

دور الاعلام الجديد في تمكين المرأة السعودية من أداء أدوارها التنموية

دراسة ميدانية بينية لتخصصي الاعلام والخدمة الاجتماعية

دراسة مطبقة على عينة من طالبات الدراسات العليا بتخصصي الخدمة الاجتماعية والاعلام

جامعة الملك سعود

إعداد

د/ هناء أحمد أمين محمد

أستاذة الخدمة الاجتماعية المشارك جامعه الملك سعود

أستاذة الخدمة الاجتماعية جامعه حلوان

د/ شيرين سلامة السعيد الدسوقي

استاذة الاعلام المساعد

جامعه الملك سعود

مدرس الاعلام جامعه القاهرة

د/ لانا بنت حسن بن سعيد

أستاذة الخدمة الاجتماعية المشارك

جامعه الملك سعود

أولاً: مشكلة الدراسة:

تمثل عمليات التنمية مطلباً أساسياً للمجتمعات المعاصرة على كافة المستويات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، وذلك لما تستهدفه تلك العمليات من تطور للمجتمع حاضراً ومستقبلاً.

وفي إطار الاهتمام بقضية التنمية الشاملة، وانطلاقاً من أن التنمية تركز في الأساس على حشد الطاقات البشرية الموجودة في المجتمع دون تمييز بين النساء والرجال، يصبح الاهتمام بالمرأة وبدورها في تنمية المجتمع جزءاً أساسياً في عملية التنمية ذاتها، فالمرأة تمثل نصف المجتمع، ومن ثم نصف طاقته الانتاجية، وبالتالي فإن تقدم المجتمعات المعاصرة أصبح مرهوناً بمدى تقدم المرأة، وقدرتها على المشاركة المجتمعية الفعالة دون وجود أي شكل من أشكال التمييز ضدها.

وتتوقف قدرة المرأة على ممارسة أدوارها داخل المجتمع بفاعلية على طبيعة نظرة المجتمع إليها، والاعتراف بقيمة هذه الأدوار، وتمتعها بحقوقها في التعليم والعمل والمشاركة السياسية والاجتماعية.

حيث تشكل مساهمة المرأة في بناء أي مجتمع معاصر أهمية قصوى الى درجة أن مشاركتها أصبحت مؤشراً للرقى الاجتماعي ومقياساً للتنمية الاقتصادية، ولا سبيل الى اقامة مجتمع تسوده قيم المساواة والعدل الاجتماعي الا باعتماد سياسات تدعم ثقافياً وعملياً منزلة المرأة بما يضمن توسيع مشاركتها في مسيرة التنمية على أساس أحقيتها في فرص متكافئة ومتساوية مع الرجل دون تفرقة الا بمعيار الكفاءة (جليلي، ٢٠١١: ٤).

وتشترط عملية المشاركة بشكل عام درجة معينة من القوة أو التمكين Empowerment ويمكن القول أن المرأة بصفة عامة والمرأة العربية بصفة خاصة ما تزال تستشعر الكثير من الضغوط المؤسسية الاجتماعية التي تعوق مشاركتها في صنع القرار، ومن ثم فإن مفهوم التمكين يشير إلى كل ما من شأنه أن يطور مشاركة المرأة وينمي قدرتها ووعيها ومعرفتها، ومن ثم تحقيق ذاتها على مختلف الأصعدة المادية والسيكولوجية والاجتماعية والسياسية وبتيح لديها كافة القدرات والامكانيات التي تجعلها قادرة على السيطرة على ظروفها ووضعها ومن ثم الاسهام الحر والواعي في بناء المجتمع.

فقد أصبح تمكين المرأة سواء سياسياً أو اقتصادياً أو اجتماعياً محوراً تقوم عليه العديد من برامج المنظمات الدولية والمعنيين بالتنمية وحقوق الانسان بدأً من تمكينها من حقها في التعليم ووصولاً الى منع العنف بجميع أشكاله ضدها (بخاري، ٢٠١٢: ٩٠).

ومع تصاعد قوة الحركة التنموية في المجتمع السعودي تهتم الجهات المعنية بالمجتمع كأحد المجتمعات النامية بتنمية الموارد البشرية وإيجاد طاقات واعية تسهم في تنميته وتقدمه، وتعتبر المرأة أحد هذه الموارد التي يقع عليها دوراً هاماً في عملية التنمية وتعد مشاركتها في عملية التنمية هدفاً من أهم أهداف المجتمع وأحد أهداف الخطط التنموية في المملكة والتي تنظر في اوضاعها لإزالة كافة المعوقات والمشكلات التي تواجهها وتحد من مشاركتها في عملية التنمية وعلية فإن

مشاركة المرأة التنموية يتحقق بقدر ما يتوفر لها من اهتماما بقضاياها الحالية والمستجدة والمستقبلية (الفايز، ٢٠١١: ٥٦٢).

حيث تضمنت الاهداف العامة لاستراتيجية التنمية في الخطة التاسعة فيما يتعلق بالمرأة والطفل تمكين المرأة السعودية للمشاركة في تحقيق أهداف التنمية، تعزيز مكانة المرأة وتأثيرها على المجتمع، تمكين المرأة من القيام بوظائفها (خطة التنمية التاسعة، ٢٠١٤).

وقد ارتبط مصطلح التمكين بالعديد من الموضوعات التي شكلت الاطار العام لمهنة الخدمة الاجتماعية حيث يتم الربط بين التمكين والخلفية التاريخية والنظرية للخدمة الاجتماعية (Malcom, 1995:78).

ومع اعتبار أن الفضاء الالكتروني اصبح بمثابة وسيط كوني للاتصال يمكن من خلاله ربط الافراد والمؤسسات والهيئات من خلال شبكة الانترنت وهو ما أصبح متاح لكافة أشكال التعبير وتبادل المعلومات والبيانات وتجاوز الحدود الجغرافية (عبدة، ٢٠١١: ٧١٨).

مثلت وسائل الاعلام على اختلافها إحدى الآليات المهمة التي يمكن أن تسهم بفاعلية في تمكين المرأة من ممارسة أدوارها المجتمعية، وخصوصاً، الإعلام الجديد بما يتيح من فرص للتواصل والتفاعل مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى.

حيث أشار (Guenard جيونارد) الى أن وسائل الاعلام الاجتماعية تتميز بديموقراطية المعرفة لإتاحتها التواصل والمشاركة بالمعلومات والمعرفة وامكانية ازاله الحواجز التاريخية وامكانية مساهمتها في تطور المجتمعات من خلال التواصل في موضوعات الوعي العام، الغذاء، الصحة، التعليم، الالتحاق بالمدارس والعديد من القضايا الأخرى ولكن مع التزام المستخدمين بالقواعد اللازمة للتواصل الفعال (Guenard & others, 2013).

ويؤكد جوزيف مايتون رئيس تحرير منظمة " بكي مصر " الاخبارية (٢٠١٠) في مقال له تحت عنوان " إعلام جديد مستقل يمكن المرأة " على أن هذا النوع من وسائل الاعلام الأصغر حجماً (الاعلام الالكتروني) يمكن أن تسهم في معالجة قضايا المنطقة من منظور أفضل، وينصح النساء في الشرق أن يأخذن هذا الوسط بعين الاعتبار حتى يتسنى سماع أصواتهن، حيث تستطيع النساء من خلال هذا النمط الاعلامي الجديد أن يوجدن مكاناً لهن بعيداً عن الصور النمطية، ويلقي الضوء والفهم الحقيقيين على القضايا الدقيقة، مثل تمكين المرأة والتحرش والمعايير المجتمعية والتي كثيراً ما تفتقد إلى تغطية جيدة.

ويمثل الإعلام الجديد بديلاً فعالاً في خدمة قضايا الفئات المهمشة أو تلك التي تعاني التمييز، فهو يمثل " وسيلة خالية من القيود والضوابط التي تضعها السياسات أو أجندة المؤسسات الاعلامية التقليدية، بعيدة عن تدخلات هياكل التحرير وعلاقاتهم مع القوى في المجتمع إنها صورة للجهود الإعلامية الذاتية في الكتابة والنشر في وسائل مصغرة ولكنها أكثر انتشاراً وتوزيعاً بين الناس الذين يستخدمون شبكة الويب ومواقعها (شفيق، ٢٠١١: ١٥١- ١٥٢).

ومن ثم، فإن قدرة المرأة على المشاركة بشكل أكبر في صنع القرارات المتعلقة بها، والقدرة على تطوير نفسها، وعلى إقتراح البدائل الفعالة ووضع الأولويات للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، كل

ذلك يعتمد بدرجة كبيرة على قدرتها على الوصول إلى المنافع التي تقدمها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الجديدة والناشئة، وخاصة التكنولوجيات اللامركزية الجديدة Decentralized Technologies مثل شبكات الكمبيوتر، عندما توظف بشكل ديمقراطي، فانها تشكل أدوات قوية وفاعلة في تكييف المعلومات وفقاً للحاجات الاجتماعية، وذلك حتى تسهم المعلومات في ضمان استمرار أوجه التقدم التي حققتها الانسانية، مثل المشاركة الكاملة للمرأة في كل مجالات النشاط الانساني.

وفي ضوء ما تعاني منه المرأة العربية عامة، والمرأة السعودية خاصة من قضايا ومشكلات مجتمعية في العديد من المجالات سواء التعليم - العمل - الصحة - المشاركة السياسية... الخ، كذلك ما تشهده أوضاع بعض فئات النساء من تهيمش مجتمعي لطرح بعض الرؤى التي قد تتعارض مع قوى المجتمع، فان وسائل الاعلام الجديد تمثل أداة مهمة يمكن أن تسهم في تمكين المرأة من القيام بأدوارها المجتمعية وزيادة مشاركتها في الحراك المجتمعي ككل، وذلك لما لهذه الوسائل من قدرة على تشكيل الرأي العام من خلال تسليطها الضوء على القضايا وتقديم مقترحات لحلها، والقدرة على التواصل مع العديد من الفئات الفاعلة مجتمعياً ومنها الشباب الجامعي والتي أشارت نتائج العديد من الدراسات إلى أنهم الأكثر تفاعلاً مع الإعلام الجديد.

ومع ما اشتملت عليه التغيرات والانشطة التي استحدثتها مهنة الخدمة الاجتماعية في العالم لتستمر كمهنة فعالة وقادرة على تحقيق أهدافها من هذه التغيرات : (سليمان وعبد المجيد والبحر، ٢٠٠٥: ٢٢).

-التفاعل مع المهن الانسانية التخصصية الأخرى من أجل زيادة وصقل مهارات التعاون المشترك ومن اجل زيادة التفهم الفعال للمشكلات الاجتماعية وهو ما عرف حديثاً بفريق العمل المشترك .

-الاتجاه نحو الدراسات البيئية فلم تعد الحقائق والمفاهيم التي يوفرها علم واحد أو تخصص معين قادر على توضيح أبعاد التفاعلات والضغوط التي يتعرض لها الانسان .

يمكن تحديد مشكلة الدراسة في وصف وتحليل الدور الذي تسهم به وسائل الإعلام الجديد على اختلافها في الاسهام في تمكين المرأة السعودية من أداء أدوارها التنموية المختلفة وذلك من وجهة نظر طالبات الدراسات العليا في تخصصي الخدمة الاجتماعية و الاعلام .

ثانياً: أهمية الدراسة :

١. وفقاً لإحصاءات (٢٠١٧) يعتبر فيسبوك الشبكة الاجتماعية الأكثر رواجاً في البلدان العربية، وتشير الإحصاءات بداية عام ٢٠١٧ إلى وجود ما يقرب من ١٥٦ مليون مستخدم "فعال ومتفاعل"، بزيادة ٤١ مليون مستخدم مقارنة بعام ٢٠١٦، الذي كان فيه إجمالي عدد المستخدمين في الدول العربية ١١٥ مليوناً. وتحل المملكة العربية السعودية المرتبة الثانية بعد مصر من حيث أعداد مستخدمي الفيس بوك حيث يستخدمه أكثر من ١٨ مليون مستخدم بما يمثل ٥٨% من السكان . (تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية (٧)، (٢٠١٧)، ولعل ذلك المؤشر يشير إلى مدى اتساع انتشار الاعلام الجديد داخل المجتمعات العربية عبر أدواته المتعددة ومنها شبكات التواصل الاجتماعي.

٢. تنبثق أهمية الدراسة من أهمية قضية تمكين المرأة عالمياً وعربياً حيث تعتبر من القضايا المعاصر نظراً لأهمية دور المرأة في عملية التنمية .

٣. تتواكب هذه الدراسة مع القرار السامي الذي جاء تعزيزاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠ والتي تتطلع أحد أهدافها الى تمكين المرأة السعودية .
 ٤. يمكن أن تكون هذه الدراسة إضافة علمية للمهتمين بقضايا المرأة بصفة عامة والمرأة السعودية على وجه الخصوص .
- ثالثاً: أهداف الدراسة :**

١. التعرف على مدى اهتمام ومتابعة طالبات الدراسات العليا لوسائل الإعلام الجديد .
٢. التعرف على مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر وسائل الإعلام الجديد
٣. التعرف على أهم وسائل الإعلام الجديد التي تتابع من خلالها الطالبات قضايا المرأة السعودية .
٤. التعرف على أهم قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر وسائل الإعلام الجديد .
٥. التعرف على وجهة نظر الطالبات لدور الإعلام الجديد في مساعدة المرأة للتعرف على قضاياها وحقوقها .
٦. التعرف على تقييم الطالبات لأساليب معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية
٧. التعرف على تقييم الطالبات لدور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات المتعلقة بمناقشة قضايا المرأة
٨. التعرف على تقييم الطالبات لدور الإعلام الجديد في التشجيع على مشاركة المرأة السعودية في معالجة قضاياها.
٩. التعرف على أهم المقترحات التي تراها الطالبات لتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد في معالجة قضايا تمكين المرأة السعودية؟
١٠. التعرف على العلاقة بين العمر وبين كل من مدى متابعتك لقضايا المرأة السعودية وبين كل قضية من قضايا المرأة السعودية؟
١١. التعرف على الفروق بين متوسطات كل من درجات مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وكل قضية من قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر الإعلام الجديد بحسب الحالة الاجتماعية.
١٢. التعرف على الفروق بين متوسطات كل من درجات مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وكل قضية من قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر الإعلام الجديد بحسب التخصص.

رابعاً: تساؤلات الدراسة :

١. ما مدى اهتمام ومتابعة طالبات الدراسات العليا لوسائل الإعلام الجديد؟
٢. ما مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر وسائل الإعلام الجديد؟
٣. ما أهم وسائل الإعلام الجديد التي تتابع من خلالها الطالبات قضايا المرأة السعودية؟
٤. ما أهم قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر وسائل الإعلام الجديد؟
٥. ما وجهة نظر الطالبات لدور الإعلام الجديد في مساعدة المرأة للتعرف على قضاياها وحقوقها؟
٦. ما تقييم الطالبات لأساليب معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية؟
٧. ما تقييم الطالبات لدور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات المتعلقة بمناقشة قضايا المرأة ؟
٨. ما تقييم الطالبات لدور الإعلام الجديد في التشجيع على مشاركة المرأة السعودية في معالجة قضاياها.

٩. ما أهم المقترحات التي تراها الطالبات لتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد في معالجة قضايا تمكين المرأة السعودية؟

١٠. ما العلاقة بين العمر وبين كل من مدى متابعتك لقضايا المرأة السعودية وبين كل قضية من قضايا المرأة السعودية؟

١١. هل توجد فروق بين متوسطات كل من درجات مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وكل قضية من قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر الإعلام الجديد بحسب الحالة الاجتماعية.

١٢. هل توجد فروق بين متوسطات كل من درجات مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وكل قضية من قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر الإعلام الجديد بحسب التخصص.

خامساً: مفاهيم الدراسة :

١- مفهوم التمكين :

يعتبر التمكين مصدر الفعل مكن ويعرف لغوياً بان مكنه من الشيء أي جعل له علياً سلطاناً وقدرة، كما يقال أمكن الأمر فلاناً أي سهل علياً وتيسر له وتمكن من الشيء أي قدر علياً أو ظفر به (الوجيز، ٢٠٠٠: ٥٨٧).

والتمكين هو العملية التي تهدف الى مساعدة الافراد على تحقيق استقلالهم الذاتي وزيادة ثقتهم بأنفسهم من خلال زيادة معارفهم وتنمية مهاراتهم وقدراتهم (Laresson, 1995: 560).

هناك عدد من المحددات التي أسهمت في بلورة مفهوم التمكين وتحديد معانيه ودلالاته وفي مقدمتها علاقته بمفهوم القوة وثانيها ارتباطه بمسألة "التحكم الشخصي" أي قدرة الإنسان على أن يتحكم في مسار حياته تغييراً أو تعديلاً، وثالثها النظر إلى التمكين بوصفه عملية ذات أبعاد وتجليات مختلفة هي: (Lord & Hutchison, 1993 : 2).

-عملية اجتماعية متعددة الأبعاد: تتم على الأصعدة السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية وتتنقل بينها جميعاً دون أن تقتصر على صعيد بعينه، ومن جهة أخرى هي عملية تجمع بين المستويين الفردي والمجمعي وذلك حين تفترض أن تمكين الفرد يؤدي في نهاية المطاف إلى تمكين المجتمع.

-عملية تغييرية: تستهدف حصول الأفراد على القوة وتفترض أن هذا يتم من خلال اكتساب المعلومات الخاصة بهم وبالبيئة التي يعيشون فيها، ومن خلال التطلع نحو العمل مع الأفراد والمؤسسات من أجل إحداث التغيير المطلوب في المجتمع.

-عملية تفاعلية: هي نتاج التفاعل بين خبرات الأفراد بعضهم البعض والتي ينتج عنها التغيير الاجتماعي وغايتها أن يتمكن الأفراد من العمل لإحداث التغيير من خلال المؤسسات ذات التأثير في حياتهم ومجتمعاتهم.

-عملية تنموية: تبتغي زيادة وعي الأفراد بقدراتهم وتحثهم على تطويرها ليصبحوا مؤهلين للحاق بعملية التنمية.

ويعرف التمكين في الخدمة الاجتماعية بأنه عملية تقوية وتدعيم الجوانب الشخصية، الاجتماعية والاقتصادية، السياسية للأفراد والجماعات والاسر والتأثير لتحسين ظروفهم وأوضاعهم (نيازي، ٢٠٠: ١١٤).

ويقصد بالتمكين في هذه الدراسة:

العملية التي تهدف الى مساعدة المرأة السعودية على التعرف على قضاياها وحقوقها مثل (عمل المرأة ، تعليمها، صحتها، العنف ضدها، مشاركتها السياسية ، قيادة السيارة ، انخفاض الدخل) بالإضافة الى تشجيعها على المشاركة المجتمعية الفعالة .

٢- مفهوم الاعلام الجديد

ظهر مصطلح الاعلام الجديد NEW MEDIA ليشير إلى المحتوى الاعلامي الذي يبتث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون، وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الاعلامية (شفيق، ٢٠١١: ٥٢) .

"وبالرغم من عدم وجود اتفاق بين الباحثين في مجال الاتصال على وضع تعريف محدد للإعلام الجديد، إلا أنه توجد العديد من نقاط الالتقاء فيما بين تلك التعريفات، فيعرفه البعض بأنه تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بـ (الفييس بوك وتويتر ويوتيوب) يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزواج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أقرباً ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضاً وهذا هو جوهر الموضوع" (أزروال ، ٢٠١٠).

كما يُعرف بأنه: "الرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو، التي تنتشر إلكترونياً من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي أو غيره، سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ، وفق ما لديه من رقابة ذاتية". (الكنهل، ٢٠١٠).

