فاعلية المواقع الإلكترونية في المؤسسات الحكومية في دعم تمكين المرأة (دراسة تحليلية)

The Effectiveness of Websites in Government Institutions in Supporting Women's Empowerment (An Analytical Study)

م.م زهراء حسام الدين ابراهيم

Assistant Lecturer Zahraa Hussam Al-Din Ibrahim

الجامعة المستنصرية

Al-Mustansiriya University

E-mail: phd.Zahraa.alrubaiey@uomustansiriyah.edu.iq

أ.د. ناهض فاضل الجواري

Professor Dr. Nahidh Fadhil Al-Jubouri

جامعة بغداد/ كلية الإعلام/ قسم العلاقات العامة

University of Baghdad / College of Media / Department of Public Relations

E-mail: drnahid@comc.uobaghdad.edu.iq

الكلمات المفتاحية: المواقع الالكترونية، تمكين المرأة، المؤسسات الحكومية.

Keywords: websites, women's empowerment, government institutions.

الملخص

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن فاعلية المواقع الإلكترونية في المؤسسات الحكومية في دعم تمكين المرأة من خلال تحليل محتوى الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي. وهدفت الدراسة إلى الكشف عن دور النشاطات التي تقوم بها العلاقات العامة لتعزيز ثقافة المرأة، على اذ تؤدي العلاقات العامة دورا محوريا في توثيق الصلة مع الجمهور عن طريق سعيها لتأسيس ثقافة مجتمعية في قضية تمكين المرأة، اذ تنعكس على تفاعلات الافراد مع الاخرين بما يعزز تمكين المرأة ويحفظ كرامتها الانسانية وتحقيق الانسجام بين افراد المجتمع.

حيث اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المحتوى الكمي والكيفي، وتم تحليل (٢٢٤) منشورًا نُشر خلال المدة من ١ / ٢٠٢١/١ و لغاية ٣٠ / ٢٠٢٥/٦ ، و اجراء عملية وصف شامل لهذه النشاطات. توصل البحث إلى أن الوزارة تعتمد على النشاطات التوعوية ذات الطابع السلوكي، وتوظف الأسلوب الإخباري، مع تركيز على الدمج بين النص والصورة كوسيلة اتصالية. كما أظهرت النتائج اعتماد استراتيجيات الإقناع وتكوين الصورة بشكل واضح. واستنتج البحث أن صفحة الوزارة تُعد أداة مركزية في جهود بناء صورة إيجابية، لكنها بحاجة إلى تعزيز التنوع الأسلوبي والوسائطي لجذب جمهور أوسع وزيادة التفاعل الرقمي.

Abstract:

This study aims to examine the effectiveness of government institutions' websites in supporting women's empowerment by analyzing the content of the official page of the Ministry of Higher Education and Scientific Research. The study seeks to identify the role of public relations activities in promoting women's culture, as public relations play a pivotal role in strengthening ties with the public through their efforts to establish a societal culture regarding the issue of women's empowerment. This, in turn, is reflected in individuals' interactions with others in ways that enhance women's empowerment, preserve their human dignity, and achieve harmony among members of society.

The research adopted a descriptive–analytical approach using quantitative and qualitative content analysis tools. A total of (224) posts published during the period from 1/1/2021 to 30/6/2025 were analyzed, and a comprehensive description of these activities was conducted. The findings indicate that the Ministry relies on awareness-raising activities of a behavioral nature and employs a news-oriented style, with a focus on integrating text and images as a communication medium. The results also revealed a clear reliance on persuasion strategies and image-building. The study concludes that the Ministry's page represents a central tool in efforts to build a positive image; however, it needs to enhance stylistic and multimedia diversity to attract a wider audience and increase digital engagement.

المقدمة

ويعتبر هذا البحث محاولة جادة لرصد دور المواقع الإلكترونية في المؤسسات الحكومية في إدارة قضايا تمكين المرأة 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.

ينتمي البحث إلى البحوث الوصفية، واعتمد المنهج التحليلي باستخدام أداة تحليل المحتوى الكمي والكيفي لعينة بلغت (٢٢٤ منشوراً) نُشرت على الموقع الرسمي للوزارة، وقد قُسِّم البحث إلى أربعة محاور رئيسة: الإطار المنهجي، والإطار النظري، وتحليل النشاطات الاتصالية، وصولًا إلى عرض النتائج.

منهجية الدراسة:

أولا: مشكلة البحث:

تكمن مشكلة بحثنا محل الدراسة في أهمية دراسة المؤسسات الحكومية ونشاطها الإتصالي، الذي هو المرآة العاكسة لأهدافها فيما يخص قضايا تمكين المرأة. حيث يكمن أهمية دور المرأة في بناء الإنسان، الذي يتطلب النهوض الجاد بواقع المرأة صوب تحقيق ذاتها وتمكينها من المشاركة الفاعلة والحقيقية، بعيداً عن الإقصاء والتهميش، لا سيما وجودها و مشاركتها في بناء واقع المؤسسات الحكومية على أساس نظرة واعية ومعرفية وثقافية .

وبناءً على ذلك بلورت الباحثة المشكلة البحثية في تساؤل رئيسي مفاده:

(ما هو دور العلاقات العامة في تعزيز صورة المرأة في المؤسسات الحكومية؟)

وتنبثق منها التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما النشاطات التي تقوم بها العلاقات العامة في تشكيل اتجاهات الجمهور ازاء تمكين المرأة في المؤسسات الحكومية؟
٢. ما الاستمالات الاقناعية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تشكيل اتجاهات الجمهور في المؤسسات الحكومية ازاء تمكين المرأة؟
٣. ما طبيعة المضامين التي تسعى العلاقات العامة الى غرسها لدى الجمهور ازاء تمكين المرأة في المؤسسات الحكومية؟

ثانيا: أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تسليط الضوء للتعرف على ماهية الدور الذي اضطلعت به النشاطات الاتصالية للعلاقات العامة في تشكيل اتجاهات الجمهور ازاء تمكين المرأة في المؤسسات الحكومية، وينبثق عن هذا الهدف الرئيس أهداف فرعية وكالآتي: –

١. تحديد أبرز النشاطات التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة لدعم وتعزيز صورة المرأة في مواقع المسؤولية الحكومية، ومدى توظيفها لخدمة أهداف التمكين.
٢. رصد الاستمالات الاقناعية المستخدمة في المواقع الألكترونية من قبل العلاقات العامة للتأثير في وعي الجمهور بشأن تمكين المرأة.
٣. تحليل طبيعة مضامين الرسائل الإتصالية للعلاقات العامة، بهدف استكشاف الأفكار والموضوعات التي تسعى هذه الرسائل الى غرسها لدى الجمهور حول ترسيخ ثقافة تمكين المرأة.

ثالثاً: نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف الى وصف الظواهر وصفا دقيقا، وتحديد خصائصها تحديدا كميا وكيفيا، ولذلك ستتبع الباحثة المنهج المسحي وفيما يتوافق مع تحقيق اهداف البحث التي تسعى الى قياس دور العلاقات العامة في تشكيل اتجاهات الجمهور ازاء تمكين المرأة في المؤسسات الحكومية، فضلا عن مسح نشاطاتها الاتصالية في المؤسسات الحكومية.

رابعاً: الدراسات السابقة:

يُعد استعراض الدراسات السابقة خطوة منهجية أساسية في البحث العلمي، إذ يُسهم في بناء الإطار المعرفي الذي تنطلق منه الدراسة الحالية، ويكشف عن الاتجاهات البحثية السائدة، والمناهج والأدوات المستخدمة، فضلاً عن تحديد مواطن الاتفاق والاختلاف والفجوات البحثية بين هذه الدراسة وما سبقها من دراسات.

١. دراسة: مروة الأسدي، ندى العمار. (2022)

بعنوان :" موضوعات تمكين المرأة في المواقع الإلكترونية العراقية".

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الموضوعات الصحفية التي تناولت قضايا تمكين المرأة العراقية في المواقع الإلكترونية للصحف المحلية، **اعتمدت الدراسة** المنهج المسحي التحليلي، مستخدمة استمارة تحليل المضمون أداةً رئيسة، حيث شملت عينة البحث (١٠٣) مادة صحفية منشورة في الموقع الإلكتروني لجريدة الصباح العراقية.

وأظهرت نتائج الدراسة أن الموضوعات المرتبطة بتمكين المرأة تركزت في المجالات الثقافية والاجتماعية والقانونية والاقتصادية والإعلامية، كما كشفت عن أبرز المعوقات التي تواجه تمكين المرأة العراقية، والتي تمثلت في آثار الصراعات والحروب، والهيمنة الذكورية، والتمييز القائم على النوع الاجتماعي، وعدم المساواة بين الرجل والمرأة.

أما على مستوى الفنون الصحفية، فقد تبين أن التقرير الصحفي والمقال الصحفي والخبر الصحفي كانت الأشكال الأكثر استخدامًا في معالجة قضايا تمكين المرأة داخل الموقع الإلكتروني.

٢. دراسة: إسلام الشيوي. (٢٠٢٤)

بعنوان: " دور العلاقات العامة في المؤسسات النسائية في تعزيز تمكين المرأة الإماراتية ودعم مشاركتها المجتمعية ".

هدف هذه الدراسة إلى تقييم دور العلاقات العامة في المؤسسات النسائية في تعزيز تمكين المرأة الإماراتية ودعم مشاركتها المجتمعية، من خلال تحليل فاعلية الأنشطة الاتصالية التفاعلية التي تمارسها الجمعيات والهيئات النسائية في دولة الإمارات العربية المتحدة.

واعتمدت الدراسة على تصميم منهجي متعدد الأدوات، حيث شملت شقًا ميدانيًا تمثل في تطبيق استمارة استبيان على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من الجنسين، تتراوح أعمارهم بين (١٨–٦٠) عامًا، يمثلون الجمهور الإماراتي المستهدف من أنشطة الاتصال للجمعيات النسائية، كما تم تطبيق استمارة استبيان أخرى على عينة عشوائية بلغت (١٠٧) مفردات من القائمين بالاتصال التفاعلي مع قطاعات الجمهور عبر المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي الرسمية التابعة للجمعيات النسائية، إضافة إلى ذلك، أُجريت مقابلات متعمقة مع (٧) من كبار المسؤولين، فضلًا عن إجراء دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية والصفحات الرسمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالجمعيات والهيئات النسائية العاملة داخل دولة الإمارات.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لكفاءة وتنويع أساليب الاتصال وتركيز الجهود الاتصالية التفاعلية التي تمارسها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات النسائية، وذلك في تعزيز تمكين المرأة الإماراتية ودعم الصورة الذهنية المتشكلة لدى قطاعات الجمهور الإماراتي تجاه قضايا التمكين المجتمعي للمرأة، وأكدت الدراسة أن فعالية العلاقات العامة الاتصالية تمثل عاملًا رئيسيًا في تعزيز مشاركة المرأة المجتمعية وترسيخ الخطاب الداعم لتمكينها داخل المجتمع الإماراتي.

٣. (Kriyantono, R., Ida, R., Tawakkal, G. T. I., & Safitri, R. (2022 Not Just About Representative: When Democracy Needs Females and Their Competency to Run Indonesian Government Public Relations to Management Level.

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير إشراك الذكور والإناث وكفاءتهم في المناصب الإدارية على إدارة العلاقات العامة الحكومية في إندونيسيا، مع التركيز على دور العلاقات العامة في دعم الديمقراطية وتعزيز الشفافية والمشاركة العامة والوصول المفتوح للمعلومات.

واستخدمت الدراسة الاستطلاع الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من ١٠٢ ممارسًا للعلاقات العامة في مؤسسات حكومية مختلفة، وتم تحليل البيانات باستخدام الإحصاءات الوصفية والصيغة أحادية المتغير.

وأظهرت النتائج أن إدارات العلاقات العامة الحكومية طبقت نماذج الاتصال ثنائي الاتجاه بنجاح، مما ساهم في تعزيز الديمقراطية الإندونيسية وتشجيع ممارسات فعّالة تتحدى نموذج المعلومات العامة التقليدي الذي كانت تقدمه المؤسسات الحكومية سابقًا، كما أبرزت النتائج اختلاف فاعلية الاتصال ثنائي الاتجاه بين إدارات يقودها الذكور مقارنة بالإناث، حيث تبين أن الإناث يتمتعن بالكفاءة اللازمة لتنفيذ النموذج على مستوى أعلى من الذكور في المناصب الإدارية.

ونظرًا لقلة الدراسات حول قضايا النوع الاجتماعي في ممارسات العلاقات العامة الحكومية، توصي الدراسة الحكومة الإندونيسية بتوفير المزيد من الفرص للإناث في الإدارة العليا بدوائر العلاقات العامة، مع التأكيد على ضرورة تغيير النظرة التقليدية بحيث يُؤخذ في الاعتبار ليس فقط التمثيل الجنسي، بل أيضًا الكفاءة المهنية.

الاطار النظري:

اولا : وسائل الإعلام:

تلعب وسائل الإعلام والاتصال دورًا بالغ الأهمية في تشكيل صورة المؤسسة وتعزيز مكانتها لدى الجمهور، تُعتبر العلاقات العامة من أبرز أدوات التواصل التي تعتمد عليها المؤسسات لبناء وإدارة صورتها العامة، حيث تشمل وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والتلفزيون، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الرقمية مثل المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي (الناصري، ٢٠١٥، صفحة ١٥٩)، التي أصبحت أداة رئيسية للتفاعل مع الجمهور، وتعتمد العلاقات العامة أيضًا على الوسائل المباشرة مثل المعارض، والنشرات الإعلانية، وأجهزة الفيديو الخاصة بالمنظمة، حيث يكون محتوى الرسالة تحت السيطرة الكاملة للمرسل، مما يتيح للمؤسسة إيصال رسائلها بشكل دقيق ومدروس. (فيكر، ٢٠٢٤، صفحة ٢٨)

في ظل التطور التكنولوجي، وفّرت الإنترنت منصات متعددة لاستخدام كلا النوعين من الاتصال، سواء الاتصال غير المباشر الخاضع للوساطة أو الاتصال المباشر، فبعض المواقع الإلكترونية تُدار من قبل مؤسسات إعلامية وصحفيين، مما يجعل عملية نشر الرسائل خاضعة لسيطرتهم وفق معاييرهم التحريرية، سواء في الصحافة أو الإذاعة والتلفزيون، بالمقابل، أتاحت الإنترنت من خلال مواقع الويب، وغرف الدردشة، ومجموعات الأخبار، إمكانية الاتصال المباشر بين المؤسسات والجمهور، بل وتسهّل التواصل فيما بينهم دون الحاجة إلى وسطاء، هذا التطور عزز قدرة المؤسسات على إدارة علاقاتها مع الأطراف المعنية بمرونة أكبر وبفاعلية أعلى، حيث يمكنها التفاعل الفوري والرد على استفسارات الجمهور، مما يعزز من مصداقيتها ويزيد من ثقة الجمهور بها. (صالح، ٢٠١٦، صفحة ١٤)

إن التكامل بين الوسائل المباشرة وغير المباشرة في الاتصال والعلاقات العامة يعكس مدى التطور الذي تشهده عمليات التواصل في العصر الحديث، فبينما تُسهم الوسائل التقليدية في الوصول إلى فئات واسعة من الجمهور، تتيح الوسائل الرقمية التفاعل الفوري والمباشر. (الفيصل، ٢٠١٣، صفحة ٤٥)، مما يُمكّن المؤسسات من بناء صورة إيجابية وتعزيز سمعتها العامة بشكل أكثر سرعة وفاعلية، تساعد هذه الأدوات المتنوعة على تحقيق التكامل بين الرسائل الإعلامية الموجهة للجمهور، وتضمن إيصالها بدقة بما يتوافق مع أهداف المؤسسة واستراتيجياتها، لتظل جزءًا فاعلًا ومؤثرًا في النسيج الاجتماعي والاقتصادي. (بوزيفي و بركاتي، ٢٠٢٢، صفحة ٤٩)

تهدف العلاقات العامة مع وسائل الإعلام إلى ضمان تغطية إيجابية للمؤسسة وتقديم رسائل واضحة ومقنعة للجمهور، ويتم ذلك من خلال كتابة بيانات صحفية، وتنظيم مؤتمرات صحفية، والتفاعل المستمر مع الصحفيين والإعلاميين لتقديم المعلومات الضرورية، بالإضافة إلى ذلك،

تساهم العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات الإعلامية بكفاءة، من خلال تقديم ردود فعل سريعة ومدروسة، لضمان تقليل التأثيرات السلبية التي قد تنتج عن الأزمات أو الانتقادات التي توجه للمؤسسة. (عجوة، ٢٠٠٣، صفحة ٢٥)

ثانياً: تمكين المرأة:

ميز "ستاند وأوتمان" بين ثلاثة مداخل رئيسية تحدد أبعاد التمكين، حيث يرتكز المدخل الأول على النظرية النسوية، التي تهدف إلى تمكين النساء المستضعفات في جميع أنحاء العالم. بينما يعتمد المدخل الثاني على النظريات التنظيمية ويُسمى "التمكين التنظيمي"، حيث يركز على تحسين الظروف العامة داخل المؤسسات من خلال تعزيز القوة، السلطة، والرقابة على الأداء. أما المدخل الثالث فيركز على "التمكين النفسي" ويستند إلى النظريات النفسية الاجتماعية، حيث يُنظر إلى التمكين على أنه عملية داخلية تتعلق بالقدرة الفردية على التحكم في الحياة واتخاذ قرارات هامة، وعلى الرغم من تعدد مداخل التمكين، فإن ذلك لا يعني الفصل القطعي بين هذه المداخل، بل يتضح الترابط والتكامل بينها، فكل مدخل يعتمد على الآخر لتحقيق التمكين الفعلي، وخاصة في سياق تمكين المرأة في المجتمع. ويرتبط التمكين بشكل رئيسي بحركات التحرر النسوية وحركات الجندر، وهو مجال يتطلب اهتمامًا خاصًا بتمكين المرأة سواء داخل المنظمات أو في الأطر الاجتماعية والاقتصادية، ويجب التركيز على "التمكين النفسي" باعتباره البُعد الأكثر أهمية في تحقيق تمكين حقيقي للمرأة، وهذا يتطلب تعزيز القدرة الداخلية للمرأة على مواجهة التحديات واتخاذ القرارات التي تساهم في تحسين وضعها في المجتمع. (عشتي، ٢٠٢٠، صفحة ٣٨)

الإطار التحليلي:

١. فئة المضامين المعرفية

جدول (١) يبين التوزيع النسبي لنتائج تحليل فئة المضامين المعرفية

المرتبة	فئة المضامين المعرفية	التكرار	النسبة%
الاولى	برامج تمكين المرأة	٧٠	٪٥٦,٤٥
الثانية	حقوق وقوانين المرأة	٤٠	٪٣٢.٢٦
الثالثة	بيانات وأرقام	١٢	٪٩.٧
	المجموع	١٢٤	٪١٠٠

تبين نتائج الجدول اعلاه ان فئة المضامين المعرفية تعكس طبيعة المحتوى المعلوماتي الذي تقدمه وزارة التعليم العالي والبحث العلمي للجمهور بشأن قضايا تمكين المرأة في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي، حيث تُظهر هذه الفئة ماذا يعرف الجمهور عن تمكين المرأة، وكيف تُبنى معارفه واتجاهاته من خلال المحتوى الاتصالي الرسمي الصادر عن المؤسسة.

وتُعد هذه الفئة مؤشرًا دقيقًا على مستوى الوعي المؤسسي بأهمية المعرفة بوصفها مدخلًا أساسيًا لتشكيل الاتجاهات، وتعزيز القيم الداعمة للمساواة، وترسيخ دور المرأة الأكاديمية والبحثية داخل الجامعات والمؤسسات العلمية.

احتلت فئة برامج تمكين المرأة المرتبة الأولى من حيث التكرار بنسبة ٥٦,٤٥٪، وهو ما يدل على أن الخطاب الاتصالي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي يركّز بالدرجة الأساس على إبراز المبادرات والبرامج والأنشطة التطبيقية التي تستهدف تمكين المرأة أكاديميًا وبحثيًا وإداريًا.

ويُلاحظ أن هذا الطرح يأتي غالبًا بصيغة وصفية تعريفية، تسعى إلى إطلاع الجمهور على الجهود المؤسسية المبذولة، وإظهار دور الوزارة في دعم المرأة داخل البيئة الجامعية، سواء من خلال التدريب، أو المشاركة البحثية، أو القيادة الأكاديمية.

أمثلة من المنشورات:

- تنفيذ برامج تدريبية موجهة للتدريسيات والباحثات في مجالات الجودة والتطوير الأكاديمي.

ويعكس هذا التركيز خطابًا توعويًا إرشاديًا مؤسسيًا يهدف إلى إبراز ما تقوم به الوزارة من جهود، أكثر من سعيه إلى تقديم تقييم تفصيلي لنتائج هذه البرامج أو قياس أثرها الفعلي على واقع المرأة الأكاديمية.

وجاءت فئة الحقوق والقوانين المتعلقة بالمرأة في المرتبة الثانية بنسبة٣٢.٢٦٪ ، حيث تناولت المنشورات الجوانب التشريعية والتنظيمية المرتبطة بحقوق المرأة داخل مؤسسات التعليم العالي، وتركّز المنشورات في هذه الفئة على القرارات الوزارية الداعمة للمرأة، حقوق المرأة الأكاديمية والإدارية، التشريعات التي تضمن تكافؤ الفرص وعدم التمييز.

أمثلة من المنشورات:

- ورشة عمل قسم تمكين المرأة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وبدعم من برنامج الامم المتحدة الانمائي تحت عنوان (أهمية وحدات تمكين المرأة في الجامعات العراقية تجاه تعزيز المساواة والتمكين)
- تنظيم محاضرة حول تعزيز دور المرأة في بيئة العمل.
- تنظيم محاضرة حول الشخصية القيادية للمرأة وصناعة القرار.

ورغم أهمية هذا التناول، يُلاحظ أن المحتوى الاتصالي في هذا السياق يكتفي في الغالب بالإشارة العامة إلى الحقوق، دون الاستناد إلى نصوص قانونية محددة، أو شرح آليات التنفيذ والمتابعة، أو ربط الحقوق بإجراءات مساءلة واضحة داخل المؤسسات الجامعية، الأمر الذي يجعل هذا الخطاب أقرب إلى التوعية القانونية العامة منه إلى التثقيف القانوني المتخصص.

احتلت فئة البيانات والأرقام الإحصائية المرتبة الأخيرة بنسبة٩.٧٪ ، بعدد محدود من المنشورات، وهو مؤشر لافت يعكس ضعف الاعتماد على المؤشرات الرقمية في دعم رسائل تمكين المرأة داخل صفحة الوزارة.

وتتمثل هذه البيانات غالبًا في نسب مشاركة المرأة في الدراسات العليا، و تلاحظ الباحثة في هذه المنشورات غياب الأرقام التفصيلية الدقيقة، عدم استخدام المقارنات الزمنية، ضعف توظيف الرسوم البيانية أو الإنفوغراف، الاقتصار على أرقام عامة دون تفسير تحليلي، وهو ما يُضعف من قوة الإقناع القائم على الأدلة، ويحدّ من قدرة الجمهور على تقييم مدى التقدم الحقيقي في ملف تمكين المرأة..

٢.فئة المضامين العاطفية

جدول (٢) يبين التوزيع النسبي لنتائج تحليل فئة فئة المضامين العاطفية

المرتبة	فئة المضامين العاطفية	التكرار	النسبة%
الاولى	تمجيد وتحفيز	٥٤	٤٣.٥٪
الثانية	إنجازات	٤١	٣٣.٢ %
الثالثة	قصص نجاح	٢٩	٢٣.٣٪
	المجموع	١٢٤	١٠٠٪

تعكس نتائج تحليل فئة المضامين العاطفية طبيعة رسائل اتصالية متوازنة، حيث اعتمدت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في تناول قضايا تمكين المرأة عبر موقعها الإلكتروني الرسمي، حيث يظهر حضور واضح للبعد العاطفي الإيجابي، دون الخروج عن الإطار الرسمي الرصين الذي يميز الخطاب الحكومي الأكاديمي.

احتلت مضامين التمجيد والتحفيز المرتبة الأولى بنسبة ٤٣.٥٪، وهو ما يشير إلى أن الوزارة تولي اهتمامًا ملحوظًا بإبراز قيمة المرأة ودورها داخل المنظومة التعليمية والأكاديمية، من خلال لغة تقديرية تُشيد بالجهود والتميز، وتعكس الاعتراف المؤسسي بمكانة المرأة كشريك فاعل في

صناعة المعرفة، وقد ظهر هذا النمط في منشورات التكريم، والإشادة بالمشاركة النسوية، والاحتفاء بالدور العلمي والبحثي للمرأة، حيث جاءت الصياغة بأسلوب إيجابي يعزز الثقة ويكرّس الانتماء المؤسسي.

أمثلة من المنشورات:

- في تكريم عدد من الباحثات.. وزير التعليم يشيد بالمشاركة النسوية في الميدان العلمي التخصصي والإسهام بالنشر العالمي
- بمناسبة إطلاق الخطة الوطنية الثالثة للمرأة والأمن والسلام .. وزير التعليم يكرم نخبة من التدريسيات والموظفات المتميزات

وتُظهر هذه الصياغات توظيفًا واضحًا للمضمون العاطفي التحفيزي، القائم على التقدير والاعتراف، دون استخدام خطاب عاطفي مباشر أو انفعالي.

احتلت مضامين إبراز الإنجازات المرتبة الثانية بنسبة ٣٣.٢٪ من إجمالي المنشورات، حيث ركّز المحتوى الاتصالي على عرض ما تحققه المرأة من إنجازات مؤسسية، سواء على مستوى البحث العلمي، أو الإدارة الجامعية، أو المشاركة في المؤتمرات والفعاليات، ويختلف هذا النمط عن قصص النجاح، إذ لا يركّز على الفرد بوصفه نموذجًا ملهمًا، بل على الإنجاز بوصفه نتاجًا للعمل المؤسسي، تُسهم فيه المرأة كجزء فاعل من المنظومة.

أمثلة من المنشورات:

- وحدة تمكين المرأة تناقش دور المرأة لبناء مجتمع مستدام
- شعبة شؤون المرأة تحقق إنجازًا وتم تكريمها بتقدير من الوزارة

ويُسهم هذا النمط في تعزيز حضور المرأة في المحتوى الرسمي بوصفها عنصر إنتاج وإنجاز، لا مجرد موضوع للدعم.

وجاءت قصص النجاح بنسبة **٢٣.٣٪**، حيث ركّزت الوزارة على إبراز نماذج نسوية ناجحة داخل الجامعات والمؤسسات التابعة لها، سواء في المجال الأكاديمي أو الإداري أو البحثي.

لاحظت الباحثة أن عرض قصص النجاح لم يأتِ بصيغة سردية شخصية معمّقة، بل قُدِّم في إطار مؤسسي رسمي، يركّز على الإنجاز ذاته أكثر من التركيز على التجربة الفردية، وهو ما يتماشى مع طبيعة الموقع بوصفه منصة حكومية.

مثال من المنشورات:

- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تستعرض فيلما عن قصص نجاح ملهمة لنساء عراقيات.

وتسهم مثل هكذا مضامين في بناء صورة إيجابية للمرأة بوصفها عنصر نجاح وتميّز داخل قطاع التعليم العالي.

٣.فئة المضامين السلوكية

جدول (٣) يبين التوزيع النسبي لنتائج تحليل فئة المضامين السلوكية

المرتبة	فئة المضامين السلوكية	التكرار	النسبة%
١	مشاركة المرأة في الأنشطة والفعاليات	٨٥	٦٨.٦٪
٣	تولّي المرأة مواقع قيادية	١٤	١١.٣٪
٤	الدعم المقدم للمرأة	١٣	١٠.٥٪
٥	تطوير مهارات المرأة	١٢	٩.٦٪
	المجموع	١٢٤	١٠٠٪

تُعد فئة المضامين السلوكية من أكثر فئات تحليل المضمون قدرةً على الكشف عن البعد التطبيقي لخطاب تمكين المرأة، إذ تنتقل بالمضمون الاتصالي من مستوى الخطاب النظري أو القيمي إلى مستوى الفعل والممارسة، فوجود هذا النوع من المضامين يدل على أن المؤسسة لا تكتفي بتبنّي تمكين المرأة كفكرة أو قيمة مجردة، بل تعمل على ترجمتها إلى سلوكيات مؤسسية ملموسة تظهر في أنشطتها وقراراتها وبرامجها.

ومن خلال تحليل منشورات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، يتضح أن المضامين السلوكية تشكّل محورًا أساسيًا في الرسائل الاتصالية المتعلقة بالمرأة، وهو ما يعكس طبيعة المؤسسة التعليمية التي تعتمد بطبيعتها على الممارسة والتطبيق داخل بيئة أكاديمية وتنظيمية واضحة المعالم.

حيث تشير نتائج التحليل إلى هيمنة مشاركة المرأة في الأنشطة والفعاليات، فالارتفاع الملحوظ في نسبة مشاركة المرأة في الأنشطة والفعاليات ٦٨,٦٪، إلى أن الوزارة تتبنّى استراتيجية اتصالية تقوم على إبراز الوجود الفعلي للمرأة داخل المشهد الأكاديمي، لا الاكتفاء بالإشارة الرمزية أو الاحتفالية. فالمشاركة هنا لا تقتصر على الظهور الشكلي، بل تشمل التفاعل العلمي داخل المؤتمرات، الإسهام الأكاديمي في الندوات، الحضور البحثي في الفعاليات العلمية.

أمثلة من المنشورات:

- وزير التعليم يشيد بالمشاركة النسوية في الميدان العلمي التخصصي والإسهام بالنشر العالمي
- وزير التعليم يؤكد: المرأة شريك في نجاح المؤسسات الجامعية وإنجازاتها العلمية

- قسم شؤون المرأة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي يشارك أعمال المؤتمر العلمي الدولي في جامعة تكريت

وهذا يعكس توجهًا مؤسسيًا يسعى إلى تطبيع مشاركة المرأة بوصفها عنصرًا طبيعيًا وأصيلًا في العمل الجامعي، وليس استثناءً أو حالة خاصة، كما أن تكرار هذا النمط في عدد كبير من المنشورات يعزز مكانة المرأة الأكاديمية بوصفها فاعلًا معرفيًا ومهنيًا.

كما تُعد فئة تولّي المرأة مواقع قيادية بنسبة ١١,٣% من أكثر المضامين السلوكية دلالة، رغم محدودية نسبتها، لأنها تعبّر عن تمكين نوعي لا كمي، فالقيادة تمثل ذروة التمكين السلوكي، إذ تشير إلى الثقة المؤسسية، والاعتراف بالكفاءة، والقدرة على التأثير في صنع القرار.

وتُظهر المنشورات التي تناولت هذا الجانب أن المرأة تشغل مناصب إدارية، ترأس لجانًا علمية، تؤدي أدوارًا إشرافية داخل الجامعات ، و تلاحظ الباحثة أن تقديم هذه المضامين يتم بلغة رسمية محايدة، دون احتفاء مبالغ فيه، وهو ما يعكس رغبة المؤسسة في تطبيع القيادة النسوية داخل البناء الإداري، وتقديمها كجزء من النظام المؤسسي لا كحالة استثنائية.

ويشير تناول الدعم المقدم للمرأة بنسبة ١٠.٥ %إلى وجود بيئة مؤسسية مساندة، تعمل على إزالة العوائق أمام مشاركة المرأة واستمرارها في النشاط الأكاديمي، ويتخذ هذا الدعم أشكالًا متعددة برامج تدريبية، تسهيلات إدارية، ورعاية المشاركة في الفعاليات، ويلاحظ أن هذا الدعم يُعرض غالبًا بصيغة عامة، دون الدخول في تفاصيل إجرائية دقيقة، وهو ما ينسجم مع طبيعة الخطاب الحكومي الذي يركّز على الإعلان عن الجهد المؤسسي أكثر من تفصيل آلياته.

في حين يمثّل تطوير مهارات المرأة ٩.٦% وهي أحد أضعف المضامين السلوكية حضورًا، رغم أهميته البالغة في تعزيز التمكين المستدام، ويشير هذا الحضور المحدود إلى أن تطوير المهارات لا يُطرح بوصفه محورًا مستقلًا، بل يأتي غالبًا ضمن سياق الأنشطة العامة.

٤.فئة الاستمالات الإقناعية

جدول (٤) يبين التوزيع النسبي لنتائج تحليل فئة الاستمالات الإقناعية

المرتبة	فئة الاستمالات الإقناعية	التكرار	النسبة%
الاولى	الاستمالات عقلانية	٦٠	٪٤٨.٤
الثانية	الاستمالات مختلطة	٣٤	٪٢٧.٤
الثالثة	الاستمالات عاطفية	٣٠	٪٢٤.٢
الرابعة	الاستمالات تخويف	٠	٪٠
	المجموع	١٢٤	٪١٠٠

يتبين من خلال الجدول اعلاه ان فئة الاستمالات الإقناعية تعكس الأساليب التي تعتمدها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في التأثير على الجمهور وإقناعه برسائل تمكين المرأة، من حيث طبيعة الخطاب المستخدم، وما إذا كان موجّهًا إلى العقل، أو العاطفة، أو يجمع بينهما، ويُلاحظ من نتائج التحليل أن الخطاب الاتصالي للوزارة يتسم بالرصانة والاتزان، ويبتعد عن الأساليب الانفعالية أو الضاغطة، وهو ما يتوافق مع طبيعة المؤسسة الأكاديمية والحكومية.

احتلت الاستمالات العقلانية المرتبة الأولى بنسبة ٤٨.٤٪ ، وهو مؤشر بالغ الدلالة على أن الوزارة تعتمد الإقناع القائم على المنطق والمعلومة والشرح الموضوعي في تناول قضايا تمكين المرأة. وتتمثل هذه الاستمالات في عرض السياسات والقرارات المتعلقة بإشراك المرأة، توضيح أهداف البرامج والأنشطة، إبراز الأطر التنظيمية والإدارية لمشاركة المرأة.

أمثلة من المنشورات:

- وزير التعليم يفتتح مركز المهارات التمريضية والمحاكاة السريرية والمختبرات الرقمية
- التعليم تعلن فتح التقديم الى قناة تطوير الملاكات الصحية
- وزير التعليم يستقبل أوائل التخصصات الطبية والتمريضية ويؤكد المضي بترسيخ بيئة أكاديمية رصينة والارتقاء بجودة الأداء

يعكس هذا النمط اعتماد الوزارة على مخاطبة عقل الجمهور، وتقديم تمكين المرأة بوصفه خيارًا عقلانيًا مرتبطًا بالكفاءة والإنجاز، لا بوصفه مطلبًا عاطفيًا أو ظرفيًا.

جاءت فئة الاستمالات المختلطة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧.٤٪، حيث تجمع المنشورات بين معلومات وحقائق تنظيمية، لغة إشادة وتقدير، إبراز رمزية الإنجاز النسوي.

أمثلة من المنشورات:

- في تكريم عدد من الباحثات .. وزير التعليم يشيد بالمشاركة النسوية في الميدان العلمي التخصصي والإسهام بالنشر العالمي
- وزير التعليم يكرّم الفائزات بجائزة الباحثة العراقية ويؤكد دعم الوزارة للابتكار والإسهام العلمي النسوي

يمثل هذا الأسلوب محاولة واعية لتحقيق توازن اتصالي بين العقل والعاطفة، بما يعزز تقبّل الرسالة ويمنحها بعدًا إنسانيًا دون الإخلال بالخطاب الرسمي.

ظهرت الاستمالات العاطفية بنسبة ٢٤.٢٪ وهي نسبة ملحوظة ولكن غير مهيمنة، وغالبًا ما ارتبطت بالتكريم والاحتفاء، إبراز النماذج النسوية المتميزة ، المناسبات الوطنية والدولية ذات البعد الرمزي.

أمثلة من المنشورات:

- بمناسبة إطلاق الخطة الوطنية الثالثة للمرأة والأمن والسلام .. وزير التعليم يكرم نخبة من التدريسيات والموظفات المتميزات
- التعليم تكرم نخبة من موظفاتها ضمن برنامج تمكين المرأة
- جامعة بغداد تستعرض فيلما عن قصص نجاح ملهمة لنساء عراقيات. قسم شؤون المرأة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

تُوظَّف العاطفة هنا بوصفها عنصر دعم معنوي يعزز صورة المرأة و مكانتها، دون الانزلاق إلى خطاب وجداني مبالغ فيه، مما يحافظ على الانضباط المؤسسي.

أظهرت فئة غياب استمالات التخويف غيابًا تامًا لاستمالات التخويف في منشورات الوزارة، حيث لم يُلاحظ استخدام خطاب تحذيري مباشر، تخويف من العواقب أو النتائج السلبية.

يعكس هذا الغياب توجّهًا اتصاليًا واعيًا يقوم على الإقناع الإيجابي، التحفيز العقلاني والمعنوي، تجنّب إثارة القلق أو الخوف لدى الجمهور، وهو ما يتناسب مع طبيعة وزارة التعليم العالي كمؤسسة معرفية، تعتمد الإقناع الهادئ لا الضغط النفسي.

٥.فئة نشاطات الوزارات في المواقع الالكترونية

جدول (٥) يبين نتائج تحليل فئة نشاطات الوزارات

المرتبة	فئة نشاطات الوزارات	التكرار	النسبة%
الاولى	لقاءات	٦٣	٥٠.٩٪
الثانية	زيارات وحملات ميدانية	٢٢	١٧.٧٪
الثالثة	ورش عمل	١٤	١١.٣٪
الرابعة	دورات تدريبية	٩	٧.٣٪
الخامسة	ندوات حوارية	٧	٥.٦٪
السادسة	مؤتمرات صحفية	٦	٤.٨٪
السابعة	مهرجانات واحتفالات	٣	٢.٤٪
	المجموع	١٢٤	١٠٠٪

تعكس نشاطات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي المنشورة عبر موقعها الإلكتروني تنوعًا واضحًا في أشكال الحضور المؤسسي، وتُظهر طبيعة الدور الذي تضطلع به الوزارة بوصفها جهة إشرافية، تنظيمية، وتطويرية في آنٍ واحد، ويُلاحظ أن توزيع النشاطات لم يكن متوازنًا، بل جاء منسجمًا مع طبيعة العمل الحكومي العليا، التي تركّز على اللقاءات الرسمية والزيارات الميدانية بوصفها أدوات اتصال أساسية.

احتلت اللقاءات الرسمية المرتبة الأولى وبنسبة نصف المنشورات وهي ٥٠.٩٪، وهو ما يعكس الطابع القيادي والتنسيقي لعمل الوزارة، وتشمل هذه اللقاءات اجتماعات الوزير مع رؤساء الجامعات، أو لقاءات مع وفود أكاديمية محلية ودولية، أو اجتماعات تنسيقية مع جهات حكومية أخرى. وهذا، يعكس هذا التركيز اعتماد الوزارة على اللقاءات كأداة لإدارة السياسات التعليمية وصياغة القرارات الاستراتيجية.

جاءت الزيارات الميدانية في المرتبة الثانية بنسبة ١٧.٧٪، ما يدل على حرص الوزارة على إظهار المتابعة المباشرة للمؤسسات التعليمية والبحثية، وغالبًا ما تتعلق هذه الزيارات بتفقد الجامعات، أو الاطلاع على المشاريع الإنشائية، أو متابعة المختبرات والمراكز البحثية. حيث يتم توثيق الزيارة بالصور، مع وصف مختصر لأهدافها ونتائجها، ويعزز هذا النوع من النشاطات الصورة الذهنية للوزارة بوصفها جهة حاضرة ميدانيًا وليست إدارية فقط.

تُعد **ورش العمل** من النشاطات ذات الطابع التطويري والتأهيلي، وقد ظهرت بنسبة ملحوظة حيث تمثل ١١.٣٪، خاصة في الموضوعات المتعلقة بتطوير المرأة، ويعكس هذا الحضور اهتمام الوزارة ببناء القدرات المؤسسية داخل الجامعات.

ظهرت **الدورات التدريبية** بنسبة أقل مقارنة بورش العمل بنسبة ٧.٣٪ من منشورات موقع الوزارة، وغالبًا ما ارتبطت بتأهيل الكوادر الإدارية أو الأكاديمية، أو تدريب الموظفات على أنظمة إلكترونية جديدة.

كما جاءت الندوات الحوارية بـ نسبة ٥.٦٪ وهي نسبة محدودة، وغالبًا ما تناولت قضايا فكرية أو علمية عامة، مثل تطوير البحث العلمي، أو دور التعليم العالي في التنمية. مثل ندوة تثقيفية عن مكافحة العنف ضد المرأة ، حيث يُعرض بوصفه مساحة للنقاش وتبادل الآراء.

تمثل المؤتمرات الصحفية نشاطًا اتصاليًا مباشرًا مع الجمهور ووسائل الإعلام، وغالبًا ما ارتبطت بالإعلان عن قرارات أو سياسات جديدة، ويُلاحظ أن هذا النشاط محدود نسبيًا، ما يشير إلى اعتماد الوزارة أكثر على البيانات والأخبار المكتوبة.

جاءت المهرجانات في أدنى مستوى من حيث التكرار بنسبة ٢.٤٪ ، وغالبًا ما ارتبطت بمناسبات احتفالية أو علمية محددة.

النتائج:

١. تكشف نتائج تحليل فئة المضامين المعرفية أن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تعتمد اسلوباً معرفيًا وصفيًا توعويًا يهدف إلى تعريف الجمهور ببرامج تمكين المرأة، إبراز الجهود المؤسسية المبذولة داخل الجامعات، نشر الوعي العام بحقوق المرأة.

٢. من منظور دور العلاقات العامة في تشكيل اتجاهات الجمهور، فإن الاعتماد على المحتوى التوعوي وحده قد يؤدي إلى قبول إيجابي للرسائل، لكنه لا يضمن ترسيخ قناعة عقلانية مستدامة، لا سيما لدى جمهور النخبة الأكاديمية الذي يميل إلى تصديق الخطاب المدعّم بالأرقام والمؤشرات.

