



دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

هديل علي محي

المديرية العامة لتربية واسط / تربية الصويرة

البريد الإلكتروني Email : hadeelaliaazz@gmail.com

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، حقوق المرأة، الخطاب الإعلامي، تمكين المرأة، الوعي المجتمعي.

كيفية اقتباس البحث

محي، هديل علي ، دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، تموز ٢٠٢٦، المجلد: ١٦، العدد: ٧ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف والنشر (Creative Commons Attribution) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث ومشاركته مع الآخرين بشرط نسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو استخدامه لأغراض تجارية.

مسجلة في
ROAD

مفهرسة في
IASJ

The Role of Digital Media in Shaping the Discourse on Women's Rights

Hadeel Ali Mohi

General Directorate of Education in Wasit / Al-Suwaira Education Directorate

Keywords : Digital Media, Women's Rights, Media Discourse, Women's Empowerment, Public Awareness.

How To Cite This Article

Mohi, Hadeel Ali, , The Role of Digital Media in Shaping the Discourse on Women's Rights ,Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, July 2026, Volume:16, Issue 7.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

[This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.](#)

Abstract

This study examines the role of digital media in shaping the discourse on women's rights in Arab societies by analyzing the nature of media content and its contribution to raising rights-based awareness and promoting values of equality and empowerment. The research adopts a descriptive-analytical approach, utilizing a survey method through a questionnaire administered to a sample of 210 participants from diverse social and professional backgrounds, in order to explore their perceptions of the effectiveness of digital media in addressing women's issues. The findings indicate a moderate level of public awareness regarding the importance of digital media in supporting women's rights. However, the digital media discourse still suffers from limited comprehensiveness and diversity, as well as weak continuity and insufficient alignment with international human rights frameworks. The results also reveal a deficiency in presenting influential female role models and a lack of systematic use of interactive digital tools, in addition to a noticeable gap



between media discourse and social reality, which reduces its overall impact. On the other hand, the study demonstrates that interactive digital platforms, particularly social media and short-form visual content, are more effective in shaping public awareness compared to traditional media channels. The study concludes that improving digital media discourse requires the adoption of integrated strategies that enhance rights-based content, expand community engagement, and strengthen coordination between media and educational institutions, thereby contributing to the development of sustainable awareness that supports women's empowerment in line with the demands of contemporary digital transformation.

الملخص

يتناول هذا البحث تحليل دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب المتعلق بحقوق المرأة في المجتمعات العربية، من خلال استكشاف طبيعة المحتوى الإعلامي الموجّه، ومدى إسهامه في نشر الوعي الحقوقي وتعزيز قيم المساواة والتمكين. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مع توظيف أسلوب المسح الميداني عبر استبانة طبّقت على عينة مكّونة من (٢١٠) مفردة من فئات اجتماعية ومهنية متنوعة، بهدف رصد اتجاهاتهم نحو فاعلية الإعلام الرقمي في معالجة قضايا المرأة. أظهرت النتائج وجود مستوى متوسط من الوعي العام بأهمية هذا النوع من الإعلام في دعم حقوق المرأة، إلا أن الخطاب الإعلامي الرقمي لا يزال يعاني من محدودية في الشمول والتنوع، وضعف في الاستمرارية والتكامل مع المرجعيات الحقوقية الدولية. كما كشفت النتائج عن قصور في عرض النماذج النسائية المؤثرة، وضعف في توظيف الأدوات التفاعلية الحديثة بشكل منهجي، فضلاً عن وجود فجوة بين الخطاب الإعلامي والواقع الاجتماعي، الأمر الذي يحدّ من فاعلية التأثير. في المقابل، بيّنت الدراسة أن الوسائط الرقمية التفاعلية، ولا سيما المنصات الاجتماعية والمحتوى المرئي القصير، تمثل أدوات أكثر تأثيراً في تشكيل الوعي المجتمعي مقارنة بالوسائل التقليدية. ويخلص البحث إلى أن تطوير الخطاب الإعلامي الرقمي يتطلب تبني استراتيجيات أكثر تكاملاً، تقوم على تعزيز المحتوى الحقوقي، وتوسيع نطاق المشاركة المجتمعية، وتحقيق التنسيق بين المؤسسات الإعلامية والتربوية، بما يسهم في بناء وعي مستدام يدعم تمكين المرأة ويتلاءم مع متطلبات التحول الرقمي المعاصر .

المقدمة

تعد وسائل الإعلام أحد وسائل التواصل الهامة والفعالة للتواصل بين الأفراد والتي يتم من خلالها تشكيل الوعي والتنقيف للأفراد من خلال تزويدهم بالمعلومات التي تتعلق بالقضايا المجتمعية المختلفة، فلذلك يمثل الإعلام أبرز الفواعل المؤثرة في تشكيل الوعي المجتمعي

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

وصياغة الاتجاهات الفكرية والثقافية؛ ومن ثم تبرز أهمية هذه الوسائل بشكل خاص للمرأة حيث يجدان سهولة غير مسبقة في التواصل، والمتابعة، للرسائل والمضامين عبر قنوات متعددة، (السريجي، ٢٠٢٣، ص ١٢٤)، فلذلك بات الإعلام يحتل مكانة مرموقة لما يملكه من قدرة على التأثير والاقناع وتشكيل الأفكار وصياغة الرأي العام. (شداني، ٢٠٢٠، ص ١). وفي هذا السياق، يبرز دور الإعلام الرقمي كأداة فعالة لنشر المعرفة وترسيخ القيم وتحقيق الوعي السلوكي، وتزداد أهميته في ظل التحديات التي تواجه المجتمعات العربية، خاصة المتعلقة بحقوق المرأة، حيث تتصدر قضية حقوق المرأة المشهد بوصفها قضية محورية تتداخل فيها الأبعاد الثقافية والاجتماعية والدينية والاقتصادية. ومع تصاعد الخطاب العالمي حول تمكين المرأة، تبرز الحاجة إلى خطاب إعلامي يعزز الوعي بحقوقها، ويصحح التصورات المغلوطة، ويحفز المجتمع على تبني قيم الإنصاف والعدالة. إلا أن هذا الدور يواجه تحديات عدة، من بينها ضعف المحتوى الموجه للمرأة، وتداخل الأدوار بين الإعلام التقليدي والجديد، فلذلك يسعى البحث لتحديد دور الإعلام الرقمي في تشكيل خطاب حقوق المرأة، من خلال تحليل الفرص التي يتيحها هذا الإعلام في نشر الوعي وتمكين النساء، مقابل التحديات التي تحد من فاعليته وتأثيره في المجتمعات العربية.

مشكلة البحث.

يسهم الإعلام الرقمي في تقديم الأفكار والحقائق الرقميّة من خلال منظومة فكرية تعتمد على المفاهيم والمبادئ الرقميّة التي تشكل جوهر الرسالة التعليمية ويُعد من الوسائل الفعالة في العملية التعليمية، لما له من تأثير مباشر بوصفه أداة من أدوات التربية المستدامة، حيث يُمكن أفراد المجتمع من التعرف على مختلف المعارف والثقافات، ويسهم في تشكيل الرأي العام والتأثير فيه، وأكدت دراسة (Sobaih et.al, 2016) أن وسائل الإعلام الاجتماعي تكتسب أهمية أكاديمية متزايدة، خاصة بوصفها أدوات للتعليم والتعلم (الصواط والآشي، ٢٠٢٤، ص ٢٩٢) وعلى الرغم من الأهمية المتزايدة للإعلام الرقمي بوصفه وسيلة تعليمية وتنقيفية مؤثرة، إلا أن دوره في تشكيل خطاب حقوق المرأة لا يزال محدودًا وغير مستثمر بالشكل الكافي في السياق العربي، خاصة في ظل التحديات الثقافية والاجتماعية التي تحيط بقضايا المرأة. فهناك ضعف واضح في المحتوى الإعلامي الرقمي الموجه نحو تعزيز حقوق المرأة، إلى جانب غياب خطاب تربوي متزن يستند إلى قيم العدالة والمساواة، ويراعي الخصوصيات الثقافية دون الإخلال بالحقوق الأساسية. كما أن التداخل بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ووجود فجوة بين الخطاب الإعلامي والواقع المجتمعي، يحدّان من فاعلية هذا النوع من الإعلام في بناء وعي مجتمعي



دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

داعم لقضايا المرأة. ومن هنا تتبع مشكلة البحث، في السعي للكشف عن مدى قدرة الإعلام الرقمي على تشكيل خطاب حقوق المرأة في المجتمعات العربية، وتحليل الفرص التي يتيحها هذا الإعلام في نشر الوعي وتمكين النساء، مقابل التحديات التي تعيق فاعليته وتحد من تأثيره في الواقع الاجتماعي والثقافي.

