

اتجاهات خبراء الإعلام نحو دور المرأة في وسائل الإعلام الرقمية ومشاركتها المجتمعية

دراسة ميدانية

Media Experts' Perspectives on the Role of Women in Digital Media and Their Community Engagement

اعداد الطالبة نورا مهدي | 241000621

2024

اسم المشرف

مهاجر الراجحي

جدول المحتويات

3.....	مقدمة
4.....	أهمية الدراسة
5.....	الدراسات السابقة
5.....	1. الدراسات العربية
8.....	2. الدراسات الاجنبية
10	مشكلة الدراسة
11	أهمية الدراسة
12	تساؤلات الدراسة
12	فرضيات الدراسة
15	مجتمع الدراسة
15	عينة الدراسة
16	حدود الدراسة
16	أدوات جمع البيانات
17	مجالات الدراسة
17	تبويب الخطة الزمنية
17	1. فصول البحث
18	2. الخطة الزمنية للدراسة

18 المصادر والمراجع**مقدمة**

في ظل التحولات الاقتصادية والاجتماعية الكبرى التي تشهدها المملكة العربية السعودية، أصبح الإعلام الرقمي مكاناً يُمكن المرأة من تعزيز دورها الفعّال في المجتمع. ومع تسارع التطور التكنولوجي، وجدت المرأة السعودية في الإعلام الرقمي وسيلةً فعّالة للتعبير عن آرائها ومشاركتها في عدة قضايا ومواقف مختلفة وهو ما أتاح لها فرصة قيادة التغيير والمشاركة في صياغة رؤى جديدة ومساهمات فعّالة كقوى ناعمة تحدث الفارق. تستند هذه الدراسة إلى إبراز اتجاهات خبراء الإعلام نحو دور المرأة في وسائل الإعلام الرقمية ومشاركتها المجتمعية حيث تعبر المرأة الحدود وتنقل تجاربها وخبراتها ومواقفها، حيث يتناول البحث كيفية استخدام المرأة السعودية لهذه الوسائل الجديدة لصناعة التأثير في القضايا الاجتماعية المتنوعة.

إن التحولات الاجتماعية الكبيرة التي تشهدها المملكة، خاصة فيما يتعلق بتمكين المرأة وتعزيز دورها في المجالات العامة والخاصة، تجعل من هذا البحث مساهمة قيمة في فهم الديناميكيات الجديدة التي ساعدت في تغير النسيج الاجتماعي في العصر الرقمي. وتم تأكيده ضمن رؤية 2030 التي تضمنت تمكين المرأة وتعزيز مشاركتها الاقتصادية والاجتماعية كركيزة أساسية لتطوير المجتمع واقتصاد المملكة. يأتي الإعلام الرقمي كفرصة للمرأة لتصبح قوة ناعمة تحدث الفارق من خلال التأثير في البرامج التنموية وإبرازها بأشكال جديدة.

كلية الإعلام والتسويق ماجستير الإعلام الرقمي

من خلال الاستطلاع والتحليل، تقدم هذه الدراسة تصورًا واضحًا للتحديات والفرص التي تواجه المرأة في الإعلام الرقمي، وتقييمًا للمبادرات الحالية التي تهدف إلى تعزيز دورها. يعد فهم دور المرأة في الإعلام الرقمي وتأثيره على القضايا المجتمعية خطوة حاسمة نحو تحقيق تمكين أكبر لها، مما يعزز من قدرات المملكة على تحقيق أهدافها التنموية بشكل أكثر شمولية واستدامة. من هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة للإسهام في بناء مجتمع معرفي رصين يعي قيمة المرأة وإمكاناتها في قيادة وتحفيز التغيير الاجتماعي من خلال وسائل الإعلام الجديد.

تلعب المرأة في المملكة دورًا محوريًا في تحقيق الأهداف التنموية من خلال استغلالها للإعلام الرقمي كأداة للتعبير والتأثير. وتمكين المرأة من خلال الإعلام الرقمي لا يقتصر على تحسين الأوضاع الاجتماعية فحسب، بل يمتد ليشمل تعزيز قدراتها على المشاركة الفعالة في تحديد مستقبل المملكة العربية السعودية. وبالتالي، تعد هذه الدراسة تفديرًا للتحديات التي تواجهها وتحليلًا للفرص المتاحة لتصبح قائدة فاعلة في عالم الإعلام الرقمي.

