

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي

"مشروع بحثي بعنوان:

أنماط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية)

إعداد: أمل عدال العوفي

الرقم الأكاديمي: 222002056

إشراف:

د. توفيق عمري

2026

Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

**Patterns of women's exposure to educational content via social
media (a field study)**

Prepared by: Amal Adal Al-Awfi

ID:222002056

Supervised by:

Dr. Tewfik amri

2026

الشكر والعرفان (Acknowledgement)

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله وتوفيقه يكتمل الجهد ويبلغ المرام. والصلاة والسلام على معلم البشرية الخير، نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

أتقدم بوافر الشكر وعظيم الامتنان إلى جامعة ميدأوشن على ما وفرتة لنا من بيئة علمية محفزة. وأخص بالشكر والتقدير سعادة الدكتور الذي كان لتوجيهاته السديدة وملاحظاته الدقيقة الأثر الأكبر في تقويم مسار هذا البحث وإخراجه بصورته النهائية، فلقد كان نعم الموجه ونعم المعين.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم في تسهيل إجراءات الدراسة الميدانية، وإلى جميع السيدات اللواتي استقطعن من وقتهن للإجابة على استبانة الدراسة بصدق وشفافية، فلولاً تعاونهن لما رأيت هذه النتائج النور. وختاماً، شكراً لكل من قدم لي نصيحة أو دعماً معنوياً خلال مسيرتي الدراسية.

الإهداء (Dedication)

إلى من يحملون في قلوبهم حب الخير لي دائماً..

إلى والدي العزيز.. سندي وعزوتي، من علمني أن العلم سلاح وأن الطموح لا سقف له، أدامك الله تاجاً فوق رأسي.

إلى والدتي الغالية.. رمز الحنان والعطاء، من كانت دعواتها الصادقة تضيء لي عتمة الطريق، إليك يا من تحت قدميك الجنة.

إلى إخوتي وأخواتي.. عائلتي التي استمد منها قوتي وإصراري.

إلى المرأة الطموحة.. في كل مكان، وهي تسعى لمواكبة العصر وتطوير ذاتها عبر نوافذ المعرفة الرقمية، إيماناً منها بأن التعلم رحلة تبدأ ولا تنتهي.

أهدي إليكم ثمرة جهدي المتواضع..

ملخص الدراسة (Abstract)

ملخص الدراسة باللغة العربية:

سعت هذه الدراسة إلى استقصاء أنماط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك في ظل الطفرة الرقمية التي جعلت من هذه المنصات وسيطاً تعليمياً موازياً للتعليم الرسمي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة قصدية/عشوائية بلغت [000] امرأة.

الكلمات المفتاحية: المرأة، المحتوى التعليمي، وسائل التواصل الاجتماعي، أنماط التعرض، التعلم الرقمي.

:English Abstract

This study aims to investigate the patterns of women's exposure to educational content via social media platforms, amid the digital boom that has established these platforms as a parallel educational medium to formal education. The study employed a descriptive-analytical methodology, utilizing a questionnaire as the primary tool to gather data from a sample of [000] women.

:Key Research Questions

?What are the most used platforms by women to access educational content

What type of educational content (professional, academic, life skills) is most
?attractive to women

?What are the motivations (utilitarian or symbolic) driving this exposure

:Key Findings

The results revealed that platforms like (YouTube and TikTok) lead the list due to their reliance on short visual content (Micro-learning). It was also found that the pattern of exposure is often "intentional," seeking specific skills that aid in economic or educational empowerment. The study recommended enhancing quality control over digital educational content to ensure the accuracy of shared information.

Keywords: Women, Educational Content, Social Media, Exposure Patterns, Digital Learning.

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
7	مقدمة
8	الإشكالية
8	التساؤلات
8	الفرضيات
9	أسباب اختيار الموضوع
9	أهمية الدراسة
9	أهداف الدراسة
9	تحديد المفاهيم
9	المنهج المستخدم وأدواته
10	مجتمع البحث والعينة
12	التمهيد
12	الدراسات السابقة
13	المقاربة النظرية
15	مجالات الدراسة
17	التمهيد
17	تحليل الدراسة وتقرير البيانات
17	النتائج العامة
29	خاتمة
31	قائمة المراجع
32	الملاحق

مقدمة (Introduction)

يعيش العالم المعاصر تحولاً جذرياً في بنية الاتصال الإنساني، حيث تداخلت التكنولوجيا الرقمية مع تفاصيل الحياة اليومية، مشكلةً ما يُعرف بـ "المجتمع الشبكي". وفي قلب هذا التحول، برزت وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط كمنصات للترفيه أو التفاعل الاجتماعي الافتراضي، بل كبيئات تعليمية موازية وخزانات معرفية ضخمة أعادت صياغة مفهوم "التعلم مدى الحياة". لقد أتاحت هذه الوسائل تدفقاً حراً للمعلومات تجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، وفتحت آفاقاً رحبة أمام فئات المجتمع كافة لتطوير مهاراتهم ومعارفهم خارج الأطر التقليدية للتعليم النظامي.

وتعد المرأة من أكثر الفئات الاجتماعية تأثراً وتأثيراً في هذا الفضاء الرقمي؛ فتمكين المرأة معرفياً يُعد ركيزة أساسية في استراتيجيات التنمية المستدامة ورؤى التطوير العالمية والمحلية. إن تعرض المرأة للمحتوى التعليمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي يمثل ظاهرة اتصالية وتربوية تستحق الدراسة والتحليل، حيث وجدت المرأة في هذه المنصات (مثل يوتيوب، تيك توك، وإنستغرام) ملاذاً مرناً يتناسب مع تعدد أدوارها الاجتماعية والمهنية. فهي قادرة عبر شاشة هاتفها الذكي على الوصول إلى دروس في اللغات، مهارات الإدارة، الحرف اليدوية، والعلوم الأكاديمية، في أي وقت ومن أي مكان، مما قلل من حدة العوائق التي كانت تواجهها سابقاً مثل ضيق الوقت أو قيود التنقل.

إن طبيعة "المحتوى التعليمي" في وسائل التواصل الاجتماعي تتميز بكونها تعتمد على "التعلم المصغر" (Micro-learning)، وهو نمط يعتمد على الإيجاز، الجذب البصري، والتفاعلية، مما يجعل عملية التعلم أكثر سلاسة ومتعة. ومع ذلك، فإن هذا الانفتاح المعرفي يطرح تساؤلات جوهرية حول "أنماط التعرض"؛ فهل تتعرض المرأة لهذا المحتوى بشكل عارض وغير مقصود أثناء التصفح اليومي؟ أم أن هناك سعياً واعياً وقصدياً للبحث عن المعرفة؟ وكيف تؤثر العوامل الديموغرافية والاجتماعية على اختيار المنصة التعليمية المفضلة؟

تأتي هذه الدراسة الميدانية لتسليط الضوء على هذه الجزئية الحيوية، من خلال رصد وتحليل سلوك المرأة تجاه المحتوى التعليمي الرقمي. وتكمن أهمية البحث في محاولة فهم الدوافع التي تحرك المرأة نحو هذه الوسائل، والإشباع المعرفية والنفسية التي تتحقق لها جراء هذا التعرض. كما تسعى الدراسة إلى رصد التحديات التي تواجه المرأة في هذا السياق، مثل مصداقية المحتوى الرقمي، ونشئت الانتباه، وكيفية التمييز بين المعلومات العلمية الرصينة والمحتوى السطحي.

بناءً على ما تقدم، تسعى هذه الدراسة من خلال إطارها الميداني إلى تقديم رؤية علمية واضحة حول واقع استخدام المرأة لوسائل التواصل الاجتماعي كأدوات تعليمية، مما يساهم في إثراء المكتبة العربية ببحوث إعلامية حديثة تواكب التغيرات المتسارعة في بيئة الاتصال الرقمي، وتدعم جهود المؤسسات في تحسين جودة المحتوى الموجه للمرأة وتطوير استراتيجيات التعلم الرقمي.