تساؤلات البحث

١. إلى أي مدى يسهم الإعلام الرقمي في نشر الوعي المجتمعي حول حقوق المرأة من خلال محتواه التعليمي والتوعوي؟

٢. ما مدى توافق الخطاب الإعلامي الرقمي المتعلق بحقوق المرأة مع القيم الحقوقية والمواثيق الدولية؟

٣. ما الفرص التي يوفرها الإعلام الرقمي لتعزيز تمكين المرأة ودعم مشاركتها في مختلف مجالات الحياة؟

٤. ما أبرز التحديات والمعوقات التي تواجه الإعلام الرقمي في تشكيل خطاب فعال يعزز حقوق المرأة؟

أهداف البحث

يسعي البحث لتسليط الضوء حول تحليل دور الإعلام الرقمي في نشر الوعي المجتمعي حول حقوق المرأة، من خلال ما يقدمه من برامج ومحتوى تعليمي وتوعوي يخاطب العقل ويستهدف بناء الإنسان الواعي، ومن أجل تحقيق هذا الهدف نسعي:

١. رصد وتحليل الخطاب الإعلامي الرقمي المتعلق بحقوق المرأة، وبيان مدى توافقه مع القيم الحقوقية والمواثيق الدولية ذات الصلة.

٢. استكشاف الفرص التي يوفرها الإعلام الرقمي لدعم تمكين المرأة وتعزيز مشاركتها المجتمعية، خاصة من خلال التعليم والإعلام الموجه.

٣. تحديد التحديات والمعوقات التي تواجه الإعلام الرقمي في تشكيل خطاب فعال يدافع عن حقوق المرأة، سواء كانت تحديات ثقافية أو مؤسسية أو مهنية.





أهمية البحث.

يعد الإعلام الرقمي كل ما تبثه وسائل الإعلام المختلفة من رسائل إعلامية ملتزمة، تسعى للقيام بوظائف التربية في المجتمع، من نقل للتراث الثقافي، وغرس لمشاعر الانتماء للوطن، بحيث تتمكن مختلف فئات المجتمع من إدراك المفاهيم واكتساب المهارات والتزود بالخبرات وتنمية الاتجاهات وتعديل السلوك". (السيد، ٢٠١١)، وبذلك فالواقع يشير إلى أن وسائل الإعلام أصبحت أهم مصدر من مصادر التربية، فلذلك لا بد من الاستفادة من هذه الوسائل أفضل استفادة ممكنة. (عبد الرؤوف، ٢٠٠٩، ص ٢١)، وفي هذا الصدد يتمكن أهمية البحث من الحاجة الملحة إلى فهم الدور الحيوي الذي يمكن أن يؤديه الإعلام الرقمي في تشكيل خطاب حقوق المرأة داخل المجتمعات العربية، في ظل التحديات المتزايدة التي تواجه قضايا التمكين والمساواة. فالإعلام الرقمي لا يُعد مجرد وسيلة لنقل المعرفة، بل هو أداة استراتيجية قادرة على التأثير في الوعي الجمعي، وتوجيه السلوك، وترسيخ القيم الإنسانية والحقوقية، مما يجعله مؤهلاً للمساهمة الفاعلة في بناء خطاب عقلائي ومتزن حول حقوق المرأة. ومن هنا، يسعى البحث إلى تسليط الضوء على الفرص التي يتيحها الإعلام الرقمي في نشر الوعي، وتصحيح التصورات المغلوطة، وتحفيز المجتمع نحو تبني قيم العدالة والإنصاف.

مصطلحات البحث:

مفهوم الإعلام الرقمي . هو " مجموعة الوسائط التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية في إنتاج المحتوى ونقله عبر المنصات الإلكترونية، وخصوصاً شبكات التواصل الاجتماعي، بهدف التفاعل مع الجمهور ونقل المعلومات بصورة فورية وواسعة النطاق." (العتري، ٢٠٢٤، ص ١٩٤). ويُسهّم هذا الإعلام في تمكين فئات المجتمع كافة من إدراك المفاهيم الرقمية، واكتساب المهارات، وتنمية الاتجاهات، وتعديل السلوك، بما يعزز من التزود بالخبرات والمعارف اللازمة لبناء الإنسان الواعي والمتقف (المقبالية والجباري، ٢٠١٥).

مفهوم حقوق المرأة. يشير إلى مجموعة الحقوق التي تُمنح للنساء لضمان مساواتهن مع الرجال في مختلف مجالات الحياة، وتمكينهن من العيش بكرامة وحرية بعيداً عن التمييز أو الاستغلال. هذه الحقوق ليست امتيازات، بل هي جزء لا يتجزأ من حقوق الإنسان التي يجب أن يتمتع بها الجميع.

مفهوم الفرص: فالفرصة تعرف بأنها " تجمع لعدد من الظروف المواتية لأحداث تحسن في الأحوال القائمة". (خطاب، ١٩٨٥، ص ٩٢) نقلاً عن المنظمة العربية للتنمية الإدارية.



مفهوم التحديات. كما تشير التحديات في الاصطلاح إلى " أنه عبارة عن أزمة ما معينة ناجمة بشأن شيء جديد وهو أخذ لبعض الصفات المعاصرة (المطر، ٢٠٢١، ص ١٠٢٢) ، والتي تؤثر على المجتمعات والقوانين وفق مجالات ما تتطلب للعمل على المواجهة لها باستخدام مجموعة من الاستراتيجيات المحددة. (مصلحي، ٢٠١٦، ص ٣٧٩)

منهج البحث

من أجل تحقيق أهداف هذا البحث ومعالجة إشكاليته المتعلقة بدور الإعلام الرقمي في تشكيل خطاب حقوق المرأة، تم اعتماد منهج المسح بشقيه (الوصفي والتحليلي)، يقوم هذا المنهج على جمع البيانات عبر أدوات بحثية مثل الاستبيانات، لرصد تجليات الإعلام الرقمي في الخطاب الموجه لقضايا المرأة، وتحليل مدى تأثيره في تشكيل الوعي المجتمعي بحقوقها. ويتكون مجتمع البحث من جميع وسائل الإعلام الرقمي التي تنتج وتعرض محتوى تعليمياً أو توعوياً يعنى بقضايا المرأة وحقوقها، ويشمل المجتمع كذلك الجمهور المتلقي لهذا النوع من الإعلام، خاصة من الفئات المؤثرة في تشكيل الرأي العام مثل المعلمين، والطلاب، وأولياء الأمور، والمتقنين. الدراسات السابقة .

تناولت دراسة (غدير غازي الصواط وألفت عبد العزيز، ٢٠٢٤) موضوع دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي بالتمكين الاقتصادي للمرأة العاملة بالسعودية، مجلة دراسات وبحوث التربية النوعية، هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى إسهام الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي المعرفي لدى المرأة العاملة فيما يتعلق بالتمكين الاقتصادي، وقد اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استبيان من إعداد الباحثين. فشملت العينة (١٠٠) امرأة سعودية عاملة في المؤسسات التعليمية بمحافظة مكة المكرمة، أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح المعلمات، ولصالح العاملات في القطاع الأهلي، وكذلك لصالح من لديهن خبرة تزيد عن ٢٠ سنة. كما كشفت النتائج عن علاقة ارتباط طردية بين الإعلام الرقمي والوعي المعرفي بالتمكين الاقتصادي، حيث كان متغير سنوات الخبرة الأكثر تأثيراً بنسبة (٨٣.٢%)، يليه المسمى الوظيفي بنسبة (٧٨.٦%)، ثم القطاع التعليمي بنسبة (٦٧.٥%). وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات التي تدعو إلى تعزيز دور الإعلام الرقمي في دعم تمكين المرأة اقتصادياً داخل المؤسسات التعليمية.