ويضيف الدكتور صادق عباس تعريفاً آخر للإعلام الجديد أو الإعلام البديل بأنه: "الإعلام الرقمي (Media Digital) لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر. ويطلق عليه الإعلام التفاعلي (Interactive Media) طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة". (صادق، ٢٠٠٨).

ويحدد البعض الإعلام الجديد في الإعلام الاجتماعي Social Media ، ويعرف الاعلام الاجتماعي بشكل عام بأنه " أي تقنية على الانترنت تتيح للجمهور نشر أو مشاركة أي محتوى على الانترنت سواء كان المحتوى مرئياً أو سمعياً أو نصياً أو مبنياً على وسائط متعددة في بيئة تواصل اجتماعي، مثل مواقع استضافة المدونات وغيرها (القرنى، ٢٠١١: ٢٥١).

ونتيجة للتباين والاختلاف في تعريفات ومفاهيم الإعلام الجديد رغم أنها تصب في بوتقة واحدة، فإن عملية التزاوج (Convergence) ما بين تكنولوجيات الاتصال والبت الجديدة والتقليدية مع

الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم لأنه لا يشبه وسائل الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات (صادق، ٢٠٠٨).

وتتبنى هذه الدراسة مفهوماً للإعلام الجديد يتوافق مع أهم سماته والمتمثلة في التفاعلية، فالإعلام الجديد - من هذا المنظور - هو كافة الأشكال الاتصالية التقنية الموجودة على شبكة الإنترنت والتي تتيح للجمهور سلوكاً تفاعلياً سواء بالنشر أو التعليق أو الإضافة أو التعديل، ويدخل في هذا الإطار مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة والمدونات العامة والشخصية، والصحف الإلكترونية التي تتيح إمكانية المشاركة والتعليق، والمنتديات، وغيرها .

سادساً: الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة ذات العلاقة بالدراسة الحالية تبين وجود عدد كبير من الدراسات ذات العلاقة بالموضوع، ونظراً لتعدد وتنوع المجتمعات التي أجريت فيها هذه الدراسات بشكل واسع، فقد تم التركيز في هذا العرض على تلك الدراسات التي أجريت في إطار المجتمع السعودي على وجه الخصوص لارتباطها الوثيق بمجتمع هذه الدراسة، ومن ثم إمكانية الاستفادة منها على المستويين التحليلي والمقارن لنتائج الدراسة:-

أولاً: دراسات خاصة بالجانب الاجتماعي :

١- دراسة العتيبي (٢٠٠٧) بعنوان: "اتجاهات بعض السعوديات نحو مشاركة المرأة في مجلس الشورى السعودي"، شملت الدراسة (٣١١) امرأة سعودية ينتمين إلى عدد من المؤسسات الاجتماعية والتعليمية في مدينة الرياض تم اختيارهن من خلال أسلوب العينة الملائمة. وقد هدفت الدراسة إلى:

التعرف على دور المرأة الحالي في مجلس الشورى لمعرفة مناسبة هذا الدور مع ما وصلت له المرأة السعودية من علم ومعرفة والقدرة على مناقشة قضاياها.

التعرف على إمكانية مساهمة مشاركة المرأة في التركيز على قضايا ووضع المرأة في المجتمع السعودي، لأن الهدف الحقيقي للمشاركة هو تحسين وضع المرأة في المجتمع.

وتوصلت هذه الدراسة إلى محدودية دور المرأة السعودية في مجلس الشورى، سواء كانت مشاركة أو موضوع نقاش، فاقتصرت مشاركتها على تعيين ست عضوات، ولم يكن للمجلس دور في تحسين وضع المرأة السعودية في المجتمع من خلال مناقشة قضاياها المهمة، وبمقارنة ما ناقشه المجلس من مواضيع تخص المرأة مع ما تراه عينة الدراسة من قضايا ومشاكل تعانيتها المرأة السعودية والتي تعتقد أن مشاركة المرأة في المجلس ستساعد على الاهتمام بها، نجد أن المجلس لم يولي قضايا المرأة حقوقها من الدراسة، والبحث، والنقاش، والاهتمام بتحسين وضعها الاجتماعي، فاحتلت القضايا الاجتماعية والأسرية قائمة قضايا المرأة السعودية في رأي العينة.

وعلى ذلك إن المرأة لا ترغب في المشاركة في مجلس الشورى لمجرد الحصول على حق سياسي، وإنما ترغب بها لتغيير واقعاً اجتماعياً، حيث ركزت العينة على ضرورة وضع معايير اختيار

النساء المشاركات، بناءً على الكفاءة، والمعاشية المستمرة لمشاكل المرأة الحقيقية، وأن لا تعتمد على المؤهل العلمي أو الانتماء الاجتماعي، حتى تكون مشاركة المرأة في مجلس ذات أثر إيجابي على حصول المرأة على حقوقها الاجتماعية.

٢-دراسة الفايز(٢٠١١) تناولت الدراسة المعوقات التي تحول دون تمكين الموارد البشرية السعودية في سوق العمل من خلال تناول المعوقات الذاتية التي ترتبط بشخصية المرأة، الى جانب تحديد المعوقات الاجتماعية والمعرفية الثقافية التي تؤثر على دورها وكذلك تحديد المعوقات الوظيفية والمرتبطة بعمل المرأة بالقطاع الخاص وتحول دون تمكّنها في سوق العمل ، وذلك بهدف التوصل الى مؤشرات تخطيطية لآطار تصوري مقترح لاستراتيجية تسهم في تمكين المرأة السعودية في سوق العمل ،وقد طبقت الدراسة على الطالبات المتوقع تخرجهن من كلية الخدمة الاجتماعية بجامعة الاميرة نورة بنت عبد الرحمن والبالغ عددهن (٢٦٩) طالبة ، ومن أهم نتائج الدراسة أن المعوقات الذاتية المرتبطة بشخصية المرأة التنشئة السلبية في محيطها الاسري وجعلها بحقوقها وتدني وعيها بدورها التنموي ، ومن الاسباب المجتمعية عزوفها عن المهن التي تتطلب الاختلاط بين الجنسين ، ومنعها من العمل من قبل بعض الاسر و رغبتهم في الوظائف التعليمية فقط ، وعدم تقدير المجتمع لدورها التنموي ، النظرة الدونية لبعض المهن المستحدثة في المجتمع ، ومن أنهن الاسباب الثقافية التمييز المجتمعي بين الجنسين ،صعوبة حصول المرأة على مناصب قيادية ومحدودية الفرص الوظيفية لها في القطاع الخاص بالإضافة الى استمرار الثقافة النمطية وهي ادوار خاصة بالمرأة وادوار خاصة بالرجال ،ومن الاسباب المتعلقة بالقطاع الخاص تدني اجر المرأة مقارنة بالرجل وعدم توفر معلومات عن المهن والوظائف المتاحة بالقطاع الخاص وتفضيل الاستعانة بالعمالة الاجنبية عن الوطنية .

٣- دراسة بخاري (٢٠١٢) هدفت الى التعرف على مدي تمكين المرأة السعودية من الناحية الاقتصادية وأثر هذا التمكين على النمو الاقتصادي في المملكة في الفترة من (١٩٩٠-٢٠١٠) وهي فترة بداية الخطة الخمسية الخامسة وحتى نهاية الخطة الثامنة من خطط التنمية في المملكة وذلك من خلال تقدير نموذج للانحدار المتعدد للفترة (١٩٩٠-٢٠١٠) يتضمن الناتج المحلي الإجمالي متمثلا للنمو الاقتصادي كمتغير تابع واربع متغيرات مستقلة تعكس درجة التمكين الاقتصادي للمرأة والتمثلة في كل من نسبة الاناث الى الذكور في التعليم العام ، نسبة الاناث الى الذكور في التعليم العالي ،نسبة مساهمة المرأة في سوق العمل ، معدل الاعالة ، وقد أظهرت نتائج التقدير أن تمكين المرأة وزيادة مشاركتها في سوق العمل وانخفاض معدل الاعالة الاقتصادية له تأثيره الإيجابي الواضح على النمو الاقتصادي في المملكة أما تمكينها من التعليم العام فليس له تأثير ، بينما يؤثر التمكين من التعليم العالي سلباً على النمو الاقتصادي لوجود معدلات مرتفعة من البطالة بين خريجي الجامعات السعودية وبصفه خاصة الاناث .

٤- دراسة الغامدي (٢٠١٢) هدفت إلى التعرف على اتجاهات المجتمع السعودي في مدينة الرياض نحو المشاركة المجتمعية للمرأة في كل المجالات التعليمية والسياسي والاقتصادي والعمل الاجتماعي والخيري ومراكز اتخاذ القرار. وأهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج:

يوجد ضعف في استيعاب المؤسسات للكوادر النسائية ضمن الهيكل العام ويتم التعامل معهم كجهات معزولة ومهمشة من حيث المكان المسؤولية والصلاحيية.

النسبة القليلة من النساء العاملات يقمن في الحضر ولا يوجد نساء عاملات في الريف.

لا تختلف المرأة السعودية في مدينة الرياض عن الرجل في المستوى التعليمي وحصولها على ما يؤهلها للعمل مثل الرجل.

تتساوى المرأة في مدينة الرياض مع الرجل في الحالة الاجتماعية والارتباط بالأسرة والمسؤولية الاجتماعية.

توجد اتجاهات ايجابية لدى المجتمع السعودي نحو مشاركة المرأة في المراكز القيادية.

لا يوجد تفضل عند المجتمع السعودي في مدينة الرياض لمجال معين لمشاركه المرأة فيها فكل المجالات مفضلة لدى العينة وتصلح لمشاركه المرأة .

٥- دراسة هنا المزروعي (٢٠١٢) بعنوان: "المشاركة الاجتماعية للمرأة الخليجية الحضرية في عملية التنمية - دراسة مقارنة لدور المرأة في مدينتي أبو ظبي والدوحة". وتهدف الدراسة إلى التعرف على المشاركة الاجتماعية للمرأة الخليجية الحضرية في عملية التنمية. ومن أهم نتائج الدراسة:

حدث تغير في الوضع الاجتماعي للمرأة بعد استقلال الدول الخليجية في السبعينيات من القرن الماضي سواء في قطر أو الإمارات أو دول الخليج عامة حيث أن هذه الدول استعادت استقلالها في فترات متقاربة من بعضها البعض.

أصبحت المرأة الخليجية الحضرية على إدراك تام بوعيها الثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي وبدأت بالاهتمام بالمشاركة الفعلية في المجتمع من خلال العمل عندما سمحت دول الخليج لها بذلك انطلاقاً من الديمقراطية المتبعة في سياسات دول الخليج والتي تكفل لها حق المشاركة الفعلية والعمل والعيش الكريم.

أصبحت المرأة شريكاً أساسياً في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية إلى جانب الرجل مما أسهم بآثار إيجابية كان لها ثمارها على المجتمع والأبناء من خلال التعليم ومشاركتها فيه كمتعلمة ومعلمة كما نلاحظ تطوراً كبيراً في مجال التعليم في كلا من الدولتين خاصة ودول الخليج عامة.

يعتبر التعليم عاملاً أساسياً في إحداث التغيير والمشاركة الايجابية للمرأة حيث أنها استطاعت من خلاله إبراز دورها الريادي في المجتمع الخليجي وأصبحت تشغل عدة مناصب كالطبيبة والدبلوماسية والمهندسة والسياسية المحنكة ومجالات أخرى ساعدتها في إبراز دورها التنموي بشكل واضح.

موافقة المرأة على العمل نابع من وعيها وإدراكها لذاتها وذلك لإثبات ذاتها والمساعدة في اتخاذ القرار وكذلك تحقيق عائد مادي يساعدها على مواجهة أعباء الحياة.

٦- دراسة إبراهيم (٢٠١٣) هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقدمه الجمعيات الخيرية في مدينة الرياض من أجل تمكين المرأة المعيلة في كافة المستويات ومدى مناسبتها لها، وتحديد

أبرز المعوقات التي تواجه تمكين المرأة المعيلة في الجمعيات الخيرية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أن هناك موافقة بين أفراد عينة الدراسة على أن الجمعيات الخيرية تقوم أحياناً بالأدوار التي تمكن المرأة المعيلة اقتصادياً واجتماعياً، حيث جاءت الأدوار التي تقوم بها الجمعيات الخيرية لتمكين المرأة من الناحية الاجتماعية في المرتبة الأولى، في حين جاءت الأدوار التي تقوم بها تلك الجمعيات لتمكين المرأة من الناحية الاقتصادية في المرتبة الثانية.

٧- دراسة الطريف (٢٠١٤) هدفت الدراسة إلى التعرف على معوقات تمكين المرأة السعودية في سوق العمل "المعوقات الذاتية والمجتمعية والمؤسسية والتنظيمية"، وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية بلغ عددها (٦٠٠) مبحوثة من الاناث العاطلات عن العمل والمتقدمات لبرنامج حافز بصندوق تنمية الموارد البشرية بالمملكة ومن أهم نتائج الدراسة:

فيما يتعلق بالمعوقات الذاتية المرتبطة بتمكين المرأة في سوق العمل تتمثل في:

الشعور بالخوف والقلق من عدم القدرة على التوافق بين العمل والأسرة، كثرة الأعباء الاجتماعية وتعدد الأدوار، الضغوط النفسية التي تواجهها المرأة للالتحاق، في الأعمال غير التقليدية، ضعف الوعي الاجتماعي بأهمية دور المرأة في التنمية، عدم قدرة المرأة على اتخاذ قرار التحاقها ببعض الأعمال.

فيما يتعلق بالمعوقات الثقافية المجتمعية تتمثل في:

عدم وجود دور حضانة لرعاية الأطفال، بعض العادات والتقاليد تحد من التحاق المرأة بالكثير من المهن، لا يزال المجتمع غير مقتنع بانخراط المرأة في الأعمال التي يزاولها الرجال، ترفض أغلب الأسر السماح بالعمل في الأعمال التي فيها اختلاط بين الجنسين، طول ساعات العمل يحرم المرأة من الاهتمام بأسرتها. كما أن هناك نظرة سلبية إلى أن وظيفة المرأة الأساسية هي الاهتمام بالبيت والأبناء وأيضاً أن عمل المرأة تقلل فرص الزواج.

فيما يتعلق بالمعوقات الاقتصادية تتمثل في:

انخفاض مستوى الأجور المقدمة في القطاع الخاص مقارنة بالقطاع الحكومي، منافسة العمالة الوافدة على سوق العمل نظراً لرخصتها، عدم تناسب الراتب المعروض مع الجهد المبذول، عدم التزام بعض المؤسسات بإيجاد حد أدنى للأجور وعدم توفر المكافآت والحوافز المادية، وعدم تطبيق بعض المؤسسات القطاع الخاص لنظام التأمينات الاجتماعية.

فيما يتعلق بالمعوقات التنظيمية والإدارية تتمثل في:

انخفاض أجور الوظائف المعروضة مقارنة بالجهد المبذول بهذه الأعمال، الافتقار للإرشاد المهني المناسب، عدم توافر المعلومات بسهولة وبدرجة كافية بالنسبة لاحتياجات سوق العمل، قلة فرص العمل المتاحة للمرأة، عدم وجود برامج تدريبية متخصصة لتنمية مهارة النساء وتأهيلهن.

ثانياً: الدراسات الخاصة بالجانب الاعلامي :

١- دراسة البلوي (٢٠٠٩) بعنوان "اتجاهات المرأة السعودية نحو الاتصال التفاعلي عبر المنتديات الالكترونية على شبكة الانترنت"
هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاه المرأة السعودية نحو الاتصال التفاعلي الالكتروني عبر المنتديات الالكترونية وطبيعته على شبكة الانترنت، وأهم دوافع هذا الاتجاه وعوائقه، وطبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها ٣١٦ من النساء السعوديات بمختلف فئاتهن، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، وأداة الاستبيان لجمع البيانات. ومن أهم ما توصلت له الدراسة أن لدى المرأة السعودية اتجاه ايجابي نحو الاتصال التفاعلي على الانترنت وذلك من خلال ارتفاع درجة تفاعلها مع الخدمات الاتصالية كالبريد الالكتروني ومحركات البحث، كما أشارت الدراسة أن أبرز دوافع استخدام المرأة السعودية للاتصال التفاعلي عبر المنتديات الالكترونية كانت البحث عن معلومات ثم الاطلاع والانفتاح على ثقافات مختلفة ثم التسلية والترفيه على الترتيب، ولم تشكل عوائق كمرقبة الأسرة والتخفي وراء أسماء مستعارة، وانتفاء صفة الخصوصية، وانتشار الكتابة باللهجة العامية أي تأثير سلبي لدى مفردات العينة نحو الاتصال التفاعلي عبر المنتديات الالكترونية.

٢- دراسة (حارص ٢٠٠٩) بعنوان "علاقة الأسرة السعودية بالمجتمعات الافتراضية خلال العقد الأول من استخدامها للانترنت (١٩٩٩-٢٠٠٩)"
هدفت الدراسة إلى رصد الاتجاهات السائدة لأبعاد علاقة أبناء الأسرة السعودية بالمجتمعات الافتراضية والتغيرات التي طرأت عليها خلال فترة الدراسة كما تعكسها نتائج البحوث الأمبيريقية والأدبيات السابقة، استهدفت الدراسة ٦٠ مبحوثاً من أبناء الأسر السعودية في المراحل الثانوية والجامعية وذلك من خلال المقابلات المقننة، اعتمدت الدراسة على عدة مناهج تمثلت في المنهج المسحي والتحليل النقدي والملاحظة بالمشاركة.

ومن أهم ما توصلت له الدراسة أن أبناء الأسر السعودية هم الأكثر مشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي لحاجتهم للحوار والدعم العاطفين وإبراز الذات وتبادل وجهات النظر وتكوين الصداقات والتواصل مع الآخرين، وأن الفئة العمرية من ١٢-٢٤ سنة هي الأكثر استخداماً بين الأبناء، وفئة الشباب الجامعي هي الأكثر ارتباطاً بالشبكة. وأشارت الدراسة إلى أن معظم استخدامات الانترنت تتم في المنزل خلال الفترة المسائية، وأن الفتيات على وجه الخصوص تزداد نسب استخدامهن بعد منتصف الليل.

٣- دراسة الخريجي (٢٠١٠) بعنوان "استخدامات طلاب قسم الاعلام في جامعة الملك سعود لشبكة الانترنت و الاشباعات المتحققة"
هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي لشبكة الانترنت الدولية، والمجالات المختلفة التي يستخدمون فيها الشبكة، والدوافع التي تقف وراءها و الاشباعات المتحققة لهم من وراء هذه الاستخدامات، وطبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية طبقية من طلاب قسم الإعلام في جامعة الملك سعود، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وأداة الاستبانة لجمع البيانات، ومن أهم ما توصلت له الدراسة أن الطلاب يحرصون على زيارة المواقع الخاصة بالدراسة

والمواقع الرياضية والثقافية والعلمية والمواقع الدينية، وتمثلت الإشباعات في الاتصال بأشخاص آخرين، الاتصال بالأهل و الأصدقاء، ومعرفة أشخاص جدد ووظائف جديدة.

٤- دراسة الخريجي (٢٠١٠) بعنوان "وسائل الاتصال الحديثة والاعتراب الاجتماعي في المجتمع السعودي"

هدفت الدراسة إلى التعرف على بعض الآثار الاجتماعية الناجمة عن استخدام وسائل الاتصال الحديثة (الهاتف المحمول والانترنت) لدى الشباب والمتمثلة في الاعتراب الاجتماعي والتواصل مع البيئة الاجتماعية التي يعيشون فيها، وطبقت هذه الدراسة على عينة متعددة المراحل من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود بالرياض وبمعدل ٤٠٠ مفردة، اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وأداة الاستبيان لجمع البيانات، ومن أهم ما توصلت له الدراسة؛ أن ٦٣.٥% من الشباب عينة الدراسة يرى أن الانترنت يغني عن التحدث مع الآخرين، كما أشارت الدراسة إلى أن ٥٩% من مستخدمي الانترنت (عينة الدراسة) يعتبرونه وسيلة للهروب من الواقع، وأن الشباب الجامعي أكثر إقبالاً على الوسائل الحديثة مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية.