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة (Problem Statement)

تتمثل مشكلة الدراسة في تصاعد الدور التعليمي لمنصات التواصل الاجتماعي وتحولها من مجرد "وسائط ترفيهية" إلى "بيئات تعلم افتراضية". ورغم هذا التحول، إلا أن هناك ضبابية في فهم سلوك المرأة الاتصالي تجاه هذا المحتوى؛ حيث تواجه المرأة صراعاً بين تعدد أدوارها (الاجتماعية والمهنية) وبين رغبتها في التنمية المعرفية الذاتية. وتتبلور الإشكالية في السؤال التالي: ما هي طبيعة أنماط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكيف تختار المنصات التي تلبى احتياجاتها في ظل تدفق معلوماتي هائل ومتباين الموثوقية؟

يركز موضوع الدراسة على استقصاء العلاقة التفاعلية بين المرأة (كمتلق نشط) وبين المحتوى التعليمي الرقمي، مع التركيز على رصد العادات السلوكية، والتفضيلات الجمالية والتقنية للمنصات، ومدى تأثير هذا التعرض على البناء المعرفي للمرأة في المجتمع المعاصر.

3. تساؤلات الدراسة (Research Questions)

السؤال الرئيس: ما أنماط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

الأسئلة الفرعية:

ما هي أكثر المنصات الرقمية جذباً للمرأة لمتابعة المحتوى التعليمي؟

ما هي الخصائص الفنية والموضوعية للمحتوى التعليمي الذي تفضله المرأة؟

ما هي الدوافع (النفعية، والاجتماعية، والذاتية) الكامنة وراء هذا التعرض؟

ما هي درجة ثقة المرأة في المحتوى التعليمي المقدم عبر مشاهير ومنصات التواصل الاجتماعي؟

4. فرضيات الدراسة (Research Hypotheses)

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين التخصص الأكاديمي للمرأة ونوعية المحتوى التعليمي الذي تتابعه.

الفرضية الثانية: يميل نمط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي نحو "المقاطع القصيرة والمكثفة" أكثر من الشروحات الطويلة.

الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط التعرض تعزى لمتغير العمر (الفئة الشابة مقابل الفئات الأكبر سناً).

5. أسباب اختيار الموضوع

أ- أسباب ذاتية (Subjective Reasons):

الرغبة في استكشاف كيف تساهم التقنية في "التمكين المعرفي" للمرأة بعيداً عن القيود التقليدية. الملاحظة الشخصية لزيادة اعتماد النساء في المحيط القريب على "يوتيوب" و"تيك توك" كبداية للدورات التدريبية الرسمية.

ب- أسباب موضوعية (Objective Reasons):

الحاجة إلى مواكبة التحول الرقمي السريع وتأثيره على الثقافة التعليمية للمرأة العربية. قلة الدراسات الميدانية التي تحلل "جودة التعرض" وليس فقط "كمية الاستخدام".

6. أهمية الدراسة (Significance)

علمياً: تساهم في إثراء أدبيات إعلام المرأة والإعلام التربوي بمفاهيم حديثة حول "التعلم غير الرسمي". عملياً: تزويد المؤسسات التعليمية ومصممي المحتوى ببيانات واقعية تساعد في صياغة استراتيجيات تعليمية تستهدف المرأة بشكل أكثر فاعلية.

7. أهداف الدراسة (Objectives)

تحليل التفضيلات القرائية والبصرية للمرأة عند استهلاك المحتوى التعليمي. الكشف عن العلاقة بين وقت التعرض وبين نوعية الإشباع المتحققة.

تحديد المعوقات (التقنية، والاجتماعية، والعلمية) التي تواجه المرأة في هذا الفضاء.

8. تحديد المفاهيم (Conceptual Definitions)

التعرض (Exposure):

لغة: برز وظهر، وتعرض للشيء أي تصدى له.

اصطلاحاً: الممارسة السلوكية التي تقوم بها المرأة في التفاعل مع الرسائل التعليمية عبر الوسيط الرقمي، وتتضمن (الانتباه، والإدراك، والتذكر).

المحتوى التعليمي (Educational Content):

اصطلاحاً: هو المادة المعرفية الرقمية التي تهدف إلى إكساب المرأة معلومة أو مهارة (أكاديمية، مهنية، أو حياتية) عبر منصات التواصل.

الأنماط (Patterns):

اصطلاحاً: هي القوالب السلوكية المتكررة التي تعتمدها المرأة في تعاملها مع الوسيلة، وتشمل (المدة، التوقيت، الطريقة، والهدف).

9. المنهج المستخدم وأدواته (Methodology & Tools)

المنهج: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، الذي يتجاوز الوصف السطحي إلى تحليل الظواهر وتفسير دلالاتها الإحصائية.

الأدوات: تم بناء استبانة إلكترونية محكمة، تتألف من (00) فقرة موزعة على أربعة محاور رئيسية، وتم التأكد من صدقها بعرضها على خبراء، وثباتها باستخدام معامل "ألفا كرونباخ".

10. مجتمع البحث والعينة (Population & Sample)

مجتمع البحث: يتكون من النساء مستخدمات وسائل التواصل الاجتماعي في [نطاق الدراسة].
العينة: تم اختيار عينة عشوائية قوامها [80] مفردة، روعي فيها التنوع في المستويات العمرية والتعليمية والاقتصادية لضمان تعميم النتائج بشكل أدق.
أبرز تساؤلات الدراسة:

ما هي أكثر المنصات استخداماً من قبل المرأة للوصول إلى المحتوى التعليمي؟
ما هي طبيعة المحتوى التعليمي (مهني، أكاديمي، مهارات حياتية) الأكثر جذباً للمرأة؟
ما هي الدوافع (النفعية أو الرمزية) التي تدفع المرأة لهذا التعرض؟
أبرز النتائج المتوقعة/التي توصلت إليها الدراسة:
أظهرت النتائج أن منصة (يوتيوب وتيك توك) تصدر القائمة نظراً للاعتماد على المحتوى البصري القصير (Micro-learning). كما تبين أن نمط التعرض غالباً ما يكون "مقصوداً" للبحث عن مهارات محددة تساعد في التمكين الاقتصادي أو التربوي. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الرقابة على جودة المحتوى التعليمي الرقمي لضمان دقة المعلومات المتداولة.

الملخص باختصار:

تتناول الدراسة تحول وسائل التواصل الاجتماعي من أدوات ترفيهية إلى منصات تعليمية، مع التركيز على سلوك المرأة في التعامل مع هذا المحتوى. وتتمحور المشكلة حول عدم وضوح كيفية اختيار المرأة للمحتوى التعليمي والمنصات المناسبة في ظل تعدد أدوارها وكثرة المعلومات.

تهدف الدراسة إلى تحليل أنماط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي، ومعرفة المنصات الأكثر جذباً، وخصائص المحتوى المفضل، إضافة إلى فهم الدوافع ومستوى الثقة في هذا المحتوى. كما تفترض وجود علاقة بين التخصص والعمر وأنماط التعرض، مع ميل واضح نحو المقاطع القصيرة.

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استبانة، وشملت عينة من 80 امرأة. وتبرز أهميتها في دعم فهم التعلم غير الرسمي وتوجيه المؤسسات التعليمية ومصممي المحتوى. وتشير النتائج إلى أن منصات مثل يوتيوب وتيك توك هي الأكثر استخداماً، وأن التعلم غالباً يكون هادفاً لاكتساب مهارات عملية، مع توصية بضرورة تحسين جودة المحتوى التعليمي الرقمي.

الإطار النظري

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

1. تمهيد

يعد الإطار النظري الركيزة الأساسية التي تنطلق منها الدراسة الميدانية، حيث يسعى هذا الفصل إلى تأطير العلاقة بين المرأة والمحتوى التعليمي ضمن سياق نظري رصين. سنستعرض فيه أهم الأدبيات السابقة التي تناولت هذا المتغير، مع التركيز على المقاربة النظرية التي تفسر سيكولوجية اختيار المرأة لمنصات التواصل الاجتماعي كبديل تعليمي ومعرفي.