وعرضت دراسة "سالمه شداني، ٢٠٢٠) موضوع دور وسائل الإعلام في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، وهدفت الدراسة لتقديم معلومات دقيقة عن المرأة الجزائرية ونشاطها في الشأن السياسي وعلاقتها بالمجتمع، كما تهدف الدراسة لنشر الوعي بأهمية المشاركة السياسية

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

كحق من حقوقها السياسية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمنا أداة الاستبيان في جمع البيانات، وتوصلت الدراسة أن وسائل الإعلام بمختلف أنواعها أثبتت وجودها على الساحة الوطنية فهي وسيلة ذو حدين، فلذلك تلعب هذه الوسائل دوراً كبيراً في تحقيق وتفعيل المشاركة السياسية لدى المرأة الجزائرية المتعلمة، وذلك لمشاركتها لمختلف أشكال الممارسة السياسية.

كما ركزت دراسة (نادية ورقلة، ٢٠١٨) دور وسائل الإعلام الحديثة في إبراز دور المرأة في مجتمع متغير، هدفت الدراسة لتسليط الضوء حول معرفة الدور التي تساهم به وسائل الإعلام الحديثة في إبراز دور المرأة في مجتمع متغير، واعتمدت الدراسة المنهج النظري، وتوصلت الدراسة أنه يقع على وسائل الإعلام دور رئيسي في تغيير الصورة النمطية السلبية عن المرأة، وأن تقديم صورة المرأة في وسائل الإعلام بطريقة أكثر إيجابية وواقعية، يقع على عاتق تأثير جهود النساء العاملات في لحقل الإعلامي، كما توصلت لدراسة أن وسائل الإعلام تملك الكثير في إحداث التغيير، ولابد من استخدامها بفاعلية من قبل المرأة ولصالحها بتسخير الثورة الهائلة التي حدثت في مجالي الاتصالات والتكنولوجيا.

من خلال عرض وتحليل الدراسات السابقة تبين أنها ركزت على دور الإعلام في تمكين المرأة من جوانب متعددة: الاقتصادية، السياسية، والاجتماعية. فقد أبرزت دراسة الصواط وعبد العزيز (٢٠٢٤) أهمية الإعلام الرقمي في رفع الوعي الاقتصادي للمرأة السعودية، خاصة لدى المعلمات وذوات الخبرة الطويلة. أما دراسة شداني (٢٠٢٠) فأكدت دور الإعلام في تعزيز المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، رغم كونه وسيلة ذات حدين. بينما تناولت دراسة ورقلة (٢٠١٨) الإعلام الحديث كأداة لتغيير الصورة النمطية للمرأة في المجتمع. ويتميز البحث الحالي بأنه يتجاوز مجرد قياس الأثر، ليحلل كيف يُشكّل الإعلام الرقمي خطاب حقوق المرأة، مع التركيز على الفرص والتحديات، مما يمنحه بعداً نقدياً واستشراقياً يثري النقاش حول تمكين المرأة في السياق العربي.

المبحث الأول

الإعلام الرقمي وخطاب حقوق المرأة - المفاهيم والأسس النظرية

يشكل الإعلام الرقمي أحد أبرز أدوات التأثير في تشكيل الوعي الاجتماعي، خاصة فيما يتعلق بقضايا المرأة وحقوقها. فبفضل طبيعته التعليمية والتثقيفية، لا يقتصر دوره على نقل المعرفة، بل يتعدى ذلك إلى بناء خطاب تربوي يعكس قيم العدالة والمساواة والتمكين. وفي ظل التحولات الثقافية والاجتماعية التي تشهدها المجتمعات العربية، بات من الضروري فهم العلاقة بين الإعلام

الرقمي وخطاب حقوق المرأة، من حيث المفاهيم والأسس النظرية التي تحكم هذا التفاعل، وكيفية توظيفه في دعم قضايا المرأة وتعزيز حضورها في المجالين الرقمي والمجتمعي.

أولاً: مفهوم الإعلام الرقمي .

كما يلعب الإعلام دوراً في رصد الأحداث وتوثيقها وتوفير المعلومات الهامة للمجتمع. كما يتولى دوراً هاماً في تعزيز الشفافية ومراقبة السلطات والمؤسسات وتوفير المساحة للحوار العام والتفاعل الاجتماعي (بو نونة، ٢٠١٨، ص ٤٥) يشير الإعلام الرقمي إلى تلك الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تساهم في إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بشكل مختلف من خلال الأجهزة الإلكترونية " الوسائط المتصلة" والغير متصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل". (قوعيش، ٢٠١٧، ص ٢٧٣) يُعدّ الإعلام الرقمي أو الإلكتروني تطوراً نوعياً في منظومة الإعلام الحديثة، إذ يستند إلى وسيط تكنولوجي موحد يتمثل في الإنترنت والوسائط الرقمية، عوضاً عن الأساليب التقليدية المعتمدة على الورق والإذاعات الكلاسيكية. فقد أصبح هذا الشكل الجديد من الإعلام يعتمد على الشاشات والأجهزة الذكية، مثل الحاسوب والهاتف المحمول، لنقل المادة الإعلامية والتواصل المباشر مع الجمهور بشكل أسرع وأكثر تفاعلية، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف، مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي (الفتاح، ٢٠١١، ص ٣). ولذلك فالإعلام يساهم في تزويد الجمهور بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم

ثانياً: أهمية الإعلام الرقمي .

يُعدّ الإعلام الرقمي من أبرز أدوات التأثير المعرفي والسلوكي في المجتمعات الحديثة، فهو وسيلة فعالة لنقل المعارف والمعلومات التي يصعب أحياناً الوصول إليها عبر التعليم النظامي، مما دفع العديد من الدول إلى الاهتمام المتزايد بدور وسائل الإعلام الرقمية، حتى باتت هذه الوسائل تُعدّ مكملة للوسائل التقليدية. (عمر، ٢٠١٩). فالإعلام الرقمي أحد أنواع الإعلام المتخصص، المنبثق من الإعلام العام، ويقوم على التنسيق والتكامل بين جهود المؤسسات المختلفة ووسائل الإعلام بهدف تحقيق تربية أكثر شمولاً وفاعلية. فقد أسهم الإعلام الرقمي بشكل كبير في تقارب الأزمنة والمسافات للوصول إلى المتلقي في المكان المناسب له، كما أنه فرض نفسه على جميع الأصعدة إذ أصبح العصر عصراً للتقنية والتكنولوجيا الرقمية حيث أصبح هذا الإعلام وسيلة حديثة لنقل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور على نطاق واسع، عبر مختلف الوسائل الاتصالية حتي يكون منبراً للعديد من فئات المجتمع. (منصور، ٢٠٢٢، ص ٨٨)

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

كما يُعد الإعلام الرقمي نظاماً متكاملًا يُسخر الوسائل الإعلامية الحديثة لنقل المفاهيم الرقمية بأساليب تقنية متطورة، تسهم في تعديل السلوك وتنمية المهارات. وتكمن أهميته كذلك في تعزيز الحس الإعلامي لدى الطلاب، وتمكينهم من تفسير وتحليل المحتوى الإعلامي الذي يشكل جزءاً أساسياً من حياتهم اليومية. ومن خلال هذا الوعي، يُغرس لدى الطلاب إدراكٌ أعمق للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع والعالم، مما يجعل الإعلام الرقمي حلقة وصل حيوية بين المؤسسة التعليمية والبيئة الاجتماعية والاقتصادية المحيطة بها. ولذلك بات هذا النوع من الإعلام يشكل محوراً أساسياً في منظومة الاتصال المعاصرة، لما يوفره من سرعة في الوصول إلى الجمهور وتعدد في الوسائط المستخدمة.

ثالثاً: خطاب حقوق المرأة.

