



دور التواصل الرقمي في دعم مفهوم التمكين المعرفي للمرأة السعودية

د. مزة فاروق جوهري

أستاذ مساعد جامعة بني سويف

قسم المكتبات والوثائق

د. سارة عبد الرحيم قشيري

أستاذ مساعد جامعة الملك عبد العزيز

قسم علم المعلومات





مستخلص:

انطلقت الدراسة الحالية من مقارنة بين ظواهر ثلاثة أصبحت تطفو على الساحة الاتصالية والفكرية هي _الويب ٢ او الويب الاجتماعي، رأس المال الاجتماعي،مجتمع المعرفة _متجاوزة كل موضوع على حدة بمعطياته لالتماس خط يجمعها معا لاستثمارها لصالح بناء المجتمع المعرفي .الذي يتميز بساحة واسعة للتعلم واكتساب المعرفة والاقتناص السريع للمعلومة، في ظل تسهيل الاتصال بين الأفراد والثقافات وتكريس التقارب والتفاعل الثقافي بين الشعوب .

الكلمات المفتاحية: المرأة، اللممكن المعرفي، التواصل الرقمي





تهديد :

من المؤكد أن ثورة المعلومات والاتصالات أعادت صياغة العالم الذي يعيش تغيراً نوعياً في جميع أوجه الحياة، في الاقتصاد والسياسة والثقافة والعلاقات الاجتماعية و ذلك يجري بتعجيل يفرضه زخم الثورة التكنولوجية في مجال المعلومات والاتصالات التي تتخذ طابعاً كونياً حول العالم إلى قرية صغيرة، واتاح هذا انتقال المعلومة بسرعة أكبر عبر الشبكة الالكترونية، بحيث وجدت طريقها إلى أي مكان وإلى أي إنسان، الأمر الذي يفتح أبواباً جديدة وفرت مجالات واسعة للتعلم واكتساب المعرفة والاقتناص السريع للمعلومة، فضلاً عن تسهيل الاتصال بين الأفراد والثقافات و تكريس التقارب والتفاعل الثقافي بين الشعوب^(١). من هنا نشهد تغيرات لحقت بكيانات غيرت من سلوكياتها مع الغير ومع ذاتها، ومنها تحديداً المرأة بما يفرض عليها من واقع اجتماعي له سماته الخاصة. وقد أظهرت دراسات أعدت عن برامج تمكين النساء أنها أحدثت تغيراً اجتماعياً إيجابياً على أدوار ومكانة المرأة في المجتمع وعلى أوضاعها النفسية والاجتماعية والاقتصادية. من هنا كان السعي للربط بين توافر هذه القنوات الاتصالية ودورها في تمكين المرأة معرفياً .

أهمية ومشكلة الدراسة :

كل المراحل التي مر بها الاتصال تبين حاجة الإنسان البشرية إلى تطوير وسائل الاتصال بما يخدم رغباته واحتياجاته بداية من استخدامه للحواس في إيصال أفكاره ونهاية إلى ما وصل إليه اليوم من تطور في نظم الاتصال الرقمية واستخدام للتكنولوجيا الحديثة في إيصال أفكاره ومشاعره، فقد وفرت وسائل الاتصال الحديثة كافة الخدمات الرقمية التي تشبع رغبات



وحاجات التواصل في كافة المجالات فأصبح الفرد يتواصل عن طريقها مع المجتمع المحلي أو الخارجي ويتفاعل بأي وقت يناسبه وبأي مكان يتواجد به، وهي من أهم الميزات التي تتميز بها الوسائل الحديثة إضافة إلى تلبية رغبة الإنسان بالتفاعل بعد أن كان متلقي لا يضمن حق إبداء الرأي أو المشاركة ونهاية بتحقيق عنصر الأنية في حصول الفرد على المعلومة والتفاعل معها، كل تلك المزايا تجعل من وسائل الاتصال الرقمية أهم وسيلة تواصل حالية سواء للفرد أو للمجتمع، وتهتم الدراسة الحالية بدراسة إمكانية إسهام التواصل الرقمي في دعم تمكين البناء المعرفي لدى المرأة، علما بأن عدم استغلال هذه البيئة الرقمية من ناحية إمكاناتها الإيجابية وسوء استعمال قنواتها الاتصالية من شأنه أن يؤدي إلى تعزيز الفجوة المعرفية، وزيادة حدة الإقصاء المجتمعي للمرأة. فللدراسة الراهنة أهمية كبرى في محاولة إثراء الإنتاج الفكري بدراسة عن الدور الذي تلعبه التكنولوجيا الرقمية في دعم دور المرأة معرفيا وما حققته في سد ومساندة احتياجات المرأة من المعلومات لاستثماره في التعليم والتنمية الموجهة تمشيا مع خطط المملكة العربية السعودية في دعم دور المرأة وتنميتها في كل من المدن الرئيسية والنامية. ومنه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

ما حجم التواصل الرقمي للمرأة السعودية وماذا وفر لها في إطار مفهوم التمكين المعرفي؟

أهداف الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة إلى معرفة دور التواصل الرقمي لرصد مدى مساهمته في دعم مفهوم التمكين المعرفي و دوره في بث رسائل الاتصال من أجل التخطيط لاستثماره الاستثمار الأمثل وإثراء



دوره في نشاط وعي موضوعي وعليه تتمثل أهداف الدراسة في معرفة:

- حجم الاستخدام للتواصل الرقمي في المجتمع المدروس.
- أنماط المستخدمين وفئاتهم.
- أنماط الاستفادة من التواصل الرقمي.
- التأكد من كثافة استخدام التواصل الرقمي كأداة من أدوات الاتصال وأنماطه.
- أنماط وقنوات التواصل الرقمي المستخدمة .
- تحديد أبعاد الأدوات الإلكترونية الحديثة في التكوين الشخصي والمعرفي ومدى فاعليتها وجدواها في الاتصال للتمكين المعرفي بمجتمع الدراسة .

تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الإجابة على الأسئلة التالية :

- ما حجم الاستخدام للتواصل الرقمي في المجتمع المدروس؟
- ما أنماط المستخدمين وفئاتهم؟
- ما أنماط الاستفادة من التواصل الرقمي ؟
- ما كثافة استخدام التواصل الرقمي كأداة من أدوات الاتصال وأنماطه؟
- ما أنماط وقنوات التواصل الرقمي المستخدمة ؟
- ما أبعاد الأدوات الإلكترونية الحديثة في التكوين الشخصي والمعرفي ومدى فاعليتها وجدواها في الاتصال لدعم مفهوم التمكين بجوانبه المتعددة ؟



منهج الدراسة وأدواتها :

لقد تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي للاستعانة به في هذه الدراسة، واستعانت الباحثتان بأداة الاستبيان أداة بحث ميدانية أمكن من خلالها جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة من المجتمع المقترح والمقدر بعينة عشوائية بسيطة قوامها ٢٥٠ مفردة تم اعتماد ٢٣١ استمارة منها أجيب بشكل صحيح غطى الاستبيان كافة الفئات من المرأة السعودية من حيث (العمر/ العمل/ التعليم/ الحالة الاجتماعية / الدرجة الوظيفية / نوع الوظيفة) وشمل الاستبيان أربعة محاور في ٢٦ سؤال غطت الجوانب التي تسعى الدراسة لاستكشافها .

حدود الدراسة ومجالها: تغطي الدراسة الحدود التالية

الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على معرفة دور التواصل الرقمي في دعم مفهوم التمكين المعرفي لدى المرأة

الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على المرأة السعودية بجددة.

الحدود الزمنية: تمت الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ١٤٣٤/١٤٣٥ هـ الموافق ٢٠١٣/٢٠١٤ م

مصطلحات الدراسة :

التواصل الرقمي :

يمكننا القول أن الإنترنت هو آخر ما وصل إليه الإنسان لتحقيق حاجاته في الاتصال التفاعلي والسهل مع الآخرين. (٢) وهو ما قصدت إليه الدراسة بالتواصل الرقمي .



التمكين: Empowerment

هو عملية تغييرية تستهدف حصول الأفراد على القوة وتفترض أن هذا يتم من خلال اكتساب المعلومات الخاصة بهم وبالبيئة التي يعيشون فيها، ومن خلال التطلع نحو العمل مع الأفراد والمؤسسات من أجل إحداث التغيير المطلوب في المجتمع. (٣)

المعرفة: Knowledge

كلمة معرفة تعبير يحمل العديد من المعاني لكن المتعارف عليه هو ارتباطها مباشرة مع المفاهيم التالية المعلومات، التعليم، الاتصال، والتنمية. (٤) وهو ما تدور في فلكه الدراسة الراهنة.

كما يمكن القول بأن المعرفة هي "الاستخدام الكامل والمكثف للمعلومات والبيانات التي ترتبط بقدرات الإنسان الأصلية والمكتسبة، والتي توفر له الإدراك والتصور والفهم". (٥)

الاحتياجات المعلوماتية:

الرغبة في الحصول على المعلومات لاتخاذ قرار أو الإجابة عن سؤال معين. (٦)

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات موضوعات ذات علاقة بالدراسة الحالية في أجزاء منها، ولم تبحث في محاور الدراسة بشكل متكامل من تمكين واثار للتواصل الرقمي على اختلاف روافده في المرأة بشكل عام، والسعودية بشكل خاص. وجاءت هذه الدراسات متناولة النقاط التالية كلا على حدة والتي استقت منها الدراسة الحالية الخلفية العلمية في جوانب هي (نظرة المجتمع تجاه المرأة وتمكينها و



تأثير تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تمكين المرأة، و نظرة المجتمع تجاه مواقع التواصل الاجتماعي ودورها) وفيما يلي عرض لبعض هذه الدراسات العربية والأجنبية في ترتيب تنازلي

خلصت دراسة دوفلو (٢٠١٣م) إلى أن هناك علاقة تبادلية بين التنمية الاقتصادية وتمكين المرأة الذي يُعرّف بأنه تحسين قدرة المرأة على الوصول إلى عناصر التنمية ولاسيما الصحة، والتعليم، وفرص كسب الرزق، والحقوق، والمشاركة السياسية. فمن جهة، يمكن للتنمية وحدها أن تؤدي دوراً أساسياً في تقليل عدم المساواة بين الجنسين، ومن جهة أخرى، يمكن لاستمرار التمييز ضد المرأة، أن يعوق التنمية. وخلصت الدراسة أيضاً إلى أن التنمية الاقتصادية وحدها لا تكفي لضمان إحراز تقدم كبير في جوانب مهمة من عملية تمكين المرأة، مثل قدرات صنع القرار لديها، وفي المقابل، يؤدي تمكين المرأة إلى تحسين بعض جوانب الصحة والتغذية لرعاية الأطفال لكن على حساب بعض الجوانب الأخرى على سبيل المثال التعليم. (٧)

قدم علاء الشامي عام (٢٠١٣م) دراسته التي سعت للبحث عن طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحقيق مظاهر رأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي للوقوف على طبيعة المردود الاجتماعي وماهية العوامل النفسية والاجتماعية والإعلامية المؤثرة في هذا الشأن مستخدماً عينه تضمنت ٣٥٦ فرداً بالغاً من الرياض، في دراسة ميدانية أسفرت نتائجها عن، ثمة ارتفاع ملحوظ في استخدام الفيس بوك في المجتمع السعودي بشكل عام، وحققت نسب الذكور معدلات أعلى، كما خلصت الدراسة إلى وجود عوامل وسيطة نفسية واجتماعية وإعلامية عديدة من شأنها التأثير على معدلات الفيس بوك في علاقتها بتحقيق رأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي. (٨)



وعمد S. Suja (٢٠١٢م) الى دراسة تقويمية لدور جمعية مجموعات المساعدة الذاتية Association in Self Help Groups في تمكين المرأة ؛ وذلك بهدف الكشف عن الوضع الحالي لهن، وجمع الحقائق عن درجة وفاعلية التمكين بعد تجربته، معتمدة على استخدام المنهج المسحي بأخذ عينات متعددة المراحل، وإجراء قياسات قبلية وبعديّة عليها. فتم اختيار ٦ أعضاء من كل مجموعة باستخدام العينة العشوائية البسيطة. فبلغ مجموعها ٧٥٠ عضوة. بالإضافة الى ١٠٠ عضوة مختارة للمقابلة الشخصية. وتوصلت الدراسة الى أن انضمام الأعضاء الى مجموعات المساعدة الذاتية جعلهن أكثر قدرة على المشاركة في صنع القرار، والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية، وبالتالي تحقق تمكين الأعضاء اجتماعيا، وكذلك أظهرت النتائج تحقق التمكين النفسي لهن من خلال زيادة الثقة بالنفس والقدرة على المناقشة وإبداء الرأي، وتفاعلهن الواضح في الأسرة ؛ مما نتج عنه تغيير في الشخصية والسلوك ونتج عنه القدرة على القيادة. وتحقق كذلك تمكينهم اقتصاديا حيث زاد الدخل لدى الأعضاء وارتفع مستوى المعيشة لديهن. (٩)

وسعت دراسة نجادات (٢٠١٢م) الى التعرف على استخدامات الأسرة الأردنية لشبكة "الفيسبوك" ودوافع هذه الاستخدامات واسباعات المتحقة منها. فاستخدمت المنهج المسحي لكون الدراسة من الأبحاث الوصفية التحليلية وقد تضمنت عينة الدراسة مستخدمات موقع "الفيسبوك" من المتزوجات العاملات في جامعة اليرموك، وتم جمع المعلومات من خلال استبانة مكونة من (١٤) سؤالاً تم توزيعها على عينة الدراسة من المبحوثات. وقد توصلت الدراسة الى أن ما نسبته (٦٥.٥%) من المبحوثات لديهن حساب شخصي على موقع "الفيسبوك" وأن الدوافع المتمثلة بالبقاء على اتصال مع الاصدقاء القدامى والجديد، والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية



والدولية هي التي دفعت المبحوثات لاستخدام "الفيسبوك"، مما يدل على أهمية هذا الموقع في إبقاء الأفراد على اتصال وتفاعل مع بعضهم بعضاً. (١٠)

استهدفت دراسة عالية محمود (٢٠١١م) التعرف إلى واقع المرأة الاجتماعي بالاستناد إلى الظروف التاريخية، ومضمون الثقافة المجتمعية الخاصة بها، وانعكاساتها من خلال القيم والعادات والتقاليد والأمثال والفنون الشعبية. كذلك التعرف إلى صورة المرأة من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وتوضيح دورها في تشكيل الواقع الاجتماعي للمرأة. بالإضافة إلى استعراض النظريات والطرق التي فسرت بها واقع المرأة، ورصد الظروف الاجتماعية التي تعيشها المرأة العربية بشكل عام والمرأة الأردنية بشكل خاص، من خلال المؤشرات المتعمقة بالتعليم والعمل والأوضاع الصحية والقانونية التي تحكم العلاقات الاجتماعية. ولتحقيق أهداف الدراسة صممت إستبانه لمعرفة الأوضاع الاجتماعية للمرأة، ومدى تأثيرها بالموثوث الاجتماعي والثقافي السائد، من وجهة نظر المبحوثين رجالاً ونساءً، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. وبلغت عينة الدراسة ٣٦٠ مفردة، تم إختيارهن بالطريقة العشوائية من خلال مشاركتهن في اجتماعات وورش العمل تناولت موضوعات متعلقة في تمكين المرأة، ونتجت الدراسة الى ان الموثوث الثقافي والاجتماعي والتاريخي بالإضافة الى القوانين والأنظمة كان لها الأثر الكبير في الحد من تمكينها ومشاركتها بنفس درجة مشاركة الرجل. (١١)

