

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ أحمد سالم - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد السادس والستون - الجزء الأول - ذو الحجة ١٤٤٤هـ - يوليو ٢٠٢٣ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخر بالغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- ٩ ■ تقبل الشباب المصري لاستخدام تقنية Chat GPT كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي «دراسة ميدانية»  
أ.م.د/ شيرين محمد أحمد أحمد عمر
- ٧٥ ■ تقييم أداء وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تغطية المشروعات القومية الكبرى لدى عينة من الجمهور المصري  
أ.م.د/ حنان عبد الوهاب عبد الحميد
- ١٤١ ■ دور الحملات الإعلامية الرقمية في إزالة المخاوف المتعلقة بلقاح كورونا- دراسة ميدانية  
د/ أحمد عبده محمد محمود
- ١٩٣ ■ عناصر الحجة في الحوار العلمي الديني على قنوات اليوتيوب وتفاعلية المستخدمين (دراسة في تقنيات الحجج)  
د/ رحاب محمد محروس حسين، د/ سامح البدري محمد أحمد
- ٢٤٩ ■ انعكاس استمالات الترويج في مواقع التسويق الإلكتروني على القرار الشرائي للمتسوقين: دراسة ميدانية  
د/ عبد الله عبد الرحيم محمد
- ٢٨٥ ■ أثر روبوتات المحادثة التفاعلية «الشات بوت» في تسويق خدمات التعليم الجامعي الخاص لدى الطلاب  
د/ إيناس السعيد، د/ معتز أحمد
- ٣٣٣ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة ومدى انعكاسه على هويتها الثقافية  
د/ سمر عبد الحلیم جمال الدين، د/ رباب عبد المنعم محمد

- تأثير استخدام الشباب السعودي لتطبيق السناوبات على سلوكهم  
الشرائي: دراسة مسحية على عينة من الشباب السعودي في مدينة  
الهفوف بمحافظة الأحساء في المملكة العربية السعودية  
حصة عبد الله قطيم الحبييل
- 
- Motives for Saudi Women Consumers' Participation in Electronic  
Word of Mouth Dr. Norah Saud H. AL Hilal
- 
- Assessing the Effectiveness of Television Commercials in Raising  
Awareness of Sustainable Natural Resources Among Egyptians  
Abdelmonem Mohamed Ali, Manar Mohamed Abdallah
- 

٣٧١

٤١٥

٤٤٣

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ  
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة - الآية (١٠٥)

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواحد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

## مجلة البحوث الإعلامية .. ثلاثون عاما من الريادة والتميز

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .  
وبعد

أعزاءنا القراء من الباحثين والمهتمين بعلوم الإعلام والاتصال بفروعه المختلفة، نعتز بأن نقدم لكم العدد السادس والستين من مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن كلية الإعلام جامعة الأزهر، والذي يصادف مرور ثلاثين عاما على إنشائها، حيث صدر العدد الأول منها عام ١٩٩٣م ، والتي نعتز فيها بإقامة جسور تواصل علمية مع نخبة من أكفأ الأساتذة الأفاضل في مجال التخصص لتحكيم وتقيق البحوث العلمية والدراسات المجازة للنشر ، وصولا إلى الغاية المبتغاة ، وهي الارتقاء بالعملية البحثية ، وقيادة المجتمع العلمي للممارسات التي من شأنها الحفاظ على قوة ومكانة الدورية العلمية محليا وإقليميا وعالميا، مع التأكيد على أن عملية التحكيم تتم في جميع مراحلها عبر النظام الإلكتروني للمجلة، وأن البحث الواحد يحكم من قبل اثنين من الأساتذة في تخصص البحث بالنظام المعمى اتساقا مع المعايير العالمية في مراجعة البحوث والدراسات المعدة للنشر في الدوريات العلمية المرموقة.

وكم يسعدنا أن نتلقى ردود الفعل المثنية - من الباحثين - على الانضباط في كل عمليات التعامل مع البحث والباحث من المتابعة المستمرة ، وتجسير الهوة الزمنية بين تاريخ استقبال البحث وتاريخ نشره أو إجازته للنشر ، دون أن يؤثر ذلك على جودة كل المراحل التي يتم التعامل فيها مع البحث ، كما أن هناك نظام داخلي للتدقيق المستمر للتأكد من الشفافية والعدالة والموضوعية في كل بحث يتم الاتفاق على إجازته للنشر من قبل الأساتذة المحكمين.

وترجمة لهذه الثقة المطردة من قبل الباحثين والأساتذة فإننا يسرنا أن نعلن أن عدد قراءة الدراسات المنشورة في الموقع الإلكتروني للمجلة وهو : <https://jsb.journals.ekb.eg/> زاد عن ٨٥٠ ألف قراءة ، وأن عدد تحميل البحوث Download بلغت ٥٦٨ ألفا وفقا لإحصائيات الموقع الإلكتروني في نهاية ديسمبر ٢٠٢٢م، وذلك بخلاف الاطلاع على النسخ الورقية في مكتبة كلية الإعلام جامعة الأزهر أو المكتبة المركزية بالجامعة أو أي وسيلة أخرى.

وهذا الأمر يضاعف من المسؤوليات الملقاة على عاتق أسرة تحرير المجلة التي تعمل على المضي قدما في عمليات التحديث والتطوير ، في محاولة للإسهام الفاعل في البيئة العلمية والبحثية في تخصص مهم هو الإعلام والاتصال ، ونسأل الله أن يكون ذلك كله من باب العلم الذي ينتفع به ، و ندعوه سبحانه أن يجعل كل ما يتم من عمليات مستمرة في مجلة البحوث الإعلامية خدمة للباحثين والمهتمين في ميزان حسنات كل من له دور في ذلك ، وإنما التوفيق والعون من الله وحده ، فله - سبحانه - الحمد في الأولى والآخرة ، « وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ » (الآية رقم ٨٨ من سورة هود)

**أ.د/ رضا عبد الواحد أمين**

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة يونيو 2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	7	2536- 9393	2735- 4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 914X	2682- 4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9158	2682- 4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9131	2682- 4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110- 5836	2682- 4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	7	2735- 3796	2735- 377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	7	1110- 5844	2682- 4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	7	2356- 9891	2682- 4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110- 9297	2682- 292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	<b>Egyptian Public Relations Association</b>	7	2314- 8721	2314- 873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	7	2536- 9237	2735- 4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرقية	6.5	2357- 0407	2735- 4016

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا لسنه التالية للنشر في هذه المجلات.



## دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة ومدى انعكاسه على هويتها الثقافية

- **The Role of Social Networking Sites in Empowering Women and the Extent of Their Reflection on Their Cultural Identity**

● د/ سمر عبد الحلیم جمال الدین - مدرس العلاقات العامة والإعلان بكلية الآداب- قسم الإعلام- جامعة أسوان

Email: samarabdulhalim28@gmail.com

● د/ رباب عبد المنعم محمد - مدرس الإعلام - بكلية الآداب- جامعة المنيا- قسم الإعلام

Email: Rabab.eltallawy@gmail .com

## ملخص الدراسة

تسعى الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة المصرية ومدى انعكاسها على هويتها الثقافية في إطار نظرية ثراء الوسيلة، وبالاعتماد على صحيفة الاستبانة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بقضايا تمكين المرأة بأنواعها المختلفة وخاصة التمكين الثقافي، واحتل الفيسبوك مركز الصدارة فيما يتعلق بالوسائل الأكثر تفاعلاً من قبل المرأة المصرية، وفيما يتعلق بكثافة متابعة المرأة المصرية لما يُنشر عن قضايا التمكين بشكل عام عكست النتائج حرصها على متابعة قضايا التمكين بكافة أنواعه في مواقع التواصل الاجتماعي، وأعربت المبحوثات عينة الدراسة عن بعض القضايا المتعلقة بالتمكين بأنواعه والتي نشرت خلال الفترة السابقة وتابعتها بشكل كبير تمثلت فيما يلي: (قضايا التمكين الثقافي- قضايا التمكين السياسي- قضايا التمكين الاجتماعي- قضايا التمكين الاقتصادي- قضايا التمكين الإعلامي- قضايا التمكين النفسي- تمكين المرأة من خلال المشاركة في البرامج التثموية- دور المرأة العربية في سوق العمل العربي- دور المرأة في التربية- دور المرأة في الطب).

الكلمات الدالة: تمكين المرأة، الهوية الثقافية، مواقع التواصل الاجتماعي، المرأة المصرية.

## Abstract

The study seeks to identify the role of social networking sites in addressing the issues of empowerment of Egyptian women and the extent of their reflection on their cultural identity. That within the framework of the theory of the richness of the means, and relying on the questionnaire newspaper to collect data, and the study was applied to a sample of 400 single, and the study found high rates of exposure to social media with regard to issues of women's empowerment of various kinds, especially cultural empowerment, and Facebook took center stage with regard to the most interactive means by Egyptian women, With regard to the intensity of Egyptian women's follow-up to what is published about empowerment issues in general, the results reflected their keenness to follow up on empowerment issues of all kinds on social networking sites, and the respondents expressed the study sample about some issues related to empowerment of all kinds, which were published during the previous period and followed them significantly, represented in the following (cultural empowerment issues - political empowerment issues - social empowerment issues - economic empowerment issues - media empowerment issues - psychological empowerment issues - women's empowerment through participation in development programs - The role of Arab women in the Arab labor market - The role of women in education - The role of women in medicine).

KEYWORDS: Women's empowerment, cultural identity, social media, Egyptian.

أصبحت قضايا المرأة في الآونة الأخيرة محل اهتمام الكثير من المختصين والباحثين في شتى المجالات، علاوة على الاهتمام بالمنظمات النسوية؛ لما لها من دور حيوي في حياة الأفراد والمجتمعات وتطورها؛ ولذا شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً ملحوظاً من قبل مؤسسات المجتمع المدني بتفعيل دور المرأة في التنمية الشاملة، والحرص على تمكينها من حقوقها، وتوعيتها بواجباتها ومسئوليتها في كافة المجالات السياسية، والثقافية، والاجتماعية، والإعلامية؛ لما لها من انعكاس على هويتها الفكرية والثقافية كأحد مؤشرات التنمية التي يقاس عليها تقدم الأمم<sup>(1)</sup>.

ومن جانب آخر يؤكد الباحثون والخبراء في مجال الإعلام الرقمي على أهمية البيئة الرقمية لوسائل الإعلام ومواقع التواصل المختلفة؛ لما لها من دور حيوي في دعم قضايا المرأة العربية وتكوين هويتها الفكرية، بجانب المواقع النسائية الإلكترونية، التي أصبحت بدورها مصدراً بديلاً يتسم بالفعالية في تدعيم حقوق المرأة، وفي الوصول إلى قطاعات عريضة من مستخدمي شبكة الإنترنت، والتي يمكن أن تساعد في تمكين المرأة من المشاركة الفعالة في تنمية المجتمعات وخاصة في الدول التي يتراجع فيها الاهتمام بقضايا المرأة ومشكلاتها<sup>(2)</sup>.

وبناءً على ما سبق، وفي إطار الأهمية المفترضة للإعلام الرقمي في معالجة مختلف القضايا، تبدو أهمية التعرف على مزايا وطرق معالجة البيئة الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي لقضايا المرأة العربية وخاصة قضايا تمكينها ومدى انعكاس ذلك على هويتها الفكرية والثقافية.