أهمية الدراسة

ترتكز أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول موضوعًا حيويًا يقع بين تقاطع الإعلام والتغيير الاجتماعي في واحدة من أكثر المجتمعات التي مكنت المرأة في وقت متأخر وتمكنت رغمًا عن ذلك بإحداث الفارق الملموس خلال وقت قصير من خلال التحول الرقمي الذي يشهده العالم اليوم. ببذل عدة جهود تحقق التغيير المجتمعي والثقافي الكبير للمرأة السعودية، تسعى الدراسة لرصد وتحليل الاتجاهات نحو دور المرأة والأثر الذي يمكن أن تحدثه من خلال استخدام الإعلام الرقمي في تحدي القيود التقليدية وتوسيع مشاركتها الاجتماعية، وسيوفر البحث فهمًا للطرق التي تستطيع بها المرأة السعودية استغلال الإعلام الرقمي للتأثير في النقاش العام وتشكيل التغيرات في الممارسات الاجتماعية، مما يعزز من مكانتها كعنصر نشط ومؤثر في المجتمع. من خلال هذه الدراسة سأسلط الضوء على الإنجازات والتحديات التي تواجهها المرأة في المملكة،

بالإضافة إلى استكشاف الفرص التي يمكن أن توفرها الأدوات الرقمية لتعزيز دور المرأة في الحياة العامة ودعم مسيرة التحول الوطني نحو مجتمع أكثر ازدهاراً وشمولية.

الدراسات السابقة

1. الدراسات العربية

1. أبرز الباحثين عبد الجليل ومنى محمود (2024)، في بحثهم بعنوان الإعلان في العصر الرقمي وعلاقته بتشكيل القيم الاجتماعية لدى المرأة العربية، كيفية استغلال الإعلانات الرقمية للتأثير على القيم الاجتماعية للمرأة العربية، مؤكداً على أهمية تحليل وتقديم مواد إعلانية تعزز من دور المرأة كفاعلة أساسية ومنتجة للمعرفة ضمن المجتمع. تستهدف الدراسة تقييم الإعلانات من حيث الشكل والمحتوى لتحديد كيفية بناءها للقيم الجديدة أو تعزيز القيم القائمة، وكذلك تقديم تصورات تفصيلية تمكن المشرعين وصانعي القرار من تنظيم وترشيد استخدام الإعلان في وسائل الإعلام الجديدة لضمان تعزيز دور المرأة الاجتماعي والثقافي.

2. ذكرت الباحثة ندى محمد محمد عبد الرحمن (2024)، في بحثها بعنوان استخدامات المرأة الصحفية للتكنولوجيا الرقمية وتأثيرها على تمكينها داخل غرف الأخبار، أن ملاحقة التطورات الرقمية والتكنولوجية من أبرز التحديات التي قد تواجه لصحفيات في الوقت الحالي وأن إجادة المهارات الرقمية يؤثر تأثير إيجابي على التمكين المهني والاقتصادي وأن ذلك يمكنهن من تدشين مبادرات وأنشطة مرتبطة بالعمل الصحفي للصعود الوظيفي والمشاركة في صناعة القرار وتولي المناصب القيادية.

3. ذكرت الباحثة ريهان جمال الشعلان (2023)، في بحثها بعنوان تأثير حملات التسويق الرقمية الموجهة للمرأة ودورها في الترويج للأفكار التي تساهم في تعزيز قيم المواطنة وحقوق المرأة، بأن أهم الموضوعات التي تناولتها المرأة في حملات التسويق الاجتماعي الرقمية الموجهة على مواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ قيم المواطنة هي في العناوين الاجتماعية تلمها الموضوعات السياسية، وأن المرأة تتفاعل مع الحملات الموجهة لتعزيز الحياة الكريمة والمستقرة.

4. أكدت الباحثة نورة بنت مفلح عياط الرويلي (2023)، دور المرأة في تعزيز الأمن الفكري في الأسرة السعودية بمقترحات تدعيم دور المرأة في تعزيز الأمن الفكري في الأسرة السعودية تستند على البرامج التدريبية والتوعوية لبناء قدرات المرأة المعرفية والسلوكية لمناهضة الفكر المتطرف والانحراف الفكري مما يعزز الأمن الفكري للأسرة السعودية وعليه نجد أن أبرز المؤشرات التي تساهم في تفعيل دور المرأة في تعزيز الأمن الفكري للأسرة السعودية تتمثل في تصميم ووضع مجموعة برامج تدريبية وتثقيفية لإكساب المرأة مهارات الحوار والمناقشات الهادفة حول الأفكار المتطرفة والانحراف الفكري مما يساهم في حصول الأبناء على المعلومات الصحيحة.

5. أشارت الباحثة مي وليد سالم (2022)، في بحثها بعنوان " دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة" أن دوافع اهتمام المرأة في موقع التواصل الاجتماعي وخاصة " تويتر" في خلق جو من التواصل وتعزيز لسهولة التواصل وسرعته والترويج لرؤية 2030 إعلاميًا، وأن متابعة المرأة السعودية لأهداف التنمية المستدامة جاء في مرحلة متقدمة لكافة القطاعات لمعرفة التطورات والمبادرات.

