجتمعات عامة وكيف أصبح من أقوى وسائل الاتصال التي تسهم في تمكين و معايشة العصر والتفاعل مع جوانب الحياة من خلال استخدام وسائل حديثة في البحث وكذلك نشر المعلومة والتي تلعب دوراً ظاهراً في تنمية الفرد وبالتالي يحقق رقياً و رفاهية المجتمع من خلال البرامج التنموية المستدامة والتي عادة لا تنجح إلا من خلال المشاركة المجتمعية كأفراد وجماعات (محمد , (2009:27)وهنا استوعبت -المرأة عامة والسعودية خاصة - أهمية دورها وإيمانها بذاتها وقدرتها على أن تلعب دوراً حيويًا في مجتمعها واسهاماتها في تطويره والمضي به قدمًا أيًا كان منصبها كأستاذة جامعية أو معلمة صف أو موظفة في منشأة عامة أو خاصة أو مازالت طالبة تنتهل العلم أو حتى ربة منزل - بالإضافة إلى أدواره التقليدية - لذلك ادركت أهمية

الإعلام الرقمي ودوره وقوة تأثيره في الآونة الأخيرة وكيف يلعب دورًا جوهريًا على أرض الواقع الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والمعرفي. (Bala(2017)

ومما لا شك فيه كذلك ماله من تخطي الزمان والمكان والمساهمة بشكل فعال وتمكين المرأة حتى القيام بكل أدوارها في محيطها بصورة معاصرة وأن تدلو بدلها وتسهم بدور تنموي فعال يتلاءم مع رؤيتها لذاتها ورؤية المجتمع لها من خلال منظور حديث والسماح لها ومساعدتها بممارسة أدوارها المجتمعية المتنوعة الجديدة التي لم يتسنى لها القيام بها من قبل كالدور القيادي والسياسي. (Padmaja (2017)

الإعلام الرقمي والتنمية المستدامة:

من ناحية العلاقة بين تطور تقنيات الإعلام الرقمي ورفع القدرة الاستيعابية لعامة الناس في الجوانب المتعلقة بتحسين فرص العمل والاقتصاد، والمشاركة المجتمعية، ولا سيما التعليم.

إن تطور تطبيقات الإنترنت مع ظهور الأجيال المتطورة منها أدى إلى تعدد تطبيقات الشبكات الاجتماعية التي تتيح للمستخدم من خلال البيانات التي توفرها إمكانية عرض الصور والاتصال بالأصدقاء الذين تعرف إليهم من خلال الشبكة ومشاهدة البيانات الشخصية لهم فقد احتل الفيسبوك مرتبة متقدمة من حيث الجماهيرية والتفضيل لمستخدمي شبكات الإنترنت، إذ تعمل الشبكات الاجتماعية للبيئات الافتراضية من خلال دعم التفاعل على تعزيز الشخصية الاجتماعية لهذه البيئات فقد تبين من خلال الكثير من البحوث الاجتماعية والإعلامية أن الأفراد يرسلون إشارات لتخلق نوع من الثقة والهوية في الاتصال على مواقع الشبكات الاجتماعية. (جمال, 2012:21)

كما ساهمت التطورات الكبيرة للتقنيات الرقمية في مجال الإعلام على تمكين دول في تجاوز حاجز الزمن والولوج إلى عالم الصناعة البرمجية مثل سنغافورة التي جعلت من تكنولوجيا الاتصالات الرقمية والمعلوماتية أحد أهم المصادر الأساسية لدخلها القومي وساهمت في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وأمنت لها موقعا على خارطة تكنولوجيا المعلومات المتقدمة وكذلك تمكنت الهند خلال فترة لا تزيد عن عشر سنوات ان تصبح في المرتبة الثالثة بين دول العالم في صناعة البرمجيات بل يساهم علماءها اليوم في تصميم تكنولوجيا متطورة يطلق عليها البيوسليكون والتي يتوقع لها ان تحدث ثورة في مجال صناعة الحواسيب الالكترونية وميدان الإعلام الرقمي. (نبيل, 2001:74)

فمن أبرز خصائص الأجيال المتقدمة من الإنترنت هي: (محمد: 2009:27)

1. تسمح للمستخدم بأكثر من استدعاء للمعلومات ودعم التفاعلية وتحويل الشبكة إلى منبر حاسوبي
2. تسمح بتطوير الويب باستخدام تطبيقات داخلية خلال المتصفحات والتعامل معها كخدمة في حدود الأهداف الخاصة بالمواقع التي تتيحها.

3. اتاح للمستخدمين امتلاك البيانات والسيطرة عليها وممارسة الرقابة والتحرر من السيطرة المركزية على البيانات

4. تقوم هذه الأجيال من الإنترنت على هندسة المشاركة ومعماريتها لتشجع المشاركين على إضافة قيمة للتطبيقات عند استخدامها تدعم فكرة التشبيك وهي تدخل في إطار مفهوم الويب كمنبر للمشاركة والتفاعل وتبادل الآراء وتعميق الديمقراطية وأن تحول وسائط الاتصال من التناظري إلى الرقمي ومن الهرمي إلى الشبكي أحدث بيئة جديدة في تبادل المعلومات والآراء يمكن أن تصطلح على تسميتها الإيكو ميديا أو البيئة الجديدة للإعلام فقد تغلبت وسائل الاتصال التي وفرت فرصا لظهور مفهوم المواطن الرقمي وصحافة المواطن، (جمال، 2012:17)، الشبكات الرقمية على غيرها من الشبكات ونجح نظم GSM وهو نظام اتصالي رقمي خلوي نجح في جميع أنحاء العالم كونه يوفر اتصالا دون انقطاع عبر الحدود ومن أبرز مميزات هذه الخدمة هي:

1. أنها توفر من ناحية الكلفة المتبعة في حفر الأرض وتمديد الخطوط
 2. تسمح ببناء شبكات متزايدة للتعامل سريعا مع الطلب المتزايد عليها
 3. دخلت المنافسة في الأسواق التي كانت حكرا لشركات محددة كذلك البعد العالمي للإنترنت قد عمقته ودعمته سمة انفردت بها الشبكة هي أن المسافة لم تعد عاملا يتحكم بالكلفة.
- فالتطورات المعاصرة للإعلام الرقمي قدمت أدوات فكرية ومادية يمكن استخدامها للمساعدة في اتصال أكثر فاعلية وتنوع في المعلومات فالنموذج السوسولوجي لمجتمع المعلومات يرى أن المجتمع كله يتغير بصفة اساسية تحت تأثير الاستخدام الرقمي في الاتصال اليومي وانعكس ذلك على التعاملات اليومية وأصبح جزءا من حياتنا وقد اشار عالم الاجتماع الأمريكي دانيال بيل في كتابه المجتمع ما بعد الصناعي إلى هذا التغيير ونشأة نظام اجتماعي مختلف وجديد في القدرات الفكرية لديه مميزات مختلفة في الاستجابة ومن أبرز خصائص هذا المجتمع الرقمي:

1. استخدام المعلومات كمورد اقتصادي
2. الاستخدام المتنامي للمعلومات بين الجمهور العام
3. ظهور قطاع المعلومات كقطاع مهم من قطاعات الاقتصاد والتحول من إنتاج السلع إلى إنتاج المعلومات.

فلم يعد الإنسان ينظر إلى ما تقوله وسائل الإعلام التقليدية وإنما يعتمد على مصادر أخبار ومعلومات أخرى من خلال الإعلام الرقمي وخدماته، ونحن ننتقل من المجتمع الصناعي إلى المجتمع الرقمي والإعلامي ومن العمل اليدوي إلى الاقتصاد المعرفي ومن المنتجات المادية إلى المخلوقات الأثرية ومن عصر النشر إلى عصر البث ومن

الديمقراطية التمثيلية إلى الديمقراطية الميدانية ومن الدولة إلى الشركات المتعددة الجنسيات ومن الهوية المتجانسة إلى الهوية الهجينة ومن المحلي إلى الكوني كلها تحولات تتغير معها مفاهيمنا للمجتمع وللفاعل الاجتماعي بقدر ما أن تتغير علاقتنا بالمكان ونمط العمل ومعطيات الإنتاج الذي يسرع في تحقيق التنمية البشرية. لقد ابرزت تكنولوجيا الاتصال الرقمي البعد الجمعي لإنتاج المعرفة علما وفنا فالمعرفة في العصر الحالي ذات طابع

جمعي مرتبطة بالإنتاج الرقمي بعد ان أصبح الانترنت ساحة للمشاركة وإنتاج المعرفة. فالإعلام الرقمي في عالمنا المعاصر هو سلاح ذو حدين فمن جانب أصبح أداة لتنظيم وإدامة وتغيير العلاقات الاجتماعية ومظهرا من مظاهر وأنماط السلوك فضلا عن تحوله في بعض الأحيان إلى أداة للهيمنة في مجال الثقافة التي تنتج من هذه التكنولوجيا كونها ثقافة شاملة ومختصرة وسطحية تعود الأفراد على أنماط محددة للتفكير والسلوك المهيمن وبالتالي توفر أدوات ومع ذلك فهي تخضع لطبيعة استخدام الفرد لهذه التقنية وكيفية تقوية للرقابة الاجتماعية، توظيف المعلومات بما يتناسب وطبيعة احتياجاته. (محمد، 2012:10)

مفهوم التمكين:

مفهوم تمكين المرأة من المفاهيم التي زاد الاهتمام بها في القرن التاسع عشر، التي تهدف إلى تعزيز دور المرأة في المجتمع المدني وتمكينها، وتسعى ذلك الغاية من خلال مشاركتها في الحياة العامة ودمجها في كل الجوانب المتعلقة في الحياة، وأصبح يتم استخدام تمكين المرأة بشكل واسع في نظم الإدارة الحديثة، وتشمل عناصر التمكين المشار إليها الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والعمل، والسياسية والحياتية. (Baskin and web، 2016:133)

في تعريف الاسكو وهي اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا التمكين أنه " تلك العملية التي تصبح فيها المرأة واعية، ومؤثرة في طريقة حياتها، وأن تكتسب الثقة بالنفس، والقدرة على التصدي لعدم المساواة بينها والرجل. " كما عرّفت المفوضية الأوروبية تمكين المرأة على أنه: مشاركة المرأة في صنع القرارات، أثرها في أن تشعر المرأة بزيادة الثقة بالذات، والاعتماد على النفس وأن تكون لها دور فعال في المجتمع وزيادة الخبرات المكتسبة للمرأة. (Haider, 1996, www.worldcat.org)

كما يعرف التمكين لاجتماعي (Combaz and Mcloughin 2014:9) على أنه : تطوير إحساس الاستقلالية، والثقة بالنفس لدي المرأة، وتحفيزها بشكل جماعي وفردية، وتحسين قدراتها النفسية واحترام الذات. وفقاً للخالدي 2011 ، ص 36 ، ان التمكين يشمل على تغيير الصورة النمطية للمرأة وتعزيز مهاراتها في صنع القرار والعمل.