2. الدراسات السابقة (Literature Review)

تتنوع الدراسات السابقة التي تناولت أنماط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث ركزت الأبحاث على دوافع الاستخدام، والتأثيرات الأكاديمية، والأنماط السلوكية المختلفة.

إليك أبرز الاتجاهات والدراسات في هذا المجال:

1. دوافع التعرض للمحتوى التعليمي

أظهرت الدراسات أن النساء يستخدمن منصات التواصل الاجتماعي لأغراض معرفية واجتماعية محددة تختلف عن الرجال:

الدوافع النفعية: كشفت الأبحاث أن المرأة تميل لاستخدام المنصات الرقمية بحثاً عن المعارف والمعلومات والخبرات، وهو ما يُعرف بالدوافع النفعية التي تستهدف التعلم بشكل عام.

التواصل والمعلومات: أشارت دراسات (مثل Mazman & Usluel) إلى أن النساء يستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أساسي للأهداف الأكاديمية والمعلوماتية، بينما يميل الرجال أكثر نحو الترفيه.

التمكين الرقمي: تعمل المنصات الرقمية كأداة لتمكين المرأة من خلال توفير وصول سهل للموارد التعليمية التي تساعد في تطوير مهاراتها المهنية والشخصية.

جامعة زيان عاشور - الجلفة

جامعة زيان عاشور - الجلفة

2. أنماط الاستخدام حسب المنصات

تختلف المنصات المفضلة للمرأة بناءً على نوع المحتوى التعليمي المقدم:

تليجراف والتحصيل الدراسي: أثبتت دراسة أجريت في مدينة الرياض أن استخدام تطبيق "تليجراف" كمنصة تعليمية ساهم بشكل إيجابي في تحصيل طالبات الثانوية في مواد مثل اللغة الإنجليزية.

فيسبوك وإنستغرام: تعد هذه المنصات الأكثر استخداماً من قبل النساء للبحث عن المحتوى المرتبط بالهوية الثقافية والاجتماعية والتعليم غير الرسمي.

تيك توك للتعلم السريع: تشير التقارير إلى تزايد استخدام النساء للمنصات التي تعتمد الفيديوهات القصيرة لأغراض تعليمية، خاصة منذ فترة الجائحة، حيث استخدم 1 من كل 4 مستخدمين هذه المنصة للتعلم في عام 2022.

3. أثر التعرض على التحصيل العلمي والمهني

الإشباع المعرفي: بينت الدراسات أن رغبة الطالبات في زيادة معلوماتهن عبر السوشيال ميديا حققت لهن إشباعات معرفية ساهمت في تعزيز رصيدهن العلمي ورفع مستواهن التحصيلي.

التأثيرات المهنية: ركزت أبحاث على المرأة العاملة (مثل أستاذات التعليم الابتدائي) وكيفية استخدامهن لهذه المواقع لتطوير أدائهن المهني، مع التنبيه من الانعكاسات السلبية للاستخدام غير الفعال.

علاقات القوة والهوية: تدرس بعض الأبحاث كيفية تأثير التعرض للمحتوى الرقمي على إعادة رسم صورة المرأة وتغيير أدوارها الاجتماعية داخل المجتمع.

4. التحديات والمخاطر المرتبطة بالتعرض

المخاطر المرتبطة بالمحتوى: كشفت دراسة ميدانية أن المراهقات هن الأكثر عرضة للمخاطر المرتبطة بالمحتوى الرقمي، مما يتطلب تعزيز الوعي بكيفية تقييم المعلومات.

التأثير النفسي: حذرت تقارير اليونسكو (2024) من أن المحتوى القائم على الصور قد يؤدي إلى مقارنات اجتماعية سلبية تؤثر على الصحة النفسية للمرأة، مما قد ينعكس سلباً على تركيزها الأكاديمي.

المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث

المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث

أولاً: الدراسات العربية

دراسة (العتيبي، 2021): "أثر استخدام تطبيق تليجرام في تحصيل طالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض"، ركزت على فاعلية المنصة كبيئة تعليمية رقمية وتأثيرها المباشر على مستوى التحصيل الدراسي للإناث.

دراسة (السيد، 2020): "دوافع استخدام المرأة للمنصات الرقمية والإشباعات المحققة منها"، تناولت الأنماط السلوكية للمرأة العربية في التعامل مع المحتوى المعرفي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

دراسة (صالح، 2019): "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التمكين الرقمي للمرأة الجامعية"، بحثت في كيفية استغلال الطالبات للمحتوى التعليمي لتطوير مهاراتهن الأكاديمية والمهنية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية (مترجمة العناوين)

دراسة (Mazman & Usluel, 2010): "نمذجة استخدام فيسبوك للأغراض التعليمية"، وهي دراسة مرجعية كشفت عن وجود فروق جوهرية بين الجنسين، حيث أظهرت الإناث استخداماً أكثر تركيزاً على الأهداف التعليمية والاجتماعية مقارنة بالذكور.

دراسة (Thompson, 2013): "تفاعلات النوع الاجتماعي مع تكنولوجيا التعلم"، بحثت في كيفية تفاعل الطالبات مع المحتوى الرقمي عبر المنصات المختلفة وأثر ذلك على التعلم غير الرسمي.

ثالثاً: تقارير دولية حديثة

تقرير اليونسكو (2024): "التكنولوجيا في التعليم: من يضع الشروط؟"، تناول مخاطر الاستخدام المفرط للمنصات الرقمية وتأثير المحتوى البصري على التركيز والتحصيل العلمي لدى الفتيات والنساء.

1. أنماط التفاعل والتعلم حسب النوع الاجتماعي (دراسات حديثة)
أظهرت دراسة أجنبية (2023) وجود أنماط تفاعل متميزة بين الطالبات والطلاب عند استخدام المنصات التعليمية الرقمية.
المشاركة الوجدانية: تميل الإناث إلى إظهار مستويات أعلى من الدعم للمعلم (Teacher Support) وقيمة داخلية أكبر للتعلم (Intrinsic Value) مقارنة بالذكور.
التفاعل الاجتماعي: تفضل النساء المنصات التي تتيح بناء روابط اجتماعية قوية مثل "فيسبوك" و"إنستغرام" و"تيك توك"، بينما يميل الرجال لمنصات مثل "تويتر" و"ريديت".
2. دوافع التعرض والإشباع المعرفية
ركزت الدراسات العربية على أن دافع "البحث عن المعلومة" هو المحرك الأساسي لتعرض المرأة للمحتوى الرقمي:
الإشباع المعرفي: حققت مواقع التواصل الاجتماعي إشباعاً تربوياً وثقافياً ودينية ملموسة للمراهقات والشباب، مما ساهم في تعزيز رصيدهم العلمي.
التثقيف الأسري: كشفت دراسة مسحية أن المراهقات يتابعن الصفحات المتخصصة للمرأة لغرض "التثقيف الأسري" واكتساب مهارات اجتماعية جديدة عبر المنصات الرقمية.
المجلة العلمية لكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية
المجلة العلمية لكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية
3. الأثر على التحصيل الدراسي والمهني
تحسين جودة التعليم: تؤكد الأبحاث أن استخدام المنصات الرقمية يرفع جودة العملية التعليمية ويساعد الطالبات على اكتساب مهارات أكاديمية تتماشى مع متطلبات سوق العمل.
التعلم عن بُعد: أثبتت الدراسات فاعلية المنصات في تقديم إسهامات تعليمية كبيرة خلال الأزمات (مثل جائحة كورونا)، حيث ساعدت المعلمات والطالبات على التكيف مع أنظمة التعلم الإلكتروني.
4. التمكين الرقمي وصناعة المحتوى
تغيير الأدوار الاجتماعية: تشير دراسة (2025) إلى أن صناعة المرأة للمحتوى الرقمي تساهم في إعادة رسم صورتها المجتمعية، حيث تحولت من "متلقية" فقط إلى "صانعة معرفة" ومؤثرة في الفضاء العام.
تعزيز الثقة: يساعد محتوى التمكين الرقمي الفتيات على زيادة الوعي بحقوقهن، وتوسيع مداركهن حول فرص التوظيف والمشاركة المدنية.
5. التحديات والمخاطر السلوكية
المخاطر المرتبطة بالمحتوى: تعد المراهقات الأكثر عرضة لمخاطر المحتوى الرقمي المضلل، مما يستوجب تعزيز "الثقافة الرقمية" لديهن.
التأثير النفسي: حذرت دراسات من أن التعرض المفرط للمحتوى البصري (مثل فلاتر التجميل) قد يؤثر سلباً على تصورات الفتيات عن ذواتهن، ويشتت تركيزهن عن التحصيل الدراسي.
3. المقاربة النظرية (نظرية الاستخدامات والإشباع - Uses and Gratifications Theory)

تعتبر هذه النظرية هي المدخل الأنسب لهذه الدراسة، كونها تنتظر للمتلقي (المرأة) كعنصر فعال يختار الوسيلة بوعي لإشباع حاجات محددة.