#### أهمية الدراسة:

- تُعد الدراسة إضافة في مجال التراث البحثي الذي يركز على تأثيرات الإعلام الرقمي على المجتمع بشكل عام وقضايا المرأة بشكل خاص.
- تتبع أهمية هذه الدراسة من أنها ترتبط بالدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة العديد من القضايا المهمة، وخاصة قضايا تمكين المرأة سياسياً، واقتصادياً، واجتماعياً، وثقافياً.
- تستمد هذه الدراسة أهميتها من التركيز على التوجهات الدولية بتمكين المرأة في كافة المجالات.
- تبرز هذه الدراسة الآلية التي تعالج بها مواقع التواصل الاجتماعي قضية التمكين بأبعادها السياسية، والاجتماعية، والثقافية، وعلاقته بتشكيل هوية المرأة الفكرية، ومدى التفاعل مع هذه المواقع.

#### أهداف الدراسة:

- في ضوء تحديد المشكلة والإطار النظري للدراسة، والتعرف على الدراسات السابقة؛ تم تحديد أهداف الدراسة فيما يلي:
- التعرف على معدل تعرض المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي، وأكثر المواقع استخداماً في معرفة قضايا التمكين بأبعاده السياسية، والاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية.
- تحديد العلاقة بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على مستويات المعرفة بقضايا تمكين المرأة المصرية.
- التعرف على أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين بأبعاده الثقافية، والسياسية، والاجتماعية، والاقتصادية.
- تقييم تفاعل المرأة المصرية مع مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بقضايا التمكين بأبعادها المختلفة وانعكاسها على هويتها الثقافية.
- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة المصرية وعلاقتها بالتمكين.

### تساؤلات الدراسة:

- ما معدلات تعرض المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي، وأكثر المواقع استخداماً في معرفة قضايا التمكين بأبعاده السياسية، والاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية؟
- ما أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين بأبعاده الثقافية، والسياسية، والاجتماعية، والاقتصادية؟
- ما العلاقة بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على مستويات المعرفة بقضايا تمكين المرأة المصرية؟
- كيف يمكن رصد تفاعل المرأة العربية مع مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بقضايا التمكين بأبعاده المختلفة؟
- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة المصرية وعلاقتها بالتمكين؟

### مشكلة الدراسة:

اهتمت وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة بقضايا المرأة، وجاء ذلك تماشياً مع الاهتمام بقضايا التمكين لها في مختلف المجالات، وفي ظل حرص وسائل الإعلام المختلفة على إلقاء الضوء عليها؛ لما لها من خصوصية تتماشى مع كافة المجالات الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، وفي إطار ما تمثله قضايا المرأة من أهمية وخاصة في المنطقة العربية؛ مما دفع الرأي العام إلى الاهتمام بما تمثله المرأة من أدوار تتناسب مع طبيعة هذه المجتمعات، وحث العديد من المؤسسات المعنية بحقوق المرأة ومؤسسات المجتمع المدني للتركيز على كيفية تمكينها بشكلٍ فعال.

ومن خلال مسح الدراسات السابقة العربية والأجنبية اتضح أن معظم الدراسات تعكس فقط العلاقة بين تمكين المرأة وعلاقتها بخطط التنمية المستدامة في الدول، وتناول الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة بشكلٍ عام، وكيف يمكن لبعض وسائل التواصل أن تسهم في حصول المرأة على حقوقها الاجتماعية، وبذلك تتمثل مشكلة الدراسة تحديداً في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي لتمكين المرأة اجتماعياً، وثقافياً، وسياسياً، واقتصادياً، ومدى انعكاس ذلك على هويتها الثقافية.

**أولاً: الدراسات السابقة:**

تنوعت نتائج الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الرقمية عامة، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص على فئات المجتمع وإن ارتفع التراث العلمي المتعلق بتأثيرات هذه الوسائل على الشباب، وانخفض عدد البحوث التي تربط بين تأثيرات الشبكات الاجتماعية والمرأة، وكانت نتائج الاطلاع على التراث العلمي كما يلي:

**المحور الأول: دراسات حول مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا المرأة بشكل عام والتمكين بشكل خاص:**

اهتمت دراسة (محمد عبد اللطيف، ٢٠٢٢) برصد وتحليل طبيعة معالجة المواقع والصفحات النسائية المصرية لقضايا المرأة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠، واستخدمت الدراسة نظرية تحليل الخطاب وبناء الأجندة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي؛ بتطبيق استمارة تحليل المحتوى لعينة من المواقع والصفحات الإلكترونية المصرية المعنية بقضايا المرأة المصرية، وخلصت الدراسة إلى وجود اهتمام من جانب المواقع والصفحات النسائية بعينة الدراسة بالحقوق السياسية للمرأة، علاوة على وجود اتفاق في أجندة اهتمام المواقع والصفحات النسائية بعينة الدراسة بحقوقها العامة، وتمثلت أبرز القضايا الاقتصادية في زيادة إنتاجية المرأة<sup>(3)</sup>.

ركزت دراسة (جيلان شرف، ٢٠٢١) على كيفية اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتمكينها اجتماعياً، واقتصادياً، وإعلامياً في ضوء خطط التنمية المستدامة، ووظفت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية ثراء الوسيلة، واعتمدت على منهج المسح وتطبيق استمارة استبانة على عينة من المبحوثات المصريات تتراوح أعمارهن ما بين ١٨ - إلى ما فوق ٥٠، وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثات يعتمدن على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة لتمكين المرأة على المستوى المعرفي والسلوكي والإدراكي، وأظهرت النتائج ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي، مع توافر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة وتمكين المرأة<sup>(4)</sup>.

وهدفت دراسة (Sengottalyan2020) كيف يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تسهم في تمكين المرأة، وذلك من خلال إجراء مقابلات مع السيدات المترددات على المقاهي النسائية؛ للتعرف على آرائهم نحو تمكين المرأة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الباحثين يستخدمون بغرض المعلومات الترفيهية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي أظهرت المرأة بصورة نمطية وعززت دورها التقليدي وقضايا العنف ضد المرأة<sup>(5)</sup>.

سعت دراسة (مي وئيد سلامة، 2022) إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في دور مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة، والكشف عن التأثيرات المترتبة على متابعة عينة الدراسة لمضامين خطط التنمية المستدامة عبر موقع تويتر، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية ثراء الوسيلة وتوظيف منهج المسح، بالاعتماد على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من النساء السعوديات، وقد تم جمع آراء العينة من خلال الاستبانة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها أن تويتر جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي تتابعها عينة الدراسة؛ ويمكن إرجاع ذلك إلى تعدد أدوات التفاعلية الخاصة بموقع تويتر ومساهمتها في الإقناع بجدوى خطط واستراتيجيات التنمية المستدامة<sup>(6)</sup>.

كما تناولت دراسة (جيلان محمود شرف) دراسة قضايا المرأة الاجتماعية والسياسية التي يتم تناولها من خلال المواقع الإلكترونية، بالإضافة إلى تحديد دور هذه المواقع في خدمة القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية الخاصة بالمرأة، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المجتمع الجماهيري ونظرية الآثار الموحدة، واستخدمت منهج المسح الكمي والكيفي؛ بالتطبيق على عينة عمدية قوامها ١٣٠ مبحوثاً من خلال الاستبانة الإلكترونية، وخلصت الدراسة إلى إن وسائل الإعلام تملك إمكانيات تقنية يمكن أن تستخدم لتفعيل محتوى يهدف إلى تغيير أوضاع المرأة، وإبراز الصورة غير النمطية للمرأة من خلال أكثر البرامج الإعلامية شيوعاً كالإذاعة والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي، ورصدت التغيرات التي حدثت للمرأة في الفترة الأخيرة بما يبرز وضعها الحقيقي<sup>(7)</sup>.

حاولت دراسة (منى حمدي، ٢٠٢٠) التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تناول قضايا العنف ضد المرأة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة، عن طريق تطبيق استمارة استبانة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات لمعرفة مدى وعيهم بقضايا العنف ضد المرأة، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر جراءة وحرية في نشر الانتهاكات ضد المرأة، وجاء التحرش الجنسي في مقدمة صفحات التواصل الاجتماعي مقارنة بأنواع العنف الأخرى ضد المرأة، مثل صفحات (لا للتحرش)، علاوة على أهداف التوعية والإرشاد التي جاءت في المرتبة الأولى لصفحات الفيسبوك المناهضة للعنف ضد المرأة<sup>(٨)</sup>.

وهدفت دراسة (محمد طلال عباس، ٢٠٢٠) إلى البحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمرأة السعودية تجاه قضية قيادتها للسيارة، واعتمدت الدراسة على الاستبانة، بالتطبيق على عينة من المبحوثات من مستخدمات (سناب شات)، والفيسبوك، وتويتر، واتس اب، في مدينته جدة بالمملكة، وطبقت الدراسة مدخل الاستخدامات والإشباعات والحراك الاجتماعي، وخلصت الدراسة إلى ما يلي، تزايد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصورة الذهنية للمبحوثات مع زيادة معدلات استخدامهن لهذه المواقع، علاوة تزايد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصورة الذهنية للمبحوثات مع زيادة اهتمامهن بما تنشره هذه المواقع، وعدم وجود تأثير لدور مواقع التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الذهنية تجاه قيادة المرأة للسيارة تبعاً للمتغيرات الديموجرافية<sup>(٩)</sup>.

تناولت دراسة (ست البنات حسن، ٢٠١٩) تناول الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة العربية بالتطبيق على المجلس القومي للمرأة؛ للتعرف على أطر المعالجة التي وظّفها الموقع من خلال طرح قضايا المرأة الأكثر تناوُلًا في الإعلام الإلكتروني، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي؛ وذلك من خلال مسح لمحتوى الموقع الإلكتروني للمجلس، وعينة من الخبراء بالمجلس القومي للمرأة، وتوصلت الدراسة إلى تأكيد الخبراء على أن المواقع الخاصة بالمجلس تغطي جميع متطلبات المرأة، علاوة على توجيه الاهتمام نحو قضايا



المرأة الاجتماعية خاصة العنف ضد المرأة، وتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الدفاع عن حقوق المرأة<sup>(10)</sup>.

وتناولت دراسة (Zeine Ghalla, 2019)<sup>(11)</sup> دور الفيسبوك في مساعدة المرأة في موريتانيا من خلال صفحتها الأولى على الفيس بوك، وجعلها على قدم المساواة مع الرجل، ومنافسة قوية ومشاركة حقيقية في الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية، علاوة على الكشف عن أبعاد الهوية للمرأة مثل الاستقلال والقدرة التنافسية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالتطبيق على ٢٥٠ من مستخدمي الفيسبوك، وخلصت الدراسة إلى أن الفيسبوك يوفر منصة للمرأة الموريتانية لتمكينها بمناقشة القضايا والمشكلات التي يواجهونها في حياتهم اليومية بمشاركة القصص والخبرات، والحصول على الدعم من الأخريات اللاتي يستخدمن الفيسبوك.

#### المحور الثاني: دراسات حول العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية:

وركزت دراسة (فاطمة الزهراء سعد، 2020) على كيفية التوظيف الحكومي لوسائل الإعلام الجديدة وتحديده وتحليله في الحفاظ على الهوية الثقافية للدول العربية، بالتطبيق على وزارات الثقافة، ومدى قدرتها على تحقيق الوظائف الاتصالية الأساسية على مواقعها الإلكترونية؛ بما يسهم في دعم هويتها، وإمداد الجمهور بالمعلومات ودمجه مع أنشطتها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وطبقت الدراسة على ثلاث من الوزارات الثقافية (وزارة الثقافة المصرية- وزارة الثقافة الإماراتية- وزارة الثقافة المغربية)، وخلصت الدراسة إلى اهتمام الوزارات بتقديم محتوى اتصالي يتميز بسهولة الاستخدام من حيث سهولة التجول في المواقع وسهولة التحميل وسهولة الإتاحة، القدرة العالية على الإمداد بالمعلومات للجمهور وتنوع تلك المعلومات وكثرتها؛ لما لها من دور مهم في بناء الهوية والحفاظ عليها وتطويرها<sup>(12)</sup>.