وتعريف التمكين الاقتصادي للمرأة وفقاً لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD,2011) على انه " :قدرة النساء على المشاركة والاسهام في تحقيق التنمية الاقتصادية والاستفادة منها بطريقة تدل على قيمة المساهمات تحترم كرامتهن وتمكنهن من التفاوض حول توزيع أكثر عدلاً لمنافع التنمية والنمو."

رؤية المملكة:2030

رؤية 2030 اشتملت على برامج عالمية التي تحقق أعلى مستويات الشفافية والحوكمة الرشيدة في جميع القطاعات. ويحرص القائمون على أمر الرؤية على اتخاذ كل ما هو ممكن لتفعيل معايير عالية من المحاسبة والمساءلة، من خلال إعلان أهداف وخطط ومؤشرات قياس الأداء، ومدى النجاح الذي تم تحقيقه، واتاحة هذه المعلومات للجميع. وتعمل برامج الرؤية على توسيع نطاق الخدمات الإلكترونية وتحسين معايير الحوكمة، بما يحد من التأخير في تنفيذ الأعمال، وتحقيق الأهداف المنشودة في أن تكون المملكة في ريادة العالم في مجال التعاملات الإلكترونية. وظهرت جهود المملكة العربية السعودية في الحرص على تعزيز مبدأ ضمن أساسيا الشفافية والوضوح في جميع التعاملات الحكومية، إذ أصبحت الشفافية إطارا رؤية 2030 لمكافحة الفساد بكل أنواعه.

الإطار النظري للدراسة:

يتناول هذا الإطار مفهومي تمكين المرأة من خلال تأثيرها بالأعلام الرقمي التي تتمثل في وسائل الاتصال الرقمي المختلفة في التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت . ويتبين من خلال التعريف أهداف ومؤشرات تمكين المرأة والمعوقات . مفهوم التمكين شامل لكل عمل للتقوية وتعزيز والتقدم وبناء الثقة والمهارات، فتمكين المرأة أي تقدمها، واكتسابها للمعرفة ويمكنها اتخاذ القرارات والمطالبة بالحقوق والخدمات.(المجلس القومي للمرأة59:2005) عرف العتيبي (92:2004) مفهوم التمكين :انه يعني اعطاء مزيداً من السلطة والنفوذ والمسؤولية، واستقلالية في اتخاذ القرار بدرجة أكبر .كما عرّف الخلف (1:200) التمكين للمرأة :بانه الاجراء الذي يبني عليه اعطائها مزيداً من القوة لتكون للمرأة السيطرة والتحكم في العمل التي تقوم بها لتحسين اداء ذلك العمل.

مؤشرات تمكين المرأة:

بالإشارة الى المجلس القومي للنساء , 2001 فان مؤشرات التمكين الاجتماعي للنساء يتضمن التالي:

- مؤشرات الصحة والتعليم والمشاركة المجتمعية الفعالة، وفرص العمل.
- الفرص المتاحة بغرض الوصول الى مصادر المعلومات والمعرفة.
- مشاركة النساء في ادارة المشروعات والتنموية.
- مشاركة النساء في اتخاذ القرارات على المستوى المحلي، والعمل، والاسرة.

- مؤشرات تمكين المرأة اقتصادياً:
- أشار المجلس القومي للمرأة كذلك مؤشرات تمكين الاقتصادي في التالي:
- زيادة الدخل بزيادة المشروعات والانشطة.
- زيادة فرص الدخل الخاص.
- زيادة تحسين مهارات المرأة.
- زيادة مشاركة المرأة في تنظيم وادارة المشروعات.

معوقات تمكين المرأة:

تتلخص مؤشرات تمكين المرأة في جوانب العمل، والتعليم، والاقتصاد، والمشاركة المجتمعية في التالي:

- انخفاض المستوى المهاري، والتعليمي، والثقافي للمرأة.
- القيم الاجتماعية، والنظرة الاجتماعية للمرأة، والعادات والتقاليد.
- عدم المساواة بين النساء والرجال في المجتمع

الإجراءات المنهجية للبحث

الإطار المنهجي للدراسة:

اتبعت هذي الدراسة نظرية المجال العام

منهجية الدراسة:

يعد المنهج المستخدم في هذه النوع من الدراسة بالمنهج الوصفي و المسح الميداني في موضوع الدراسة أثر ا لإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في سوق العمل والتعليم والاقتصاد والمجتمع وفق رؤية المملكة 2030 م. ويسهم هذا النوع الوصفي في الحصول على معلومات وتصور الواقع الاجتماعي، ووضع التوصيات التي يمكن أن تساهم في صنع القرار وتحقيق النتائج وإثراء المعرفة (الطريف , 2019)، وتمشياً مع نوع الدراسة ستعتمد الباحثين على منهج المسح الوصفي الميداني الاجتماعي عبر جمع البيانات بنشر الاستبانة الإلكترونية لعينة من النساء العاملات بالمملكة العربية السعودية.

المنهج الوصفي:

هو المنهج الذي يتناول الأبحاث والدراسات التي تبحث فيما هو كائن الآن في حياة الإنسان أو المجتمع من ظواهر وأحداث وقضايا معينة، ويستخدم هذا المنهج طرقاً وأدوات لجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات منها، الاستبيان والمقابلة والملاحظة والاختبارات. ويعتبر هذا المنهج أكثر شيوعاً وانتشاراً، ولا يمكن الاستغناء عنه في

دراسة أية ظاهرة لأبد من أن تتوافر لدى الباحث أوصاف دقيقة للظاهرة التي يحاول دراستها (داؤود، 2006، ص 6)¹.

مجتمع الدراسة:

تم اختيار المجتمع من النساء العاملات في المملكة العربية السعودية. والتي تشمل جميع النساء العاملات في قطاع الخاص والقطاع الحكومي في المجتمع السعودي.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة تتكون من قرابة (300) من النساء العاملات في نظام العمل السعودي في القطاعين العام والخاص.

"العينة هي مجموعة جزئية من المجتمع وتحمل صفاته وتتوفر بيانات محددة لكل مفردة في العينة" (Hanlon & Larget, 2011, p. 3).

حدود الدراسة:

الحدود المكانية للدراسة: تم اجراء هذه الدراسة بشكل عام على مستوى المملكة يتم التركيز على المدن ذات الكثافة السكانية العالية، الرياض، جدة، مكة المكرمة.

الحدود الزمانية للدراسة: تم اجراء هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2023م، خلال الفترة 11 يونيو حتى 10 اغسطس 2023م.

الحدود البشرية للدراسة: تشمل الدراسة عينة من النساء العاملات في القطاعين الخاص والعام في المملكة العربية السعودية للإجابة على تساؤلات وفرضيات الدراسة عن أثر الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في جوانب العمل والتعليم ودورها المجتمعي وفق رؤية 2030 م.

أدوات جمع البيانات ومقاييس الدراسة:

أولاً: أداة جمع البيانات:

تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالبحث الحالي. لعينة الدراسة من النساء العاملات في القطاعين الخاص والعام. وستعتمد في الجانب الآخر نظرياً على الكتب، والمجلات العلمية، والدراسات السابقة (الأدبيات) كما تم التحقق من ثبات وصدق المشاركات و الإجابات الذي تم تطبيقه على أفراد العينة. ونظراً لطبيعة البحث من حيث أهدافه ومنهجه ومجتمعه. والاستبيان هو أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، ويعتمد الاستبيان على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من أجل الحصول على إجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع الباحث

¹ مناهج البحث العلمي (2006م)، داؤود، د. عزيز، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن.

أنها شافية بالتمام، الأمر الذي يجعله يعمم أحكامه من خلال النتائج المتوصل إليها على آخرين لم يشتركوا في الاستنطاق الاستبائي (عقيل، 2009، ص 148)².
تم تحويل الاستبانة إلى استمارة إلكترونية تم تصميمها على موقع (google drive) ومن ثم إرسال الرابط إلى العينة المستهدفة عن طريق تطبيقات الهاتف الجوال والبريد الإلكتروني وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي.

تتكون الاستبانة في صورتها النهائية من جزئين رئيسيين:

الجزء الأول: البيانات الديموغرافية للمبحوثات، وتحتوي على (العمر – المستوى التعليمي – الخبرة العملية – التخصص العلمي)³.