٥- دراسة الأحمري (٢٠١١) بعنوان "أغراض استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي"

سعت الدراسة إلى التعرف على أسباب استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة هذا الاستخدام واستهدفت الدراسة عينة عشوائية بسيطة قوامها ٣٤٥ مفردة من طلاب كليات الشريعة واللغات والترجمة والعلوم الاجتماعية واللغة العربية، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وأداة الاستبانة لجمع المعلومات، ومن أبرز ما توصلت له الدراسة أن غالبية افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل وذلك من خلال جهاز الجوال أو الكمبيوتر المكتبي في أغلب الأحيان، كما أشارت الدراسة أن ٧٠.٤% أي غالبية أفراد العينة لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

٦- دراسة سليم (٢٠١١) بعنوان أثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير مقاطع اليوتيوب في تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث ثورة ٢٥ يناير في مصر، وكذلك التعرف على طبيعة الموضوعات التي عرضتها مقاطع اليوتيوب عن أحداث الثورة المصرية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٣٤ طالبة من طالبات الماجستير في قسم الاعلام في جامعة الملك سعود، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي وذلك من خلال استخدام مجموعات النقاش المركزة لمدة يومين متتاليين كأداة لجمع البيانات.

ومن أهم ما توصلت له الدراسة أن موقع يوتيوب من أكثر المواقع جاذبية للطلبات لأنه يصنع إعلماً واقعياً يتميز بالفورية في نقل الأحداث والمصادقية فيما يعرضه من موضوعات فضلاً عن أهميته لمستخدميه في إنتاج مقاطع الفيديو ووضعها عليه وتبادلها مع الآخرين، وإمكانية التعليق

عليها، كما أظهرت الدراسة أن ٨٦% من المبحوثات يرين أن موقع يوتيوب هو أكثر الوسائل الإعلامية التي أمدتهن بمعلومات عن أحداث الثورة المصرية واتفقت جميع الطالبات على أن الفساد وتردي الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من أهم أسباب الثورة المصرية.

٧- دراسة عبد اللاه (٢٠١١) بعنوان "العوامل المؤثرة في تعامل الفتاة العربية مع الانترنت: دراسة سوسيو - إعلامية مقارنة بين الفتيات المصريات والسعوديات"

هدفت الدراسة الى رصد وتحليل وتفسير العوامل المؤثرة في تعامل الفتاة المصرية مقارنة بالفتاة السعودية مع العالم الافتراضي سواء كانت هذه العوامل معرفية أو اجتماعية أو نفسية وذلك من منظور نقدي، استهدفت الدراسة عينة مكونة من ٤٠٠ مبحوثة مقسمة بالتساوي بين طالبات جامعتي الملك سعود وجامعة القاهرة من الكليات النظرية والعملية، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، ومن أهم ما توصلت له الدراسة اتفاق المبحوثات السعوديات والمصريات في بعض أسباب تفضيلهن لمواقع الانترنت ومنها التواصل مع الآخرين، قضاء وقت الفراغ، ثم تلتها أسباب أخرى بترتيب متقارب جدا وبنسب اختلاف طفيفة وهي الاطلاع على الأخبار العلمية، اكتساب المعرفة، البحث عن المعلومات، العناية بالمظهر، كما أشارت الدراسة إلى عدم اختلاف تأثير العوامل النفسية على الفتيات سواء كن ينتمين لمجتمع محافظ (السعودية) أو مجتمع أكثر انفتاحا (مصر) فالظروف النفسية التي تؤثر على الفتاة العربية بشكل عام متقاربة.

٨- دراسة العتيبي (٢٠١١) بعنوان "استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية شبكة فيس بوك"

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الطلاب والطالبات لشبكة فيس بوك و الاشباعات المتحققة وطبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٥% من اجمالي العدد الكلي من طلاب وطالبات السنة التحضيرية في كل من جامعة الملك سعود في الرياض وجامعة الملك عبد العزيز في جدة وجامعة الملك فيصل في محافظة الأحساء واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، والاستبيان كأداة لجمع البيانات، ومن أهم ما توصلت له الدراسة أن الموضوعات المنوعة حظيت باهتمام أفراد العينة ثم جاءت الموضوعات العاطفية، ومن أهم دوافع استخدامهم للفيس بوك كان مشاركة الآخرين آرائهم وأفكارهم، ثم مشاهدة صور الآخرين، ثم قراءة ملفات الآخرين على فيس بوك، كما أشارت الدراسة إلى تقدم الآثار الايجابية على الآثار السلبية من استخدام فيس بوك وفقا لوجهة نظر العينة ومن أهم الآثار الإيجابي، رفع المستوى الثقافي وزيادة التحصيل العلمي وصقل المواهب وإبرازها وتقوية الترابط الاجتماعي، و إيجاد مساحة من الحرية للتعبير عن الرأي، بينما تمثلت الآثار السلبية في التأثير السلبي على العادات والتقاليد الاجتماعية والتسبب في ضياع الوقت، وإضعاف العلاقات الأسرية وإصابة الانسان بالعزلة النفسية.

٩- دراسة العربي (٢٠١١) بعنوان "استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانة والتغذية والنشاط البدني"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الاعلام المتاحة للشباب في تثقيفهم وتوعيتهم بمخاطر البدانة والمشكلات الصحية المترتبة عليه، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي ومن أهم ما توصلت له الدراسة أن الانترنت كوسيلة إعلامية احتلت مكانة متقدمة لدى جمهور الشباب في نشر الوعي الصحي، وأكدت الدراسة أن الانترنت شقت طريقها إلى عقول الشباب، وأصبحت وسيلة معتمدة لديهم يستخدمها في الحصول على ما يريدونه من معلومات.

١٠-دراسة المالكي (٢٠١٢) بعنوان " دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأكيد على بعض قيم الحوار لدى طالبات جامعة الملك سعود".

هدفت الدراسة الى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم بعض قيم الحوار لدى الطالبات، وواقع استخدامهن لتلك الشبكات، وقد استهدفت الدراسة عينة عشوائية طبقية من طالبات السنة الرابعة بمرحلة البكالوريوس من جميع الكليات خلال عام ٢٠١٢-١٤٣٣، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي وأداة الاستبانة كأداة أساسية لجمع المعلومات. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر من ثلاثة أرباع العينة يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي للحوار، وأن شبكة تويتر هي أكثر الشبكات المستخدمة من قبل الطالبات، ومثلت الهواتف الذكية أكثر الوسائل المفضلة لديهن للدخول للشبكات، ومثلت معرفة ما يدور على الصعيد المحلي والتعليق على مجرياته أهم الأسباب وراء إنشاء الطالبات لحسابات لهن على في شبكات التواصل الاجتماعي، وبرزت قيمة العدل كأكثر القيم التي يتسم بها حوار الطالبات تلتها قيمة الاحترام ثم الاخلاص ثم الصبر.

١١-دراسة (المنتشري ٢٠١٢) بعنوان "استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب و الاشباعات المتحققة منها"

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب السعودي (ذكوراً و إناثاً) لليوتيوب كمتلقين ومرسلين و الإشباعات المتحققة لهم، وطبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية مكونة من ٦٠٠ مفردة من طلاب وطالبات جامعات الملك سعود والملك عبد العزيز والملك فيصل، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي وأداة الاستبيان لجمع المعلومات، وأظهرت نتائج الدراسة أن ابرز دوافع استخدام أفراد العينة لليوتيوب هو شغل وقت الفراغ، وأن اليوتيوب يسهم في تحقيق إشباع لا تحققها الوسائل الاعلامية التقليدية، كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث في مدى استخدام الخدمات التي يقدمها اليوتيوب وذلك لصالح الذكور.

١٢-دراسة الشلهوب (٢٠١٣) بعنوان " دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين حول مرض السكري".

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تؤديه وسائل الاعلام في تنمية وتوعية المجتمع السعودي بمرض السكري ومتابعته لوسائل الاعلام للحصول على المعلومات عن هذا المرض ومستوى الوعي الصحي لدى الجمهور عن مرض السكري، ومن أهم ما توصلت له الدراسة اعتماد الجمهور بشكل أساسي على الانترنت في الحصول على المعلومات الصحية حول هذا المرض، ويليه التلفزيون، وأشارت النتائج كذلك إلى اعتماد الجمهور على الصفحات الطبية المتخصصة في الحصول على المعلومات حول مرض السكري، في حين جاءت الأسرة في المرتبة الأولى من

بين المصادر الاتصالية غير الاعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات حول مرض السكري، يليهم الأطباء في المرتبة الثانية.

١٣-دراسة أبو طالب (٢٠١٣) بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية مقارنة بالمصادر الأخرى، والتأثيرات المعرفية والسلوكية المرتبطة بهذا الاعتماد ومستوى الثقة بتلك الشبكات ومن أهم ما توصلت له الدراسة أن الاطباء والصيدالة مازالوا هم أهم مصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي (عينة الدراسة)، وجاءت شبكة الانترنت في المركز الثاني وكانت أهم الأسباب التي تدفع الجمهور للاعتماد على مصدر أو مصادر محددة في الحصول على المعلومات الصحية هي " مساعدتهم في اتخاذ قرارات معينة في الجانب الصحي، يليها مساعدتهم في القضاء على التوتر والقلق ومساعدتهم في فهم وإدراك أبعاد الموضوع الصحي.

١٤-دراسة الذيب (٢٠١٤) بعنوان " اتجاهات طالبات جامعة الملك سعود نحو شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طالبات جامعة الملك سعود نحو شبكات التواصل الاجتماعي والتي تم تحديدها في إطار الدراسة بكل من (تويتر – فيس بوك- يوتيوب)، استهدفت الدراسة عينة عنقودية قوامها ٤٨٣ مفردة من طالبات البكالوريوس في جامعة الملك سعود، واستعانتم بمنهج المسح الوصفي وأداة الاستبيان لجمع البيانات، ومن أهم ما توصلت له الدراسة؛ أن أكثر الشبكات الاجتماعية بشكل عام والمفضلة لدى الطالبات الجامعيات هي يوتيوب ثم تويتر ثم جوجل+ ثم المنتديات ثم فيس بوك ثم البلوجز ثم لينكد ان ثم ماي سبيس، وأشارت النتائج كذلك إلى أن متابعة الطالبات الجامعيات لأغلب موضوعات موقعي (يوتيوب وتويتر) كانت مرتفعة أما الموضوعات التجارية، الحقوقية، القانونية، والرياضية كانت المتابعة لها متوسطة، بينما أغلب موضوعات فيس بوك كانت متابعتها متوسطة عدا الموضوعات الاجتماعية التي كانت متابعة الطالبات لها عالية، ومنخفضة للموضوعات الحقوقية والقانونية والرياضية، وتمثلت أهم ايجابيات الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر الطالبات في كونها تساعد على الانفتاح على العالم الخارجي والاستفادة من الخبرات ونشر المعرفة في الوطن العربي وتعزيز القيم الاسلامية والوطنية للمستخدمين، بينما تمثلت سلبياتها من وجهة نظرهن في نقل ثقافات غريبة إلى المجتمع، ومنعها من قضاء الوقت الكافي مع الأسرة وتقليص العلاقات المباشرة مع الاصدقاء والأسرة.

١٥-دراسة الخطاف (٢٠١٤) بعنوان "اعتماد المرأة السعودية في المنطقة الشرقية على الاعلام الجديد في الحصول على المعلومات الصحية : دراسة مسحية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد المرأة السعودية على الإعلام الجديد للحصول على المعلومات الصحية، والمتغيرات والدوافع والتأثيرات المتعلقة بدرجة هذا الاعتماد وطبيعته إلى جانب قياس درجة ثقة المرأة السعودية في المعلومات الصحية الواردة عبر وسائل الاعلام الجديد

ومدى الرضا عن ما تقدمه تلك الوسائل في هذا المجال، استهدفت الدراسة عينة مساحية احتمالية قوامها ٤٠٠ من النساء السعوديات في المنطقة الشرقية، ومن أهم ما توصلت له الدراسة؛ تفوق وسائل الإعلام الجديد من حيث درجة الاستخدام لدى الجمهور النسائي في المنطقة الشرقية، إذ أن النسبة الكبرى منهن يعتمدن على استخدام محرك البحث (جوجل) للحصول على المعلومات الصحية، تلاها البحث في مواقع الانترنت الصحية ثم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية، كما أشارت الدراسة إلى أن تأثير استخدام المرأة السعودية لوسائل الاعلام الجديد في الحصول على المعلومات الصحية تمثلت في المرتبة الأولى في زيادة الوعي الصحي، ثم أخذ الحيطة والحذر ثم رفع الروح المعنوية.

تعليق عام على الدراسات السابقة:

أولاً : الدراسات الخاصة بالجانب الاجتماعي :

- ١- استهدفت أغلب الدراسات السابقة الاناث سواء كن من الطالبات المتوقع تخرجهن أو النساء ممن يتمين الى عدد من المؤسسات الاجتماعية والتعليمية أو النساء المعيلات أو العاطلات عن العمل .
- ٢- أوضحت نتائج الدراسات اتجاهات بعض السعوديات نحو مشاركة المرأة في مجلس الشورى السعودي والمعوقات التي تحول دون تمكين الموارد البشرية السعودية في سوق العمل بالإضافة الى التعرف على مدي تمكين المرأة السعودية من الناحية الاقتصادية والتعرف على اتجاهات المجتمع السعودي في مدينة الرياض نحو المشاركة المجتمعية في كل المجالات (التعليمي، السياسي، الاقتصادي، العمل الاجتماعي والخيري ومراكز اتخاذ القرار) .
- ٣- اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أن الحالية تسعى الى التعرف على أهم قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر وسائل الاعلام الجديد ، التعرف على وجهة نظر الطالبات في دور الاعلام الجديد في مساعدة المرأة للتعرف على قضاياها وحقوقها ، ودور الاعلام الجديد في التشجيع على مشاركة المرأة السعودية في معالجة قضاياها .
- ٤- أسهمت الدراسات السابقة في تحديد أهداف وتساؤلات الدراسة الحالية وفي تصميم الاستبيان الخاص بالدراسة .

ثانياً : الدراسات الخاصة بالجانب الاعلامي :

- من خلال العرض السابق أمكن الخروج بعدد من المؤشرات المهمة على المستويين الموضوعي والمنهجي وذلك على النحو التالي:-
- ١- استهدفت أغلب الدراسات السابقة جمهور الشباب خصوصاً من الطلاب والطالبات في الجامعات السعودية نظراً لارتباط تلك الفئة العمرية بوسائل الإعلام الجديد وتفاعلها معها بشكل أكبر وعلى نطاق أوسع مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، وكذلك مقارنة بارتباطهم بوسائل الإعلام التقليدية.
 - ٢- اهتمت بعض الدراسات بجمهور الاناث بشكل خاص سواء كن من الطالبات أو النساء في الأعمار المختلفة وعلاقتهن بوسائل الاعلام الجديد من حيث الاستخدامات والاشباع المتحققة لهن، وقد أبرزت تلك الدراسات حرص النساء على التواصل مع وسائل الإعلام الجديد بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي والمنتديات الالكترونية بشكل خاص.

٣. أبرزت نتائج الدراسات العديد من الايجابيات لوسائل الاعلام الجديد من وجهة نظر المجتمع السعودي والتي من أهمها الحصول على المعلومات والمعرفة العامة، الترفيه، الاستفادة من الخبرات، تعزيز القيم مثل العدل والاحترام والإخلاص والصبر، صقل المواهب، الوعي الصحي، الترابط الاجتماعي، حرية التعبير، الحصول على وظائف جديدة، بينما تمثلت السلبيات في الهروب من الواقع، التأثير على العادات والتقاليد، تقلص العلاقات الاجتماعية والانعزال.
٤. أوضحت نتائج الدراسات أن وسائل الاعلام الجديد عبر الانترنت أصبحت أداة إعلامية أساسية في المجتمع السعودي ولعل هذا الأمر يظهر بشكل واضح من خلال التتبع الزمني للدراسات والتي تظهر أننا كلما زاد تطور و انتشار تلك الوسائل في المجتمع كلما زاد استخدامها والاعتماد عليها كوسيلة اعلامية أساسية.
٥. استخدمت أغلب الدراسات الأدوات الكمية كالاستبيان المقنن، بينما دراسات محدودة استخدمت الأدوات الكيفية كمجموعات النقاش المركزة أو الملاحظة المباشرة أو التحليل النقدي.
٦. برزت نظرية الاستخدامات والاشباع كنظرية أساسية في الدراسات الخاصة بالمجتمع السعودي ووسائل الاعلام الجديد، وهذا الأمر منطقي وطبيعي في ضوء جدة تلك الوسائل حيث تستهدف الدراسات التعرف على استخداماتها واشباعاتها لدى الفئات المختلفة من المجتمع.
٧. أسهمت الدراسات السابقة في تحديد أهداف وتساؤلات الدراسة الحالية بشكل أكثر دقة، وكذلك تحديد عينة الدراسة بما يتوافق مع تلك الأهداف والتساؤلات.