وحاولت دراسة كل من (بو عزيز بو بكر وسيضون نادية، 2021) التركيز على طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والهوية الثقافية في ظل العولمة بين التعزيز والاستلاب؛ مما لوسائل الإعلام دور مهم في تعميق الهوية الثقافية والحفاظ عليها من خلال بلورة المواد الإخبارية بشكل وظيفي يدعم هويتنا الوطنية، في ظل ما تشهده من انتشار واسع،

فإدراك القائم بالاتصال لأبعاد قضية الهوية يسهم في معالجة القضية ودعم الهوية الوطنية، وخلصت الدراسة إلى ضرورة المحافظة على الهوية الثقافية؛ بما يتناسب مع التطورات المتسارعة، وفي إطار المسؤولية للحفاظ على الهوية من تحديات العولمة بكل الوسائل المتاحة، وعلى رأسها وسائل الإعلام التي تعد سلاحاً ذا حدين يؤثر في الثقافات المختلفة<sup>(13)</sup>.

وهدفت دراسة (إنجي أبو سريع، ٢٠١٩) إلى استكشاف مفردات الهوية الثقافية المعلنة، ورصدها، وتحليلها عبر المنصات الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي؛ بالتطبيق على جامعة الشارقة والأمريكية في الإمارات، بالتركيز على القيم والخصائص الثقافية التي تعبر عن كل جامعة من خلال المحتوى المقدم على الموقع الرسمي وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ للتعرف على طبيعة التوجه الاتصالي الذي تتبناه كل منهما، وتقديم هويتها الثقافية بالاعتماد على المرونة والتكيف<sup>(14)</sup>.

تناولت دراسة (Hsu thirizaw, 2018) الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الجديدة في الحفاظ على الهوية الثقافية وزيادة التكيف بين الثقافات المختلفة، وخاصة بين الأفراد الذين يواجهون تجارب ثقافية جديدة ومختلفة عليهم، حيث إن الأفراد الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي يصبحون أكثر قابلية للتكيف مع الثقافات الجديدة؛ للحفاظ على هويتهم وتشكيل عملية التكيف بين الثقافات وجسور الاتصال، فاعتمدت الدراسة على إجراء مقابلات متعمقة على عينة قوامها 15 مفردة من الطلاب الذين يدرسون في الصين بنظام المنحة، وخلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تؤدي دوراً فعالاً في التكيف الثقافي والحضاري، والحفاظ على الهوية الثقافية بين الأفراد، وخاصة المقيمين في الخارج، وخلال فترة الدراسة تغلب المشاركون من خلال هذه الوسائل على الثقافات الصادمة التي واجهتهم بمجرد وصولهم إلى الصين، علاوة على أن التفاعلات والمحادثات من خلال هذه الوسائل أدت الدور الأكبر في التغلب على التحديات الثقافية الجديدة، وأن تطبيقات وسائل الإعلام أسهمت في فهم المعايير الثقافية المختلفة لتغير القوالب النمطية والتحيزات المتكونة لدى الطلاب في الخارج<sup>(15)</sup>.

وحاول (Holden, 2018) <sup>(16)</sup> في دراسته التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية هوية الشباب، بالتطبيق على عينة من الشباب الأمريكي، وتوصل إلى وجود ارتباط بين المقارنة الاجتماعية من استخدام هذه المواقع لفترة طويلة وتنمية الهوية الاجتماعية لمستخدمي هذه المواقع.

أما (KIM, 2018) <sup>(17)</sup> سعى في دراسته للتعرف على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على هوية الشباب الجامعي؛ بالتطبيق على إحدى الجامعات الكورية، وأهم ما توصلت إليه هذه الدراسة وجود ثلاثة تأثيرات لاستخدام هذه المواقع على هوية مستخدميها، مثل (تعزيز ملامح هذه الهوية- أو تشويها- أو التخلي عنها).

أما (ليليا شاوي، 2017) ألفت الضوء على دور الإعلام الجديد في تشكيل وحفظ الهوية الثقافية للشعوب، فالكثير من المواقف والنظريات الحديثة ونظريات ما بعد الحداثة تتطابق معاً في استنتاج أن وسائل الإعلام قد قامت وبكفاءة بتشكيل الهويات الثقافية، وقد أدت إلى تغير جذري للوعي الاجتماعي وإزالة أبعاد الزمان والمكان، وتوصلت الدراسة إلى أن الهوية الثقافية بحاجة إلى من يبرزها ويظهرها للجماهير- إن كانت محلية أو عالمية خاصة في عصر التكنولوجيا الحديثة-، فالهوية الثقافية بدون وسيلة تظهرها للعالم تظل حبيسة في رقعة جغرافية محددة، وأوصت الدراسة بأن ما نحتاج إليه اليوم للوصول إلى مصاف الدول المتطورة- مع الحفاظ على هويتنا- هو فهم ما هي قيمنا الأصيلة الموجودة في مجتمعاتنا؛ ذلك لأن بداية التفكير في نقد أو قبول أو عدم قبول قيم الحداثة لا يكون إلا بعد فهم ذاتنا في الداخل.

قدمت (آمال عبد الوهاب محمود، 2018) في دراستها حول العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديدة، وظهور لغة جديدة هجينة تختلف عن اللغة المستخدمة في حياتنا ودرجة في قواميسنا، ومدى خطورتها التي تكمن في أنها حلت محل اللغة العربية الفصحى بصفة نهائية بكل ما فيها من ابتذال ونواقص، فسعت الدراسة إلى التركيز على التأثيرات الراهنة التي يحدثها الإعلام الجديد باللغة العربية من خلال التفاعلات بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وخلصت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) جزء أصيل في صناعة اللغة الشبابية الجديدة، وبروز تنوع في

أسلوب عرض الحوار، وحتى عدد الكلمات والبُعد النفسي والاجتماعي، علاوةً على زيادة الفجوة الجيلية بين الآباء والأبناء؛ مما أدى إلى ظهور لغة تشبه اللغات السرية، لغة توضح انغلاق مجتمع الشباب على نفسه بعيداً عن سلطة الآباء والمؤسسات.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

(1) ركزت معظم الدراسات السابقة على رصد وتحليل طبيعة معالجة المواقع

والصفحات النسائية المصرية لقضايا المرأة في إطار قضايا التنمية المستدامة.

(2) معظم الدراسات التي تناولت معالجة الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة ركزت في

المقام الأول على قضايا العنف ضد المرأة.

(3) وفيما يتعلق بدور الإعلام الإلكتروني في تمكين المرأة في المجتمع تم التركيز على

الجوانب الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية للمرأة.

(4) أشارت معظم الدراسات لدور مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا

التمكين بشكل عام.

(5) أغفلت معظم الدراسات الربط بين قضايا التمكين للمرأة بأنواعها المختلفة

وانعكاسها على هويتها الثقافية والفكرية.

(6) ركزت الدراسات السابقة على تقديم أزمة الهوية وعلاقتها بوسائل الإعلام من

منظور جديد يركز فقط على العلاقة بين العرب والغرب، وعلاقته بالعولة

المضادة كتجسير للفجوة السيكو ثقافية، وإلقاء الضوء على التطور التكنولوجي

غير المسبوق، ولاسيما في ميدان الاتصال الاجتماعي الثقافي.

#### الإطار النظري للدراسة: نظرية ثراء الوسيلة:

يتم الاعتماد على هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية

التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، كما تؤكد النظرية على أن فعالية الاتصال

تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال

التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة<sup>(18)</sup>.

تنص نظرية ثراء الوسيلة على أن جميع قنوات الاتصال تمتلك خصائص معينة

تجعلهم أقل أو أكثر ثراء، وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هي تقليل غموض

الرسالة إذا كانت الرسالة غير واضحة وغامضة، وبالتالي تكون أكثر صعوبة على

مستقبل الرسالة لفك شفرتها، فكلما كانت الرسالة غامضة كلما زادت الحاجة إلى الإشارات والمعطيات اللازمة لفهماها<sup>(19)</sup>.

وتعتمد النظرية على عدد من النقاط الأساسية<sup>(20)</sup>:

(1) التفاعل الذي قد تحدثه وسائل الإعلام المختلفة، ويتوقف على مدى ملائمة الوسيلة المستخدمة للوظيفة التي تقوم بها أو محتمل قيامها.

(2) يتوقف الأداء الوظيفي لوسائل الإعلام على جودة القرار؛ بمعنى تمتع الوسيلة الإعلامية التي تم اختيارها لأداء وظيفة ما بالمزايا المطلوبة بما يحقق جودة الاختيار- توقيت القرار والتي تعني بها اختيار الوسيلة المناسبة لاستخدامها.

تفترض النظرية فرضين أساسيين:

• **الفرض الأول:** أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرًا كبيرًا من المعلومات فضلًا عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وتستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

• **الفرض الثاني:** هناك أربعة معايير أساس لتقييم ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء؛ وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة وسرعة رد الفعل، واستخدام اللغة الطبيعية<sup>(21)</sup>.

أوجه الاستفادة من النظرية في موضوع الدراسة الحالية:

تساعد نظرية ثراء الوسيلة في قياس التفاعل من قبل عينة الدراسة المتمثلة في المرأة العربية مع مواقع التواصل الاجتماعي لاكتساب المعلومات التي تحتاج إليها حول قضايا التمكين بأبعادها المختلفة، حيث تركز النظرية بشكل كبير على أشكال التفاعل بين الجمهور المستقبل للرسالة والقائم بالاتصال، علاوة على قياس رجوع الصدى من قبل وسائل الإعلام والتي تكون أكثر ثراءً وفقاً للوسيلة المستخدمة، وتمكن الجمهور من الاختيار والتفرقة بين الرسائل المقدمة على أساس درجة ثرائها في تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور.

## الإجراءات المنهجية للدراسة:

(1) نوع الدراسة: تُعد دراسة وصفية تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة؛ مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها<sup>(22)</sup>، حيث تحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة يغلب عليها صفة ما بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها<sup>(23)</sup>، وتعتمد هذه الدراسات على تساؤلات مُعدة مسبقاً، وتحديد مستوى الارتباط والتأثير بين المتغيرات<sup>(24)</sup>، ومن ثم التطورات المتوقعة مستقبلاً بما يعين في التوصل لتوصيات يمكن تطبيقها<sup>(25)</sup>، وهنا تهدف الدراسة إلى التعرف على معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا تمكين المرأة المصرية ومدى انعكاسها على هويتها الفكرية والثقافية.

(2) منهج الدراسة: تم الاعتماد على منهج المسح Survey والذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيراتها والتأثيرات، لذا يُعتبر هذا المنهج رئيساً في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي<sup>(26)</sup>، ويستهدف منهج المسح تسجيل وتحليل وتفسير كيفية تأثير المواد المنشورة عن قضايا التمكين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الفكرية للمرأة المصرية.

(3) مجتمع وعينة الدراسة الميدانية: يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جمهور المرأة المصرية في مصر، والذي يقع في الفئة العمرية ما بين 18 إلى 45 عاماً، وقد تم سحب العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهي عينة عمدية، اعتمدت الباحثتان في اختيارها على خبرتهما في اختيار العينة، وبلغ حجمها 400 مفردة من التفاعلات مع مواقع التواصل الاجتماعي، وكان لها اهتمام بمتابعة قضايا المرأة باختلافها، وتمثل خصائص عينة الدراسة الميدانية:

· جاء نسبة 45% من العينة في الفئة العمرية 25 لأقل من 35 عاماً، تلاه الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 25 عاماً بنسبة 35%، تلاه الفئة العمرية من 35 لأقل من 45 عاماً بنسبة 20%.

