

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التمكين الاجتماعي والاقتصادي للمرأة العراقية (دراسة ميدانية على عينة من حسابات العمل لنساء واسطيات)

أ.م.د. هديل تومنان محمد البعاج

كلية الامام الكاظم (ع) - اقسام واسط

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي. التمكين الاجتماعي والاقتصادي. مشاريع صغيرة

الملخص:

توفر مواقع التواصل الاجتماعي فرصاً كبيرة للتواصل والتعاون وكذلك في الترويج والتسويق للمنتجات والخدمات المختلفة بسهولة وبكلفة منخفضة وهذا ما جعل المرأة تعرض بعض مهاراتها وابداعاتها في تحقيق طموحاتها في عالم الاعمال ومن هنا حاولت الدراسة ان تسلط الضوء على أهمية مواقع التواصل في تمكين المرأة من خلال استبيان اراء (40) حساب عمل نسوي في واسط يستخدم للاعمال المختلفة ومن خلال منهج المسح الميداني توصلت الى

1- وصول المرأة العاملة في مواقع التواصل الاجتماعي لمرحلة من التمكين الاجتماعي، من خلال التعبير عن رأيها واكتسابها احترام وتقدير الآخرين وتكوين شبكات واسعة من العلاقات الاجتماعية

2- تحقيق الاستقرار والاستقلال الاقتصادي وهو من اهم مؤشرات التمكين الذي حظيت به المرأة من خلال المشاريع البسيطة في مواقع التواصل الاجتماعي .

المقدمة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية لجميع الأشخاص حول العالم وهي تلعب دوراً لا يستهان به في تواصل الافراد ونقل المعلومات والذي اثر بدوره بشكل كبير على مختلف جوانب الحياة بما في ذلك أنماط الحياة المختلفة في التسوق والعمل، وبالنسبة للمرأة أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منصة كبيرة لدخول العالم من جديد، اذ من خلال هذه المواقع تستطيع المرأة التعبير عن ذاتها الاجتماعية وفرض وجودها وكيانها، فبادرت بوصفها مكوناً مهماً في البناء الاجتماعي وعنصر مؤثر في التنمية الإنسانية ، فقد استخدمت المرأة مواقع

التواصل الاجتماعي في التمكين لها اجتماعياً واقتصادياً ونفسياً وثقافياً، مما ساهم في تغير الأوضاع الاجتماعية للمرأة. لقد أصبح استخدام المرأة العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي خارج الأطار التقليدي في التسلية وإقامة العلاقات والتواصل مع الآخرين بل لتمكين ذاتها والترويج لأعمالها لغرض الكسب المادي، واثبات وجودها الاجتماعي ودورها الفاعل ولتصبح مواقع التواصل واجهة تعكس جهوداً حثيثة للسعي والمطالبة في تغيير أوضاع المرأة وتحقيق مؤشرات التمكين بمختلف اتجاهاته. وفي هذا السياق تهتم الدراسة الحالية برصد الجوانب المهمة في هذه الظاهرة.

المبحث الاول : الاطار العام للبحث

اولاً: مشكلة البحث

في اطار ما تمثله قضايا المرأة من أهمية لاسيما المرأة العراقية مما يدفع الباحثة الى الاهتمام بما تمثله المرأة العراقية من أدوار تتناسب مع طبيعة مجتمعها وضوابطه الاجتماعية والأخلاقية وبالرغم من بروز عوائق تمنعها عن العمل في سوق العمل منها عوائق وضوابط اجتماعية تتعلق بالعادات والتقاليد الشرقية التي تنظر الى العمل خارج المنزل سمة تتعلق بالرجل فقط لاسيما في الأسواق الحرة والتضييق على النساء وتحديد الوظائف هذه العوائق وأخرى غيرها دفعت النساء ومنهن العراقيات للتوجه الى مواقع التواصل الاجتماعي وانشاء مشاريعهم الخاصة اذ كانت هذه الصفحات بمثابة فرص قُدمت للنساء لانها ضيققت النظرة الذكورية قليلا كونها ضمن فضاء سببراني واسع النطاق يتيح للبعض التخفي او انتحال شخصيات مغايرة وكان لجائحة كورونا والحجر الصحي دور مهم في انتشار هذه المشاريع والاعتماد عليها بشكل كبير .

وقد وفرت هذه المتاجر الالكترونية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي استقلال مادي للمرأة ودعم كيانها الخاص و توفير الوقت و الجهد لها حيث تستطيع العمل من داخل المنزل دون الحاجة الى الخروج وحل هذا بعض مشاكل النساء العاملات وهي عدم القدرة على تنسيق الوقت بين العمل والواجبات المنزلية والاسرة ، كما مكنت هذه المواقع المرأة اجتماعياً وثقافياً اذ باتت المرأة تعطي رايها بالقضايا الاجتماعية بحرية اكبر وتحضى بتقدير واحترام

أن مواقع التواصل والعمل الالكتروني اعطى الفرصة لتمكين المرأة وبناء شخصيتها بشكل خاص في مجتمعنا العراق التي تعاني فيها المرأة من الاضطهاد و قد نجحت بعض النساء في الوصول الى مكانة عالية بسبب قدرتهن على ادارة هذه المشاريع و التسويق لها بصورة صحيحة ، لذلك تتمثل

- مشكلة البحث بالوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة العراقية اجتماعياً واقتصادياً وثقافياً: ونترجم ذلك من خلال التساؤلات التالية
1. هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تمكين المرأة العراقية ؟
 2. ما الدوافع التي ادت الى توجه المرأة الى فتح مشاريع خاصة على مواقع التواصل ؟
 3. هل مكنت مواقع التواصل المرأة العراقية نفسياً ؟
 4. هل مكنت مواقع التواصل المرأة اجتماعياً وثقافياً ؟
 5. هل مكنت مواقع التواصل المرأة اقتصادياً ؟
- ثانياً: أهمية البحث

يستمد هذا البحث أهميته من الجانب النظري لضرورة تمكين المرأة وتحديد المعوقات والمشاكل التي تواجهها وهذه تعد أولى الخطوات لتحقيق تمكينها من جانب والتعرف على مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التمكين الاجتماعي والاقتصادي ومدى انعكاسها على هوية المرأة العراقية الثقافية والاجتماعية من جانب آخر ،أما من الناحية العملية فإن هذا البحث يسلط الضوء على ضرورة اشراك المرأة في البناء الاقتصادي للدولة لأنها تمثل عنصراً هاماً وفعالاً في المجتمع.

ومن الناحية العلمية فإن هذا البحث يمهد الطريق امام اجراء المزيد من البحوث المشابهة وهذا يحقق تراكم معرفي وخاصة في البحوث التي تتناول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي و التنمية الرقمية .

ثالثاً:اهداف البحث

مما سبق يمكن تحديد اهداف البحث بما يلي :

1. التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة العراقية.
2. معرفة الدوافع التي ادت الى توجه المرأة الى مواقع التواصل الاجتماعي من اجل فتح المشاريع الخاصة

3-معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة العراقية نفسياً

4.معرفة مدى تمكين مواقع التواصل المرأة العراقية اجتماعياً وثقافياً واقتصادياً.

رابعاً: مفاهيم البحث

- 1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي : هو المجتمع الافتراضي الموجود على شبكة الانترنت والذي يتيح التواصل بين الافراد في بيئة افتراضية يجمعهم فيها الاهتمام او الانتماء المشترك

لفكرة أو رأي أو مكان أو هواية أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات إلكترونياً بسرعة ودقة متناهية . (توفيق، 2018)

التعريف الاجرائي . نقصد بمواقع التواصل في بحثنا الصفحات التي تتيح للأفراد التواصل مع الآخرين والتعبير عن آرائهم وتبادل التفاعل بما يسهل عملية التبادل التجاري والتسويقي.

2- مفهوم تمكين المرأة ، هو اعطاء مزيد من القوة للمرأة، والقوة هنا تعني المستوى العالي من التحكم بحيث تتمكن المرأة من التعريف والتعبير عن قدراتها ورأيها في تحديد الخيارات الاجتماعية والمشاركة في المستويات جميعها والتأثير بقرارات المجتمع ، اذ ليون لمشاركتها قيمة ونفع (زايد 2019، 288)

مفهوم التمكين الاقتصادي : هو العملية التي تستطيع المرأة من خلالها الانتقال من موقع قوة اقتصادي ادنى في المجتمع الى موقع قوة اقتصادي اعلى وذلك من خلال ازدياد سيطرتها وتحكمها بالموارد الاقتصادية والمالية الاساسية وهي الاجور ورأس المال و الملكيات العينية وهو ما يمنحها في الدرجة الاولى استقلالية مادية مباشرة . (المهداوي 2018، 45)

وتعرف اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب اسيا تمكين المرأة بانه العملية التي تصبح المرأة من خلالها فرداً واعياً بطريقة تؤثر من خلالها علاقات القوة في حياتها، وتكسب القدرة والثقة بالنفس

التمكين الاجتماعي: وهو إعطاء المرأة كامل الحق في ممارسة حقوقها الشخصية والاسرية وعدم تقييد اختياراتها في الأمور الاجتماعية التي تتعلق بها (غراز 2021، 126)

خامساً:الدراسات السابقة

1. دراسة ليالي هاني خالد شرفا (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة الفلسطينية اقتصادياً واجتماعياً في محافظة طولكرم) (شرفا 2018، 34) مواقع التواصل الاجتماعي هي اداة و وسيلة فقط ، و الاستخدام الامثل لها يؤدي الى التمكين حيث ساهمت بدرجة كبيرة في تحقيق التمكين الذاتي والاجتماعي والاقتصادي والمعرفي للمرأة ، وان لجوء عينة الدراسة لتسويق مشاريعهن على مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن حل مؤقت الى حين افتتاح محل تجاري تقليدي .

2. دراسة سمر عبد الحليم ورباب عبد المنعم (المنعم 2023، 176) (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة ومدى انعكاسها على هويتها الثقافية) تسعى الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة المصرية ومدى انعكاسها على هويتها الثقافية في

إطار نظرية ثراء الوسيلة، وبالاعتماد على صحيفة الاستبانة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بقضايا تمكين المرأة بأنواعها المختلفة وخاصة التمكين الثقافي، واحتل الفيسبوك مركز الصدارة فيما يتعلق بالوسائل الأكثر تفاعلاً من قبل المرأة المصرية، وفيما يتعلق بكثافة متابعة المرأة المصرية لما يُنشر عن قضايا التمكين بشكل عام عكست النتائج حرصها على متابعة قضايا التمكين بكافة أنواعه في مواقع التواصل الاجتماعي، وأُعربت المبحوثات عينة الدراسة عن بعض القضايا المتعلقة بالتمكين بأنواعه والتي نشرت خلال الفترة السابقة وتابعتها بشكل كبير تمثلت فيما يلي: (قضايا التمكين الثقافي- قضايا التمكين السياسي- قضايا التمكين الاجتماعي- قضايا التمكين الاقتصادي- قضايا التمكين الإعلامي- قضايا التمكين النفسي- تمكين المرأة من خلال المشاركة في البرامج التنموية- دور المرأة العربية في سوق العمل العربي- دور المرأة في التربية- دور المرأة في الطب).

3. دراسة سامية قرابلي (قرابلي 2021، 45) (تمكين المرأة الجزائرية لذاتها اجتماعياً واقتصادياً باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي) تكمن مشكلة الدراسة في معرفة واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في التمكين لذاتها اجتماعياً واقتصادياً، من خلال استبيان آراء عينة من 50 حساب عمل نسوي بولاية جيجل تستخدم في الترويج لبعض الأعمال والحرف اليدوية بغرض الكسب المادي. وقد توصلت الدراسة إلى أن امتلاك المهبة والرغبة في إثبات الذات وتشجيع الأهل والأصدقاء إضافة إلى انتشار هذا النوع من النشاط على فيسبوك والسعي لتحسين الظروف المادية تعد أبرز الدوافع التي حفزت المبحوثات على خوض هذه التجربة، وأنه على رغم ما يعترضهن من عوائق ومشكلات تزداد بفعل هذا النشاط ثقمن بأنفسهن ويتمتعن باحترام وتقدير أفراد المجتمع، كما أنهن نجحن في تحقيق الاستقرار المادي الذي يسعين له، ويتجه نحو توسيع مجال نشاطهن وتنسيق جهودهن لدعم المرأة الجيجلية ومساعدتها في الوعي باحتياجاتها وسبل إشباعها.

المبحث الثاني: التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة

أولاً: التمكين الاقتصادي للمرأة

يمثل التمكين الاقتصادي قدرة النساء والرجال على المشاركة في عمليات النمو والمساهمة فيها والاستفادة منها بطرق تعترف بقيمة مساهمتهم وتحترم كرامتهم وتجعل من الممكن التفاوض على توزيع أكثر عدلاً لفوائد النمو، ويزيد التمكين الاقتصادي من وصول المرأة الى الموارد والفرص

الاقتصادية بما في ذلك الوظائف و الخدمات المالية و الممتلكات و الاصول الانتاجية الاخرى وتنمية المهارات ومعلومات السوق. (A.Kolev, 2016)

واشار المجلس القومي للمرأة في تقريره الاول عام 2001 الى مؤشرات التمكين الاقتصادي التالية

- زيادة الانشطة و المشروعات التي تساعد في زيادة توليد الدخل للمرأة .
- زيادة و تحسين مهارات المرأة ومعارفها التي تمكنها من المنافسة في سوق العمل .
- زيادة مشاركة المرأة في تنظيم و ادارة المشروعات .
- المساواة النوعية في الاجور و الرواتب عن نفس العمل وبنفس الكفاءة .
- تزايد اعداد العاملات في مشروعات القطاع الخاص والعام و الاجهزة الادارية المختلفة .
- قدرة المرأة على التصرف في دخلها الخاص بها .
- زيادة فرص المرأة في الحصول على تسهيلات ائتمانية وذلك للحصول على قروض للحصول على دخل خاص بها .

يتم اليوم الحديث عن تمكين المرأة حيث يناقش هذا الموضوع في جميع انحاء العالم ، وتتمتع المرأة بالحق في سماع صوتها وانه امر اساسي لإنشاء امة جديدة ونامية كما انها طريقة للحصول الفئات المحرومة وكذلك النساء اللاتي يتمتعن بامتيازات معقولة لإدراك قيمتهن و امكاناتهن في مواجهة عالم يهيمن عليه الذكور لذلك فأن (Kaur, February 2019, p. 94) :

- المرأة على قدر المساواة في الذكاء و الكفاءة علاوة على ذلك في بعض الاحيان افضل من الرجال في العديد من الانشطة الاجتماعية و الاقتصادية .
- هناك عدد كبير من النساء في جميع انحاء العالم عاطلات عن العمل بسبب عدم تكافؤ الفرص .
- تمكين المرأة يمنحها الاستقلال الاقتصادي والفرصة للكسب لأنفسهن ولأسرهن .
- هناك انخفاض في حالات العنف المنزلي ايضاً لأن النساء غير المتعلقات الى حد ما هن اكثر عرضة للعنف المنزلي من النساء المتعلقات .
- ان الاسرة الفقيرة التي لا يكون دخل الرجل فيها كافياً تكون سبباً للمشاكل المالية مع زيادة دخل المرأة .
- المرأة موهوبة مثل الرجل ، بالرغم من عدم السماح لهن في الماضي بالالتحاق بالتعليم العالي مثل الرجل مما ادى الى اهدار مواهبهن ، الان يحصلن على التعليم العالي الذي يشجع النساء

على اظهار مواهبهن هذا الامر لم يعد بالفائدة على النساء بشكل فردي فقط و لكن للمجتمع بأسره (القريني 2020، 192).

ثانيا: التمكين الاجتماعي للمرأة:

ويقصد به إكساب المرأة القدرة على استخدام إمكانياتها المتاحة، والتأثير في الحياة الخاصة والعامة، من خلال دورها الاجتماعي، والمكانة الاجتماعية، والقيمة المعنوية للمرأة في المجتمع، بما لا يتنافى مع أطر الشرع وأصوله في المجتمع الإسلامي (طه 2017، 370) كما يُقصد به: قدرة المرأة على التحكم بحياتها، واكتساب المهارات والخبرات لحل مشاكلها مما يزيد من ثقتها بنفسها، والاعتماد على ذاتها وقدراتها، مما يساعدها على التحرر من الضغوط وصور الاضطهاد التي تتعرض له، وينادي بحقوقها واحترامها، ويسعى لنشر صور المساواة والعدالة الاجتماعية (زهران 2015، 113)

ووضحت (القريني) المقصود بالتمكين الاجتماعي للمرأة بأنه يعني:

- مساعدة المرأة وإتاحة الحد الأقصى من الفرص التي تساعدها في إشباع حاجاتها داخل المجتمع.
- الدعم والتأييد والمساندة الاجتماعية والتشريعية التي تؤدي إلى سهولة اتخاذ المرأة القرارات التي تؤثر في حياتها، وتعظيم شعورها بمكانتها ودورها، وأهمية الواجب الذي تؤدي تجاه مجتمعها.
- إعطاء المرأة حريتها في اختياراتها، وانتقاء أساليب عملها، والمفاضلة بين الأولويات والبدائل لصياغة قراراتها. (القريني 2020، 192)

وفي العراق واجهت المرأة العديد من التحديات من أجل نقل المجتمع من مجتمع تحكمه العادات والتقاليد التي تركز على حماية المرأة، إلى مجتمع نامٍ تسوده العدالة الاجتماعية والمشاركة بين أبنائه رجالاً ونساء للإسهام في دفع عجلة التنمية، وخلال التطورات الحديثة والاهتمام بقضايا المرأة، كان الملمح الأبرز في هذا الصعيد هو تمكين المرأة. لقد مر التمكين الاجتماعي للمرأة بعدة مراحل حتى بلغ ما هو عليه اليوم، وكل مرحلة من هذه المراحل كانت لها مواردها التي اعتمدت عليها.

ثالثاً: الهدف من تمكين المرأة

وفقاً للوثيقة الختامية للمؤتمر الدولي للسكان والتنمية (1994) مجموعة من الاهداف الخاصة بتمكين المرأة اهمها :

- تحقيق المساواة بين الرجل و المرأة واتاحة الفرصة للمرأة لتحقيق امكاناتها .
- تعزيز مشاركة المرأة في عملية التنمية من خلال اندماجها الكامل في الانشطة السكانية ، الصحية ، التعليمية ، و الانشطة المدرة للدخل سواء كشريك نشيط وكمستفيد .
- بينما حدد تقرير المرأة المصرية الاول (2001) (ص25) اهداف التمكين في الاتي :
 - ايجاد سياق تنموي موالي للمشاركة والتفاعل بالاستناد الى تطوير المهارات و القدرات و الثقة بالنفس وفرص التطور المعرفي .
 - تغيير العلاقات النوعية الاجتماعية في اتجاه مزيد من التوازن و الاستقرار وتغيير العلاقات المهنية في اتجاه الانحياز للخبرة و الكفاءة وليس النوع وتغيير العلاقات النوعية بمصادر الثورة الاقتصادية كمصادر للتمكين في مجالات اخرى .
- جعل التنمية اكثر تفاعلية ومشاركة بين الرجال والنساء اي تنمية اجتماعية تهدف الى تمكين النساء والفقراء من امتلاك عناصر القوة الاقتصادية و الاجتماعية وتمكنهم من الاعتماد على الذات في تحسين اوضاعهم المعيشية و المادية على نحو متواصل و المشاركة في اتخاذ القرارات التي تمس مختلف جوانب حياتهم. (العربية 2001، 25)
- رابعاً: مساهمات مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة

يمكن تحديد اهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة من خلال (Priya, 2015, pp. 157-160):

 - ان التمكين في مواقع التواصل الاجتماعي اعطا فرصة شاملة للنساء جميعهن في المجتمع بأكمله ،على عكس التمكين التقليدي الذي تنظمه الجمعيات غير الحكومية او المؤسسات النسوية والذي يكون مخصصاً لعدد معين من النساء ووقتاً محدداً وميزانية محددة .
 - ان تمكين المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلق تأثيراً مضاعفاً من التغير فتمكينها ادى الى تغير الحياة القائمة لكلا الجنسين وتغيير المفاهيم و اعادة تشكيل الصورة النمطية لها التي هي جزء لا يتجزأ من الموروث الثقافي.
 - ان عمل المرأة عن بُعد وتسويقها لمشروعها الصغير او المتوسط على مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة موقعي فيسبوك وانستغرام له تأثير ايجابي في حياتها اولاً وفي المجتمع ثانياً وعلى المدى القريب سيكون له تأثير على الاقتصاد الوطني ورغم حداثة هذه الشبكات و المواقع الا انها اوجدت فرص عمل لكثير من النساء و للفئات المهمشة والضعيفة في المجتمع وقللت من نسبة البطالة المتفشية في المجتمع.

- ساهمت هذه المشاريع الالكترونية للنساء في الحد من الفقر ،قد تكون المرأة معيلة لأسرتها او قد تساعد رب الأسرة وتساهم بدخل إضافي بسيط لتأمين متطلبات الحياة المعيشية فهذا العائد المضاف يساعد الاسرة على الخروج من حياة الفقر.
- العوائد الاقتصادية التي حققها المشروع المسوق عبر هذه المواقع يساعد المرأة على الوقوف على اقدامها ويحررها من التبعية المالية ويؤدي الى استقلالها مادياً واجتماعياً .
- سد الفجوة الرقمية حيث يستطيع افراد المجتمع بشرائحه كافة الافادة من الثورة الالكترونية و التجارة الالكترونية لا تقتصر على بلد معين او فئة معينة .

خامساً: المشاريع الاكثر تسويقاً من قبل النساء على مواقع التواصل الاجتماعي

عندما يتعلق الامر بأفكار مشاريع صغيرة ومربحة للنساء فهناك بعض المعطيات التي يجب ان يتم وضعها في الحسبان مثل ان يكون المشروع بسيط ولا يحتاج الى تكلفة مالية ضخمة ان يمتلك مرونة كافية لكي يتم ادارته من المنزل في بعض الاحيان وان يمنح صاحبه وقتاً كافياً للإشراف عليه بجانب مهامها اليومية بالإضافة الى سهولة ادارته وحيدة او بفريق صغير ، وفيما يلي اهم المشاريع الصغيرة والمربحة للمرأة (بنس 2022) والتي بدأت من خلالها بشق طريقها في سوق العمل والتمكين الاجتماعي والاقتصادي.

1. المشغولات اليدوية وديكورات الرززين : تعد المشغولات اليدوية واحدة من المشروعات الصغيرة الناجحة والتي لطالما امتهنتها النساء واجادت فيها ، وبالرغم من ان الرجال بدأوا في مزاحمة هذا المجال ايضاً الا ان النساء ما زالت تحظى بلمسها السحرية فيه ،تحتاج هذه المشغولات اليدوية الى مهارة خاصة ولاسيما في مجالات التريكو و الكروشيه الا ان التكنولوجيا قد تمكنت من هذه المهاري ايضاً وذلك باستبدالها بأدوات جديدة يمكن من خلالها حياكة الملابس بكل سهولة ويسر ، الى جانب ذلك هناك فن جديد بدأ في شق طريقه للنجاح والاستحواذ على اعجاب الكثيرين وهو فن الرززين ويعتمد على الابداع بشكل اساسي حيث يستغل صناعة مادة الرززين الشفافة في عمل وتصميم التحف والقوالب وكذلك الاكسسوارات، إضافة الى صناعة الشموع العطرية باللوانها وروائحها المختلفة والتي تمثل لمسة عصرية ويرتفع الطلب عليها مؤخراً بشكل كبير وصناعة الاكسسوارات والتي تتعلق بالنساء بشكل عام ونجد الكثير من الصفحات في مواقع التواصل الاجتماعي تروج لمثل هذه المشاريع .

2. بيع المعجنات و المخبوزات :يعتبر واحداً من المشاريع التي لطالما ارتبطت بالمرأة العاملة ولاسيما في بداية حياتها المهنية وذلك لكونها تميل الى استخدام مهاراتها في الطهي كواحد من المهارات التي تميزها في السوق وقد ابدعت بعض النساء في امتيانهن هذه المشاريع وادارتها بطريقة احترافية عبر مواقع التواصل حيث نجد الكثير منهن يواكبن التطورات واضفاء نكهات لثقافة مختلفة بغية تسويقها وتقليل المنافسة.

3. انشاء المتاجر المخصصة للملابس والحقائب والاحذية وغيرها عبر انشاء متجر الكتروني او من خلال صفحات يتم بث البضائع بطريقة تجذب الزبائن وتسويقها بطريقة احترافية وكذلك التسويق عبر المؤثرين والترويج للمنتجات من خلال عملية الدعم التي يحضها بها المؤثرين ، وظهرت في الآونة الأخيرة انتاج البودكاست في موضوعات متنوعة وجذب المستمعين والمشاهدين

4. أيضا مشاريع العناية بالبشرة وبيع منتجات العناية بالبشرة او تصميميها من مواد طبيعية والتسويق لها عبر الانترنت، اومشاريع الاستشارات الغذائية وتقديم الاستشارات في مجال التغذية والصحة وغيرها (بزنس 2022)

كل هذا واكثر نجده عند تصفحنا لبضع دقائق عبر منصات التواصل لنجد سوق مفتوح ببضائع واذواق مختلفة اذ باتت عملية الوصول الى الجمهور اسهل وبتكلفة اقل مقارنة بالتسوق التقليدي ، وأصبحت النساء العاملات في هذا المجال اكثر قدرة على القياس والتحليل لما تتيحه وسائل التواصل من أدوات لمعرفة مقاييس العرض والطلب وزيادة الوعي بالعلامات التجارية ، وفهم احتياجات الزبون وتقديم الخدمات والمنتجات التي تلبي تلك الاحتياجات بشكل فعال ، إضافة الى مرونة هذا المجال الذي يتيح لهن تحقيق التوازن بين حياتهن المهنية والشخصية.

المبحث الثالث : الجانب الميداني (منهج واداة البحث)

اولاً:منهج البحث

في محاولة بحث الظاهرة بشكل موضوعي وعلمي استخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي الذي يحاول إيجاد علاقات معبر عنها كمياً، اذ لا يتوقف عند وصف البيانات والمتعلقة بالظاهرة بل يبحث عن حدود استقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة وكذلك يقوم على تحليل الظاهرة وتفسيرها والوصول الى استنتاجات في تطوير الواقع وتحسينه (عساف 2003، 78)

ثانياً: مجتمع البحث وعينته

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من نساء يمتلكن مشاريع صغيرة مسوقة على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وانستغرام في محافظة واسط. شرط ان يكون ممارسة مشاريعهن انطلاقاً من المنزل ولا يملكن مقرا او مؤسسة او محلا او ورشة مهما كانت صفتها لترويج او بيع المواد حيث لم يكن هناك احصائيات ثابتة ومعلومة عن مجتمع البحث

وقد قامت الباحثة بالتواصل مع أكثر من 120 حساب تتوفر فيه الخصائص المحددة للبحث لأجل شرح هدف الدراسة ومنح المبحوثات الثقة للإجابة على استمارة الاستبيان وإرسال رابط وانتظار الإجابات. وافضت الى الحصول على 40 رداً بما يوافق 40 مبحوثاً وهي القيمة التي توافق الاتجاه الذي يجد ان العينة ينبغي ان تقع بحدود 10 الى 15 % من حجم المجتمع الأصلي ذلك في لمجتمع الذي يقدر بالمئات من العناصر (انجلرس، 2004، صفحة 165) وهذا ما يتوافق مع مجتمع بحثنا .

ثالثاً: حدود البحث

الحدود المكانية : تم اجراء هذا البحث عبر مواقع (الفيس بوك وانستغرام) في محافظة واسط وقد شملت المدينة واقضيبتها .

الحدود الزمانية : تم اجراء هذا البحث من 1 /12/ 2023 الى 15 /4/ 2024 .

الحدود البشرية : تتجسد الحدود البشرية للبحث في النساء الواسطيات التي استخدمن مواقع التواصل الاجتماعي العيش من اجل العمل والتمكين اقتصادياً واجتماعياً. وتحديدًا من يملكن حسابات للعمل تمارسه من منزلها.

رابعاً:أداة البحث

ترتبط أداة البحث في موضوع البحث وينبغي ان تتوفر مع المنهج المستخدم ، وبناء على ماتقدم رأت الباحثة ان اداة الاستبانة هي الأكثر مناسبة وملائمة لجمع المعلومات والبيانات من مفردات البحث .ويمكن ان نعرف الاستبيان على انه أسلوب جمع المعلومات بهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم الأفكار والحقائق في اطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقدير الذاتي ، وتعتبر من اكثر وسائل جمع البيانات استخداما وشيوعا في أسلوب المسح واكثر ملائمة لبحث الجمهور (مرسلي، 2005، صفحة 34) ووفقاً لموضوع البحث فقد ناسبه الاستعانة باستمارة الاستبيان الالكترونية ضمن النماذج التي يقدمها موقع كوكل من خلال كوكل درايف ، بما يوفر سرعة في التواصل مع عينة البحث وسهولة الحصول على الإجابات في مدة قصيرة .

المبحث الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة

1- البيانات الأساسية للعينة

الجدول (1) يبين البيانات الأساسية للمبحوثات

ت	البيانات الأساسية		
1.			
2.	العمر	الفئات العمرية	التكرار
		أقل من 20	7
		35-20	21
		50-36	11
		50-فما فوق	1
		المجموع	40
3.	المهنة	نوع المهنة	التكرار
		طالبة	15
		موظفة	8
		ربة بيت	17
		المجموع	40
4.	الحالة الزوجية	الحالة لزوجية	التكرار
		عزباء	12
		متزوجة	24
		مطلقة	3
		ارملة	1
		المجموع	40
5.	الخلفية الاجتماعية	الخلفية الاجتماعية	التكرار
		حضري	32
		ريفي	8
		المجموع	40
6.	المستوى التعليمي	التحصيل الدراسي	التكرار
		ابتدائية	3
		متوسطة	7
		ثانوية	10
		جامعية	20
		المجموع	40

تظهر بيانات الدراسة ان على فئة عمرية هي (20-35) وبنسبة (52.5%) من العينة وهذا يشير الى ان غالبية العينة هن من فئة الشباب وهذا ينعكس بطريقة إيجابية على مفهوم تمكين المرأة، بينما تظهر بيانات المهنة ان الغالبية جاءت ربة بيت وبنسبة (42.5%) من العينة وهذا يشير ربما الى تفرغ هذه الفئة وعدم انشغالها بالتزامات مما يتيح الفرصة بشكل اكثر الى المشاركة بالعمل وفي الحالة الزوجية اشارت (60%) من العينة الى انهن من المتزوجات وهذا يوضح دور المرأة في اعادة الاسرة ومساندتها للرجل للوقوف في مواجهة أعباء الحياة ، وبالنسبة للخلفية الاجتماعية إشارات نسبة (80%) من المبحوثات الى ان خلفيتهن الاجتماعية من الحضر وهذه النسبة منطقية كون منظومة الانترنت غالبا لاتصل الى الريف بشكل مستمر كما ان التعامل الالكتروني ينتشر اكثر في المدينة عنه في الريف، وفي المستوى التعليمي نجد ان نصف العينة كانت بمستوى تعليم جامعي وهذا يشير الى ان التعامل الالكتروني والدخول بمثل هكذا مشاريع يحتاج الى مستوى تعليمي متقدم.

2: عرض وتحليل بيانات الدراسة

جدول (2) يبين مجال المشاريع التي تعمل بها المرأة في مواقع التواصل الاجتماعي

مجال المشاريع الاللكترونية	التكرار	لنسبة المئوية
اطباق لاكلات تقليدية وعصرية	9	22.5%
معجنات وحلويات	5	12.5%
خياطة وتطريز وحياسة	1	2.5%
منتجات ومستحضرات تجميل	8	20%
هدايا ومصنوعات يدوية	5	12.5%
بيع الملابس والاكسسوارات	3	7.5%
بيع اواني منزلية مستوردة	4	10%
بيع أجهزة ومنتجات متنوعة	5	12.5%
المجموع	40	100%

تظهر بيانات الجدول (2) أعلاه ان هناك تنوع كبير في مجالات الأنشطة التي تزاولها النساء في مواقع التواصل الاجتماعي وجاء في مقدمتها بيع الاطباق لاكلات تقليدية وعصرية بنسبة (22.5%) وهذا يشير الى اكثر مهنة تمتنها النساء بحرفية عالية وهي الطهو حيث تمكنت من تسويق مهنتها بشكل ناجح يساعدها في تمكينها اقتصاديا، وفي المرتبة الثانية جاء مجال بيع المنتجات والمستحضرات التجميلية، وهو نشاط قد تبرع فيه النساء لما له من أهمية في حياة النساء مما يجعلهن اكثر قدرة للتسويق في المبيعات وقد تكررت النسبة (12.5%) ثلاث مرات

لتشير الى المرتبة الثالثة من المبيعات ضمن النشاطات (حلويات ومعجنات-هدايا ومصنوعات يدوية – بيع أجهزة ومنتجات متنوعة) وهذا يشير الى تنوع الأنشطة التي من الممكن ان تقوم بها النساء ومنها ما كان يحتكره الرجال كنشاط وعمل يقوم به اذ استطاعت النساء ان تحقق نجاحا ملحوظ في مثل هذه النشاطات ، وقد تخصصت بعض النساء في بيع اواني منزلية مستوردة بنسبة (10%) بينما تخصصت اخريات ببيع الملابس والاكسسوارات بنسبة (7.5%) من العينة وهذا يشير الى تنوع الاختصاصات التي تختص بها النساء في الاعمال عبر مواقع التواصل الاجتماعي والذي يشير الى تنوع اهتمامات ومؤهلات النساء ومواكبتها لمتطلبات سوق العمل والمنافسة.

جدول (3) يبين الهدف من انشاء الموقع الخاص

الأهداف	التكرار	النسبة
ملء وقت الفراغ	9	22.5%
مصدر رئيسي للدخل	18	45%
مصدر ثانوي للدخل	13	32.5%
المجموع	40	100%

توضح بيانات الجدول (3) ان الهدف من انشاء الحساب على موقع التواصل هو كمصدر رئيسي للدخل بنسبة (45%) ثم في المرتبة الثانية بنسبة (32.5%) بينما يأتي ضمن الاهداف وفي المرتبة الثالثة ملء وقت الفراغ ويمكن ان نفسر نتائج هذا الجدول وفقا للبيانات الديمغرافية الاولى للعينة اذ شكلت نسبة من الموظفات والطالبات وربات البيوت وغالبا من تبحث الطالبة عن مصدر للدخل يغطي احتياجاتها في الدراسة كما تسعى ربات البيوت لممارسة نشاطات عدة لسد وقت فراغها او لتعيل ذويها في سد الاحتياجات ، كما ان الموظفات تمتلك منهن مواهب خارج اطار الوظيفة تشتغل بما يوفر لها كسباً إضافيا يسد حاجاتها الاضافية لاسيما مع استمرار تدهور القدرة الشرائية للمواطن في العراق.

جدول (4) يبين وقت انشاء الحساب

وقت انشاء الحساب	التكرار	النسبة
قبل كورونا	8	20%
اثناء كورونا	20	50%
اكثر بعد كورونا	12	30%
المجموع	40	100%

تبين نتائج الجدول (4) ان نصف العينة (50%) من العينة تم انشاء حساباتهم التشغيلية على مواقع التواصل في فترة انتشار كورونا كوفيد 19 في عام 2020 حيث رافق ذلك تعطل النشاطات الاجتماعية وركود اغلب الاعمال وانتطالع الطالبات عن متابعة دراستها وتوقف الموظفين عن مزاولة عملها ، كما ان ربات البيوت وجدت تعطل معيها ، فقامت بعضهن بغية شغل وقت الفراغ واخرى من اجل مايعينها واسرتها لتجاوز هذه المحنة بفتح صفحات وعمل بث لتسويق منتجاتهم.

جدول (5) يبين نوع التطبيق ومنصات التواصل التي تستخدمها النساء في التسويق لمشاريعها

نوع منصة التواصل	التكرار	النسبة
الفيس بوك	9	22.5%
انستغرام	12	30%
تويتر منصة (x)	4	10%
تيك توك	15	37.5%
المجموع	40	100%

توضح بيانات الجدول أعلاه ان موقع تيك توك هو الأكثر استخداماً من قبل النساء في الترويج لمشاريعهن والتسويق من خلاله اذ شكل نسبة (37.5%) وفي المرتبة الثانية جاء الانستغرام بنسبة (30%) وهذا يرجع الى الخصائص والخيارات التي تضيفها شركات التيك توك والانستغرام والتي تتيح للمستخدمين سهولة التحكم بالحساب والخصوصية وغيرها إضافة الى الدعم والترويج ، وفي المرتبة الثالثة كان الفيس بوك بنسبة (22.5%) وهي نسبة متوسطة ، بينما جاء منصة (x) في المرتبة الأخيرة بنسبة (10%) وهذا يشير الى ضعف استخدامها في مثل هكذا مشاريع او يعود ذلك الى قلة مستخدميها من المحافظة او من المجتمع العراقي ككل.

جدول (6) يوضح دلالات اسم الصفحة في موقع التواصل

الاسم المستخدم	التكرار	النسبة
الاسم الشخصي	5	12.5%
اسم مستعار	6	15%
تسمية تدل على مجال التخصص	29	72.5%
المجموع	40	100%

يظهر من بيانات الجدول (6) ان غالبية المبحوثات تستخدم تسمية تدل على مجال لنشاط والتخصص وبنسبة (72.5%) من العينة على شاكلة (ام عبدالله للمعجنات) (ام انس للاكل

البيتي..(مطبخ عائشة) الواتي يتخصصن في الاكل والحلويات وهناك الراقية للالبسة التركية و اللؤلؤ للاكسسوارات ... المتخصصات في بيع الملابس والاكسسوارات في حين تميل بعضهن لاستخدام اسم مستعار بغية التسترعلى هوياتهن الحقيقية وتحصين انفسهن من المضايقات او المعاكسات ، بينما حظى الاسم الشخصي بأقل نسبة (12.5%) وهذا يقتصر على نسبة قليلة في مجتمع لايزال يحرص على ان يكون محافظاً ومتحفظاً .

جدول (7) يبين اهم الدوافع النفسية للمرأة في استخدام المشاريع داخل موقع التواصل الاجتماعي

البواعث النفسية	التكرار	المرتبة	النسبة المئوية
البحث عن فضاء لاثبات الذات	30	1	75.5%
الفضول والرغبة في الاكتشاف	27	2	67.5%
امتلاك المواهب	20	3	50%
تشجيع الاهل والأصدقاء	16	4	40%

يظهر الجدول(7) ان اهم البواعث النفسية هي البحث عن فضاء لاثبات الذات وجاء بالمرتبة الأولى بنسبة (75.5%) بينما جاء في المرتبة الثانية الفضول والرغبة في الاكتشاف بنسبة (67.5%) من العينة بينما حلت في المرتبة الثالثة امتلاك المواهب بنسبة(50%) من العينة وفي المرتبة الأخيرة جاء تشجيع الاهل والأصدقاء

جدول(8) يبين اهم الدوافع الاقتصادية والاجتماعية للمرأة في مشاريع على موقع التواصل الاجتماعي

البواعث الاقتصادية والاجتماعية	التكرار	التسلسل الرتبي	النسبة المئوية
البطالة (قلة فرص العمل)	28	1	70%
رفض الرجل خروج المرأة للعمل	23	2	57.5%
عدم كفاية الدخل	21	3	52.5%
عدم القدرة على فتح محل	16	4	40%
انتشار النشاط الربحي النسوي في مواقع التواصل	13	5	32.5%

تظهر بيانات الجدول (8) ان اهم البواعث الاقتصادية والاجتماعية للعمل عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي البطالة وندرة فرص العمل وكان هذا بالمرتبة الأولى ثم جاء بالمرتبة الثانية رفض الرجل خروج المرأة للعمل وقد يكون الرجل اب او اخ او زوج وهذا الرفض دفع المرأة الى إيجاد بديل مناسب قادر على حل الخلاف في مسألة خروج المرأة للعمل وبقت في منزلها وهي تمارس عملها، وجاء في المرتبة الثالثة عدم كفاية الدخل بالنسبة لغلاء المعيشة وارتفاع التكاليف

بصورة عالية في العراق فقد بات من غير الممكن ان تكتفي الاسرة بمصدر دخل واحد يؤمن احتياجات الاسرة مما اضطر المرأة الى مساندة لرجل في إيجاد عمل او مساندة نفسها اذا كانت هي موظفة بأيجاد عمل عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وفي المرتبة الرابعة جاء خيار عدم القدرة على فتح محل ، وهذا يدخل بزوايا عدة منها اقتصادية وأخرى اجتماعية فعملية فتح محل تحتاج الى مبلغ مالي كبير لسد احتياجات المحل كما ان من الصعوبة بمكان ان تقوم امرأة بفتح محل نظرا للنظرة السائدة للمرأة واحتكار سوق العمل من قبل الرجل ، وفي المرتبة الثالثة حل خيار انتشار النشاط الربحي النسوي في مواقع التواصل وهذا التوجه الأخير حيث اصبح عدد كبير من النساء في العراق يمتلكن انشط مربحة مما شجع وحفز الاخريات في محافظة واسط. وتتفق نتيجة الجدول أعلاه مع الدراسة السابقة لسامية قرابلي

جدول (9) يوضح التمكين النفسي عند المرأة التي تعمل على مواقع التواصل الاجتماعي

التمكين النفسي	التكرار	التسلسل الرتي	النسبة المئوية	وزن العبارة
الشعور بتقدير الذات	33	1	82.5%	77
اكتساب ثقة كبيرة بالنفس	29	2	72.5%	75
الإحساس بالفاعلية والانجاز	25	3	62.5%	73
امتلاك القدرة على اتخاذ القرار	22	4	55%	70
الوزن العام	73.75			

يتضح من خلال بيانات الجدول (9) ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المرأة في العمل ساعد في ارتفاع مؤشرات الصحة النفسية لديهن والتي تترجم مخ خلال اول خياراتهن في الشعور بتقدير الذات بنسبة (82.5%) يليها بالمرتبة الثانية اكتساب ثقة كبيرة بالنفس بنسبة (72.5%) ويأتي ثالثاً الإحساس بالفاعلية والانجاز بنسبة (62.5%) يليها امتلاكهن القدرة على اتخاذ القرار بنسبة (55%) وهذه النتائج تعكس نجاح المبحوثات في الوصول الى مرحلة متقدمة من الشعور بالتمكين النفسي والذي يشكل الأساس الذي يركز عليه ابعاد التمكين الأخرى الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ، فكلما كانت المرأة اكثر إنتاجية ودافعية شعرت بأمكانية تقديم مساهمات قيمة من أفكار جديدة وطرق افضل لاداء العمل واتخاذ القرار وهذه النتيجة تتفق مع الدراسة السابقة لكل من الباحثين سمر عبد الحليم ورباب عبد المنعم.

جدول(10) يوضح التمكين الاجتماعي عند المرأة التي تعمل على مواقع التواصل الاجتماعي

التمكين الاجتماعي	التكرار	التسلسل الرتبي	النسبة المئوية	وزن العبارة
الحصول على احترام وتقدير الآخرين	30	1	75%	75
توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية	29	2	72.5%	74
ممارسة الحقوق الدينية والمدنية	23	3	57.5	70
اكتساب خبرة أكبر في التعامل مع الناس	21	4	52.5%	69
تغيير النظرة السلبية عن المرأة	16	5	40%	68
تحسين المستوى المعرفي من خلال التواصل مع الآخرين	13	6	32.5%	65
الوزن العام	70			

من خلال بيانات الجدول(10) أعلاه يتضح ان عمل المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي انعكس بشكل إيجابي على مؤشرات التمكين الاجتماعي عند النساء العاملات في هذا المجال حيث جاء بالمرتبة الأولى وبنسبة (75%) من العينة حصولهن على تقدير واحترام الآخرين بينما جاء في المرتبة الثانية وبنسبة (72.5%) من العينة توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية اذ ان التواصل مع الآخرين حتماً سيولد جانباً واسعاً من علاقات اجتماعية قد تكون مهمة على الصعيد الاجتماعي، اما في المرتبة الثالثة فقد كان لممارسة الحقوق الدينية والمدنية التي نصت عليها التشريعات الدينية في حق المرأة في السب والتملك والعمل وحقوقها المدنية في ان تأخذ فرصتها في الكسب الاقتصادي شأنها شأن الرجل واخذ دورها الكامل غير المنقوص اما في المرتبة الثالثة فقد كان اكتساب خبرة أكبر في التعامل مع الناس وهذا ما يحث من خلال التعامل مع اشخاص وفئات عمرية ونوعية مختلفة حيث يكتسب الشخص خبرة شخصية واجتماعية تساعده على الاستمرار في العمل وادارته بشكل افضل ، وفي المرتبة الخامسة تغيير النظرة السلبية عن المرأة وهذا يعد مؤشر نوعي جديد حيث ان من اهم اهداف التمكين الاجتماعي للمرأة هو كسر الصورة النمطية عنها واعطائها صورتها التي تستحق حيث انها فاعلة ومنتجة ، وفي المرتبة الأخيرة جاءت تحسين المستوى المعرفي والثقافي من خلال التواصل مع الآخرين ويعد هذا الخير جيداً لاسيما بالنسبة للمرأة ربة البيت التي ليس لها فرص كبيرة للتواصل والاندماج لاجتماعي فجاءت هذه الفرصة لتسمح لها في تحسين المستوى المعرفي والثقافي والانفتاح على الآخرين. وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات السابقة لسامية قرايلي و دراسة سمر عبد الحليم ورباب عبد المنعم.

جدول (11) يبين التمكين الثقافي عند المرأة التي تعمل على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	التمكين الثقافي
45%	18	زيادة الوعي الثقافي
22.5%	13	المشاركة الفعالة في الحياة الثقافية
12.5%	5	تطوير المهارات الثقافية
10%	4	توفير فرص متساوية للجميع
100%	40	المجموع

تبين بيانات الجدول أعلاه ان استخدام مواقع التواصل من قبل المرأة رفع من مؤشرات التمكين الثقافي اذ ان (45%) اشرن الى زيادة الوعي الثقافي اذ ان استخدامهن مواقع التواصل الاجتماعي خلال العمل اسهم في تعرفهن على التراث الثقافي وفهم التنوع الثقافي في المجتمع إضافة الى فهم اعمق لثقافة المجتمع من خلال التعمق مع الزبائن ، بينما أجاب (22.5%) من العينة الى المشاركة الفعالة في الحياة الثقافية اذ ان مواقع التواصل الاجتماعي جعلت من صاحبات المشاريع تشارك في النشاطات الثقافية والفنية والاجتماعية من خلال البازارات التي تقام والتي يروج من خلالها لبضائعهن او يتم دعواتهن بشكل مباشر للمشاركة الفاعلة في المحافل الثقافية والمساهمة في صنع القرار الثقافي، بينما أجاب نحو (12.5%) تطوير المهارات الثقافية والذي يشير الى اكتساب مهارات فنية وابداعية من خلال الاطلاع على نتائج الآخرين من دول أخرى ومن ثقافات أخرى او من خلال الورش الالكترونية التي تقام بمختلف المجالات والتي تساهم في تطوير المهارات ، كما ساهمت مواقع التواصل في زيادة القدرة على التواصل والتعبير الثقافي، وقد أجاب (10%) توفير فرص متساوية للجميع أي ان الجميع متكافئ بالاستمتاع بالثقافة والمشاركة فيها بغض النظر عن جنسهم وعرقهم ودينهم ، وربما ترجع محدودية الإجابة على هذا المؤشر الى تدني توفير الفرص التساوية في الواقع الاجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سامية قرابلي.

جدول (11) يوضح التمكين الاقتصادي عند المرأة التي تعمل على مواقع التواصل الاجتماعي

التمكين الاقتصادي	التكرار	التسلسل الرتي	النسبة	وزن العبارة
تحقيق الاستقرار والاستقلال المادي	35	1	87.5 %	73.5
المشاركة الفعالة في إدارة شؤون الأسرة	30	2	75 %	69
خلق فرصة عمل لنساء اخريات	22	3	55 %	60
الوزن العام	67.5			

يبين الجدول (11) أعلاه ان استخدام المرأة لمواقع التواصل في العمل قد عمل على تمكينها اقتصادياً حيث جاء في المرتبة الأولى تحقيق الاستقرار والاستقلال المادي وهي من اهم مؤشرات التمكين الاقتصادي وفي المرتبة الثانية جاء المشاركة الفعالة في إدارة شؤون الاسرة وهو عامل مهم بالنسبة للمرأة اذ تحضى بالتقدير والاحترام من خلال مشاركتها الفاعلة في اسرتها ، وفي المرتبة الثالثة حلت خلق فرصة عمل لنساء اخريات وهذا بدوره ينعكس على الواقع الاقتصادي بشكل عام للمجتمع وتدوير عجلة الاقتصاد بشكل افضل وبالنظر الى المؤشرات التي تضعها منظومة الأمم المتحدة لقياس مدى تمكين المرأة في المجتمع يتبين ان استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض العمل انطلاقاً من المنزل يؤدي بهن حتماً الى طريق التمكين الاقتصادي لانفسهن في المجتمع .

جدول رقم (12) يوضح الوزن المرجح لمحاور التمكين للمرأة في مواقع التواصل الاجتماعي

محاور التمكين	الاوزان العامة للمحاور
التمكين الاقتصادي	67.5
التمكين الاجتماعي	70
التمكين النفسي	73.75

يبين الجدول (12) بروز ارتفاع تأثيرات المواقع على صعيد المحور النفسي في التمكين بوزن (73.75) درجة تلاه التمكين الاجتماعي بوزن (70) درجة ثم التمكين الاقتصادي بوزن (67.5) درجة وتعكس البيانات السابقة ان قضايا التمكين النفسي والاجتماعي احتلت مراتب متقدمة بابعادها المختلفة وتأثيراتها السلوكية والمعرفية والوجدانية على المرأة العراقية ، مما دفع بدوره التأثير على صورتها الاجتماعية وهويتها الفكرية.

المبحث الخامس : الخاتمة والنتائج والتوصيات والمقترحات

أولاً/ نتائج الدراسة الميدانية

- 1- ان معظم النساء اللواتي يعملن في مواقع التواصل الاجتماعي هن من فئة الشباب ومعظمهن من ربات البيوت والطلبات ، كما ان اغلبهن من المتزوجات وذوات المستوى التعليمي المتقدم.
- 2- ان اهم المشاريع التي تنشط فيها المرأة هي المأكولات والحلويات وبيع المنتجات والمستحضرات التجميلية وهذا يشير الى مجالات اهتمامها.

3-ان استخدام المرأة لمواقع التواصل والعمل من خلالها جاء لتكون هذه المواقع مصدر رئيسي للدخل وليس لشغل وقت الفراغ فقط.

4-ساعدت فترة الحجر المنزلي في الترويج لمثل هذه الأنشطة المنزلية لاسباب اجتماعية واقتصادية ونفسية

5-من اهم الدوافع النفسية في مثل هذه الأنشطة الالكترونية بالنسبة للمرأة هو اثبات الذات والذي كان لهذا الفضاء الافتراضي الدور الكبير في اثباته والرغبة والفضول في اكتشاف ما مكنون في هذا الفضاء .

6-من ابرز الدوافع الاقتصادية لعمل المرأة في مواقع التواصل الاجتماعي هو تقلص فرص العمل ومحدودياتها، بينما كان اهم الدوافع الاجتماعي لهن هو رفض الرجل لخروج المرأة مما أتاح لها هذا الفضاء البقاء في البيت ومزاولة العمل.

7-استطاعت المرأة العراقية (الواسطية) الى الوصول التمكين النفسي من خلال الشعور بتقدير الذات واكتسابها الثقة بالنفس والشعور بالفاعلية من خلال مزاومتها العمل عبر مواقع التواصل الاجتماعي

8-وصول المرأة العاملة في مواقع التواصل الاجتماعي للتمكين الاجتماعي ، من خلال التعبير عن رأيها واكتسابها احترام وتقدير الآخرين وتكوين شبكات واسعة من العلاقات الاجتماعية

9-تمكين مواقع التواصل الاجتماعي المرأة ثقافياً من خلال الوعي الثقافي والمشاركة الثقافية وتطوير المهارات الثقافية .

10-تحقيق الاستقرار والاستقلال الاقتصادي وهو من اهم مؤشرات التمكين الذي حضيت به المرأة من خلال المشاريع البسيطة في مواقع التواصل الاجتماعي .

ثانياً: التوصيات والمقترحات

1- الدعم الحكومي للفتيات من اجل العمل خارج المؤسسات الحكومية والعمل بمشاريع خاصة بهن من اجل تقليل نسب البطالة

2- التوعية بأهمية تمكين المرأة والبحث على التعاون معها من اجل تحقيق الامن الاسري

3- توفير الامن السيبراني من خلال أجهزة الرقابة الحكومية الالكترونية من اجل الاستمرار بالعمل دون خوف او احباط

4- نشر الوعي حول حقوق المرأة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والقضايا المتعلقة بها

5- توفير فرص التدريب والتعليم من خلال دورات عبر مواقع التواصل يساعد في تطوير مهاراتهن وزيادة فرصهن في العمل

6- مكافحة التمييز النوعي من خلال نشر الوعي حول هذه القضايا وتشجيع الآخرين على اتخاذ مواقف إيجابية.

ملحق رقم (1)

استمارة استبيان

تحية طيبة

بين يديكي استمارة خاصة بموضوع (دور موقع التواصل في التمكين الاجتماعي و الاقتصادي للمرأة) ولأهمية هذا البحث تأمل الباحثة تعاونكم معها في الإجابة على الاستبيان بدقة وموضوعية حيث ان الإجابة ستدعم البحث وتكون الأساس في نجاحه

أولاً: البيانات الديمغرافية

1- العمر ()

2- المهنة : طالبة ☐ موظفة ☐ ربة بيت ☐

3- الحالة الزوجية : عزباء ☐ متزوجة ☐ مطلقة ☐ أرملة ☐

الخلفية الاجتماعية : حضري ☐ ريفي ☐

المستوى التعليمي : ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعة ☐

ثانياً: بيانات الدراسة

1- ماهي مجال المشاريع التي تعملين بها في مواقع التواصل الاجتماعي

- اطباق لأكالات تقليدية وعصرية
- معجنات وحلويات
- خياطة وتطريز وحياسة
- منتجات ومستحضرات تجميل
- هديا ومصنوعات يدوية
- بيع الملابس والاكسسوارات
- بيع اواني منزلية مستوردة
- بيع أجهزة ومنتجات متنوعة

2- ما هو الهدف من انشاء الموقع الخاص بك

- ملء وقت الفراغ
- مصدر رئيسي للدخل
- مصدر ثانوي للدخل

3- متى كان وقت انشاء الحساب

- قبل كورونا
- اثناء كورونا
- اكثر بعد كورونا

4- ما نوع التطبيق ومنصات التواصل التي تستخدمها في التسويق لمشاريعك

- الفيس بوك
- انستغرام
- تويتر منصة (x)
- تيك توك

5- ماهي دلالات اسم صفحة التسويق في موقع التواصل الاجتماعي

- الاسم الشخصي
- اسم مستعار
- تسمية تدل على مجال التخصص

6- ماهي اهم الدوافع النفسية في استخدام المشاريع داخل موقع التواصل الاجتماعي(اكثر من خيار)

- البحث عن فضاء لاثبات الذات
- الفضول والرغبة في الاكتشاف

- امتلاك المواهب
- تشجيع الاهل والأصدقاء

7- ماهي اهم الدوافع الاقتصادية والاجتماعية فيما لمشاريع على موقع التواصل الاجتماعي(اكثر من خيار)

- البطالة (قلة فرص العمل)
- رفض الرجل خروج المرأة للعمل
- عدم كفاية الدخل
- عدم القدرة على فتح محل
- انتشار النشاط الربحي النسوي في مواقع التواصل

8- ماهي اهم مؤشرات التمكين النفسي التي تشعرين بها من خلال العمل على مواقع التواصل الاجتماعي (اكثر من خيار)

- الشعور بتقدير الذات
- اكتساب ثقة كبيرة بالنفس
- الإحساس بالفعالية والانجاز
- امتلاك القدرة على اتخاذ القرار

9- ماهي مؤشرات التمكين الاجتماعي التي يوفرها العمل على مواقع التواصل الاجتماعي (اكثر من خيار)

- الحصول على احترام وتقدير الاخرين
- توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية
- ممارسة الحقوق الدينية والمدنية
- اكتساب خبرة اكبر في التعامل مع الناس

- تغيير النظرة السلبية عن المرأة
- تحسين المستوى المعرفي من خلال التواصل مع الآخرين

10- ماهي مؤشرات التمكين الثقافي عند المرأة التي تعمل على مواقع التواصل الاجتماعي (اكثر من خيار)

- زيادة الوعي الثقافي
- المشاركة الفعالة في الحياة الثقافية
- تطوير المهارات الثقافية
- توفير فرص متساوية للجميع

11- ماهي مؤشرات التمكين الاقتصادي في العمل على مواقع التواصل الاجتماعي (اكثر من خيار)

- تحقيق الاستقرار والاستقلال المادي
- المشاركة الفعالة في إدارة شؤون الاسرة
- خلق فرصة عمل للنساء اخريات

المصادر

- 1- احمد بن مرسل. 2005. مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات.
- 2- اكااديمية اعمال بزنس. 2022. <https://www.e3melbusiness.com/blog/successful-small-business-ideas-for-women>. 11 6 ideas-for-women. تاريخ الوصول 3 11، 2024.
- 3- الرفاعي، شيما ياسين طه. 2017. " مدى التمكين المجتمعي للمرأة في الشريعة الإسلامية." مجلة الجامعة العراقية 370.
- 4- الطاهر وبوقبرين مفيد غراز. 2021. " دور التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة في تحسين التنمية المجتمعية". مجلة مدارات للعلوم الاجتماعية والإنسانية.
- 5- اوفاء المهداوي. 2018. "التمكين الاقتصادي للمرأة في العراق." المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية 241. تاريخ الوصول 1 27، 2024.

- 6-تقرير التنمية المرأة العربية. 2001. "العولمة والنوع الاجتماعي". الأمم المتحدة لانمائي 25.
- 7-رفعة علي القريني. 2020. " مؤشرات التمكين الاجتماعي للمرأة في ظل رؤية المملكة 2030: دراسة تطبيقية على عضوات مجلس الشورى". المجلة العربية للعلوم الاجتماعية 192.
- 8-ريم بن زايد. 2019. "تمكين المرأة في الجزائر مقرنتا مع دول المغرب العربي المغرب انموذجاً". مجلة العلوم الاجتماعية (مجلة العلوم الاجتماعية) 288.
- 9-سامية قرابلي. 2021. تمكين المرأة الجزائرية لذاتها اجتماعياً واقتصادياً باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. الجزائر/ولاية جيجل: ASJP.
- 10-سمر عبد الحليم ورباب عبد المنعم. 2023. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة ومدى انعكاسها على هويتها الثقافية. اسوان: مجلة البحوث الاعلامية /جامعة الأزهر.
- 11-سناء محمد زهران. 2015. ""التمكين الاجتماعي: الأهداف والأدوات""،. مجلة الخدمة الاجتماعية 113.
- 12-صالح عساف. 2003. المدخل الى البحث في العلوم السلوكية . الرياض: مكتبة العبيكان للطباعة والنشر.
- 13-ليالي هاني خالد شرفا. 2018. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة الفلسطينية اقتصادياً واجتماعياً في محافظة طولكرم/فلسطين/طولكرم: جامعة النجاح الوطنية كلية الدراسات العليا.
- 14-موريس انجلرس. 2004. منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (تدريبات عملية). الجزائر: دار القصة.
- 15-مهي محمد عبد المنعم توفيق. 2018. شبكات التواصل الاجتماعي. مصر: كلية التربية _ جامعة الشمس.

المصادر العربية باللغة الإنكليزية

- 1-A.Kolev, Ferrant G And. 2016. The economic cost of gender-based discrimination in social institutions. Paris: Issues Paper, OECD Development Centre .
- 2-Priya, Shanmuga. 2015. "Social media a tool for economic empowerment of women." International Journal of Applied Research.
- 3- Ahmed Bin Marsili. 2005. Research Methods in Media and Communication Sciences. Algeria: Diwan Al-Matbouat.
- 4- Amel Business Academy. 2022. <https://www.e3melbusiness.com/blog/successful-small-business-ideas-for-women>. 6 11. Accessed March 11, 2024.
- 5 -Al-Rifai, Shaima Yassin Taha. 2017. "The Extent of Societal Empowerment of Women in Islamic Law." Iraqi University Journal 370.
- 6 -Al-Taher and Bouqbrine Mufid Ghraz. 2021. "The Role of Women's Economic and Social Empowerment in Improving Community Development." Madarat Journal of Social Sciences and Humanities.

- 7 -Awfaa Al-Mahdawi. 2018. "Women's Economic Empowerment in Iraq." Iraqi Journal of Economic Sciences 241. Accessed January 27, 2024.
- 8 -Arab Women Development Report. 2001. "Globalization and Gender." United Nations Development Programme 25.
- 9 -Rafaa Ali Al-Quraini. 2020. "Indicators of Women's Social Empowerment in Light of the Kingdom's Vision 2030: An Applied Study on Female Members of the Shura Council." Arab Journal of Social Sciences 192.
- 10 -Reem Bin Zayed. 2019. "Women's Empowerment in Algeria Compared with the Maghreb Countries, Morocco as a Model." Journal of Social Sciences (Journal of Social Sciences) 288.
- 11 -Samia Qarabili. 2021. Algerian Women's Social and Economic Empowerment Using Social Media. Algeria/Ijjel Province: ASJP.
- 12 -Samar Abdel Halim and Rabab Abdel Moneim. 2023. The Role of Social Media in Empowering Women and Its Impact on Their Cultural Identity. Aswan: Journal of Media Research/Al-Azhar University.
- 13 -Sanaa Mohamed Zahran. 2015. "Social Empowerment: Objectives and Tools." Journal of Social Work 113.
- 14 -Saleh Assaf. 2003. Introduction to Behavioral Science Research. Riyadh: Al-Obeikan Library for Printing and Publishing.
- 15 -Layali Hani Khaled Sharfa. 2018. The Role of Social Media in the Economic and Social Empowerment of Palestinian Women in the Tulkarm Governorate. Palestine/Tulkarm: An-Najah National University, College of Graduate Studies.
- 16 -Maurice Englers. 2004. Scientific Research Methodology in the Social Sciences (Practical Training). Algeria: Dar Al-Qasbah.
- 17 -Mimi Mohamed Abdel Moneim Tawfiq. 2018. Social Networks. Egypt: Faculty of Education, Shams University
- 18-Kaur, Inderjot. February 2019. Empowerment of Women Leads to Social and Economic Development. Vol. Volume 6 Special Issue 2. International Journal of Management Studies.

The Role of Social Media in the Social and Economic Empowerment of Iraqi Women: A Field Study of a Sample of Business Accounts of Wasit Women

Assist Prof Dr. Hadeel Toman Mohammed Al-Baaj

Imam Al-Kadhim - Wasit Departments



hadil.toman@gmail.com

Keywords: Social media - Social and economic empowerment

Summary:

Social media provides significant opportunities for communication and dialogue, as well as for promoting and marketing various products and services easily and at a low cost. This has enabled women to showcase some of their skills and creativity in achieving their ambitions in the business world. Hence, the study sought to shed light on the importance of social media in empowering women through a survey of (40) women's business accounts in Wasit used for various businesses. Through a field survey methodology, the study concluded that:

1. Women working on social media have achieved social empowerment by expressing their opinions, gaining the respect and appreciation of others, and forming broad networks of social relationships.

2. Achieving stability and economic independence, which is one of the most important indicators of empowerment achieved by women through simple projects on social media.