6. ذكر الباحث عبدالصمد المليبي (2022)، ثقافة الصورة وأثرها على تغيير القيم الاجتماعية لدى المرأة، أن منصات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك أثرت كثيرًا على الأفراد والمجتمعات على العديد من الممارسات

السائدة في المجتمع وغيرت كثيرًا من المعتقدات المتعارف عليها، وخاصة على الفئات العمرية الشابة، وتغيرت لتصبح أكثر انفتاحًا وأقل تعقيدًا.

7. ذكرت الباحثة مي محمد الحربي (2022)، بعنوان رؤية المملكة 2030 وتمكين المرأة في المملكة العربية السعودية، أن ظواهر مختلفة مثل تصورات المرأة لمفهوم التمكين، والتغيرات الإيجابية والسلبية في وضعها وفقًا لرؤية 2030، ودورها التنموي في المجتمع بعد رؤية 2030، وتصورها لمستقبل المرأة السعودية وتبين أن التمكين الشخصي هو المجال الأكثر أهمية الذي ساهمت به رؤية 2030 وأن التغيرات الإيجابية من وجهة نظر المستجيبات كانت كثيرة مثل القيادة والسفر كان لها الصدى الكبير في المجتمعات المحلية والدولية. وأن المتغير الأكثر تأثيرًا في وعي المرأة بالتمكين كان من نصيب الشابات الأكثر وعيًا بالإنجازات المكتسبة وأكثر طموحًا لكسب المزيد. وأن زيادة القوى العاملة في الوظائف الدقيقة وفي كافة القطاعات وتوسيع مشاركة المرأة في خطط التنمية الشاملة في البلاد مهم وله الكثير من الأثر على تقدم المجتمع ورفقيه.

8. ذكرت الكاتبة وليدة حدادي (2020)، في كتابها الإعلام وقضايا المرأة ذكرت أن حضور المرأة في الإعلام الجديد لا يزال محدود في العالم العربي فالاستخدام محدود بشروط وضوابط، وأن صحافة الأنترنت لازالت تحمل ملامح الذكورية سواء في موضوعاتها أو أساليب طرحها المختلفة، وكذلك يدور التأطير حول مساهمتها ومواضيعها المختلفة.

9. ذكرت الباحثة غادة البطريق (2019)، في بحثها بما يخص وعي الإعلاميين السعوديين بدورهم في تشكيل اتجاهات نحو المرأة بما يتوافق مع رؤية 2020 في إطار نظرية المسؤولية، أن وجود المرأة في وسائل التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي تهتم بالمرأة بشكل كبير جدًا، ثم القنوات التلفزيونية، وأن وجهات نظر المؤسسات الإعلامية محايدة تجاه المرأة وأن هذا مؤشر خطير وأن نظرهم بإيجابية يعد يساعد في إعادة وتشكيل الاتجاهات بما يتوافق مع مصالح المجتمع ويخدم قضايا المرأة.

2. الدراسات الاجنبية

1. اشار الباحثين أريج البواردي والباحث Rodney H Jones² (2021)، في بحثهم بعنوان المرأة السعودية والقيادة والصور والأنماط والوسائط الرقمية، أن الكشف عن كيفية استخدام الإعلام المطبوع والرقمي للصور بطرق تعزز الصور النمطية بين فئات المجتمع من الرجال والنساء، كمؤثرة على تصورات الدور الاجتماعي والسياسي للمرأة. وكيف تسهم وسائل الإعلام، من خلال ترويج صور محددة وغالباً ما تكون مشوهة عن النساء، في إعادة تشكيل المعايير الاجتماعية وتحفظ الأدوار التقليدية المفروضة على المرأة. وتطرق البحث إلى الفرص التي توفرها الوسائط الرقمية لتحدي هذه الصور وتعزيز دور المرأة كفاعلة اجتماعية قادرة على التأثير في الثقافة المجتمعية.
2. ذكر الباحث Madhu Kumari (2020)، في بحثه بعنوان وسائل التواصل الاجتماعي وتمكين المرأة، إن عصر اليوم هو عصر وسائل التواصل الاجتماعي الذي أدى حضوره ومشاركته النشطة إلى نشر الإيديولوجيات الخاصة بتمكين المرأة بسرعة وعلى نطاق واسع. كما أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي عاملاً للتغيير الاجتماعي الذي ساعد ودعم تمكين المرأة في جوانب مختلفة مثل: حشد انتباه المجتمع العالمي والمحلي نحو حقوق المرأة وتحدي التمييز والقوالب النمطية في جميع أنحاء العالم، ووفر منصة لمناقشة القضايا والتحديات التي تواجه المرأة من خلال المدونات والدردشات والحملات عبر الإنترنت ومنتديات المناقشة عبر الإنترنت والمجتمعات المتعددة، التي لم يكن يتم نشرها أو الترويج لها في الغالب من قبل وسائل الإعلام التقليدية. وكون المنصات الرقمية اليوم هي قوة لمناقشة حقوق المرأة وتشجيع الحكومة وصناع السياسات على تكثيف الالتزامات وصياغة سياسات لدعم الجنسين.