جاءت نسبة 50% من العينة حاصلات على مؤهل جامعي، ونسبة 25% بمرحلة التعليم الجامعي، ونسبة 15% لديهم مؤهل دراسات عليا، ونسبة 10% لديهم مؤهل أقل من متوسط.

جاء نسبة 46.5% من العينة متزوجات، تلاه نسبة 40% غير متزوجات "آنسة"، في حين جاء نسبة 9% مطلقات، ثم جاء نسبة 2.5% منفصلة ثم نسبة 2% أرملة. جاء نسبة 78% من العينة في المستوى الاقتصادي المتوسط، تلاه نسبة 18% في المستوى الاقتصادي المرتفع، وأخيراً جاء نسبة 4% من العينة في المستوى المنخفض.

(4) أداة جمع البيانات: تم تصميم صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات من عينة الدراسة المتمثلة في جمهور المرأة المصرية وتوزيعها إلكترونياً عليهن عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

#### 5) اختبارات الصدق والثبات:

**أولاً: اختبار الصدق: (Validity)** يعني صدق المقياس المستخدم في قياس المفهوم الذي يرغب الباحث في قياسه<sup>(27)</sup>، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في الدراسة تم عرض أداة صحيفة الاستقصاء على مجموعة من الخبراء والمتخصصين<sup>(\*)</sup> في مناهج البحث والإعلام، لتحديد مدى دقتها ومناسبتها وصلاحياتها لقياس متغيرات الدراسة، وقياس الهدف الذي وضعت من أجله، وبناءً على إرشاداتهم أخذت الباحثتان بإجراء التعديلات المطلوبة على الأسئلة المشار إليها، وبذلك أصبحت الاستمارة صالحة للقياس.

**ثانياً: اختبار الثبات: (Reliability):** يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، ولكي تضمن الباحثتان ذلك اعتمداً على اختبار (- Test - retest) لصحيفة الاستقصاء، وقد تم تطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية قوامها 40 مفردة بعد تحكيم صحيفة الاستبانة، ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول، وبإجراء معامل الارتباط بين نتائج التطبيقين تبين وجود نسبة ارتباط تراوحت ما بين (0.88: 0.95)، وهي قيمة عالية للارتباط، وتظهر مدى ثبات صحيفة الاستقصاء وتؤكد استقرارها.

### المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة الميدانية:

تم الاستعانة ببرنامح التحليل الإحصائي (SPSS)، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات العلاقات الارتباطية ومعاملات الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، وقد تم الاعتماد على الوسط الحسابي كأحد مقاييس النزعة المركزية، إلى جانب التكرارات البسيطة والمزدوجة، والوسط المرجح، ومعامل الانحدار البسيط<sup>(\*)</sup>.

### التعريفات الإجرائية:

#### تمكين المرأة:

يعني حق المرأة في الاختيار واتخاذ القرارات في حياتها والتأثير في محيطها بما يناسب ظروفها الخاصة وظروف مجتمعها المحلي، حيث يهدف منهج التمكين إلى تعزيز اعتماد النساء على أنفسهن<sup>(28)</sup>.

#### التمكين السياسي للمرأة:

يقصد بالتمكين السياسي للمرأة هو وصول المرأة إلى مراكز صنع القرار والمراكز التي تؤثر في صنع القرار ووضع السياسات، فالمؤسسات البرلمانية وإن كانت من أهم الأجهزة المشاركة في صناعة القرار ورسم السياسات في الدول<sup>(29)</sup>.

#### التمكين الاقتصادي للمرأة:

يقصد بالتمكين الاقتصادي للمرأة هو عملية تهدف إلى زيادة قدرة المرأة على تلبية احتياجاتها الأساسية بمفردها دون الاعتماد على أحد، ويتحقق ذلك بامتلاك الفرد المعرفة الكافية للعمل والإنجاز<sup>(30)</sup>.

#### التمكين الاجتماعي:

يقصد بها الإضافة المتحققة على دور المرأة الاجتماعي والتي تتمتع به ضمن إطار القيام بأدوار مجتمعية، مثل العمل بشكل تطوعي دون مقابل مادي، من خلال مشاريع تنمية تخدم المجتمع وتحسن من مكانتها<sup>(31)</sup>.

#### الهوية الثقافية (الفكرية):

مجموعة من المقومات والخصائص التي تتفرد بها الشخصية العربية وتجعلها متميزة عن غيرها من الهويات الثقافية الأخرى، وتتمثل هذه المقومات في اللغة، والدين، والتاريخ، والجغرافيا، والعادات، والتقاليد، والأعراف<sup>(32)</sup>.



نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: النتائج المتعلقة بمعدلات تعرض المرأة المصرية مع مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن قضايا التمكين:

جدول (1)

يوضح معدلات التعرض للمرأة المصرية مع مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن قضايا التمكين

معدلات التعرض على مواقع التواصل كمصدر للمعلومات عن قضايا التمكين	ك	%
التعرض بشكل كبير	250	62.5%
إلى حد ما	100	25%
لا أتعرض على الإطلاق	50	12.5%
الإجمالي	400	100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن قضايا التمكين جاء بشكل كبير بنسبة (62.5%)، وجاءت فئة الاعتماد إلى حد ما بنسبة (25%)، وجاءت فئة عدم التعرض على الإطلاق بنسبة (12.5%). واتفقت هذه النتائج مع دراسة (دجيلان) <sup>(33)</sup> أن غالبية المبحوثات عينة الدراسة يتعرضن لمواقع التواصل الاجتماعي طوال اليوم، مقابل 26% من العينة يتعرضن لمواقع التواصل الاجتماعي 6 مرات يومياً؛ وذلك فيما يتعلق باعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة.

## ثانياً: النتائج المتعلقة بطبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض لها المرأة المصرية:

## جدول (2)

## يوضح طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض لها المرأة المصرية

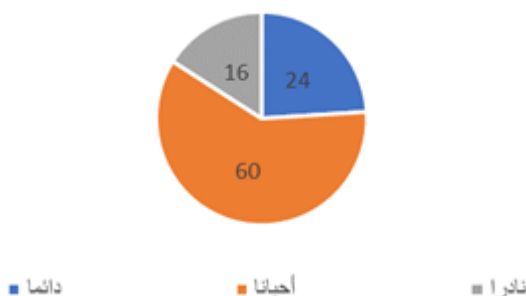
الموقع	ك	%
فيس بوك Face Book	310	37.6
يوتيوب You tube	205	24.8
إنستجرام Instagram	135	16.4
تليجرام telegram	85	10.3
سناپ شات Snap Chat	65	7.9
تويتر Twitter	25	3
مجموع الإجابات	825	100

يتضح أن موقع الفيس بوك كان الأعلى استخداماً من قبل المرأة المصرية بنسبة 37.6%، تلاه اليوتيوب بنسبة 24.8%، ثم إنستجرام بنسبة 16.4%، ثم تليجرام بنسبة 10.3%، ثم سناپ شات بنسبة 7.9%، وأخيراً تويتر بنسبة 3%، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (أزهار صبيح، وأسيل شاكر) <sup>(34)</sup> من أن استخدام المبحوثات الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك- يوتيوب- تويتر- إنستجرام) مع التباين النسبي في حجم استخدام كل موقع، كما كشفت دراسة كل من (إيناس منصور كامل شرف، 2021) <sup>(35)</sup> ودراسة (Ali Erarslan, 2019) <sup>(36)</sup> أن "الانستجرام" جاء في مقدمة تطبيقات الصور والصوت والفيديو، ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على الأسئلة السابقة مقياساً عاماً لكثافة تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت أبرز نتائج ارتفاع متابعة العينة للمواقع.

وأرجعت الباحثتان ذلك إلى طبيعة الدور المفترض لمواقع التواصل الاجتماعي في معالجة العديد من القضايا، ومنها قضايا تمكين المرأة، وخاصة عندما حظيت المرأة

باهتمام وسائل الإعلام الإلكتروني باعتبارها شريك في تحقيق العديد من المهام في المجتمع.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بكثافة متابعة المرأة المصرية لما ينشر عن قضايا التمكين بشكل عام:



شكل (1) يوضح كثافة متابعة المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي حول قضايا التمكين بشكل عام يكشف الشكل السابق أن نسبة 60% من عينة الدراسة تحرص أحياناً على متابعة قضايا التمكين بكافة أنواعه في مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة، تلاه نسبة 24% تحرص على متابعة قضايا التمكين دائماً، ثم نسبة 16% من عينة الدراسة تحرص بشكلٍ نادر على متابعة القضايا بهذه المواقع التي عبرت عن تفضيلها، وأعربت المبحوثات عينة الدراسة عن بعض القضايا المتعلقة بالتمكين بأنواعه والتي نشرت خلال الفترة السابقة وتابعتها بشكل كبير، كما يلي:

- قضايا التمكين الثقافي.
- قضايا التمكين السياسي.
- قضايا التمكين الاجتماعي.
- قضايا التمكين الاقتصادي.
- قضايا التمكين الإعلامي.
- قضايا التمكين النفسي.
- تمكين المرأة من خلال المشاركة في البرامج التنموية.
- دور المرأة المصرية في سوق العمل.

• دور المرأة في التربية.

• دور المرأة في الطب.

**رابعاً: النتائج المتعلقة بأسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين السياسي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية:**

جدول (3)

يوضح أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين السياسي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية

النسبة	التكرار	الأسباب
23.2	250	نشر ثقافة التمكين السياسي
20.5	220	التعرف على كيفية تعزيز إدماج المرأة المصرية في العملية السياسية بشكل إيجابي وفعال
18.7	201	توضيح الأفكار والمشروعات التي تعزز مهارة القيادة السياسية والتواصل السياسي لدى المرأة العربية
15.3	164	التعرف على أهم المعوقات والتحديات التي تواجه قضايا المشاركة السياسية
13	140	الاعتماد عليها في تثقيف المرأة المصرية فكرياً وسياسياً
5.6	60	سهولة الاعتماد عليها في اكتساب المعلومات السياسية في أي وقت
3.7	40	أعتمد عليها في دعم هويتي الفكرية والسياسية
100	1075	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين السياسي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية، وجاء نشر ثقافة التمكين السياسي بنسبة 23.2% من إجمالي الأسباب، تلاه التعرف على كيفية تعزيز إدماج المرأة المصرية في العملية السياسية بشكل إيجابي وفعال 20.5% من إجمالي السابق، تلاه توضيح الأفكار والمشروعات التي تعزز مهارة القيادة السياسية والتواصل السياسي لدى المرأة المصرية بنسبة 18.7%، ثم جاء التعرف على أهم

المعوقات والتحديات التي تواجه قضايا المشاركة السياسية بنسبة 15.3%، ثم الاعتماد عليها في تثقيف المرأة المصرية فكرياً وسياسياً بنسبة 13%، سهولة الاعتماد عليها في اكتساب المعلومات السياسية في أي وقت بنسبة 5.6%، وأخيراً أعتد عليها في دعم هويتي الفكرية والسياسية بنسبة 3.7%.

وتعكس النتائج السابقة دور الإعلام الإلكتروني في دعم حقوق المرأة السياسية ومحاولة تحقيق المساواة بينها وبين الرجل؛ لما لها من دور حيوي في المجال التنموي بشكل عام.