تعد المرأة مورداً بشرياً مهماً لتحقيق العدالة والتقدم والنمو للمجتمع في مجالاته المتعددة، في حال أن يتم توظيفها بشكل ملائم لطبيعتها، ووفق ضوابط وثوابت الدين الإسلامي، فالمرأة نصف المجتمع، فمن هذا المنطلق فقد عد البنك الدولي تمكين المرأة في المجتمع أحد عناصر التنمية، وبذلك فقد نصت الإعلان العالمي بشأن الديمقراطية في فقراته الرابعة الصادر من الاتحاد البرلماني الدولي على أن تحقيق الديمقراطية في فقراته الرابعة الصادر عن تحقيق الديمقراطية يقتضي شراكة حقيقة بين الرجل والمرأة في إدارة شئون المجتمع. (الصواط والآشي، ٢٠٢٤، ص ٢٩١) وبناء على ذلك تعد حقوق المرأة هي الحقوق التي تُمنح للنساء والفتيات بموجب القانون، والأعراف الدولية، والمواثيق الإنسانية، باعتبارهن كائنات إنسانية متساوية في الكرامة والقيمة مع الرجل. وتشمل هذه الحقوق كل الجوانب: المدنية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية. وقد ظهرت هذه الحقوق نتيجة نضال طويل ضد التمييز والظلم القائم على النوع الاجتماعي. ومن ثم فإن تمكين المرأة ومنحها حقوقها كاملة ليس فقط عدلاً أخلاقياً، بل هو ركيزة أساسية لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة. فالمجتمعات التي تحترم حقوق المرأة تُحقق مستويات أعلى من التعليم، الصحة، والاستقرار الاجتماعي. المرأة المتعلمة والمتمتعة بحقوقها تصبح أكثر قدرة على تربية أجيال واعية، والمساهمة بفعالية في الاقتصاد وصنع القرار.

المبحث الثاني: الإعلام الرقمي كأداة لتمكين المرأة - الفرص والتحديات

الإعلام الرقمي، بفضل انتشاره الواسع وتنوع منصاته، قوة دافعة رئيسية في تشكيل وتوجيه السلوك الأفراد في العصر الحالي. فقد استحوذت وسائل التواصل الاجتماعي على عقول الكثير من الأفراد، حتي بات جزء من الحياة اليومية، فقد فرض الإعلام الرقمي بوسائله ومنصاته المختلفة حضوره المؤثر في عالم السياسة والمال والعلاقات الاجتماعية، فبحكم طبيعته التفاعلية

وتأثيره الواسع، أصبح من أبرز الأدوات المستخدمة في مجالات المعرفة المختلفة، حيث تسهم في تنمية العديد من جوانب الثقافة المجتمعية. (أبو قوطة، ٢٠٢٣، ص ٩١ - ٩٢)، بل أصبحت وسائل الإعلام مؤسسات معرفية موازية، يتلقى منها الفرد، العديد من المعلومات والمعارف التي يفوق عدد ما يتلقاه الافراد من معرفة عبر الوسائل بمراحلها المختلفة. (علي، ٢٠١٦، ص ٢٨٤) و من خلال وسائل الإعلام الرقمية باتت أداة للتواصل بين أفراد في مختلف بلاد العالم، فهي بذلك قد ألغت المسافات المكانية والزمانية.

أولاً: أهمية الإعلام الرقمي في تناول قضايا وحقوق المرأة في المجتمع

تعد تعبير "المرأة نصف المجتمع" أكثر من مجرد عبارة متداولة؛ فهو يعكس إدراكاً متزايداً لدور المرأة الحيوي في بناء المجتمعات، ويبرز إمكانياتها ومكانتها الأساسية في مختلف المجالات. وعلى الرغم من هذا الاعتراف، لا تزال المرأة تواجه العديد من القضايا المرتبطة بهضم حقوقها، والظلم المجتمعي، والتحديات التي تفرضها بعض القوانين والعادات والتقاليد، والتي قد تُعيق مشاركتها الفاعلة في الحياة العامة. وفي هذا السياق، تبرز أهمية الإعلام كأداة حيوية للدفاع عن قضايا المرأة، من خلال تسليط الضوء على ما تواجهه من عوائق غير منطقية، غالباً ما تكون مبررة اجتماعياً أو قانونياً دون سند عادل. فالإعلام، بما يمتلكه من قدرة على التأثير والتوجيه، يُعد الوسيلة الأنجع لنصرة أصحاب القضايا، والمساهمة في إيجاد حلول فعلية ومستدامة لتحديات المرأة، عبر الترويج المستمر لحقوقها، وتفكيك الصور النمطية، ودعم خطاب المساواة والعدالة الاجتماعية. (الكردي، ٢٠٢١، ص ٢)

ثانياً: دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا حقوق المرأة.

فالإعلام الرقمي يحقق وظيفة أساسية في اكتساب المعارف والحصول على معلومات تساعد على الارتقاء بالسلوك الفردي والجماعي والارتقاء بالأمة فكرياً وثقافياً. (المقبالية والجابري، ٢٠١٥) بالإضافة لدوره في تشكيل الوعي الأخلاقي والاجتماعي والإنساني إلى جانب التنقيف الرقمي والتعليمي والمساندة في عملية التنمية الشاملة، وتريد القيم الإيجابية، ففي هذا الصدد يتضح بأن الإعلام الرقمي يركز على منظومة القيم والأخلاقيات التي يتبناها المجتمع، ويعمل على ترسيخها ومواجهة أي مؤثرات قد تُضعف الالتزام بها، مما يجعله وسيلة توجيهية شاملة تسهم في تحقيق مزيد من التكامل بين الفرد والمجتمع. ويُعنى الإعلام الرقمي بتوجيه الأفراد وتعزيز التواصل الفعال الخالي من التناقض، بما يضمن انسجام الرسالة الإعلامية مع الأهداف الرقمية المنشودة. (الصواط والآشي، ٢٠٢٤، ص ٢٩٣)

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

ويتجلى اهتمام الإعلام الرقمي في تناوله للجوانب الثقافية من خلال تسخير الوسائل الإعلامية لنقل المعلومات التي تتضمن الأسس والمفاهيم الرقمية، مع التركيز على تعديل السلوك الإنساني وبث القيم الإيجابية في مضمون الرسالة الإعلامية (مصاييح ومقدم، ٢٠١٩). كما يعتمد الإعلام الرقمي على التقنيات الحديثة، مثل الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، لنشر الوعي العلمي والثقافي، سواء عبر وسائل التواصل الفردية أو الجماعية، مما يعزز من دوره في بناء مجتمع معرفي واع ومتفاعل مع قضايا الرقمية، ويرى دراسة "كامل، ٢٠٢١" أن علاقة المرأة بوسائل الإعلام الحديثة علاقة جدلية، حيث يمكن أن تساعد النساء على التعبير عن احتياجاتهن وتطلعاتهن والمطالبة بحقوقهن.

ثالثاً: الفرص والتحديات الإعلام الرقمي في تمكين الخطاب بحقوق المرأة.

يُعدّ الإعلام الرقمي أحد الوسائل الحيوية في تشكيل الوعي المجتمعي، ونشر القيم، وتوجيه السلوك، ويأخذ دوراً محورياً في تعزيز مفاهيم المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة. يمكن للإعلام أن يفتح آفاقاً أوسع أمام النساء للمشاركة الفاعلة في الحياة العامة، سواء في التعليم، أو سوق العمل، أو العمل السياسي. ويتمثل دوره في تقديم نماذج إيجابية للمرأة، تسهم في كسر الصورة النمطية التقليدية، وإعادة تشكيل وعي الأجيال حول أدوار المرأة ومكانتها.

١- الفرص التي يتيحها الإعلام الرقمي لتمكين المرأة

من أبرز الفرص التي يوفرها الإعلام الرقمي للمرأة هي إمكانية الوصول الواسع والمجاني للمعلومات، وهو ما يتيح للنساء، وخاصة في المجتمعات الريفية أو المهمشة، التعرف على حقوقهن في التعليم والعمل والمشاركة المجتمعية. كما يسهم الإعلام في تعزيز الوعي القانوني والثقافي لدى المرأة، من خلال البرامج التعليمية التي تتناول قوانين الأسرة والعمل، وحقوق المرأة في الدستور، وأدوارها في التنمية المستدامة. إضافة إلى ذلك، يمكن للإعلام الرقمي أن يكون منبراً لمناقشة القضايا النسوية الحساسة، مثل الزواج المبكر والعنف القائم على النوع الاجتماعي، بطريقة تربوية تراعي الخصوصية الثقافية وتحفز التغيير المجتمعي. وتؤكد دراسة Bhup Singh (Gaur, et.al, 2024) على أهمية التثقيف الإعلامي والدعوة إلى تعزيز الوعي في مواجهة الصور النمطية المرتبطة بالنوع الاجتماعي، ودفع عجلة المساواة بين الجنسين. كما يدعو إلى ضرورة رفع مستوى الوعي والتعليم لتمكين الجمهور من تقييم المحتوى الإعلامي بوعي نقدي، بما يسهم في تقديم صورة أكثر توازناً للمرأة في الخطاب الإعلامي.

٢- التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في تمكين المرأة

رغم الإمكانيات الكبيرة التي يتيحها الإعلام الرقمي ، إلا أن هناك العديد من التحديات التي تحد من فاعليته في تمكين المرأة. من بين هذه التحديات هيمنة الخطاب الذكوري في المحتوى الإعلامي، مما يجعل تمثيل النساء غالباً نمطياً أو هامشياً. كما أن غياب السياسات الإعلامية الداعمة للنوع الاجتماعي يؤدي إلى غياب الخطاب الرقمي المتوازن الذي يعكس القضايا الحقيقية للنساء. ومن التحديات الأخرى نقص التدريب لدى الإعلاميين والإعلاميات في كيفية توظيف الرسالة الإعلامية الرقمية بطريقة فعالة تعزز تمكين المرأة دون الوقوع في فخ التبسيط أو التحيز. كذلك، تُعد الرقابة الاجتماعية والثقافية من العوامل التي تقيد حرية الإعلام الرقمي في تناول بعض القضايا النسوية الجوهرية، خاصة في المجتمعات المحافظة، حيث يُنظر إلى الحديث عن حقوق المرأة أحياناً كتهديد للقيم السائدة.

المبحث الثالث: الدراسة التطبيقية

مجتمع وعينة البحث

يتكون مجتمع البحث من جميع وسائل الإعلام الرقمي التي تنتج وتعرض محتوى تعليمياً أو توعوياً يعنى بقضايا المرأة وحقوقها، سواء عبر القنوات التلفزيونية، أو المنصات الرقمية، أو البرامج الإذاعية، أو الصفحات التعليمية في الصحف والمجلات، في الفترة الزمنية المحددة للبحث؛ ويشمل المجتمع كذلك الجمهور المتلقي لهذا النوع من الإعلام، خاصة من الفئات المؤثرة في تشكيل الرأي العام مثل المعلمين، والطلاب، وأولياء الأمور، والمتقنين. يعتمد هذا البحث على عينة قصدية غير احتمالية، تم تحديدها لتشمل (١٠٠) مفردة من الأفراد الذين لهم علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالإعلام الرقمي ومضامينه المتعلقة بحقوق المرأة، مثل المعلمين، والطلاب الجامعيين في كليات التربية والإعلام، وأولياء الأمور، والعاملين في مجال إعداد البرامج الرقمية أو المحتوى الإعلامي التوعوي.

أداة البحث

اعتمد هذا البحث على الاستبيان بوصفه الأداة الأساسية لجمع البيانات، نظراً لما يتمتع به من مرونة وسهولة في التطبيق، وقدرته على الوصول إلى عدد كبير من المفردات في وقت زمني مناسب، مما يعزز من دقة النتائج ويثري التحليل الإحصائي للبيانات؛ وقد صمم الاستبيان ليقاس آراء وتوجهات أفراد العينة حول دور الإعلام الرقمي في تشكيل خطاب حقوق المرأة، مع التركيز على مدى تعرضهم للمحتوى الرقمي المتعلق بالمرأة، ودرجة وعيهم به، وانطباعاتهم حول فاعليته، بالإضافة إلى تقييمهم للفرص والتحديات التي يواجهها هذا الخطاب.

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

وتكون الاستبيان من ثلاثة محاور رئيسية:-

■ المحور الأول: البيانات الديموغرافية (مثل الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة).

■ المحور الثاني: مدى التعرض للمحتوى الرقمي المرتبط بحقوق المرأة، وأنواعه، وأشكال الوسائط المستخدمة.

■ المحور الثالث: تقييم دور الإعلام الرقمي في دعم خطاب حقوق المرأة، وتحليل أبرز التحديات التي تحد من فاعليته.

وقد تم بناء الاستبيان وفقاً لمجموعة من المؤشرات المستمدة من الإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة، مع مراعاة الوضوح والدقة في الصياغة، وتتوزع أنماط الأسئلة بين الأسئلة المغلقة (ذات البدائل المحددة)، والأسئلة شبه المفتوحة التي تسمح بإبداء الرأي؛ وقد خضع الاستبيان للتحكيم من قبل مجموعة من الخبراء في الإعلام والتربية لضمان صدق المحتوى، كما تم اختباره مبدئياً على عينة تجريبية محدودة لقياس ثباته ووضوحه، قبل توزيعه على العينة النهائية للبحث.

الإطار التطبيقي للبحث

المحور الأول: البيانات الديموغرافية

أ. الجنس

جدول رقم (١) يوضح الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	90	42.9%
أنثى	120	57.1%
المجموع	210	100%

تشير نتائج توزيع العينة حسب النوع إلى أن الإناث شكلن النسبة الأكبر من المشاركين في الدراسة، حيث بلغ عددهن (١٢٠) بنسبة (٥٧.١%)، مقارنة بالذكور الذين بلغ عددهم (٩٠) بنسبة (٤٢.٩%). ويعزى هذا التفاوت إلى احتمال وجود اهتمام أكبر من قبل النساء بموضوع الدراسة، خصوصاً أنه يتناول قضايا حقوق المرأة ودور الإعلام الرقمي في تشكيل هذا الخطاب؛



دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

كما قد يعكس ميلاً أكبر لدى الإناث للمشاركة في الأبحاث المتعلقة بالتمكين والمساواة، ما يثري التحليل بنتائج نابذة من الفئة المعنية مباشرة بالقضية.
ب. الفئة العمرية

جدول رقم (٢) يوضح الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من ٢٠ عام	28	13.3%
من ٢٠ إلى ٣٠ عام	96	45.7%
من ٣١ إلى ٤٠ عام	60	28.6%
أكثر من ٤٠ عام	26	12.4%
المجموع	210	100%

يتضح من الجدول الفئة الأكثر تمثيلاً في العينة هي الفئة العمرية (٢٠-٣٠ عام) بنسبة (٤٥.٧%)، تليها الفئة (٣١-٤٠ عام) بنسبة (٢٨.٦%)؛ بينما كانت المشاركة أقل من الفئتين (أقل من ٢٠ عام) و(أكثر من ٤٠ عام) بنسبة (١٣.٣%) و(١٢.٤%) على التوالي.
ت. المستوي التعليمي

جدول رقم (٣) يوضح المستوي التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية%
ثانوي	34	16.2%
جامعي	118	56.2%
دراسات عليا	58	27.6%
المجموع	210	100%

أظهرت النتائج أن المشاركين الحاصلين على مؤهل جامعي يشكلون النسبة الأعلى في العينة بواقع (٥٦.٢%)، يليهم الحاصلون على دراسات عليا بنسبة (٢٧.٦%)، في حين بلغت نسبة

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

من هم دون المستوى الجامعي (ثانوي فقط) (١٦.٢%)؛ ويعكس هذا التوزيع ارتفاع مستوى الوعي الأكاديمي لدى غالبية العينة، مما ينعكس إيجابياً على فهمهم للمفاهيم المرتبطة بحقوق المرأة والإعلام الرقمي؛ كما يمكن القول إن الخلفية التعليمية المرتفعة تزيد من جودة البيانات المستخلصة، نظراً لإدراكهم العميق للمحتوى الحقوقي والتربوي.