3. ذكرت الباحثة Hélène Bourdeloi (2020)، في بحثها بعنوان المرأة السعودية والتقنيات الاجتماعية الرقمية في إعادة تشكيل الهويات، أن الاستخدامات المحددة للتكنولوجيات الرقمية من قبل المرأة السعودية تظهر كيف تستفيد منه رغمًا عن كونها مقيدة بهويتها الجنسية بشدة بمجموعة من المعايير الاجتماعية والدينية التي تميز المجتمع السعودي وأن التكنولوجيات الرقمية، وخاصة الهواتف المحمولة والتطبيقات المختلفة فتحت مجموعة كاملة من الخيارات حول كيفية التواصل واستخدام مختلف الوسائط.

4. ذكرت الباحثين Ananta Narayana, Tauffiqu Ahamad (2016)، بعنوان دور وسائل الإعلام في تسريع تمكين المرأة، بأن تقع على عاتق الحكومات والمؤسسات التعليمية والمنظمات غير الحكومية مسؤولية منع جميع أشكال التمييز ضد المرأة. وإلى جانب كل ذلك، فإن مسؤولية وسائل الإعلام كبيرة أيضًا في هذه القضية. لأن تأثير وسائل الإعلام كبير جدًا في نشر وتفسير الكثير من المعرفة والابتكار والأخبار. لأن اليوم، تشكل وسائل الإعلام جزءًا كبيرًا من حياتنا. ويستفيد الجميع منها لأنها قوة كبيرة للإعلان عن أفكارنا وأهدافنا حول تمكين اقتصاد المرأة لخلق أدوارها الاجتماعية وتعزيزًا لتحقيق المساواة بين الجنسين وتمكينها اقتصاديًا بحيث تؤثر في عملية صنع القرار.

5. ناقشت الباحثة Annabelle Sreberny (2015)، في بحثها بعنوان نشاط المرأة الرقمي في الشرق الأوسط المتغير، دور الإعلام في تمكين المرأة وتعزيز حضورها كمنتجة للمعرفة، يبرز الدور الحاسم للمنصات الإلكترونية في تحويل القضايا الخاصة إلى محاور عامة تشمل تناول القوة والتأثير الاجتماعي للمرأة. تهتم هذه الدراسة بتقديم المرأة كفاعل رئيسي في إنتاج المعرفة الرقمية وتصويرها كشريك فعال في تشكيل النقاش العام وتحدي القيم الأبوية التقليدية. تستعرض المنصات المختلفة، كمجموعة "اختيار"، القدرة على إنتاج معرفة أصيلة حول الفئة والجنسانية، ما يعزز مكانة المرأة كمنتجة للمعرفة وليس مجرد موضوع للدراسة.

التعليق على الدراسات السابقة

يعتبر الإعلام الرقمي جزءاً محوري لتمكين المرأة وتعزيز مشاركتها المجتمعية، وناقشت العديد من الدراسات البحثية مؤخرًا دور المرأة في هذا السياق وتأثيرها على القيم الاجتماعية في مختلف المجتمعات. وفيما يلي أبرز أوجه الاتفاق والاختلاف والاستفادة بين هذه الدراسات وبُحثي الذي يتناول اتجاهات خبراء الإعلام نحو دور المرأة في وسائل الإعلام الرقمية ومشاركتها المجتمعية:

أوجه الاتفاق: الدراسات المشار إليها تتفق مع بُحثي في تسليط الضوء على الدور المحوري الذي تلعبه المرأة في الإعلام الرقمي كمنتجة للمعرفة وكفاعلة رئيسية في المجتمع. تشترك هذه الدراسات في الاعتراف بأهمية تمكين المرأة وتقديمتها في سياقات متعددة تعزز من قدرتها على التأثير والتفاعل الاجتماعي، ويؤكد الأهمية النظرية والعلمية للبحث في كيفية تأثير الإعلام الرقمي على المرأة ومشاركتها في تشكيل القيم والأفكار العامة وإحداث التغييرات الفعالة داخل المجتمعات.

أوجه الاختلاف: تركز الدراسات المذكورة على تمكين المرأة في جوانب محددة كالأمن الفكري أو الاستخدامات الصحفية للتكنولوجيا، بينما يسعى بُحثي لاستكشاف تأثير المرأة الشامل في الإعلام الرقمي بالملكة عبر تنوع المحتوى وجودته. والتحديات والعقبات التي تواجه المرأة محاولة بذلك تطوير استراتيجيات لتحسين فعالية مشاركتها بشكل أعمق واشمل.