#### جدول (4)

يوضح أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين الثقافي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية

النسبة	التكرار	الأسباب
21.3	230	التعرف على الأنشطة الثقافية الخاصة بالمرأة والفعاليات الثقافية الموجهة
20	215	أعتد عليها في معرفة الدور المفترض القيام به للاندماج في منظومة الإصلاح الديمقراطي والتحديث الشامل
19.6	211	أعتد عليها لضمان تعزيز الحقوق الثقافية
16.1	174	التعرف على الاستراتيجيات الثقافية المطروحة والخاصة بالمرأة العربية
13.4	145	التعرف على دور المرأة في العمل الإبداعي لإمكانية إحداث التغيرات على كافة المستويات الفكرية والثقافية
5.6	60	إمكانية التفاعل الثقافي والتعبير عن الذات للتطوير ذاتياً
3.7	40	تنمية المواهب والمعارف والحس النقدي
100	1075	الإجمالي

تكشف نتائج الجدول السابق عن أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين الثقافي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية، وجاء التعرف على الأنشطة الثقافية الخاصة بالمرأة والفعاليات الثقافية الموجهة بنسبة

21.3%، تلاه أتمد عليها في معرفة الدور المفترض القيام به للاندماج في منظومة الإصلاح الديمقراطي والتحديث الشامل بنسبة 20%، ثم أتمد عليها لضمان تعزيز الحقوق الثقافية بنسبة 19.6%، والتعرف على الاستراتيجيات الثقافية المطروحة والخاصة بالمرأة المصرية بنسبة 16.1%، ثم التعرف على دور المرأة في العمل الإبداعي لإمكانية إحداث التغييرات على كافة المستويات الفكرية والثقافية بنسبة 13.4%، ثم إمكانية التفاعل الثقافي والتعبير عن الذات للتطوير ذاتياً بنسبة 5.6%، وأخيراً تنمية المواهب والمعارف والحس النقدي بنسبة 3.7%.

تعكس النتائج السابقة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الجانب الثقافي لدى المرأة المصرية، ومحاولة التركيز عليه وإبرازه، وخاصة في الآونة الأخيرة؛ لما لها من جانب حيوي في دعم ثقافة المجتمع وبالتالي ثقافتها الفكرية.

#### جدول (5)

يوضح أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين الاجتماعي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية

النسبة	التكرار	الأسباب
19.5%	210	نشر ثقافة التمكين الاجتماعي
19.4%	209	المساعدة في تقوية العلاقات الاجتماعية للمرأة ودعم مكانتها في الهياكل الاجتماعية
18.6%	200	إلقاء الضوء على الحقوق والواجبات تجاه نفسها، الأسرة والمجتمع
17.6%	190	إبراز إسهاماتها في المجتمع وتقديرها بشكل إيجابي
14.8%	160	دعم صلاحيتها وقدراتها في سبيل بناء أرضية ثقافية اجتماعية لدعم العطاء الإنساني
6.1%	66	محااربة التمييز القائم على عرف أو أديان أو أعراق للحصول على المكانة المناسبة في المجتمع
3.7%	40	دعم دور المرأة في دوائر صنع القرار الأهلي والمشاركة في المجتمع الأهلي بكل مكوناته وتوجهاته
100	1075	الإجمالي

تعكس نتائج الجدول السابق أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين الاجتماعي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية؛ فجاء في الترتيب الأول نشر ثقافة التمكين الاجتماعي بنسبة (19.5%)، تلاه المساعدة في تقوية العلاقات الاجتماعية للمرأة ودعم مكانتها في الهياكل الاجتماعية بنسبة (19.4%)، ثم إلقاء الضوء على الحقوق والواجبات تجاه نفسها، الأسرة والمجتمع بنسبة (18.6%)، تلاه إبراز إسهاماتها في المجتمع وتقديرها بشكل إيجابي بنسبة (17.6%)، ثم دعم صلاحيتها وقدراتها في سبيل بناء أرضية ثقافية اجتماعية لدعم العطاء الإنساني بنسبة (14.8%)، ثم محاربة التمييز القائم على عرف أو أديان أو أعراق للحصول على المكانة المناسبة في المجتمع بنسبة (6.1%)، وأخيرا دعم دور المرأة في دوائر صنع القرار الأهلي والمشاركة في المجتمع الأهلي بكل مكوناته وتوجهاته بنسبة (3.7%)

جدول (6)

يوضح أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين الاقتصادي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية

النسبة	التكرار	الأسباب
18.6%	200	نشر ثقافة التمكين الاقتصادي
18.1%	195	دعم قدرتها على اتخاذ القرارات الاقتصادية والإجراءات بشأنها
17.6%	190	المساعدة في الحصول على القوة للمرأة المصرية من خلال إكسابهن المعلومات الخاصة ببيئتهن ومجتمعهن
16.7%	180	عرض وإتاحة الفرص الاقتصادية أمام المرأة
14.8%	160	نشر الحقوق والواجبات الخاصة بالمساواة بين الجنسين بشكل كبير في النهوض باقتصاديات المجتمعات والتنمية المستدامة
8.8%	95	تعزيز روح ريادة الأعمال لدى المرأة المصرية
5.11%	55	تعزيز مبادئ تمكين المرأة والانخراط في القطاع الخاص لتحسين وضع المرأة الاقتصادي
100	1075	الإجمالي

تعكس نتائج الجدول السابق أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين الاقتصادي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية؛

فجاء نشر ثقافة التمكين في الترتيب الأول بنسبة (18.6%)، ثم دعم قدرتها على اتخاذ القرارات الاقتصادية والإجراءات بشأنها (18.1%)، ثم المساعدة في الحصول على القوة للمرأة العربية من خلال إكسابها المعلومات الخاصة ببيئتهن ومجتمعهن بنسبة (17.6%)، تلاه عرض وإتاحة الفرص الاقتصادية أمام المرأة بنسبة (16.7%)، ثم نشر الحقوق والواجبات الخاصة بالمساواة بين الجنسين بشكل كبير في النهوض باقتصاديات المجتمعات والتنمية المستدامة بنسبة (14.8%)، تلاه تعزيز روح ريادة الأعمال لدى المرأة العربية بنسبة (8.8%)، تلاه تعزيز مبادئ تمكين المرأة والانخراط في القطاع الخاص لتحسين وضع المرأة الاقتصادي (5.11%).

وتؤكد هذه النتائج على أهمية تمكين المرأة اقتصادياً كأحد السبل لتحقيق التنمية الاقتصادية وتحقيق متطلبات التنمية الشاملة، وضرورة التأكيد على هذه الأدوار وتفعيلها من خلال وسائل الإعلام بشكل عام ووسائل التواصل بشكل خاص.

**خامساً: النتائج المتعلقة بدرجة تفاعل عينة الدراسة مع ما يقدم في مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا التمكين بأنواعه المختلفة:**

جدول (7)

درجة تفاعل المرأة المصرية مع ما يقدم في مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا التمكين بأنواعه المختلفة

درجة التفاعل	ك	%
التفاعل بدرجة كبيرة	200	50%
التفاعل بدرجة متوسطة	160	40%
لا يوجد تفاعل	40	10%
الإجمالي	400	100

يعكس الجدول السابق درجة تفاعل المرأة العربية مع ما يقدم في مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا التمكين؛ حيث جاء في المرتبة الأولى أن تفاعل بدرجة كبيرة بنسبة (50%)، مقابل (40%) أن تفاعل بدرجة متوسطة، و(10%) لا يوجد تفاعل؛ مما يعكس اهتمام المرأة المصرية بقضايا التمكين ومتابعتها والتفاعل معها بشكل كبير، واتفقت هذه النتائج مع دراسة (جيلان شرف) (37) التي أشارت إلى ارتفاع درجة المبحوثات مع ما



يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة. وأكدت دراسة (محمد، 2018)<sup>(38)</sup> إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تحظى بمعدل مرتفع من المتابعة ومتابعتها في تزايد مستمر؛ لذا من المهم توظيف هذه الوسيلة في دعم قضايا المرأة بشكل كبير استناداً إلى انتشارها وقضايا التمكين بشكل خاص؛ لما لها من انعكاس على هويتها الثقافية والفكرية.

سادسا: النتائج المتعلقة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة المصرية وعلاقتها بالتمكين بأنواعه المختلفة:  
مقياس لقياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية للمرأة المصرية وعلاقتها بالتمكين بأنواعه المختلفة:

استخلصت الباحثتان من إجابات عينة الدراسة على مجموعة من العبارات التي تمثل مقياساً عاماً لتشكيل مواقع التواصل الاجتماعي اتجاهاتها قضايا التمكين بأنواعه الأربعة (الثقافة- السياسي- الاجتماعي الاقتصادي) والذي كانت مستويات كل مقياس من الأربعة على النحو التالي:

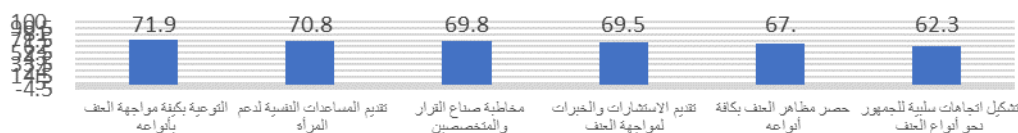
الوزن العام	وزن العبارة	العبارات	أنواع التمكين
70	75	القيام بدور توعوي لنشر ثقافة التمكين الثقافي	التمكين الثقافي
	74	إثارة اهتمام المرأة للتعرف على دورها في الاندماج الثقافي	
	72	تزويد المرأة بالخبرات اللازمة لتعزيز الحقوق الثقافية	
	70	إسهام المواقع في التعرف على الاستراتيجيات الثقافية	
	69	تقديم مساعدات ثقافية للمرأة لدعم العمل الإبداعي لديها في كافة المستويات	
	60	تشكيل اتجاهات المرأة في إمكانية التعبير عن الذات وتنمية المواهب والمعارف والحس الفني	
70.3	77	المساعدة في نشر ثقافة التمكين السياسي	التمكين السياسي
	76	إثارة اهتمام المرأة بكيفية تعزيز إدماجها في العملية السياسية بالشكل الإيجابي	
	75	رصد مهارات القيادة السياسية والتواصل السياسي لدى المرأة	

الوزن العام	وزن العبارة	العبارات	أنواع التمكين
	74.5	القيام بدور توعوي لتثقيف المرأة فكرياً وسياسياً	
	61.5	إثارة المعوقات والتحديات التي تواجه قضايا المشاركة السياسية والتغلب عليها	
	58	تشكيل اتجاهاتها لاكتساب المعلومات ودعم هويتها الفكرية والسياسية	
68.3	74	القيام بدور توعوي لنشر ثقافة التمكين الاجتماعي	التمكين الاجتماعي
	73	إثارة اهتمام المرأة لدعم مكانتها في الهيكل الاجتماعي	
	71	إسهام مواقع التواصل في القضاء الضوء على حقوق وواجبات المرأة تجاه نفسها والأسرة والمجتمع	
	70	نجاح المواقع في إبراز إسهاماتها في المجتمع بشكل إيجابي	
	62	إسهام المواقع في تشكيل اتجاهات نحو دعم صلاحيتها في سبيل دعم العطاء الإنساني	
	60	رصد مظاهر التميز القائم على أساس الأعراف والأديان لدعم مكانتها المناسبة في المجتمع	
62	69	الإسهام في نشر ثقافة التمكين الاقتصادي	التمكين الاقتصادي
	67	إسهام المواقع في قدرتها على اتخاذها للقرارات الاقتصادية	
	64.5	القيام بدور توعوي في إكسابها المعلومات ومساعدتها في الحصول على التمكين الاقتصادي	
	64	إثارة اهتمام صناع القرار الاقتصاديين لإتاحة الفرص الاقتصادية أمام المرأة	
	56	رصد دورها في تعزيز روح ريادة الأعمال لدى المرأة	
	52	تعزيز مبادئ تمكين المرأة والانخراط في القطاع الخاص لتحسين وضع المرأة الاقتصادي	
67.7		إجمالي الوزن العام لمقياس التأثيرات	

استخلصت الباحثتان من إجابات عينة الدراسة مجموعة من العبارات التي تمثل مقياساً عاماً لتشكيل مواقع التواصل الاجتماعي للهوية الثقافية للمرأة المصرية وعلاقتها بالتمكين بأنواعه المختلفة.