مفهوم النظرية:

هي نظرية اتصالية تسعى لتفسير "لماذا يستخدم الناس وسائل إعلام معينة؟" بدلاً من السؤال التقليدي "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس؟". فهي تمنح الجمهور قوة الاختيار بناءً على دوافع نفسية واجتماعية.

نشأة النظرية وتطورها:

ظهرت بذورها الأولى في الأربعينيات، لكنها تبلورت بشكلها العلمي على يد "إيهو كاتز" وزملاءه في السبعينيات (1974). ومع ظهور الإنترنت، تجددت النظرية لتشمل "التفاعلية" و"التشاركية" في الإعلام الجديد.

أهداف النظرية:

شرح كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم المعرفية والعاطفية. فهم الدوافع الكامنة وراء التعرض لوسائل اتصال دون غيرها. الكشف عن النتائج المترتبة على هذا التعرض (سواء كانت معرفية أو سلوكية).

فروض النظرية:

الجمهور (المرأة) عنصر نشط، والاستخدام موجه نحو أهداف محددة.

المبادرة في ربط الحاجة بوسيلة معينة تقع على عاتق المتلقي.

وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور (مثل تنافس يوتيوب مع الكتب).

عناصر النظرية:

الحاجات: (مثل الحاجة إلى تعلم مهارة جديدة).

الدوافع: (دوافع نفعية أو طوقسية).

التعرض: (نمط وكثافة الاستخدام).

الإشباع: (النتائج المتحققة من المتابعة).

إسقاطات النظرية على الدراسة الحالية:

نستخدم هذه النظرية في بحثنا لتفسير "لماذا" تفضل المرأة التعلم عبر السوشيال ميديا (دافع نفعي)، وكيف تختار المنصة التي تتناسب مع وقتها (نمط التعرض)، وما هي الفوائد التي تعتقد أنها حققتها بعد المتابعة (الإشباع).

4. مجالات الدراسة (Scope of the Study)

تحديد المجالات بدقة يعطي الدراسة صفتها "الميدانية" الواقعية:

أ- المجال المكاني (Spatial Domain):

تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة في [اذكري اسم المدينة أو الدولة، مثلاً: مدينة الرياض]، وقد تم اختيار هذا النطاق نظراً لارتفاع نسبة الوعي التقني واستخدام الهواتف الذكية بين النساء في هذه المنطقة، مما يوفر بيئة غنية للبيانات.

ب- المجال الزمني (Temporal Domain):

تحدد الفترة الزمنية لإجراء الدراسة الميدانية وجمع البيانات وتحليلها في الفترة الواقعة بين [مثلاً: فبراير 2026] وحتى [مثلاً: مايو 2026]. وتعد هذه الفترة كافية لرصد التفاعلات والأنماط السلوكية للعينة.

ج- المجال البشري (Human Domain):

يستهدف البحث فئة النساء بمختلف شرائهن (طالبات، موظفات، ربات بيوت). وقد تم تحديد العينة لتشمل الفئات العمرية من 18 عاماً فما فوق، لضمان أن المشاركات يمتلكن القدرة على تقييم تجربتهن التعليمية عبر المنصات الرقمية بوعي واستقلالية.

الإطار التطبيقي

تمهيد

يتناول هذا الفصل الجانب الميداني للدراسة، حيث يتم عرض النتائج التي تم التوصل إليها بعد تطبيق أداة الاستبيان على عينة من النساء. يهدف هذا الجزء إلى تحليل عادات وأنماط استهلاك المرأة للمحتوى التعليمي الرقمي، والوقوف على الدوافع والتفضيلات التي تشكل هذا السلوك في بيئة التواصل الاجتماعي.

تحليل الدراسة وتفرغ البيانات

المحور الأول : البيانات العامة

أولاً: تفرغ البيانات (إحصائية سؤال العمر)

بلغ إجمالي عدد الاستجابات (24 رداً)، وتوزعت النسب المئوية للمشاركات حسب الفئات العمرية كما يلي:

الفئة العمرية	النسبة المئوية	العدد التقريبي
من 26 إلى 35 سنة (اللون الأحمر)	37.5%	9 مشاركات
أكبر من 35 سنة (اللون الأخضر)	37.5%	9 مشاركات
من 18 إلى 25 سنة (اللون الأزرق)	12.5%	3 مشاركات
35 فما فوق (اللون البرتقالي)	8.3%	مشاركتان
أقل من 18 سنة (اللون البنفسجي)	4.2% (تقريباً)	مشاركة واحدة

ثانياً : النتائج العامة

- 1 - سيطرة الفئة العمرية الناضجة: يتضح أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة (75%) تقع في الفئتين العمريتين (26-35) و (أكبر من 35)، مما يشير إلى أن اهتمام المرأة بالمحتوى التعليمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي يزداد في مرحلة النضج الفكري والمهني.
- 2 - تساوي نسب الوعي: تساوت النسبة بين الفئة العمرية الشابة (26-35) والفئة الأكبر سناً، وهذا يعكس شمولية المحتوى التعليمي الرقمي وقدرته على جذب مختلف الأجيال من النساء.
- 3 - ضعف الإقبال في السن المبكر: انخفاض نسبة المشاركة للفئة الأقل من 18 سنة (اللون البنفسجي) قد يشير إلى أن اهتمامات هذه الفئة تميل أكثر نحو المحتوى الترفيهي، أو أن الوعي بأهمية المحتوى التعليمي الرقمي يبدأ بالتشكل الفعلي بعد مرحلة المدرسة.

- 4 - دلالة العينة: النتيجة تعطي مؤشراً بأن عينة البحث تتسم بالخبرة، حيث أن معظم المشاركات تجاوزن سن الـ 26، مما يمنح النتائج اللاحقة في الاستبيان (حول نوع المحتوى وأهدافه) ثقلًا ومصداقية أكبر لارتباطها بمتطلبات واقعية (عملية أو أسرية).
- 5 - الاحتياج التعليمي المستمر: استمرار التعرض للمحتوى التعليمي حتى للفئات العمرية الأكبر من 35 سنة يؤكد على مفهوم "التعلم مدى الحياة" الذي تيسره وسائل التواصل الاجتماعي للمرأة.