تناولت دراسة Metcalfe (٢٠١١م) العوامل الاجتماعية و الثقافية التي تشكل مفهوم الجنس كـ (ذكر واثني) في ثلاث من دول الخليج العربي ؛ وهي (البحرين، الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية) وسعت الدراسة الى التعرف على مدى ارتباط نظم تطوير الموارد البشرية الوطنية بالوضع الاجتماعي



والاقتصادي الحالي للمرأة في دول الخليج العربي؟ وكيف تساند الأطر المؤسسية لتطوير الموارد البشرية الوطنية في تمكين المرأة و تطوير تعليمها؟ فتوصلت الدراسة إلى أن للعوامل الاجتماعية والثقافية أثر كبير على تطوير وتمكين المرأة اقتصاديا وتعليميا، وأن الحكومات وحدها لا يمكنها سد الفجوة وتغيير النظرة للمرأة؛ وعليه عمدت الدراسة الى وضع إطار جديد لمفهوم نوع الجنس من ذكر وانثى، فوضعت الدراسة انموذجا لتطوير الموارد البشرية الوطنية يساعد الحكومات في وضع استراتيجيات لتطوير مهارات الموارد البشرية الوطنية والتمكين للمرأة. وتكوين مفاهيم جديدة حول النوع الاجتماعي والتطوير للموارد البشرية، وخلق شراكات مع المجتمع المدني لتسهيل التغيير الاجتماعي على المدى الطويل والحفاظ عليه. وأوصت الدراسة بضرورة دعم المرأة العربية لتطوير وكالات ومنظمات نسائية خاصة بها تلائم خصوصيتها كمراة مسلمة وتعتمد الى تمكينها من وضع اجندات خاصة بها.(١٢)

تناولت دراسة SURESH (٢٠١١م) تأثير تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تمكين المرأة في الهند حيث تعد الهند ثاني دولة في العالم من حيث استخدام الهاتف المحمول بعد الصين ويبلغ عدد النساء المستخدمين لهما نصف المليار امرأة وأوضحت الدراسة الى أن الهند عمدت إلى تمكين المرأة بها وخصوصا في الأماكن الريفية ناهيك عن الحضرية من خلال تطوير واستخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وفورت مواقع عبر الانترنت وبرامج إذاعية ورسائل وبرامج عبر الهواتف المحمولة لتوعيتها في مجالات متعددة؛ مثل الصحة، وفي مجال التعليم وتقديم دورات وبرامج تاهيلية وفرص للعمل، والاقتصاد من بيع وشراء وتعريف بالحقوق والمواطنة والقانون وإدارة الكوارث وبناء القيادات وغيرها وتناولت الدراسة البرامج المقدمة للمرأة الهندية



واهدافها واماكن وجودها ؛ فخلصت إلى أن تلك البرامج كان لها اثر في تعزيز ثقة المرأة الهندية بنفسها وخلقت الوعي لديها (١٣)

واظهرت دراسة نبيلة السيوف (٢٠٠٧م) أن برامج تمكين النساء احدثت تغيرا اجتماعيا ايجابيا على أدوار ومكانة المرأة الأردنية وعلى أوضاعها النفسية والاجتماعية والاقتصادية. حيث تقبل النساء المستفيدات من برامج التمكين على برامج التمكين الاقتصادي بالدرجة الأولى بنسبة ٨٢٪ و٤١٪ وبرامج التمكين النفسي بالدرجة الثانية ٨٥٪ و٧٧٪ وبرامج التمكين السياسي بالدرجة الثالثة ١٦٪ و٦٤٪ وبرامج التمكين المعرفي بالدرجة الرابعة ٢١٪ و٦٢٪ وبرامج تمكين بالدرجة الخامسة ٥٣٪ وبرامج تمكين قانوني بالدرجة السادسة ٣٨٪. وتري الباحثة أن إقبال المستفيدات على برامج التمكين الاقتصادي بالدرجة الأولى يعد مؤشراً على مدى حاجة المرأة الأردنية إلى فعاليات وبرامج هذا المجال بما تتضمنه من تدريب وتأهيل مهني وإقراض . وبحسب وجهة نظر السيوف فإن الإقبال على التمكين الاقتصادي مرده أن برامج ومشاريع هذا المجال من الطابع المادي المحسوس الذي يلبي حاجة المرأة الفقيرة لزيادة دخل أسرتها وتحسين مستوى معيشتها، وأوصت الدراسة بضرورة العمل على التكامل بين مجالات التمكين المختلفة وهو ما تحتاجه المرأة لتغير أوضاعها فالقاعدة الاقتصادية والمستوى الفكري يشكلان معاً نقطة انطلاق لإحداث التغير الاجتماعي. (١٤)

وانطلاقاً من الدراسة الأخيرة ومجمل الدراسات السابقة تطرح الرؤية في الدراسة الحالية بأن بيئة التواصل الرقمي ربما تفتح المجال لتمكين المرأة في كافة المجالات انطلاقاً من تمكينها المعرفي ووصولاً لكافة مستويات التمكين وانتهاءً بالتمكين الاقتصادي المحسوس في بيئة تواصل تحافظ على خصوصياتها .



الجانب النظري:

من المؤكد أن كل مجتمع يتطور وفقاً لإيقاعه الخاص، فالمجتمعات لا تتطور جميعاً بالشكل نفسه، والمملكة العربية السعودية تتطور في مجالات عدة بشكل مذهل وسريع كمجالات التعليم والاقتصاد والأبحاث، وتجلت هذه الخطوات في زيادة الابتعاث وما لحق المرأة من نسب عالية في هذا القطاع، ودخول تخصصات عدة دفعت بالمرأة في ميادين متنوعة. كان عليها خلالها أن تثبت ذاتها، وبدعم من مصادر عدة وفرت لها سبل الارتقاء والتغيير من صورتها القديمة لنمط أصبح مغاير يستهدف حصوله على القوة ويفترض أن هذا يتم من خلال اكتساب المعلومات الخاصة بهن وبالبيئة التي يعيشون فيها، ومن خلال التطلع نحو العمل مع الأفراد والمؤسسات من أجل إحداث التغيير المطلوب في المجتمع، وفي ضوء ذلك كان مفهوم التمكين، فالتمكين هو الترجمة العربية الشائعة لمفهوم (empowerment) أحد المفاهيم المستحدثة التي تم تداولها وتوظيفها بكثرة في عدد من المجالات والحقول المعرفية ضمن المجال التداولي الغربي. وقد وقع اختيار الأمم المتحدة على هذا المفهوم ليشكل حجر الزاوية في منظومتها التنموية التي تبنتها في الربع الأخير من القرن الماضي التي استهدفت دمج النساء والفئات المهمشة في عملية التنمية بعد إقصائها لعقود عديدة، ومنذ ذلك الحين جرت محاولات لبلورة المفهوم وتحويله إيجابياً إلى عدد من البرامج التنموية وهو ما أدى إلى انتشار المفهوم عالمياً على صعيد واسع.

المفهوم اللغوي للتمكين:

التمكين في اللغة العربية هو مصدر للفعل (مَكَّن) والمكان عند أهل اللغة هو الموضع الحاوي للشيء، وقد وردت مادة (م، ك)،



(ن) بمعان متعددة، منها: مكن الشيء قوياً ومتن ورسخ واطمأن فهو ماكن، ومكنه من الشيء وأمكنه منه جعل له عليه سلطاناً وقدرة، وأمكن فلانا الأمر سهل عليه وتيسر وقدر عليه. وتمكن من الأمر واستمكن منه قدر عليه وظفر به. ويقال: مكنته وأمكنت له فتمكن، وأمكنت فلانا من فلان. (١٥)

والتمكين يعني التقوية والتعزيز. فقد وردت الكلمة في العديد من المواضع في القرآن الكريم، كقوله تعالى: ﴿وعد الله الذين آمنوا منكم وعملوا الصالحات ليستخلفنهم في الأرض كما استخلف الذين من قبلهم وليمكنن لهم دينهم الذي ارتضى لهم وليبدلنهم من بعد خوفهم أمنا﴾ (*) [سورة النور. الآية ٥٥]

وفي المفاهيم الغربية ووفقاً للمصادر اللغوية فإن المفهوم مستمد من الكلمة اللاتينية "Potere" وتعني أن يصبح الإنسان قادراً، ووفقاً لقاموس ويبستر فإن الفعل (empower) يعني إعطاء القوة القانونية أو السلطة الرسمية، كما يعني الاستطاعة، أما اللاحقة (ment) فتأتي بوصفها نتاج لعملية التقوية أو التمكين. وتبدو القوة (Power) بوصفها الكلمة المحورية والمفتاحية في المفهوم والتي تكسبه معناه ودلالاته. (١٦)

مفهوم التمكين وأبعاده:

تقوم عملية التمكين على عدة نقاط

_الأولى أنها تتطلب القوة التي يمكنها أن تفرض التغيير، والتي تراها جانيت بيكلر لير بأنها "القدرة على التحرك صوب التغيير أو إنتاجه" (١٧).



حيث ينظر للقوة - وفق التعريفات الموسعة والمرنة- بوصفها مخرجا لعملية التفاعل بين البشر بعضهم البعض وبين الأشياء، وبهذا المعنى هي عملية متغيرة في حد ذاتها وبمقدورها إحداث التغير في حياة الأفراد والمجتمعات. (١٨)

وفي مقابل القوة هناك الضعف الذي يتمثل بصورة أساسية في عدم القدرة على اتخاذ الأفراد أفعالا من شأنها إحداث التغيير في حياتهم، وهو ما ينتج عنه الفتور وعدم رغبة الإنسان (فردا كان أم جماعة) في أن يناضل من أجل السيطرة على الموارد. ومن هنا أسهمت هاتين النقطتين (القوة والضعف) في بلورة مفهوم التمكين وتحديد معانيه ودلالاته.

_ ثانيها ارتباطها بمسألة "التحكم الشخصي" أي قدرة الإنسان على أن يتحكم في مسار حياته تغييرا أو تعديلا،

_ ثالثها النظر إلى التمكين بوصفه عملية ذات أبعاد وتجليات مختلفة (١٩)

أبعاد عملية التمكين :

تتجلى عملية التمكين في كونها تمثل النواحي التالية

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



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

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

- عملية تنموية: تبتغي زيادة وعي الأفراد بقدراتهم وتحثهم على تطويرها ليصبحوا مؤهلين للحاق بعملية التنمية. (٢٠)

وتتوقف تبعية التمكين أولاً على المرأة ذاتها فمن دراسات أعدت عن درجة مسئولية التغيير في حياة المرأة جاءت المرأة ذاتها أولاً ثم الأسرة ثم منظمات المجتمع المدني فالمجتمع فالإعلام والحكومة كآخر نقاط المسئولية.

مما يلحق بالعبء على المرأة ذاتها واسرتها والتي يمكن أن تحققه من خلال استثمار قنوات التواصل الرقمي في تغيير الكثير من مجالات التكوين لذاتها وتمنح لنفسها انطلاقة في مجالات عدة للتمكين منها الاقتصادي والمعرفي والشخصي النفسي وغيره (٢١)

تعريف التمكين :

استناداً إلى هذه الخصائص تم تعريف التمكين بشكل يتسم بالمرونة والعمومية بأنه "عملية اجتماعية متعددة الأبعاد تساعد البشر في أن يتحكموا في حياتهم الخاصة، وهو عملية تعزيز القوة التي يستخدمها البشر في حياتهم الخاصة وفي مجتمعاتهم..".



ويتم تعريفه أيضا بأنه "عملية تحدي افتراضاتنا حول الكيفية التي يتشكل عليها الواقع وما ينبغي أن يكون عليه". (٢٢)

احتياجات المستفيدين من المعلومات والمعرفة :

هناك ثلاثة عناصر رئيسة تعد بمثابة المحرك للاحتياجات المعلوماتية، فهي التي تخلق الشعور بالحاجة لدى الفرد وتمثل في:

القيم والدوافع الشخصية:

فقد يكون حرص الشخص على بلوغ النجاح، أو تحقيق الاحترام وسط مجتمعه هو ما يحرك حاجته للمعلومات .

الارتقاء وظيفياً:

فقد يحرص الفرد على الحصول على معلومات معرفية إدراكية يستطيع من خلالها التعرف إلى ما يجهله من جوانب مهنية واجتماعية ووظيفية، تنظيمية الخ

الضغوط الاجتماعية والتأثير الثقافي :

يتأثر العنصران السابقان بالبيئة الثقافية والاجتماعية التي يعيشها الفرد، وتحدد اهتمامات الفرد الشخصية وعوامل النجاح، و السلوكيات المقبولة. فيلجأ الفرد للحصول على المعلومات عندما يدرك عدم معرفته بحقائق أو معارف معينة لتساعده على اتخاذ قرار بشأن ما يقول أو ما يعتقد أو ما يفعل. (٢٣)

وهي هذا الشأن ينبغي أن نضرب بين جانبيين من الحاجة للمعرفة وهما الرغبة في المعرفة، والحاجة إلى المعرفة .



أولا الرغبة في المعرفة :

هي الحالات التي يلجأ فيها الفرد للحصول على معلومات افتقاره إليها لا يحدث أي ضرر بالنسبة إليه وبالتالي فإن تجاهل أمر الحصول على المعلومات فيها لا تؤثر على الجوانب المهمة في حياته.

ثانيا الحاجة إلى المعرفة :

هي الحالات التي ينبغي على الفرد أن يحصل فيها على معلومات حول الجوانب التي يفتقر بها، وهذه الحالات التي قد يتضرر الفرد إذا ما بقي على حالة جهله بتلك المعارف، كالتى تتعلق بحياته وأموره الشخصية أو معلومات تتعلق بكيفية أداء مهام معينة أو وظيفته. فعليه ألا يتجاهلها ولكن يسعى للوصول لها، وقد يسرت القنوات الرقمية سبل الوصول لكافة أنواع المعلومات والمعارف وبأساليب عدة وخاصة أمام من يتناقضون في عدم تلبية حاجاتهم من المعلومات والمعرفة، ذلك أن ردة فعل الأشخاص تجاه الحاجة للمعلومات تنقسم إلى ثلاثة أنواع

(أ) يتجاهل البعض الأمر ولا يحرصون على الحصول على المعلومات التي تلبى حاجاتهم.

(ب) يسعى البعض للتفكير الذاتي والاستعانة بذاكرته فقط للوصول للحل.

(ج) يستفسر البعض من مصادر عدة سواء أشخاص أو كتب أو مكتبات والآن من خلال شبكة الانترنت وما تحويه من مصادر آنية متعددة الوسائط والأدوات .