ويكشف المقياس عن مستويات تقييم المرأة المصرية لتشكيل مواقع التواصل الاجتماعي لاتجاهاتها الفكرية وانعكاسه على هويتها من خلال التأثير بقضايا التمكين بأبعاده المختلفة، وقد برز ارتفاع تأثيرات هذه المواقع على صعيد المكون المعرفي مع التمكين الثقافي بوزن 75 درجة في المقدمة، تلاه التمكين الاجتماعي بوزن 74 درجة، ثم التمكين السياسي بوزن 73 درجة، ثم التمكين الاقتصادي بوزن 61 درجة، وتشابه في تحقق ذات التأثيرات على أنواع العنف الأربعة على صعيد المكون السلوكي، حيث برز تأثير المواقع على التمكين الثقافي بوزن 76 درجة في المقدمة، تلاه التمكين الاجتماعي بوزن 70 درجة، ثم التمكين السياسي بوزن 68 درجة، ثم التمكين الاقتصادي بوزن 66 درجة، في حين برز تأثير هذه المواقع على صعيد المكون الوجداني مع التمكين الاجتماعي في المقدمة بوزن 69 درجة، تلاه الثقافي بوزن 61 درجة، ثم السياسي بوزن 60 درجة، وأخيراً التمكين الاقتصادي بوزن 59 درجة، وتعكس النتائج السابقة أن قضايا التمكين الثقافي احتلت مرتبة متقدمة بأبعادها المختلفة وتأثيراتها السلوكية والمعرفية والوجدانية على المرأة العربية؛ مما دفع بدوره إلى التأثير على هويتها الثقافية والفكرية.

**سابعاً: النتائج المتعلقة بالتقييم الكلي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتهن نحو قضايا التمكين وانعكاسه على الهوية الفكرية:**



شكل (3) تقييم كلي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتهن نحو قضايا التمكين وانعكاسه على الهوية الفكرية

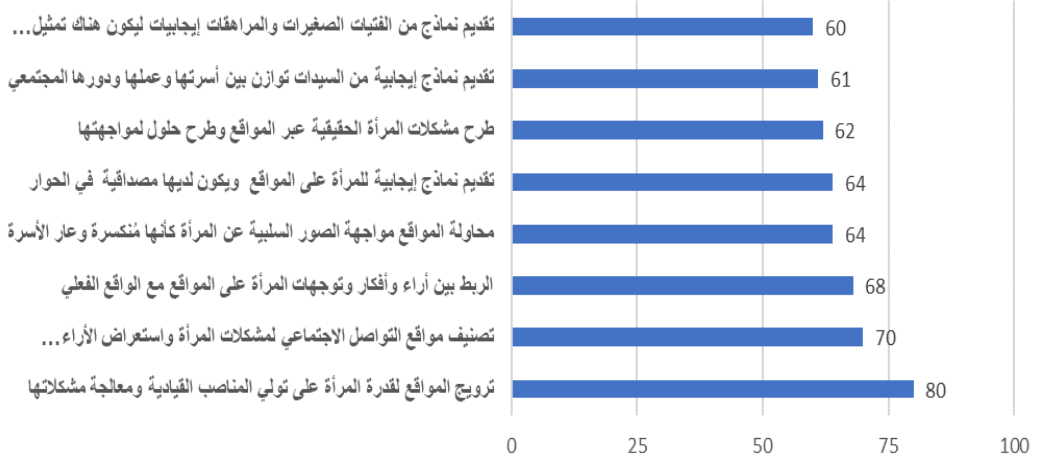
يعكس الشكل السابق تقييماً كلياً لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتهن نحو قضايا التمكين وانعكاسه على الهوية الفكرية، وذلك على النحو التالي: تميزت مواقع التواصل الاجتماعي بالقدرة على التوعية المرتفعة بقضايا التمكين بأنواع المختلفة بوزن 71.9 درجة، تلاه قدرة المواقع على تقديم المساعدات المختلفة لدعم

المرأة في مواجهة المعوقات التي تحول دون إمكانية تمكينها بوزن 70.8 درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء مخاطبة هذه المواقع لصناع القرار والمتخصصين والخبراء في دمج المرأة في المجالات المختلفة لتحقيق فكرة التمكين ودعم هويتها الفكرية المستقلة بوزن 69.8 درجة، ثم في الترتيب الرابع جاء تقديم الاستشارات والخبرات المتخصصة في الجوانب الاجتماعية والقانونية والنفسية لتعزيز هذه الأدوار بوزن 69.5 درجة، وفي الترتيب الخامس جاء حصر المشكلات التي تحول دون تحقيق ذلك والتوعية بها بوزن 67 درجة، وأخيراً تشكيل الاتجاهات الإيجابية لدى الجمهور لأجل دعم واستيعاب مكانة المرأة بوزن 62.3 درجة.

وفي هذا الإطار أوصت دراسة (عبير عبد العزيز أحمد، 2021)<sup>(39)</sup> بضرورة فهم أهمية الإعلام الإلكتروني في المساعدة في التغيير الجذري للصورة النمطية للمرأة إذا ما استغل بالشكل الصحيح والأمثل، والعمل على تفعيل وتطبيق واستخدام التقنيات المميزة للصحافة الإلكترونية كالتصّ الفائق، والوسائط المتعددة والتفاعلية بما يتلاءم مع التطورات الحديثة، التي تعطي للمواقع ميزة خاصة تميزها عن بقية المواقع الإلكترونية، إلى جانب ضرورة التنوع في استخدام استراتيجيات الإطار الذي وضعت فيه الفتاة العربية، وعدم الاهتمام بجانب الصراع فقط، بل الاهتمام باستراتيجية الإنجاز والتميز والأسباب، وأخيراً تنفيذ حملات إعلامية وبرامج توعوية عبر المواقع الإلكترونية، وفي هذا الشأن أكدت دراسة (دنيا طارق عبد الوهاب، 2021)<sup>(40)</sup> على تفضيل الجمهور مشاهدة الأفلام التسجيلية عن تمكين المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجاءت قضية العنف ضد المرأة على رأس القضايا التي تفضل عينة الدراسة متابعتها في الأفلام التسجيلية الخاصة بالمرأة، وهو ما يبرز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في النشر الإعلامي لكل ما يخص قضايا العنف ضد المرأة، كما أوضحت دراسة (ميار أسامة محمد النواوي، 2021)<sup>(41)</sup> بأنه برزت مجموعة من العوامل التي تؤثر في القائم بالاتصال عند معالجة قضايا العنف ضد المرأة، فكان أهمها: التطور التكنولوجي، وظهور الإعلام الجديد، وسرعة تداول الأخبار الخاصة بالمرأة به، إلى جانب قناعاته ومرجعياته

الفكرية ذاتها، إلا أنهم أكدوا على حرصهم في مراعاة الأخلاقيات المهنية في النشر فيما يتعلق بقضايا العنف ضد المرأة.

**ثامناً: النتائج المتعلقة بمقترحات عينة الدراسة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة مشكلات المرأة المصرية وعلاقتها بإمكانية تمكينها في المجتمع:**



شكل (4) تقييم عينة الدراسة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة مشكلات المرأة المصرية وعلاقتها بإمكانية تمكينها في المجتمع

يتضح من بيانات الشكل السابق تقييم عينة الدراسة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة مشكلات المرأة المصرية وعلاقتها بإمكانية تمكينها في المجتمع، حيث جاء ترويج الواقع لقدرة المرأة على تولي المناصب القيادية ومعالجة مشكلاتها بوزن 80 درجة، تلاه تصنيف مواقع التواصل الاجتماعي لمشكلات المرأة واستعراض الآراء بخصوصها بوزن 70 درجة، ثم الربط بين آراء وأفكار وتوجهات المرأة على المواقع مع الواقع الفعلي بوزن 68 درجة، ثم محاولة المواقع مواجهة الصور السلبية عن المرأة كأنها منكسرة وعار للأسرة بوزن 64 درجة، وكذلك تقديم نماذج إيجابية للمرأة على المواقع ويكون لديها مصداقية في الحوار بوزن 64 درجة، ثم طرح مشكلات المرأة الحقيقية عبر المواقع وحلول لها بوزن 62 درجة، ثم تقديم نماذج إيجابية من السيدات توازن بين أسرتها وعملها ودورها المجتمعي بوزن 61 درجة، وأخيراً تقديم نماذج من الفتيات الصغيرات والمراهقات إيجابيات ليكون هناك تمثيل للمراحل العمرية للمرأة بوزن 60 درجة.

**الخاتمة ومناقشة النتائج:**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا التمكين لدى المرأة المصرية، ومدى انعكاسها على هويتها الثقافية في إطار نظرية ثراء الوسيلة، وبالاعتماد على صحيفة الاستبانة لجمع البيانات، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة.

توصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بقضايا تمكين المرأة بأنواعها المختلفة وخاصة التمكين الثقافي، واحتل الفيسبوك مركز الصدارة فيما يتعلق بالوسائل الأكثر تفاعلاً من قبل المرأة المصرية، وأرجعت الباحثتان ذلك إلى طبيعة الدور المفترض لمواقع التواصل الاجتماعي في معالجة العديد من القضايا ومنها قضايا تمكين المرأة، وخاصة عندما حظيت المرأة باهتمام وسائل الإعلام الإلكتروني باعتبارها شريكاً في تحقيق العديد من المهام في المجتمع.

وجاءت النتائج المتعلقة بكثافة متابعة المرأة المصرية لما ينشر عن قضايا التمكين بشكل عام لتعكس كثافة التعرض من عينة الدراسة وحرصها على متابعة قضايا التمكين بكافة أنواعه في مواقع التواصل الاجتماعي، وأعربت المبحوثات عينة الدراسة عن بعض القضايا المتعلقة بالتمكين بأنواعه، والتي نشرت خلال الفترة السابقة وتابعتها بشكل كبير، كما يلي: (قضايا التمكين الثقافي- قضايا التمكين السياسي- قضايا التمكين الاجتماعي- قضايا التمكين الاقتصادي- قضايا التمكين الإعلامي- قضايا التمكين النفسي- تمكين المرأة من خلال المشاركة في البرامج التنموية- دور المرأة العربية في سوق العمل العربي- دور المرأة في التربية- دور المرأة في الطب).

وتعددت أسباب اعتماد المرأة على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين السياسي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية، وجاء نشر ثقافة التمكين السياسي في الترتيب الأول من إجمالي الأسباب، تلاه التعرف على كيفية تعزيز إدماج المرأة المصرية في العملية السياسية بشكل إيجابي وفعال، تلاه توضيح الأفكار والمشروعات التي تعزز مهارة القيادة السياسية والتواصل السياسي لدى المرأة العربية، ثم جاء التعرف على أهم المعوقات والتحديات التي تواجه قضايا المشاركة السياسية، ثم الاعتماد عليها في تثقيف المرأة المصرية فكرياً وسياسياً، سهولة الاعتماد عليها في اكتساب المعلومات السياسية في أي وقت، وأخيراً الاعتماد عليها في دعم الهوية الفكرية والسياسية.

أما أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين الثقافي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية، جاء التعرف على الأنشطة الثقافية الخاصة بالمرأة والفعاليات الثقافية الموجهة في الترتيب الأول من إجمالي الأسباب، تلاه الاعتماد عليها في معرفة الدور المفترض القيام به للاندماج في منظومة الإصلاح الديمقراطي والتحديث الشامل، ثم أعتمد عليها لضمان تعزيز الحقوق الثقافية والتعرف على الاستراتيجيات الثقافية المطروحة والخاصة بالمرأة، ثم التعرف على دور المرأة في العمل الإبداعي لإمكانية إحداث التغييرات على كافة المستويات الفكرية والثقافية، وإمكانية التفاعل الثقافي والتعبير عن الذات للتطوير ذاتياً، وأخيراً تنمية المواهب والمعارف والحس النقدي.