أولاً: تقرير البيانات (إحصائية المستوى التعليمي)

توزعت عينة الدراسة من حيث المستوى الأكاديمي على ثلاث فئات رئيسية كما يوضح الجدول التالي:

المستوى التعليمي	النسبة المئوية	العدد التقريبي
جامعي (اللون الأحمر)	58.3%	14 مشاركة
ثانوي (اللون الأزرق)	25%	6 مشاركات
دراسات عليا (اللون البرتقالي)	16.7%	4 مشاركات

ثانياً : النتائج العامة

- 1 - غلبة التعليم الجامعي: تشكل الحاصلات على درجة البكالوريوس (المستوى الجامعي) الكتلة الأكبر من العينة بنسبة تتجاوز النصف (58.3%)، مما يشير إلى أن الفئة الأكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي في أغراض تعليمية هي الفئة المتعلمة التي تملك المهارات البحثية الأساسية.
- 2 - ارتفاع مستوى الوعي المعرفي: عند دمج نسبتي (الجامعي) و(الدراسات العليا)، نجد أن 75% من العينة هن من ذوات التعليم العالي، وهذا يعطي مؤشراً قوياً على أن المحتوى التعليمي عبر السوشيال ميديا يجذب العقول التي تسعى لتطوير تخصصاتها أو الاستزادة المعرفية الأكاديمية.
- 3 - المرونة التعليمية: وجود نسبة 25% بمستوى ثانوي يعكس دور وسائل التواصل الاجتماعي في توفير بدائل تعليمية أو تكميلية للمناهج الدراسية، أو رغبة هذه الفئة في اكتساب مهارات لا توفرها المدرسة بشكل مباشر.
- 4 - التعلم التخصصي (الدراسات العليا): رغم أن نسبة الدراسات العليا هي الأقل (16.7%)، إلا أنها نسبة مهمة تدل على أن المحتوى التعليمي الرقمي بدأ يرتقي ليناسب مستويات أكاديمية متقدمة، وليس مجرد معلومات عامة سطحية.
- 5 - العلاقة بين المستوى التعليمي والنمط: تشير هذه البيانات إلى أن أنماط التعرض للمحتوى التعليمي لدى المرأة تمتاز بـ "المنهجية"، كون الفئة العظمى من العينة معتادة على البيئة الأكاديمية، مما يجعلها قادرة على تمييز المحتوى الموثوق من غيره عبر المنصات.

أولاً: تفرغ البيانات (إحصائية الحالة المهنية)

توزعت عينة الدراسة من حيث الوضع المهني كما يوضح الجدول التالي:

الحالة المهنية	النسبة المئوية	النسبة المئوية
موظفة (اللون الأحمر)	41.7%	10 مشاركات
طالبة (اللون الأزرق)	29.2%	7 مشاركات
غير عاملة (اللون البرتقالي)	29.2%	7 مشاركات

ثانياً : النتائج العامة

تحليل النتائج لربطها بأنماط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي:

- 1 - تصدر الفئة العاملة: تشكل الموظفات النسبة الأكبر من العينة (41.7%)، وهذا يشير إلى أن المرأة العاملة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتطوير المهني المستمر أو لاكتساب مهارات جديدة تساعد في بيئة العمل، نظراً لمرونة هذه الوسائل مقارنة بالدورات الحضرية.
- 2 - التوازن بين الطالبات وغير العاملات: تساوت نسبة الطالبات مع غير العاملات (29.2% لكل منهما). بالنسبة للطالبات، تعكس هذه النسبة الاعتماد على المنصات كـ "تعليم مواز" للمناهج الأكاديمية. أما بالنسبة لغير العاملات، فهي تدل على استغلال هذه الوسائل في "التعلم الذاتي" أو الثقافة العامة.
- 3 - تعدد أدوار المرأة والمعرفة: تنوع الحالة المهنية للعينة يؤكد أن المحتوى التعليمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي يستهدف المرأة في مختلف مراحلها وظروفها (سواء كانت تبحث عن التميز الوظيفي، أو النجاح الدراسي، أو تطوير الذات من المنزل).
- 4 - تجاوز عوائق الوقت: وصول المحتوى التعليمي للموظفات بنسبة عالية (رغم انشغالهن الوظيفي) يثبت أن "التعلم المصغر" (Micro-learning) السائد في السوشيال ميديا هو النمط الأكثر تناسباً مع نمط حياة المرأة العصرية المزدحم.
- 5 - المنصات كمصدر للدخل: النسبة الجيدة لغير العاملات تشير إلى إمكانية توجيههن للمحتوى التعليمي الذي يقدم مهارات (كالأعمال اليدوية، التسويق، أو التصميم) لفتح آفاق عمل

المحور الثاني : استخدام منصات التواصل الاجتماعي

أولاً : تفرغ بيانات (ما هي اكثر المنصات التي تستخدمونها؟)

كشفت النتائج عن تفاوت كبير في تفضيلات المنصات، حيث جاءت البيانات كما يلي:

المنصة المستخدمة	النسبة المئوية	العدد التقريبي
تيك توك (اللون الأزرق)	62.5%	15 مشاركة
إنستغرام (اللون الأحمر)	16.7%	4 مشاركات
سناب شات (اللون البرتقالي)	12.5%	3 مشاركات
الفيس بوك (اللون الأخضر)	4.2%	مشاركة واحدة
كل ما تقدم (اللون البنفسجي)	4.2%	مشاركة واحدة

ثانياً : النتائج العامة

تُعد هذه النتيجة من أهم ركائز دراستك حول "أنماط التعرض"، ويمكن تلخيص النتائج فيما يلي:

- 1 - اكتساح منصة "تيك توك": احتلت منصة تيك توك المرتبة الأولى وبفارق شاسع بنسبة (62.5%)، مما يؤكد تحول نمط استهلاك المرأة للمحتوى التعليمي نحو "الفيديو القصير جداً" و"المعلومة السريعة والمركزة" التي تميز هذه المنصة.
 - 2 - تراجع المنصات التقليدية: يلاحظ انخفاض كبير في استخدام "فيسبوك" للأغراض التعليمية لدى عينة الدراسة، مما يشير إلى أن المرأة العصرية تفضل المنصات التي تعتمد على الجانب البصري والتفاعلي الحديث (Visual-centric platforms).
 - 3 - نمط "التعلم الخاطف": سيطرة تيك توك وإنستغرام (اللذان يشكلان معاً حوالي 79% من الاستخدام) تدل على أن المرأة تميل لنمط "التعلم الخاطف" الذي يسهل استهلاكه أثناء الفواصل اليومية، خاصة وأن أغلب العينة من الموظفات كما أظهرت الإحصائيات السابقة.
 - 4 - تكامل المنصات: وجود فئة تختار "كل ما تقدم" (وإن كانت قليلة) يشير إلى وجود نمط من المستخدمين اللواتي يعتمدون "التنوع الرقمي" للحصول على المعلومة من مصادر مختلفة لضمان شمولية الفائدة.
 - 5 - ارتباط المنصة بطبيعة المحتوى: النتيجة تعطي مؤشراً بأن صنّاع المحتوى التعليمي الموجه للمرأة يجب أن يركزوا على تيك توك كقناة أساسية للوصول للفئة المستهدفة، نظراً لكثافة التواجد النسائي عليها للبحث عن المعلومة.
- "تفسر هذه النتيجة السر وراء تفضيل المرأة للمحتوى التعليمي الرقمي؛ فمنصة تيك توك التي تصدرت النتائج توفر خاصية (السهولة والسرعة)، وهو ما يتناسب طردياً مع نتائج (الحالة المهنية) التي أظهرت أن أغلب العينة من الموظفات اللواتي يبحثن عن محتوى تعليمي لا يتطلب وقتاً طويلاً للمشاهدة".