سابعاً: الاجراءات المنهجية :

- **نوع الدراسة :** تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف وصف وتحليل دور الاعلام الجديد في تمكين المرأة السعودية من وجهة نظر طالبات الدراسات العليا .
 - **منهج الدراسة :** اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بطريقة العينة
 - **مجالات الدراسة :**
 - **المجال البشري :** اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية من طالبات الدراسات العليا (دراسة مقررات) بتخصصات الخدمة الاجتماعية والاعلام والاجتماع بواقع (٧٦) طالبة خدمة اجتماعية و (٣١) طالبة اعلام و(٢٦) اجتماع .
 - **المجال المكاني :** كلية الآداب – جامعة الملك سعود
 - **المجال الزمني :** استغرقت الدراسة الميدانية الفصل الدراسي الاول من العام الجامعي ١٤٣٧/١٤٣٨ هـ -الموافق ٢٠١٥-٢٠١٦ م
 - **اداة الدراسة :**
 - تمثلت اداة الدراسة في الاستبيان
- صدق وثبات الاستبيان :**

- **أولاً: صدق المحكمين :** تم عرض الاستبيان على عدد (٧) من المتخصصين في الخدمة الاجتماعية والاجتماع والاعلام وعلم النفس (ملحق رقم) (١)
- **ثانياً: الصدق الداخلي (الاتساق الداخلي) Internal consistency Validity:** لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبانة تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين الدرجة لكل عبارة تنتمي لكل محور والدرجة الكلية لهذا المحور الذي تنتمي إليه، وأيضاً معامل الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة وإجمالي الاستبانة، وتم استخدام لذلك برنامج (SPSS) والجداول التالية توضح ذلك:

جدول (١)

يبين معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول: دور وسائل الإعلام الجديد في مساعدة المرأة السعودية للتعرف على قضاياها وحقوقها وبين الدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة الإحصائية	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة الإحصائية
١	٠.٥٧	**٠.٠٠٠	٩	٠.٣٢	**٠.٠٠٠
٢	٠.٥٤	**٠.٠٠٠	١٠	٠.٢٤	**٠.٠٠٠
٣	٠.٥٠	**٠.٠٠٠	١١	٠.١٧	*٠.٠٤٩
٤	٠.٥٨	**٠.٠٠٠	١٢	٠.٥٥	**٠.٠٠٠
٥	٠.٦١	**٠.٠٠٠	١٣	٠.٥٦	**٠.٠٠٠
٦	٠.٦٢	**٠.٠٠٠	١٤	٠.٦٤	**٠.٠٠٠
٧	٠.٢٦	**٠.٠٠٣	١٥	٠.٧١	**٠.٠٠٠
٨	٠.٢٩	**٠.٠٠١	١٦	٠.٦٨	**٠.٠٠٠

* يعني مستوى الدلالة (٠.٠٥)، ** يعني مستوى الدلالة (٠.٠١)

جدول (٢)

يبين معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني: طريقة معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية وبين الدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة الإحصائية	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة الإحصائية
١	٠.٤٢	**٠.٠٠١	١٠	٠.٤٣	**٠.٠٠٠
٢	٠.٤٨	**٠.٠٠١	١١	٠.٣٦	**٠.٠٠٠
٣	٠.٣٢	**٠.٠٠١	١٢	٠.٢٢	**٠.٠٠٠
٤	٠.٥٩	**٠.٠٠١	١٣	٠.٤٨	**٠.٠٠٠
٥	٠.٤٩	**٠.٠٠١	١٤	٠.٢٤	**٠.٠٠٠
٦	٠.٥٤	**٠.٠٠١	١٥	٠.٣٧	**٠.٠٠٠
٧	٠.٥١	**٠.٠٠١	١٦	٠.٤٥	**٠.٠٠٢
٨	٠.٤٣	**٠.٠٠١	١٧	٠.٤٥	**٠.٠٠٠
٩	٠.٣٩	**٠.٠٠١			

* يعني مستوى الدلالة (٠.٠٥)، ** يعني مستوى الدلالة (٠.٠١)

جدول (٣)

يبين معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثالث: دور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات الخاصة بمعالجة قضايا المرأة وبين الدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة الإحصائية	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة الإحصائية
١	٠.٥٤	**٠.٠٠٠	٧	٠.٥٣	**٠.٠٠٠
٢	٠.٥٣	**٠.٠٠٠	٨	٠.٣٩	**٠.٠٠٠
٣	٠.٥٤	**٠.٠٠٠	٩	٠.٣٦	**٠.٠٠٠
٤	٠.٦٣	**٠.٠٠٠	١٠	٠.٢٩	**٠.٠٠٠

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة الإحصائية	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة الإحصائية
٥	٠.٦٥	**٠.٠٠	١١	٠.٤٢	**٠.٠٠
٦	٠.٥٥	**٠.٠٠	١٢	٠.٥٥	**٠.٠٠

* يعني مستوى الدلالة (٠.٠٥)، ** يعني مستوى الدلالة (٠.٠١)

جدول (٤)

يبين معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الرابع: دور الإعلام الجديد في تشجيع المرأة على المشاركة المجتمعية الفاعلة وبين الدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة الإحصائية	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة الإحصائية
١	٠.٦١	**٠.٠٠	٨	٠.٥٠	**٠.٠٠
٢	٠.٦٤	**٠.٠٠	٩	٠.٤٥	**٠.٠٠
٣	٠.٦٨	**٠.٠٠	١٠	٠.٣٩	**٠.٠٠
٤	٠.٥٥	**٠.٠٠	١١	٠.٥٢	**٠.٠٠
٥	٠.٦٨	**٠.٠٠	١٢	٠.٥١	**٠.٠٠
٦	٠.٦٠	**٠.٠٠	١٣	٠.٥٨	**٠.٠٠
٧	٠.٥٨	**٠.٠٠			

* يعني مستوى الدلالة (٠.٠٥)، ** يعني مستوى الدلالة (٠.٠١)

جدول (٥)

يبين معاملات ارتباط بيرسون بين كل محور من محاور الاستبانة وبين الدرجة الكلية للاستبانة

المحور	معامل الارتباط بإجمالي الاستبانة	مستوى الدلالة الإحصائية
المحور الأول: دور وسائل الإعلام الجديد في مساعدة المرأة السعودية للتعرف على قضاياها وحقوقها	٠.٧٩	**٠.٠٠
المحور الثاني: طريقة معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية	٠.٨١	**٠.٠٠
المحور الثالث: دور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات الخاصة بمعالجة قضايا المرأة	٠.٧٦	**٠.٠٠
المحور الرابع: دور الإعلام الجديد في تشجيع المرأة على المشاركة المجتمعية الفاعلة	٠.٧٨	**٠.٠٠

* يعني مستوى الدلالة (٠.٠٥)، ** يعني مستوى الدلالة (٠.٠١)

من خلال معاملات ارتباط بيرسون في الجداول الخمسة السابقة يتبين ارتباط جميع العبارات بالمحور التابعة لها ومعظمها عند مستوى دلالة (٠.٠١) عدا العبارة رقم (١١) من المحور الأول فكان مستوى الدلالة عندها (٠.٠٥)، كما تبين أيضاً ارتباط كل محور من محوري الاستبانة بإجمالي الاستبانة وأن جميع هذه الارتباطات عند مستوى دلالة (٠.٠١) أيضاً، مما يدل على ارتفاع الاتساق الداخلي للاستبانة ويؤكد قوة الارتباط الداخلي لعبارات الاستبانة ويدل على أن أداة الدراسة تتسم بدرجة عالية من الصدق، وأنها صالحة لقياس ما وضعت لقياسه.

ثبات الاستبانة **Reliability**:

وقد تم حساب ثبات الاستبانة وذلك باستخدام كل من معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٦)
يبين حساب ثبات الاستبانة باستخدام معامل ألفا لكرونباخ

معامل ثبات ألفا كرونباخ	عدد العبارات	المحور
٠.٧٩	١٦	المحور الأول: دور وسائل الإعلام الجديد في مساعدة المرأة السعودية للتعرف على قضاياها وحقوقها
٠.٧٠	١٧	المحور الثاني: طريقة معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية
٠.٧٢	١٢	المحور الثالث: دور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات الخاصة بمعالجة قضايا المرأة
٠.٨٢	١٣	المحور الرابع: دور الإعلام الجديد في تشجيع المرأة على المشاركة المجتمعية الفاعلة
٠.٩٠	٥٨	إجمالي الاستبانة

يتضح من الجدول السابق ارتفاع معامل ثبات كل من المحورين الأول والرابع حيث بلغا

(٠.٧٩ ، ٠.٨٢) على الترتيب، بينما كان معاملا ثبات المحورين الثاني والثالث (٠.٧٠ ، ٠.٧٢) وهما معاملان ثبات مقبولان، كما بلغ معامل ثبات إجمالي الاستبانة (٠.٩٠) وهو معامل ثبات مرتفع مما يدل على ارتفاع ثبات الاستبانة.

الأساليب الإحصائية:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص أفراد العينة.
- المتوسط الحسابي لترتيب العبارات حسب استجابات أفراد العينة والانحرافات المعيارية لقياس تشتت الاستجابات عن المتوسط الحسابي.
- معامل ارتباط "بيرسون" لقياس صدق الاستبانة، وإيجاد العلاقة بين متغير العمر وبعض المتغيرات الأخرى.
- معامل ثبات "ألفا كرونباخ" لقياس ثبات الاستبانة.
- تحليل التباين الأحادي (One – Way ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد العينة حول أي متغير أو محور من محاور الاستبانة ترجع لاختلاف المتغيرين (الحالة الاجتماعية، التخصص).
- اختبار شيفيه (Scheffe) أو اختبار (LSD) للمقارنات البعدية.

ثامناً : نتائج الدراسة:

جدول (٧)
يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
--------	---------	----------------

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
إعلام	٣١	٢٣.٣١%
خدمة اجتماعية	٧٦	٥٧.١٤%
علم اجتماع	٢٦	١٩.٥٥%
الإجمالي	١٣٣	١٠٠.٠%

يتضح من الجدول السابق أن أكثر أفراد العينة من الطالبات كان تخصصهن (خدمة اجتماعية) وذلك بنسبة مئوية (٥٧.١٤%)، ثم يليهن من تخصصهن (إعلام) بنسبة مئوية (٢٣.٣١%)، وأخيراً يأتي من تخصصهن (علم اجتماع) بنسبة مئوية (١٩.٥٥%).

جدول (٨)
يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
عزباء	٦٦	٤٩.٦٢%
متزوجة	٦٠	٤٥.١١%
مطلقة	٧	٥.٢٦%
الإجمالي	١٣٣	١٠٠.٠%

يتضح من الجدول السابق أن أكثر أفراد العينة من الطالبات العازبات وذلك بنسبة مئوية (٤٩.٦٢%)، ثم يليهن مباشرة المتزوجات بنسبة مئوية (٤٥.١١%)، وأخيراً يأتي أفراد العينة المطلقات بنسبة مئوية (٥.٢٦%).

ولتسهيل تفسير النتائج تم استخدام الأسلوب التالي لتحديد مستوى الإجابة على بدائل المقياس. حيث تم إعطاء وزن للبدائل: (أوافق = ٣، أوافق إلى حد ما = ٢، لا أوافق = ١)، ثم تم تصنيف تلك الإجابات إلى ثلاث مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أكبر قيمة} - \text{أقل قيمة}) \div \text{عدد بدائل المقياس} = (٣ - ١) \div ٣ = ٠.٦٦$$

لنحصل على مدى المتوسطات التالية لكل وصف أو بديل:

جدول (٩)

يبين توزيع مدى المتوسطات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث

الوصف	مدى المتوسطات
أوافق	٣ - ٢.٣٤
أوافق إلى حد ما	٢.٣٣ - ١.٦٧
لا أوافق	١.٦٦ - ١

السؤال الأول: ما مدى اهتمام ومتابعة طالبات الدراسات العليا لوسائل الإعلام الجديد؟

وللإجابة على السؤال السابق وللتعرف على مدى اهتمام ومتابعة طالبات الدراسات العليا لوسائل الإعلام الجديد سنقوم بحساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد العينة من الطالبات

على السؤال (إلى أي مدى تستخدمين وسائل الإعلام الجديدة في حياتك اليومية؟) وهذا ما يتضح في الآتي:

جدول (١٠)

يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى استخدامهن وسائل الإعلام الجديدة في حياتهن اليومية

مدى استخدام وسائل الإعلام الجديدة في الحياة اليومية	التكرار	النسبة المئوية
نادراً	٤	٣.٠١%
أحياناً	٢١	١٥.٧٩%
دائماً	١٠٨	٨١.٢٠%
الإجمالي	١٣٣	١٠٠.٠%

يتضح من الجدول السابق أن معظم أفراد العينة من الطالبات دائماً يستخدمن وسائل الإعلام الجديدة في حياتهن اليومية حيث كانت نسبتهن المئوية (٨١.٢٠%) مما يدل إلى مدى اهتمام ومتابعة طالبات الدراسات العليا لوسائل الإعلام الجديد وذلك بدرجة كبيرة، ثم يأتي من يستخدمن وسائل الإعلام الجديدة في الحياة اليومية بدرجة (أحياناً) وذلك بنسبة مئوية (١٥.٧٩%)، وأخيراً يأتي أفراد العينة اللاتي نادراً ما يستخدمن وسائل الإعلام الجديدة في حياتهن وذلك بنسبة مئوية (٣.٠١%)،

السؤال الثاني: ما مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر وسائل الإعلام الجديد؟

وللإجابة على السؤال السابق وللتعرف على مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر وسائل الإعلام الجديد سنقوم بحساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد العينة من الطالبات على السؤال (ما مدى متابعتك لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد؟) وهذا ما يتضح في الآتي:

جدول (١١)

يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى متابعتهن لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد

مدى متابعة قضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد	التكرار	النسبة المئوية
نادراً	١٢	٩.٠٢%
أحياناً	٧٦	٥٧.١٤%
دائماً	٤٥	٣٣.٨٣%
الإجمالي	١٣٣	١٠٠.٠%

يتضح من الجدول السابق أن أكثر أفراد العينة من الطالبات أحياناً ما يتابعن قضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد حيث كانت نسبتهن المئوية (٥٧.١٤%) مما يدل إلى مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر وسائل الإعلام الجديد وذلك بدرجة متوسطة، ثم يأتي من يتابعها بدرجة (دائماً) وذلك بنسبة مئوية (٣٣.٨٣%) وهي نسبة ليست كبيرة، وأخيراً يأتي أفراد العينة اللاتي نادراً ما يتابعن قضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وذلك بنسبة مئوية (٩.٠٢%)،

السؤال الثالث: ما أهم وسائل الإعلام الجديد التي تتابع من خلالها الطالبات قضايا المرأة السعودية ؟

وللإجابة على السؤال السابق وللتعرف على أهم وسائل الإعلام الجديد التي تتابع من خلالها الطالبات قضايا المرأة السعودية سنقوم بحساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد العينة من الطالبات على السؤالين (ما أهم وسائل الإعلام الجديد التي تفضلين متابعتها بشكل مستمر ؟ ، وأين تتابعين قضايا المرأة السعودية في الإعلام الجديد بشكل أكبر ؟) وهذا ما يتضح في الآتي:

جدول (١٢)

يبين التكرارات والنسب المئوية لأهم وسائل الإعلام الجديد التي تفضل أفراد العينة متابعتها بشكل مستمر

النسبة المئوية	التكرار	أهم وسائل الإعلام الجديد
٩٣.٢٣%	١٢٤	مواقع التواصل الاجتماعي
٧.٥٢%	١٠	المدونات
١٥.٧٩%	٢١	المنتديات
٤٣.٦١%	٥٨	الصحف الالكترونية
٣١.٥٨%	٤٢	المواقع الالكترونية العامة
٢٧.٨٢%	٣٧	المواقع الالكترونية المتخصصة
٥٤.١٤%	٧٢	القنوات الفضائية
١٠٠.٠%	١٣٣	الإجمالي

يمكننا من الجدول السابق ترتيب وسائل الإعلام الجديد تنازلياً حسب تفضيل أفراد العينة متابعتها بشكل مستمر وذلك تبعاً للنسبة المئوية لأفراد العينة التي تفضل كل وسيلة بشكل مستمر كما يأتي:

مواقع التواصل الاجتماعي، القنوات الفضائية، الصحف الالكترونية، المواقع الالكترونية العامة

المواقع الالكترونية المتخصصة، المنتديات، المدونات.

حيث اتضح أن أهم وسائل الإعلام الجديد التي تفضل أفراد العينة متابعتها بشكل مستمر وتأتي في المرتبة الأولى هي (مواقع التواصل الاجتماعي) حيث كانت النسبة المئوية لأفراد العينة اللاتي يفضلنها (٩٣.٢٣%)، ثم تأتي في المرتبة الثانية (القنوات الفضائية) وذلك بنسبة مئوية (٥٤.١٤%)، يليها في المرتبة الثالثة (الصحف الالكترونية) بنسبة مئوية (٤٣.٦١%)، ثم تليها في المرتبة الرابعة (المواقع الالكترونية العامة) وذلك بنسبة مئوية (٣١.٥٨%)، ثم تأتي في المرحلة الخامسة (المواقع الالكترونية المتخصصة) بنسبة مئوية (٢٧.٨٢%)، وجاءت (المنتديات) في المرتبة السادسة بنسبة مئوية (١٥.٧٩%)، وأخيراً تأتي (المدونات) في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة مئوية (٧.٥٢%).

جدول (١٣)

يبين التكرارات والنسب المئوية لأهم وسائل الإعلام الجديد التي تتابعين قضايا المرأة السعودية فيها بشكل أكبر

النسبة المئوية	التكرار	أهم وسائل الإعلام الجديد التي تتابع فيه أفراد العينة قضايا المرأة السعودية
٨٤.٢١%	١١٢	مواقع التواصل الاجتماعي
٢.٢٦%	٣	المدونات
٩.٠٢%	١٢	المنتديات
٣٣.٠٨%	٤٤	الصحف الالكترونية
٢٦.٣٢%	٣٥	المواقع الالكترونية العامة
١٥.٠٤%	٢٠	المواقع الالكترونية المتخصصة
٥١.٨٨%	٦٩	القنوات الفضائية
١٠٠.٠%	١٣٣	الإجمالي

يمكننا من الجدول السابق ترتيب وسائل الإعلام الجديد تنازلياً التي تتابع فيها أفراد العينة قضايا المرأة السعودية حسب النسبة المئوية لأفراد العينة التي تتابع كل وسيلة لمتابعة قضايا المرأة السعودية كما يأتي:

مواقع التواصل الاجتماعي، القنوات الفضائية، الصحف الالكترونية، المواقع الالكترونية العامة، المواقع الالكترونية المتخصصة، المنتديات، المدونات.

حيث اتضح أن أهم وسائل الإعلام الجديد التي تتابع فيه أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية فيها بشكل أكبر وتأتي في المرتبة الأولى هي (مواقع التواصل الاجتماعي) حيث كانت النسبة المئوية لأفراد العينة اللاتي يتابعنها (٨٤.٢١%)، ثم تأتي في المرتبة الثانية (القنوات الفضائية) وذلك بنسبة مئوية (٥١.٨٨%)، يليها في المرتبة الثالثة (الصحف الالكترونية) بنسبة مئوية (٣٣.٠٨%)، ثم تليها في المرتبة الرابعة (المواقع الالكترونية العامة) وذلك بنسبة مئوية (٢٦.٣٢%)، ثم تأتي في المرحلة الخامسة (المواقع الالكترونية المتخصصة) بنسبة مئوية (١٥.٠٤%)، وجاءت (المنتديات) في المرتبة السادسة بنسبة مئوية (٩.٠٢%)، وأخيراً تأتي (المدونات) في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة مئوية (٢.٢٦%).

السؤال الرابع: ما أهم قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر وسائل الإعلام الجديد؟

وللإجابة على السؤال السابق وللتعرف على أهم قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر وسائل الإعلام الجديد سنقوم بحساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد العينة من الطالبات على السؤال (ما أهم قضايا المرأة السعودية التي أثارت اهتمامك عبر الإعلام الجديد؟) وهذا ما يتضح في الآتي:

جدول (١٤)

يبين التكرارات والنسب المئوية لأهم قضايا المرأة السعودية التي أثارت اهتمام أفراد العينة عبر وسائل الإعلام الجديد

النسبة المئوية	التكرار	أهم قضايا المرأة السعودية التي أثارت اهتمام أفراد العينة عبر وسائل الإعلام الجديد
٦٣.١٦%	٨٤	قضايا عمل المرأة
٢٥.٥٦%	٣٤	قضايا تعليم المرأة
٢٣.٣١%	٣١	القضايا الصحية للمرأة
٦٩.٩٢%	٩٣	قضايا العنف ضد المرأة
٣٩.٨٥%	٥٣	قضايا المشاركة السياسية للمرأة
٤٢.١١%	٥٦	قضية قيادة المرأة للسيارة
٤٤.٣٦%	٥٩	قضايا الفقر وانخفاض الدخل
١٠٠.٠%	١٣٣	الإجمالي

يمكننا من الجدول السابق ترتيب أهم قضايا المرأة السعودية التي أثارت اهتمام أفراد العينة عبر وسائل الإعلام الجديد تنازلياً حسب النسبة المئوية لأفراد العينة التي تهتم بكل قضية كما يأتي:

قضايا العنف ضد المرأة ، قضايا عمل المرأة، قضايا الفقر وانخفاض الدخل، قضية قيادة المرأة للسيارة، قضايا المشاركة السياسية للمرأة ، قضايا تعليم المرأة، القضايا الصحية للمرأة

حيث اتضح أن قضايا المرأة السعودية التي أثارت اهتمام أفراد العينة عبر الإعلام الجديد وتأتي في المرتبة الأولى هي (قضايا العنف ضد المرأة) حيث كانت النسبة المئوية لأفراد العينة اللاتي اخترنّها (٦٩.٩٢%)، ثم تأتي في المرتبة الثانية (قضايا عمل المرأة) وذلك بنسبة مئوية (٦٣.١٦%)، يليها في المرتبة الثالثة (قضايا الفقر وانخفاض الدخل) بنسبة مئوية (٤٤.٣٦%)، تليها مباشرة في المرتبة الرابعة (قضية قيادة المرأة للسيارة) وذلك بنسبة مئوية (٤٢.١١%)، ثم تأتي في المرحلة الخامسة (قضايا المشاركة السياسية للمرأة) بنسبة مئوية (٣٩.٨٥%)، وجاءت (قضايا تعليم المرأة) في المرتبة السادسة بنسبة مئوية (٢٥.٥٦%)، وأخيراً جاءت (القضايا الصحية للمرأة) في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة مئوية (٢٣.٣١%).