جدول رقم (3-1): البيانات الديموغرافية

المتغير	المستويات	التكرار	%
العمر	من 25 سنة فأقل	43	17.1%
	من 26 – 35 سنة	53	21.0%
	من 36 – 45 سنة	80	31.7%
	من 46 سنة فأكثر	76	30.2%
	المجموع	252	100%
المستوى التعليمي	ثانوية فأقل	42	16.7%
	دبلوم	26	10.3%
	بكالوريوس	146	57.9%
	دراسات عليا	38	15.1%
	المجموع	252	100%
الخبرة العملية	أقل من 5 سنوات	106	42.1%
	من 5 – 10 سنوات	24	9.5%
	من 11 – 15 سنة	54	21.4%
	من 16 سنة فأكثر	68	27.0%
	المجموع	252	100%
التخصص العلمي	محاسبة	13	5.2%
	اقتصاد	23	9.1%
	إدارة أعمال	99	39.3%
	أخرى	117	46.4%
	المجموع	252	100%

² فلسفة مناهج البحث العلمي (2009م)، عقيل، د. عقيل حسين، مكتبة مدبولي، جمهورية مصر العربية.

* المحكمون:

د. شرين الكدواني

د. شريهان محمد

د. محمد عويس

الجزء الثاني: محاور الاستبانة، ويحتوي على أربعة محاور كالآتي:

المحور الأول: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل – ويحتوي على 5 عبارات.

المحور الثاني: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم – ويحتوي على 5 عبارات.

المحور الثالث: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية – ويحتوي على 4 عبارات.

المحور الرابع: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى – ويحتوي على 4 عبارات.

ثانياً: المقاييس والاختبارات الإحصائية المقترح استخدامها:

تم تحليل بيانات هذه الدراسة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Science - SPSS) الإصدار (24)، باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- 1- معامل كرونباخ-ألفا (Cronbach's Alpha) لإيجاد معامل الثبات لأداة الدراسة.
- 2- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.
- 3- التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.
- 4- الوسط الحسابي (Mean) والانحراف المعياري (Standard Deviation) واختبار مربع كاي لجودة التوفيق للإجابة على تساؤلات الدراسة.
- 5- اختبار تحليل التباين الأحادي One-way Analysis of Variance (ANOVA) لإيجاد الفروق في محاور أداة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

إجراءات الصدق والثبات:

صدق الاتساق الداخلي Internal Consistency

يُعرف الاتساق الداخلي بأنه مدى مقدرة الاستبيان على قياس ما صُمم من أجله (Hair, et al., 2006)، وقد تم التأكد من صدق الاتساق الداخلي لأداة البحث من خلال حساب معامل الارتباط لبيرسون بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي له، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (2-3): الاتساق الداخلي للإستبانة حسب المحاور.

المحاور	رقم العبارة	الارتباط بالمحور	الدلالة الاحصائية	المحاور	رقم العبارة	الارتباط بالمحور	الدلالة الاحصائية
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل	1	.702**	0.000	استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم	1	.860**	0.000
	2	.663**	0.000		2	.869**	0.000
	3	.795**	0.000		3	.906**	0.000
	4	.830**	0.000		4	.882**	0.000
	5	.766**	0.000		5	.869**	0.000
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية	1	.806**	0.000	استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى	1	.896**	0.000
	2	.880**	0.000		2	.885**	0.000
	3	.868**	0.000		3	.906**	0.000
	4	.858**	0.000		4	.892**	0.000

(**) دالة عند مستوى دلالة إحصائي (0.01).

الجدول السابق عبارة عن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تتبع له وذلك من أجل التحقق من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة، نلاحظ أن جميع قيم معاملات الارتباط جاءت في المدى بين (0.663) و (0.906) وهي قيم موجبة مرتفعة وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) مما يعني أن الاستبيان يتصف بالاتساق الداخلي وأن العبارات في كل محور تقيس ما صُممت من أجله.

ثبات المقياس:

تم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام معامل ثبات كرونباخ-ألفا (Cronbach, L.) (J. 1951, Pp 297-334) لكل محور، وذلك كما بالجدول التالي:

جدول رقم (3-3): معاملات الثبات للإستبانة بطريقة كرونباخ-ألفا حسب المحاور.

المحاور	عدد العبارات	كرونباخ-ألفا
المحور الأول: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل	5	0.806
المحور الثاني: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم	5	0.924
المحور الثالث: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية	4	0.874
المحور الرابع: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى	4	0.915
الإستبيان ككل	18	0.956

الجدول السابق عبارة عن معاملات الثبات بطريقة (كرونباخ-ألفا) لمحاور الاستبانة، فنجد أن معامل كرونباخ-ألفا للمحاور تراوحت قيمها بين (0.806 – 0.924)، كما أن معامل كرونباخ-ألفا للإستبيان ككل بلغ (0.956)، ونلاحظ أن جميع معاملات الثبات عالية (أكبر من 0.80) مما يعني أن هناك ثبات عالي (Nikou Kavadia et.al, 2013, P689) للإستبيان المستخدم في الدراسة، وأنه إذا تم إعادة توزيعه على نفس العينة بعد فترة زمنية، فإنه سيتم الحصول على إجابات تشابه النتائج الحالية بنسبة كلية تقرب من 96%.

لكل ما سبق، فإنه يمكن الحكم على الإستبيان بأنه يمتاز بصدق الاتساق الداخلي (البناء) وبالثبات، وأن جميع عبارات المحاور تمتاز بالترابط فيما بينها وتقيس المحور الذي تنتمي له، وأن هناك ثبات في الإجابات، وبالتالي فإن هذا الإستبيان يعتبر صالحاً للتطبيق ويمكن الاعتماد على النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال البيانات التي تم جمعها بواسطته.

جدول رقم (3-4) أوزان الإجابات حسب مقياس ليكرت الخماسي.

المستوى	الوزن	الدرجات
لا أوافق بشدة	1	1 – 1.79
لا أوافق	2	1.80 – 2.59
محايد	3	2.60 – 3.39
أوافق	4	3.40 – 4.19
أوافق بشدة	5	4.20 – 5

الجدول السابق يوضح قيم المتوسطات المرجحة وفقاً لمقياس ليكرت للتدرج الخماسي (Uebersax, 2007)، وقد تم حساب المتوسطات الحسابية المرجحة لكل عبارة من عبارات أداة الدراسة ومقارنتها مع المدى الموجود في الجدول وتعطى الإجابة المقابلة للمدى الذي يقع بداخله متوسط العبارة.

التبويب المقترح وفق الخطة الزمنية:

أولاً: الفصول والتبويب المقترح

تم تقسيم هذه الدراسة إلى خمسة فصول، حيث الفصل الأول و الذي يشمل مقدمة عن موضوع الدراسة، والأهداف، وأهمية الدراسة، والتساؤلات، ومفاهيم الدراسة.

الفصل الثاني حيث يشمل هذا الفصل الإطار النظري وأدبيات الدراسة والتي تحتوي على مفاهيم لمتغيرات الدراسة ودراسات سابقة.

أما الفصل الثالث سيتناول الإطار المنهجي للدراسة والذي يشمل المنهج المتبع في الدراسة، وأدوات الدراسة، ومجتمع الدراسة، وأداة جمع البيانات، وعينة الدراسة، وتحليل الإحصائي.

والفصل الرابع هو فصل الذي سيتعلق بالتحليل الإحصائي للدراسة بأداة التحليل وفيه سيتم رسم الجداول الإحصائية ومناقشة النتائج لمتغيرات الدراسة.

الفصل الخامس سيتعلق باستخلاص النتائج العامة للدراسة وكتابة التوصيات الممكنة بناء على النتائج المتحصلة خلال المناقشة ونتائج المتغيرات.

ثانياً: الخطة الزمنية للدراسة

الموضوع	يونيو 2023	يوليو 2023	اغسطس 2023
اختيار الموضوع			
اختيار المراجع			
اعداد خطة البحث			
الإطار النظري والدراسات السابقة			
الإطار المنهجي للدراسة			
جمع البيانات للدراسة			
تحليل بيانات الدراسة			
الخاتمة والتوصيات			

محددات وقصور الدراسة:

هنالك بعض المحددات التي سوف تواجه الباحثين اثناء جمع البيانات الميدانية للدراسة ومن بينها التالي

- التكتم الذي سوف يحصل من بعض الموظفين وعدم وضوح الإجابات من قبل الموظفين.
- الإجابات التي ستكون بشكل مختصر ومحدود من بعض المشاركات في الدراسة.
- تحفظ بعض المشاركات في الدراسة ببعض الإجابات والخوف من مدي ري العمل.