أوجه الجهل بالمعلومات :

هناك عدة أوجه للجهل بالمعلومات يمكن تلخيصها في الآتي:

١. الافتقار إلى المعلومات وإدراك الفرد عدم معرفته بها.
 ٢. تضارب المعلومات لدى الفرد ، وعدم معرفته الصحيح منها.
 ٣. جهل الفرد بالمعلومات وعدم معرفته بأن هناك معلومات مهمة بالنسبة له ولكنه يجهلها. (٢٤)
- ويعتمد توجه المستفيد نحو طلب المعلومات على اعتبارات عدة مشابهة لتلك التي تحكم طلبه لأشياء أخرى غير المعلومات، ومن بين ذلك القيمة التي سيبدلها في مقابل حصوله على المعلومات، ولا تقتصر القيمة على الجوانب المالية فقط ولكنها تتجاوز إلى الوقت والجهد وما شابهه. إلا أنه في ظل توافر البيئة الرقمية وما وفرته من قنوات عدة للتواصل ومصادر شتى للمعلومات تغيرت سلوكيات البحث عن المعلومات لدى الأفراد كافة، فالانترنت بالأمس كان جزءاً من حياة الناس لا يستطيعون الاستغناء عنه، واليوم بعد ثورة الويب ٢ أو ما يسمى بـ user generated content UGC - وتطبيقاته في التواصل الاجتماعي بات الآباء والأمهات في صفحات الفيس بوك و تاه الأبناء في دروب تويتر الفسيحة، يستيقظ الفرد على تنبيهات الأيضون والبلاك بيري لي شاهد نفسه في مقاطع اليوتيوب، ونستقي معلوماتنا من ساحات الويكيبيديا، هذه الممارسات اليومية والتي يشارك فيها الكل بالكتابة والصوت والصورة، هي ما فرض علينا الآن للتواصل مع الآخرين ومشاركتهم الأخبار والمعلومات، فالتفاعل مع هذه الوسائل يستهلك وقتاً ويقلل من فرصة وجود واقعي في العالم الطبيعي،

فهم ونحن نتواجد افتراضياً في عالم واسع يلبي كل احتياجاتنا
بحركة أصابع أو بضغطة زر

خدمات التواصل الرقمي بالانترنت :

الإنترنت:

الإنترنت، شبكة الشبكات، هي أبرز ثمرة نتجت عن تلاحم ثلاث ثورات كونية هي ثورة المعلومات، وثورة الاتصالات، وثورة الحواسيب. كما أنها -الإنترنت- تمثل أبرز النماذج العالمية في الاستفادة من خدمات الشبكة الرقمية المتكاملة (Integrated Digital Network). والإنترنت شبكة معلومات عالمية تربط الآلاف من شبكات الحواسيب المنتشرة في بقاع العالم بعضها ببعض، ويستخدمها الملايين من البشر حيث وفرت لهم تسهيلات جمّة. وحيث أن هناك كثير من العوامل التي تحول دون انخراط المرأة بعمق في القنوات غير الرسمية أو الشخصية للاتصال، كالمراسلات وتبادل الأحاديث الجانبية على هامش المؤتمرات، والندوات مثلاً، فضلاً عن أنماط التعليم المنفصل في بعض الدول العربية، ومن هنا كان للبيئة الإلكترونية وأدوات التواصل الرقمي أن تيسر سبل الاتصال للمرأة في هذه السياقات للتعامل الفاعل مع مثل هذه القنوات، ومن ثم توثيق ارتباطها بالأوساط الأخرى والانتماء إلى الجماعات الافتراضية، والتفاعل بعمق في النشاطات المختلفة، الأمر الذي يمكن أن تكون له انعكاساته الإيجابية على إنتاجية المرأة وتكوينها وتمكينها ومن هنا يمكن أن يلعب التواصل الرقمي دوراً مهماً في فتح قنوات اتصال كانت المرأة وخاصة العربية في معزل عنها إلى حد ما في هذا السياق (٢٥). ومن هنا كان الدور الأكبر لاستثمار التسهيلات التي أتاحتها الانترنت وما وفرت من خدمات وقنوات للتواصل الرقمي



التسهيلات التي تتوفر عبر الإنترنت؛

يمكن إجمال التسهيلات التي تقدمها الإنترنت إلى المستفيدين منها بالآتي (٢٦):

- الخدمات البريدية .
- نقل المعلومات والبيانات والبرامجيات من حاسوب إلى آخر .
- الاتصال بمراكز البحوث والمعلومات .
- البحث عن أية معلومة أو خبر عن أي موضوع معين .
- الوقوف على أحدث المستجدات العلمية والتقنية والثقافية .
- مزاولة الأنشطة التجارية والاستثمارية .
- التعامل مع الحكومة الالكترونية (مواقع الوزارات الحكومية وخدماتها)
- الدخول إلى قواعد البيانات الببليوغرافية .
- التعليم والتدريس عن بعد .
- خدمات الطب والصحة عن بعد .
- نشر وبث أية معلومة من المعلومات .
- ممارسة العمل عن بعد .
- التواصل مع البرامج الإذاعية والتلفزيونية .
- الحوار مع الآخرين حول موضوع أو قضية معينة عن طريق ما يسمى بمجاميع النقاش والشبكات الاجتماعية .
- النشر الإلكتروني .
- متابعة الصحف والمجلات .
- شراء الكتب من الناشرين أو الموزعين .
- الإعلان عن السلع والخدمات من قبل الأفراد والمؤسسات .
- الاطلاع على ثقافات المجتمعات التي لها مواقع على الإنترنت .
- عقد الاجتماعات عن بعد (مؤتمرات، ندوات، حلقات نقاشية) .



الخدمات والقنوات الرقمية التي وفرتها شبكة الانترنت :

اتاحت شبكة الانترنت منذ نشأتها العديد من الخدمات ومازالت في إضافة الجديد، الذي وفر الكثير من التسهيلات السابقة الذكر ومن هذه الخدمات ما يلي :

١. البريد الإلكتروني : E-Mail

تسمح هذه الخدمة بإرسال واستقبال البريد والتواصل مع الآخرين " مجموعات وافراد " وتبادل الملفات وبأحجام متنوعة. ويعد البريد الإلكتروني من أكثر الخدمات المستخدمة بشكل يومي واصبحت جزءاً من حياة كل فرد، ولا غنى للكثيرين عن هذه الخدمة اجتماعياً وعلمياً وتجاريّاً (٢٧). كما يعد البريد الإلكتروني أداة هامة للتفاعل مع خدمات أخرى كمجموعات النقاش والدخول للمنتديات والتفاعل مع خدمات التحدث الرقمي والشبكات الاجتماعية وكثيرا من أوجه الاستفادة الرقمية ... الخ.

٢. خدمة نقل الملفات : FTP

تسمح هذه الخدمة بنقل الملفات بين أجهزة الحاسب الآلي (٢٨). وقد ظهرت خدمة بروتوكول نقل الملفات (FTP) في المراحل المبكرة من مسيرة الإنترنت، ولذلك فقد مرت بمراحل عديدة من التطوير للارتقاء بأدائها، ويعتقد الخبراء أن تطورها سيواكب تطور شبكة الإنترنت (٢٩).

٣. خدمة تلينت : Telnet

هي تطبيق يستخدم لتسجيل الدخول إلى حاسب آلي من بعد، ويسمح التطبيق بإصدار أوامر على الحاسب البعيد كأن يكون

المستخدم مسجل دخوله محليا. ويستعمل التطبيق في الغالب واجهة تداخل نصية لا رسومية، هنالك بعض مواقع الإنترنت التي توفر برامج تلنت مجانية. (٣٠)

٤. خدمة مجموعات الأخبار: News Groups

تعد مجموعات الأخبار من أهم خدمات الإنترنت التي استفادت منها مجالات كثيرة كالقطاع الإعلامي والتعليمي والتجاري، وهي عبارة عن نظام لإيداع الرسائل العامة والخاصة ويعمل بطريقة المنتديات الالكترونية التي يتمحور كل منها حول اهتمام مشترك من مجموعة المشتركين لتبادل إخبارهم ومشاركاتهم حول هذا الاهتمام، ويدير المجموعة في الغالب شخص أو أكثر (٣١)

خدمة المدونات: Blogging service

كلمة مدونة هي تعريب كلمة "blog" الإنجليزية التي تتركب من كلمتي "web log" والمدونة تطبيق من تطبيقات شبكة الإنترنت، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة ويب على شبكة الإنترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتببة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينه معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها. ومن وجهة نظر علم الاجتماع فإن الإنترنت ينظر إلى التدوين باعتباره وسيلة النشر للعامة والتي أدت إلى زيادة دور الشبكة العالمية باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى،



وبالإضافة إلى كونه وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحمولات المختلفة. ويمكن اعتبار التدوين كذلك إلى جانب البريد الإلكتروني أهم خدمتين ظهرت على شبكة الإنترنت على وجه الإطلاق، يليه الويكي. (٣٢)

الا أنه بظهور خدمات شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية تغيرت منظومة ترتيب الأولويات لهذه الخدمات.

٦. خدمة RSS

خدمة RSS تعني التلقين المبسط (Really Simple Syndication) وهي من خدمات الويب ٢ وتمكن المستفيد من الحصول على آخر الأخبار فور ورودها على الموقع التي قام بالاشتراك بها في الخدمة، بدلا من تصفح المواقع والبحث عن الموضوعات الجديدة فان RSS تزود طالب الخدمة بما يستجد من اخبار وموضوعات على تلك المواقع فور نشرها، وقد أصبحت من الشيوع حيث نجدها في تقدم عبر الصحافة المحلية والقنوات الإقليمية والعالمية وزادت من انتشارها الهواتف الذكية. (٣٣)

٧. خدمات الويكي: WIKI Services

ويكي (بالإنجليزية: wiki) هو نوع من المواقع الإلكترونية يسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها دون أي قيود في الغالب، وقد تشير كلمة ويكي أيضا إلى برامج الويكي المستخدمة في تشغيل هذا النوع من المواقع. تعني كلمة ويكي (wi:ki) بلغة هاواي "سريع"، وقد استخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من أنظمة إدارة المحتوى للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات المواقع، وقد ظهر الويكي عام ١٩٩٥ بهدف تبسيط عملية تحرير المحتويات والمشاركة، فكل صفحة تحوى



رابطا لتغيير محتوياتها، يمكن للآخرين ان يضغظوا على الرابط وسيظهر لهم نموذج لتحرير المحتويات وعند الانتهاء يضغظ للإرسال وستظهر الصفحة كما قام بتحريرها. وتعد الويكي من معطيات الويب الجديد (ويب ٢). (٣٤)

٨. خدمات التحدث الرقمي: Talk Digital Services

هي خدمات يمكن من خلالها إتاحة التحدث والتواصل بين الأطراف بالصوت أو الصورة أو النص ومن أشهر برامجها الماسينجر Massinger والاسكايبى Skype والهوت ميل Hotmail. (٣٥) ورغم انتشار هذه البرامج لقلّة تكلفتها في الاتصالات وتوافرها كوسائط سمعية ومرئية ومكتوبة، إلا أن ثورة الهواتف الذكية وما إتاحتها من برمجيات عدة، توفر الاتصالات بنفس الأداء وأفضل تمكنت من استقطاب نسب كبيرة من مستخدمي هذه البرامج لما يسرته من تواجد آني متخطية حدود الزمان والمكان والارتباط بالأجهزة الحاسوبية .

٩. خدمة الشبكات الاجتماعية: Social Networking Services

الشبكات الاجتماعية أو شبكات التواصل الرقمي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، حيث تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة، صداقة ... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وإمكانية مشاركتهم الوسائط كالصور والفيديو، والبرمجيات. (٣٦)



ثمة خدمات وتحولات جذرية اضافتها واتاحتها شبكات التواصل الاجتماعي منذ استخدام الجيل الثاني من خدمات الانترنت WEB 2.0، فلم يعد الفرد متلقياً بل صار منتجاً معلوماتياً ونشطاً بظهور هذه المنصات الالكترونية الجديدة للتواصل والتفاعل الاجتماعي، مما دفع بفرضية مفادها بأن مواقع التواصل الاجتماعي تتحول إلى رأس مال اجتماعي حقيقي إذا تم توظيفها بشكل عمدي لتحقيق أهداف اجتماعية محددة، ذلك من قبيل الرغبة في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية واكتساب صداقات جديدة أو التواصل مع العالم الخارجي، أو من قبيل الرغبة في تدعيم العلاقات والروابط الاجتماعية القائمة بالفعل بين الأقارب والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل والمهنة. (٣٧)، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً Facebook و Myspace و Twitter و You Tube و Google + و Live Boone .

١٠. خدمات غرف الدردشة: Services Chat Rooms

الكثير من المواقع تحتاج إلى غرف دردشة لاستخدامات مختلفة كالدمج الفني لمنتج ما أو للتسلية أو لمناقشة موضوع ساخن بين أكثر من فرد. فيلجا الكثير من أصحاب المواقع إلى حجز غرف دردشة خاصة بمواقعهم للمناقشة أو التسلية ويعتمد زوار المواقع في الغالبية على الدردشة كأحد عوامل الجذب للمواقع .

١١. خدمات السحابة الحاسوبية: Services cloud computing

تقوم السحابة الحاسوبية المقدمة عن طريق الانترنت على توفير البرمجيات والبيانات وموارد الحاسب المختلفة عند الطلب، دون الاعتماد على مركز بيانات محدد (Data center)، بل تعتمد السحابة الحاسوبية على فكرة وجود أكثر من مركز بيانات موزعة جغرافياً وقد يصل توزيعها جغرافياً إلى أكثر من دولة وهنا يكمن تطبيق تقنية الموارد



- الافتراضية.. (Virtualized resources) ، إن الهدف النهائي المرجو من تطبيق هذه التقنية هو خدمة المستخدم وتوفير البيانات عند الطلب مهما كانت الظروف. فالحسابة الحاسوبية قادرة على أن:
- تقوم بتوزيع وحمل توفير الخدمات الالكترونية للمستخدمين عند الطلب على أكثر من مركز بيانات.
- توفر مرونة في موضوع زيادة السعة الاستيعابية لمركز البيانات.
- تؤمن سرعة توفير الخدمات للمستخدمين عند الطلب في حالة حدوث كوارث.
- توفر الخدمات الالكترونية للمستخدمين على مدار الساعة.
- مرونة نقل البيانات بين مراكز البيانات دون التأثير على الخدمة المقدمة للمستخدمين.
- الاستفادة القصوى من جميع مراكز البيانات افتراضيا. (٣٨)

المهارات المكتسبة من القراءة الرقمية :

جميع أنواع القراءة تنمي معارف الفرد إذا مارس نشاطها وتصلقه بمجموعة من المهارات فيصبح لديه مهارات عدة وقد يسرت الانترنت سبل القراءة ومصادرها فمن دراسة عزة جوهري عن القراءة والانترنت، ثبت أن للإنترنت دوراً في تغيير الميول تجاه القراءة بنسبة ٦٩.٢%، لسهولة البحث عن المصادر، ثم الإتاحة للمصادر بوسائط متعددة أكثر متعة، كما أن هناك أوجه إفادة من القراءة من خلال الإنترنت كان في مقدمتها وبنسبة ٧٣.١% حل بعض المشكلات التي تجابه الفرد سريعاً، ونسبة ٥٣.٣% للتعلم لأمر لم يدرسها الفرد. (٣٩) ويمكن إجمال المهارات التي تكتسب من القراءة في:

- ١- مهارة الوعي المعلوماتي Information Literacy والذي يعرف بأنه المعرفة والإحاطة بأهمية المعلومات واستغلالها وإمكانية التعامل معها في الوقت المناسب وبالقدر المناسب لحل المشكلات



المعلوماتية وتلبية الحاجات البحثية بقدرات ذاتية تتناسب مع المتطلبات العصرية للوصول إلى مرحلة النضج المعلوماتي .