السؤال الخامس: ما وجهة نظر الطالبات لدور الإعلام الجديد في مساعدة المرأة للتعرف على قضاياها وحقوقها ؟

وللإجابة على السؤال السابق وللتعرف على دور الإعلام الجديد في مساعدة المرأة للتعرف على قضاياها وحقوقها من وجهة نظر أفراد العينة من الطالبات، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب للمتوسط الحسابي لعبارات محور: دور وسائل الإعلام الجديد في مساعدة المرأة السعودية للتعرف على قضاياها وحقوقها .

جدول (١٥)

يبين استجابات أفراد العينة حول دور وسائل الإعلام الجديد في مساعدة المرأة السعودية للتعرف على قضاياها وحقوقها

م	العبارة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
---	---------	-------	-----------------	----------	-----------------	-------------------	---------

م	العبارة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
٢٣	تمكن المرأة من معرفة حقوقها بشكل عام	٦٢	٦٦	٥	٢.٤٣	٠.٥٧	٤
		% ٤٦.٦٢	٤٩.٦٢	٣.٧٦			
٢٤	تساعد في التعرف على أوضاع المرأة السعودية	٧٨	٤٩	٦	٢.٥٤	٠.٥٨	٢
		% ٥٨.٦٥	٣٦.٨٤	٤.٥١			
٢٥	تشجع على تبادل المعارف والأفكار حول قضايا المرأة المختلفة	٩٥	٣٤	٤	٢.٦٨	٠.٥٣	١
		% ٧١.٤٣	٢٥.٥٦	٣.٠١			
٢٦	تسهم في تنمية وعي المرأة بالخدمات المجتمعية المتاحة لها	٧٦	٥٣	٤	٢.٥٤	٠.٥٦	٢
		% ٥٧.١٤	٣٩.٨٥	٣.٠١			
٢٧	تمكن المرأة من الاطلاع على كافة الآراء حول قضاياها الحقوقية	٦٣	٥٧	١٣	٢.٣٨	٠.٦٦	٥
		% ٤٧.٣٧	٤٢.٨٦	٩.٧٧			
٢٨	تعطي معلومات دقيقة وموثقة عن أوضاع المرأة	٢٢	٦٣	٤٨	١.٨	٠.٧	١٦
		% ١٦.٥٤	٤٧.٣٧	٣٦.٠٩			
٢٩	تتجاهل نشر التشريعات والقوانين الخاصة بحقوق المرأة	٢٣	٧٦	٣٤	١.٩٢	٠.٦٥	١٥
		% ١٧.٢٩	٥٧.١٤	٢٥.٥٦			
٣٠	تروج لمعلومات خاطئة في معظم الأحيان عن قضايا المرأة	٤٨	٦٣	٢٢	٢.٢	٠.٧	٩
		% ٣٦.٠٩	٤٧.٣٧	١٦.٥٤			
٣١	تروج لمعلومات خاطئة في معظم الأحيان عن حقوق المرأة	٣٨	٧١	٢٤	٢.١١	٠.٦٨	١١
		% ٢٨.٥٧	٥٣.٣٨	١٨.٠٥			
٣٢	تعرض معلومات غير كافية عن قضايا حقوق المرأة	٥٩	٦٥	٩	٢.٣٨	٠.٦١	٥
		% ٤٤.٣٦	٤٨.٨٧	٦.٧٧			
٣٣	تفتقد إلى المعارف التي توعي المرأة بحقوقها	٤٧	٧٦	١٠	٢.٢٨	٠.٦	٨
		% ٣٥.٣٤	٥٧.١٤	٧.٥٢			
٣٤	تمكن المرأة من التعرف على التجارب الناجحة للنساء في الدول الأخرى	٦٦	٤٧	٢٠	٢.٣٥	٠.٧٣	٧
		% ٤٩.٦٢	٣٥.٣٤	١٥.٠٤			
٣٥	توضح فرص العمل المتاحة للمرأة	٥٠	٦٢	٢١	٢.٢٢	٠.٧	٩
		% ٣٧.٥٩	٤٦.٦٢	١٥.٧٩			
٣٦	تنشر الوعي بقوانين وأنظمة الأحوال المدنية	٣٦	٦١	٣٦	٢	٠.٧٤	١٢
		% ٢٧.٠٧	٤٥.٨٦	٢٧.٠٧			
٣٧	توعي المرأة بحقوقها السياسية	٢٨	٦٨	٣٧	١.٩٣	٠.٧	١٤
		% ٢١.٠٥	٥١.١٣	٢٧.٨٢			
٣٨	توعي المرأة بحقوقها الاقتصادية	٢٥	٧٥	٣٣	١.٩٤	٠.٦٦	١٣
		% ١٨.٨	٥٦.٣٩	٢٤.٨١			
المتوسط العام للمحور							
					٢.٢٣	٠.٦٥	

يتضح من الجدول السابق وجهات نظر أفراد العينة من الطالبات حول درجة موافقتهن على عبارات محور دور وسائل الإعلام الجديد في مساعدة المرأة السعودية للتعرف على قضاياها وحقوقها، فقد كان المتوسط الحسابي العام لهذه العبارات (٢.٢٣) مما يعني أن أفراد العينة يوافقن بدرجة (أوافق إلى حد ما) على عبارات المحور بشكل عام، وقد تراوح المتوسط الحسابي لدرجة الموافقة من وجهة نظر أفراد العينة على عبارات هذا المحور ما بين (١.٨٠ - ٢.٦٨).

معظم أفراد العينة من الطالبات يوافقن بدرجة (أوافق) على سبعة عبارات حيث انحصرت متوسطها الحسابي بين (٢.٣٥ ، ٢.٦٨) وهي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

جاءت العبارة (تشجع على تبادل المعارف والأفكار حول قضايا المرأة المختلفة) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٢.٦٨).

- جاءت العبارتان (تساعد في التعرف على أوضاع المرأة السعودية، تسهم في تنمية وعي المرأة بالخدمات المجتمعية المتاحة لها) في نفس المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢.٥٤) لكل منهما.

-جاءت العبارة (تمكن المرأة من معرفة حقوقها بشكل عام) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.٤٣). جاءت العبارتان (تمكن المرأة من الاطلاع على كافة الآراء حول قضاياها الحقوقية، تعرض معلومات غير كافية عن قضايا حقوق المرأة) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٣٨).

-جاءت العبارة (تمكن المرأة من التعرف على التجارب الناجحة للنساء في الدول الأخرى) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢.٣٥).

بينما نجد أن معظم أفراد العينة من الطالبات يوافقن بدرجة (أوافق إلى حد ما) على تسع عبارات حيث انحصرت متوسطها الحسابي بين (١.٨٠ ، ٢.٢٨) وهي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

-جاءت العبارة (تفتقد إلى المعارف التي توعي المرأة بحقوقها) في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (٢.٢٨).

-جاءت العبارتان (تروج لمعلومات خاطئة في معظم الاحيان عن قضايا المرأة ،توضح فرص العمل المتاحة للمرأة) في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٢.٢٢).

جاءت العبارة (تروج لمعلومات خاطئة في معظم الأحيان عن حقوق المرأة) في المرتبة الحادية عشر بمتوسط حسابي (٢.١١).

-جاءت العبارة (تنشر الوعي بقوانين وأنظمة الأحوال المدنية) في المرتبة الثانية عشر بمتوسط حسابي (٢.٠).

-جاءت العبارة (توعي المرأة بحقوقها الاقتصادية) في المرتبة الثالثة عشر بمتوسط حسابي (١.٩٤).

-جاءت العبارة (توعي المرأة بحقوقها السياسية) في المرتبة الرابعة عشر بمتوسط حسابي (١.٩٣).

-جاءت العبارة (تتجاهل نشر التشريعات والقوانين الخاصة بحقوق المرأة) في المرتبة الخامسة عشر بمتوسط حسابي (١.٩٢).

-جاءت العبارة (تعطي معلومات دقيقة وموثقة عن أوضاع المرأة) في المرتبة السادسة عشرة بمتوسط حسابي (١.٨٠).

-في الجدول السابق نجد أن معظم قيم الانحراف المعياري لمحور دور وسائل الإعلام الجديد في مساعدة المرأة السعودية للتعرف على قضاياها وحقوقها تنحصر بين (٠.٥٣ ، ٠.٧٤) حيث كانت أقل قيمة للانحراف المعياري للعبارة (تشجع على تبادل المعارف والأفكار حول قضايا المرأة المختلفة) مما يدل على أنها أكثر عبارة تقاربت آراء أفراد العينة حولها، بينما كانت أكبر قيمة للانحراف المعياري للعبارة (تنشر الوعي بقوانين وأنظمة الأحوال المدنية) مما يدل على أنها أكثر عبارة اختلف أفراد العينة حولها.

السؤال السادس: ما تقييم الطالبات لطريقة معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية ؟

وللإجابة على السؤال السابق وللتعرف على تقييم الطالبات لأساليب معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية من وجهة نظر أفراد العينة من الطالبات، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب للمتوسط الحسابي لعبارات محور طريقة معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية .

جدول (١٦)

يبين استجابات أفراد العينة حول عبارات محور طريقة معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية

م	العبارة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب
٣٩	تطرح قضايا لم تعالج من قبل	٥٤	٥٧	٢٢	٢.٢٤	٠.٧٢	٩
		٤٠.٦%	٤٢.٨٦%	١٦.٥٤%			
٤٠	تسلط الضوء على مشكلات البطالة لدى المرأة	٥٥	٦٠	١٨	٢.٢٨	٠.٦٩	٧
		٤١.٣٥%	٤٥.١١%	١٣.٥٣%			
٤١	تؤدي إلى رفض المرأة لواقعها	٧٧	٤٨	٨	٢.٠٨	٠.٧٥	١٤
		٥٧.٨٩%	٣٦.٠٩%	٦.٠٢%			
٤٢	تسلط الضوء على مشكلات الفقر التي تعاني منها بعض النساء في المجتمع	٥٢	٦٦	١٥	٢.٢٨	٠.٦٦	٧
		٣٩.١%	٤٩.٦٢%	١١.٢٨%			
٤٣	تسلط الضوء على مشكلات العنف والإيذاء التي قد تتعرض لها المرأة في المجتمع	٨٤	٤٥	٤	٢.٦	٠.٥٥	١
		٦٣.١٦%	٣٣.٨٣%	٣.٠١%			
٤٤	تطرح قضاياها في أطار الصراع مع الرجل	٤١	٦٦	٢٦	٢.٥٤	٠.٥٨	٤
		٣٠.٨٣%	٤٩.٦٢%	١٩.٥٥%			
٤٥	تبرز شخصيات نسائية فاعلة داخل المجتمع	٤١	٧١	٢١	٢.٥٢	٠.٦١	٥
		٣٠.٨٣%	٥٣.٣٨%	١٥.٧٩%			
٤٦	تعالج مختلف القضايا من زوايا جديدة	٣١	٦٨	٣٤	٢.١١	٠.٧	١٣
		٢٣.٣١%	٥١.١٣%	٢٥.٥٦%			
٤٧	تستثير الرأي العام دون وضع حلول	٧٩	٤٨	٦	٢.٥٥	٠.٥٨	٢
		٦٣.١٦%	٣٣.٨٣%	٣.٠١%			

م	العبارة	أوافق	أوافق إلى ما	لا أوافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
		٥٩.٤	٣٦.٠٩	٤.٥١			
٤٨	تعتمد على آراء العامة في معظم الأحيان	٧٨	٥٠	٥	٢.٥٥	٠.٥٧	٢
		٥٨.٦٥	٣٧.٥٩	٣.٧٦			
٤٩	تطرح جانب واحد من القضية وليس كافة جوانبها	٦٩	٥٨	٦	٢.٤٧	٠.٥٩	٦
		٥١.٨٨	٤٣.٦١	٤.٥١			
٥٠	تركز على القضايا الفردية فقط	٥٠	٥٥	٢٨	٢.١٧	٠.٧٥	١١
		٣٧.٥٩	٤١.٣٥	٢١.٠٥			
٥١	تتناول قضايا المرأة بشكل ساخر	٣٤	٦١	٣٨	١.٩٧	٠.٧٤	١٧
		٢٥.٥٦	٤٥.٨٦	٢٨.٥٧			
٥٢	تجاهل القضايا الأساسية والملحة للمرأة	٤٩	٦١	٢٣	٢.٢	٠.٧١	١٠
		٣٦.٨٤	٤٥.٨٦	١٧.٢٩			
٥٣	تتيح الفرص للمرأة لتنمية ذاتها	٣٠	٧٠	٣٣	٢.١٥	٠.٦٧	١٢
		٢٢.٥٦	٥٢.٦٣	٢٤.٨١			
٥٤	تحفز المرأة على المشاركة السياسية	٤٢	٥٩	٣٢	١.٩٨	٠.٧	١٥
		٣١.٥٨	٤٤.٣٦	٢٤.٠٦			
٥٥	أسهمت في إصدار قوانين وأنظمة تشريعية لصالح أحد حقوق المرأة	٧٨	٤٩	٦	١.٩٨	٠.٦٩	١٥
		٥٨.٦٥	٣٦.٨٤	٤.٥١			
	المتوسط العام للمحور				٢.٢٧	٠.٦٦	

يتضح من الجدول السابق وجهات نظر أفراد العينة من الطالبات حول درجة موافقتهن على عبارات المحور الثاني والتي تمثل طريقة معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية، فقد كان المتوسط الحسابي العام لهذه العبارات (٢.٢٧) مما يعني أن أفراد العينة يوافقن بدرجة (أوافق إلى حد ما) على عبارات المحور بشكل عام، وقد تراوح المتوسط الحسابي لدرجة الموافقة من وجهة نظر أفراد العينة على عبارات هذا المحور ما بين (١.٩٧ - ٢.٥٥) درجة

-معظم أفراد العينة من الطالبات يوافقن بدرجة (أوافق) على ستة عبارات حيث انحصرت متوسطها الحسابي بين (٢.٤٧ ، ٢.٦٨) وهي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

-جاءت العبارة (تسلط الضوء على مشكلات العنف والإيذاء التي قد تتعرض لها المرأة) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٢.٦).

-جاءت العبارتان (تستثير الرأي العام دون وضع حلول، تعتمد على آراء العامة في معظم الأحيان) في نفس المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢.٥٥) لكل منهما.

-جاءت العبارة (تطرح قضاياها في أطار الصراع مع الرجل) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.٥٤).

جاءت العبارة (تبرز شخصيات نسائية فاعلة داخل المجتمع) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٥٢).

-جاءت العبارة (تطرح جانب واحد من القضية وليس كافة جوانبها) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢.٤٧).

-بينما نجد أن معظم أفراد العينة من الطالبات يوافقن بدرجة (أوافق إلى حد ما) على احدي عشر عبارة حيث انحصر متوسطها الحسابي بين (١.٩٧ ، ٢.٢٨) وهي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

جاءت العبارتان (تسلط الضوء على مشكلات البطالة لدي المرأة، تسلط الضوء على مشكلات الفقر التي تعاني منها بعض النساء في المجتمع) في نفس المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢.٢٨) لكل منهما

-جاءت العبارة (تطرح قضايا لم تعالج من قبل) في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٢.٢٤).

-جاءت العبارة (تتجاهل القضايا الأساسية والملحة للمرأة) في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (٢.٢٠). -جاءت العبارة (تركز على القضايا الفردية فقط) في المرتبة الحادية عشر بمتوسط حسابي (٢.١٧).

-جاءت العبارة (تتيح الفرص للمرأة لتنمية ذاتها) في المرتبة الثانية عشر بمتوسط حسابي (٢.١٥).
-جاءت العبارة (تعالج مختلف القضايا من زوايا جديدة) في المرتبة الثالثة عشر بمتوسط حسابي (٢.١١).

-جاءت العبارة (تؤدي إلى رفض المرأة لواقعها) في المرتبة الرابعة عشر بمتوسط حسابي (٢.٠٨).

-جاءت العبارتان (تحفز المرأة على المشاركة السياسية، أسهمت في إصدار قوانين وأنظمة تشريعية لصالح أحد حقوق المرأة) في نفس المرتبة الخامسة عشر بمتوسط حسابي (١.٩٨) لكل منهما.

-جاءت العبارة (تتناول قضايا المرأة بشكل ساخر) في المرتبة السابعة عشر بمتوسط حسابي (١.٩٧).

ومن خلال النظر إلى قيم الانحراف المعياري في الجدول السابق نجد أن معظم قيم الانحراف المعياري لعبارات محور طريقة معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا تمكين المرأة السعودية تنحصر بين (٠.٥٥ ، ٠.٧٥) حيث كانت أقل قيمة للانحراف المعياري للعبارة (تسلط الضوء على مشكلات العنف والإيذاء التي قد تتعرض لها المرأة في المجتمع) مما يدل على أنها أكثر عبارة تقاربت آراء أفراد العينة حولها، بينما كانت أكبر قيمة للانحراف المعياري للعبارة (تؤدي الى رفض المرأة لواقعها) مما يدل على أنها أكثر عبارة اختلف أفراد العينة حولها.

السؤال السابع: ما تقييم الطالبات لدور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات المتعلقة بمناقشة قضايا المرأة ؟

وللإجابة على السؤال السابق وللتعرف على تقييم الطالبات لدور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات المتعلقة بمناقشة قضايا المرأة من وجهة نظر أفراد العينة من الطالبات، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب للمتوسط الحسابي لعبارة محور دور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات الخاصة بمعالجة قضايا المرأة كما هو موضح فيما يلي:

جدول (١٧)
يبين استجابات أفراد العينة حول عبارات دور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات الخاصة بمعالجة قضايا المرأة

م	العبارة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب
٥٦	يتيح قدرا من الحرية لمناقشة كافة المقترحات والمبادرات لتحسين أحوال المرأة	٦٥	٥٥	١٣	٢.٣٩	٠.٦٦	٤
		٤٨.٨٧ %	٤١.٣٥	٩.٧٧			
٥٧	يمكن المرأة من المشاركة برأيها	٨٠	٤٦	٧	٢.٥٥	٠.٦	١
		٦٠.١٥ %	٣٤.٥٩	٥.٢٦			
٥٨	يساعد في طرح حلول مبتكرة لمشكلات المرأة	٥٦	٥٤	٢٣	٢.٢٥	٠.٧٣	٩
		٤٢.١١ %	٤٠.٦	١٧.٢٩			
٥٩	يسهم في نشر الحملات الاعلامية ذات العلاقة بتنمية المرأة	٦٥	٥٧	١١	٢.٤١	٠.٦٤	٣
		٤٨.٨٧ %	٤٢.٨٦	٨.٢٧			
٦٠	يشجع المرأة على زيادة التفاعل والمشاركة في حل قضاياها	٧٣	٥٢	٨	٢.٤٩	٠.٦١	٢
		٥٤.٨٩ %	٣٩.١	٦.٠٢			
٦١	يشجع النخب للمساهمة في معالجة قضايا المرأة	٦٣	٥٤	١٦	٢.٣٥	٠.٦٩	٦
		٤٧.٣٧ %	٤٠.٦	١٢.٠٣			
٦٢	يروج لأفكار لا تتوافق مع قيم المجتمع	٤٣	٥٨	٣٢	٢.٠٨	٠.٧٥	١٠
		٣٢.٣٣ %	٤٣.٦١	٢٤.٠٦			
٦٣	يطرح وجهات نظر فردية قاصرة حول معالجة قضايا المرأة	٥١	٦٩	١٣	٢.٢٩	٠.٦٤	٨
		٣٨.٣٥ %	٥١.٨٨	٩.٧٧			
٦٤	تظهر المرأة بشكل سلبي	٢٧	٦٥	٤١	١.٨٩	٠.٧١	١١
		٢٠.٣ %	٤٨.٨٧	٣٠.٨٣			
٦٥	يؤدي إلى المزيد من العراقيل التي تحول دون حصول المرأة على حقوقها	٢٦	٥٨	٤٩	١.٨٣	٠.٧٣	١٢
		١٩.٥٥ %	٤٣.٦١	٣٦.٨٤			
٦٦	يفتقد إلى تقديم أليات لتنفيذ ما يتم طرحه من مقترحات	٥٧	٦٢	١٤	٢.٣٢	٠.٦٦	٧
		٤٢.٨٦ %	٤٦.٦٢	١٠.٥٣			
٦٧	تساعد في التعرف على النخب النسائية الفاعلة داخل المجتمع	٦٦	٥٠	١٧	٢.٣٧	٠.٧	٥
		٤٩.٦٢ %	٣٧.٥٩	١٢.٧٨			
المتوسط العام للمحور							
					٢.٢٧	٠.٦٥	

يتضح من الجدول السابق وجهات نظر أفراد العينة من الطالبات حول درجة موافقتهن على دور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات المتعلقة بمناقشة قضايا المرأة ، فقد كان المتوسط الحسابي العام لهذه العبارات (٢.٢٧) مما يعني أن أفراد العينة يوافقن بدرجة (أوافق الى حد ما) على عبارات المحور بشكل عام، وقد تراوح المتوسط الحسابي لدرجة الموافقة من وجهة نظر أفراد العينة على عبارات هذا المحور ما بين (١.٨٣ – ٢.٥٥)

معظم أفراد العينة من الطالبات يوافقن بدرجة (أوافق) على ست عبارات حيث انحصر متوسطها الحسابي بين (٢.٣٥ ، ٢.٥٥) وهي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

-جاءت العبارة (يمكن المرأة من المشاركة برأيها) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٢.٥٥).

-جاءت العبارة (يشجع المرأة على زيادة التفاعل والمشاركة في حل قضاياها) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢.٤٩).

-جاءت العبارة (يسهم في نشر الحملات الإعلامية ذات العلاقة بتنمية المرأة) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢.٤١).

-جاءت العبارة (يتيح قدراً من الحرية لمناقشة كافة المقترحات والمبادرات لتحسين أحوال المرأة) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.٣٩).

-جاءت العبارة (تساعد في التعرف على النخب النسائية الفاعلة داخل المجتمع) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٣٧).

-جاءت العبارة (يشجع النخب للمساهمة في معالجة قضايا المرأة) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢.٣٥).

بينما نجد أن معظم أفراد العينة من الطالبات يوافقن بدرجة (أوافق إلى حد ما) على ست عبارات حيث انحصر متوسطها الحسابي بين (١.٨٣ ، ٢.٣٢) وهي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

-جاءت العبارة (يفتقد إلى تقديم آليات لتنفيذ ما يتم طرحه من مقترحات) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢.٣٢).

-جاءت العبارة (يطرح وجهات نظر فردية قاصرة حول معالجة قضايا المرأة) في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (٢.٢٩).

-جاءت على العبارة (يساعد في طرح حلول مبتكرة لمشكلات المرأة) حيث جاءت في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٢.٢٥).

-جاءت العبارة (يروج لأفكار لا تتوافق مع قيم المجتمع) في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (٢.٠٨).

-جاءت العبارة (تظهر المرأة بشكل سلبي) في المرتبة الحادي عشر بمتوسط حسابي (١.٨٩).

-جاءت العبارة (يؤدي إلى المزيد من العراقيل التي تحول دون حصول المرأة على حقوقها) في المرتبة الثانية عشر بمتوسط حسابي (١.٨٣).

ومن خلال النظر إلى قيم الانحراف المعياري في الجدول السابق نجد أن معظم قيم الانحراف المعياري للعبارة الإيجابية لمحور تقييم الطالبات لدور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات المتعلقة بمناقشة قضايا المرأة تنحصر بين (٠.٦٠ ، ٠.٧٥) حيث كانت أقل قيمة

للانحراف المعياري للعبارة (يمكن المرأة من المشاركة برأيها) مما يدل على أنها أكثر عبارة تقاربت آراء أفراد العينة حولها، بينما كانت أكبر قيمة للانحراف المعياري للعبارة (يروج لأفكار لا تتوافق مع قيم المجتمع) مما يدل على أنها أكثر عبارة اختلف أفراد العينة حولها.

السؤال الثامن: ما تقييم الطالبات لدور الإعلام الجديد في التشجيع على مشاركة المرأة السعودية في معالجة قضاياها ؟

وللإجابة على السؤال السابق وللتعرف على تقييم الطالبات لدور الإعلام الجديد في التشجيع على مشاركة المرأة السعودية في معالجة قضاياها من وجهة نظر أفراد العينة من الطالبات، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب للمتوسط الحسابي لعبارة المحور الرابع: دور الإعلام الجديد في تشجيع المرأة على المشاركة المجتمعية الفاعلة على مستوى العبارات الإيجابية والسلبية كما هو موضح فيما يلي:

جدول (١٨)

يبين استجابات أفراد العينة حول عبارات دور الإعلام الجديد في التشجيع على مشاركة المرأة السعودية في معالجة قضاياها

م	العبارة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب
٦٨	يساعد المرأة في الالتحاق بمجالات العمل التي تناسبها	٤٣	٦٦	٢٤	٢.١٤	٠.٧	٨
		٣٢.٣٣	٤٩.٦٢	١٨.٠٥			
٦٩	يساعدها على الالتحاق بالقنوات التعليمية المتعددة	٤٦	٦١	٢٦	٢.١٥	٠.٧٢	٧
		٣٤.٥٩	٤٥.٨٦	١٩.٥٥			
٧٠	يوفر لها قنوات اتصالية مع النخب لحل مشكلاتها	٥٠	٥٤	٢٩	٢.١٦	٠.٧٦	٦
		٣٧.٥٩	٤٠.٦	٢١.٨			
٧١	يوفر لها قنوات اتصالية للإبلاغ عن أي أذى قد تتعرض له	٥٧	٦٠	١٦	٢.٣١	٠.٦٨	٣
		٤٢.٨٦	٤٥.١١	١٢.٠٣			
٧٢	يوفر لها استشارات مجانية في المجالات الصحية	٥٥	٦٣	١٥	٢.٣	٠.٦٦	٤
		٤١.٣٥	٤٧.٣٧	١١.٢٨			
٧٣	يوفر لها استشارات مجانية في مشكلاتها الاجتماعية	٦٥	٥٤	١٤	٢.٣٨	٠.٦٧	١
		٤٨.٨٧	٤٠.٦	١٠.٥٣			
٧٤	يوفر لها مساحة لا محدودة للتعبير عن مشكلاتها	٦٥	٥٠	١٨	٢.٣٥	٠.٧١	٢
		٤٨.٨٧	٣٧.٥٩	١٣.٥٣			
٧٥	يفقدها التواصل الفعلي مع الآخرين فيما يخص قضايا المرأة	٢٧	٦٢	٤٤	١.٨٧	٠.٧٢	١٣
		٢٠.٣	٤٦.٦٢	٣٣.٠٨			
٧٦	يحد من قدراتها الإنتاجية في بعض الأحيان	٢٩	٥٨	٤٦	١.٨٧	٠.٧٤	١٢
		٢١.٨	٤٣.٦١	٣٤.٥٩			
٧٧	يتجاهل تقديم فرص حقيقية للمشاركة	٢٩	٧٧	٢٧	٢.٠٢	٠.٦٥	١٠
		٢١.٨	٥٧.٨٩	٢٠.٣			
٧٨	قد يعرضها للأذى أحيانا	٣١	٧٥	٢٧	٢.٠٣	٠.٦٦	٩
		٢٣.٣١	٥٦.٣٩	٢٠.٣			
٧٩	ينعدم به بدائل توضح مختلف قنوات المشاركة	٣٠	٧٤	٢٩	٢.٠١	٠.٦٧	١١
		٢٢.٥٦	٥٥.٦٤	٢١.٨			

م	العبارة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رقم
٨٠	يدعم مشاركة المرأة في قضايا محددة	ت	٤٥	٧١	١٧	٢.٢١	٥
		%	٣٣.٨٣	٥٣.٣٨	١٢.٧٨	٠.٦٥	
	المتوسط العام للمحور						
					٢.١٤	٠.٦٩	

يتضح من الجدول السابق وجهات نظر أفراد العينة من الطالبات حول درجة موافقتهن على عبارات محور دور الإعلام الجديد في التشجيع على مشاركة المرأة السعودية في معالجة قضاياها

، فقد كان المتوسط الحسابي العام لهذه العبارات (٢.١٤) مما يعني أن أفراد العينة يوافقن بدرجة (أوافق إلى حد ما) على عبارات المحور بشكل عام، وقد تراوح المتوسط الحسابي لدرجة الموافقة من وجهة نظر أفراد العينة على عبارات هذا المحور ما بين (١.٨٧ - ٢.٤٨) .

-معظم أفراد العينة من الطالبات يوافقن بدرجة (أوافق) على العبارتين (يوفر لها استشارات مجانية في مشكلاتها الاجتماعية، يوفر لها مساحة لا محدودة للتعبير عن مشكلاتها) حيث جاءت في المرتبتين الأولى والثانية على الترتيب وبمتوسط حسابي (٢.٣٥، ٢.٣٨) على التوالي.

-بينما نجد أن معظم أفراد العينة من الطالبات يوافقن بدرجة (أوافق إلى حد ما) على إحدى عشر عبارة حيث انحصر متوسطها الحسابي بين (٢.٣١ ، ١.٨٧) وهي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

-جاءت العبارة (يوفر لها قنوات اتصالية للإبلاغ عن أي أذى قد تتعرض له) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢.٣١).

-جاءت العبارة (يوفر لها استشارات مجانية في المجالات الصحية) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.٣٠).

جاءت العبارة (يدعم مشاركة المرأة في قضايا محددة) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٢١).

-جاءت العبارة (يوفر لها قنوات اتصالية مع النخب لحل مشكلاتها) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢.١٦).

-جاءت العبارة (يساعدها على الالتحاق بالقنوات التعليمية المتعددة) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢.١٥).

-جاءت العبارة (يساعد المرأة في الالتحاق بمجالات العمل التي تناسبها) في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (٢.١٤).

-جاءت العبارة (قد يعرضها للأذى أحياناً) في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٢.٠٣).

-جاءت العبارة (يتجاهل تقديم فرص حقيقية للمشاركة) في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (٢.٠٢).

-جاءت العبارة (ينعدم به بدائل توضح مختلف قنوات المشاركة) في المرتبة الحادية عشر بمتوسط حسابي (٢.٠١).

-جاءت العبارتان (يفقدها التواصل الفعلي مع الآخرين فيما يخص قضايا المرأة، يحد من قدراتها الإنتاجية في بعض الأحيان) في المرتبة نفس المرتبة الثانية عشر والثالثة عشر بمتوسط حسابي (١.٨٧) لكل منهما.

ومن خلال النظر إلى قيم الانحراف المعياري في الجدول السابق نجد أن معظم قيم الانحراف المعياري تنحصر بين (٠.٦٥ ، ٠.٧٤) حيث كانت أقل قيمة للانحراف المعياري للعبارتين (يدعم مشاركة المرأة في قضايا محددة، يتجاهل تقديم فرص حقيقية للمشاركة) مما يدل على أنهما أكثر عبارتين تقاربت آراء أفراد العينة حولهما، بينما كانت أكبر قيمة للانحراف المعياري للعبارة (يحد من قدراتها الإنتاجية في بعض الأحيان) مما يدل على أنها أكثر عبارة اختلف أفراد العينة حولها .

السؤال التاسع: ما أهم المقترحات التي تراها الطالبات لتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد في معالجة قضايا تمكين المرأة السعودية ؟

وللإجابة على السؤال السابق وللتعرف على أهم المقترحات التي تراها الطالبات لتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد في معالجة قضايا تمكين المرأة السعودية تم حصر تلك المقترحات وذلك حسب آراء أفراد العينة كما يأتي:

جدول (١٩)

يبين التكرارات والنسب المئوية لأهم المقترحات لتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد في معالجة قضايا تمكين المرأة السعودية حسب رأي أفراد العينة

الرقم	العبارة	التكرار	النسبة المئوية من مجموع المقترحات
١	زيادة نشر الوعي بقضايا المرأة والتوعية بحقوقها.	٧	١١.٤٨%
٢	فتح قنوات تواصل إلكتروني فعالة لطرح وتناول قضايا المرأة.	٥	٨.٢٠%
٣	وضع الحلول الفعلية لقضايا ومشكلات المرأة.	٥	٨.٢٠%
٤	مناقشة مشكلات وقضايا المرأة على أرض الواقع في جو من الشفافية والموضوعية.	٤	٦.٥٦%
٥	الوضوح والالتزام بالمصادقية في طرح مشكلات وقضايا المرأة.	٤	٦.٥٦%
٦	طرح حلول واقعية لمشكلات المرأة من المسؤولين.	٤	٦.٥٦%
٧	الارتقاء بالإعلام الهادف لحل مشكلات المرأة.	٤	٦.٥٦%
٨	الاهتمام بالمرأة وقضاياها أكثر.	٣	٤.٩٢%
٩	إنشاء برامج متخصصة لمناقشة قضايا المرأة.	٣	٤.٩٢%
١٠	إيجاد جهات رسمية تهتم بقضايا المرأة.	٢	٣.٢٨%
١١	عقد الندوات واللقاءات الحوارية لمناقشة قضايا المرأة.	٢	٣.٢٨%
١٢	مناقشة قضايا المرأة بمشاركة المرأة وليس مناقشتها من جانب النخب في المجتمع.	٢	٣.٢٨%
١٣	دعم مشاركة المرأة في الإعلام.	٢	٣.٢٨%

الرقم	العبرة	التكرار	النسبة المئوية من مجموع المقترحات
١٤	تقديم النماذج الايجابية عن المرأة السعودية.	٢	٣.٢٨%
١٥	زيادة وعي المرأة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	٢	٣.٢٨%
١٦	استثمار القدرات.	١	١.٦٤%
١٧	إتاحة الفرصة للمرأة لتولي المناصب.	١	١.٦٤%
١٨	تأكيد الانتماء للمجتمع.	١	١.٦٤%
١٩	تبني الوسائل المتاحة عبر الإعلام مسئولية التنفيذ.	١	١.٦٤%
٢٠	تحسين برامج رعاية المرأة.	١	١.٦٤%
٢١	تنظيم الحسابات والمنتديات التي تتناول قضايا المرأة.	١	١.٦٤%
٢٢	توعية المجتمع بقوانين العمل الخاصة بالمرأة.	١	١.٦٤%
٢٣	مراعاة خصوصية الوضع الاجتماعي والثقافي للمجتمع.	١	١.٦٤%
٢٤	مساهمة النخب النسائية في تقديم الدعم والاستشارات مع صغار النساء.	١	١.٦٤%
٢٥	وجود حياة مدنية حقيقية بعيدا عن الحياة الافتراضية.	١	١.٦٤%
	المجموع	٦١	١٠٠.٠%

ويتضح من الجدول السابق أن من أهم المقترحات التي تراها أفراد العينة من الطالبات لتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد في معالجة قضايا تمكين المرأة السعودية ومرتبطة تنازلياً حسب النسب المئوية كما يأتي:

- زيادة نشر الوعي بقضايا المرأة والتوعية بحقوقها.
- فتح قنوات تواصل إلكتروني فعالة لطرح وتناول قضايا المرأة.
- وضع الحلول الفعلية لقضايا ومشكلات المرأة.
- مناقشة مشكلات وقضايا المرأة على أرض الواقع في جو من الشفافية والموضوعية.
- الوضوح والالتزام بالمصداقية في طرح مشكلات وقضايا المرأة.
- طرح حلول واقعية لمشكلات المرأة من المسؤولين.
- الارتقاء بالإعلام الهادف لحل مشكلات المرأة.
- الاهتمام بالمرأة وقضاياها أكثر.
- إنشاء برامج متخصصة لمناقشة قضايا المرأة.

السؤال العاشر: ما العلاقة بين العمر وبين كل من مدى متابعة أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وبين كل قضية من قضايا المرأة السعودية؟

للقوف على العلاقة بين العمر وبين كل من مدى متابعة أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية وبين كل قضية من قضايا المرأة السعودية سنقوم بإجراء اختبار معامل ارتباط بيرسون بين

متغير العمر وبين كل من متغير مدى متابعة أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وبين متغير كل قضية من قضايا المرأة وهذا ما يتضح فيما يأتي:

جدول (٢٠)

يبين معامل ارتباط بيرسون بين متغير العمر وبين كل من متغير مدى متابعة أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وبين متغير كل قضية من قضايا المرأة

المتغير	معامل ارتباط	مستوى الدلالة الفعلي	مستوى الدلالة الإحصائية
مدى متابعة أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد	٠.٠٤-	٠.٦٨٠	لا يوجد
قضايا عمل المرأة	٠.٠٥	٠.٥٥	لا يوجد
قضايا تعليم المرأة	٠.١٤	٠.١٣١	لا يوجد
القضايا الصحية للمرأة	٠.٢٤	٠.٠٠٧	٠.٠١
قضايا العنف ضد المرأة	٠.١٠-	٠.٢٨١	لا يوجد
قضايا المشاركة السياسية للمرأة	٠.٠٢-	٠.٨٢٨	لا يوجد
قضية قيادة المرأة للسيارة	٠.٠١-	٠.٨٨٢	لا يوجد
قضايا الفقر وانخفاض الدخل	٠.٠٥	٠.٦١٦	لا يوجد

أهم قضايا المرأة التي أثارت اهتمامك عبر الإعلام الجديد

من الجدول السابق يتضح أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر وبين متغير مدى متابعة أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد، بينما يوجد ارتباط دال إحصائيًا موجبًا عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متغير العمر وبين القضايا الصحية للمرأة فقط أي بزيادة العمر يزيد التعرض للقضايا الصحية للمرأة.

السؤال الحادي عشر: هل توجد فروق بين متوسطات كل من درجات مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وكل قضية من قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر الإعلام الجديد بحسب الحالة الاجتماعية؟

لوقوف على الفروق حول كل من مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وكل قضية من قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر الإعلام الجديد والتي ترجع لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية سنقوم بإجراء اختبار التباين أحادي الاتجاه (One – way ANOVA) وهذا ما يتضح فيما يأتي:

جدول (٢١)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One –way ANOVA) للفروق في استجابات أفراد العينة حول كل من مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية وكل قضية من قضايا المرأة السعودية والتي ترجع لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية

المتغير	مصدر التباين	مجموع بعات	درجات ية	متوسط بعات	قيمة ف	مستوى لالة
مدى متابعة أفراد العينة لقضايا سعودية عبر أليات الإعلام الجديد	بين المجموعات	١.١	٢	٠.٥٤	١.٤٣	٠.٢٤٢
	داخل المجموعات	٤٦.٩	١٢٥	٠.٣٨		
قضايا عمل للمرأة	بين المجموعات	٠.٧	٢	٠.٣٦	١.٥٣	٠.٢٢١
	داخل المجموعات	٣٠.٢	١٣٠	٠.٢٣		
قضايا تعليم للمرأة	بين المجموعات	٠.٨	٢	٠.٤٠	٢.١٠	٠.١٢٦
	داخل المجموعات	٢٤.٥	١٣٠	٠.١٩		
القضايا حية للمرأة	بين المجموعات	٠.٠	٢	٠.٠٢	٠.١١	٠.٨٩٣
	داخل المجموعات	٢٣.٧	١٣٠	٠.١٨		
قضايا العنف للمرأة	بين المجموعات	٠.١	٢	٠.٠٦	٠.٢٧	٠.٧٦١
	داخل المجموعات	٢٧.٩	١٣٠	٠.٢١		
قضايا السياسية للمرأة	بين المجموعات	٠.٧	٢	٠.٣٦	١.٥١	٠.٢٢٤
	داخل المجموعات	٣١.٢	١٣٠	٠.٢٤		
قضية قيادة المرأة للسيارة	بين المجموعات	٢.٦	٢	١.٣١	٥.٦٩	**٠.٠٠٤
	داخل المجموعات	٢٩.٨	١٣٠	٠.٢٣		
قضايا الفقر وض الدخل	بين المجموعات	٠.٠	٢	٠.٠٠	٠.٠١	٠.٩٩
	داخل المجموعات	٣٢.٨	١٣٠	٠.٢٥		

أهم قضايا المرأة التي أثار اهتمامك الإعلام الجديد

* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)، ** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠١) يتضح من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة من الطالبات حول متغير مدى متابعة أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية عبر أليات الإعلام الجديد وحول معظم قضايا المرأة السعودية التي أثار اهتمامك عبر الإعلام الجديد عدا (قضية قيادة المرأة للسيارة) فقط يوجد فروق ذات دلالة إحصائية حولها ترجع لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية عند مستوى دلالة (٠.٠١)، أي أنه يوجد تأثير لمتغير الحالة الاجتماعية على استجابات أفراد العينة حول قضية قيادة المرأة للسيارة ولمعرفة هذه الفروق ولصالح أي فئة (عزباء، متزوجة، مطلقة) سيتم إجراء اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (٢٢)

نتائج المقارنات البعدية لبيان الفروق حول قضية قيادة المرأة للسيارة والتي ترجع لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية باستخدام اختبار شيفيه

القضية	الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط	الانحراف عياري	عزباء	متزوجة
قضية قيادة المرأة للسيارة	عزباء	٦٦	٠.٥٥	٠.٥٠	-	-
	متزوجة	٦٠	٠.٢٧	٠.٤٥	*٠.٢٨	-
	مطلقة	٧	٠.٥٧	٠.٥٣	٠.٠٣	٠.٣٠

* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) حول قضية قيادة المرأة للسيارة والتي ترجع لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية وذلك بين مجموعة أفراد العينة من الطالبات العازبات وبين مجموعة أفراد العينة من الطالبات المتزوجات لصالح مجموعة أفراد العينة من الطالبات العازبات، أي أن مجموعة أفراد العينة من الطالبات العازبات أكثر اهتماماً بقضية قيادة المرأة للسيارة من مجموعة أفراد العينة من الطالبات المتزوجات. ويمكن ان يرجع ذلك الى أن الطالبة المتزوجة تعتمد على زوجها في توصيلها وقضاء حاجاتها من الاسواق وعلية لا ترى اهمية لقضية قيادة المرأة للسيارة عكس الطالبة العزباء .

السؤال الثاني عشر: هل توجد فروق بين متوسطات كل من درجات مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وكل قضية من قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر الإعلام الجديد بحسب التخصص؟

لوقوف على الفروق حول كل من مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وكل قضية من قضايا المرأة السعودية التي تثير اهتمام الطالبات عبر الإعلام الجديد والتي ترجع لاختلاف متغير التخصص سنقوم بإجراء اختبار التباين أحادي الاتجاه (One way ANOVA -) وهذا ما يتضح فيما يأتي:

جدول (٢٣)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One –way ANOVA) للفروق في استجابات أفراد العينة حول كل من مدى متابعة الطالبات لقضايا المرأة السعودية وكل قضية من قضايا المرأة السعودية والتي ترجع لاختلاف متغير التخصص

المتغير	مصدر التباين	مجموع درجات	درجات	متوسط درجات	قيمة ف	مستوى دلالة
مدى متابعة أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد	بين المجموعات	٠.٧	٢	٠.٣٥	٠.٩١	٠.٤٠٥
	داخل المجموعات	٤٧.٩	١٢٦	٠.٣٨		
قضايا عمل المرأة	بين المجموعات	٠.١	٢	٠.٠٥	٠.٢٢	٠.٧٩٩
	داخل المجموعات	٣٠.٨	١٣٠	٠.٢٤		
قضايا تعليم المرأة	بين المجموعات	٠.٣	٢	٠.١٣	٠.٦٩	٠.٥٠١
	داخل المجموعات	٢٥.٠	١٣٠	٠.١٩		
القضايا الحية للمرأة	بين المجموعات	٠.٢	٢	٠.٠٨	٠.٤٢	٠.٦٦
	داخل المجموعات	٢٣.٦	١٣٠	٠.١٨		
قضايا العنف ضد المرأة	بين المجموعات	٠.٠	٢	٠.٠٢	٠.١١	٠.٨٩٨
	داخل المجموعات	٢٧.٩	١٣٠	٠.٢٢		
قضايا السياسية للمرأة	بين المجموعات	٠.٩	٢	٠.٤٥	١.٨٩	٠.١٥٥
	داخل المجموعات	٣١.٠	١٣٠	٠.٢٤		
قضية قيادة المرأة للسيارة	بين المجموعات	١.٦	٢	٠.٨٠	٣.٣٧	*٠.٠٣٨
	داخل المجموعات	٣٠.٨	١٣٠	٠.٢٤		

المتغير	مصدر التباين	مجموع درجات	درجات	متوسط درجات	قيمة ف	مستوى دلالة
قضايا الفقر ض الدخل	بين المجموعات	٠.٣	٢	٠.١٦	٠.٦٤	٠.٥٣١
	داخل المجموعات	٣٢.٥	١٣٠	٠.٢٥		

* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)، ** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يتضح من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة من الطالبات حول متغير مدى متابعة أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية عبر آليات الإعلام الجديد وحول معظم قضايا المرأة السعودية التي أثارته اهتمامك عبر الإعلام الجديد عدا (قضية قيادة المرأة للسيارة) فقط يوجد فروق ذات دلالة إحصائية حولها ترجع لاختلاف متغير التخصص عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، أي أنه يوجد تأثير لمتغير التخصص على استجابات أفراد العينة حول قضية قيادة المرأة للسيارة ولمعرفة هذه الفروق ولصالح أي فئة (إعلام، خدمة اجتماعية، علم اجتماع) سيتم إجراء اختبار (LSD) بدلاً من اختبار شيفيه (Scheffe) لعدم لإظهاره المقارنات البعدية كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (٢٤)

نتائج المقارنات البعدية لبيان الفروق حول قضية قيادة المرأة للسيارة والتي ترجع لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية باستخدام اختبار (LSD)

القضية	التخصص	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	إعلام	خدمة اجتماعية
قضية قيادة المرأة للسيارة	إعلام	٣١	٠.٥٨	٠.٥٠	-	-
	خدمة اجتماعية	٧٦	٠.٣٣	٠.٤٧	*٠.٢٥	-
	علم اجتماع	٢٦	٠.٥٠	٠.٥١	٠.٠٨	٠.١٧

* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) حول قضية قيادة المرأة للسيارة والتي ترجع لاختلاف متغير التخصص وذلك بين مجموعة أفراد العينة من الطالبات اللاتي تخصصهن (إعلام) وبين مجموعة أفراد العينة من الطالبات اللاتي تخصصهن (خدمة اجتماعية) لصالح مجموعة أفراد العينة من الطالبات اللاتي تخصصهن (إعلام)، أي أن مجموعة أفراد العينة من الطالبات اللاتي تخصصهن (إعلام) أكثر اهتماماً بقضية قيادة المرأة للسيارة من مجموعة أفراد العينة من الطالبات اللاتي تخصصهن (خدمة اجتماعية).

للقوف على الفروق حول كل محور من محاور الاستبانة والتي ترجع لاختلاف كل من متغيري (الحالة الاجتماعية، التخصص) سنقوم بإجراء اختبار التباين أحادي الاتجاه (One –way ANOVA) وهذا ما يتضح فيما يأتي:

١- الفروق حول محاور الاستبانة والتي ترجع لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية:

جدول (٢٥)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One –way ANOVA) للفروق في استجابات أفراد العينة حول محاور الاستبانة والتي ترجع لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية

المحور	مصدر التباين	مجموع درجات	درجات	متوسط	قيمة ف	مستوى الدلالة
المحور الأول: دور وسائل الإعلام الجديد في السعودية للتعرف على قضاياها وحقوقها	بين المجموعات	٦٩.٦	٢	٣٤.٨١	١.٣٤	٠.٢٦٦
	داخل مجموعات	٣٣٨٣.١	١٣٠	٢٦.٠٢		
المحور الثاني: طريقة معالجة وسائل الإعلام تمكين المرأة السعودية	بين المجموعات	٤٧.٣	٢	٢٣.٦٥	١.٠٧	٠.٣٤٦
	داخل مجموعات	٢٨٧٤.٨	١٣٠	٢٢.١١		
المحور الثالث: دور الإعلام الجديد في مناقشة مقترحات الخاصة بمعالجة قضايا المرأة	بين المجموعات	١٢.٦	٢	٦.٢٨	٠.٣٩	٠.٦٨
	داخل مجموعات	٢١١٠.١	١٣٠	١٦.٢٣		
المحور الرابع: دور الإعلام الجديد في تشجيع مشاركة المجتمعية الفاعلة	بين المجموعات	٣٤.٦	٢	١٧.٣٠	٠.٦٨	٠.٥٠٩
	داخل مجموعات	٣٣١٦.٣	١٣٠	٢٥.٥١		

* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)، ** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يتضح من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول أي محور من محاور الاستبانة ترجع لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية، أي أنه لا يوجد تأثير لمتغير الحالة الاجتماعية على أي محور من محاور الاستبانة.

٢- الفروق حول محاور الاستبانة والتي ترجع لاختلاف متغير التخصص:

جدول (٢٦)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One –way ANOVA) للفروق في استجابات أفراد العينة حول محاور الاستبانة والتي ترجع لاختلاف متغير التخصص

المحور	مصدر التباين	مجموع درجات	درجات	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
المحور الأول: دور وسائل الإعلام الجديد في مساعدة المرأة	بين المجموعات	١٢٦.٩	٢	٦٣.٤٤	٢.٤٨	٠.٠٨٨

المحور	مصدر التباين	مجموع درجات	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
ف على قضاياها وحقوقها	داخل مجموعات	٣٣٢٥.٩	٢٥.٥٨		
المحور الثاني: طريقة معالجة وسائل الإعلام الجديد لقضايا سعودية	بين المجموعات	٤٧.٥	٢٣.٧٧	١.٠٨	٠.٣٤٤
	داخل مجموعات	٢٨٧٤.٥	٢٢.١١		
المحور الثالث: دور الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات الخاصة بمعالجة قضايا المرأة	بين المجموعات	٦١.٤	٣٠.٧١	١.٩٤	٠.١٤٨
	داخل مجموعات	٢٠٦١.٢	١٥.٨٦		
المحور الرابع: دور الإعلام الجديد في تشجيع المرأة على تنمية الفاعلة	بين المجموعات	١١٦.١	٥٨.٠٧	٢.٣٣	٠.١٠١
	داخل مجموعات	٣٢٣٤.٨	٢٤.٨٨		

* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)، ** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠١)

يتضح من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول أي محور من محاور الاستبانة ترجع لاختلاف متغير التخصص، أي أنه لا يوجد تأثير لمتغير التخصص على أي محور من محاور الاستبانة.

تاسعاً : مناقشة النتائج :

سوف يتم مناقشة النتائج على ثلاثة مستويات :-

- المستوى الأول : مقارنة النتائج بما توصلت اليه الدراسات السابقة.
- المستوى الثاني: مناقشة نتائج الدراسة من منظور التمكين في الخدمة الاجتماعية.
- المستوى الثالث :تفسير النتائج في ضوء مبادئ نظرية الاعلام التنموي.

أولاً:- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

أبرزت الدراسة العديد من النتائج التي يمكن مناقشتها ومقارنتها بما توصلت إليه الدراسات السابقة على النحو التالي:

١- أظهرت نتائج الدراسة اهتمام ومتابعة أفراد العينة من طالبات الدراسات العليا لوسائل الإعلام الجديد وذلك بنسبة مرتفعة بلغت ٨١.٢٠ % ، وتتفق تلك النتيجة مع ما توصلت له دراسة (حارص، ٢٠٠٩) من أن أبناء الأسر السعودية في المراحل الثانوية والجامعية هم الأكثر مشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي، وأن فئة الشباب الجامعي هي الأكثر ارتباطاً بالشبكة. كما تؤكد هذه النتيجة العديد من الدراسات التي تشير إلى أن الفئة الأكثر استخداماً وتفاعلاً مع وسائل الإعلام الجديدة هي فئة الشباب لما تتسم به مرحلة الشباب من البحث عن كل جديد والمعرفة الواسعة بتكنولوجيا العصر.

٢- أشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من نصف العينة (٥٧.١٤ %) أحياناً ما يتابعن قضايا المرأة السعودية عبر وسائل الإعلام الجديد، وأن نسبة (٣٣.٨٣ %) يتابعنها دائماً، بينما (٩.٠٢ %) نادراً ما يتابعنها عبر تلك الوسائل، ولعل ذلك يرجع إلى أن متابعة قضايا بعينها تأتي في مراتب متأخرة نوعاً ما من دوافع استخدام المرأة السعودية لوسائل الإعلام الجديد، حيث تتقدم

عليها دوافع أخرى مثل البحث عن المعلومات والاطلاع والانفتاح على ثقافات مختلفة والتسليية والترفيه كما أشارت لذلك دراسة (البلوي، ٢٠٠٩) أو دافع الحصول على معلومات في مجال محدد مثل المجال الصحي كما أشارت لذلك دراسات (العربي، ٢٠١١)، (الشلهوب، ٢٠١٣)، (أبو طالب، ٢٠١٣)، (الخطاف، ٢٠١٤).

٣- وتتفق ما توصلت له الدراسة، من تصدر مواقع التواصل الاجتماعي قائمة أهم وسائل الاعلام الجديد التي حظيت بمتابعة أفراد العينة بشكل مستمر، مع ما توصلت له العديد من الدراسات حول أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة أعداد مستخدميها بشكل ملحوظ سواء على المستوى العالمي أو الاقليمي أو المحلي، كما اتفقت تلك النتيجة مع ما توصلت له دراسة (المالكي، ٢٠١٢) من أن أكثر من (٧٥%) من أفراد العينة (طالبات جامعة الملك سعود) يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي للحوار.

٤- كما تتفق ما أظهرته النتائج، حول تصدر مواقع التواصل الاجتماعي قائمة وسائل الاعلام الجديد من حيث متابعة أفراد العينة لقضايا المرأة السعودية من خلالها، مع ما توصلت له دراسة (المالكي، ٢٠١٢) أيضاً، بينما تتقدم المدونات للمرتبة الثانية بعد مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لطبيعة المدونات الالكترونية والتي يخصصها أصحابها- في الأغلب- لمناقشة الموضوعات الجادة، كما أن الكثير من الناشطين والناشطات في المجالات المختلفة لديهم مدونات ينشرون فيها آرائهم، ويتفاعلون من خلالها مع الجمهور، وجاءت المنتديات في المرتبة الثالثة وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (البلوي، ٢٠٠٩)، والتي أشارت إلى أن دوافع استخدام المرأة السعودية للاتصال التفاعلي عبر المنتديات الالكترونية كان البحث عن المعلومات، ثم الاطلاع والانفتاح على الثقافات المختلفة.

٥- وتتفق استجابات أفراد العينة حول دور وسائل الإعلام الجديد في مساعدة المرأة السعودية للتعرف على قضاياها وحقوقها مع العديد من نتائج الدراسات التي أشارت إلى إيجابيات وسائل الاعلام الجديد، فقد أوضحت (الذيب، ٢٠١٤) في نتائج دراستها أن أفراد العينة من طالبات جامعة الملك سعود أشرن إلى عدة إيجابيات لتلك الوسائل وهي: أنها تساعد على الانفتاح على العالم الخارجي، والاستفادة من الخبرات ونشر المعرفة في الوطن العربي، وهو ما يتوافق مع درجة موافقة أفراد عينة الدراسة الحالية على الدور الايجابي لوسائل الاعلام الجديد في تعريف المرأة السعودية بقضاياها و حقوقها، حيث تمثل هذا الدور في التشجيع على تبادل المعارف والأفكار حول قضايا المرأة المختلفة، والتعرف على أوضاع المرأة السعودية، و الاسهام في تنمية وعي المرأة بالخدمات الاجتماعية، وتمكين المرأة من معرفة حقوقها بشكل عام كما اتفقت مع نتائج دراسة الغامدي (٢٠١٢) التي أشارت الى الاتجاهات الايجابية لدى المجتمع السعودي نحو مشاركة المرأة السعودية في كل المجالات ، ودراسة الفايز(٢٠١١) ودراسة الطريف (٢٠١٤) أشارت ان من المعوقات الذاتية التي تحول دون تمكين المرأة في سوق العمل جهلها بحقوقها وتدني وعيها بدورها التنموي وعدم قدرتها على اتخاذ قرار التحاقها ببعض الاعمال وعليه فقد قامت وسائل الاعلام الجديد بتنمية هذا الوعي لدى المرأة

٦- كذلك تتفق نتائج الدراسة الخاصة بدرجة موافقة أفراد العينة على الجانب الايجابي في معالجة وسائل الاعلام الجديد لقضايا المرأة السعودية مع ما توصلت له دراسة (العتيبي، ٢٠١١) والتي أشارت إلى أن أهم الآثار الايجابية لاستخدام شبكة فيس بوك كانت رفع المستوى الثقافي، وزيادة التحصيل العلمي، وصقل المواهب، و ايجاد مساحة من حرية التعبير،

٧- وفي إطار تقييم أفراد العينة لدور وسائل الإعلام الجديد في مناقشة المبادرات والمقترحات المتعلقة بمناقشة قضايا المرأة، أكدت نتائج الدراسة على أن تلك الوسائل الجديدة مكنت المرأة من المشاركة برأيها وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (العتيبي، ٢٠١١) والتي أشارت إلى أن (فيس بوك)- كأحد أشكال وسائل الاعلام الجديد- أوجد مساحة من الحرية للتعبير عن الرأي. كما أشارت نتائج الدراسة الحالية إلى أن وسائل الاعلام الجديدة شجعت المرأة على زيادة التفاعل

والمشاركة في حل قضاياها، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (البلوي، ٢٠٠٩) والتي أشارت إلى وجود اتجاه ايجابي لدى المرأة السعودية نحو الاتصال التفاعلي عبر آليات الاعلام الجديد ، كما اتفقت مع نتائج دراسة المزروعى (٢٠١٢) أن المرأة الخليجية الحضرية أصبحت على أدراك تام بوعيها الثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي وبدأت الاهتمام بالمشاركة الفعلية في المجتمع .

٨- أبرزت نتائج الدراسة أن توفير وسائل الإعلام الجديد لاستشارات مجانية لحل المشكلات الاجتماعية جاءت في مقدمة الجوانب الايجابية لدور تلك الوسائل في تشجيع المرأة على المشاركة الاجتماعية الفعالة من وجهة نظر أفراد العينة، وتلا ذلك توفير مساحة لا محدودة للتعبير عن مشكلاتها، وهو ما يتوافق مع نتائج عدة دراسات- مع اختلاف مجال القضايا- ومنها دراسة (الخطاف ٢٠١٤) والتي أشارت إلى أن وسائل الاعلام الجديد أسهمت في زيادة الوعي الصحي لدى المرأة من خلال المعلومات التي تحصل عليها من خلالها، وأيضاً مع دراسة (الشلهوب، ٢٠١٣) والتي أكدت نتائجها على اعتماد الجمهور بشكل أساسي على الانترنت في الحصول على المعلومات عن مرض السكري، وكذلك دراسة (العربي، ٢٠١١) والتي أشارت إلى أن الانترنت كوسيلة إعلامية احتلت مكانة متقدمة لدى جمهور الشباب في نشر الوعي الصحي.

ثانياً:- مناقشة نتائج الدراسة في منظور التمكين في الخدمة الاجتماعية :

بالنظر الى اليات تمكين المرأة في الخدمة الاجتماعية نجد انها تتمثل في بناء الوعي بالذات وبناء الثقة ، بناء قدرات النساء ، بناء القاعدة المعرفية ، بناء اتجاهات واضحة محددة ، من مجموعته من مجالات التمكين وهو ما قد تسهم به وسائل الاعلام الجديد حيث اسفرت النتائج ما يلي :

- مجالات تمكين المرأة السعودية :

- تمكين معرفي :

شكلت وسائل الاعلام الجديد مصدراً للتمكين المعرفي للمرأة السعودية حيث انها شجعت على تبادل المعارف والافكار حول قضايا المرأة المختلفة والتعرف على أوضاع المرأة السعودية، كما ساهمت في تنمية وعي المرأة بالخدمات المجتمعية المتاحة لها ويساعدها على الالتحاق بالقنوات التعليمية المتعددة .

- تمكين اجتماعي:

مكن وسائل الاعلام الجديد المرأة من المشاركة برايتها وشجعته على زيادة التفاعل كما ساهمت في نشر الحملات ذات العلاقة بتنمية المرأة واتاحت قدر من الحرية لمناقشة كافة المقترحات والمبادرات لتحسين أحوال المرأة واتاحت لها الفرص لتنمية ذاتها ووفرت لها استشارات مجانية في مشكلاتها الاجتماعية، إلا أنها قد تؤدي الى رفض المرأة لواقعها .

- تمكين نفسي:

سلطت وسائل الاعلام الجديد الضوء على مشكلات العنف والايذاء الذي قد تتعرض لها المرأة ووفر لها قنوات اتصالية للإبلاغ عن أي أذى قد تتعرض له كما وفر لها مساحة لا محدودة للتعبير عن مشكلاتها ، مع ابراز شخصيات نسائية فاعلة داخل المجتمع .

- تمكين اقتصادي :

تسلط وسائل الاعلام الجديد الضوء على مشكلات البطالة والفقر التي تعاني منها بعض النساء في المجتمع كما تساعد المرأة في الالتحاق بمجالات العمل التي تناسبها

- تمكين في الحقوق والتشريعات :

ساهم الاعلام الجديد في تمكين المرأة من معرفة حقوقها بشكل عام ومن الاطلاع على كافة الآراء حول قضاياها الحقوقية، الا أن ما يتم عرضه من معلومات عن قضايا حقوق المرأة تعتبر غير كافية من وجهة نظر الطالبات ولم تسهم بشكل كبير في اصدار قوانين وأنظمة تشريعية لصالح أحد حقوق المرأة أو نشر الوعي بقوانين وأنظمة الاحوال المدنية .

- تمكين صحي

تقدم وسائل الاعلام الجديد استشارات مجانية في المجالات الصحية.

هذا وقد رات الطالبات ان وسائل الاعلام الجديد تستثير الرأي العام نحو قضايا المرأة دون وضع حلول لأنها تعتمد على آراء العامة في معظم الاحيان كما يعاب عليها طرح جانب واحد من القضية وليس كافة جوانبها بالإضافة الى انها تطرح قضاياها في اطار الصراع مع الرجل ، و تدعم مشاركة المرأة في قضايا محددة . ويؤكد ذلك الحاجة الى المؤسسات المجتمعية الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني التي تدعم وتساند وسائل الاعلام الجديدة في دورها لتمكين المرأة لما لهذه المؤسسات من قدرة لإشباع مختلف حاجات المرأة والتأثير على السياسات والقوانين لكي تعمل لصالحها .

ونظراً لان التمكين يعد واحداً من أهم الاهداف التي تسعى الخدمة الاجتماعية الى تحقيقها ويمكن للأخصائي الاجتماعي في كافة المؤسسات التي يعمل بها وتخدم المرأة القيام بمجموعه من الاليات لتمكين المرأة من اداء أدوارها التنموية مستعيناً في ذلك بوسائل الاعلام الجديد مثل :

- اليات تستهدف بناء وعي المرأة :

حيث يمكن من خلال وسائل الاعلام الجديد بناء الوعي الحقوقي لدي المرأة بمختلف أوضاعها الاجتماعية والوعي بألوية احتياجاتها ومتطلبات تغيير أوضاعها الى الافضل وتقديم المساندة للمطالبة بحقوقها .

- اليات تسهم في بناء قدرات المرأة :

من خلال مجموعه التدخلات المنظمة والمخططة التي تهدف الى بناء وتنمية مهارات المرأة لكي تستطيع اداء أدوارها التنموية ويتم ذلك من خلال (التعليم، التثقيف، التوعية، توفير المعلومات، التأهيل، التدريب، تسهيل التواصل مع المؤسسات ذات الصلة بتنمية قدرات المرأة) .

- اليات ترتبط ببناء قاعدة معرفية :

من خلال بناء قاعدة تتضمن مجموعه من المعارف والمعلومات والدراسات في مجال المرأة يمكن من خلالها التعرف على حجم مشكلات المرأة وقضاياها وطرح الطرق العلمية لمعالجتها .

ثانياً:- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء مبادئ نظرية الإعلام التنموي :

لمناقشة ما أسفرت عنه نتائج الدراسة في ضوء نظرية الإعلام التنموي يتحتم الاجابة على تساؤل رئيس مفاده (هل استطاعت وسائل الإعلام الجديد أن تحقق مبادئ النظرية التنموية في المجتمع

السعودي في إطار الاسهام في تمكين المرأة السعودية من أداء أدوارها التنموية من وجهة نظر طالبات الدراسات العليا في حقل الاعلام و الاجتماع؟

يتضح من خلال مراجعة النتائج العامة للدراسة أن الطالبات أبدن تأييداً واضحاً لدور وسائل الاعلام الجديد في الاسهام في تمكين المرأة السعودية من أداء أدوارها التنموية وذلك على النحو التالي:

- شكلت وسائل الإعلام الجديدة مصدراً أساسياً وخصباً للمعلومات في مختلف المجالات ونشر المعرفة والتواصل مع الآخرين والتعرف على ثقافات وتجارب ومختلفة وإبراز نماذج نسائية متميزة وتنمية الوعي في العديد من المجالات - خصوصاً المجال الصحي- وهذا يشير إلى أن تلك الوسائل تسهم في تحقيق الهدف الأول من مبادئ النظرية التنموية والمتمثل في " أن وسائل الإعلام يجب ان تعمل في إطار الأهداف التنموية وسياساتها.

- رفعت وسائل الإعلام الجديدة سقف الحرية بشكل واضح- خصوصاً- في مناقشة العديد من القضايا المهمة والحساسية الخاصة بالمرأة مثل قضايا العنف الأسري، وعمل المرأة، والفقر وانخفاض الدخل، وهي تلك القضايا التي جاءت في المراتب الثلاث الأولى في قائمة اهتمامات عينة الدراسة بقضايا المرأة السعودية في الاعلام الجديد، كما أنها مثلت ساحة للحوار وتبادل الآراء دون عقبات، وأتاحت الفرصة للأصوات المهمشة في المجتمع من أن تعلن عن هويتها وتعرض قضاياها وهو ما ينطبق على المرأة العربية بشكل عام وليس السعودية فقط، مما يسهم في تنمية حقيقية لكافة فئات المجتمع وهو ما يتوافق مع المبدأ الثاني من مبادئ نظرية الاعلام والتنموي والذي ينص على "أن حرية وسائل الإعلام تظل مرهونة بالأولويات الاقتصادية والحاجات التنموية".

وعلى الجانب الآخر وفي ظل الدور المتزايد الذي تضطلع به وسائل الإعلام الجديد، وتتطلع له المجتمعات -لاسيما - المجتمعات النامية، فقد أبدت عينة الدراسة عدداً من المقترحات المهمة التي تدل على وعي الطالبات بالدور التنموي لتلك الوسائل للمساعدة في تمكين وتفعيل أدوار المرأة السعودية داخل مجتمعها، و من أهم ما جاء من مقترحات لأفراد العينة ويتوافق إلى حد كبير مع مبادئ الإعلام التنموي ما يلي:

- أهمية تأكيد هذه الوسائل على الانتماء للمجتمع وهو ما يتوافق مع مبدأ نظرية الاعلام التنموي الخاص بأنه " يجب أن تعطي وسائل الإعلام الاهتمام في محتواها باللغة والثقافة الوطنية".

- زيادة نشر الوعي بقضايا المرأة والتوعية بحقوقها والارتقاء بالإعلام الهادف لحل مشكلاتها، وطرح حلول واقعية لمشكلات المرأة من المسؤولين، وهو ما يتوافق مع مبدأ نظرية الاعلام التنموي الخاص بأنه " يجب إعطاء الأولويات في التغطية الاخبارية والمعلومات إلى الدول النامية الأخرى التي ترتبط بالدولة جغرافياً أو ثقافياً أو سياسياً.

- مناقشة قضايا ومشكلات المرأة على أرض الواقع في جو من الشفافية والموضوعية، وفتح قنوات تواصل الكتروني فعالة لطرح وتناول قضايا المرأة، وهو ما يتلاءم مع مبدأ النظرية التنموية الخاص بأن (حرية الصحفيين والعاملين في وسائل الإعلام تكون مرهونة بمسئولياتهم في جمع المعلومات ونشرها.

مما سبق يمكن أن نستخلص من خلال وجهة نظر وتقييم أفراد العينة لدور وسائل الإعلام الجديد في الاسهام في تمكين المرأة السعودية من أداء أدوارها التنموية، أن تلك الوسائل تقوم بهذا الدور بشكل واضح داخل المجتمع السعودي سواء على مستوى تنمية المعرفة أو الاتجاه أو السلوك الفعلي، وإن كان هذا الدور بحاجة إلى المزيد من التطور وهو ما عبر عنه أفراد العينة في مقترحاتهن لتحسين أداء تلك الوسائل على المدى الطويل.

المراجع :

- إبراهيم، ريم عبد المحسن (٢٠١٣) . دور الجمعيات الخيرية في تمكين المرأة المعيلة اجتماعياً واقتصادياً. رسالة ماجستير. الرياض: جامعة الملك سعود.
- ابن جليلي،رياض (٢٠١١) تمكين المرأة من أجل التنمية ،مجلة جسر التنمية ، الكويت ، مج ١٠ ، ع٩٩٤، ص ص٩:٢.
- أبو طالب، زينب مثنى (٢٠١٣) .شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي. دراسة منشورة في المجلة العربية للإعلام والاتصال العدد٩. الرياض. ص٩٥
- أزروال، يوسف (٢٠١٠)،الإعلام الجديد ودوره في الحراك الديمقراطي العربي- شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً، @
- http://www.bchaib.net/mas/index.php?option=com_content&view=article&id
- بخاري، عبلة عبد الحميد (٢٠١٢). التمكين الاقتصادي للمرأة السعودية وأثره على النمو الاقتصادي خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠١٢) ، مجلة البحوث الادارية ، مصر، مج(٣٠) ع(٣)،٩٠:١٤٦.
- البلوي، مريم (٢٠٠٩). اتجاهات المرأة السعودية نحو الاتصال التفاعلي عبر المنتديات الالكترونية على شبكة الانترنت. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية. كلية الدعوة والإعلام. قسم الإعلام.
- حارص، صابر.(٢٠٠٩). علاقة الأسرة السعودية بالمجتمعات الافتراضية خلال العقد الأول من استخدامها للإنترنت (١٩٩٩-٢٠٠٩). المجلة المصرية لبحوث الإعلام. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد ٣٤. يوليو- أكتوبر ٢٠٠٩. ص ص (٦٣١-٦٩٤)
- الأحمري، على.٢٠١١. أغراض استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي. رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية. كلية العلوم الاجتماعية. قسم علم الاجتماع.
- الخريجي، فهد (٢٠١٠). استخدامات طلاب قسم الإعلام في جامعة الملك سعود لشبكة الانترنت والاشباعات المتحققة. مجلة كلية الآداب. جامعة الملك سعود. المجلد ٢٢. العدد ١. ص ص(٤٥-٩٥)
- الخريجي، فهد (٢٠١٠). وسائل الاتصال الحديثة والاعتزاز الاجتماعي في المجتمع السعودي. دراسة منشورة. جامعة الملك سعود. مركز بحوث كلية الآداب. قسم الإعلام.
- الخطاف، إيمان محمد سليمان (٢٠١٤). اعتماد المرأة السعودية في المنطقة الشرقية على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات الصحية: دراسة مسحية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك سعود. كلية الآداب.
- الذيب، أسماء سعد (٢٠١٤). اتجاهات طالبات جامعة الملك سعود نحو شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك سعود. كلية الآداب. قسم الإعلام.
- سليمان، حسين حسن وعبد المجيد هشام سيد والبحر منى جمعه (٢٠٠٥).الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية مع الفرد والأسرة ، بيروت ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

- سليم، حنان احمد.(٢٠١١). اثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو احداث الثورة المصرية. المجلة المصرية لبحوث الاعلام. جامعة القاهرة. كلية الاعلام. العدد ٣٨. يولييه -ديسمبر ٢٠١١. ص ص (٣١٧-٣٤٤).
- شحاته، حسن وخضر، محسن (٢٠٠٧). السياق الفلسفي والمجتمعي لمفهوم تمكين المرأة، المؤتمر السنوي الرابع، محو أميه المرأة العربية مشكلات وحلول، ص ص ٧٥٨-٧٦٧.
- شفيق، حسنين (٢٠١١)، الإعلام الجديد: الاعلام البديل: تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، القاهرة، دار فكر وفن.
- الشلهوب، عبد الملك عبد العزيز (٢٠١٣). دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين حول مرض السكري. المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ١٠. الرياض. ص ١١ - الطريف، غادة (٢٠١٤). معوقات تمكين المرأة السعودية في سوق العمل، مجلة مستقبل التربية العربية، مصر، مج ٢١، ع ٨٨، ص ص ٩٩-١.
- عبدة، هاني خميس (٢٠١١). حقوق الانسان والمرأة- تحليل خطاب التمييز والتمكين كما تعكسه المدونات، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة الاسكندرية، ص ٦٩٩-٧٥٧
- عباس، مصطفى صادق، (٢٠٠٨)، الاعلام الجديد" المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، دار الشروق، الأردن.
- عبد اللاه، عزة عبد العزيز(٢٠١١). العوامل المؤثرة في تعامل الفتاة العربية مع الانترنت : دراسة سوسيو- اعلامية مقارنة بين الفتيات المصريات والسعوديات. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد ٣٧. يناير - يونيه ٢٠١١. ص ص (٧٥-١٢٠)
- العتيبي، جراح فرس.(٢٠١١). استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية لشبكة فيس بوك. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك سعود. كلية الآداب. قسم الاعلام.
- العتيبي، منيرة عبدالله (٢٠٠٦) اتجاهات بعض السعوديات نحو مشاركة المرأة في مجلس الشورى السعودي. رسالة ماجستير. الرياض: جامعة الملك سعود .
- العربي. عثمان محمد (٢٠١١). استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانة والتغذية والنشاط البدني. دراسة مقدمة إلى ندوة الإعلام الصحي . قسم الإعلام. كلية الآداب. جامعة الملك سعود في الفترة من ١٤-١٥ مايو . الرياض.
- الغامدي، أمل سعيد (٢٠١٢) المشاركة المجتمعية للمرأة السعودية (دراسة اجتماعية عن اتجاهات المجتمع السعودي نحو المشاركة المجتمعية للمرأة - مدينة الرياض أنموذجاً). رسالة ماجستير. اليمن: جامعة عدن.
- الفايز، ميسون على (٢٠١١).الموارد البشرية النسائية السعودية - نحو أطار استراتيجي لرؤية مستقبلية للمملكة،مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية، مصر، ع(٣١)،ح(٢)،ص ص٥٥٨-٦١٦.
- القرني، على بن شويل، (٢٠١١)، الاعلام الجديد : من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن، جامعة الملك سعود، الرياض.
- المالكي، تغريد. (٢٠١٢) . دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأكيد على بعض قيم الحوار لدى طالبات جامعة الملك سعود. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك سعود. كلية التربية. قسم السياسات التربوية.
- المزروعى، هنا حمد (٢٠١٢) المشاركة الاجتماعية للمرأة الخليجية الحضرية في عملية التنمية - دراسة مقارنة لدور المرأة في مدينتي أبو ظبي والدوحة. مصر: كلية الآداب. جامعة عين شمس .
- المنتشري، فاتن. (٢٠١٢). استخدامات الشباب السعودي لموقع يوتيوب والاشباعات المتحققة منها. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك سعود. كلية الآداب. قسم الإعلام.
- المعجم الوجيز(٢٠٠٠).مجمع اللغة العربية، جمهورية مصر العربية.

- نيازى، عبد المجيد طاش(٢٠٠٠).مصطلحات ومفاهيم انجليزية في الخدمة الاجتماعية، الرياض، مكتبه العبيكان.

-الكنهل،عبد الرحمن(٢٠١٠)، ما هو الاعلام الجديد، @
<http://www.aalkanhal.com/?p=394>

-كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار السابع من سلسلة دراسات مستمرة، وعنيت في هذا البحث، الصادر في شهر فبراير - شباط ٢٠١٧ بـ الإعلام الاجتماعي العربي
-وزارة التخطيط والاقتصاد السعودي :خطة التنمية التاسعة (٢٠٠٩-٢٠١٤).الرياض،وزارة الاقتصاد والتخطيط .
المراجع الاجنبية :

- Guenard, Robert; Katz, Judith; Bruno, Samantha; Lipa, Marty(2013).
Enabling a New Way of Working through Inclusion, and Social Media: A
Case Study, Academic Journal, Vol. 45 Issue 4, p9-16.

- J. Lord, P. Hutchison(1993). the Process of Empowerment :Implications
of Theory and Practice (Canadian Journal of Community Mental Health, Spring) .

-Malcom Payne(1995). Social Work and Community Care, ,London
Macmillan Prss.

-W.Daved Laresson(1995). Community Development ,in Encyclopedia of
Social Work, New york ,NASW.

ملحق رقم (١)

قائمة المحكمين مرتبه اجدياً

م	الاسم	الدرجة العلمية	التخصص	مكان العمل
١	حنان سليم	استاذ مشارك	اعلام	جامعة الملك سعود
٢	خوله السبتي	أستاذ مساعد	خدمة اجتماعية	جامعة الملك سعود
٣	سامية بكري	استاذ مشارك	علم نفس	جامعة الملك سعود
٤	محمد حسام الدين	استاذ مشارك	اعلام	جامعة القاهرة
٥	مجيدة الناجم	أستاذ مشارك	خدمة اجتماعية	جامعة الملك سعود
٦	نجوي كامل	استاذ	اعلام	جامعه القاهرة
٧	هيا الشبيب	استاذ مساعد	اجتماع	جامعة الملك سعود