أوجه الاستفادة: يمكنني الاستفادة من النتائج المقدمة في الدراسات الأخرى لبناء فهم أعمق للعلاقة القائمة بين المرأة والإعلام الرقمي. ويمكنني استخدام التوصيات والاستراتيجيات المستخلصة المذكورة أعلاه للأبحاث السابقة لتعزيز تأثير المرأة ومشاركتها في الإعلام الرقمي، وتقييم الإعلانات والحملات والمبادرات ومدى تأثيرها على المجتمع لصياغة الأفكار العامة واستكشاف المكنات المتاحة لها في مجال الإعلام الرقمي.

مشكلة الدراسة

كلية الإعلام والتسويق ماجستير الإعلام الرقمي

بالنظر إلى التحولات التكنولوجية المتسارعة والسعي الحثيث نحو تحقيق رؤية 2030 في المملكة العربية السعودية، فإن الإعلام الرقمي قد برز كأداة جوهرية لتعزيز مكانة المرأة في الجمع بين مشاركتها المجتمعية وتمكينها الشامل. مع هذا التقدم الملحوظ، تظهر عدة تحديات تقف حائلاً أمام استغلال الإمكانيات الكاملة للإعلام الرقمي، الأمر الذي يعوق قدرة المرأة على التأثير بشكل فعال في المجتمع وصياغة الأفكار العامة. أتت مشكلة هذه الدراسة من الحاجة الماسة لفهم وتحليل كيفية تفاعل المرأة مع الإعلام الرقمي والتعرف على العقبات التي تواجهها. تقدير أهمية تحليل هذه الجوانب يعد ضرورياً لتطوير استراتيجيات مؤثرة تدعم تمكين المرأة وتعزز من دورها الحيوي في المشهد الرقمي. تهدف الدراسة للإجابة على أسئلة حول الأدوار الأساسية التي يمكن للمرأة أن تؤديها في الإعلام الرقمي، التأثير المترتب على مشاركتها في المناقشات العامة، الإمكانيات المتاحة لها، العوائق التي تعترض طريقها، والاستراتيجيات اللازمة لتحسين مشاركتها وتأثيرها. من خلال تشخيص هذه المشكلة، أطمح إلى إلقاء الضوء على سبل تعزيز مشاركة المرأة في الإعلام الرقمي وتمكينها من لعب دور مؤثر وقيادي في تشكيل مستقبل التنمية المجتمعية بالمملكة.

أهمية الدراسة

1. أهمية نظرية: تعمل هذه الدراسة على تعميق الفهم النظري لتأثير التحولات التكنولوجية على دور المرأة في المجتمع السعودي، مما يساعد على توضيح العلاقة بين التقدم التكنولوجي وتعزيز دور المرأة في بيئة سريعة التطور كالمملكة.
2. أهمية علمية: تسلط هذه الدراسة الضوء على الحاجة إلى بيانات وتحليلات دقيقة حول مشاركة المرأة السعودية في الإعلام الرقمي، مما يوفر أساساً متيناً للبحوث المستقبلية ويسهم في تطوير استراتيجيات مبتكرة لتمكين المرأة.
3. أهمية تطبيقية: تقدم الدراسة توصيات قابلة للتطبيق لدعم المبادرات الرامية إلى تعزيز دور المرأة في المجال الرقمي، مما يعزز الجهود المحلية لتحقيق التمكين المجتمعي الشامل والفعال للمرأة السعودية.

أهداف الدراسة

1. تحليل تصورات خبراء الإعلام حول دور المرأة في الإعلام الرقمي، بما في ذلك تأثيرها على تنوع المحتوى وجودته.
2. قياس الفعالية النسبية لمشاركة المرأة في المنصات الإعلامية الرقمية في التأثير على المواقف المجتمعية.
3. استكشاف الممكّنات المتاحة للمرأة في الإعلام الرقمي ومدى الاستفادة منها.
4. تقييم العقبات التي تواجه النساء في الإعلام الرقمي وتأثير هذه العقبات على فعالية مشاركتها.
5. تطوير توصيات عملية لتعزيز مشاركة المرأة في الإعلام الرقمي وتعزيز قدرتها على قيادة التغيير المجتمعي.