٢- مهارة الوعي المعرفي Knowledge Literacy، الذي يعني إمكانية إضافة معلومات جديدة إلى المعرفة السابقة واستخدام هذه المعرفة للاستجابة للاحتياجات المعلوماتية (٤٠).

٣- مهارة التعلم الذاتي Self Learning الذي يعرف بأنه عملية يحاول فيها المتعلم أن يكتسب بنفسه القدر المقنن من المعارف والمفاهيم والمبادئ والاتجاهات والقيم والمهارات مستخدماً أو مستفيداً من التطبيقات التقنية (٤١).

٤- مهارة التعلم مدى الحياة: Lifelong Learning، التي تعني إمكانية استرجاع المواقف التعليمية التي مر بها الفرد خلال مراحل التعليم للاستفادة من الخبرات المكتسبة باستقلالية تامة مع وجود أشخاص بإمكانهم الوصول إلى المعرفة ولديهم مهارات معالجة المعلومات، فهو مكون ضروري للحياة التنظيمية والاجتماعية، وهذا يتطلب مستوى عالٍ من التعليم الأولي فضلاً عن عملية تعليم مستمرة ومتجددة (٤٢)، لكسب هذه المهارات والتي عرفها العمران (٤٣) بأنها القدرة على تأدية مهمة معينة بإتقان وفق أساليب وإجراءات محددة

التمكين والفجوة المعرفية وبناء مجتمع معرفي :

تعرف الفجوة المعرفية باللامساواة وعدم التكافؤ أمام فرص استعمال الانترنت وتكنولوجيا المعلومات بين الدول الغنية والفقيرة، كما تمس الفجوة الرقمية والمعرفية عدة شرائح من المجتمع منها النساء. وتعكس بعض مظاهر الفجوة المعرفية والرقمية ظهور مجتمع ذي وتيرتين، الأول منتج للمعلومة



والمحتوى والأخر مستهلك لهما مما يغلب سيطرة جانب على الآخر، مما دفع أن جاءت نتائج تقرير المعرفة العربي الأول التي أشارت إلى الفجوة المعرفية وهامشية الأداء المعرفي في المنطقة العربية، لتؤكد أن المنطقة الدول العربية في حاجة أكثر من غيرها إلى تعاون فعلي لوضع إستراتيجية من شأنها أن تساهم في بناء مجتمع معرفي، خاصة مع توافر ما يطلق عليه عصر الحرية الخامسة أو عصر انتقال المعرفة بين الدول والتي تلعب فيها الويب ٢ وقنوات التواصل الرقمي الدور الأبرز، التي يمكن أن تكون منصات حقيقية لمجتمع معرفي أكثر شمولاً، نتيجة تمكين المستخدمين من حوار بناء ونشر ثقافة التعاون كتابة وإنتاج محتوى مشترك لبناء أرضية خصبة لتطبيق أدوات تكنولوجيا المشاركة، إضافة إلى تعزيز تبادل المعرفة، وتقديم الدعم المتبادل للأطراف المشاركة، وعليه يمكن أن يشكل هذا عنصر تمكين لمجتمع شبكي متكامل يقوم على ثلاثة ركائز، نشر المعلومات، تجميع الفاعلين، غرس روح التعاون في المجتمع، مع استشعار فائدة هذه القنوات الرقمية ودورها في دعم التمكين المعرفي لدفع أبعاد التمكين الأخرى الاجتماعية والاقتصادية والحقوقية فالمستوى الفكري يعد قاعدة الانطلاق لأي تغيير أو تطوير. (٤٤)

فقد أكدت إحدى الدراسات أن رفع وعي المجتمع وتمكينه وبالأخص المرأة يساعد في تمكين المجتمع ككل من الاستمرار والنمو، فلا بد من مساعدتهم على اكتساب المعرفة وتسليحهم بالمهارات وتعزيز قدراتهم من طريق تنمية طاقاتهم وإمكاناتهم المادية والبشرية مما ينتج عنه القدرة على مواجهة المشكلات، والتفكير بمهارات عليا في التخطيط للمتطلبات الحياتية مع ثقة بالنفس ومهارات صنع القرار وحل المشكلات. ومما لا شك فيه أن المعلومات بكل صيغها التي توفرها تقنيات المعلومات هي مصدر



مهم من مصادر التمكين والقوة للأفراد والجماعات والمؤسسات وحتى الدول، فاستغلال هذه المعلومات لتحقيق القوة عن طريق تحويلها إلى معارف هو من أهم مصادر القوة للأفراد والمؤسسات والمجتمعات المعاصرة. فضلا عن أن كافة هذه القنوات الاتصالية سواء النصية أو الصوتية و المرئية شكلت قوة تمكينية اكبر لتوصيل الأصوات والآراء من المهمشين للجهات المعنية بأساليب شتى كان من المستحيل الوصول إليها. (٤٥)

وعلى هذا الأساس يمكن أن نعرف تمكين المعرفة بأنها: محاولة لإيجاد طريقة لجعل المعرفة الكامنة التي يصعب الوصول إليها ممكنة ومتاحة عن طريق خلق وإيجاد بيئة تنظيمية حاضنة من شأنها تشجيع الثقة وتشارك المعرفة وجعلها في متناول جميع لأفراد. (٤٦)، فقد جاء في البيان: الذي اعده الاتحاد الدولي للاتصالات (٤٧) اواخر عام ٢٠١٢ م "إننا ندعو جميع من يستطيعون المساعدة إلى الاعتراف بالموجة الرقمية التي تجتاح العالم الآن وأن ينضموا إلينا في دعم تهيئة النساء والفتيات للاستفادة من الفرص والمزايا التي يأتي بها مجتمع المعرفة الآن".

الجانب التطبيقي :

اجريت الدراسة على عينة ممثلة ب (٢٣١) مفردة تم اختيارها بشكل عشوائي بسيط من المجتمع السعودي النسائي وكان توزيعها كما يوضحها الجدول التالي رقم (١) ومن خلال الاجابة على الاسئلة من ١-٥ بالاستبيان

توزيع مفردات العينة:

يوضح الجدول التالي توزيع مفردات العينة وفقا للسّمات:



جدول (١) توزيع مفردات العينة وفقا للسمات

المجموع	النسبة	حجم العينة	الفئات	
٢٣١ %١٠٠	%٢٦,٨	٦٢	أقل من ٢٠	العمر
	%٢٧,٧	٦٤	٢٠-٣٠	
	%٢٢,٥	٥٢	٣١-٤٠	
	%١٤,٧	٣٤	٤١-٥٠	
	%٨,٢	١٩	أكثر من ٥٠	
٢٣١ %١٠٠	%٤٠,٨	٩٤	لم أتزوج	الحالة الاجتماعية
	%٤٣,٧	١٠١	متزوجة	
	%١٥,٥	٣٦	غير متزوجة	
٢٣١ %١٠٠	%١١,٢	٢٦	أقل من ثانوي	مستوى الدراسة
	%٢٥,٩٧	٦٠	ثانوي	
	%٥٤,٥	١٢٦	جامعي	
	%٨,٢	١٩	فوق جامعي	
٢٣١ %١٠٠	%٤٥,٤	١٠٥	لاأعمل	حالة العمل
	%٢,٦	٦	متقاعد	
	%٣٢,٥	٧٥	قطاع حكومي	
	%٩,١	٢١	قطاع خاص	
	%١٠,٤	٢٤	عمل خاص	
١٢٦ %٥٤,٥	%٤٢,٩	٥٤	مجال التعليم	مجال العمل
	%٣١,٧	٤٠	المجال الإداري	
	%١٤,٣	١٨	المجال الاجتماعي	
	%٥,٥	٧	المجال الصحي	
	%٤,٨	٦	المجال المالي	
	%٠,٧	١	مجالات أخرى (فني)	



من توزيع العينة اتضح ان الفئة العمرية من ٢٠ إلى ٣٠ الشريحة الأكبر في الدراسة وبلغت ٢٧,٧%، تلتها في الترتيب الثاني وبفارق بسيط الفئة العمرية اقل من ٢٠ بنسبة ٢٦,٨%، ثم فئة من ٣١ إلى ٤٠ وبنسبة قريبة ايضا حيث قدرت ب ٢٢,٥% وتعد هذه الفئات الثلاث ممثلة لشريحة الشباب التي تستخدم الانترنت عموما سواء في الدراسة أو العمل والتواصل المعلوماتي ويمكنها الاستجابة للاستبيان تلتها الفئتين من ٤١ لأكثر من ٥٠ في هبوط بين في النسبة لطبيعة هذه الفئات العمرية التي قلت معها الاحتياجات الدراسية واحتياجات العمل مع التقاعد وقلّة دوافع التواصل المطلوبة لهذه الفئات العمرية. كما سجل المتزوجون النسبة الأعلى من العينة ٤٣,٧% في مقابل ٤٠,٨% لمن لم يسبق لهن الزواج، حيث هناك نسبة كبيرة من العينة تقدر ب ٥٥% في الفئة العمرية من تحت العشرين إلى الثلاثين، ثم كانت فئة غير المتزوجات تقدر ب ١٥,٥%. مما عكس تمثيل فئات المرأة بكافة حالاتها الاجتماعية.

كما سجل في حالة الدراسة المؤهل الجامعي أعلى نسبة ٥٤,٥%، تلتها نسبة ثانوي ٢٥,٩٧% ثم الأقل من الثانوي والفوق جامعي على التوالي ١١,٢% و ٨,٢% وهذا يعكس الوضع الراهن بالفعل تفوق نسبة التعليم الجامعي بالمجتمعات العربية على الأقل من الجامعي والأعلى. وسجلت نسبة من يعملوا النسبة الأكبر ٥٤,٦% في قطاعات مختلفة في مقابل من لا يعملوا ٤٥,٤%، كما شكلت مجالات العمل لعينة الدراسة بست مجالات غطت غالبية شرائح العمل النسوي كان في مقدمتها المجال التعليمي والإداري الذي يعكس الوضع الراهن للمجتمع السعودي بخصوصيته في مشاركات المرأة بالعمل .. ولعل توزيع العينة بهذا الشكل يعكس الفئات التي هدفت اليها الباحثتان الوقوف على رأيها واستخدامها ومدى توافر مشاركتها بأدوات التواصل الرقمي وقياس الاستفادة منها .

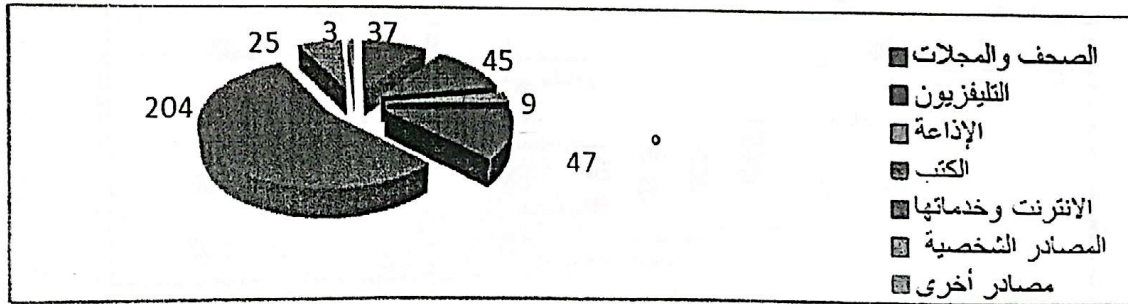


مصادر الحصول على المعلومات من قبل مجتمع الدراسة :

رغم توافر العديد من مصادر المعلومات في ظل الثورة المعلوماتية الراهنة إلا أن الباحثين ائثرت طرح سؤال رقم ٦ بالاستبيان للوقوف على المصادر المفضلة لدى عينة الدراسة للحصول على المعلومات والمعرفة وكانت النتائج كما يشير لها الجدول التالي رقم (٢) والشكل رقم (١)

جدول رقم (٢) المصادر المفضلة للحصول على المعلومات لدى عينة الدراسة

المصدر	العدد	النسبة
الانترنت وخدماتها	٢٠٤	٨٨%
الكتب	٤٧	٢٠%
التلفزيون	٤٥	١٩,٥%
الصحف والمجلات	٣٧	١٦%
المصادر الشخصية	٢٥	١٠,٨%
الإذاعة	٩	٣,٩%
مصادر أخرى (CD)	٣	١%



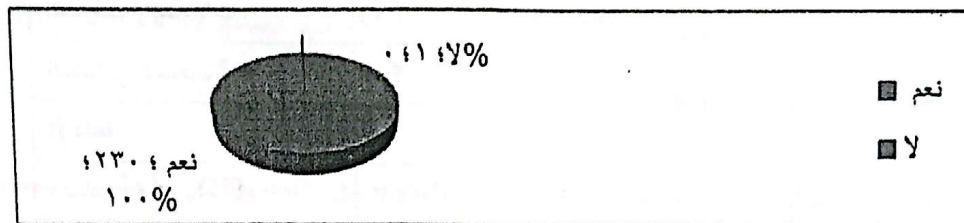
شكل رقم (١) المصادر المفضلة للحصول على المعلومات لدى عينة الدراسة

يشير الجدول والشكل السابقان إلى تفوق الانترنت وخدماتها بأفضلية عالية قدرت ب ٨٨% من العينة، تلاها الكتب كمصادر، فالتلفزيون في الترتيب الثالث وبفارق شاسع بين الأفضليات ثم تتالت المصادر الأخرى

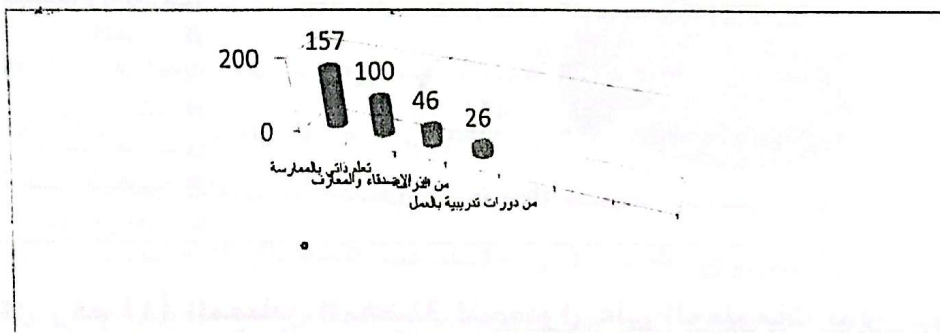
وبنسب قليلة من مفردات العينة كما في الجدول وكان في نهايتها المصادر الأخرى بنسبة ١% تقريبا لل سي دي كمصادر معلوماتية. حيث تعد الانترنت بخدماتها وأدواتها الأسرع والأسهل في الحصول على المعلومات، فضلا عن كونها توفر الوصول للمصادر الأخرى من تلفزيون وإذاعة وكتب واتصال شخصي وصحف ومجلات، مما منحها الأولوية في افضليات المصادر

استخدام الانترنت من قبل مجتمع الدراسة:

حول استخدام الانترنت من قبل عينة الدراسة أجابت ٢٣٠ مفردة من ٢٣١ إنهن يستخدمن الانترنت، حيث تم توزيع الاستبيان على فئات جميعها متعلمة لتتمكن من الإجابة عليه. وبهذا تعادل نسبة الاستخدام فيهن ١٠٠% تقريبا. (سؤال رقم ٧ بالاستبيان) كما يشير الشكل التالي رقم (٢)