عرض وتحليل البيانات

عرض وتحليل البيانات:

تمهيد:

من خلال هذا الفصل سيتم عرض النتائج التي خرجت بها الدراسة، بناءً على التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة، ابتداءً بتحليل نتائج البيانات الديموغرافية، ومن ثم تحليل محاور أداة الدراسة واستخدام المعالجات الإحصائية المناسبة للتحقق من الأهداف والإجابة على التساؤلات، وذلك كما يلي:

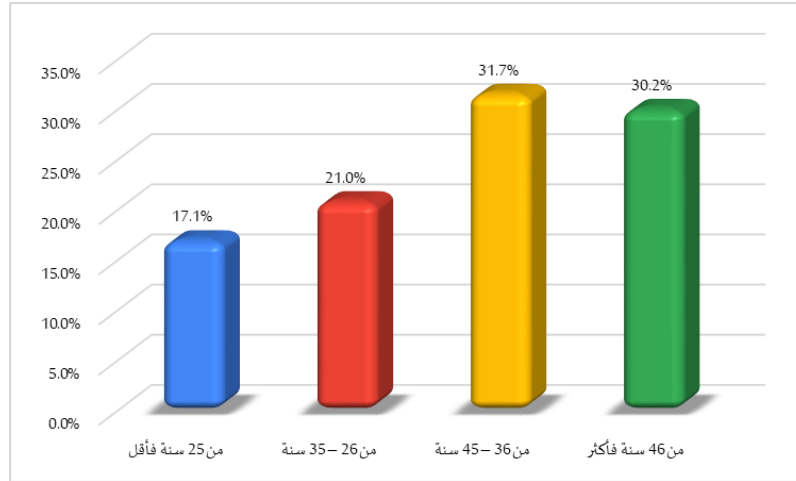
أولاً: وصف عينة الدراسة:

تم استخدام الجداول التكرارية لوصف العينة وفقاً للبيانات الديموغرافية، وذلك كما يلي:

جدول 1-4. وصف العينة وفقاً لمتغير العمر

العمر	العدد	النسبة
من 25 سنة فأقل	43	17.1%
من 26 – 35 سنة	53	21.0%
من 36 – 45 سنة	80	31.7%
من 46 سنة فأكثر	76	30.2%
المجموع	252	100.0%

بالإطلاع على الجدول رقم (1-4) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير العمر، فينتضح أن نسبة 31.7% من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 36 – 45 سنة)، وأن نسبة 30.2% في الفئة العمرية (من 45 سنة فأكثر)، وأن نسبة 21.0% في الفئة العمرية (من 26 – 35 سنة)، وأن نسبة 17.1% في الفئة العمرية (من 25 سنة فأقل). ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

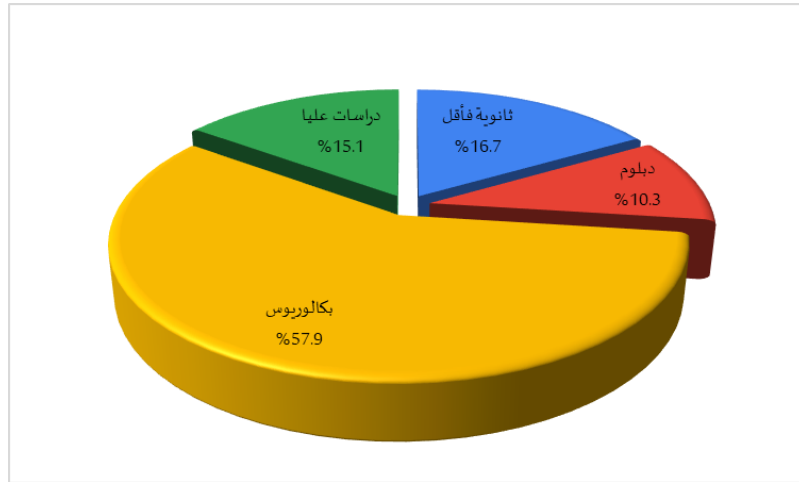


رسم بياني (1-4). يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير العمر

جدول 2-4. وصف العينة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	النسبة
ثانوية فأقل	42	16.7%
دبلوم	26	10.3%
بكالوريوس	146	57.9%
دراسات عليا	38	15.1%
المجموع	252	100.0%

بالاطلاع على الجدول رقم (2-4) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، نجد أن نسبة 57.9 % من أفراد العينة بالمستوى التعليمي (بكالوريوس)، وأن نسبة 16.7 % بالمستوى التعليمي (ثانوي فأقل)، وأن نسبة 15.1 % بالمستوى التعليمي (دراسات عليا)، وأن نسبة 10.3 % بالمستوى التعليمي (دبلوم). ورسم القطاعات الدائرية التالي يبين هذه النسب:

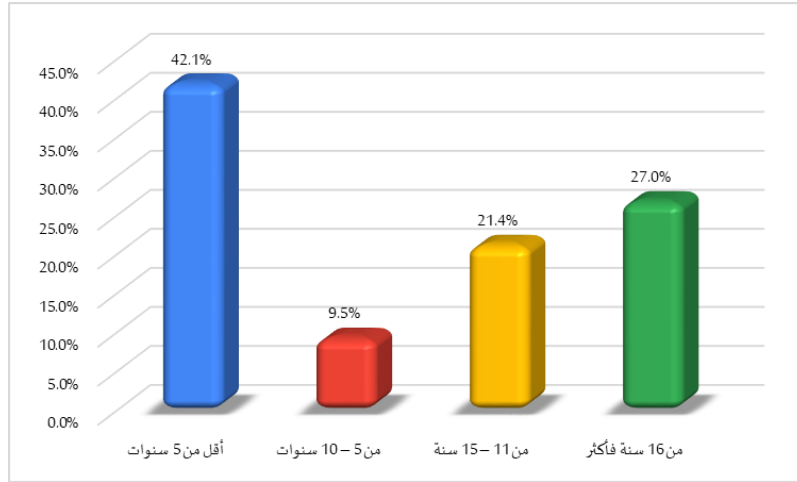


رسم بياني (2-4). يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

جدول 3-4. وصف العينة وفقاً لمتغير الخبرة العملية

الخبرة العملية	العدد	النسبة
أقل من 5 سنوات	106	42.1%
من 5 – 10 سنوات	24	9.5%
من 11 – 15 سنة	54	21.4%
من 16 سنة فأكثر	68	27.0%
المجموع	252	100.0%

بالاطلاع على الجدول رقم (3-4) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الخبرة العملية، نجد أن نسبة 42.1% من أفراد العينة تبلغ خبرتهن (أقل من 5 سنوات)، وأن نسبة 27% تبلغ خبرتهن (من 15 سنة فأكثر)، وأن نسبة 21.4% تبلغ خبرتهن (من 11 – 15 سنة)، وأن نسبة 9.5% تبلغ خبرتهن (من 5 – 10 سنوات). ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

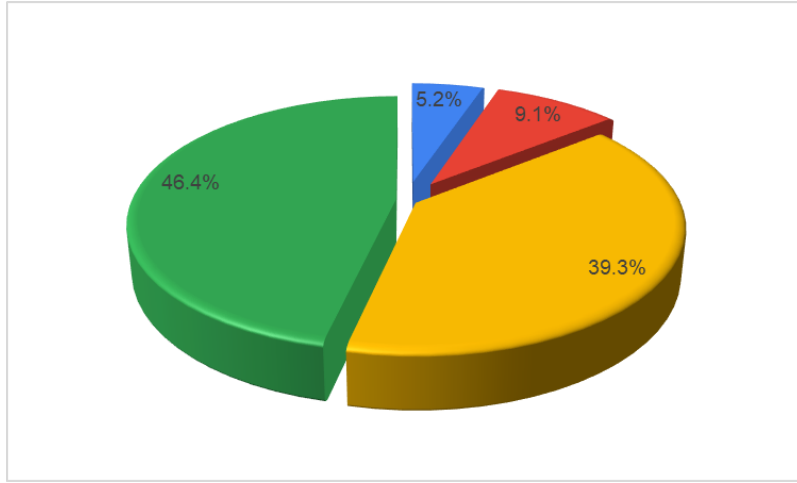


رسم بياني (3-4). يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير الخبرة العملية

جدول 4-4. وصف العينة وفقاً لمتغير التخصص العلمي

التخصص العلمي	العدد	النسبة
محاسبة	13	5.2%
اقتصاد	23	9.1%
إدارة أعمال	99	39.3%
أخرى	117	46.4%
المجموع	252	100.0%

بالاطلاع على الجدول رقم (4-4) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير التخصص العلمي، نجد أن نسبة 39.3% من أفراد العينة تخصصهن العلمي (إدارة أعمال)، وأن نسبة 9.1% تخصصهن العلمي (اقتصاد)، وأن نسبة 5.2% تخصصهن (محاسبة)، وأن نسبة 46.4% لديهن تخصصات أخرى غير التي ذُكرت. ورسم القطاعات الدائرية التالي يبين هذه النسب:



رسم بياني (4-4). يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير التخصص العلمي

ثانياً: الإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها

1/ ما تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في العمل والتوظيف وفق رؤية المملكة 2030م؟

تقابل هذا السؤال الفرضية التالية:

1/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص العمل لديها.

للإجابة على هذا السؤال واختبار الفرضية المقابلة لها، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية واختبار مربع كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحور الأول، وذلك كما يلي:

جدول رقم (4-5): تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في العمل والتوظيف وفق رؤية المملكة 2030م.

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	النسبة المئوية	المستوى	الترتيب
1	توفر وسائل الإعلام الرقمي وسائل التواصل الاجتماعي سهولة الاعلان للمنتجات وتسويقها	4.59	0.65	**406.1	%91.8	أوافق بشدة	1
2	تساعد استخدام وسائل الاعلام الرقمي كالإنستغرام والسناپ شات والفيسبوك في جذب العملاء في شراء المنتجات	4.51	0.67	**343.2	%90.2	أوافق بشدة	2

5	سهولة التقديم على الوظائف في القطاعات المختلفة عبر وسائل التواصل المختلفة للإعلام الرقمي	4.22	0.83	**228.7	84.4%	أوافق بشدة	3
4	يستخدم اصحاب العمل الإمكانيات والتقنيات الإعلانية لمنصات التواصل الاجتماعي، والتي تساعد النساء ذوي الخبرة والمهارة في بناء شبكاتهم الاجتماعية لتعزيز حياتهم المهنية	4.13	0.84	**207.1	82.6%	أوافق	4
3	تستطيع المرأة السعودية بسهولة انشاء مشاريع للأعمال وإدارتها بأقل تكلفة	4.00	0.97	**131.3	80.0%	أوافق	5
	كامل المحور	4.29	0.79	-	85.8%	أوافق بشدة	

(**) قيمة اختبار مربع كاي دال إحصائياً عند مستوى (0.01)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الأول: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل. تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (4.0 – 4.59) بنسب مئوية تراوحت بين (91.8% - 80.0%) وتقابلها المستويات (أوافق بشدة – أوافق)، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت أقل من الواحد الصحيح وتشير إلى تجانس إجابات أفراد العينة على العبارات. بلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (4.29) ويقع في الفئة الخامسة (4.20 – 5.0) لمقياس ليكرت للتدرج الخماسي والذي يشير إلى مستوى الاستجابة (أوافق بشدة) وبانحراف معياري بلغ (0.79) ونسبة مئوية كلية بلغت (85.8%)، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) أي أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة لتوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي تتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، أي أن أفراد العينة يوافقون بشدة بنسبة بلغت 85.8% على تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في العمل والتوظيف وفق رؤية المملكة 2030م، ويمكن التوصل إلى قبول الفرضية الأولى للدراسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص العمل لديها.

وبناء على المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر، فنجد أن العبارة (توفر وسائل الاعلام الرقمي وسائل التواصل الاجتماعي سهولة الاعلان للمنتجات وتسويقها) جاءت في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (4.59) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، تلتها في المرتبة الثانية العبارة (تساعد استخدام وسائل الاعلام الرقمي كالإنستغرام والسناپ شات والفيسبوك في جذب العملاء في شراء المنتجات) بمتوسط حسابي بلغ (4.51) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة العبارة (سهولة التقديم على الوظائف في القطاعات المختلفة عبر وسائل التواصل المختلفة للإعلام الرقمي) بمتوسط حسابي بلغ (4.22) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم جاءت في المرتبة الرابعة العبارة (يستخدم اصحاب العمل الإمكانيات والتقنيات الإعلانية لمنصات التواصل الاجتماعي، والتي تساعد النساء ذوي الخبرة والمهارة في بناء شبكاتهم الاجتماعية لتعزيز حياتهم المهنية) بمتوسط حسابي بلغ (4.13) ومستوى استجابة (أوافق)، ثم جاءت في المرتبة الخامسة العبارة (تستطيع المرأة السعودية بسهولة انشاء مشاريع للأعمال وادارتها باقل تكلفة) بمتوسط حسابي بلغ (4.00) ومستوى استجابة (أوافق).

2/ ما تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في التعليم وفق رؤية المملكة 2030م؟
تقابل هذا السؤال الفرضية التالية:

2/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم لديها.

للإجابة على هذا السؤال واختبار الفرضية المقابلة لها، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية واختبار مربع كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحور الثاني، وذلك كما يلي:

جدول رقم (4-6): تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في التعليم وفق رؤية المملكة 2030م.

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	النسب المئوية	المستوى	الترتيب
3	تستطيع المرأة متابعة المقررات والمحاضرات من خلال سائل الاعلام الرقمية.	4.40	0.78	**291.1	%88.0	أوافق بشدة	1
2	تستطيع المرأة السعودية الشابة استخدام الحاسب الآلي وتطبيقاته في الوسائط الرقمية.	4.37	0.79	**281.8	%87.4	أوافق بشدة	2
1	تستطيع المرأة السعودية سهولة التعلم وكسب الخبرات والمهارات من الوسائط الرقمية للتعليمية.	4.27	0.87	**239.8	%85.4	أوافق بشدة	3

4	أوافق بشدة	%84.4	**211.9	0.88	4.22	تستطيع المرأة السعودية زيادة فرص التعلم من وسائل الاعلام الرقمي والدخول في تجارة الاسهم	4
5	أوافق	%82.2	**180.5	0.89	4.11	تستطيع المرأة السعودية اكتساب المهارات الرقمية من تقنيات التعليم من أجل إيجاد وظيفة في قطاع التعليم.	5
	أوافق بشدة	%85.4	-	0.84	4.27	كامل المحور	

(**) قيمة اختبار مربع كاي دال إحصائياً عند مستوى (0.01)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم. تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (4.40 - 4.11) بنسب مئوية تراوحت بين (88.0% - 82.2%) وتقابلها المستويات (أوافق بشدة - أوافق)، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت أقل من الواحد الصحيح وتشير إلى تجانس إجابات أفراد العينة على العبارات. بلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (4.27) ويقع في الفئة الخامسة (4.20 - 5.0) لمقياس ليكرت للتدرج الخماسي والذي يشير إلى مستوى الاستجابة (أوافق بشدة) وبانحراف معياري بلغ (0.84) ونسبة مئوية كلية بلغت (85.4%)، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) أي أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة لتوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي نتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، أي أن أفراد العينة يوافقون بشدة بنسبة بلغت 85.4% على تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في التعليم وفق رؤية المملكة 2030م، ويمكن التوصل إلى قبول الفرضية الثانية للدراسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم لديها.

وبناء على المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر، فنجد أن العبارة (تستطيع المرأة متابعة المقررات والمحاضرات من خلال وسائل الاعلام الرقمية) حازت على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.40) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم حلت في المرتبة الثانية العبارة (تستطيع المرأة السعودية الشابة استخدام الحاسب الآلي وتطبيقاته في الوسائط الرقمية) بمتوسط حسابي بلغ (4.37) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم حلت في المرتبة الثالثة العبارة (تستطيع المرأة السعودية سهولة التعلم وكسب الخبرات والمهارات من الوسائط الرقمية للتعليمية) بمتوسط حسابي بلغ (4.27) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم حلت في المرتبة الرابعة العبارة (تستطيع المرأة

تأثير الإعلام الرقمي على تمكين المرأة السعودية في مجالات العمل والتعليم والاقتصاد والمشاركة المجتمعية في ضوء رؤية المملكة 2030م

السعودية زيادة فرص التعلم من وسائل الاعلام الرقمي والدخول في تجارة الاسهم) بمتوسط حسابي بلغ (4.22) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم حلت في المرتبة الخامسة والأخيرة العبارة (تستطيع المرأة السعودية اكتساب المهارات الرقمية من تقنيات التعليم من أجل إيجاد وظيفة في قطاع التعليم) بأقل متوسط حسابي بلغ (4.11) ومستوى استجابة (أوافق).

3/ ما تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في المشاركة المجتمعية وفق رؤية المملكة 2030م؟

تقابل هذا السؤال الفرضية التالية:

3/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية وتأثيرها على المجتمع.

للإجابة على هذا السؤال واختبار الفرضية المقابلة لها، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية واختبار مربع كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحور الثالث، وذلك كما يلي:

جدول رقم (4-7): تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في المشاركة المجتمعية وفق رؤية المملكة 2030م.

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	النسبة المئوية	المستوى	الترتيب
3	تستطيع أن تكون المرأة نموذجًا يحتذى به من خلال التغيير الاجتماعي في ضوء رؤية المملكة 2030م	4.37	0.73	**273.8	%87.4	أوافق بشدة	1
4	تستطيع المرأة السعودية المشاركة والتواصل في بيئة عالمية دون حاجز مكاني أو زمني في ضوء رؤية المملكة 2030م	4.36	0.77	**274.4	%87.2	أوافق بشدة	2
1	تستطيع المرأة بناء قدرات التعبير الذاتي والمعرفي والاجتماعي وبناء علاقات من خلال مشاركتها في المواقع ومنتديات التواصل الاجتماعي	4.25	0.75	**264.3	%85.0	أوافق بشدة	3
2	تستطيع المرأة زيادة الوعي الاجتماعي ومعرفة العادات والتقاليد لمجتمعات مختلفة في ضوء رؤية المملكة 2030م	4.23	0.89	**224.8	%84.6	أوافق بشدة	4
	كامل المحور	4.30	0.78	-	%86.0	أوافق بشدة	

(**) قيمة اختبار مربع كاي دال إحصائياً عند مستوى (0.01)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثالث: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية. تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (4.37 – 4.23) بنسب مئوية تراوحت بين (87.4% - 84.6%) ويقابلها المستوى (أوافق بشدة)، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت أقل من الواحد الصحيح وتشير إلى تجانس إجابات أفراد العينة على العبارات. بلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (4.30) ويقع في الفئة الخامسة (4.20 – 5.0) لمقياس ليكرت للتدرج الخماسي والذي يشير إلى مستوى الاستجابة (أوافق بشدة) وبانحراف معياري بلغ (0.78) ونسبة مئوية كلية بلغت (86.0%)، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) أي أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة لتوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي نتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، أي أن أفراد العينة يوافقون بشدة بنسبة بلغت 86.0% على تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في المشاركة المجتمعية وفق رؤية المملكة 2030م، ويمكن التوصل إلى قبول الفرضية الثالثة للدراسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية وتأثيرها على المجتمع.

وبناء على المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر، فنجد أن العبارة (تستطيع أن تكون المرأة نموذجاً يحتذى به من خلال التغيير الاجتماعي في ضوء رؤية المملكة 2030م) حازت على المرتبة الأولى حيث بلغ متوسطها الحسابي (4.37) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم حلت في المرتبة الثانية العبارة (تستطيع المرأة السعودية المشاركة والتواصل في بيئة عالمية دون حاجز مكاني أو زمني في ضوء رؤية المملكة 2030م) بمتوسط حسابي بلغ (4.36) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم حلت في المرتبة الثالثة العبارة (تستطيع المرأة بناء قدرات التعبير الذاتي والمعرفي والاجتماعي وبناء علاقات من خلال مشاركتها في المواقع ومنتديات التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي بلغ (4.25) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم حلت في المرتبة الرابعة والأخيرة العبارة (تستطيع المرأة زيادة الوعي الاجتماعي ومعرفة العادات والتقاليد لمجتمعات مختلفة في ضوء رؤية المملكة 2030م) بمتوسط حسابي بلغ (4.23) ومستوى استجابة (أوافق بشدة).