تساؤلات الدراسة

1. ما هي الأدوار التي يعتبرها خبراء الإعلام الأكثر أهمية لمشاركة المرأة في منصات التواصل الاجتماعي؟
2. كيف تؤثر مشاركة المرأة في الإعلام الرقمي في النقاشات حول قضايا المرأة والمجتمع؟
3. ما هي الممكّنات المتاحة للمرأة لتقديم مشاركات ذات فعالية على منصات التواصل الاجتماعي؟
4. ما هي العقبات الرئيسية التي تعيق تمكين المرأة في مجال الإعلام الرقمي؟
5. ما هي الاستراتيجيات أو السياسات التي تحسّن مشاركة المرأة وتأثيرها في الإعلام الرقمي؟

فرضيات الدراسة

1. التحولات التكنولوجية المتسارعة تعزز دور المرأة في المجتمع السعودي من خلال توفير منصات إعلامية رقمية تمكن المرأة من تحقيق تأثير ملحوظ على المواقف المجتمعية حول قضايا المرأة والمجتمع.
2. توفير الممكّنات الرقمية للمرأة في الإعلام الرقمي يساهم في زيادة فعالية مشاركتها، مما يقوي قدرتها على قيادة التغيير المجتمعي والمشاركة في صياغة الأفكار العامة.

3. العقبات التي تواجه النساء في الإعلام الرقمي، بما في ذلك القيود التقنية والاجتماعية، يحد من قدرتها على استغلال الفرص الرقمية بشكل كامل، مما يؤثر سلبًا على دورها كفاعلة في المجتمع.
4. الاستراتيجيات والسياسات المنفذة لتحسين مشاركة المرأة في الإعلام الرقمي تؤدي إلى تحسين تمثيل المرأة وتأثيرها في النقاشات المجتمعية، خاصة فيما يتعلق بتحدي الصور النمطية وتعزيز قيم مجتمعية هامة بالمجتمع.

مفاهيم الدراسة

مفهوم الإعلام الرقمي: الإعلام الرقمي يشمل جميع الأشكال الإلكترونية التي تستخدم الشبكات الرقمية لنشر المحتوى والتفاعل مع الجمهور. هذا النوع من الإعلام يغطي مجموعة واسعة من الوسائط بما في ذلك النصوص، الصور، الفيديو، والصوت. الإعلام الرقمي يسهل التفاعل الفوري والمستمر بين المستخدمين عبر الحدود الجغرافية والثقافية، مما يمكنه من تحقيق تأثير عالمي كبير. بالإضافة إلى ذلك، فهو يعزز الديمقراطية بتمكين الأفراد من إنتاج ومشاركة المحتوى بطرق لم تكن ممكنة مع وسائل الإعلام التقليدية.

وسائل الإعلام الرقمية: تشير وسائل الإعلام الرقمية إلى الأدوات والتقنيات التي تمكن من إنشاء، تحرير، وتوزيع المحتوى الرقمي. هذه الوسائل تسمح بتفاعلات معقدة بين المستخدمين وتوفر أدوات للتحليل والتفاعل الذي يساهم في صنع الرأي العام وتشكيل النقاشات السياسية والاجتماعية. (شيركي، 2010) يؤكد على أن هذه الوسائل غيرت بشكل جذري طرق تواصلنا وفتحت آفاق جديدة للمشاركة المدنية والسياسية على المستويات كافة.

رؤية 2023: رؤية 2023 هي خطة طموحة تهدف إلى تحويل المملكة العربية السعودية إلى مجتمع أكثر تقدمًا وازدهارًا. هذه الرؤية تضع تمكين المرأة في قلب استراتيجياتها، مستهدفة تحقيق تحسين ملموس في جودة الحياة لجميع المواطنين.

يستعرض (محمد ينبعاوي، 2021) كيف أن الرؤية تركز على إدخال النساء في الاقتصاد وزيادة مشاركتهن الفعالة في جميع القطاعات.

تمكين المرأة: تمكين المرأة يعتبر عملية متعددة الأبعاد تشمل الأبعاد السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية. يُركز على زيادة قدرة المرأة على التحكم في الموارد واتخاذ القرارات. (بيل هوكس، 2000) تناولت كيف أن التمكين لا يعني فقط تحسين الوصول إلى الفرص، ولكن أيضاً تعزيز القدرات الفردية والجماعية لتحدي الهياكل القائمة.

التنمية المجتمعية: التنمية المجتمعية تهدف إلى تعزيز النمو والتحسين في المجتمعات عبر تمكين الأفراد من تحسين ظروفهم الاقتصادية والاجتماعية. (جيفري ساكس، 2005) يؤكد على أهمية السياسات التي تدعم التنمية المحلية وتساهم في تحقيق التقدم الاجتماعي والاقتصادي المستدام في البلدان النامية.