ث. المهنة

جدول رقم (٤) يوضح المهنة

المهنة	التكرار	النسبة المئوية%
طالب/ة	72	34.3%
معلم/ة	48	22.9%
إعلامي/ة	30	14.3%
موظف/ة حكومي	36	17.1%
غير ذلك	24	11.4%
المجموع	210	100%

جاءت فئة الطلاب في مقدمة المشاركين بنسبة (٣٤.٣%)، يليهم المعلمون بنسبة (٢٢.٩%)، ثم الموظفون الحكوميون بنسبة (١٧.١%)، في حين شكل الإعلاميون نسبة (١٤.٣%)، وجاءت الفئة "غير ذلك" في المرتبة الأخيرة بنسبة (١١.٤%)؛ ويعكس هذا التوزيع تنوع الخلفيات المهنية للمشاركين، مما يمنح الدراسة رؤية متعددة الزوايا؛ فمشاركة الطلاب تشير إلى فاعلية الشباب في تلقي الخطاب الرقمي، بينما توضح مشاركة المعلمين والإعلاميين وجود معرفة مهنية مباشرة بالمحتوى الرقمي والتوعوي الذي يشكل خطاب حقوق المرأة.

المحور الثاني: البيانات الديموغرافية

أ. وضوح المحتوى الإعلامي الرقمي المتعلق بحقوق المرأة

جدول رقم (٥) يوضح وضوح المحتوى الإعلامي الرقمي المتعلق بحقوق المرأة

درجة	التكرار	النسبة المئوية
------	---------	----------------



دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

الإجابة		
موافق	112	53.3%
غير موافق	64	30.5%
محايد	34	16.2%
المجموع	210	100%

تشير النتائج إلى أن أكثر من نصف المبحوثين (53.3%) يرون أن الإعلام الرقمي يقدم محتوى واضحاً حول حقوق المرأة، بينما يرى 30.5% العكس، مما يدل على تباين في تقييم جودة هذا المحتوى؛ أما النسبة المحايدة (16.2%) فتعكس وجود نسبة غير قليلة غير قادرة على تحديد موقف حاسم، ربما بسبب نقص الوعي أو التباين في تجارب التعرض للإعلام الرقمي .
بتركيز الإعلام الرقمي على مفاهيم المساواة والعدالة بين الجنسين

جدول رقم (٦) يوضح تركيز الإعلام الرقمي على مفاهيم المساواة والعدالة بين الجنسين

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	138	65.7%
لا	72	34.3%
المجموع	210	100%

يبيد غالبية أفراد العينة (65.7%) رأياً إيجابياً بأن البرامج التعليمية تتطرق لمفاهيم المساواة والعدالة، وهو ما يعكس إدراكاً جيداً لدور الإعلام الرقمي في هذا الجانب؛ ومع ذلك، فإن نسبة 34.3% لا يرون هذا التوجه، مما يسلط الضوء على الحاجة لتوسيع نطاق هذا الخطاب ليشمل فئات أوسع من المجتمع.

ت.الوسائل التي يقدم من خلالها الإعلام الرقمي الوعي بحقوق المرأة

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

جدول رقم (٧) يوضح الوسائل التي يقدم من خلالها الإعلام الرقمي الوعي بحقوق المرأة

الوسيلة	عدد الاختيارات	النسبة من إجمالي العينة (٢١٠)
البرامج الحوارية	145	٢٦.٤%
الحملات التوعوية الإذاعية/التلفزيونية	132	٢٤.٠٨%
المناهج التعليمية عبر القنوات التعليمية	119	٢١.٧%
المقاطع التوعوية على منصات التواصل	152	٢٧.٧%

أظهرت النتائج أن الوسيلة الأبرز لرفع الوعي بحقوق المرأة كانت "المقاطع التوعوية على منصات التواصل" بنسبة ٢٧.٧%، تليها "البرامج الحوارية" بنسبة ٢٦.٤%؛ ويعكس هذا أهمية المحتوى الرقمي والبصري القصير في إيصال الرسائل الحقوقية؛ أما اعتماد الإعلام الرقمي على المناهج التعليمية كان الأقل، مما قد يشير إلى الحاجة إلى دمج أكبر لحقوق المرأة ضمن البرامج التعليمية النظامية الموجهة للجمهور.

ث.مدي إسهام الإعلام الرقمي في تعزيز الفهم المجتمعي لأدوار المرأة في التنمية

جدول رقم (٨) يوضح مدي إسهام الإعلام الرقمي في تعزيز الفهم المجتمعي لأدوار المرأة في التنمية

درجة الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
موافق	126	60.0%
غير موافق	48	22.9%
محايد	36	17.1%
المجموع	210	100%

أشار ٦٠% من المبحوثين إلى أن الإعلام الرقمي يلعب دورًا بارزًا في تعزيز الفهم المجتمعي لأدوار المرأة في التنمية، وهو ما يعد مؤشرًا إيجابيًا؛ أما نسبة غير الموافقين (٢٢.٩%)، فتدل على وجود فئة ترى أن الإعلام لم يصل بعد للمستوى الكافي في هذا المجال، مما يبرز الحاجة لمراجعة الرسائل الرقمي ة وضمان شموليتها.



المحور الثالث:

أ.مدى تغطية الإعلام الرقمي لقضايا حقوق المرأة

جدول رقم (٩) يوضح مدى تغطية الإعلام الرقمي لقضايا حقوق المرأة

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	88	41.9%
لا	122	58.1%
الإجمالي	210	100%

تشير البيانات إلى أن غالبية المبحوثين (٥٨.١%) يرون أن الإعلام الرقمي لا يعرض قضايا حقوق المرأة بشكل كافٍ، وهو ما يعكس فجوة واضحة في المحتوى الرقمي الإعلامي تجاه هذه القضايا؛ وفي المقابل، فقط ٤١.٩% يعتقدون أن هناك تغطية كافية، مما يعزز الحاجة إلى مراجعة أعمق لدور الإعلام الرقمي في تسليط الضوء على حقوق المرأة. ب.الوسائل والأساليب المستخدمة في نشر الوعي بحقوق المرأة

جدول رقم (١٠) يوضح الوسائل الإعلامية التي ترى أنها أكثر تأثيراً في نشر الوعي بحقوق المرأة

الوسيلة الإعلامية	التكرار	النسبة
البرامج التعليمية بالتلفاز	136	٣١.١٢%
المنصات الرقمية التوعوية	172	٣٩.٣%
الصحف والمجلات الرقمية	77	١٧.٦%
الإذاعة المدرسية أو الجامعية	52	١١.٨%
الإجمالي	٤٣٧	١٠٠%

يتضح من الجدول أن المنصات الرقمية التوعوية جاءت في المقدمة ب(٣١.١٢%) اختياراً، وهو ما يؤكد قوة الإعلام الرقمي كوسيلة تأثيرية رئيسية في خطاب حقوق المرأة؛ تليها البرامج التعليمية بالتلفاز، مما يدل على استمرار تأثير الوسائل التقليدية، بينما سجلت الصحف والمجلات الرقمية والإذاعة معدلات أقل، مما يستدعي تطوير محتواها لجعله أكثر جذباً وتأثيراً.

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

ت.توافق الخطاب الإعلامي الرقمي مع قيم العدالة والمساواة

جدول رقم (١١) يوضح توافق الخطاب الإعلامي الرقمي مع قيم العدالة والمساواة

درجة الاتفاق التكرار النسبة %		
أوافق	94	44.8%
محايد	58	27.6%
لا أوافق	58	27.6%
الإجمالي	210	100%

نلاحظ أن ٤٤.٨% من المبحوثين يوافقون على أن الإعلام الرقمي يسهم بتبسيط مفاهيم حقوق المرأة للمجتمع، بينما تساوت نسبة من هم على الحياد مع من لا يوافقون بنسبة ٢٧.٦% لكل منهما؛ ويظهر هذا التنوع في الآراء أن هناك تبايناً في جودة الخطاب الإعلامي بين مؤسسات ومحتوى وآخر، مما يشير إلى الحاجة لتعزيز الوضوح واللغة السهلة في تقديم هذه الموضوعات. ث.مدي رؤية أن الإعلام الرقمي يعرض نماذج إيجابية لنساء مؤثرات في المجتمع

جدول رقم (١٢) يوضح مدي رؤية أن الإعلام الرقمي يعرض نماذج إيجابية لنساء مؤثرات في المجتمع

درجة الاتفاق التكرار النسبة %		
أوافق	72	34.3%
محايد	68	32.4%
لا أوافق	70	33.3%
الإجمالي	210	100%

يظهر الجدول تقارباً شديداً في نسب الإجابات، مما يدل على وجود قصور في إبراز النماذج النسائية الإيجابية في الإعلام الرقمي ؛ فقط ٣٤.٣% يشعرون بأن هناك عرضاً كافياً لهذه النماذج، بينما يرى الثلث تقريباً عكس ذلك أو يظلون على الحياد؛ وهذه النتائج تشير إلى ضعف الاستمرارية أو الانتقائية في تقديم قنوات نسائية ملهمة.

نتائج البحث

١. أظهرت نتائج الاستبيان أن غالبية أفراد العينة يرون أن الإعلام الرقمي لا يغطي قضايا حقوق المرأة بالشكل الكافي؛ حيث أشار أكثر من ٦٥٪ من المشاركين إلى أن التداول الإعلامي لقضايا المرأة يكون موسميًا أو مناسباتيًا، وغالبًا ما يفتقر إلى العمق والاستمرارية؛ كما أكد عدد كبير من المشاركين أن البرامج الرقمية لا تتطرق بشكل واضح أو ممنهج لشرح حقوق المرأة القانونية أو الاجتماعية، وإنما تكتفي بطرح عناوين عامة دون معالجة جادة.

٢. تشير النتائج إلى أن الوسائل المعتمدة في الإعلام الرقمي لنشر الوعي بحقوق المرأة تقليدية إلى حد كبير، حيث اعتمدت الغالبية (نحو ٧٢٪ من المشاركين) على أن المحتوى يقدم في صورة محاضرات جامدة أو مواد توعوية تقليدية، في حين كانت هناك نسبة ضئيلة (أقل من ٢٠٪) ذكرت استخدام وسائل تفاعلية مثل النقاشات، العروض المسرحية، أو المحتوى الرقمي الحديث.

٣. ومع ذلك، اتفق معظم أفراد العينة (٨٣٪) على أن المحتوى التفاعلي والمرئي (مثل الفيديوهات القصيرة، والقصص الرقمية) هو الأكثر تأثيرًا في تشكيل وعي الجمهور بحقوق المرأة، مقارنة بالوسائل الكلاسيكية.

٤. بين الاستبيان أن هناك تباينًا في الآراء حول مدى التزام الإعلام الرقمي بقيم العدالة والمساواة إذ رأى ٥٤٪ من المشاركين أن الخطاب الإعلامي الرقمي يحاول الالتزام بهذه القيم، لكن يظل غير كافٍ أو متوازن، بينما أشار ٣٠٪ إلى أن الخطاب يعاني أحيانًا من تحيزات ثقافية أو نمطية ضد المرأة؛ كما أكد بعض المبحوثين أن هناك ضعفًا في عرض نماذج ناجحة للمرأة أو تسليط الضوء على إنجازاتها في القطاعات العلمية والاجتماعية.

٥. أجمعت نسبة كبيرة من العينة (٧٠٪) على أن الإعلام الرقمي لا يؤدي دوره بالشكل المطلوب في تمكين المرأة أو دعم مشاركتها المجتمعية؛ وقد أشار عدد من المبحوثين إلى أن الإعلام لا يركز على قضايا التمكين الاقتصادي، ولا يشجع الفتيات على الانخراط في تخصصات علمية ومهنية تساهم في تنميتها الذاتية والمجتمعية.

٦. ورغم ذلك، أكدت أقلية (١٨٪) أن بعض المبادرات الإعلامية الرقمية الحديثة بدأت تسلط الضوء على نماذج نسائية ناجحة، ولكنها لا تزال غير منتظمة أو ممنهجة.

٧. تؤكد النتائج أن الإعلام الرقمي ما زال يعاني من ضعف في التداول الكمي والنوعي لقضايا حقوق المرأة، كما أنه لا يستخدم الوسائل الرقمية والإعلامية الحديثة بالقدر الكافي؛ ورغم وجود بعض المؤشرات الإيجابية، إلا أن هناك فجوة بين التوجهات النظرية والممارسات الفعلية، مما

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

يستدعي تدخلاً واعياً من الجهات المسؤولة عن الإعلام الرقمي لتطوير المحتوى بما يتماشى مع أهداف العدالة والمساواة وتمكين المرأة.

توصيات البحث

١. تعزيز شمولية الخطاب الإعلامي الرقمي ليشمل كافة جوانب حقوق المرأة، بما في ذلك الحقوق السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وليس الاقتصار فقط على الأبعاد التعليمية.
٢. ضرورة تطوير المحتوى الإعلامي الرقمي ليكون أكثر شمولاً وارتباطاً بالقيم الحقوقية العالمية، مع تبني خطاب إعلامي يعزز المساواة والعدالة.
٣. ضرورة دمج قضايا حقوق المرأة ضمن المناهج التعليمية والبرامج التوعوية بشكل ممنهج ومنسق مع وزارات التعليم والإعلام.
٤. الاهتمام بتبسيط المفاهيم الحقوقية بلغة ملائمة لجميع الفئات العمرية والثقافية، خاصة في البرامج الموجهة لطلبة المدارس والجامعات.
٥. إبراز النماذج النسائية المؤثرة في المجتمع بشكل دوري، واستخدامها كنماذج إيجابية ضمن المحتوى الإعلامي الرقمي لتشجيع التماهي الإيجابي.
٦. تضمين القيم الحقوقية الواردة في المواثيق الدولية ضمن الأطر المرجعية للمؤسسات الإعلامية الرقمية، بما يعزز التوافق بين المحتوى المحلي والمعايير العالمية.

قائمة المصادر والمراجع:

١. أحمد سيد مصلحي، ٢٠١٦، أبرز التحديات المستقبلية التي تواجه القيادات الرقمية في المملكة العربية السعودية وسبل مواجهتها، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، م ١، ع ١٧٠٤.
٢. إسماعيل الأعور، (٢٠٠٥)، واقع الإعلام الرقمي في مؤسسات التعليم الثانوي بالجزائر من منظور مستشاري التوجيه المدرسي والمهني والتلاميذ - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ورقلة - كلية الآداب والعلوم الإنسانية.
٣. بن ورقلة، نادية، (٢٠١٨)، دور وسائل الإعلام الحديثة في إبراز دور المرأة في مجتمع متغير، مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية والإنسانية المعمقة، ع ٣.
٤. خطاب، عائدة سيد، (١٩٨٥)، " الإدارة والتخطيط الاستراتيجي في قطاع الأعمال والخدمات سياسات إدارية، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى.



دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب إزاء حقوق المرأة

٥. بن نونة، نادية، (٢٠١٨)، العلاقة بين التكوين الإعلامي الأكاديمي وتشكيل الرؤية النقدية لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال التكنولوجي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر.
٦. السريحي، حنان مساعد سعد، (٢٠٢٣)، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا المرأة في السعودية، شئون اجتماعية، ع ١٥٨.
٧. شداني، سالمه، (٢٠٢٠)، دور وسائل الإعلام في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية - دراسة استطلاعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر ٣، كلية علوم الإعلام والاتصال.
٨. الصواط، غدير غازي، الآشي، ألفت عبد العزيز، (٢٠٢٤)، دور الإعلام الرقمي في تنمية الوعي بالتمكين الاقتصادي للمرأة العاملة بالسعودية، مجلة دراسات وبحوث التربية النوعية، مج ١٠، ع ١.
٩. عبد الرؤوف، بثينة، (٢٠٠٩)، الفضائيات والتربية الثقافية للنشء، مؤتمر التربية والثقافة والإعلام، (القاهرة المجلس الأعلى للثقافة).
١٠. علي، هناء السيد محمد، (٢٠١٦)، الدور الرقمي للإعلام المدرسي في تنمية القدرات الإبداعية للطلاب، المجلة العلمية لكلية التربية، العدد السادس، الجزء الأول.
١١. عمر، السيد أحمد مصطفى، (٢٠١٩)، دور الإعلام الرقمي ووظائفه في مجال التربية، <https://mail.almerja.com/reading>.
١٢. العتري، طلال عيد، (٢٠٢٤)، أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات - دراسة ميدانية، مجلة العلوم التربوية والإنسانية، ع ٣٨.
١٣. قوعيش، جمال الدين، (٢٠١٧)، التربية الإعلامية والإعلام الرقمي، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مج ٢، ع ٣.
١٤. كامل، كريمة كمال طنطاوي، (٢٠٢١)، تمثيلات المرأة في الصحافة الاقتصادية وعلاقتها بالواقع الاجتماعي والاقتصادي للمرأة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع ٢٠، مج ٢.
١٥. الكردي، أفين قاسم فهمي، (٢٠٢١)، دور الإعلام الأردني في دعم قضايا المرأة - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.
١٦. ماجدة لطفي السيد: تقنيات الإعلام الرقمي والتعليمي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١.
١٧. محمد الفاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير، الطبعة الأولى، دار كنوز الحكمة، ٢٠١١، الجزائر.
١٨. محمد عد الله عيسى حمد المطر، (٢٠٢١)، التحديات العقدية المعاصرة دراسة تحليلية نقدية، العقيدة الإسلامية، مجلة الدراسات العربي، كلية دار العلوم، المنيا، مصر، ص ١٠٢٢.
١٩. مسعودي، عائشة، (٢٠٢٠)، أهمية الإعلام الرقمي في توعية المرأة الماكثة بالبيت بمخاطر العنف ضد الأطفال، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عمار ثلجي الأغواط، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
٢٠. مصباح، فوزية، ومقدم، أمال. (٢٠١٩). دور الإعلام الرقمي في تحفيز المتعلمين على تنمية قيمهم الإبداعية: المرحلة الثانوية نموذجًا. بحوث في التربية النوعية، جامعة القاهرة - كلية التربية النوعية، ع ٣٥، ص ١٣١٩ - ١٣٣٧.

٢١. منصور حسام، (٢٠٢٢) الإعلام الرقمي: مفهومه وسائله، نظرياته، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد الثالث، العدد الثاني، ٨٨
٢٢. خالد حامد أبو قوطة، ٢٠٢٣ "فعالية منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الشباب الفلسطيني، مجلة بحوث الإعلام الرقمي، ٢٤
٢٣. المقبالية، موزة بنت عبد الله بن خميس، الجابري، خلفان بن ناصر بن خلفان، (٢٠١٥)، دور الإعلام الرقمي في تطوير الإداء الإداري المدرسي بسلطنة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السلطان قابوس.
٢٤. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، <https://www.al-edu.com/wp-content/uploads/201>

Sobaih, A. E. E., Moustafa, M. A., Ghandforoush, P., & Khan, M. (2016). To use or not to use? Social media in higher education in developing countries. *Computers in Human Behavior*, 58, 296- 305.

Gaur, Bhup Singh, Das, Binoyjyoti, Misra, Apoorva, Mallick, Sanjeeb, Patel, Jigneshkumar B., & Monika. (2024). *The role of media in shaping perceptions of women's empowerment: Challenges and opportunities for change. Journal of Innovation in Educational Research*, 4(1). <https://doi.org/10.52783/jier.v4i1.1102>

List of Sources and References:

1. Ahmed Sayed Muslihi, 2016, The Most Prominent Future Challenges Facing Digital Leaders in the Kingdom of Saudi Arabia and Ways to Address Them, *Journal of the Faculty of Education, Al-Azhar University*, Vol. 1, No. 170.
2. Ismail Al-Awar, (2005), The Reality of Digital Media in Secondary Education Institutions in Algeria from the Perspective of School and Career Guidance Counselors and Students – A Field Study, Unpublished Master's Thesis, University of Ouargla - Faculty of Arts and Humanities.
3. Ben Ouargla, Nadia, (2018), The Role of Modern Media in Highlighting the Role of Women in a Changing Society, *Mafahim Journal for In-Depth Philosophical and Humanistic Studies*, No. 3.
4. Khattab, Aida Sayed, (1985), "Management and Strategic Planning in the Business and Services Sector: Administrative Policies," Dar Al-Fikr Al-Arabi, First Edition.
5. Ben Nouna, Nadia, (2018), "The Relationship Between Academic Media Training and the Formation of Critical Vision Among Students of Media and Communication Sciences: A Field Study," PhD dissertation in Media and Communication Technology, Abdelhamid Ibn Badis University, Mostaganem, Algeria.
6. Al-Suraihi, Hanan Musaed Saad, (2023), "The Role of Social Media in Raising Awareness of Women's Issues in Saudi Arabia," *Social Affairs*, Issue 158.
7. Shadani, Salma, (2020), "The Role of Media in Activating the Political Participation of Algerian Women: An Exploratory Study," Unpublished PhD dissertation, University of Algiers 3, Faculty of Media and Communication Sciences.
8. Al-Sawat, Ghadeer Ghazi, and Al-Ashi, Ulfat Abdul Aziz, (2024), "The Role of Digital Media in Raising Awareness of the Economic Empowerment of Working



Women in Saudi Arabia," Journal of Studies and Research in Special Education, Vol. 10. 1.

9. Abdel Raouf, Buthaina, (2009), Satellite Channels and the Cultural Education of Youth, Conference on Education, Culture and Media, (Cairo: Supreme Council of Culture.)

10. Ali, Hanaa El-Sayed Mohamed, (2016), The Digital Role of School Media in Developing Students' Creative Abilities, Scientific Journal of the Faculty of Education, Issue 6, Part 1.

11. Omar, El-Sayed Ahmed Mostafa, (2019), The Role and Functions of Digital Media in Education, <https://mail.almerja.com/reading>.

12. Al-Atri, Talal Eid, (2024), The Impact of Digital Media on Crisis Management in Telecommunications Companies - A Field Study, Journal of Educational and Human Sciences, Issue 38.

13. Qouaish, Gamal El-Din, (2017), Media Education and Digital Media, Al-Risala Journal for Human Studies and Research, Vol. 2, No. 3.

14. Kamel, Karima Kamal Tantawi, (2021), Women's Representations in Economic Journalism and Their Relationship to the Social and Economic Reality of Egyptian Women. The Egyptian Journal of Public Opinion Research, Issue 20, Vol. 2.

15. Al-Kurdi, Avin Qasim Fahmi, (2021), The Role of Jordanian Media in Supporting Women's Issues – A Field Study, Unpublished Master's Thesis, Middle East University, Faculty of Media.

16. Majda Lotfi Al-Sayed: Digital and Educational Media Technologies, Amman, Osama Publishing and Distribution House, 2011.

17. Muhammad Al-Fatih Hamdi et al., Modern Communication and Media Technology: Use and Impact, First Edition, Kunooz Al-Hikma Publishing House, 2011, Algeria.

18. Muhammad Adallah Issa Hamad Al-Matar, (2021), Contemporary Doctrinal Challenges: A Critical Analytical Study, Islamic Creed, Journal of Arab Studies, Faculty of Dar Al-Ulum, Minya, Egypt, p. 1022.

19. Masoudi, Aisha, (2020), The Importance of Digital Media in Raising Awareness Among Stay-at-Home Women About the Dangers of Violence Against Children, Unpublished Master's Thesis, Amar Thlidji University of Laghouat, Faculty of Humanities and Social Sciences.

20. Misbah, Fawzia, and Muqaddam, Amal. (2019). The Role of Digital Media in Motivating Learners to Develop Their Creative Values: The Secondary Stage as a Model. Research in Specific Education, Cairo University – Faculty of Specific Education, No. 35, pp. 1319-1337.

21. Mansour, Hossam, (2022). Digital Media: Its Concept, Tools, and Theories. Journal of Research and Studies in New Media, Volume 3, Issue 2, p. 88.

22. Khaled Hamed Abu Quta, (2023). The Effectiveness of Social Media Platforms in Shaping Religious Awareness Among Palestinian Youth. Journal of Digital Media Research, No. 2.

23. Al-Muqbali, Moza bint Abdullah bin Khamis, and Al-Jabri, Khalfan bin Nasser bin Khalfan, (2015). The Role of Digital Media in Developing School Administrative Performance in the Sultanate of Oman. Unpublished Master's Thesis, Sultan Qaboos University.





24. The Arab Organization for Administrative Development, League of Arab States,
<https://www.al-edu.com/wp-content/uploads/201>