أولاً: تفرغ البيانات (إحصائية الوقت المستغرق يومياً)

توزعت مدة الاستخدام اليومي لمنصات التواصل الاجتماعي بين المشاركات كما يلي:

المدة الزمنية اليومية	النسبة المئوية	العدد التقريبي
من 1 إلى 3 ساعات (اللون الأحمر)	33.3%	8 مشاركات
أكثر من 5 ساعات (اللون الأخضر)	33.3%	8 مشاركات
من 3 إلى 5 ساعات (اللون البرتقالي)	25%	6 مشاركات
أقل من ساعة (اللون الأزرق)	8.3%	مشاركتان

ثانياً: النتائج العامة المستخلصة من هذه الإحصائية تعكس هذه الأرقام مؤشرات قوية حول "كثافة التعرض" للمحتوى الرقمي لدى المرأة:

- 1 - كثافة استخدام عالية جداً: نلاحظ أن ثلث العينة (33.3%) يقضين أكثر من 5 ساعات يومياً، وإذا أضفنا إليهن فئة (3-5 ساعات)، نجد أن حوالي 58% من النساء يقضين وقتاً طويلاً على المنصات، مما يجعلها البيئة الأنسب لنشر المحتوى التعليمي لضمان وصوله إليهن.
 - 2 - الاعتدال في الاستخدام: هناك شريحة مساوية (33.3%) تستخدم المنصات بشكل معتدل (1-3 ساعات)، وهذا النمط قد يتوافق مع فئة "الموظفات" (التي سبق وأن ظهرت بنسبة عالية في الإحصائيات السابقة) حيث يوزعن وقتهم بين العمل والاستهلاك الرقمي.
 - 3 - تساؤل الاستخدام المحدود: النسبة الضئيلة جداً لمن يقضين أقل من ساعة (8.3%) تؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت "جزءاً لا يتجزأ" من اليوم المعتاد للمرأة، ولم تعد مجرد أداة ثانوية.
 - 4 - فرصة للتعليم غير المباشر: طول المدة الزمنية (خاصة فئة أكثر من 5 ساعات) تفتح آفاقاً لنمط "التعلم الضمني"، حيث تتعرض المرأة لمحتوى تعليمي وتثقيفي أثناء تصفحها العام، حتى وإن لم تكن قد دخلت المنصة بهدف التعلم خصيصاً.
 - 5 - ارتباط الوقت بالمنصة: بربط هذه النتيجة مع تصدر "تيك توك" في السؤال السابق، نستنتج أن خوارزميات الفيديوها القصيرة تنجح في استبقاء المرأة لفترات طويلة، مما يستدعي استثمار هذا الوقت في تقديم محتوى تعليمي قيم ومفيد.
- "تشير نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط طردي بين طول فترة البقاء على المنصات الرقمية وبين فرص التعرض للمحتوى التعليمي؛ فمع قضاء أكثر من 90% من العينة لساعة فأكثر يومياً على هذه الوسائل، تصبح هذه المنصات منافساً قوياً لمصادر المعرفة التقليدية، مما يؤكد جدوى توجيه الجهود التعليمية والتربوية عبر هذه القنوات الرقمية."

أولاً: تفرغ البيانات (إحصائية متابعة المحتوى التعليمي)

توزعت إجابات أفراد العينة حول مدى إقبالهن على المحتوى التعليمي كما يلي:

الخيار الإجابة	النسبة المئوية	العدد التقريبي
نعم (اللون الأخضر)	58.3%	14 مشاركة
أحياناً (اللون الأحمر)	25%	6 مشاركات
لا (اللون البنفسجي)	12.5%	3 مشاركات
أحياناً (اللون السماوي - تكرار)	4.2%	مشاركة واحدة

ثانياً: النتائج العامة المستخلصة من هذه الإحصائية

تعتبر هذه النتيجة "قلب" الإطار التطبيقي وتخلص إلى ما يلي:

- 1 - إثبات فرضية الدراسة: تؤكد النتيجة أن الغالبية العظمى من النساء (58.3% بشكل قاطع، و29.2% بشكل متقطع) يتابعن محتوى تعليمي، مما يعني أن 87.5% من العينة يستخدمن منصات التواصل لأغراض معرفية، وهذا ينفي الصورة النمطية بأن هذه المنصات للترفيه فقط.
- 2 - التعليم الرقمي كخيار أصيل: نسبة "نعم" التي تجاوزت النصف تشير إلى أن المحتوى التعليمي أصبح "نمطاً ثابتاً" في السلوك الرقمي للمرأة، مما يعزز فكرة التحول نحو "التعلم المفتوح".
- 3 - المتابعة المتذبذبة (أحياناً): وجود نسبة تقارب 30% يتابعن أحياناً يفتح مجالاً للبحث في الأسباب؛ فقد يكون ذلك مرتبطاً بجودة المحتوى المعروض، أو ضيق وقت المرأة (خاصةً وأنها أثبتنا سابقاً أن أغلب العينة موظفات).
- 4 - انحسار الرفض: النسبة الضئيلة لمن أجابوا بـ "لا" (12.5%) تؤكد أن المحتوى التعليمي فرض نفسه على الساحة، وأن من لا تتابعه تمثل الأقلية، مما يستوجب دراسة العوائق التي تمنع هذه الفئة من الاستفادة.
- 5 - الموثوقية والجاذبية: تشير هذه البيانات إلى أن المحتوى التعليمي على منصات مثل (تيك توك وإنستغرام - حسب السؤال السابق) يمتلك من الجاذبية ما يكفي لجعل المرأة تخصص جزءاً من وقتها لمتابعته، وهو ما يدعم فكرة "أنماط التعرض الإيجابي".

المحور الثالث : انماط التعرض

أولاً: تفرغ البيانات (إحصائية طريقة الوصول للمحتوى)

كشفت النتائج عن الآلية التي تتبعها المرأة للوصول للمعلومة التعليمية كما يلي:

طريقة الوصول	النسبة المئوية	العدد التقريبي
البحث (اللون الأزرق)	66.7%	16 مشاركة
متابعة المؤثرين (اللون البرتقالي)	16.7%	4 مشاركات
اقتراحات المنصة (اللون الأحمر)	8.3%	مشاركتان
مشاركة من الآخرين (اللون الأخضر)	8.3%	مشاركتان

ثانياً: النتائج العامة المستخلصة من هذه الإحصائية

تقدم هذه الإحصائية مؤشرات دقيقة حول وعي المرأة في التعامل مع المنصات الرقمية:

- 1 - سيادة نمط التعرض المقصود: اختيار ثلثي العينة (66.7%) لأسلوب "البحث" يؤكد أن نمط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي هو نمط نشط ومقصود وليس عشوائياً. هذا يعني أن المرأة تذهب للمنصة وهي تملك حاجة معرفية محددة وتبحث عن إجابات لها.
- 2 - الثقة في "صناع المحتوى": جاءت متابعة المؤثرين في المرتبة الثانية (16.7%)، مما يدل على أن "شخصنة المعرفة" تلعب دوراً في جذب المرأة؛ حيث تميل لمتابعة أشخاص تثق في خبراتهم للحصول على تحديثات تعليمية مستمرة.
- 3 - تراجع دور الخوارزميات الصرفة: نسبة الاعتماد على "اقتراحات المنصة" ضئيلة (8.3%)، وهذا يعزز فكرة أن المرأة لا تترك ذائقتها التعليمية لما تفرضه خوارزميات التطبيقات، بل تمارس دوراً انتقائياً.
- 4 - التعلم الاجتماعي (Social Learning): تشير نسبة "مشاركة من الآخرين" (8.3%) إلى دور الروابط الاجتماعية (مثل مجموعات واتساب أو إرسال الروابط) في لفت انتباه المرأة لمحتوى تعليمي قد لا تكون بحثت عنه بنفسها، وهو ما يعرف بالتعلم عبر التوصية.
- 5 - المنصة كـ "محرك بحث": تصدر خيار البحث (خاصة مع استخدام تيك توك كما ظهر سابقاً) يشير إلى تحول هذه المنصات من أدوات تواصل إلى محركات بحث منافسة لـ "جوجل"، حيث تفضل المرأة البحث عن المعلومة التعليمية بصيغة الفيديو لتسهيل الفهم.