القوى الناعمة: مفهوم القوى الناعمة يشير إلى استخدام الجاذبية الثقافية والدبلوماسية والأيدولوجية للتأثير في الآخرين بدلاً من استخدام القوة. وكيف تبرز أن الدول والأفراد يمكن أن يستخدموا القوى الناعمة لتحقيق أهدافهم الدولية والمحلية بطرق تركز على الاقناع بدلاً من الإكراه وفي هذا الموضوع تتمتع المرأة بالكثير من المزايا مثل العاطفة والتأثير. (ناي، 2004)

الإطار المنهجي للدراسة

في هذه الدراسة، يُعتبر الإطار النظري بمثابة أساس لتطوير استبانة تستهدف خبراء الإعلام لاستقصاء آرائهم حول عدة جوانب تتعلق بدور المرأة في وسائل الإعلام الرقمية. الهدف منها هو الكشف عن التصورات والآراء المتعلقة بأهمية مشاركة المرأة في منصات التواصل الاجتماعي، وتأثير هذه المشاركة على النقاشات المجتمعية حول قضايا المرأة، بالإضافة إلى التحديات والفرص المتاحة لهن.

كلية الإعلام والتسويق ماجستير الإعلام الرقمي

1. الأدوار المهمة للمرأة في الإعلام: تسعى الاستبانة لتحديد الأدوار التي يعتبرها خبراء الإعلام الأكثر أهمية لمشاركة المرأة في منصات التواصل الاجتماعي، وكيف يمكن أن تسهم هذه الأدوار في تعزيز حضور المرأة وصوتها في فضاء الإعلام الرقمي.
2. تأثير مشاركتها: تقيم الاستبانة كيفية تأثير مشاركة المرأة في الإعلام الرقمي على النقاشات حول قضايا المرأة والمجتمع بشكل عام، محاولاً استكشاف الطرق التي تساهم بها المرأة في توجيه الرأي العام وتشكيل السياسات.
3. الممكّنات المتاحة لها في وسائل الإعلام: تتناول الاستبانة الإمكانيات والموارد التي تُمكن المرأة من تقديم مشاركات فعّالة ومؤثرة على منصات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك الدعم التقني والمعرفي والتدريبي.
4. العقبات الرئيسية من المجتمع: ترصد الاستبانة العوائق التي تعترض تمكين المرأة في مجال الإعلام الرقمي، مثل الحواجز الثقافية والتحديات الاجتماعية التي قد تحول دون استفادة المرأة الكاملة من هذه المنصات.
5. الاستراتيجيات والسياسات: من خلال الاستبانة يتم تحديد الاستراتيجيات والسياسات التي يمكن أن تحسن من مشاركة المرأة وتأثيرها في الإعلام الرقمي، سعياً لتوفير توصيات قد تساعد في صياغة تدابير داعمة تعزز من تمكين المرأة في هذا المجال.

مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة يشتمل على خبراء في مجال الإعلام الرقمي والتأثير الاجتماعي من الجنسين، شاملاً أكاديميين وممارسين للمجال في تحليل الاتجاهات الإعلامية ودور المرأة في هذا القطاع. ستجيب الاستبانات الموجهة على التساؤلات الموضوعة لتقديم وجهات نظر أعمق حول الموضوع.

عينة الدراسة

كلية الإعلام والتسويق ماجستير الإعلام الرقمي

سيتم نشر الاستبانة على أكثر من 200 إعلامي وإعلامية في المجال من العاملين في القطاع العام والخاص بالمملكة، وتقتصر دراسة هذه العينة على تحليل اتجاهات خبراء الإعلام على دور المرأة المجال الإعلامي وتأثيرها.

حدود الدراسة

تقتصر هذه الدراسة على تحليل اتجاهات خبراء الإعلام وتشمل تحليل تأثير هذه الاتجاهات بشكل مباشر على سلوكيات المجتمع. الدراسة محدودة بالبيانات التي ستجمع من خلال الاستبيانات خلال الفترة المحددة للبحث وحدودها هي بالشكل التالي:

الحدود المكانية: تركز الدراسة بشكل رئيسي على المملكة العربية السعودية، ونطاق البحث سيكون في مدينة الرياض لما لها من تأثير ملحوظ في الإعلام والتكنولوجيا وبما أنها من أعلى مدن المملكة بأعداد الجهات الحكومية والخاصة.

الحدود الزمانية: يقتصر البحث على فترة محددة من بداية شهر نوفمبر حتى منتصف ديسمبر 2024. لرصد وتحليل الاتجاهات الراهنة والتطورات الجديدة في مجال عمل المرأة في الإعلام الرقمي وتأثيرها على المجتمع.

الحدود البشرية: المشاركون في الدراسة هم خبراء ومتخصصين في مجال الإعلام الرقمي، بما في ذلك الأكاديميون. سيتم اختيار هؤلاء الخبراء بناءً على خبرتهم ومساهماتهم في المجال الإعلامي وعملهم مع المرأة في بيئات العمل في مجال الإعلام.