شكل رقم (٢) مدى استخدام الانترنت من قبل عينة الدراسة



شكل رقم (٣) طرق اكتساب مهارات التواصل الرقمي لدى عينة الدراسة



لمعرفة أساليب اكتساب مهارات التعامل مع أدوات التواصل الرقمي كانت النتائج على السؤال رقم ٢٥ بالاستبيان والذي كشفت نتائجه عن دور التعلم الذاتي في المجتمع حيث ثبت أن ٦٨,٣% من العينة تعلمها ذاتيا لهذه المهارات وأن صح تطوير تعلمها ذاتيا في ضوء التغيرات السريعة التي تلحق هذا المجال وهذا تحقيقا لما انتهت له بعض الدراسات، من أنه يلحق بالعبء على المرأة ذاتها في تمكين نفسها والتي يمكن أن تحققه من خلال استثمار قنوات التواصل الرقمي في تغير الكثير من مجالات التكوين لذاتها وتمنح لنفسها انطلاقة في مجالات عدة للتمكين منها الاقتصادي والمعرفي والشخصي النفسي وغيره. (٤٨). كما كان في الترتيب الثاني يقف التعلم من جانب الأصدقاء والمعارف وبنسبة ٤٣,٥% من العينة وهذا ما يدعم دور وفكرة رأس المال الاجتماعي التي حققتها القنوات الرقمية في التواصل، ثم كان في الرتبتين الأخيرتين القنوات النظامية للتعلم من خلال الدراسة فالتدريب أثناء العمل كما يتضح من الشكل السابق رقم (٣)

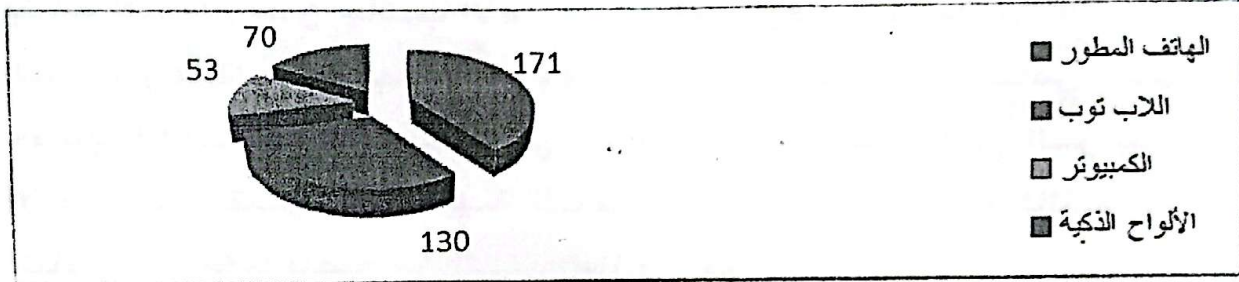
جدول رقم (٣) مدة استخدام الانترنت من قبل عينة الدراسة

النسبة	العدد	المدة
٤%	٩	منذ أقل من سنة
٤,٨%	١١	منذ ١-٢
١٤,٨%	٣٤	منذ ٢-٣
١٠,٤%	٢٤	منذ ٤-٥
٦٦%	١٥٢	منذ أكثر من خمس سنوات
١٠٠%	٢٣٠	المجموع

حول النطاق الزمني التي تعاملن خلاله مفردات الدراسة شكلت البداية البعيدة منذ أكثر من خمس سنوات النسبة الأكبر في التعامل وقدرت ب ٦٦% والنسبة الأقل هي الأحداث في الاستخدام منذ أقل من سنة وقدرت ب ٩

مفردات تعادل ٤% وهذا ما يؤكد أن استخدام القنوات الرقمية أصبح مطلب واسلوب حياة لكافة أفراد العينة التي مثلت بشرائح كثيرة من المرأة السعودية. جدول رقم (٣) - سؤال رقم ٨ بالاستبيان -

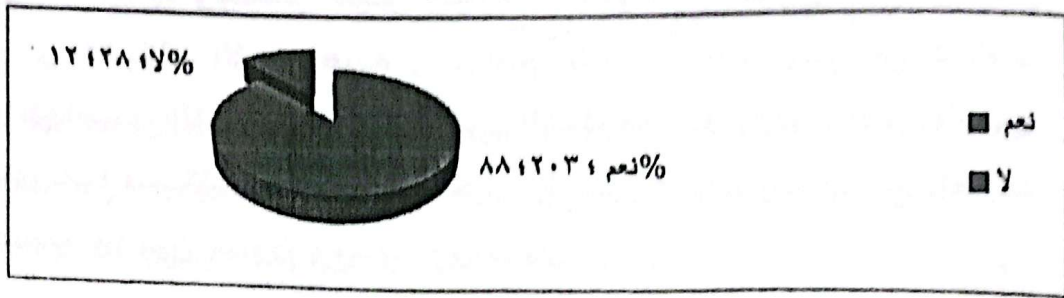
لمعرفة الأجهزة التي يتم من خلالها التواصل رقمياً شكل الهاتف المطور أعلى نسبة استخدام ٧٤,٣% وخاصة لما وفر في السنوات الأخيرة الثلاث من برمجيات تواصل نصي وصوتي أكثر سهولة وأوفر ماديًا، تلاه أجهزة اللاب توب بنسبة ٥٦,٥% ثم الألواح الذكية فالكمبيوتر بنسب متقاربة كما يوضح الشكل التالي رقم (٤) حيث يميل الإنسان لما ييسر له سبل الاستخدام مع التحرك المكاني وعدم التقيد. - سؤال رقم ٩ بالاستبيان -



شكل رقم (٤) الأجهزة المستخدمة في التواصل بالانترنت

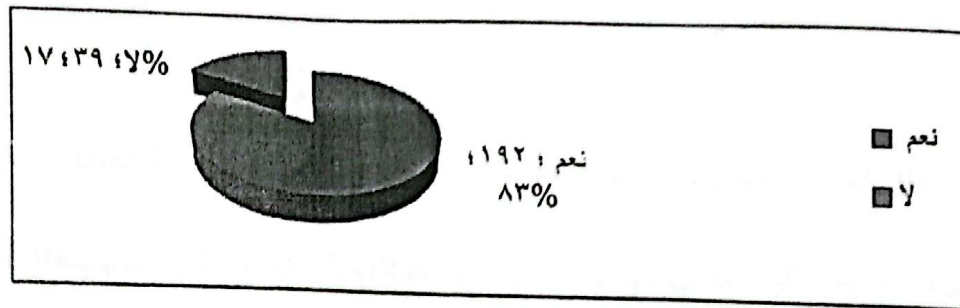
وقد اشارت الإجابات على السؤال رقم ١٠ بالاستبيان وكما يتضح من الشكل التالي رقم (٥) أن نسبة ٨٨% من العينة لديها بريد إلكتروني في مقابل ١٢% ليس لديها بريد

إلكتروني حيث يعد البريد الإلكتروني مطلب اشتراك في خدمات كثيرة من الخدمات والقنوات الرقمية في التواصل .



شكل رقم (٥) مدى امتلاك بريد إلكتروني لدى عينة الدراسة

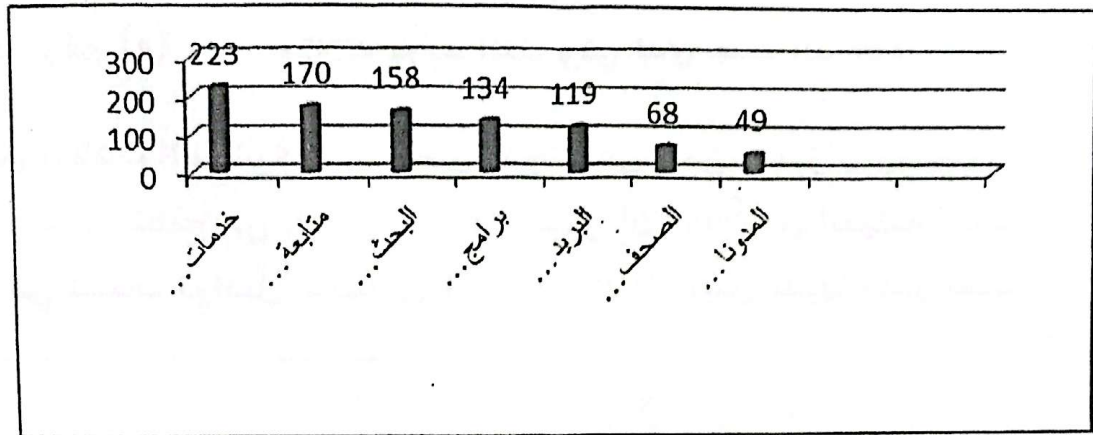
وفيما يتعلق بالاشتراك بشبكات التواصل الاجتماعي ومن السؤال رقم (١١) بالاستبيان وكما يتضح من الشكل رقم (٦) تبين أن ٨٣% من العينة لديها اشتراكات في شبكات تواصل اجتماعي في مقابل ١٧% ليس لديها اشتراكات.



شكل رقم (٦) مدى امتلاك حساب في شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة

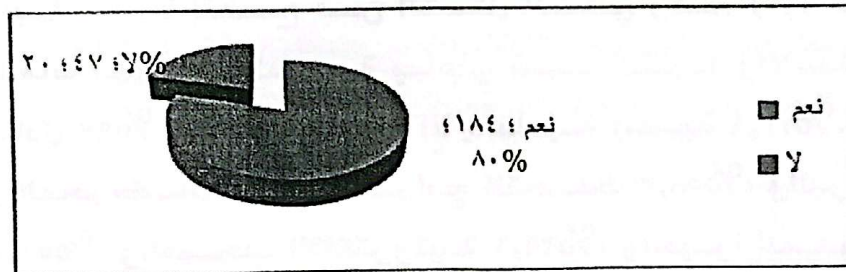
للقوف على أهم خدمات الانترنت التي يتم التواصل والاستفادة من خلالها كقنوات رقمية بمجتمع الدراسة طرح السؤال رقم (١٢) وكانت الإجابة كما تتضح من الشكل التالي رقم (٧)، حيث استأثرت خدمات الهواتف الذكية بأعلى نسب التردد والاستفادة منها بما يعادل ٩٧% تلتها الشبكات الاجتماعية بنسبة ٧٣,٩%، ثم البحث في المحركات ٦٩%، وبرامج التحدث ٥٨,٣%، والبريد الإلكتروني ٥١,٧%، والصحف الإلكترونية ٢٩,٦%، وأخيراً المدونات والمنتديات بالنسبة الأقل ٢١,٣%. ومن نظرة فاحصة لهذه الخدمات نلاحظ اجتماع العينة على خدمات الهواتف الذكية التي وفرت الكثير من سبل التواصل الآن ثم ارتباط الفئات كلا وفق

خصائص متطلباتها وبنسب غير قليلة للقنوات الأخرى مع ارتفاع ملحوظ في الشبكات الاجتماعية وبرامج التحدث الصوتي حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي الظاهرة المعلوماتية الاتصالية الأبرز اليوم كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع العامة والمتخصصة ما بين مدون ومتابع ومتفاعل.



شكل رقم (٧) خدمات الانترنت التي يتم التردد عليها من قبل عينة الدراسة

ومن إجابة السؤال رقم (١٣) بالاستبيان اتضح ان نسبة ٨٠ % من العينة يحتم عليها العمل والدراسة استخدام خدمات الانترنت كقنوات تواصل في حين اجابت نسبة ٢٠ % بعدم وجود متطلب لديها للتواصل مع هذه الخدمات مما يعني ان تواصل هذه الفئة رغبة خاصة وليست حاجة عمل او دراسة كما يتضح من الشكل التالي رقم (٨)

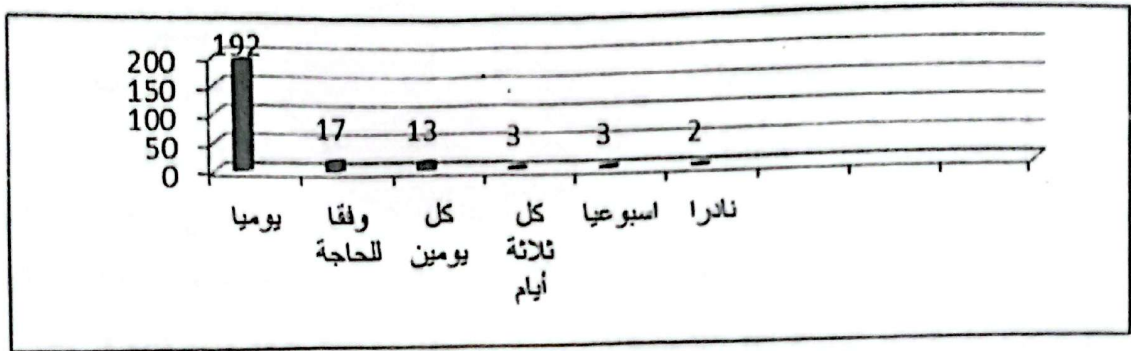


شكل رقم (٨) مدى الاحتياج للتواصل مع خدمات الانترنت من جانب العمل أو الدراسة



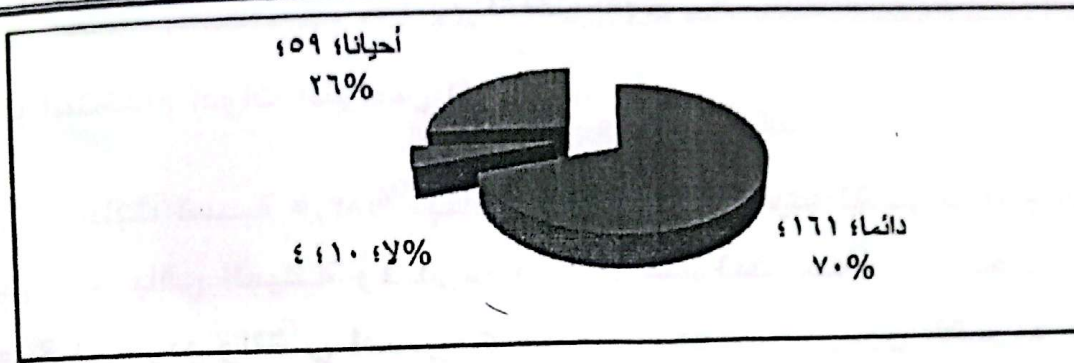
معدلات استخدام أدوات التواصل الرقمي :

في حين اجابت نسبة ٨٣,٥% بأن استخدامها يوميا لقنوات التواصل الرقمي نجد باقي العينة وقدرها ١٦,٥% تفاوتت مرات تردها بين الحاجة للتردد والتي أصبحت ضرورة يوميا وبين التردد من يومين لأسبوع مع نسبة ضعيفة جدا لندرة الدخول على قنوات التواصل الرقمي. إجابة على السؤال رقم (١٤) بالاستبيان وكما يبين الشكل التالي رقم (٩)