وجاءت أسباب اعتماد المرأة على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين الاجتماعي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية؛ فجاء في الترتيب الأول نشر ثقافة التمكين الاجتماعي، ثم المساعدة في تقوية العلاقات الاجتماعية للمرأة ودعم مكانتها في الهياكل الاجتماعية، إلقاء الضوء على الحقوق والواجبات تجاه نفسها والأسرة والمجتمع، تلاه إبراز إسهاماتها في المجتمع وتقديرها بشكل إيجابي، ثم دعم صلاحيتها وقدراتها في سبيل بناء أرضية ثقافية اجتماعية لدعم العطاء الإنساني، ثم محاربة التمييز القائم على عرف أو أديان أو أعراق للحصول على المكانة المناسبة في المجتمع، وأخيراً دعم دور المرأة في دوائر صنع القرار الأهلي والمشاركة في المجتمع الأهلي بكل مكوناته وتوجهاته.

وتمثلت أسباب اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التمكين الاقتصادي ومدى انعكاسه على هويتها الفكرية؛ فجاء نشر ثقافة التمكين في الترتيب الأول، ثم دعم قدرتها على اتخاذ القرارات الاقتصادية والإجراءات بشأنها، والمساعدة في الحصول على القوة للمرأة المصرية من خلال إكسابها المعلومات الخاصة ببيئتهن ومجتمعهن، عرض وإتاحة الفرص الاقتصادية أمام المرأة، ثم نشر الحقوق والواجبات الخاصة بالمساواة بين الجنسين بشكل كبير في النهوض باقتصاديات المجتمعات والتنمية المستدامة، تلاه تعزيز روح ريادة الأعمال لدى المرأة المصرية، تلاه تعزيز مبادئ تمكين المرأة والانخراط في القطاع الخاص لتحسين وضع المرأة الاقتصادي.

وعكست النتائج درجة تفاعل المرأة المصرية مع ما يقدم في مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا التمكين؛ حيث جاء في المرتبة الأولى التفاعل بدرجة كبيرة؛ مما يعكس اهتمام المرأة بقضايا التمكين ومتابعتها والتفاعل معها بشكل كبير، واتفقت هذه

النتائج مع دراسة (جيلان شرف) التي أشارت إلى ارتفاع درجة المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نحو تمكين المرأة في ضوء خطط التنمية المستدامة.

استخلصت الباحثتان من إجابات عينة الدراسة مجموعة من العبارات التي تمثل مقياساً عاماً لتشكيل مواقع التواصل الاجتماعي للهوية الثقافية للمرأة وعلاقتها بالتمكين بأنواعه المختلفة، يكشف المقياس عن مستويات تقييم المرأة لتشكيل مواقع التواصل الاجتماعي لاتجاهاتها الفكرية وانعكاسه على هويتها من خلال التأثير بقضايا التمكين بأبعاده المختلفة.

وفيما يتعلق بالتقييم الكلي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتها نحو قضايا التمكين وانعكاسه على الهوية الفكرية؛ تميزت مواقع التواصل الاجتماعي بالقدرة على التوعية المرتفعة بقضايا التمكين بأنواعه المختلفة، تلاه قدرة المواقع على تقديم المساعدات المختلفة لدعم المرأة في مواجهة المعوقات التي تحول دون إمكانية تمكينها، ثم في الترتيب الثالث جاء مخاطبة هذه المواقع لصناع القرار والمتخصصين والخبراء لدمج المرأة في المجالات المختلفة لتحقيق فكرة التمكين ودعم هويتها الفكرية المستقلة، ثم في الترتيب الرابع جاء تقديم الاستشارات والخبرات المتخصصة في الجوانب الاجتماعية والقانونية والنفسية لتعزيز هذه الأدوار، وفي الترتيب الخامس جاء حصر المشكلات التي تحول دون تحقيق ذلك والتوعية، وأخيراً تشكيل الاتجاهات الإيجابية لدى الجمهور لأجل دعم واستيعاب مكانة المرأة.

وأخيراً جاءت النتائج المتعلقة بمقترحات عينة الدراسة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة مشكلات المرأة وعلاقتها بإمكانية تمكينها في المجتمع، وتمثلت في ترويج الواقع لقدرة المرأة على تولي المناصب القيادية ومعالجة مشكلاتها، تلاه تصنيف مواقع التواصل الاجتماعي لمشكلات المرأة واستعراض الآراء بخصوصها، ثم الربط بين آراء وأفكار وتوجهات المرأة على المواقع مع الواقع الفعلي، ثم محاولة المواقع مواجهة الصور السلبية عن المرأة كأنها منكسرة وعار للأسرة، وكذلك تقديم نماذج إيجابية للمرأة على المواقع ويكون لديها مصداقية في الحوار، ثم طرح مشكلات المرأة الحقيقية عبر المواقع وحلولها، ثم تقديم نماذج إيجابية من السيدات توازن بين أسرتها وعملها ودورها المجتمعي، وأخيراً تقديم نماذج من الفتيات الصغيرات والمراهقات إيجابيات ليكون هناك تمثيل للمراحل العمرية للمرأة.



## المراجع:

- (1) منور عدنان نجم، دور المؤسسات التنموية في تمكين المرأة الفلسطينية- دراسة تحليلية للخطط الاستراتيجية والتقارير السنوية في ضوء معايير التمكين ومؤشراتها، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد ٢١، العدد ٣، ص ٢٣٩-٢٧٦.
- (2) محمد عبد اللطيف عبد المعطي، معالجة قضايا المرأة المصرية بالمواقع والصفحات النسائية الإلكترونية في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠ - دراسة تحليلية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد ٢٤، ح ٢، يوليو ٢٠٢٢.
- (3) محمد عبد اللطيف عبد العاطي، المرجع السابق، ص ٤٣٥-٥١٣.
- (4) جيلان شرف، اعتماد المرأة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة، المجلد العشرين- العدد الرابع، يوليو- سبتمبر ٢٠٢١.
- (5) Kadeswaran, Sengottalyan, Brindha, Duralsamy, & Rathinaswamy, Jayaseelan. (2020) Social Media as Gateway for Accelerating Women Empowerment. Parishodh Journal. ISSN No: 2347-6648. Volume IX, Issue III. pp4876-4885.
- (6) مي وليد سلامة، دور مواقع التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال- العدد التاسع، ج ٢، ص ١-٤١.
- (7) جيلان محمود شرف، آراء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو معالجة قضايا المرأة الاجتماعية والسياسية.
- (8) مني حمدي كرم الدين، دور الفيسبوك في توعية المراهقين بقضايا العنف ضد المرأة، مجلة دراسات الطفولة، مارس ٢٠٢٠، مج ٢٣، ع ٨٦، ص ١٢٩-١٣٢.
- (9) محمد طلال عباس، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية تجاه قضية المرأة السعودية للسيارة- دراسة ميدانية على من السيدات في مدينة جدة خلال سنة ٢٠١٩، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٧٠، يناير ٢٠٢٠، ص ٣٣٥-٣٩١.
- (10) ست البنات حسن، تناول الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة العربية، دراسة وصفية تطبيقية على المعالجة الصحفية لموقع المجلس القومي للمرأة بمصر من ٢٠١٦-٢٠١٩، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا: كلية الدراسات العليا، ص ١-٣٦٤.
- (11) Zeine, Ghalla. (2019) Women Empowerment and Social Networking in Mauritanian Female Facebook Users. International Journal of Networks and Communications 2019, 9(3): 89-96 DOI: 10.5923/j.ijnc.20190903.01
- (12) فاطمة الزهراء سعد، التوظيف الحكومي لوسائل الإعلام الجديدة في الحفاظ الهوية الثقافية للدول العربية.. دراسة تحليلية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان- العدد العشرين- يوليو/ ديسمبر ٢٠٢٠، ص ١-٤١.
- (13) سيفون بابة، بوعزيز بويكر، وسائل الإعلام والهوية الثقافية في ظل العولمة بين التعزيز والاستلاب، مجلة الإناسة وعلوم المجتمع، المجلد ٥/ العدد ١٠، ٢٠٢١، ص ١-١٦.
- (14) إنجي أبو سريع، الهوية الثقافية المعلنة عبر المنصات الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي.. دراسة مقارنة على جامعة الشارقة والجامعة الأمريكية في الإمارات، مجلة المجتمع والإعلام العربي الصادرة عن الجامعة الأمريكية بالقاهرة، العدد ٢٧، ص ١-٢٨.
- (15) HSU Thiri Zaw, The impact of social media on cultural adaptation process: study on Chinese, Government scholarship students, Advances in Journalism, and communication, 2018,6,75-89 at {http://www.Scirp.Oral journal.

(16) Holden, S.M, Yang, C, & Carter, M. (2018) Social Media Social Comparison of Ability (but not Opinion) predicts Lower Identity Clarity: Identity Processing Style as a Mediator, *Journal of Youth and Adolescence*, New York,46, (10), 1-15.

Retrieved From

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/29327168>

(17) KIM, J.Y. (2018) A study of social media users perceptual typologies and relationships to self – identity and personality, *internet Research*, 28 (3), 767- 784.

Reerived From

<https://www.emeraldinsight. Com/doi/abs/10. 1108/ intr-05-2017-0194>

(18) ولاء عبد الرحمن، اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الإعلام الجديد في تحقيق التفاعل مع وسائل الإعلام الدولي، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد ١٨ - أبريل*:

[https://ejst.journals.ekb.eg/article\\_89807\\_2be9108fdb7ba72733bc11ce7123f867.pdf](https://ejst.journals.ekb.eg/article_89807_2be9108fdb7ba72733bc11ce7123f867.pdf)

(19) هاجر حلمي، تطبيقات الصحف بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية- دراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الثانوية، *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد ١٨ - أبريل، ٢٠١٩، ج ٢.*

(20) هاجر حلمي حبيش، المرجع السابق.

[http://mu.menofia.edu.eg/PrtlFiles/Faculties/edv/SMagazines/edv\\_SMag/Portal/Files/%D9%87%D8%A7%D8%AC%D8%B1%20%D8%AD%D9%84%D9%85%D9%8](http://mu.menofia.edu.eg/PrtlFiles/Faculties/edv/SMagazines/edv_SMag/Portal/Files/%D9%87%D8%A7%D8%AC%D8%B1%20%D8%AD%D9%84%D9%85%D9%8)

(21) محمد رضا حبيب: علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة بالأحداث الجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم صحافة)، ص ٦٧.

(22) سامي طابع، *بحوث الإعلام*، ط1 (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001)، ص 168.

(23) عاطف عدلي العبد، *المنهج العلمي في البحوث الإعلامية*. (القاهرة: دار الهاني للطباعة، 1999)، ص 27.

(24) شيماء ذو الفقار زغيب، *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية*. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009) ص- ص 89-90.

(25) عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، *كتابة البحث العلمي: صياغة جديدة*. ط 9 (المملكة العربية السعودية: الرياض. مكتبة الرشد للنشر. 2005)، ص- ص 33-34.

(26) محمد عبد الحميد، *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. (القاهرة: عالم الكتب. 1997)، ص ص 159-158.

(27) فرج الكامل، *بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها*، ط1 (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001)، ص 134.

\* أسماء المحكمين والخبراء:

- أ. د. وفاء ثروت، أستاذ الإذاعة والتلفزيون- بكلية الآداب- قسم الإعلام- جامعة المنيا.

- أ. م. د سلوى أبو العلا، أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب- قسم الإعلام- جامعة المنيا.

- أ. د. محمد زين، أستاذ الصحافة بكلية الآداب- قسم الإعلام- جامعة المنيا- عميد كلية الإعلام- جامعة بني سويف.

- أ. د. محمد سعد، أستاذ الصحافة بكلية الآداب- قسم الإعلام- جامعة المنيا- عميد المعهد العالي للإعلام بأكاديمية الشروق.

\* تحليل الانحدار الخطي البسيط والذي يهتم بقياس تأثير متغير مستقل واحد على المتغير التابع والذي يمثل الظاهرة محل الدراسة.

\* تحليل الانحدار الخطي البسيط والذي يهتم بقياس تأثير متغير مستقل واحد على المتغير التابع والذي يمثل الظاهرة محل الدراسة.

(28) منور عدنان نجم، مرجع سابق، ص ٢٣٩-٢٧٦.

<http://www.iugaza.edu.ps/ar/periodical/>

(29) صابر بلول، التمكين السياسي للمرأة العربية بين القرارات والتوجهات الدولية والواقع، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٢٥، العدد الثاني، ص ٤٢-١.

[www.Parliament.gov.sy](http://www.Parliament.gov.sy)

(30) فاطمة سيد عبد القادر، التمكين الاقتصادي للمرأة المصرية ودورة في التنمية الاقتصادية، المجلة العلمية للبحوث التجارية، كلية التجارة. جامعة جنوب الوادي، العدد ١، يناير ٢٠٢٠، ص ٤٥-١.

(31) فاطمة سيد عبد القادر، التمكين الاقتصادي للمرأة المصرية ودورة في التنمية الاقتصادية، المرجع السابق.

(32) ثناء هاشم محمد، الهوية الثقافية والتعليم في المجتمع المصري.. رؤية نقدية، جامعة بني سويف: مجلة كلية التربية، عدد يناير، ج ١، ٢٠١٩.

(33) جيلان شرف، اعتماد المرأة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة، المجلد العشرين- العدد الرابع، يوليو- سبتمبر ٢٠٢١.

(34) أزهار صبيح، أسيل شاكر أحمد، استخدام المرأة العراقية مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منه.. دراسة مسحية على جمهور مدينة بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٣٩، ٢٠١٨، ص ١-١٨

At: [www.jasj.net](http://www.jasj.net), ١٨

(35) إيناس منصور كامل شرف، اعتماد طلاب أقسام الإعلام التربوي على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار (دراسة ميدانية). مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد رقم 56. الجزء الثالث.

2021

(36) Ali Erarslan, Instagram as an Education Platform for EFL Learners, TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology, July 2019.

(37) جيلان شرف، اعتماد المرأة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة، مرجع سابق.

(38) محمد، أحمد حسن علي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضايا العنف الأسري، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام. 2018).

(39) عبير عبد العزيز أحمد، علاقة الصور النمطية الصحفية والتلفزيونية في المواقع الإلكترونية بتشكيل معارف الجمهور المصري نحو الاضطهاد المجتمعي للفئة العربية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام، 2021).

(40) دنيا طارق عبد الوهاب. علاقة التعرض للأفلام التسجيلية المصرية باتجاهات مشاهديها نحو تمكين المرأة. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون. 2021).

(41) ميار أسامة محمد النواوي. العوامل المؤثرة في معالجة صحافة الحوادث لقضايا العنف ضد المرأة والطفل. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة حلوان: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2021).

## References

- Najm, M. (2015). dawr almuasasat altanmawiat fi tamkin almar'at alfilastiniati-dirasat tahliliatan likhutat alastiratijiati waltaqarir alsanawiat fi daw' maeayir altamkin wamuashiratiha, majalat aljamieat al'iislatmiat lildirasat altarbawiat walnafsiati, 3(3). 239-276.
- Abd Almueti, M. (2022). muealajat qadaya almar'at almisriat bialmawaqie walsafahat alnisaiyyat al'iiliktruniat fi 'iitar ruyat misr 2030 - dirasat tahlilati, almajalat aleilmiat libuhuth Alezaa waltilfizyun, 24(2).
- (41) Kadeswaran, Sengottalyan, Brindha, Duralsamy, & Rathinaswamy, Jayaseelan. (2020) Social Media as Gateway for Accelerating Women Empowerment. Parishodh Journal. ISSN No: 2347-6648. Volume IX, Issue III. pp4876-4885.
- Karam aldiyn, M. (2020). dur alfisbuk fi taweiati almurahiqin biqadaya aleunf dida almar'ati, majalat dirasat altufulati, 86(4).
- Hasan, S. (2020). tanawal al'ielam al'iiliktrunia liqadaya almar'at alearabiati, dirasatan wasfiatan tatbiqiatan ealaa almuealajat alsahufiat limawqie almajlis alqawmii lilmar'at bimisr min 2016- 2019, jamieat Alsuwdan lileulum waltiknuluja: kuliyat aldirasat aleulya.
- (41) Zeine, Ghalla. (2019) Women Empowerment and Social Networking in Mauritanian Female Facebook Users. International Journal of Networks and Communications 2019, 9(3): 89-96 DOI: 10.5923/j.ijnc.20190903.01
- Baya, S. (2021). wasayil al'ielam walhuiat althaqafiat fi zili aleawlamat bayn altaeziz walaistilabi, majalat al'iinasat waeulum almujtamaei, 10(3).
- 'Abu Sarie, E. (2018). alhuiat althaqafiat almuelanat eabr alminasaat al'iiliktruniat limuasasat altaelim aleali.. dirasat muqaranat ealaa jamieat alshaariqat waljamieat al'amrikiat fi al'iimarati, majalat almujtamae wal'ielam alearabii alsaadirat ean aljamieat Al'amrikiat bi Alqahira, 27(2).
- (41) HSU Thiri Zaw, The impact of social media on cultural adaptation process: study on Chinese, Government scholarship students, Advances in Journalism, and communication, 2018, 6, 75-89 at {http://www. Scirp. Oral journal.
- (41) Holden, S.M, Yang, C, & Carter, M. (2018) Social Media Social Comparison of Ability (but not Opinion) predicts Lower Identity Clarity: Identity Processing Style as a Mediator, Journal of Youth and Adolescence , New York, 46, (10), 1-15. Retrieved From <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/29327168>
- (41) KIM, J.Y. (2018) A study of social media users perceptual typologies and relationships to self – identity and personality, internet Research, 28 (3), 767- 784. Reerived From <https://www.emeraldinsight. Com/doi/abs/10. 1108/ intr-05-2017-0194>
- Abd Alrahman, W. (2012). aietimad alsafwat al'akadimiati alearabiati ealaa al'ielam aljadid fi tahqiq altafaeul mae wasayil al'ielam alduwali, almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilfizyuni, 10(2).

- Helmi, H. (2019). tatbiqat alsuhuf bialhawatif aldhakiat waealaqatiha bimustawaa maerifat almuraḥiqin bial'ahdath aljariati- dirasatan maydaniatan ealaa eayinat min tulaab almarhalat althaanawiati, almajalat aleilmiat likuliyat altarbiat alnaweati, 18(5).

[http://mu.menofia.edu.eg/PrtlFiles/Faculties/edv/SMagazines/edv\\_SMag/Portal/Files/%D9%87%D8%A7%D8%AC%D8%B1%20%D8%AD%D9%84%D9%85%D9%8](http://mu.menofia.edu.eg/PrtlFiles/Faculties/edv/SMagazines/edv_SMag/Portal/Files/%D9%87%D8%A7%D8%AC%D8%B1%20%D8%AD%D9%84%D9%85%D9%8)

- Habib, M. (2013). ealaqat altaearud lilsahafat almatbueat wal'iintirnit bimustawaa almaerifat bial'ahdath aljariati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat al'ielami, qism sahafati).

- Taye, S. (2001). buhuth al'ielami, ta1 (Alqahira: dar Alnahdat alearabiati).

-Al-Abd, A. (1999). almanhaj aleilmiu fi albuḥuth al'ielamiati. (Alqahira: dar alhani liltibaeati,).

- Zogheib, S. (2009). manahij albaḥth waliaistikhdamat al'ihsayiyat fi aldirasat al'ielamiati. (Alqahira: aldaar Almisriat Allubnaniati).

- 'Abu sulayman, A. (2005). kitabat albaḥth aleilmii: siaghat jadidatun. t 9 (almamlakat alearabiati Alsueudiati: Alrayad. maktabat alrushd lilnashri).

- Abd Alhamidi, M. (1997). albaḥth aleilmiu fi aldirasat al'ielamiati. (Alqahira. ealam alkutub.).

- Alkamil, F. (2001). buhuth al'ielam walraay aleami: tasmimuha, wa'ijrayiha, watahliluha, ta1 (Alqahira: dar alnashr liljamieati).

<http://www.iugaza.edu.ps/ar/periodical/>

- Blul, S. (2016). altamkin alsiyasiu lilmar'at alearabiati bayn alqarart waltawajuhāt alduwaliat walwaqie, majalat jamieat dimashq lileulum alaiqtisadiat walqanuniati, 2(5), 1-42.

[www.Parliament.gov.sy](http://www.Parliament.gov.sy)

- Abd alqadir, F. (2020). altamkin alaiqtisadiu lilmar'at almisriat wadawrat fi altanmiat alaiqtisadiati, almajalat aleilmiat lilbuḥuth altijariati, kuliyat altijarati. jamieat janub alwadi, 1(3), 1-45.

- Muhammad, S. (2019). alhuiaṭ althaqafiat waltaelim fi almujtamae almisrii.. ruyat naqdiatun, jamieat Bani Suayf: majalat kuliyat altarbiati. 2(3).

- Sharaf, J. (2021). aietimad almar'at ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bitamkiniha fi daw' khutat altanmiat almustadamati, almuḥalad aleishrina- 4(2).

- Sobih, A. (2018). 'asil shakir 'ahmad, aistikhdam almar'at aleiraqiat mawaqie altawasul alaijtimaeii wal'iishbaeat almutahaqiqat munha.. dirasat mushiat ealaa jumhur madinat baghdad, majalat albaḥith al'ielamii, 39(3).

- Sharaf, E. (2021). aietimad tulaab 'aqsam al'ielam altarbawii ealaa sahafat alhatif almahmul kmasdar lil'akhbar (dirasat maydaniati). majalat albuḥuth al'ielamiati. jamieat Al'azhar. kuliyat al'ielami. 56(3).

(41) Ali Erarslan, Instagram as an Education Platform for EFL Learners, TOJET: The Turkish Online **Journal of Educational Technology**, July 2019.

- Ali, M. (2018), dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tashkil aitijahat alshabab aljamieii nahw qadaya aleunf al'usri, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Almansurati, kuliyyat aladab, qism al'ielama).
- Abd Aleaziz, A. (2021), ealaqat alsuwar alnamatiat alsahufiat waltilifizyuniyat fi almawaqie al'iiliktruniyat bitashkil maearif aljumphur almisrii nahw alaidtihad almujtamaeii lilfataat alearabiati. risalat majistir ghayr manshuratin. (jamieat Almansura: kuliyyat aladab. qism al'ielami).
- Abd alWahab, D. (2021). ealaqat altaearud lil'aflam altasjiliat almisriat biaitijahat mushahidiha nahw tamkin almar'ati. risalat dukturah ghayr manshuratin. (jamieat Alqahirati: kuliyyat Al'ielami. qism al'iidhaeat waltilifizyuni. 2021).
- Alnnwawy, M. (2021). aleawamil almuathirat fi muealajat sahafat alhawadith liqadaya aleunf dida almar'at waltifla. risalat majistir ghayr manshuratin. (jamieat Hulwan: kuliyyat al'adabi. qism al'ielama).

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Dr. Ahmed Salem**

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Prof. Arafa Amer**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 66 July 2023 - part 1

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.