أدوات جمع البيانات

الدراسة ستستخدم استبيانات مصممة خصيصاً لقياس اتجاهات خبراء الإعلام تجاه دور المرأة في وسائل الإعلام الرقمية وتأثيرها المجتمعي. الاستبيانات ستقيم أيضاً العقبات التي تواجه المرأة والاستراتيجيات الممكنة لتعزيز تأثيرها في الإعلام الرقمي. سيتم التركيز على جمع بيانات دقيقة تعكس الواقع الفعلي للمشاركة والتأثير المجتمعي في ضوء رؤية 2030.

1. فصول البحث

فيما يلي التبويب المقترح لمشروع التخرج الذي يناقش اتجاهات خبراء الإعلام نحو دور المرأة في وسائل الإعلام الرقمية ومشاركتها المجتمعية.

1. الفصل الأول: التمهيد، ويتضمن المقدمة التي تشرح مشكلة الدراسة، أهميتها، أهدافها، التساؤلات البحثية، وحدود الدراسة. يليه مراجعة للأدبيات التي تغطي المفاهيم الرئيسية مثل الإعلام الرقمي، تمكين المرأة، والقوى الناعمة.
2. الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة، يستعرض النظريات المؤثرة في تحليل دور الإعلام وتمكين المرأة ويفصل الأساس النظري الذي يدعم البحث، متضمنًا نظريات التأثير الإعلامي ونظريات تمكين المرأة في السياق الاجتماعي والإعلامي.
3. الفصل الثالث: المنهجية وإجراءات الدراسة التطبيقية، يوضح تصميم البحث، معايير اختيار العينة، وأدوات جمع البيانات المستخدمة في الدراسة التطبيقية لجمع وتحليل البيانات.
4. الفصل الرابع: تحليل البيانات ونتائج الدراسة، يقدم البيانات المجمعة، يحللها، ويناقش النتائج بما يتفق مع أهداف وتساؤلات الدراسة.
5. الفصل الخامس: الملاحق، يشمل الاستبيانات أو المقابلات المستخدمة، جداول البيانات والرسومات التوضيحية، وقائمة المراجع والمصادر التي تم الاعتماد عليها في البحث.

2. الخطة الزمنية للدراسة

الموضوع	أكتوبر 2024	نوفمبر 2024	ديسمبر 2024
اختيار عنوان البحث			
اختيار الدراسات السابقة			
إعداد خطة البحث			
الإطار النظري والدراسات			
الإطار المنهجي للدراسة			
جمع البيانات للدراسة			
تحليل البيانات للدراسة			
الخاتمة والتوصيات والمراجع			

المصادر والمراجع

1. مي سلامة (2022)، دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.
2. غادة البطريق (2019)، وعي الإعلاميين السعوديين بدورهم في تشكيل الاتجاهات نحو المرأة بما يتوافق مع رؤية 2030 في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام.
3. نورة بنت مفلح عياط الرويلي (2023)، دور المرأة في تعزيز الأمن الفكري في الأسرة السعودية. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية.
4. Annabelle Sreberny (2015)، نشاط المرأة الرقمي في الشرق الأوسط المتغير. مركز دراسات الإعلام، كلية الدراسات الشرقية والإفريقية، جامعة لندن.
5. عبدالصمد المليلي (2022)، ثقافة الصورة وأثرها على تغيير القيم الاجتماعية لدى المرأة، مجلة مؤشر للدراسات الاستطلاعية.
6. عبدالجليل ومنى محمود (2024)، الإعلان في العصر الرقمي وعلاقته بتشكيل القيم الاجتماعية لدى المرأة العربية. شعبة الصحافة والإعلام، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، جامعة الأزهر.

7. ريهان جمال الشعلان (2023)، تأثير حملات التسويق الرقمية الموجهة للمرأة ودورها في الترويج للأفكار التي تساهم في تعزيز قيم المواطنة وحقوق المرأة. المجلة العربية للاتصال والإعلام الرقمي.
8. ندى محمد محمد عبد الرحمن (2024)، استخدامات المرأة الصحفية للتكنولوجيا الرقمية وتأثيرها على تمكينها داخل غرف الأخبار. المجلة العلمية لبحوث الصحافة.
9. Hélène Bourdeloi (2020)، المرأة السعودية والتقنيات الاجتماعية الرقمية: إعادة تشكيل الهويات،
Published by the American Anthropological Association.
10. أريج البواردي والباحث **Rodney H Jones**² (2021)، المرأة السعودية والقيادة والصور والأنماط والوسائط الرقمية، Sage Journals.
11. مي محمد الحربي (2022)، رؤية المملكة 2030 وتمكين المرأة في المملكة العربية السعودية، journal
.article.ukm
12. Ananta Narayana, Tauffiqu Ahamad (2016)، دور وسائل الإعلام في تسريع تمكين المرأة،
International Journal of Advanced Education and Research.
13. Madhu Kumari (2020)، وسائل التواصل الاجتماعي وتمكين المرأة، INTERNATIONAL
JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH.