فاعلية المواقع الإلكترونية في المؤسسات النسائية في دعم المشاركة المجتمعية للمرأة الإماراتية (دراسة تحليلية)

أ .إسلام محمد فتحي الشيوي *
إشراف :أ.د. محمود يوسف**
إشراف مشارك :أ.د. أحمد خطاب***

مستخلص الدراسة:
تمكين المرأة هو دعم نفوذها، وتنظيم قدراتها على فهم وضعها، وتغيير إدراكها لنفسها على نحو يجعلها قدرة على الاختيار لنفسها، وأن يكون لها صوت مسموع للدفاع عن مصالحها، وقدرة على المشاركة في اتخاذ القرار وإحداث التغيير. الهدف من الدراسة تقييم فاعلية المواقع الإلكترونية في المؤسسات النسائية في دعم المشاركة المجتمعية للمرأة الإماراتية، وقد اعتمد الإطار النظري للدراسة على نظرية الاتصال الحواري الإلكتروني. وقد تم تطبيق الدراسة التحليلية على المواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الإجتماعي والتي تتبع الجمعيات والهيئات النسائية العاملة داخل الإمارات العربية المتحدة، وشملت الدراسة التحليلية تحليل التدوينات والرسائل الاتصالية التفاعلية، بالإضافة إلى تحليل تعليقات المتابعين والردود على تلك التدوينات ومستويات التفاعل. كما تتضمن استمارة تحليل المضمون فئات لرصد ملامح وشروط الاتصال الحواري ومدى توافرها.
وأشارت النتائج إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لمدى كفاءة وتنويع أساليب وتركيز الجهود الاتصالية التفاعلية للمواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الإجتماعي والتي تتبع الجمعيات والهيئات النسائية العاملة داخل الإمارات العربية المتحدة في تعزيز المشاركة المجتمعية للمرأة الإماراتية، ودعم الصورة الذهنية المتكونة لدى قطاعات الجمهور الإماراتي نحو قضايا التمكين المجتمعى للمرأة الإماراتية.

الكلمات الدالة: العلاقات العامة، المواقع الإلكترونية، المؤسسات النسائية، المشاركة المجتمعية، المرأة الإماراتية.

* باحث دكتوراه بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
** الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
*** الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

The effectiveness of websites in women's institutions in supporting the community participation of Emirati women (An analytical study)

Mr. Islam Mohamed Fathi El Shiwi*

Abstract

Empowering women means supporting their influence, organizing their abilities to understand their situation, and changing their perception of themselves in a way that gives them the ability to choose for themselves, have a voice heard to defend their interests, and have the ability to participate in decision-making and bring about change. The aim of the study is to evaluate the effectiveness of websites in women's institutions in supporting the community participation of Emirati women. The theoretical framework of the study was based on the theory of electronic dialogic communication.

The analytical study was applied to websites and official pages on social media sites that belong to women's associations and organizations operating within the United Arab Emirates. The analytical study included an analysis of blog posts and interactive communication messages, in addition to an analysis of followers' comments, responses to those blog posts, and levels of interaction. The content analysis form also includes categories for monitoring the features and conditions of dialogic communication and their availability.

The results indicated that there was a statistically significant effect on the extent of the efficiency, diversification of methods and focus of interactive communication efforts on websites and official pages on social networking sites that belong to women's associations and organizations operating within the United Arab Emirates in enhancing the societal participation of Emirati women, and supporting the mental image formed among sectors of the Emirati public towards... Issues of societal empowerment of Emirati women.

Key words

Public relations, websites, women's institutions, community participation, Emirati women.

* PhD Researcher at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication Cairo University

المقدمة:

يُقصد بمفهوم تمكين المرأة بأنه إعطاء المرأة الكفاءة اللازمة، ومنحها الفرص الحقيقية في كافة المجالات الحياتية، بهدف تحقيق ما تطمح إليه، من تقدم سواء على الصعيد المهني أو العلمي، بصورة تضمن انتقالها من وضع إلى وضع أفضل منه، وذلك من خلال التعليم، والتدريب، والدعم الأسري والمجتمعي، كما يعبر عن تلك الاستراتيجية أو السياسية التي يتم اتباعها خلال فترة زمنية ما، بحيث تمر بمراحل عديدة ويلزمها العديد من المتطلبات التي تضمن إزالة كافة العقبات والقيود القانونية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تقف بوجه المرأة، بصورة تضمن تعزيز قدراتها[١]

تعدّ مسالة تمكين المرأة من القضايا الحديثة التي بدأت بالتطور، ونالت اهتمام العالم أجمع، إذ إن تمكين المرأة ضروري لتحقيق التنمية المستدامة، أخذاً بالاعتبار العلاقة السببية التبادلية بين تمكين المرأة والتنمية[١].

فمن خلال المشاركة المجتمعية تقوم المرأة بالتأثير على عملية صنع القرار الحكومي، أي أن المشاركة المجتمعية ترمي إلى تحويل مخرجات النظام السياسي بالشكل الملائم لمطالب الأفراد الذين يقدمون على المشاركة المجتمعية[٢].

والتمكين هو عملية تهدف إلى رفع الوعي والمقدرات والتفهم والاستعداد للمرأة والرجل، من أجل إحداث تغيير في المجتمع[٣]، وغايته توعية البشر من ذكور وإناث، لإدراك جيد لأوضاعهم وأحوالهم، وتحفيز الهمم والعزائم فيهم على تغيير أحوالهم نحو الأحسن، وبالنسبة للمرأة، هو توعية المرأة بوضعها والاهتمام بالمشاركة في مناقشة قضاياها، والتعبير عن وضعها، والتصريح بمشاكلها وهمومها[٤].

ولم يصبح الحديث عن تفعيل المشاركة المجتمعية للمرأة ترفًا وإنما هو ضرورة ملحة يجب أن تتعامل معها مختلف المؤسسات من حكومة وإعلام ومؤسسات المجتمع المدني، وعلى الرغم من أن المرأة استطاعت مؤخرًا أن تحقق وتتحصل على الكثير من حقوقها السياسية إلا إنه لا يزال هناك العديد من المعوقات والصعوبات والتحديات التى تحول دون تفعيل مشاركة سياسية حقيقية تكفل لها الحصول على حقوقها السياسية كاملة.

والمشاركة المجتمعية هي إحدى أدوات تفعيل الديمقراطية في المجتمع وأداة للتغيير، يمكن من خلالها الإسهام في بناء مجتمع ديمقراطي حر وعادل، تدار فيه الشئون العامة من خلال الناس ومن أجلهم على أساس احترام الكرامة الإنسانية، والديمقراطية، والعدل الاجتماعي، والمساواة بين جميع المواطنين.

إن المشاركة المجتمعية وسيلة وغاية في نفس الوقت، يمكن ممارستها بصورة فردية عبر القيام بنشاطات سياسية أو اقتصادية، غير أن الشكل الأفضل للمشاركة يكون عبر إنشاء منظمات على أساس نقابي أو اجتماعي تطوعي، من خلالها يصنع الأفراد الإبداع، ويفجرون طاقاتهم[٥]، ويتم ذلك على شكل تعاون واتصال مشترك بين فئات اجتماعية تجمعهم مشاريع وخطط، وعمليات وأنشطة، وبرامج مشتركة، من أجل إيجاد الحلول المناسبة للمعيقات والمشاكل، لذلك فهي جسور من العلاقات الثقافية والمفاهيم المشتركة، التي تهتم بالارتقاء والنهوض بمؤسسات المجتمع[٦].

وبالمشاركة المجتمعية يتم تفعيل طاقات المواطنين، للإسهام في مواجهة تحديات التنمية البشرية، بواسطة عملية التشاور والحوار، حيث تقوم أساسا على التواصل، وتعتمد على تبادل المعلومات بين الطرفين، إضافة إلى تقديم المقترحات والأراء حول القضايا المشتركة، قبل اتخاذ السلطة للقرارات (٧).

وتؤدي العلاقات العامة دورًا هامًا في تفعيل المشاركة المجتمعية لأنها النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم بين طرفين، الحاكم والمحكوم، الحكومة والجماهير، المؤسسة وجمهورها، وتساعد على إقامة الروابط المادية السليمة بين الجماهير ومؤسساتهم (٨).

لقد تعددت و اختلفت مفاهيم العلاقات العامة بتعدد واختلاف وجهات نظر الباحثين والممارسين، فعرفها المعهد البريطاني على أنها جهود مخططة ومرسومة هدفها إقامة تفأهم مستمر بين المؤسسة وجمهورها، فهي إقامة علاقات حسنة وطيبة بين المنظمة وجماهيرها الداخلية والخارجية مبنية على الثقة المتبادلة بين الطرفين (٩).

ويعتبر هذا البحث محاولة جادة لرصد دور المواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الإجتماعي في المؤسسات النسائية في إدارة قضايا التمكين للمرأة الإماراتية ودعم مشاركتها المجتمعية، والتي تعتبر واحدة من أهم الظواهر الاجتماعية والسياسية المعاصرة؛ وذلك بهدف التوصل إلى فهم عميق حول دور العلاقات العامة ووسائل الإعلام في تعزيز المشاركة المجتمعية للمرأة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في رصد دور المواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الإجتماعي داخل المؤسسات النسائية الإماراتية في بناء وتنمية الوعي بأهمية التمكين للمرأة الإماراتية ودعم مشاركتها المجتمعية، وفى سبيل تحقيق ذلك تتركز أبعاد الدراسة في عدة محاور رئيسية تتلخص في: التعرف على الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في الجمعيات النسائية، ورصد مدى حرص إدارة العلاقات العامة في المؤسسات النسائية على التواصل بالتكنولوجيا الحديثة، وتحديد أهم أنماط تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى إدارة العلاقات العامة في المؤسسات النسائية، ورصد دور إدارة العلاقات العامة في المؤسسات النسائية في بناء سمعة جيدة تساهم في تعزيز مشاركة مجتمعية حقيقية وفاعلة للمرأة.

أهمية الدراسة:

١) تتركز أهمية الدراسة فى تناولها لدور دور المواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الإجتماعي في المؤسسات النسائية في إدارة قضايا التمكين للمرأة الإماراتية ودعم مشاركتها المجتمعية.

٢) تبرز هذه الدراسة أهمية المواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الإجتماعي في المؤسسات النسائية ووسائل الإعلام في تعزيز وتمكين مشاركة المرأة في المجتمع.

٣) الكشف عن الأنشطه والخدمات التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسات النسائية في تعزيز تمكين المرأة الإماراتية ومدى فائدتها.

٤) معرفه أهم الوسائل الاتصاليه التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات النسائية في نشر الوعي بتمكين المرأة الإماراتيه.

أهداف الدراسة:

١) التعرف على الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسات النسائية للجمهور الخارجي والداخلي.

٢) رصد مدى حرص إدارة العلاقات العامة في المؤسسات النسائية على التواصل بالتكنولوجيا الحديثة وتأثير برامج الاتصال.

٣) تحديد أهم أنماط تكنولوجيا الاتصال الحديثة إدارة العلاقات العامة في المؤسسات النسائية.

٤) رصد دور المواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الإجتماعي في المؤسسات النسائية في بناء سمعة جيدة تساهم في تعزيز مشاركة مجتمعية حقيقية وفاعلة للمرأة داخل المجتمع الإماراتى.

٥) معرفة أساليب التواصل المناسبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي للجمهور لدعم قضايا التمكين المجتمعي للمرأة الإماراتية.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تتناول وظيفة ودور العلاقات العامة من خلال المواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الإجتماعي في المؤسسات في تمكين المرأة، لذا سيتم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين: المحور الأول: دور العلاقات العامة في الاتصال المؤسسي، المحور الثاني: التمكين المجتمعي للمرأة، المحور.

المحور الأول: دور العلاقات العامة في الاتصال المؤسسي:

دراسة مي عبدالواحد الخاجة، (٢٠٠٣م) بعنوان : " وسائل الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة " دراسة تحليلية للعلاقة بين ممارسي العلاقات العامة والعاملين في وسائل الاتصال الجماهيري في دولة الإمارات[١٠]: هدفت الدراسة إلى الكشف عن وتحليل وتقييم طبيعة العلاقة بين العلاقات العامة ووسائل الاتصال الجماهيري في دولة الإمارات وتحديدها من وجهة نظر الطرفين أي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة ووجهة نظر الصحفيين والإعلاميين من جهة ، وذلك بهدف استخلاص نوعيتها وتوضيح مسبباتها ، وتقديم مقترحات لتطويرها ، وذلك عبر التحليل الكيفي باستخدام المقابلات المتعمقة غير المقننة مع ممارسي العلاقات العامة والإعلاميين والصحفيين في دولة الإمارات .

وأوصت الدراسة بتنظيم دورات تدريبية لمسئولي العلاقات العامة لإعادة تأهيليهم بما يتناسب مع متطلبات العصر ليؤدوا أدوارهم عن وعي وإدراك بدلاً من الخلط والعشوائية ، وكذلك دورات أخرى لمسؤولي الإدارة العليا ليعرفوا دور العلاقات العامة وأهميتها لكل مؤسسة ، وكذلك دورات للصحفيين لاطلاعهم على طبيعة عمل ممارسي العلاقات العامة والسياسات التي تحكمهم حتى يتفهم كل منهم الآخر بدلاً من تبادل التهم.

كما هدفت **دراسة مي عبدالواحد الخاجة، (٢٠١١م) بعنوان : " مدى فعالية الاتصالات الداخلية للعلاقات العامة " دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الداخلي في بعض المنشآت الخدمية في دولة الإمارات العربية المتحدة[١١]:** إلى معرفة واقع ممارسة العلاقات العامة في دولة الإمارات من أجل التعرف على مدى نجاحها في دورها الاتصالي المزدوج بين الإدارة العليا والعاملين ، واعتمدت الباحثة في دراستها الوصفية على منهج مسح أساليب الممارسة بقطاع الخدمات بالإمارات العربية الذين اختارتهم بالعينة العشوائية البسيطة .

وتوصلت الدراسة إلى وجود قصور في الدور الاتصالي المزدوج للعلاقات العامة وقلة قدرتها على التواصل والتفاهم على الرغم من تعدد الوسائل الاتصالية بالمؤسسة والاستعانة بأنظمة الشكاوى والمقترحات ، مما أدى إلى سيادة القنوات غير الرسمية للاتصال بين العاملين للتعرف على معلومات مختلفة عما تصلهم من العلاقات العامة كالمعلومات الخاصة بالقرارات والسياسيات الجديدة ونظام الترقيات والحوافز .

دراسة شريفه رحمة الله سليمان، (٢٠١٣م) بعنوان : " دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية " دراسة حالة على إمارة دبي [١٢]: هدفت الدراسة إلى إبراز المبادرات التكنولوجية والمعرفية التي أطلقتها الإمارة من خلال مدينة دبي للإعلام ومدينة دبي للإنترنت وقرية المعرفة ومشروع التجارة الإلكترونية ومشروع حكومة دبي الإلكترونية وذلك من خلال تحسين مستوى الخدمات ومتابعة المعاملات وسرعة إنجازها .
وقد أكدت الدراسة اهتمام المؤسسات الحكومية في إمارة دبي بتطوير خاصية التفاعل بينها وبين جمهورها عن طريق إضافة نمط الاتصال الإلكتروني ليعزز وسائل الاتصال التقليدية التي تتيحها للجمهور، وأوصت الدراسة بضرورة فهم التكنولوجيا جيدا من قبل أفراد المجتمع وكيفية استخدامها وضرورة توظيف تلك التكنولوجيا بشكل يتناسب والمستويات الثقافية للجمهور.

استهدفت **دراسة سماح عبد الرازق غلاب محمد (٢٠١٤): استخدام الإنترنت فى ممارسة أنشطه العلاقات العامة [١٣]**:وصف وتحليل إستخدام ممارسي العلاقات العامة للإنترنت فى أنشطتهم، وذلك فى مراحل عمل وممارسة أنشطة العلاقات العامة من (بحوث - تخطيط - إتصال - تقويم)، وطبقت على عينة من ٤٨ من المؤسسات الإنتاجية والخدمية على اختلاف أنماط ملكيتها لتحقيق درجة من الحوار والإتصال التفاعلي بين المؤسسة وجماهيرها، واعتمدت على نظرية الحوار، واستخدمت الدراسة منهج المسح عبر أدوات تحليل المضمون والاستقصاء، وأشارت الدراسة فى نتائجها إلى تصدر المواقع الالكترونية للشركات فى نشر المحتوى الاخبارى لها عبر أنشطة العلاقات العامة بها، وأن الشبكات الاجتماعية هى الأسهل فى المستقبل للتواصل مع الجمهور، وخاصة الفيس بوك.

دراسة مثاني حسن أبشر، (٢٠٢٠) بعنوان : " المهارات التكنولوجية لموظفي العلاقات العامة في ضوء التحول نحو اقتصاد المعرفة " دراسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة بدولة الإمارات العربية المتحدة[١٤]: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إجادة موظفي العلاقات العامة لمهارة التعامل مع التكنولوجيا الحديثة باعتبار أن دولة الإمارات من الدول الرائدة في إدخال نظام الحكومة الإلكترونية في جميع مؤسساتها ، وتهدف لتطوير اقتصاد معرفي متنوع مرن تقودة كفاءات ماهرة وتعززه أفضل الخبرات بالاعتماد على موظفين يتمنيزن بالمعرفة والإبداع ، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي كما تعتمد على الاستبيان كأداة للدراسة ولجمع المعلومات .

وقد توصلت الدراسة إلى بعض أهم النتائج منها : أن هناك بعض المشكلات التي يجب أن ينتبه لها ممارسي العلاقات العامة والتي قد تفرزها استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة منها : الكثافة الهائلة للمعلومات وصعوبة الاطلاع عليها والتضارب فيها . وأوصت بضرورة استخدام تقنيات اتصال حديثة في أنشطة العلاقات العامة مثل: لتخطيط ومنهجية الأداء والاهتمام بالمضمون ، وثراء المعلومات وقوتها وقيمتها.

المحور الثانى: التمكين المجتمعي للمرأة:

دراسة أميمة أبو الخير (٢٠١٩): مشكلات المرأة الإماراتية بين التمكين السياسي والتمكين المجتمعي دراسة حالة إمارات[١٥]: تنطلق هذه الدراسة من فرضية مفادها أن التمكين السياسي الى المرأة الإماراتية من قبل أجهزة الدولة ومؤسساتها خطا خطوات سريعة ومتلاحقة أسرع بكثير من التمكين الاجتماعي أو المجتمعي، إذ أنه مازال الموروث الاجتماعي والثقافي يمارس سطوته على المرأة الإماراتية بالرغم من انخفاض حدة هذه السطوة والهيمنة عن الماضي إلا أنها مازالت تؤثر في وضع المرأة الإماراتية ، وتعرقل مسيرتها وتسبب لها الكثير من المشكلات وصور معاناة متعددة . وتنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الكيفية واعتمدت الدراسة على عينة عمدية/ فرضية مكونة من ٢٣ امرأة إماراتية ، واستخدمت الدراسة دليل المقابلة المتعمقة أداةً لجمع البيانات . ووظفت النظرية النسوية والنوع الاجتماعي إطاراً نظرياً مرجعاً لتحليل نتائج الدراسة.

وكشفت نتائج الدراسة عن استمرارية هيمنة السلطة الذكورية على نساء عينة الدراسة، ولهذه السلطة وجوه معددة تمثلت في الأب، والزوج، وزوج الأم، والأخوه الذكور. وتم ممارسة هذه الهيمنة على مجالات أساسية في حياة المرأة مثل التعليم والعمل والزواج .

وهدفت دراسة آمنة العجايب وجواد فؤاد (٢٠٢٠م) [١٦]. إلى **قياس أثر تمكين المرأة في نمو الأعمال الريادية للمرأة في الأردن،** وقد تكون مجتمع الدراسة من (٢٣٠) رائدة من رائدات الأعمال اللاتي تلقين نوعاً من التمكين من خلال منظمات المجتمع، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك اهتماماً متزايداً لدى الفئات المستهدفة في الدراسة بأهمية تمكين المرأة، وأهمية الأعمال الريادية، كما توصلت النتائج إلى وجود أثر لأبعاد تمكين المرأة (التمكين القيادي، والتمكين القانوني، والتمكين الاقتصادي والمالي) مجتمعة على نمو الأعمال الريادية النمو في عدد الأعمال الريادية المسجلة، والنمو في عدد الأنشطة التي تقدمها الأعمال الريادية، والنمو في ربحية الأعمال الريادية، والنمو في عدد العاملين في الأعمال الريادية.

دراسة أحمد عبدالصبور الدلجاوي، (٢٠٢٠) بعنوان : " التمكين الاقتصادي للمرأة الإمارتية الواقع واستشراق المستقبل[١٧]: هدفت الدراسة إلى موضوع التمكين الاقتصادي للمرأة الإماراتية من حيث واقعه واستشراق مستقبلة ، والوقوف على التحديثات التي تعوق تعزيز التمكين الاقتصادي للمرأة الإماراتية ـ ولذلك تمثلت الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة في التساؤل حول واقع ومستقبل التمكين الاقتصادي للمرأة الإماراتية ، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، كونه يحقق هذا الغرض من خلال وصف الواقع وتحليله والوقوف على التحديات ، واستنباط الحلول المناسبة لها .

وقد توصلت الدراسة إلى بعض أهم النتائج منها : أن المشروع الإماراتي استطاع أن يضع الأطر الدستورية والتشريعية التي تضمن حصول المرأة الإماراتية على حقوقها الاقتصادية والاستفادة من إمكانياتها في عملية التنمية.

وهدفت **دراسة رجاء إدريس عبدون (٢٠٢١): دور مبادرات وزارة العمل والتنمية الاجتماعية في زيادة مشاركة المرأة السعودية في سوق العمل، دراسة ميدانية، محافظة عنيزة، القصيم[١٨]:** إلى التعرف على مدى وعي المرأة الذاتي في المنطقة وفوائدها من مبادرات وزارة العمل والتنمية الاجتماعية لزيادة مشاركة المرأة في سوق العمل السعودي.

وشملت الدراسة عينة من ٩٦ امرأة من مختلف الفئات العمرية. اشتملت الدراسة على عشر مبادرات بعضها خاص بالنساء وبعضها مبادرات عامة.

وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج ، من أهمها انخفاض المعرفة بهذه المبادرات لدى أفراد العينة ، حيث انخفضت نسبة المعرفة إلى أقل من ٥٠٪ في أكثر من نصف هذه المبادرات ، بينما انخفضت نسبة المعرفة إلى أقل من ٥٠٪ في أكثر من نصف هذه المبادرات. وهناك انخفاض حاد للغاية في نسبة النساء المستفيدات من هذه المبادرات حيث لم تتجاوز ٢٠٪ لمعظم هذه المبادرات باستثناء مبادرة دروب حيث بلغت نسبة الاستفادة منها ٤٠٪. وقد بلغت نسبة تقييم هذه المبادرات على أنها مهمة ومتوسطة الأهمية أكثر من ٩٠٪ لجميع المبادرات. وأوصت الدراسة بضرورة بذل المزيد من الجهود لنشر الوعي بالمبادرات وتفعيل فوائدها للمساهمة في دورها المطلوب في زيادة مشاركة المرأة في سوق العمل السعودي.

دراسة هدى حسن النقبي، (٢٠٢١م) بعنوان : " دور حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة في تمكين المرأة في ظل ظروف جائحة كورونا " دراسة تطبيقية بإمارة الشارقة[١٩]: هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الحكومة في تمكين المرأة (التمكين الاقتصادي والمؤسسي والقانوني) في ظل ظروف جائحة كورنا من وجهة نظر العاملات في إمارة الشارقة ، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب والأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف الدراسة ، وقامت الباحثة باختيار عينة عشوائية عددها (٣٠٠) سيدة عاملة في إمارة الشارقة تم اختيارهن من مجتمع الدراسة الأصلي بطريقة عشوائية .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن دور الحكومة في تمكين المرأة في ظل ظروف جائحة كورونا من وجهة نظر العاملات في إمارة الشارقة بدرجة تقدير متوسط ، كما أشارت نتائج الدراسة لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور الحكومة في تمكين المرأة في ظل ظروف جائحة كورنا في جميع أبعادها وللأداة ككل من وجهة نظر العاملات في إمارة الشارقة وفقا لمتغير الحالة الاجتماعية والوظيفة ، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور الحكومة في تمكين المرأة في ظل ظروف جائحة كورنا (التمكين الاقتصادي والتمكين المؤسسي والتمكين القانوني) من وجهة نظر العاملات في إمارة الشارقة وفقا لمتغير المؤهل العلمي. .

دراسة أثمار الشطري وحسين إبراهيم (٢٠٢٢) بعنوان : " تمكين المرأة العراقية في التنمية البشرية بين الواقع والطموح "[٢٠]: هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع المرأة العراقية وأهم المعوقات التي تقف في عدم تمكينها في المجتمع ، والتعريف بدور الأمم المتحدة والمنظمات الإنسانية في مجال دعم وتمكين المرأة ، وتقديم مؤشرات إحصائية على ضوء مقياس تمكين المرأة العراقية .

وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج منها أن المرأة العراقية تحتاج إلى تمكين عام يشمل التنمية الشاملة بكل مفاصلها على المستويات المختلفة (كالصحة والتعليم والرعاية الاجتماعية والسكن والجانب الاقتصادي) واتضح من البحث أن نسبة مشاركة المرأة في الحكومة لا زالت ضعيفة ، ولا سيما في الجانب السياسي فإن تمثيلها محدود جدا بمواقع بسيطة لا ترتقي إلى مكانته الحقيقية ، وأوصت الدراسة بضرورة تبني الحكومة لمشروع ثقافي باسم (ميثاق التمكين) يستهدف تطوير قدرات النساء لتبوئ مراكز قيادية وفي مجال التنمية البشرية وصناعة القرار من أجل تحقيق تكافؤ الفرص وتحقيق العدالة والمساواة في

المجتمع منطلقا من أن المرأة محرك تنموي وجزء أساسي من عملية الحراك الاجتماعي وفي تحقيق التطور الاقتصادي.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاتصال الحواري الإلكتروني:

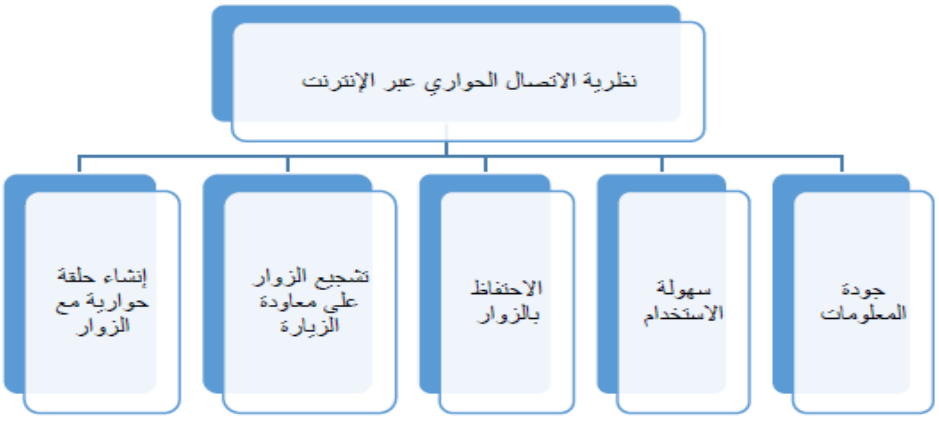
تعد نظرية الاتصال الحواري الجانب المطور للنموذج الرابع من نماذج جرونج، والنظرية تدعم الاتصال الحواري التفاعلي ذي الاتجاهين الذي تعتمده نماذج العلاقات العامة الحديثة، وتناسب العمل داخل البيئات الرقمية والتفاعلية. وتعتبر نظرية الاتصال الحواري مناسبة لموضوع الدراسة لأنها تناسب طبيعة التواصل واستراتيجيات ومداخل التأثير عبر الوسائل التفاعلية.

بدأ (كينت وتايلور) عام ١٩٩٨م بالتركيز على خصائص البناء الوظيفي للموقع الإلكتروني من حيث (الشكل، المضمون، الإجراءات) وتوصلا إلى أن الموقع الإلكتروني الفعال يجب أن يتسم بالديناميكية الكافية لتشجيع الجماهير على استكشافه، فضلا عن ضرورة تضمينه بالمعلومات الغنية المتنوعة التي تلبي احتياجات الجماهير المختلفة وارتفاع معدل التفاعلية التي تسمح للمهور بمتابعة القضايا المختلفة وإقامة علاقات حوارية متبادلة معه .

وقد قام كينت وتايلور بوضع نظرية تقوم على إطار استراتيجي يسهل العلاقات مع الجماهير عبر الشبكة العنكبوتية. وتقوم هذه العلاقة على المبادئ الخمسة التي يجب أن يحتوي عليها أي موقع، وهي[٢١] :

١. المعلومات المفيدة للجمهور.
٢. سهولة الاستخدام.
٣. الحفاظ على الزوار.
٤. التشجيع على معاودة زيارة الموقع.
٥. إنشاء حلقة حوارية.

وضع (كينت وتايلور عام ٢٠٠٢)[٢٢] تطبيقات استخدام هذه المبادئ الحوارية لتشمل مجالين هما "بناء العلاقات الحوارية" سواء بين المنظمة وجمهورها أو بين الجمهور العام وبعضه، بينما تمثل المجال الآخر في "الوسائط الإعلامية" متضمنة مجال (الإعلام الإلكتروني ومواقع الويب)، فقاما بإعادة صياغة وترتيب المبادئ الخمسة التي وضعوها عام ١٩٩٨ وفق أهميتها ودورها في عملية العلاقات العامة الحوارية وإتمام الاتصال الحواري بشكل أكثر فاعلية لتصبح كالتالي:



شكل (١) المبادئ الخمس لنظرية الاتصال الحواري عبر الإنترنت

أولاً: جودة المعلومات :

هي تلك المعلومات التي تضمن تصميم الموقع على الوجه الأمثل الذي يلبي تساؤلات واحتياجات الزوار، على أن يتم تقديمها في شكل هرمي منطقي متدرج من المعلومات العامة ثم الأكثر خصوصية لموضوع الموقع، وقسم (KENTETAL 2003) [٢٣] المعلومات إلى عنصرين هما:

- المعلومات المفيدة لوسائل الإعلام: بأن يقدم الموقع المعلومات الخاصة بالتقارير الصحفية، والخطب، وبيانات عن هوية أعضاء الموقع وقابلية تحميل الصور والرسومات من خلاله، واحتواء الموقع على المؤثرات السمعية والبصرية، والمواقف المحددة الواضحة.
- المعلومات المفيدة للمتطوعين: من خلال إبراز شعار المنظمة ورسالتها ورؤيتها بوضوح، وتقديم معلومات عن كيفية الانضمام والعضوية بالويب.

وأضاف[٢٤] (ALIVIZOS ET AL2009) خصائص أخرى لضمان جودة معلومات الموقع تمثلت فيما يلي:

- تعدد لغات الموقع: مع مراعاة تقديم الموقع باللهجة المحلية لبلد الموقع وتجنب الإشارات والرموز المشتركة بين أكثر من لغة لتجنب أي سوء فهم.
- مصداقية المعلومات: واتسامها بالدقة والموضوعية وصحتها اللغوية من حيث البناء اللفظي والنحوي للعبارات.
- الشفافية: من خلال تضمين الهدف من الموقع، ولائحته، وتاريخ آخر تحديث للمعلومات.

وأكد "ALIVIZos" أيضا أن أحد عناصر جودة المعلومات في مواقع الأحداث الخاصة تتبع من تنوع أحداثها وفعاليتها المسوقة والمقدمة من خلالها من (مؤتمرات، معارض، مهرجانات، ندوات ..... الخ)، مع تنوع نشاط ومضمون هذه الأحداث، وذلك الضمان ملائمة الموقع للفئات الجماهيرية المختلفة من زوار ومنظمين.

ثانياُ: سهولة الاستخدام:

تعتبر الصفحة الأولى أهم صفحات الموقع حيث تعطي الانطباع الأول لدى زوارها الذين يمكنهم من خلالها الانطلاق لبقية الصفحات، لذا يجب أن تتسم بسهولة وديناميكية الاستخدام مما يعكس احترام الزوار لموقع الويب. وذكر كل من (KENT WHITE TAYLOR, 2003) (٢٥)أن الصفحة الافتتاحية يجب أن تتضمن (خريطة الموقع، روابط الانتقال للصفحات الأخرى، صندوق محركات بحث، صندوق بمحتويات الموقع)، كما أكد(KENT ET AL, 2003)(٢٦) على تقليل الصور والرسومات بها لتسهيل عملية التحميل وسرعة التنقل عبر الصفحات، فضلا عن تنظيم محتوى الموقع وتنسيق أجزاءه كأحد معايير سهولة استخدام الموقع، بالإضافة إلى جاهزيته التشغيلية التي تمكن جميع المتصفحين من الاستفادة من جميع تطبيقات بولا وروابط الموقع دون تعطل حتى مع زيادة أعدادهم واختلاف نسختهم الإلكترونية وأسلوب تصفحهم.

ثالثاً: الاحتفاظ بزوار الموقع:

رأي (KENT ET AL,2003|)[٢٧] إن خصائص الويب ليحافظ على زواره تتمثل في النقاط التالية:

- وضع المعلومات الهامة في الصفحة الأولى مع عرض المعلومات عالية الطلب وكذلك الأخبار التي تهم المتصفح والمنشورة في آخر ٣٠ يوم .
- تضمين الويب بوصلات للمواقع ذات الصلة .

وأضاف [٢٨] (KENT) أن الموقع كي يحتفظ بزواره ينبغي أن يخلق لديهم جو من المتعة والإثارة والتشويق وكسر الملل من خلال عناصره الإبداعية وأدواته التفاعلية ذات التصميم المبتكر، وهي الأدوات التي تجذب المتصفح وتبقية لأطول فترة ممكنة على صفحاته وروابطه، وذلك من خلال تضمين الويب بالعناصر التالية:

- احتواء الموقع على الخدمات المتنوعة التي تجذب المستخدمين ومن هذه الخدمات كل من (الآلة الحاسبة، فرص التوظيف، أحوال الطقس ودرجات الحرارة، الساعة الزمنية في الدول المختلفة).
- مراعاة المظهر الجمالي للموقع وجودة تصميمه، مع تضمينه بالصور والرسوم الجذابة الثابتة والمتحركة، بالإضافة إلى الوسائط الإعلامية ومؤثراتها السمعية والبصرية .

رابعاً: التشجيع على معاودة زيارة الويب:

ذكر (KENT ET AL,2003)[٢٩] أن الموقع كي يبني علاقات طويلة الأمد مع زواره ويشجعهم على تكرار زيارته، يجب أن يتضمن مجموعة من الخصائص الحوارية التالية :

- التعرف على خصائص زوار الموقع ومعدلات زيارتهم باستخدام بحوث الرأي العام وتطوير قواعد بيانات الموقع وفقا لتفضيلات الزوار .
- التحديث المستمر لمعلومات الموقع وتقديم دعوة صريحة لتكرار ومعاودة زيارته .
- تضمين الموقع بالعروض الترويجية المختلفة مثلا آخر الخصومات التي تطرحها الشركات على الأجهزة الطبية .
- تضمين الويب بكل من (دعوة صريحة على تكرار الزيارة، أخبار المنتديات الرد والإجابة على الأسئلة المتكررة من الزوار، علامات التبويب والتوثيق المناسبة، جدول زمني للأحداث الهامة في المجتمع).

خامساً: إنشاء حلقة حوارية:

تقوم على رجع الصدى واعطاء المستخدم حرية توجيه أسئلته للمنظمة والرد عليها وحدد[٣٠] (KENT ET AL,2003) خصائص هذا المبدأ في العناصر التالية:

- تخصيص رابط لتلقي استفسارات المستخدم والرد عليها في وقت قصير.
- توفير مختلف بيانات الاتصال بأخصائي العلاقات العامة بالموقع من (تليفون أرضي، فاكس، جوال، بريد إلكتروني، صندوق بريد، عناوين مباشرة للوزارة التي يتبع لها الموقع وإداراتها بالمناطق).
- إعطاء الزائر فرصة للتصويت والتعبير عن آرائه تجاه القضايا المختلفة من خلال الاستقصاءات ومسوح الرأي الإلكترونية، مع أخذ هذه الآراء موضع اعتبار لتحقيق أقصى معدلات الرضا لدى زوار الموقع .

وحاول (كينت وتايلور) وضع إطار نظري أكثر توازنا للعلاقات العامة الحوارية يقوم على وضع الجماهير على قدر المساواة مع المنظمة صاحبة الويب من خلال خمسة مبادئ

متداخلة تمثل المعاني الضمنية والصريحة التي يكمن خلفها مفهوم الحوار، هذه المبادئ هي[٣١]:

- **التبادلية**: ويقصد بها الاعتراف بوجهة نظر الآخرين، وأن المنظمة والجمهور بمثابة الكيان الواحد من خلال روح المساواة والتكافؤ، بحيث تضع المنظمة آراء الجمهور محل اعتبار عند تخطيط أي جهود اتصالية وعند تقييم آثارها، ويندرج منها قيم (التوجه المشترك، روح التبادل المتكافئ).

- **التقارب:** ويقصد بها التشاور مع الفئات الجماهيرية المختلفة في الموضوعات التي تهمهم، وبيان الاستعداد والقدرة على تلقي تعليقاتهم والإنصات الجيد لرغباتهم دون تسفيه والعمل الفعال على الاستجابة لها قدر الممكن.

- **التعاطف:** ويقصد به قيام الحوار على أسس من الثقة والمساواة، ويندرج منها قيم "الدعم وتشجيع الآخر على التعبير عن رأيه دون تسفيه أو دحض بل أن تتفاعل المنظمة مع كافة القطاعات والشرائح الجماهيرية وتعترف بكل فئاته دون تهميش أو إقصاء.

- **المجازفة والمخاطرة:** فالحوار في العلاقات العامة يتسم بالتلقائية وبالتالي قد ينجم عنه نتائج خطيرة غير متوقعة على كل أطراف الحوار سواء كانت الاتصالات شخصية أو تنظيمية، وتتسم هذه المخاطر بقدر من الحساسية والعواقب غير المتوقعة كالسخرية والتهكم نتيجة التبادل المفاهيم والمعاني والمعتقدات التي قد تتسم بالاختلاف بين أطراف الحوار لذا يجب أن يمتلكوا مبادئ إدارة الحوار والعلاقات على أسس الاعتراف بالآخر حتى وإن اختلف في معتقداته وقيمه.

- **الالتزام:** فالغرض من الحوار هو تحقيق المنفعة المتبادلة وليس هزيمة الآخر أو استغلال نقاط ضعفه، ويندرج تحت هذا المبدأ معاني الصدق ويقصد بها صحة ومصداقية معلومات أطراف الحوار، ومعنى الالتزام بالتفسير بأن يبذل طرفي الاتصال الحواري كل الجهود الممكنة في سبيل فهم قيم ومعتقدات الآخر حتى إن لم يصلا إلى توافق، ومعنى إنكار الذات من خلال تغليب قيمة المصالح المشتركة على المصلحة الذاتية لكل طرف .

وقد أضافت (إنجي أبو سريع ٢٠١١) مبدأين آخرين للاتصال الحواري عبر الانترنت تمثلا في[٣٢]:

- **الالتزام بالتفسير:** بأن يلتزم كل أطراف الحوار بتفسير وجهة نظره للآخرين حتى في حالات تعارض المواقف حيث يتطلب الالتزام الحواري أن ينحي كل طرف خلافاته مع الأخرين بما يسمح ببناء علاقات قوية على التفاهم المشترك.

- **القابلية للانتقاد:** فقد يعرض الحوار المنظمة لاستغلال كل الأطراف المتعاملة معها لمعلوماتها مما قد يعرضها لنقد سياستها، وهو ما يفرض ضرورة تمتعها بالمرونة والديناميكية الكافية بما يسمح بالتكيف مع التوجهات المختلفة لجماهيرها.

وتتحقق شروط الحوار في اتصالات العلاقات العامة من خلال توظيف البريد الإلكتروني، وعناوين الويب، وأرقام الهاتف المجاني، والمواقع الالكترونية، وفي أدبيات ومنشورات المنظمة، وجميع المراسلات التي تعرض في المحافل العامة. مثل هذه الخطوات البسيطة تشجع أفراد الجمهور لإشراك الآخرين في الحوارات حول القضايا التي تهم الدولة أو المنظمة[٣٣].

وفي الآونة الأخيرة، درس سيلزر ومتروك (٢٠٠٧) الإمكانية الحوارية للمدونات في بناء العلاقات فوجدا أن المدونات تدمج مبادئ التواصل الحواري بدرجة أكبر من المواقع التقليدية، وربما هذا ما جعلها أكثر ملاءمة لبناء العلاقات باستخدام الانترنت. وأكدا أن المدونات يمكن أن تكون فعالة في بناء العلاقات العامة للمنظمة والحفاظ عليها خصوصاً لممارسي العلاقات العامة الذين هم على دراية بمهارات الاتصال المتماثل في اتجاهين، والذين هم على دراية بالمنظمة وجماهيرها[٣٤].

تساؤلات وفروض الدراسة:

أ) تساؤلات الدراسة:

١) ما هي سمات الأنشطة الاتصالية الالكترونية التى توجهها العلاقات العامة داخل الجمعيات النسائية العاملة فى الإمارات العربية المتحدة ؟

٢) ما مدى تحقق مبادىء الاتصال الحواري فى أنشطة الاتصال التفاعلى مع جمهور الجمعيات النسائية العاملة فى مجال التمكين المجتمعى للمرأة الإماراتية؟

٣) ما واقع التدريب والتأهيل لممارسي العلاقات العامة الذين يديرون برامج وأنشطة الاتصالات التفاعلية للجمعيات النسائية العاملة داخل الإمارات العربية المتحدة؟

٤) ما هو تقييم الجمهور الإماراتى لأنشطة الاتصال التفاعلى التى تسعى إلى دعم تمكين المرأة الإماراتية؟، وما هى أبرز المقترحات فى هذا الشأن؟

ب) فروض الدراسة:

١) توجد علاقة بين مستويات التفاعل الاتصالي المدرك واتجاه المستخدمين من الجمهور الإماراتى نحو قضايا التمكين المجتمعى للمرأة الإماراتية؟

٢) توجد علاقة بين مستويات الاستمرارية المدركة لجهود الاتصالية والسمات الإيجابية لتمكين المرأة الإماراتية المتكونة لدى قطاعات الجماهير محل الدراسة.

٣) توجد علاقة بين كثافة/تركيز الجهود الاتصالية التفاعلية لدعم تمكين المرأة الإماراتية وطبيعة الصورة الذهنية المتكونة لدى قطاعات الجماهير محل الدراسة.

٤) توجد علاقة بين مستويات مراعاة مصلحة الجمهور المستهدف والسمات الإيجابية للصورة الذهنية بشأن تمكين المرأة الإماراتية والمتكونة لدى قطاعات الجماهير محل الدراسة.

٥) تختلف اتجاهات الجمهور الإماراتى نحو قضايا التمكين للمرأة باختلاف مستويات إدراك الإلتزام بمبادىء الاتصال الحواري الإلكترونى.

مفاهيم الدراسة ومتغيراتها:

تتضمن الدراسة الحالية مجموعة من التعريفات الاجرائية التي يجب توضيحها وشرح المقصود منها وهي على النحو التالي:

١) الصورة الذهنية لقضايا تمكين المرأة الإماراتية: يتم رصد ملامح وسمات الصورة الذهنية لقضايا تمكين المرأة الإماراتية عن طريق مجموعة من الاسئلة التي ترصد انطباعات المبحوثين تجاه القضايا الفرعية للتمكين، وأراءهم ومعتقداتهم، بالإضافة إلى طبيعة مشاعرهم نحو تلك القضايا وما يرتبط بها من خلال مقياس ليكرت الخماسى.

٢) الاتجاه نحو قضايا التمكين المجتمعى للمرأة الإماراتية: سوف يقوم الباحث بقياس الاتجاه بمقاييس ليكرت، والذي يحتوي على عدد من العبارات قرين كل عبارة درجة موافقة

المبحوث عليها التي تتراوح ما بين معارض بشدة وحتى موافق بشدة لقياس درجة إيجابية/سلبية الإتجاه نحو قضايا التمكين الواردة.

٣) الاتصال الحواري: هى كافة الجهود الاتصالية الإلكترونية التفاعلية التى تقوم بها أجهزة العلاقات العامة العاملة لدى المؤسسات النسائية الإماراتية عبر الموقع الإلكترونى الرسمى للجمعيات المعنية وعبر صفحاتها الرسمية على مواقع التواصل الإجتماعى والمتمثل في منشورات جهاز العلاقات العامة والتفاعلات والتعليقات عليها.

الإطار المنهجى للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمى هذة الدراسة الى نوعية البحوث الوصفية التى تسعى الى وصف مضمون الاتصال ورصد وتحليل بيئة الاتصال والعوامل المؤثرة على فاعلية الاتصال، بالاضافة الى بحث وتحليل الاستجابات النفسية والاجتماعية. وتتحقق أهداف الوصف والتحليل من خلال توظيف الأساليب والأدوات العلمية لرصد دور أنشطة الاتصال التفاعلي فى دعم قضايا التمكين للمرأة الإماراتية وتفعيل مشاركتها المجتمعية متعددة الجوانب من خلال بحث الشروط الواجب توافرها فى الاتصال التفاعلي لتحقيق معايير الاتصال الحواري الفعال.

منهج الدراسة:

توظف الدراسة منهج المسح فى شقه التحليلي للمواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتى تتبع الجمعيات والهيئات النسائية العاملة داخل الإمارات العربية المتحدة.

مجتمع الدراسة:

يوجد في دولة الإمارات العربية المتجدة العديد من المؤسسات النسائية التي يتوفر فيها أجهزة علاقات عامة، والتي تعنى بالأنشطة النسائية، من خلالها سيتم تقييم أداء العلاقات العامة في تعزيز المشاركة المجتمعية لدى المرأة الإماراتية.

ويتمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى المواقع الالكترونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتى تتبع الجمعيات والهيئات النسائية العاملة داخل الإمارات العربية المتحدة.

عينة الدراسة:

- **عينة الدراسة التحليلية:** عينة عشوائية قوامها ١٠ مواقع الكترونية وصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتى تتبع الجمعيات والهيئات النسائية العاملة داخل الإمارات العربية المتحدة.

أدوات جمع البيانات:

- **استمارة تحليل المضمون:** في الدراسة التحليلية سوف يتم تحليل التدوينات والرسائل الاتصالية التفاعلية، بالإضافة إلى تحليل تعليقات المتابعين والردود على تلك التدوينات ومستويات التفاعل. كما تتضمن استمارة تحليل المضمون فئات لرصد ملامح وشروط الاتصال الحواري ومدى توافرها.

التحليل الإحصائى للبيانات واختبارا الثبات والصدق:

وظفت الدراسة أساليب الإحصاء الوصفى لعرض البيانات، كما تم تطبيق المعاملات الإحصائية فى اختبار فروض الدراسة. وفى البداية قد تم عرض المقاييس على أساتذة

متخصصين للتحكيم ووفقاً للأصول والقواعد العلمية المتبعة فى مثل هذا النوع من البحوث وقد تم إجراء بعض التعديلات بعد إجراء اختبار الصدق.

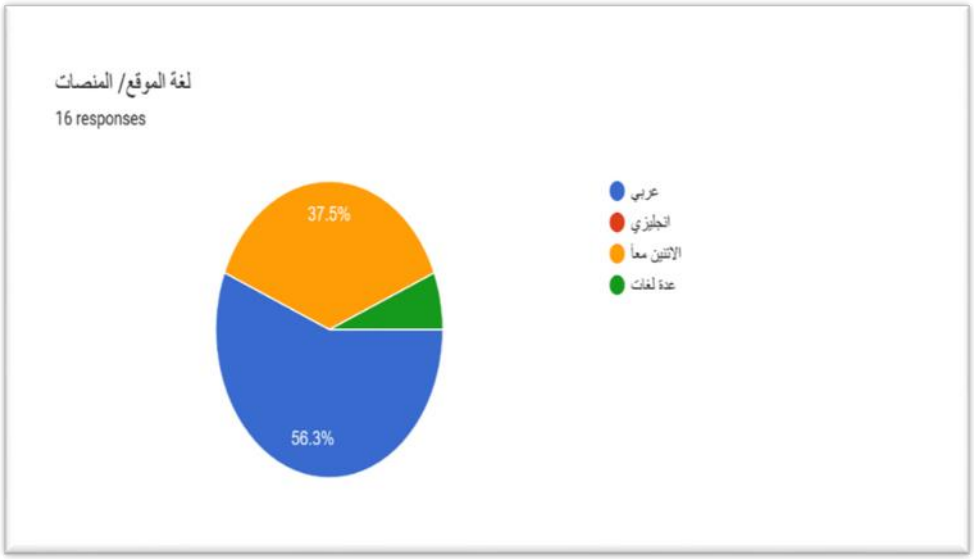
تم تحليل مضمون المنصات والمواقع الإلكترونية للمؤسسات النسائية، وتم التوصل إلي بعض النتائج من أهمها:

قام الباحث بالتحديد الدقيق للفئة المستهدفة وقد تمثلت وحدة المعاينة في القائمين على التواصل الاجتماعي من خلال المنصات والمواقع الإلكترونية والمعنيين بالمشاركة المجتمعية وتمكين المرأة، وقد أمكن للباحث تجميع ١٦ استمارة من الجهات التي أبدت تعاوناً مع الباحث في الاستجابة وتعبئة الاستبيان.

وفيما يلي تحليل لاستجابات عينة الدراسة:

لغة المنصة الإلكتروني:

يوضح الشكل التالي نتائج تحليل اللغات المستخدمة على مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجمهور للتوعية بقضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة بالجهات المعنية:

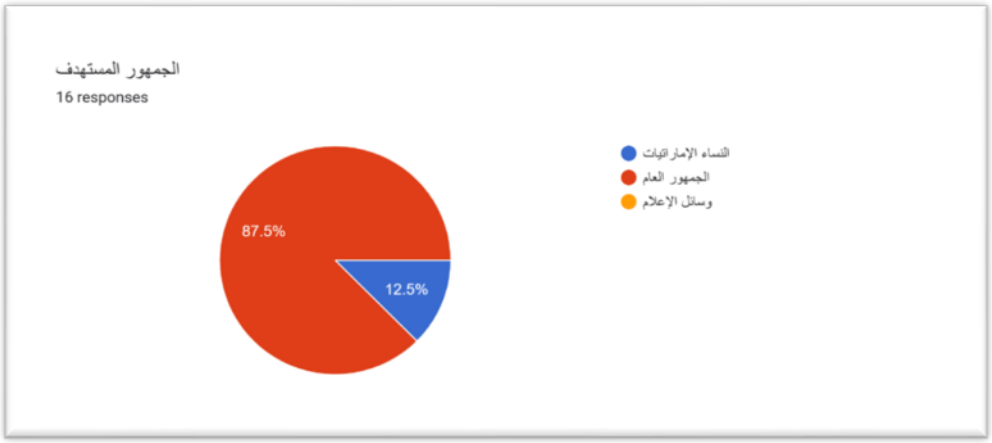


شكل رقم (٢) تحليل نتائج استمارة تحليل المضمون للغات المستخدمة على مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الشكل السابق أن أكثر اللغات استخداماً هي اللغة العربية بنسبة ٥٦.٣%، يليها اللغة الإنجليزية بنسبة ضئيلة حوالي ١%، فيما كان استخدام كلا من اللغة العربية مع اللغة الإنجليزية ٣٧.٥%، وكانت نسبة من يستخدمون لغات مختلفة في التواصل الاجتماعي عبر المنصات الإلكترونية للجهات المعنية حوالي ٥%، ويعكس ذلك تركيز الجهات المعنية بقضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة بايصال رسائلهم إلى أكبر عدد ممكن من الفئات المستهدفة.

الجمهور المستهدف:

يوضح الشكل التالي نتائج الجمهور المستهدف على مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة الجهات المعنية:

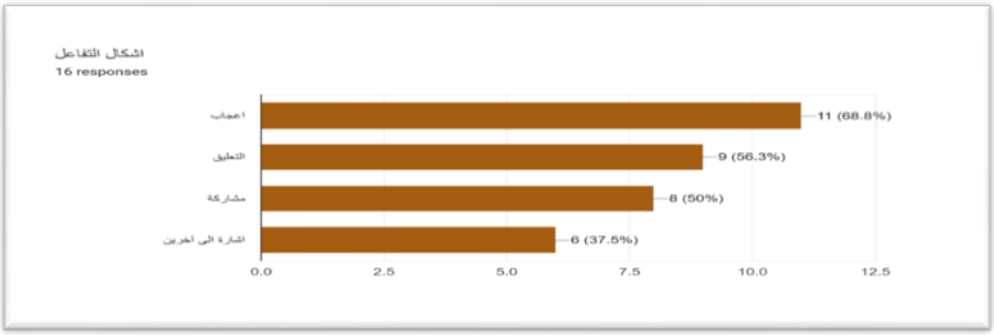


شكل رقم (٣) تحليل نتائج استمارة تحليل المضمون للجمهور المستهدف على مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الشكل السابق أن أكثر فئات الجمهور استهدافاً للجهات المعنية هو الجمهور العام بنسبة ٨٧.٥%، ثم فئة النساء الإماراتيات بنسبة ١٢.٥%، ويعكس ذلك وعي الجهات المعنية بقضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة بايصال رسائلهم سواء للجمهور العام أو تركيزاً على المرأة، أي لكل فئات المجتمع.

أشكال التفاعل مع الرسائل الإلكترونية:

يوضح الشكل التالي أشكال التفاعل المختلفة مع الرسائل الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي في الجهات المعنية:



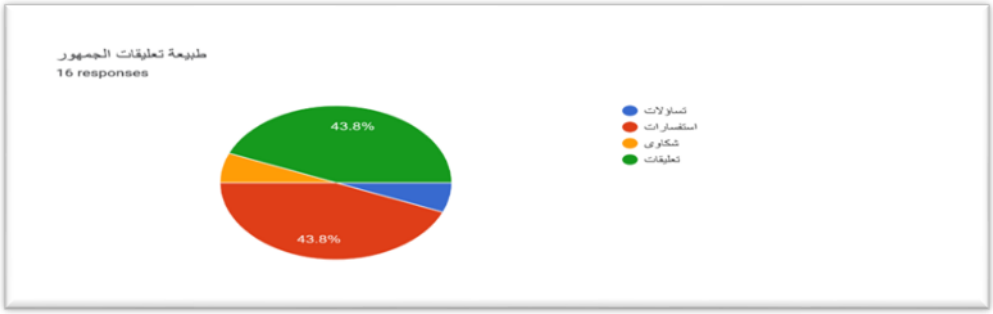
شكل رقم (٤) تحليل نتائج استمارة تحليل المضمون لأشكال التفاعل المختلفة مع الرسائل الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الشكل السابق أن أشكال التفاعل كانت على الترتيب كما يلي: الإعجاب بنسبة ٦٨.٨%، يليها التعليق بنسبة ٥٦.٣%، ثم المشاركة بنسبة ٥٠%، وأخيراً الإشارة إلى

آخرين بنسبة ٣٧.٥%، وتعكس هذه النسب تفاعلاً مرتفعاً من الجمهور المستهدف مع الرسائل الإلكترونية التي تنشرها الجهات المعنية والخاصة بقضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة.

طبيعة تفاعل الجمهور مع الرسائل الإلكترونية:

يوضح الشكل التالي طبيعة تفاعل الجمهور على الرسائل الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي في الجهات المعنية:

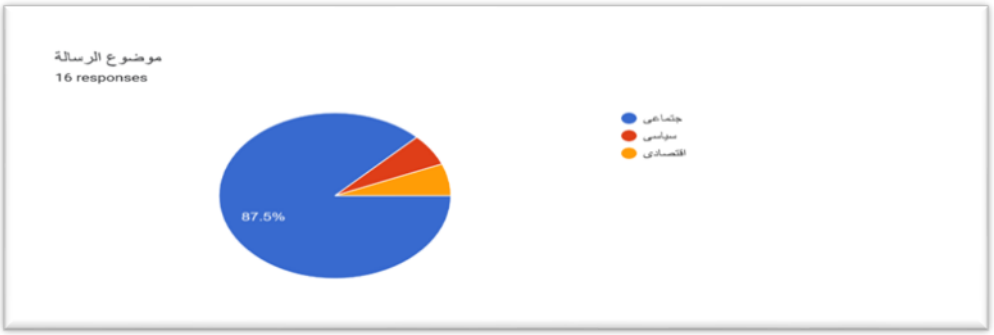


شكل رقم (٥) تحليل نتائج استمارة تحليل المضمون لطبيعة تفاعل الجمهور مع الرسائل الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الشكل السابق أن تفاعل الجمهور قد اتخذ العديد من الأشكال، فقد كان تفاعل الجمهور من خلال التعليقات أو الاستفسارات متساوياً بنسبة ٤٣.٨%، وكانت نسبة التفاعل من خلال الشكاوى والتساؤلات متساوياً بنسبة٦.٢%، وتعكس هذه النسب تفاعلاً يأخذ أشكالاً متنوعة من التفاعل الجماهيري مع قضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة.

معلومات عن موضوع الرسائل الإلكترونية المستخدمة:

يوضح الشكل التالي موضوع الرسائل الإلكترونية في الجهات المعنية:



شكل رقم (٦) تحليل نتائج استمارة تحليل المضمون لموضوع الرسائل الإلكترونية المستخدمة

يتضح من الشكل السابق أن موضوع الرسائل المستخدمة في الجهات المعنية لإحداث التفاعل الجماهيري مع قضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة، تمحور في الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٨٧.٥%، وبنسبة ٦.٢% لكلا من الموضوعات السياسية والاقتصادية بالتساوي.

خاتمة البحث:

قام الباحث بالتحديد الدقيق للفئة المستهدفة وقد تمثلت وحدة المعاينة في القائمين على التواصل الاجتماعي من خلال المنصات والمواقع الإلكترونية والمعنيين بالمشاركة المجتمعية وتمكين المرأة، وقد امكن للباحث تجميع ١٦ استمارة من الجهات التي أبدت تعاوناً مع الباحث في الاستجابة وتعبئة الاستبيان.

أكثر اللغات استخداماً هي اللغة العربية بنسبة ٥٦.٣%، يليها اللغة الإنجليزية بنسبة ضئيلة حوالي ١%، فيما كان استخدام كلا من اللغة العربية مع اللغة الإنجليزية ٣٧.٥%.

أن أكثر فئات الجمهور استهدافاً للجهات المعنية هو الجمهور العام بنسبة ٨٧.٥%، ثم فئة النساء الإماراتيات بنسبة ١٢.٥%، ويعكس ذلك وعي الجهات المعنية بقضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة بايصال رسائلهم سواء للجمهور العام أو تركيزاً على المرأة، أي لكل فئات المجتمع.

هناك تفاعلاً كبيراً مع الرسائل الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٩٣.٨%، وهي نسبة تعكس مدى حرص الجهات المعنية على التواصل المستمر مع الجمهور للتوعية بقضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة.

أشكال التفاعل كانت على الترتيب كما يلي: الإعجاب بنسبة ٦٨.٨%، يليها التعليق بنسبة ٥٦.٣%، ثم المشاركة بنسبة ٥٠%، وأخيراً الإشارة إلى آخرين بنسبة ٣٧.٥%، وتعكس هذه النسب تفاعلاً مرتفعاً من الجمهور المستهدف مع الرسائل الإلكترونية التي تنشرها الجهات المعنية والخاصة بقضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة.

طبيعة المنصة الإلكترونية المستخدمة في الجهات المعنية قد أخذت شكلين هما المواقع الرسمية بنسبة ٥٦.٣%، وصفحات التواصل بنسبة ٤٣.٨%، وذلك لإحداث التفاعل الجماهيري مع قضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة.

موضوع الرسائل المستخدمة في الجهات المعنية لإحداث التفاعل الجماهيري مع قضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة، تمحور في الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٨٧.٥%، وبنسبة ٦.٢% لكلا من الموضوعات السياسية والاقتصادية بالتساوي.

مظاهر التحديث المستهدف بالجهات المعنية لتحقيق التفاعل الجماهيري مع قضايا المشاركة المجتمعية وتمكين المرأة، كان على الترتيب: التمكين الاقتصادي للمرأة الإماراتية بنسبة ٥٠%، ثم التمكين التعليمي بنسبة ٣١.٣%، ثم التمكين السياسي بنسبة ١٢.٥٥، واخيراً التمكين الصحي بنسبة ٦.٢%.

المراجع

أولًا: مراجع باللغة العربية:

١- إبراهيم إمام (١٩٥٧)، **العلاقات العامة والمجتمع**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

٢- أثمار الشطري وحسين إبراهيم (٢٠٢٢)، **تمكين المرأة العراقية في التنمية البشرية بين الواقع والطموح**، قضايا سياسية، القاهرة، ع٧١.

٣- أحمد عبدالصبور الدلجاوي (٢٠٢٠)، **التمكين الاقتصادي للمرأة الإمارتية الواقع واستشراق المستقبل**، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، القاهرة، ج١٧، ع١.

٤- أماني مسعود (٢٠٠٦)، **التمكين**، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، سلسلة شهرية ،(العدد٢٢)، السنة الثانية ، أكتوبر.

٥- آمنة العجايب وجواد فؤاد ، (٢٠٢٠م). **التمكين وريادة الأعمال للمرأة في الأردن**. المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال. ٩ (١).

٦- أميمة أبو الخير (٢٠١٩): **مشكلات المرأة الإماراتية بين التمكين السياسي والتمكين المجتمعي دراسة حالة إمارات**. مجلة الآداب، كلية الآداب، جامعة بغداد، العدد: ١٢٨.

٧- إنجي محمد أبوسريع خليل، **توظيف مبادئ إدارة العلاقات الحوارية على المنصات الإلكترونية للجامعات المصرية**: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، مجلد: ١٨، العدد: ٤.

٨- رجاء إدريس عبدون (٢٠٢١): **دور مبادرات وزارة العمل والتنمية الاجتماعية في زيادة مشاركة المرأة السعودية في سوق العمل**، دراسة ميدانية، محافظة عنيزة، القصيم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (٥)، العدد:(٣)، السعودية.

٩- زايد الطيب مولود (٢٠٠٧)، **علم الاجتماع السياسي**، ط١، ليبيا: منشورات جامعة السابع من ابريل.

١٠- زينب سمير محمد (٢٠١٧)، **تفعيل الشراكة المجتمعية لدى رؤساء ألقسام في الجامعات الأردنية الخاصة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس**، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم التربوية، قسة الإدارة والمناهج، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

١١- سلامي بيه (٢٠١٣)، **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة للتمكين الاقتصادي للمرأة في الجزائر**، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، الجزائر.

١٢- سماح عبد الرازق غلاب محمد (٢٠١٤)، **استخدام الإنترنت فى ممارسة أنشطه العلاقات العامة**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام ، جامعه القاهرة.

١٣- شريفه رحمة الله سليمان (٢٠١٣)، **دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية " دراسة حالة على إمارة دبي**، جمعية الاجتماعيين في الشارقة، ج٣٠، ع١١٨.

١٤- شرين شكري (٢٠٠٢)، **المرأة و الجندر، إلغاء التمييز الثقافي و الاجتماعي بين الجنسين**، دار الفكر، دمشق، ط١.

١٥- فريد صبح القيق (٢٠١٥)، **دور المشاركة المجتمعية في تحقيق التنمية المستدامة**، مجلة الأبحاث والدراسات، جامعة فلسطين.

١٦- مالك شليح توفيق (٢٠٢١)، **استراتيجية العالقات العامة في مؤسسات السياحة والاسفار، دراسة ميدانية بوالية غليزان**، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية وإلانسانية، مجلد:٧، العدد:١، جامعة وهران، الجزائر.

١٧- مثاني حسن أبشر (٢٠٢٠)، **المهارات التكنولوجية لموظفي العلاقات العامة في ضوء التحول نحو اقتصاد المعرفة " دراسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة بدولة الإمارات العربية المتحدة**، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، القاهرة، ع١١.

١٨- مجيد الكرخي (٢٠١٧)، **مؤشرات الحكم الرشيد**، عمان الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع.

١٩- مي عبدالواحد الخاجة (٢٠٠٣)، **وسائل الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة " دراسة تحليلية للعلاقة بين ممارسي العلاقات العامة والعاملين في وسائل الاتصال الجماهيري في دولة الإمارات**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ج١٩، ع١٩.

٢٠- مي عبدالواحد الخاجة (٢٠١١)، **مدى فعالية الاتصالات الداخلية للعلاقات العامة " دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الداخلي في بعض المنشآت الخدمية في دولة الإمارات العربية المتحدة**، جمعية الاجتماعيين في الشارقة، ج٢٨، ع١١١.
٢١- هدى حسن النقبي (٢٠٢١)، **دور حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة في تمكين المرأة في ظل ظروف جائحة كورونا " دراسة تطبيقية بإمارة الشارقة**، الفكر الشرطي، ج٣٠، ع١١٩.

ثانيًا: مراجع باللغة الإنجليزية:

1- AlivizosSofos and Apostolos Kostas, **Pedagogically-oriented evaluation criteria for educational web resources**, e –Learning Papers, N 17 . ISSN 188, December 2009.
2- Ibid. p71.
3- Justin E. Petitgrew E, **The new dynamic of corporate media relations : Engaging the press through dialogic components of world web sites** , partial fulfillment of the requirements for the degree master of arts , 2008, pp17-19.
4- Michael L. Kent, Maureen Taylor, Sheila Mm Op.cit, pp21-37.
5- Michael L. Kent, Maureen Taylor, **Toward a dialogic theory of public relations** , public relations review, N28, 2002, pp21-37.
6- Michael L. Kent, Maureen Taylor, William J. white, Op.cit. P71.
7- Michael L. Kent, Maureen Taylor,William J. White, **The relationship between Web site design and organizational responsiveness to stakeholders**, public relations review, N29, 2003, pp63-77.
8- Swain, Ranjula, Walentin,(2008 **), Economic and Non-Economic Factor What Empowers woman**, Working paper, UPPSALA University.