4/ ما تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في الاقتصاد وفق رؤية المملكة 2030م؟

تقابل هذا السؤال الفرضية التالية:

4/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى. للإجابة على هذا السؤال واختبار الفرضية المقابلة لها، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية واختبار مربع كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحور الرابع، وذلك كما يلي:

جدول رقم (4-8): تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في الاقتصاد وفق رؤية المملكة 2030م.

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	النسبة المئوية	المستوى	الترتيب
1	تقدم وسائل التواصل الاجتماعي أداة مفيدة للإعلان، ونركز على العمل المنزلي من خلال زيادة الدخل والاقتصاد.	4.49	0.68	**326.9	%89.8	أوافق بشدة	1
2	تعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة اعلامية رقمية فعالة في الحصول على العملاء من مناطق مختلفة من المملكة العربية السعودية في زيادة الأعمال	4.46	0.66	**328.9	%89.2	أوافق بشدة	2
4	تساعد التقنيات الرقمية زيادة في التنمية الاقتصادية للمرأة السعودية في ضوء رؤية المملكة 2030م.	4.31	0.80	**273.0	%86.2	أوافق بشدة	3
3	تقدم وسائل الاتصال الرقمية المعلومات مفيدة في زيادة اقتصاد الأسرة من خلال مشاركة المرأة السعودية في سوق العمل	4.30	0.76	**275.5	%86.0	أوافق بشدة	4
	كامل المحور	4.39	0.73	-	%87.8	أوافق بشدة	

(**) قيمة اختبار مربع كاي دال إحصائياً عند مستوى (0.01)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الرابع: استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى. تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (4.30 – 4.49) بنسب مئوية تراوحت بين (89.8 % - 86.0 %) ويقابلها المستوى (أوافق بشدة)، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت أقل من الواحد الصحيح وتشير إلى تجانس إجابات أفراد العينة على العبارات. بلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (4.39) ويقع في الفئة الخامسة (4.20)

– 5.0) لمقياس ليكرت للتدرج الخماسي والذي يشير إلى مستوى الاستجابة (أوافق بشدة) وبانحراف معياري بلغ (0.73) ونسبة مئوية كلية بلغت (87.8 %)، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) أي أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة لتوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي تتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، أي أن أفراد العينة يوافقون بشدة بنسبة بلغت 87.8 % على تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في الاقتصاد وفق رؤية المملكة 2030م، ويمكن التوصل إلى قبول الفرضية الرابعة للدراسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردية.

وبناء على المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارات ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارات ذات المتوسط الأصغر، فجدد أن العبارة (تقدم وسائل التواصل الاجتماعي أداة مفيدة للإعلان، ونركز على العمل المنزلي من خلال زيادة الدخل والاقتصاد) حازت على المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (4.49) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم جاءت العبارة (تعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة اعلامية رقمية فعالة في الحصول على العملاء من مناطق مختلفة من المملكة العربية السعودية في ريادة الأعمال) والتي حلت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.46) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم حلت في المرتبة الثالثة العبارة (تساعد التقنيات الرقمية زيادة في التنمية الاقتصادية للمرأة السعودية في ضوء رؤية المملكة 2030م) بمتوسط حسابي بلغ (4.31) ومستوى استجابة (أوافق بشدة)، ثم حلت في المرتبة الرابعة والأخيرة العبارة (تقدم وسائل الاتصال الرقمية المعلومات مفيدة في زيادة اقتصاد الأسرة من خلال مشاركة المرأة السعودية في سوق العمل) بمتوسط حسابي بلغ (4.30) ومستوى استجابة (أوافق بشدة).

ثالثاً: الفروق في محاور الاستبيان وفقاً للمتغيرات الأولية

تم إجراء تحليل التباين الأحادي (ANOVA)، وذلك كما يلي:

جدول رقم (4-9): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of Variance) للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير العمر:

المحاور	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (F)	الدلالة
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل	بين المجموعات	1.11	3	0.37	1.03	0.379
	داخل المجموعات	89.19	248	0.36		

			251	90.30	الكلية	
0.019	3.39	بين المجموعات	3	5.36	استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم	
		داخل المجموعات	248	130.90		
		الكلية	251	136.26		
0.041	2.79	بين المجموعات	3	3.67	استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية	
		داخل المجموعات	248	108.71		
		الكلية	251	112.38		
0.013	3.66	بين المجموعات	3	4.49	استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى	
		داخل المجموعات	248	101.51		
		الكلية	251	106.01		

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير العمر، ومن خلال مقارنة قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور مع مستوى المعنوية (0.05) نجد الآتي:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو المحور (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل) وفقاً لمتغير العمر، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية بلغت (0.379) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05).

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين آراء أفراد العينة نحو المحاور (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم – استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية – استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى) وفقاً لمتغير العمر، حيث أن قيم الدلالة الإحصائية المقابلة لها جاءت أقل من مستوى المعنوية (0.05). وبإجراء اختبار أقل فرق معنوي (LSD) للمقارنات الثنائية اللاحقة لاختبار (ANOVA) تبين أن الفروق في المحاور جاءت بين الفئتين العمريتين (25 سنة فأقل) و (من 26 – 35 سنة) لصالح الفئة العمرية (25 سنة فأقل)، أي أن النساء في الفئة العمرية (25 سنة فأقل) يوافقن بدرجة أكبر نحو تأثير الإعلام الرقمي على تحسين فرص التعليم وزيادة مشاركتها المجتمعية وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي في ضوء رؤية المملكة 2030م.

جدول رقم (4-10): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of Variance) للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي:

المحاور	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (F)	الدلالة
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل	بين المجموعات	2.99	3	1.00	2.83	0.039
	داخل المجموعات	87.31	248	0.35		
	الكلية	90.30	251			
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم	بين المجموعات	2.80	3	0.93	1.74	0.160
	داخل المجموعات	133.45	248	0.54		
	الكلية	136.26	251			
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية	بين المجموعات	2.05	3	0.68	1.54	0.205
	داخل المجموعات	110.33	248	0.44		
	الكلية	112.38	251			
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردي	بين المجموعات	6.25	3	2.08	5.17	0.002
	داخل المجموعات	99.76	248	0.40		
	الكلية	106.01	251			

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، ومن خلال مقارنة قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور مع مستوى المعنوية (0.05) نجد الآتي:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو المحورين (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم) و(استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية) وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث أن قيم الدلالة الإحصائية جاءت أكبر من مستوى المعنوية (0.05).

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين آراء أفراد العينة نحو المحور (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل) وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية المقابلة لها بلغت (0.039) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05). وبإجراء اختبار أقل فرق معنوي (LSD) للمقارنات الثنائية اللاحقة لاختبار (ANOVA) تبين أن الفروق جاءت بين المستوى التعليمي (بكالوريوس) و (دراسات عليا) لصالح

(دراسات عليا) بالمتوسط الحسابي الأعلى، أي أن النساء في المستوى التعليمي (دراسات عليا) يوافقن بدرجة أكبر نحو تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في العمل والتوظيف وفق رؤية المملكة 2030م.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين آراء أفراد العينة نحو المحور (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردية) وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية المقابلة لها بلغت (0.002) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05). وبإجراء اختبار أقل فرق معنوي (LSD) للمقارنات الثنائية اللاحقة للاختبار (ANOVA) تبين أن الفروق جاءت بين المستوى التعليمي (بكالوريوس) و (دراسات عليا) لصالح (دراسات عليا) بالمتوسط الحسابي الأعلى، أي أن النساء في المستوى التعليمي (دراسات عليا) يوافقن بدرجة أكبر نحو تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في الاقتصاد وفق رؤية المملكة 2030م.

جدول رقم (4-11): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of Variance) للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة العملية:

المحاور	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (F)	الدلالة
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل	بين المجموعات	0.43	3	0.14	0.39	0.758
	داخل المجموعات	89.87	248	0.36		
	الكلية	90.30	251			
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم	بين المجموعات	0.52	3	0.17	0.32	0.814
	داخل المجموعات	135.74	248	0.55		
	الكلية	136.26	251			
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية	بين المجموعات	0.12	3	0.04	0.09	0.965
	داخل المجموعات	112.26	248	0.45		
	الكلية	112.38	251			
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردية	بين المجموعات	0.42	3	0.14	0.33	0.802
	داخل المجموعات	105.58	248	0.43		
	الكلية	106.01	251			

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة العملية، ومن خلال قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور نجدها جاءت أكبر من مستوى المعنوية (0.05) وبالتالي فإنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة العملية، حيث أن جميع قيم الدلالة الإحصائية جاءت أكبر من مستوى المعنوية (0.05).

جدول رقم (4-12): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of Variance) للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص العلمي:

المحاور	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (F)	الدلالة
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل	بين المجموعات	2.20	3	0.73	2.07	0.105
	داخل المجموعات	88.10	248	0.36		
	الكلية	90.30	251			
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم	بين المجموعات	1.13	3	0.38	0.69	0.559
	داخل المجموعات	135.13	248	0.54		
	الكلية	136.26	251			
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية	بين المجموعات	1.96	3	0.65	1.47	0.224
	داخل المجموعات	110.42	248	0.45		
	الكلية	112.38	251			
استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى	بين المجموعات	1.91	3	0.64	1.52	0.210
	داخل المجموعات	104.09	248	0.42		
	الكلية	106.01	251			

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص العلمي، ومن خلال قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور نجدها جاءت أكبر من مستوى المعنوية (0.05) وبالتالي فإنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص العلمي، حيث أن جميع قيم الدلالة الإحصائية جاءت أكبر من مستوى المعنوية (0.05).

ملخص النتائج

1. تتكون العينة من (252) من النساء العاملات في نظام العمل السعودي في القطاعين العام والخاص، وأظهرت النتائج أن نسبة 31.7% منهن في الفئة العمرية (من 36 – 45 سنة)، وأن نسبة 57.9% منهن بالمستوى التعليمي (بكالوريوس)، وأن نسبة 42.1% من أفراد العينة تبلغ خبرتهن (أقل من 5 سنوات)، وأن نسبة 39.3% تخصصهن العلمي (إدارة أعمال).

2. توصلت النتائج إلى قبول الفرضية الأولى للدراسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص العمل لديها، وأن أفراد العينة يوافقون بشدة بنسبة 85.8% على تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في العمل والتوظيف وفق رؤية المملكة 2030م، وذلك من خلال:

- توفر وسائل الاعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي سهولة الاعلان للمنتجات وتسويقها
- تساعد استخدام وسائل الاعلام الرقمي كالاينستغرام والسناپ شات والفيديوك في جذب العملاء في شراء المنتجات.
- 3. توصلت النتائج إلى قبول الفرضية الثانية للدراسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم لديها، وأن أفراد العينة يوافقون بشدة بنسبة 85.4% على تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في التعليم وفق رؤية المملكة 2030م، وذلك من خلال:
 - تستطيع المرأة متابعة المقررات والمحاضرات من خلال سائل الاعلام الرقمية
 - تستطيع المرأة السعودية الشابة استخدام الحاسب الآلي وتطبيقاته في الوسائط الرقمية.
- 4. توصلت النتائج إلى قبول الفرضية الثالثة للدراسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية وتأثيرها على المجتمع، وأن أفراد العينة يوافقون بشدة بنسبة 86.0% على تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في المشاركة المجتمعية وفق رؤية المملكة 2030م، وذلك من خلال:
 - تستطيع أن تكون المرأة نموذجًا يحتذى به من خلال التغيير الاجتماعي في ضوء رؤية المملكة 2030م
 - تستطيع المرأة السعودية المشاركة والتواصل في بيئة عالمية دون حاجز مكاني

او زماني في ضوء رؤية المملكة 2030م.
5. توصلت النتائج إلى قبول الفرضية الرابعة للدراسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى، وأن أفراد العينة يوافقون بشدة بنسبة 87.8% على تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في الاقتصاد وفق رؤية المملكة 2030م، وذلك من خلال:

- تقدم وسائل التواصل الاجتماعي أداة مفيدة للإعلان، ونركز على العمل المنزلي من خلال زيادة الدخل والاقتصاد
 - تعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة اعلامية رقمية فعالة في الحصول على العملاء من مناطق مختلفة من المملكة العربية السعودية في ريادة الأعمال.
6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو المحور (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل) وفقاً لمتغير العمر.

7. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين آراء أفراد العينة نحو المحاور (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم – استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية – استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى) وفقاً لمتغير العمر، وأن الفروق في المحاور جاءت بين الفئتين العمريتين (25 سنة فأقل) و (من 26 – 35 سنة) صالح الفئة العمرية (25 سنة فأقل)، أي أن النساء في الفئة العمرية (25 سنة فأقل) يوافقن بدرجة أكبر نحو تأثير الإعلام الرقمي على تحسين فرص التعليم وزيادة مشاركتها المجتمعية وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي في ضوء رؤية المملكة 2030م.

8. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو المحورين (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم) (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية) وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.

9. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين آراء أفراد العينة نحو المحور (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص البحث عن الوظائف والعمل) وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، وأن الفروق جاءت بين المستوى التعليمي (بكالوريوس) و (دراسات عليا) لصالح (دراسات عليا) بالمتوسط الحسابي الأعلى، أي أن النساء في المستوى التعليمي (دراسات عليا) يوافقن بدرجة أكبر نحو تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في العمل والتوظيف وفق رؤية المملكة 2030م.

10. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين آراء أفراد العينة نحو المحور (استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي

وزيادة الدخل القومي والفردي) وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، وأن الفروق جاءت بين المستوى التعليمي (بكالوريوس) و (دراسات عليا) لصالح (دراسات عليا) بالمتوسط الحسابي الأعلى، أي أن النساء في المستوى التعليمي (دراسات عليا) يوافقن بدرجة أكبر نحو تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في المشاركة المجتمعية وفق رؤية المملكة 2030م.

11. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة العملية.

12. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص العلمي.

الخاتمة والتوصيات

أولاً: الخاتمة:

تعد دراسة تأثير الإعلام الرقمي على تمكين المرأة السعودية في مجالات العمل والتعليم والاقتصاد والمشاركة المجتمعية في ضوء رؤية المملكة 2030م أهمية كبيرة في تعزيز دور المرأة في المملكة العربية السعودية، ومساهمتها في زيادة الدخل الذاتي والقومي وفق رؤية المملكة 2030م. أشارت نتائج الدراسة موافقة النساء العاملات بشدة على تأثير الإعلام الرقمي في تمكين المرأة السعودية في العمل والتوظيف وفق رؤية المملكة 2030م، من سهولة الاعلان للمنتجات وتسويقها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدام الإنستغرام والسناپ شات والفيسبوك في جذب العملاء في شراء المنتجات. وتمكين المرأة السعودية في التعليم من خلال قدرتها على متابعة المقررات والمحاضرات واستخدام الحاسب الآلي وتطبيقاته في الوسائط الرقمية. وتمكين المرأة السعودية في المشاركة المجتمعية بأن تكون المرأة نموذجاً يحتذى به من خلال التغيير الاجتماعي وقدرتها في المشاركة والتواصل في بيئة عالمية دون حاجز مكاني او زمني. وتمكين المرأة السعودية في الاقتصاد من خلال الدور الفعال لوسائل التواصل الاجتماعي أداة مفيدة للإعلان، والتركيز على العمل المنزلي من خلال زيادة الدخل والاقتصاد وكذلك فعالية وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة اعلامية رقمية فعالة في الحصول على العملاء من مناطق مختلفة من المملكة العربية السعودية في زيادة الأعمال. وتتفق هذه النتائج من نتائج عدة دراسات، منها دراسة (Bala,2017) التي أشارت بأن الإنترنت ومواقع الويب ومنصات التواصل الاجتماعي كسرت حواجز وسائل الإعلام التقليدية ومكنت المرأة مشاركة آرائها وأفكارها في الفضاء العام. وبالتالي استطاعت المرأة ان تكون صانعة للقرار في مؤسسات التعليم. وأشارت دراسة (Eriksen (2017 دور الاعلام الرقمي ساعدت بشكل كبير تمكين المرأة في مشاركتها في سوق العمل ومساعدة المجتمع من حولها واسرتها وتنمية المهارات وتطويرها. ودراسة (AI-Qahtani et al. (2021 التي أشارت الى تمكين المرأة في الوظائف الجامعية بالمملكة العربية السعودية، وشغل الوظائف الأكاديمية والإدارية بتلك

الجامعات. دراسة د. هند وعقيل الميزر (د. هند 2017): التي اشارت الى تمكين المرأة السعودية ونجاحها ووصولها إلى المراحل العالية في العمل والتعليم ودورها الفعال في المجتمع والمرأة لم تكتف في مجال التعليم وزيادة قدراتها وكفاءتها المعرفية والعلمية في المجتمع. وحققت تمكين المرأة من سياسات الدولة والرؤية 2030

ثانياً: التوصيات

- يتعين على الدولة الاهتمام بوسائل الاعلام الرقمي ووضع تشريعات وتعزيز حمايتها للاستخدام المفيد.
- تأهيل وتدريب كوادر وطنية تشغل مهام الإدارة التقنية في الاعلام الرقمي وتطويرها في المملكة.
- توفير البنى التحتية المواكبة لتطبيق تلك الوسائل المختلفة وربطها بالمؤسسات الوطنية المختلفة.
- الاهتمام بتعليم المرأة وتطويرها لتواكب العصر وشغل الوظائف القيادية في الدولة واكتساب الخبرات والمهارات الذاتية والتقنية.
- وضع خطط استراتيجية في تأهيل المرأة وتمكينها في مؤسسات التعليم، والعمل، والمشاركة المجتمعية، وتطوير الاقتصادي في الدولة.
- زيادة مؤسسات التدريب على وسائل الاعلام الرقمي وتوعية المجتمع وخاصة المرأة باستخدام تلك الوسائل.
- تشجيع وتحفيز الطلاب والطالبات في مؤسسات التعليم بصفة عامة والتعليم العالي بصفة خاصة لاكتساب وتطوير مهارات إضافية في استخدام وسائل الإعلام الرقمي.

قائمة المصادر والمراجع:

الدراسات والمراجع العربية:

- الخالدي، نسيمه مصطفى(2011).تمكين المرأة في المنهاج المدرسي دراسة تحليلية نوعية، دار المناهج للنشر والتوزيع عمان.
- الخلف، عبدالله(200). التمكين لتحقيق الجودة: تجربة معهد الادارة العامة , اللقاء السنوي السادس لإدارة الجودة الشاملة, اصدار الشركة السعودية للكهرباء, بالاشتراك مع الغرف التجارية للمنطقة الشرقية, الدمام.
- سارة محمد عواض الأسمرى. (أبريل, 2018). واقع عمل المرأة السعودية والمشكلات المتعلقة بوسائل الانتقال. المجلة العربية للدراسات الجغرافية، الصفحات 112-137.
- سرية، عصام (2002). دور المرأة في تنمية المجتمع، مؤسسات شباب الجامعة، الإسكندرية.
- السيد، حنان (2016). استخدامات المرأة الإماراتية الشابة(17-24 عاماً) لشبكات التواصل الاجتماعي- مدخل الاستخدامات والإشاعات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ويلن جونج الأسترالية، دبي الامارات العربية المتحدة.
- الشهري، حنان(2013). أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية في السعودية " الفيس بوك وتويي نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، جدة السعودية.
- شوق حباب الجعيد. (ديسمبر, 2019). العلاقة السببية بين تمكين المرأة السعودية والنمو الاقتصادي للفترة (1999-2015). مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، الصفحات 106,107.
- عبد الرحمن بن أحمد الحارثي. (2017). حقوق المرأة العاملة في نظام العمل السعودي والفقہ الإسلامي. (الصفحات 652-654-653-651). الإسكندرية: حولية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية.
- العتيبي , سعد بن مرزوق .(2004). أفكار لتعزيز تمكين العاملين في المنظمات العربية, ورقة علمية للملتقى الإداري الخامس , المنظمة العربية للتنمية الإدارية, القاهرة.
- المجلس القومي للمرأة.(2001). المرأة في مصر, المجلس القومي للمرأة, القاهرة.
- محمود دينا(2022). تعريف الاعلام الرقمي وانواعه واهميته. موقع المرسل. <https://www.almrsl.com/post/959760>
- هند عقيل الميزر. (2017). المرأة السعودية من التهميش إلى التمكين في التعليم والعمل. المجلة العربية للدراسات الأمنية، الصفحات 127-154.
- جمال الزرن ،البيئة الجديدة للاتصال او الايكوميديا عن طريق صحافة المواطن ،بغداد : جامعة بغداد ،كلية الاعلام ،مجلة الباحث الاعلامي ،العدد 17 ، 2012 ،ص21
- نبيل علي ،الثقافة العربية وعصر المعلومات ،الكويت ،سلسلة عالم المعرفة ،ع 265 ، 2001 ،ص74
- محمد عبد الحميد ،المدونات والاعلام البديل ،القاهرة ،عالم الكتب ، 2009 ، ص27-28
- محمد فتحي عبد الهادي ،مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق ،القاهرة ،الدار المصرية اللبنانية ، 2007 ،ص59

- شريف شناف، الإنسان التداولي والمواطنة الافتراضية، بيروت، مجلة المستقبل العربي، العدد 394، 2011\12، ص84
- نبيل علي، العقل العربي ومجتمع المعرفة، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، الجزء الاول، ع 369، نوفمبر\2009، ص117
- محمد بن هلال، الاعلام الجديد ورهانات تطوير الممارسات السياسية تحليل لاهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية، بيروت، مجلة المستقبل العربي، العدد 396، 2012\2، ص10
- الدراسات والمراجع الأجنبية:

Abdelmogeth, A., & Mossad, H. (2018). Arabic mass media and women gender stereotype: Stability versus change “the dream of women empowerment”. *KnE Social Sciences*, 148-168.

Al-Asfour, A., Tlaiss, H. A., Khan, S. A., and Rajasekar, J. (2017). Saudi women’s work challenges and barriers to career advancement. *Career Development International*, 22(2), pp.184-199.

Al-Asfour, A., Tlaiss, H. A., Khan, S. A., and Rajasekar, J. (2017). Saudi women’s work challenges and barriers to career advancement. *Career Development International*, 22(2), pp.184-199.

Al-Qahtani, A. M., Elgzar, W. T., Ibrahim, H. A., El-Houfy, A., and El Sayed, H. A. (2021). Women empowerment among academic and administrative staff in Saudi universities: A cross-sectional study. *African Journal of Reproductive Health*, 25(1), pp. 60-68.

Bala, P. (2017). Media: A great tool to accelerate the process of women empowerment. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 22(7), 61-65.

Dasgupta, S. (2019). Impact of exposure to mass media on female empowerment: Evidence from India. *International Journal of Development Issues*, Emerald Group Publishing, 18(2), 243-258,

Elimam, H., Abdullah, L., Al-Banawi, N., and Bokhari, A. (2014). The contribution of the Saudi woman in economic development. *International Journal of Business and Economic Development (IJBED)*, 2(3), pp. 60-67.

Emilie Combaz, Claire. Meloughin (2014). Voice-Empowerment and Accountability. GSDRC/Applied Knowledge Services. University of Birmingham P.9.

Eriksen, C.F. (2017). *Mass media and female empowerment. The case of game of thrones*. Unpublished doctoral dissertation, Høgskolen i Sørøst-Norge.

Haider, R(1996)" Gender and Development" The American University in Cairo Press, Egypt, First Published. <https://www.worldcat.org/title/gender-and-development/oclc/35212312>

- Jukariya, T., & Premlat, P. (2018). Role of media in empowering women. *International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences*, 7(4), 1618-1623.
- Khan, O. (2015). Women empowerment by Indian media: A critical analysis. *Scholarly Research Journal for Humanity Science & English Language*, 2(11), 2898-2904.
- Lardhi, J. (2020).** Improving Economic Empowerment Programs for Low-Income Women in Saudi Society: A
- OECD, (2011).**" Women Economic Empowerment " Issues Paper. DAC Network on Gender Equality (GENDERNET).
- Padmaja, G. (2017). Media's roles in empowerment of women in India. *Global Journal for Research Analysis*, 6(9), 46.
- Priya,Shanmuga(2015).**Social media a tool for economic empowerment of women ,*International Journal of Applied Research*,2015;1(5):157-160,www.allresearchjournal.com/archives/2015/vollissue5/PartD/67.1pdf
- Study Applied to Charities' Beneficiaries in Riyadh. *Journal of Educational and Social Research*, 10(4), pp.168-168

الملاحق

الاستبيان

السيدة/.....تحية طيبة

يود الباحثين القيام بدراسة بعنوان: " تأثير الإعلام الرقمي على تمكين المرأة السعودية في مجالات العمل والتعليم والاقتصاد والمشاركة المجتمعية في ضوء رؤية المملكة 2030م حيث تهدف الدراسة الى تحديد العلاقات بين متغيرات الدراسة وتأثيرها بالإعلام الرقمي في تمكين المرأة بالمملكة العربية السعودية. نرجو تكرمكم في الاجابة الى ملء محاور الاسئلة الواردة في الاستبانة، أن تعاونكم واهتمامكم بالإجابة على فقرات الاستبانة بدقة وموضوعية يعكس واقع حال الدراسة واثراؤها بالتوصيات.

نشك بآرائكم وستكون هذه الآراء موضع اعتزاز وتقدير الباحثين

أولاً: البيانات الديموغرافية

<input type="checkbox"/>	العمر:	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	25 سنة فأقل	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	26- 35 سنة	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	أكثر من 36 سنة	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	المستوى التعليمي:	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	ثانوية وأقل	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	بكالوريوس	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	الخبرة العملية:	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	5 سنوات فأقل	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	5-10 سنوات	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	أكثر من 10 سنوات	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	التخصص العلمي:	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	محاسبية	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	اقتصاد	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	ادارة اعمال	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	اخرى	<input type="checkbox"/>

ثانياً: استخدام الاعلام الالكتروني وتمكين المرأة في تحسين فرص العمل، والتعليم، وزيادة مشاركتها المجتمعية، وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردى

(1) استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص العمل

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
- توفر وسائل الاعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي سهولة الاعلان للمنتجات وتسويقها					
- استخدام وسائل الاعلام الرقمي كالإنستغرام والسناپ شات والفيسبوك تساعد في جذب العملاء في شراء المنتجات					
تستطيع المرأة السعودية بسهولة انشاء مشاريع للأعمال وادارتها بأقل تكلفة					
سهولة التقديم على فرص العمل والوظائف في المجالات المختلفة عبر وسائل التواصل المختلفة للإعلام الرقمي					

تأثير الإعلام الرقمي على تمكين المرأة السعودية في مجالات العمل والتعليم والاقتصاد والمشاركة المجتمعية في ضوء رؤية المملكة 2030م

(2) استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين فرص التعليم

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
تستطيع المرأة السعودية بسهولة التعلم وكسب الخبرات والمهارات					
تستطيع المرأة السعودية الشابة استخدام الحاسب الآلي وتطبيقاته في الوسائط الرقمية.					
تستطيع المرأة متابعة المقررات والمحاضرات من خلال سائل الإعلام الرقمي					
تستطيع المرأة السعودية زيادة فرص التعلم من وسائل الإعلام الرقمي والدخول في تجارة الاسهم					

(3) استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وزيادة مشاركتها المجتمعية

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
تستطيع المرأة بناء قدرات التعبير الذاتي والمعرفي والاجتماعي وبناء علاقات من خلال المشاركة في المواقع ومنتديات التواصل الاجتماعي					
تستطيع المرأة زيادة الوعي الاجتماعي ومعرفة العادات والتقاليد لمجتمعات مختلفة في ضوء رؤية المملكة 2030م					
تستطيع أن تكون المرأة نموذجًا يحتذى به في التغيير الاجتماعي المجتمعية في ضوء رؤية المملكة 2030م					
تستطيع المرأة السعودية المشاركة والتواصل في بيئة عالمية دون حاجز مكاني او زمني في ضوء رؤية المملكة 2030م					

(4) استخدام المرأة السعودية للإعلام الرقمي وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة الدخل القومي والفردي

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
ان وسائل التواصل الاجتماعي أداة مفيدة للإعلان عن منتجاتنا المنزلية، وجذب الكثير من العملاء من خلال الاتصال في إنستغرام					
تعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة اعلامي رقمي فعال في الحصول على العملاء من مناطق مختلفة من المملكة العربية السعودية في ريادة الأعمال					
وسائل الاتصال الرقمية المعلومات مفيدة في زيادة اقتصاد الأسرة من خلال مشاركة المرأة السعودية في سوق العمل					
تساعد التقنيات الرقمية في زيادة التنمية الاقتصادية للمرأة السعودية المجتمعية في ضوء رؤية المملكة 2030م.					