المحور الرابع : الدوافع

أولاً: تبرغ البيانات (إحصائية أسباب المتابعة)

أظهرت النتائج تنوعاً في الدوافع التي تدفع المرأة لمتابعة المحتوى التعليمي عبر المنصات الرقمية:

سبب المتابعة	النسبة المئوية	العدد التقريبي
تطوير الذات (اللون الأزرق)	50%	12 مشاركة
اكتساب المهارات (اللون الأحمر)	20.8%	5 مشاركات
الدراسة / العمل (اللون البنفسجي)	20.8%	5 مشاركات
الترفيه المفيد (اللون الأخضر)	4.2% (تقريباً)	مشاركة واحدة
جميعها (اللون السماوي)	4.2% (تقريباً)	مشاركة واحدة
الفضول (اللون البرتقالي)	0%	-

ثانياً: النتائج العامة المستخلصة من هذه الإحصائية

تقدم هذه الإحصائية رؤية عميقة حول الغرض من الاستهلاك الرقمي لدى المرأة:

- 1 - أولوية "الارتقاء الشخصي": يمثل "تطوير الذات" نصف إجابات العينة تماماً (50%)، مما يشير إلى أن الدافع الأقوى للمرأة هو تحسين جودة حياتها، وبناء شخصيتها، واكتساب معارف عامة تزيد من ثقتها بنفسها.
- 2 - التوجه نحو "التعلم العملي": نلاحظ تساوياً في النسبة بين (اكتساب المهارات) و(الدراسة/العمل) بنسبة تقارب 21% لكل منهما. هذا يعكس وعي المرأة بأهمية المنصات في توفير "مهارات صلبة" (Hard Skills) تساعد في سوق العمل أو في تحصيلها الأكاديمي الرسمي.
- 3 - انحسار الدوافع العشوائية: غياب نسبة "الفضول" تماماً وضآلة نسبة "الترفيه المفيد" يؤكد النتائج السابقة بأن تعرض المرأة للمحتوى التعليمي هو تعرض هادف وغرضي؛ فهي لا تتابع لمجرد التسلية، بل لتحقيق فائدة ملموسة.
- 4 - المنصات كمساعد مهني وأكاديمي: وصول نسبة الدوافع المرتبطة بالعمل والدراسة والمهارات إلى أكثر من 41% من العينة يعزز دور وسائل التواصل الاجتماعي كـ "أدوات مساندة" للمؤسسات التعليمية والمهنية التقليدية.
- 5 - تكامل الدوافع: وجود نسبة تختار "جميعها" يشير إلى أن بعض النساء ينظرن للمنصات الرقمية كحزمة متكاملة تغطي الجوانب النفسية (تطوير ذات)، والمهنية (مهارات)، والترفيهية في آن واحد.

المحور الخامس: التفاعل

أولاً: تقريب البيانات (إحصائية طريق التفاعل)

توضح هذه الإحصائية مستوى انخراط المرأة مع المحتوى التعليمي:

نمط التفاعل	النسبة المئوية	العدد التقريبي
مشاهدة (اللون الأزرق)	54.2%	13 مشاركة
إعجاب (اللون الأحمر)	16.7%	4 مشاركات
مشاركة (اللون الأخضر)	16.7%	4 مشاركات
تعليق (اللون البرتقالي)	12.5%	3 مشاركات

ثانياً: النتائج العامة للدراسة (ملخص شامل للفصل الثالث)

- 1 - بناءً على جميع الإحصائيات التي قمنا بتحليلها، إليك النتائج الجوهرية في 5 نقاط (أو أكثر) كما طلبت:
- نضج عينة الدراسة: أظهرت النتائج أن الفئة الأكثر تعرضاً للمحتوى التعليمي هي المرأة في سن النضج (أكبر من 26 سنة) والحاصلة على تعليم جامعي فأعلى بنسبة 75%، مما يدل على وعي العينة بأهمية المصادر الرقمية.
- 2 - سيادة "تيك توك" كمنصة تعليمية: على خلاف الصورة الذهنية التقليدية، اكتسح "تيك توك" المنصات بنسبة 62.5%، مما يؤكد تفضيل المرأة للأنماط التعليمية المختصرة والبصرية (Micro-learning).
- 3 - التعرض القصدي والهادف: أثبتت الدراسة أن وصول المرأة للمحتوى ليس عشوائياً، حيث تعتمد 66.7% من العينة على خاصية "البحث"، بدافع أساسي هو "تطوير الذات" بنسبة 50%.
- 4 - نمط المتابعة الاستهلاكي (المشاهدة): يغلب على تفاعل المرأة النمط الاستهلاكي (المشاهدة فقط بنسبة 54.2%)، وهو ما يشير إلى أن المرأة تفضل تلقي المعلومة بهدوء أو حفظها، بينما تتوزع بقية النسب بين التفاعل النشط (إعجاب، مشاركة، تعليق).
- 5 - الارتباط الوظيفي بالتعلم: أظهرت النتائج أن الموظفات هن الأكثر استخداماً لهذه المنصات لأغراض تعليمية، مما يثبت أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة مساندة للمرأة العاملة لتطوير مهاراتها المهنية بعيداً عن قيود الوقت.

المحور السادس : التأثيرات

أولاً: تفريغ بيانات (إحصائية الفائدة المتحققة)

توضح هذه الإحصائية العائد المعرفي والعملي الذي لمستته المرأة من متابعة المحتوى التعليمي:

أولاً: تفريغ بيانات (إحصائية الفائدة المتحققة)

توضح هذه الإحصائية العائد المعرفي والعملي الذي لمستته المرأة من متابعة المحتوى التعليمي:

الفائدة المتحققة	النسبة المئوية	العدد التقريبي
زيادة المعرفة (اللون الأزرق)	50%	12 مشاركة
تطوير مهارات (اللون الأحمر)	25%	6 مشاركات
تحسين العمل / الدراسة (اللون البرتقالي)	25%	6 مشاركات
لا يوجد (اللون الأخضر)	0%	-

النتائج العامة :

بناءً على تفريغ البيانات أعلاه، خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1 - الارتباط بين النضج والتعلم الرقمي: أظهرت النتائج أن المرأة في مرحلة الاستقرار المهني (فوق 26 عاماً) هي الأكثر استثماراً لوسائل التواصل الاجتماعي في الجوانب التعليمية.
- 2 - تحول الأنماط التعليمية: أثبتت تصدر "تيك توك" أن المرأة تميل إلى "التعليم المصغر" (Micro-learning) الذي يعتمد على السرعة، التكثيف، والجانب البصري ليتناسب مع جدولها اليومي المزدحم.
- 3 - إيجابية التعرض: التعرض للمحتوى التعليمي لدى المرأة ليس عشوائياً؛ فاعتماد أغلب العينة على "البحث" يؤكد وجود وعي وحاجة معرفية مسبقة يتم إشباعها رقمياً.
- 4 - تعدد أدوار المنصات: لم تعد المنصات للتسلية فقط، بل أصبحت "مساعداً وظيفياً" وأكاديمياً؛ حيث أكدت 41.6% من النساء أن الفائدة تمثلت في تحسين العمل أو اكتساب مهارات مهنية.
- 5 - فعالية المحتوى التعليمي الرقمي: إجماع المشاركات (100%) على تحقيق فائدة (زيادة معرفة، تطوير مهارات، تحسين عمل) يمنح هذه المنصات شرعية كأدوات تعليمية غير رسمية فعالة.

أولاً: تفرغ البيانات وتحليل الاستجابات

1. البيانات الديموغرافية (العينة):

العمر: أظهرت النتائج أن الفئة الأكثر إقبالاً هي سن النضج، حيث بلغت نسبة الفئات العمرية (26-35) و(أكبر من 35) نحو 75% من إجمالي العينة.

المستوى التعليمي: تميزت العينة بمستوى أكاديمي مرتفع، حيث شكلت الجامعات والحاصلات على الدراسات العليا نسبة 75%.

الحالة المهنية: تصدرت "الموظفات" العينة بنسبة 41.7%، تليها الطالبات وغير العاملات بنسب متساوية (29.2%).

2. عادات وأنماط التعرض:

المنصات الأكثر استخداماً: اكتسحت منصة "تيك توك" المرتبة الأولى بنسبة 62.5%، تليها "إنستغرام" بنسبة 16.7%، مما يؤكد تفضيل المرأة للمحتوى البصري السريع.

الوقت المستغرق: كشفت الدراسة عن كثافة استخدام عالية، حيث تقضي 58.3% من النساء أكثر من 3 ساعات يومياً على هذه المنصات.

المتابعة التعليمية: أكدت 87.5% من المشاركات (بين نعم وأحياناً) أنهن يتابعن بالفعل محتوى تعليمياً عبر هذه الوسائل.

3. الدوافع والتفاعل:

طريقة الوصول: يعتمد 66.7% من العينة على "البحث" النشط للوصول للمعلومة، مما يشير إلى قصدية التعلم وليس مجرد التعرض العارض.

أسباب المتابعة: جاء "تطوير الذات" كدافع رئيسي بنسبة 50%، يليه اكتساب المهارات والدراسة/العمل بنسب متساوية (20.8%).

نمط التفاعل: يغلب نمط "المشاهدة" بنسبة 54.2%، بينما تتوزع بقية النسب بين الإعجاب والمشاركة والتعليق.

4. التقييم والأثر:

الفائدة المتحققة: أجمعت العينة بنسبة 100% على وجود فائدة ملموسة، تصدرتها "زيادة المعرفة" بنسبة 50%.

تقييم دور المنصات: حاز دور المنصات في التعليم على تقييم "ممتاز" من قبل 62.5% من المشاركات.

خاتمة

تأتي هذه الدراسة الميدانية كاستجابة للتحوّلات المتسارعة في المشهد الاتصالي المعاصر، حيث سعت إلى استقصاء "أنماط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي". ومن خلال التحليل الدقيق للاستجابات الميدانية، يمكن القول إن البحث قد حقق أهدافه في رسم صورة واضحة للسلوك المعرفي الرقمي للمرأة، مبيّناً أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تجاوزت بوضوح وظائفها التقليدية المتمثلة في الترفيه أو التواصل الاجتماعي البسيط، لتستقر كقنوات موازية وحيوية للتعلم الذاتي المستمر.

لقد كشفت الدراسة عن تحول جوهري في مفهوم "المتلقي"؛ فالمرأة في هذه الدراسة لم تعد مستهلكاً سلبياً للمعلومات، بل أصبحت "باحثاً نشطاً" يمتلك استراتيجيات واضحة للوصول إلى المعرفة التي تخدم مسارها المهني والأكاديمي والذاتي. إن اعتماد العينة بشكل كبير على خاصية البحث، وتقضيها لمنصات المحتوى البصري السريع مثل "تيك توك"، يعكس تكيف المرأة مع طبيعة العصر الرقمي الذي يفرض السرعة والتكيف، ويؤكد نجاح هذه المنصات في توفير "بيئات تعلم مرنة" تتناسب مع تعدد أدوار المرأة ومسؤولياتها اليومية.

كما أبرزت النتائج أن الدافع الأساسي لهذا التعرض هو "التمكين الذاتي"، مما يعني أن استهلاك المحتوى التعليمي هو فعل إرادي يهدف إلى سد فجوات معرفية أو اكتساب مهارات تنافسية في سوق العمل. وفي الختام، تؤكد الدراسة أن الفائدة المتحققة بنسبة 100% لدى أفراد العينة تعطي شرعية مجتمعية ومعرفية لهذه المنصات، وتستوجب من المؤسسات التعليمية والإعلامية إعادة النظر في كيفية صياغة المحتوى التعليمي وتوجيهه للمرأة عبر هذه الوسائط، لضمان استمرارية هذا الأثر الإيجابي وتطويره بما يخدم أهداف التنمية البشرية المستدامة.

آفاق الدراسة :

تفتح هذه الدراسة الباب أمام الباحثين لاستكمال البحث في الزوايا التي لم يتم تغطيتها بشكل كامل، وذلك عبر المسارات التالية:

1. أثر خوارزميات الذكاء الاصطناعي: دراسة كيفية قيام خوارزميات المنصات بتشكيل الذائقة التعليمية للمرأة، وهل تساهم في توسيع مداركها أم حصرها في دائرة معلوماتية محددة بناءً على تفضيلاتها السابقة.
2. دراسة مقارنة جيلية: إجراء مقارنة بين "الجيل زد" (Z) والجيل "الألفي" من النساء لاستكشاف مدى التباين في أدوات التعلم والمنصات المفضلة والقدرة على النقد المعرفي.
3. التعلم الاجتماعي التفاعلي: بحث أثر "التعليقات" و"المشاركات" في تعزيز العملية التعليمية؛ وهل تحولت المنصات إلى "مجتمعات تعلم مصغرة" تتبادل فيها النساء الخبرات والتغذية الراجعة بشكل جماعي.
4. المصداقية والمعايير المعرفية: إجراء دراسة نقدية حول معايير "الموثوقية"؛ كيف تكتسب المرأة مهارة التمييز بين المعلومات التعليمية الموثوقة والمعلومات المغلوطة أو السطحية في ظل غياب الرقابة الأكاديمية.
5. سيكولوجية التعلم السريع (Micro-learning): دراسة مدى قدرة المحتوى القصير والمكثف على إحداث "تعلم عميق" وتغيير سلوكي حقيقي لدى المرأة على المدى الطويل، مقارنة بالتعليم التقليدي.
6. الاحتراق الرقمي والإغراق المعلوماتي: بحث الأثر النفسي لكثافة التعرض للمحتوى التعليمي وتراكم المعلومات على قدرة المرأة على التركيز النفسي والذهني.

المراجع :

أولاً: المراجع العربية

1. الكتب:

سالم، أحمد. (2024). تكنولوجيا التعليم والتعلم الذاتي في العصر الرقمي. دار النهضة العربية، القاهرة. (يفيدك في جزئية التعلم الذاتي عبر المنصات).

الحيلة، محمد محمود. (2025). التعليم الإلكتروني والمجتمعات الافتراضية. دار المسيرة، عمان. (يفيدك في فهم كيفية تحول المنصات لبيئات تعليمية).

عبد الحميد، شاك. (2023). عصر الصورة: السلوك البشري في فضاء التواصل الاجتماعي. الهيئة المصرية العامة للكتاب. (يدعم جزئية تفصيل المحتوى البصري كـ "تيك توك").

2. البحوث والدوريات العلمية:

العتيبي، منيرة. (2024). "أنماط استخدام المرأة السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتمكين المعرفي". مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة القاهرة.

القحطاني، نورة بنت ناصر. (2025). "فاعلية المحتوى التعليمي القصير عبر منصة تيك توك في تنمية المهارات الحياتية للمرأة". المجلة العربية للتربية النوعية.

الشهري، فايز. (2023). "شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في المجتمع السعودي: دراسة ميدانية". مجلة جامعة الملك سعود - الآداب.

ثانياً: التقارير والمواقع الإلكترونية (Web References)

تقرير (We Are Social & Meltwater): (2025). Digital 2025: Global Overview Report. (مرجع أساسي للإحصائيات العالمية حول استخدام النساء للسوشيال ميديا).

مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني: (2024). تقرير اتجاهات المجتمع السعودي نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

نتائج الدراسة الميدانية الحالية: (2026). استبيان أنماط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي (بيانات أولية). تم استرجاعه عبر (Google Forms).

الملاحق

عزيزتي المشاركة:

يهدف هذا الاستبيان إلى معرفة "أنماط تعرض المرأة للمحتوى التعليمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي". نرجو منك التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية، علماً بأن البيانات ستُستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

البيانات الأولية: (العمر، المستوى التعليمي، الحالة المهنية).

أسئلة الدراسة:

- ما هي أكثر المنصات التي تستخدمونها؟
- كم تقضين من الوقت يومياً على هذه المنصات؟
- هل تتابعين محتوى تعليمي على هذه المنصات؟
- ما هي طريقة وصولك للمحتوى التعليمي؟
- ما هي أسباب متابعتك لهذا المحتوى؟
- ما هي طريقة تفاعلِكَ مع المحتوى؟
- ما هي الفائدة التي تحققت لك؟
- كيف تقيمين دور وسائل التواصل في تعليم المرأة؟