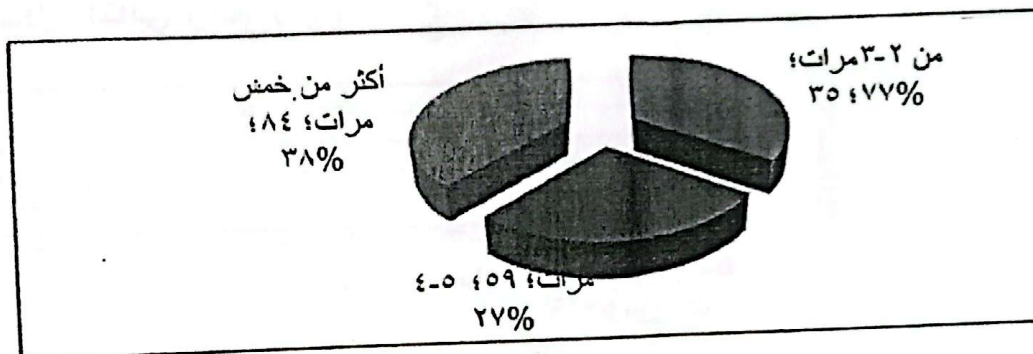


شكل رقم (٩) معدل التواصل مع خدمات الانترنت من قبل عينة الدراسة

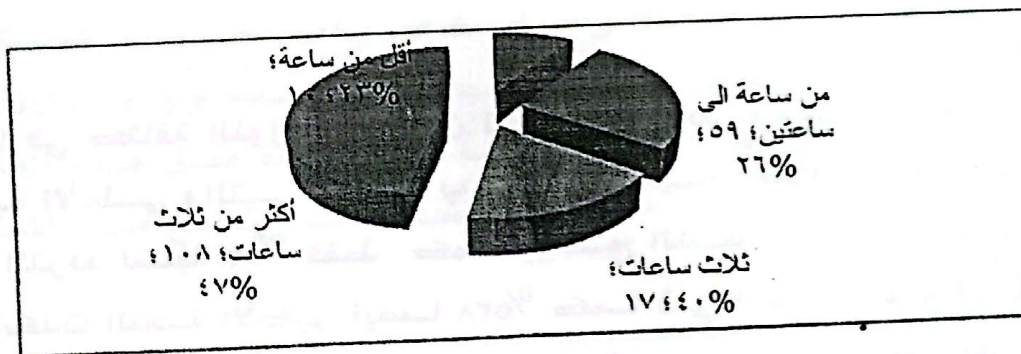
وإمعانا في كثافة التواصل كان تكرار التردد يوميا وبشكل دائم للنسبة الأعلى والتي قدرت ب ٧٠% وللخيار أحيانا ٢٦% وعدم تكرار التردد لنسبة ٤% فقط كما يوضح الشكل التالي رقم (١٠)، كما اكدت النسبة الأكبر أيضا ٣٨% كما في الشكل رقم (١١) ان تردها أكثر من خمس مرات يوميا مما يشير إلى الارتباط الشديد بقنوات التواصل الرقمي تلتها الفئة من ٢-٣ مرات، ثم فئة ٤-٥ مرات يوميا. كما كانت الفئة المستخدمة أكثر من ثلاث ساعات يوميا هي أعلى فئات الاستخدام وصلت ل ٤٧% وأقل الفئات ١٠% من العينة سجلت الدخول لأقل من ساعة، شكل (١٢) اسئلة (١٦، ١٥، ١٤، ١٧) بالاستبيان



شكل رقم (١٠) مدى تكرار التردد على الخدمات الرقمية يوميا من قبل عينة الدراسة



شكل رقم (١١) معدلات تكرار الدخول على خدمات الرقمية يوميا من قبل عينة الدراسة



شكل رقم (١٢) معدل الساعات الدخول على خدمات الرقمية يوميا من قبل عينة الدراسة



دوافع استخدام أدوات التواصل الرقمي لمجتمع الدراسة ودورها في تمكينهم:

لا ينكر أحد ما للبيئة الإلكترونية وأدوات التواصل الرقمي من تيسر سبل الاتصال خاصة للمرأة في سياقات للتعامل الفاعل مع قنوات كانت بعيدة عنها كل البعد في البيئة التقليدية، ومن ثم توثيق ارتباطها بالأساط الأخرى والانتماء إلى الجماعات الافتراضية، والتفاعل بعمق في النشاطات المختلفة، الأمر الذي يمكن أن تكون له انعكاساته الإيجابية على إنتاجية المرأة وتكوينها وتمكينها ومن هنا يمكن أن يلعب التواصل الرقمي دوراً مهماً في فتح قنوات اتصال كانت المرأة وخاصة العربية في معزل عنها إلى حد ما في هذا السياق (٤٩). ومن هنا كان البحث عن هذا الدور والتسهيلات التي أتاحتها هذه القنوات للتواصل الرقمي وما وفرت من خدمات في مجتمع الدراسة ومن خلال طرح السؤال رقم (١٨) بالاستبيان يمكن الوقوف على النتائج التي يوضحها الجدول التالي رقم (٤)

جدول رقم (٤) دوافع استخدام أدوات التواصل الرقمي من قبل عينة الدراسة في ترتيب تنازلي

م	الدافع	العدد	النسبة
١	التواصل مع الأهل والأصدقاء	٢٠٠	%٨٧
٢	البحث والحصول على المعلومات	١٩٦	%٨٥
٣	التسلية والترفيه والتثقيف	١٥٧	%٦٨
٤	التعلم وتطوير الذات	١٥٠	%٦٥
٥	قضاء وقت الفراغ	١٤٨	%٦٤
٦	متابعة الموضة (الديكور، الآثاث، الأزياء، التجميل ...)	١٤٤	%٦٢
٧	تلبية بعض متطلبات الدراسة	١٤٢	%٦٢
٨	التعرف على الاخبار من حولي	١٣١	%٥٧
٩	التواصل بأشخاص خارج مجتمعي	١٠٩	%٤٧

م	الدافع	العدد	النسبة
١٠	التسويق والتسوق	١٠٦	%٤٦
١١	تلبية بعض متطلبات العمل	١٠١	%٤٤
١٢	بحثاً عن حل لبعض مشكلاتي	٩٦	%٤٢
١٣	تخطي الحواجز الزمنية والجغرافية والمادية للحصول على المعلومات	٩٥	%٤١
١٤	التواصل ببرامج التعلم الإلكتروني	٩١	%٤٠
١٥	التواصل مع أشخاص يستحيل التواصل معهم واقعياً	٧١	%٣١
١٦	دعم موهبة لدي من خلال التعلم الإلكتروني	٦٢	%٢٧
١٧	المشاركة وإبداء الرأي عبر قنوات النشر المتاحة	٥٣	%٢٣
١٨	الهروب من المشاكل والاختلاء بالذات	٤٦	%٢٠
١٩	عدم الرغبة في التواصل المباشر مع الآخرين	٤٣	%١٩
٢٠	التواصل مع الجنس الآخر دون خوف وحرص	٣١	%١٣

يشير الجدول السابق رقم (٤) لجملة من النتائج منها:

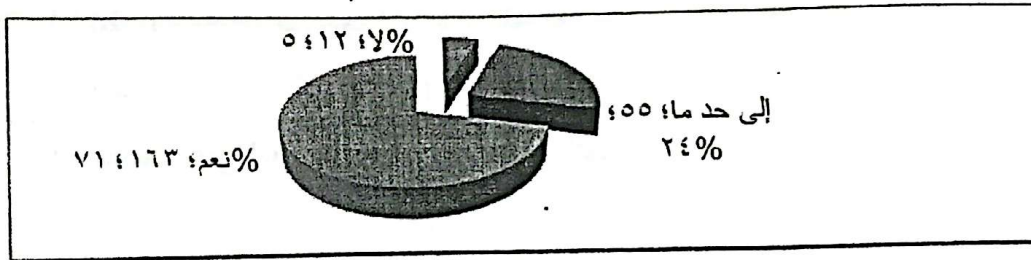
سجلت دوافع التواصل بقنوات التواصل الرقمي عشرين دافعا في ترتيب تنازلي كما يوضحها الجدول مما يثبت بالدليل القاطع دورها الهام في حياة مجتمع الدراسة .

كان في مقدمة هذه الدوافع التواصل مع الأهل والأصدقاء والبحث عن المعلومات وبنسبة عالية جدا ٨٧%، ٨٥% على التوالي .

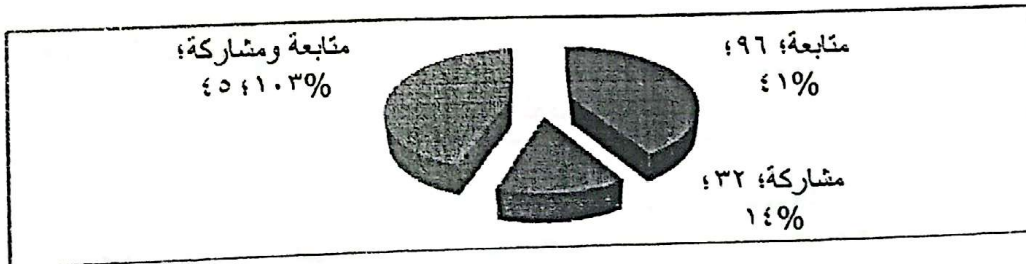
تشير هذه الدوافع العشرون أنها تغطي ست احتياجات أساسية لكل فرد وتمثلت في خمسة دوافع للاتصال (١٧، ٢٠، ١٥، ١٩، ١٠)، خمسة دوافع للمعرفة والمعلومات (٨، ٦، ٢، ١٣، ١٢) أربعة دوافع للتعلم وتطوير الذات (١٦، ١٤، ٧، ٤)، أربعة دوافع نفسية للتسلية وقضاء وقت الفراغ (١٩، ١٨، ٥، ٣) ودافع لمتطلبات العمل (١١)، ودافع للتسوق والتسويق (١٠) ومن حصر العدد التراكمي لنسب الاستجابات لهذه الدوافع رتبنا وفقا لنسب استجابات العينة فيما يتعلق بالحصول على

المعلومات والمعرفة أولاً، ثم الاتصال ثانياً، ثم التعلم ثالثاً ثم التسلية وقضاء وقت الفراغ رابعاً فالتسويق فالعمل .

وفي إطار هذه الدوافع والبحث عن مدى تلبيةها من خلال التواصل الرقمي لعينة الدراسة أجابت نسبة ٧١% أنها غيرت في ثقافتها وخبراتها بينما نفت نسبة ٥% هذا التأثير ورات نسبة ٢٤% أنه يحدث بدرجة . سؤال رقم (١٩) بالاستبيان شكل رقم (١٣) كما افادت نسبة ٤٥% بكونها مشاركة ومتابعة في حين ذكرت نسبة ٤١% للمتابعة فقط ونسبة ١٤% للمشاركة مما يؤكد دور التواصل في متابعة هذه القنوات بايجابية متقاربة في أنماط التفاعل سؤال ٢٠ شكل (١٤)



شكل رقم (١٣) مدى التأثير بالدخول على الخدمات الرقمية في تغيير الثقافة والخبرة لعينة الدراسة



شكل رقم (١٤) نمط التفاعل مع الخدمات الرقمية من قبل عينة الدراسة

وبحثاً عن تغير فعلي لحق بعينة الدراسة جراء التواصل الرقمي وما مكنهم منه هذا التواصل كان السؤال المباشر رقم (٢١) بالاستبيان والتي تمثلت اثارة في خمسة عشر تغييراً لحق بعينة الدراسة وفقاً لرايهم يوضحها الجدول التالي رقم (٥) في ترتيب

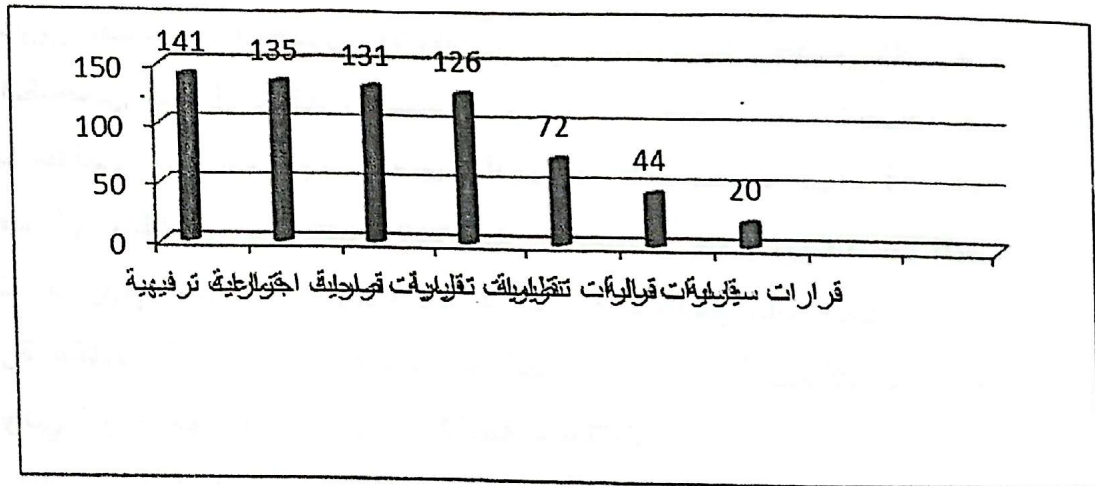


تنازلي كان في مقدمتها التطور المعرفي والمعلوماتي ثم تطوير الذات فمعرفة الحقوق ثم ما نتج عنه من تحسين الوضع المعيشي وبهذا اتضح جليا الدور الفعلي لقنوات التواصل الرقمي في التمكين المعرفي لمجتمع الدراسة فشكل التطور المعرفي في مجالات عدة ٧٦%، و الاطلاع على العالم الخارجي والثقافات الأخرى ٧٠%، و زيادة المهارات المعلوماتية ٧٠%، ثم تتالت عناصر التغيير وبنسب ليست بالضعيفة فيما يتعلق بمعرفة الحقوق والواجبات .

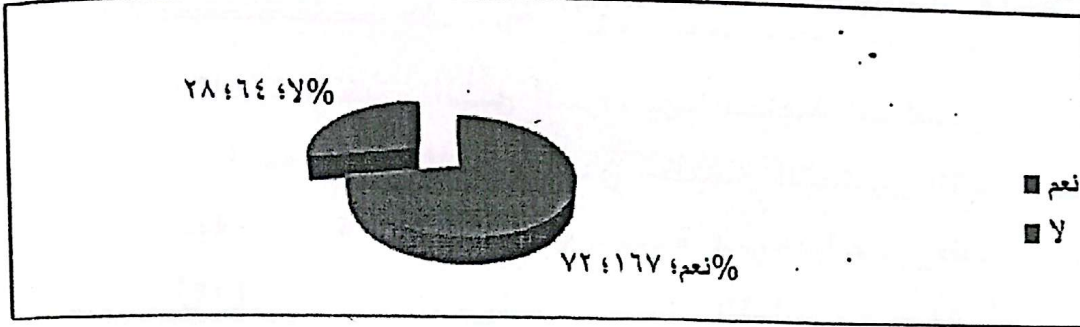
جدول رقم (٥) أنماط التغيير التي لحقت بعينة الدراسة من جراء التواصل مع الأدوات الرقمية

م	حالة التغيير	العدد	النسبة
١	تطورت معرفيا في مجالات عدة (الغذاء، الصحة، التربية، الجمال، الدين، الطبخ ...)	١٧٥	٧٦%
٢	اطلعت على العالم الخارجي والثقافات الأخرى	١٦٢	٧٠%
٣	زادت من مهاراتي ومعلوماتي	١٦١	٧٠%
٤	تعرفت على المجتمع المحيط وما يجري حولي	١٤٧	٦٤%
٥	توسعت آفاقي	١٤٥	٦٣%
٦	غيرت من فهمي لبعض الأمور	١٤٣	٦٢%
٧	استثمرت وقتي	١٤٠	٦١%
٨	طورت من شخصيتي وأثرت على سلوكياتي	١٣٨	٦٠%
٩	اصبح لدي رأي أعبر عنه	١٠٤	٤٣%
١٠	تعرفت على واجباتي وحقوق كمواطنة	٦٤	٢٨%
١١	حسننت من وضعي الاجتماعي	٦٣	٢٧%
١٢	تعرفت على حقوقي المدنية	٥٠	٢٢%
١٣	تعرفت على حقوقي الاقتصادية	٤٣	١٩%
١٤	تعرفت على حقوقي السياسية	٤٣	١٩%
١٥	حسننت من وضعي المعيشي	٣٦	١٦%

وبحثاً عن انعكاسات التغيير التي أثرت بها عملية التواصل الرقمي في مجتمع الدراسة كان البحث عن مظاهر التمكين التي لحقت المرأة السعودية في اتخاذ قرارات معينة في حياتها وكان طرح السؤال رقم (٢٢) بالاستبيان ويشير الشكل التالي رقم (١٥) إلى أن هذا التمكين ظهر في القرارات الترفيهية أولاً تلاه القرارات الاجتماعية فالصحية فالتعليمية فالتنظيمية فالمالية فالسياسية وبنسب تراوحت بين ٦١% إلى ٩% تقريباً وهذا يعكس التطور الحادث في بيئة المجتمع السعودي وهذا يمكن تفسيره في ضوء طبيعة إدارة الحياة الاجتماعية التي تتسم بقدر من التحفظ في المجتمع السعودي، وما يلحق بها تدريجياً من إتاحة هذه المساحات من نوافذ التمكين بما يشبع احتياجات مفردات المجتمع السعودي بمعطياته الخاصة.



شكل رقم (١٥) مدى تأثير القرارات للمتفاعلين مع الخدمات الرقمية من قبل عينة الدراسة



شكل رقم (١٦) هل من سلبيات من التردد على

خدمات التواصل الرقمي

وبسؤال عينة الدراسة عن مدى وجود سلبيات للتواصل بالتقنيات الرقمية في حياتهن أجابت نسبة 72% بوجود سلبيات بالفعل و28% بعدم وجود سلبيات وان كانت الحقائق تؤكد أن طبيعة الاستخدام وسلوكيات الأفراد هي التي توفر الايجابيات أو السلبيات - سؤال ٢٣ بالاستبيان- شكل رقم (١٦) وما أقرته منظمة الصحة العالمية من معايير لقياس الإدمان الإلكتروني متى ما تحقق ثلاثة منها أصبح الشخص يحمل صفة المدمن. (٥٠) قد ظهر من خلال دراسة أعدتها كلية الطب بجامعة ستانفورد الأمريكية عام (٢٠٠٦م) (٥١) أن واحداً أو أكثر من كل ثمانية أشخاص في الولايات المتحدة قد بدت عليهم أعراض وعلامات مرضية تتعلق باستخدام الانترنت بصورة مكثفة، وقد لوحظ أن كثيراً من هؤلاء لديهم ولاء إلكتروني تجاه مواقع عدة ذات طبيعة مختلفة.



جدول رقم (٦) أهم سلبيات التواصل بالخدمات الرقمية من وجهة نظر
عينة الدراسة

م	السلبيات	العدد	النسبة
١	تواتر الشائعات	١٢٥	%٥٤
٢	بتر العلاقات الأسرية الملموسة	١٠٧	%٤٦
٣	الكسل والتراخي	١٠٤	%٤٥
٤	تحتوي مخالفات دينية / وإخلاقية	٩٨	%٤٢
٥	مضيعة للوقت	٩٦	%٤٢
٦	انعدام الخصوصية	٥٥	%٢٤
٧	اكتساب عادات خارجية	٥٢	%٢٣
٨	حشد الرأي العام لبعض القضايا	٥٠	%٢٢
٩	الشعور بالانطواء	٤٩	%٢١
١٠	التأثر بالأخبار والآراء السلبية والخلافات	٢	%٠,٨

وبقراءة الجدول رقم (٦) شكل والمبني على السؤال رقم (٢٤) بالاستبيان عن سلبيات التواصل الرقمي، شكل عامل (تواتر الشائعات) النسبة الأكبر ممن أقرروا بوجود سلبيات وبرأي %٥٤ من العينة وهو ما يتوافر بالفعل في بيئة التواصل المفتوح وعصر الإعلام الجديد بما أتاح من سلبيات عدم المصداقية والرقابة، تلاه بتر العلاقات الأسرية الملموسة بنسبة %٤٦، ثم كانت السلبية الثالثة والرابعة الخامسة على التوالي وبنسب متقاربة لآفات اجتماعية حقيقة تلازمت مع انتشار البيئات الرقمية وهي الكسل والتراخي وحوادث المخالفات الأخلاقية ومضيعة وسرقة الوقت في ظل إدمان البعض لهذه الأدوات والتواصل معها. وتتالت السلبيات كما يوضحها الجدول في ترتيب تنازلي حصر خلاله عشر سلبيات، ورغم توافر هذه السلبيات العشر وبنسب وضحها الجدول السابق

رقم (٦) إلا أنه أقرت نسبة ٦١% من العينة أن هذه الأدوات للتواصل مفيدة جدا ودعمت هذا الرأي نسبة ٣٣% أنها مفيدة بدرجة متوسطة و ١٤% بقية العينة أنها مفيدة بدرجة قليلة، ولم تتوافر أي مفردة تقر بكونها غير مفيدة مما يثبت دورها كأدوات تواصل وتمكين للمرأة بكافة طوائفها ولكافة احتياجاتها. (سؤال رقم ٢٦ بالاستبيان)

النتائج والتوصيات :

أولا النتائج :

١. تفوق الانترنت وخدماته بأفضلية عالية كأهم مصدر معلوماتي لعينة الدراسة قدرت بنسبة ٨٨% من العينة، تلاها الكتب كمصادر، فالتلفزيون وبفارق شاسع بين الأفضليات.

٢. حققت قنوات التواصل الرقمي فاعلية في التعلم الذاتي في المجتمع حيث ثبت أن ٦٨,٣% من العينة تعلمها ذاتيا لمهاراتها في التواصل الرقمي، ونسبة ٤٣,٥% للتعلم من جانب الأصدقاء والأقارب. والنسب الأقل للتعلم النظامي الدراسي أو التدريب بالعمل.

٣. ثبت أن البداية البعيدة للاستخدام للقنوات الرقمية بمجتمع الدراسة منذ أكثر من خمس سنوات النسبة الأكبر في التعامل وقدرت ب ٦٦% والنسبة الأقل هي الأحداث في الاستخدام منذ أقل من سنة وقدرت ب ٩ مفردات تعادل ٤%.

٤. وجد نسبة ٨٨% من العينة لديها بريد الكتروني في مقابل ١٢ % ليس لديها بريد الكتروني.

٥. تبين أن ٨٣% من العينة لديها اشتراكات في شبكات تواصل اجتماعي في مقابل ١٧% ليس لديها اشتراكات.



٦. اجابت نسبة ٨٣,٥% بأن استخدامهما يوميا لقنوات التواصل الرقمي في حين باقي العينة وقدرها ١٦,٥% تفاوتت مرات تردها خلال ايام الأسبوع .

٧. اجابت نسبة ٨٣,٥% بأن استخدامهما يوميا لقنوات التواصل الرقمي نجد باقي العينة وقدرها ١٦,٥% تفاوتت مرات تردها بين الحاجة وأيام الأسبوع .

٨. وإمعانا في كثافة التواصل كان تكرار التردد يوميا وبشكل دائم للنسبة الأعلى والتي قدرت ب ٧٠% وللخيار احيانا ٢٦% وعدم تكرار التردد لنسبة ٤% فقط.

٩. كما اكدت النسبة الأكبر ايضا ٣٨% ان تردها اكثر من خمس مرات يوميا مما يشير إلى الارتباط الشديد بقنوات التواصل الرقمي تلتها الفئة من ٢-٣ مرات، ثم فئة ٤-٥ مرات يوميا .

١٠. كما كانت الفئة المستخدمة أكثر من ثلاث ساعات يوميا هي أعلى فئات الاستخدام وصلت ل ٤٧% واقل الفئات ١٠% من العينة سجلت الدخول لأقل من ساعة

١١. سجلت دوافع التواصل بقنوات التواصل الرقمي عشرين دافعا مما يثبت بالدليل القاطع دورها الهام في حياة المجتمع

١٢. سجل دافعي التواصل مع الأهل والأصدقاء والبحث عن المعلومات أعلى نسب التواصل الرقمي ونسبة ٨٧%، ٨٥% على التوالي .

١٣ اشارت الدوافع العشرون أنها تغطي ست احتياجات اساسية لكل فرد وتمثلت في خمسة دوافع للاتصال، خمسة دوافع للمعرفة والمعلومات، اربعة دوافع للتعلم وتطوير الذات، اربعة دوافع نفسية

للتسليّة وقضاء وقت الفراغ ودافع لمتطلبات العمل، ودافع للتسوق والتسويق

١٤. رتبت دوافع التواصل الرقمي وفقا للاحتياجات لنسب استجابات العينة فسجلت أعلى نسبة للحصول على المعلومات والمعرفة أولا، ثم الاتصال ثانيا، ثم التعلم ثالثا، ثم التسليّة وقضاء وقت الفراغ رابعا، فالتسويق، فالعمل .

١٥. شكل التغيير في عينة الدراسة بخمسة عشر تغييرا لحق بهن جراء تواصلهن بالقنوات الرقمية حيث كان التطور المعرفي في مجالات عدة في المقدمة وبنسبة ٧٦%، ثم الاطلاع على العالم الخارجي والثقافات الأخرى ٧٠%، وزيادة المهارات المعلوماتية ٧٠%.

١٦. ظهر التمكين في القرارات الترفيهية أولا تلاه القرارات الاجتماعية فالصحية فالتعليمية فالتنظيمية فالمالية فالسياسية وبنسب تراوحت بين ٦١% إلى ٥٩% تقريبا.

١٧. اجابت نسبة ٧٢% بوجود سلبيات للتواصل بالقنوات الرقمية و٢٨% بعدم وجود سلبيات.

١٨. شكل عامل (تواتر الشائعات) النسبة الأكبر من سلبيات التواصل الرقمي برأي ٥٤% من العينة، تلاه بتر العلاقات الأسرية الملموسة بنسبة ٤٦%، ثم كانت السلبية الثالثة والرابعة الخامسة على التوالي وبنسب متقاربة لآفات اجتماعية حقيقة تلازمت مع انتشار البيئات الرقمية وهي الكسل والتراخي وحدوث المخالفات الأخلاقية ومضيعة وسرقة الوقت.

١٩. اقرت نسبة ٦١% من العينة ان أدوات التواصل الرقمي مفيدة جدا ودعمت هذا الرأي نسبة ٣٣% أنها مفيدة بدرجة متوسطة و١٤% أنها مفيدة بدرجة قليلة، ولم تتوافر أي مفردة تقر بكونها غير مفيدة.



ثانياً التوصيات :

الدفع بقوة لاستثمار قنوات التواصل الرقمي في بناء المجتمع المعرفي في ظل استثمار أفراد هذه القنوات بدافع ذاتي يجب أن يستثمر من الجهات المعنية في بناء المجتمعات.

استثمار فرص التواصل الرقمي في توجيه رأس المال الفكري والاجتماعي برؤى شمولية بناءة لصالح الفرد والمجتمع

العمل على التكامل بين مجالات التمكين المختلفة لتغيير أوضاع المرأة بشكل يتواءم مع ما يتطلبه منها المجتمع في وقتنا الراهن .

استثمار فرص التمكين المعرفي بأعلى درجات الاستفادة من المجتمع الرقمي فالمستوى الفكري يعد قاعدة الانطلاق لأي تغيير أو تطوير.



ملحق الدراسة

ملحق الاستبيان

استبيان موجه للمرأة السعودية

حول موضوع

دور التواصل الرقمي في دعم مفهوم التمكين المعرفي للمرأة السعودية

أولا بيانات شخصية

(١) مستوى الدراسة :

أقل من ثانوي () ثانوي () جامعي () فوق جامعي ()

(٢) الحالة الاجتماعية :

لم أتزوج () متزوجة () غير متزوجة ()

(٣) العمر

أقل من ٢٠ () ٢٠-٣٠ () ٣١-٤٠ () ٤١-٥٠ () أكثر من ٥٠ ()

(٤) حالة العمل :

لا أعمل () عمل خاص () متقاعد () قطاع حكومي () قطاع خاص ()

(٥) مجال العمل :

مجال تعليمي () المجال الإداري () المجال الاجتماعي () المجال الصحي ()

المجال المالي () مجالات أخرى ()

(٦) ما مصادر الحصول على المعلومات المفضلة من جانبك ؟

- () الصحف والمجلات. - () الكتب. - () التليفزيون. - () الانترنت وخدماتها.

- () الإذاعة. - () المصادر الشخصية. - () مصادر أخرى

ثانياً استخدام الانترنت :

(٧) هل تستخدمون الانترنت وخدماتها ؟ نعم () لا ()

(٨) منذ متى تستخدمون بعض خدمات الشبكة ؟

منذ أقل من سنة () منذ ١-٢ () منذ ٢-٣ ()

منذ ٤-٥ () منذ أكثر من خمس سنوات ()

(٩) تستخدمون الانترنت من خلال جهاز :

الكمبيوتر () التابلت () الهاتف المحمول () الألواح الذكية ()

(١٠) هل لديك بريد إلكتروني ؟ نعم () لا ()

(١١) هل لديك حساب في شبكة اجتماعية (فيس بوك ، تويتر ، يوتيوب):

نعم () لا ()

(١٢) ما خدمات الانترنت التي تستخدمونها من هذه الخدمات ؟ يمكن أكثر من خيار

- البريد الإلكتروني () - البحث في محرك البحث () - الصحف الإلكترونية ()

- متابعة أي من حساباتك بالشبكات الاجتماعية (الفيس بوك ، تويتر ، يوتيوب) ()

- برامج تحديث الصوتي (الماسنجر ، الواتس ، الانستغرام ...) ()

- خدمات الهاتف الذكية (الواتس أب ، الانستغرام ، فيس بوك ، تانجو) ()

- المدونات والمكتبات ()

(١٣) هل يحتم عليك العمل أو لدراسة استخدام أي من هذه الخدمات ؟ نعم () لا ()



ثالثاً معدلات استخدام أدوات التواصل الرقمي :

(١٤) ما محل تواصلك مع خدمات الإنترنت ؟

يوميًا () كل يومين () كل ثلاثة أيام () اسبوعياً () وفقاً للحاجة () نادراً ()

(١٥) ما محل الساعات التي تقضيها يوميًا في التواصل مع خدمات الإنترنت ؟

أقل من ساعة () من ساعة لساعتين () ثلاث ساعات () أكثر من ثلاث ساعات ()

(١٦) هل يتكرر دخولك لخدمات الإنترنت أكثر من مرة باليوم الواحد ؟

دائماً () لا () أحياناً ()

(١٧) إذا كانت الإجابة بغير لا فكم متوسط مراك دخولك اليومي ؟

من ٢-٣ مراك يوميًا () ٤-٥ مراك () أكثر من ٥ مراك يوميًا ()

رابعاً دوافع استخدام أدوات التواصل الرقمي ودورها :

(١٨) ما هي دوافعك لاستخدام أدوات التواصل الرقمي ؟

- () البحث والحصول على المعلومات.
- () تلبية بعض متطلبات الدراسة.
- () التواصل بأشخاص خارج مجتمعي.
- () التواصل بالجنس الآخر دون خوف وحرج.
- () التواصل مع أطراف يستحيل التواصل معهم واقعياً.
- () تخطي حواجز زمنية وجغرافية ومادية في الحصول على المعرفة.
- () التواصل مع الأهل والأصدقاء.
- () الهروب من المشاكل والاختلاء بالذات.
- () عدم الرغبة في التواصل المباشر مع الآخرين.
- () تلبية بعض متطلبات العمل.
- () التواصل ببرامج التعلم الإلكتروني.
- () المشاركة وإبداء رأيي عبر قنوات النشر المتاحة.
- () قضاء وقت فراغي.



- () - (التسلية والترفيه والتثقيف.
 - () - (التعرف على الأخبار من حولي .
 - () - (التسوق والتسوق.
 - () - (دعم موهبة لدي من خلال التعلم الإلكتروني.
 - () - (متابعة لموضة (الديكور، الأثاث، الأزياء، التجديد).
 - () - (التعلم وتطوير الذات .
 - () - (بحثاً عن حل لبعض مشاكلتي .
 - () - (أخرى
- (١٩) هل لدخولك على هذه الأدوات تأثير في تغير ثقافتك المعلوماتية وخبراتك ؟

نعم (-) لا () إلى حد ما ()

(٢٠) كيف تصنفين ثقافتك مع الأدوات الرقمية ؟

متابعة () مشاركة () متابعة ومشاركة ()

(٢١) إذا كان من تغيير في ذلك ناتجاً من التواصل الرقمي فأين تجديه من النقاط التالية

- () - (غيرت من فهمي لبعض الأمور.
- () - (تعرفت على حقوق السياسية.
- () - (طورت من شخصيتي وأثرت على سلوكياتي .
- () - (حسنت من وضعي المعيشي .
- () - (زلت من مهاراتي ومعلوماتي.
- () - (حسنت من وضعي الاجتماعي.
- () - (إستثمرت وقتي.
- () - (تعرفت على المجتمع المحيط وما يجري حولي.
- () - (تعرفت على ولجباتي وحقوق كمواطنة .
- () - (اطلعت على العالم الخارجي والثقافات الأخرى.
- () - (تعرفت على حقوق المدنية.
- () - (أصبح لدي رأي أعبر عنه.
- () - (تعرفت على حقوق الاقتصادية.
- () - (توسعت آفقي.

() - (تطورت معرفتي في مجالات عدة منها (الغذاء، الصحة، التربية، الجمال، الدين، الطبخ....).

(٢٢) إلى أي مدى أثرت أدوات التواصل الرقمي في اتخاذك القرارات التالية في حياتك (اختاري ما تم التأثير فيه)

- () - (قرارات ترفيهية.
- () - (قرارات تنظيمية.
- () - (قرارات اجتماعية.
- () - (قرارات تعليمية.
- () - (قرارات صحية.
- () - (قرارات سياسية.
- () - (قرارات مالية.



(٢٣) هل تجددين من سلبية للتربيد على خدمات وأدوات التواصل الرقمي ؟

نعم () لا ()

(٢٤) إذا كانت الإجابة نعم فما النقاط السلبية من وجهة نظرك؟

- () مضيق الوقت
- () انعدام الخصوصية
- () الشعور بالانطواء
- () اكتساب عادات خارجية
- () الحسد والتراخي
- () حشد الرأي العام لبعض القضايا
- () بتر العلاقات الأسرية الملموسة
- () تحنوي مخالقات دينية / أخلاقية
- () تواتر الشائعات
- () أخرى.....

(٢٥) كيف اكتسبت مهارك للتعامل الرقمي ؟

- () من الدراسة
- () من الأصدقاء والمعارف.
- () تعلم ذاتي بالممارسة.
- () من دورك تدريبية بالعمل .

(٢٦) مهما كانت درجة استخدامك ومدى إفادتك من أدوات التواصل الرقمي فهل تترين أنها

- () غير مفيدة.
- () مفيدة بدرجة قليلة.
- () مفيدة بدرجة متوسطة .
- () مفيدة بدرجة كبيرة .

مع وافر الشكر والتقدير / الباحثة



هوامش الدراسة:

- ^١ (فايز المجالي (٢٠٠٧). استخدام الانترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مجلة المنارة، مج ١٣، ع ٧ - ص ٥٥.
- ^٢ (نهى الدوسري . بداية الاتصال ... وماذا بعد الإعلام الرقمي ؟. اليوم ٢٨ / ٨ / ٢٠١٣ م متاح على <http://www.alyaum.com/News/art/92823.html> تاريخ الاطلاع (٢٠١٤ / ١ / ٣ م)
- ^٣ (Lord ,J. & Hutchison, P.(1993) . The Process Of Empowerment :Implications Of Theory And Practice ,Canadian Journal Of Community Mental Health,(Spring 1993).- P.2
- ^٤ (معرفة (إدراك) متاح على <http://ar.wikipedia.org/wiki/> معرفة (إدراك) تاريخ الاطلاع (٢٠١٤ / ١ / ٣ م)
- ^٥ (عبد الحافظ سلامة (٢٠٠٢). أساسيات علوم المكتبات والمعلومات . عمان: الأهلية .، - ص ٨٩.
- ^٦ (عبد الله بن ابراهيم المبرز (١٤٣٢ هـ) . سلوك المرأة السعودية غير العاملة عند البحث عن المعلومات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع ١٨، محرم ١٤٣٢ هـ - ص ١٤٥.
- ^٧ (دوفلو، إستر (٢٠١٣ م). تمكين المرأة والتنمية الاقتصادية. مجلة عُمران للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر ، مج ٢، ع ٥ - ص ص ٥١ - ٧٦ .
- ^٨ (علاء عبد المجيد الشامي (٢٠١٣ م). مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع ١٠ - ص ص ٧٩ - ١٤٤.
- ^٩ Suja , S. (2012) Women Empowerment Through Self- Help group: An Evaluative Study. Global Management Review. , Vol. 6, Issue 3,.- p p 68-82.
- ^{١٠} (علي عقله نجادات (٢٠١٢). استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشاعات المتحققة منه "دراسة مسحية على عينة من جامعة اليرموك" ، ص ٣٤ متاح على : <http://faculty.yu.edu.jo/anejadat/Lists/Published%20Research/Attachments/15/%D>
- ^{١١} (عالية علي إدريس محمود (٢٠١١ م). الموروث الاجتماعي الثقافي وأثره في تمكين المرأة العاملة في مؤسسات المجتمع المدني . - أطروحة دكتوراة . الجامعة الأردنية، قسم علم الاجتماع ، - ص ٢١١



² (Metcalfe ,B. D. (2011) . Women, Empowerment And Development In Arab Gulf States: A Critical Appraisal Of Governance: Culture And National Human Resource Development (HRD): frameworks , Human Resource Development International, Vol. 14 Issue 2(. Apr.2011).- p131-148.

13) Suresh, L. B.(2011). Impact of Information and Communication Technologies on Women Empowerment in India . Journal of Systemics, Cybernetics & Informatics., Vol. 9 Issue 4,.- p17-23..

¹⁴ (نبيلة فايز السيوف (٢٠٠٧). منظمات المجتمع المدني والتغير الاجتماعي: دراسة مدى فاعلية برامج تمكين المرأة الأردنية . أطروحة دكتوراه . الجامعة الأردنية ، كلية الدراسات العليا ، - ٢٢٤ ص .

¹⁵ (أبو القاسم الحسين بن محمد المعروف بالراغب الأصفهاني. المفردات في غريب القرآن/ تحقيق محمد سيد كيلاني .- بيروت: دار المعرفة، د.ت. - ص ٤٧١ .

¹⁶ (متاح على <http://www.webster.com/dictionary/empowerment?show> تاريخ الاطلاع (٢٠١٤/٢/٢٣م)

¹⁷ (Janet L. Surry(1997). Relationship and Empowerment.- London: Stone Center,.- p. 2

¹⁸ (Czuba, C. E.(1999) "Empowerment: What is it?, Journal Extension, vol. 37, no.5,.-PP2-3.

¹⁹ (Lord ,J.& Hutchison, P.(1993). The Process of Empowerment :Implications of Theory and Practice ,Canadian Journal of Community Mental Health, Spring 1993.- p.2

²⁰ (Ibid, p.2.

²¹ (نبيلة فايز السيوف . مصدر سابق .

²² (Lord ,J.& Hutchison, P. Op Cit. Pp 2-4

²³ (فانتن سعيد بامفلح (٢٠٠٦). أساسيات نظم استرجاع المعلومات الإلكترونية .- الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية .، - ص ص ١٥٤-١٥٥ .



Buckland , Michael (1991) .Information And Information Systems.- New (٢١
York :Greenwood Press,.- Pp83-85.

(٢٥) حشمت قاسم (٢٠٠٢). الاتصال العلمي في البيئة الإلكترونية. مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج ١٤، ٨
(محرم /جمادى الآخرة ١٤٢٣ هـ - مارس / أغسطس ٢٠٠٢). - ص ١١٦.

(٢٦) ماجد الزبيدي (٢٠٠٠). الإنترنت والتدريب في علوم المعلومات والمكتبات، رسالة المكتبة، مج ٣٥، ع
١، ٢، - ص ٦٣ - ٧٦.

(٢٧) حسن عواد السريحي ... وأخ (٢٠٠٨). التفكير والبحث العلمي . - جدة : مركز النشر العلمي، جامعة
الملك عبد العزيز، - ص ٨٨.

(٢٨) محمد جعفر عارف، حسن عواد السريحي (٢٠٠٧). الإنترنت والبحث العلمي . - ط ٢ . - جدة:
خوارزم العلمية للنشر والتوزيع ، - ص ٤٣.

(٢٩) المركز التعليمي بشبكة بوابة العرب . خدمة بروتوكول نقل الملفات FTP متاح على

<http://edu.arabsgate.com/showthread.php> تاريخ الاطلاع (٥ / ٣ / ٢٠١٤م)

(٣٠) تل نت . متاح على <http://WWW.ar.wikipedia.org/wiki/> تاريخ الاطلاع (٥ / ٣ /
٢٠١٤م)

(٣١) محمد تيمور، محمود علم الدين (٢٠٠٣). أساسيات تكنولوجيا الاتصال والتوثيق الإعلامي . -
القاهرة: د.ن. - ص ٣٠٣.

(٣٢) ما هي المدونات الإلكترونية وكيف تستطيع كتابة مدونتك الخاصة بك؟ / إنترنت السعودية . متاح
على <http://www.internet.gov.sa> تاريخ الاطلاع (٥ / ٣ / ٢٠١٤م)

(٣٣) ماهي خدمة RSS؟ متاح على <http://www.alarabiya.net/resshelp.html> تاريخ
الاطلاع (٣ / ٣ / ٢٠١٤م)

(٣٤) ويكي. متاح على <http://WWW.ar.wikipedia.org/wiki/> تاريخ الاطلاع (٢ / ٣ / ٢٠١٤م)

(٣٥) نوح يحيى الشهري... وأخ (١٤٣٣ هـ) . مهارات التعلم والتفكير . جدة: دار حافظ للنشر والتوزيع، -
ص ٦٩.

(٣٦) محمد سعيد الساحلي (٢٠٠٩). الشبكات الاجتماعية . في كتاب الويب ٢.٠ المفاهيم والتطبيقات . -
الرياض: جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، - ص ٣٦.

(٣٧) علاء عبد المجيد الشامي . مصدر سابق . - ص ٨١.



٣٨ (السحابة الحاسوبية العصر الجديد للانترنت . متاح على

<http://www.saudishopper.com.sa> تاريخ الاطلاع (٥ / ٣ / ٢٠١٤م)

٣٩ (عزة فاروق جوهري (٢٠١٣) . الانترنت وسد الفجوة المعرفية في العالم العربي :دراسة استطلاعية عن توجهات القراءة في بيئة الانترنت ودورها في بناء مجتمع المعرفة . مجلة أعلم ، ع ١٢ (جمادى الأولى ١٤٣٤هـ / أبريل ٢٠١٣) . - ص ص ١١٣-١٦١.

١٠(Todd, R.J...et al(1992) . The Power of Information Literacy: Unity of Education and Resources for the 21st Century.Paper Presented at the Annual Meeting of the International Association of School Librarianship (21st Belfast, Northern Ireland , United Kingdom , July19-24,1992.

٤١ (عزيز حنا داود (١٩٨٧). دراسات وقراءات نفسية وتربوية . القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ، ج ٢٠ . - ص ٦٧ .

٤٢ Moore , Nick . Partner in the Information Society . (Available at) <http://www.ia-hq.org.uk/directory/record/r199912/article2.html>

(11\3\2014)

٤٣ (حمد العمران (٢٠٠٩). الكفايات الأساسية اللازمة لاختصاصي المعلومات في الجيل الثاني من

مؤسسات المعلومات . في: المؤتمر العشرون للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (أعلم) " نحو جيل جديد من نظم المعلومات والمتخصصين: رؤية مستقبلية "، الدار البيضاء من ٩-١١ ديسمبر ٢٠٠٩م.

٤٤ (بنت النبي شايب (٢٠١٢). نحو استخدام الويب 2.0 والشبكات الاجتماعية في بناء مجتمع معرفي عربي . المؤتمر الثالث والعشرون للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (أعلم) (الحكومة والمجتمع والتكامل في بناء المجتمعات المعرفية العربية) . - قطر ، ٢٠١٢م، ج ٣، ص ٢٠٩٠-٢٠٩٩.

٤٥ (خالد ربا يعة (٢٠١٣). ما هي مصادر التمكين في تقنيات المعلومات . القدس: الجامعة العربية الأمريكية، مركز أبحاث المعلوماتية، ٢٠١٣. متاح على

<http://www.alqudsalraqmi.ps/atemplate.php?id=240> تاريخ الاطلاع (٦ / ٣ / ٢٠١٤م)

٤٦ (سمراء كحللات. (٢٠١٣) تمكين المعرفة في المكتبة الجامعية: نحو إدارة خلاقة للكفاءات في مجتمع المعرفة . Cybrarians Journal. ع ٣١ (يونيو ٢٠١٣) متاح

في <http://www.journal.cybrarians.org/> تاريخ الاطلاع (١٢ / ٤ / ٢٠١٤م)



- ١١ (الاتحاد الدولي للاتصالات . تقرير "قيام مجتمع المعلومات في ٢٠١٢" متاح على <https://itunews.itu.int/Ar/Note.aspx?Note=3662> تاريخ الاطلاع (٢٠١٤ / ٣ / ٧)
- ١٢ (نبيلة فايز السيووف . مصدر سابق . تاريخ الاطلاع (٢٠١٤ / ٣ / ٥)
- ١٣ (حشمت قاسم مصدر سابق . ص ١١٦ .
- ١٤ (حسن عواد المبرحي ، هاتم يوسف عز الدين (٢٠٠٧) . الولاء الإلكتروني . - جدة : مؤسسة غناظ . - ص ١١٦ .

1) Internet Addiction :Stanford Study Seeks To Define Whether It Is A
 roblem Available At:
<http://Mednews.Stanford.Edu/Releases/2006/October/Internet.Html> access date
 12/4/2014)