٣. تُظهر فئة المضامين المعرفية أن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تقدّم خطابًا داعمًا لتمكين المرأة على المستوى التوعوي والمؤسسي، إلا أن تعزيز البعد الرقمي والتحليلي يظل ضرورة ملحّة لرفع مستوى الإقناع وتعميق الأثر الاتصالي.

٤. تُظهر نتائج التحليل أن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تعتمد مضمونًا عاطفيًا إيجابيًا منضبطًا في تناول قضايا تمكين المرأة، يرتكز أساسًا على التمجيد والتحفيز، وإبراز الإنجازات، وعرض نماذج النجاح النسوية، ضمن إطار مؤسسي رسمي يخلو من المبالغة أو الخطاب العاطفي المباشر؛ ويعكس هذا التوجه إدراكًا اتصاليًا لأهمية البعد العاطفي في دعم تمكين المرأة، بوصفه أداة لتعزيز الصورة الإيجابية، وبناء الثقة، وترسيخ مكانة المرأة كشريك أساسي في العملية التعليمية والتنموية، دون الإخلال بهيبة الخطاب الحكومي أو طابعه الأكاديمي.

٥. تكشف فئة المضامين السلوكية أن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تعتمد رسائل اتصالية تقوم على إبراز الفعل المؤسسي أكثر من اسلوب الشعارات، ويقدّم تمكين المرأة بوصفه ممارسة يومية داخل بنية التعليم العالي، لا مجرد قضية خطابية أو مناسبة إعلامية، ويُظهر هذا الاسلوب اندماج المرأة في النشاط الأكاديمي، حضورها في مواقع التأثير، مشاركتها في العمل المؤسسي، دعمًا مستمرًا وإن كان غير مفصّل، وهو ما يعكس توجهًا مؤسسيًا يسعى إلى تحقيق تمكين مستقر، يقوم على الممارسة والتدرّج، ويتناسب مع طبيعة المؤسسة التعليمية الحكومية.

٦. ان نتائج تحليل فئة الاستمالات الإقناعية أن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تعتمد خطابًا اتصاليًا متزنًا يقوم أساسًا على الاستمالات العقلانية بوصفها النمط الغالب، دعم الرسائل بعناصر عاطفية محسوبة، غياب تام لاستمالات التخويف.مما يعكس احترام وعي الجمهور، تعزيز الثقة بالسياسات الحكومية دون ممارسة ضغط نفسي.

٧. يُظهر تحليل نشاطات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي أن الخطاب الاتصالي للموقع الإلكتروني يركّز بصورة أساسية على اللقاءات الرسمية والزيارات الميدانية، بما يعكس طبيعة الدور القيادي والإشرافي للوزارة، في المقابل، جاءت النشاطات ذات الطابع التفاعلي أو الجماهيري، مثل الندوات والمهرجانات، بنسب أقل.

التوصيات:

١. ضرورة اعتماد استراتيجيات علاقات عامة طويلة الأمد تجعل من تمكين المرأة محورًا ثابتًا في السياسات الاتصالية للمؤسسات الحكومية، لا نشاطًا موسميًا أو مناسباتيًا.

٢. تكثيف النشاطات الاتصالية التفاعلية، ولا سيما ورش العمل والدورات التدريبية، لما لها من أثر مباشر في تعزيز الوعي وتحفيز المشاركة.

٣. ربط الخطاب التمكيني بإجراءات تطبيقية ملموسة، مثل دعم الترقية الوظيفية، وتحقيق المساواة في الأجور، وتوسيع مشاركة المرأة في مواقع القيادة.

٤. توظيف الوسائط الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي بوصفها قنوات رئيسة للوصول إلى الجمهور النسوي، مع تطوير محتوى اتصالي جذاب ومهني.

٥. مراعاة الخصوصيات الاجتماعية للمرأة العاملة، ولا سيما المتزوجات، عبر تبني خطاب يدعم التوازن بين الأدوار الأسرية والوظيفية.

٦. تعزيز التعاون بين المؤسسات الحكومية والمنظمات المعنية بشؤون المرأة وحقوق الإنسان، لتوحيد الجهود الاتصالية وتوسيع أثرها المجتمعي.

٧. التحول بالعلاقات العامة من مرحلة بناء الوعي إلى مرحلة تمكين السلوك، عبر برامج تحفيزية، ودعم ريادة الأعمال النسوية، وتهيئة بيئة عمل عادلة وآمنة.

المصادر

١. الأسدي، مروة راضي كاظم ؛ العمار، ندي عبود جار الله .(2022). موضوعات تمكين المرأة في المواقع الإلكترونية العراقية، مجلة إيفي لي للعلاقات العامة، س4 ، ، مج4، ع8

٢. البادي، محمد محمد.(2016).علم العلاقات .. الي اين .مطابع الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة

٣. البسيسي، يحيى أحمد حسن .(2019) .مؤسسات المجتمع المدني وعلاقتها بالجمهور الداخلي .مجلة الأندلس، مج4، ع16

٤. الجادري، كافي سلمان مراد .(2024) .معوقات العمل السياسي للمرأة في الأنظمة السياسية العراقية المعاصرة :(2018–1925) دراسة تاريخية سياسية، المؤتمر العلمي الرابع والعشرون لكلية التربية الأساسية في جامعة المستنصرية. ـ" العلوم الإنسانية أساس لبناء الإنسانية ونهضة الحضارة في التربية والتعليم"، المنعقد في 14–13 أيار/مايو 2024، كلية التربية الأساسية – جامعة المستنصرية.

٥. الحلبي، حسن .(1980).مبادئ في العلاقات العامة .دار منشورات عويدات، الطبعة الاولي، بيروت . باريس.

٦. الحسين ، شذي الزين محمود محمد، والصديق، مختار عثمان .(2018).فاعلية برامج العلاقات العامة في التوعية بحقوق المراة :دراسة وصفية تطبيقا علي عينة من المؤسسات المختصة بشؤون المراة في السودان من اغسطس 2016 ـ اغسطس 2018 ، رسالة دكتوراة ، جامعة القران الكريم والعلوم الانسانية ، ام درمان، السودان

٧. الحسين، شذى الزين محمود محمد .(2022).توظيف برامج العلاقات العامة في التوعية بحقوق المرأة السودانية :دراسة حالة على وزارة العمل والتنمية الاجتماعية2021 م، مجلة علوم الاتصال، مج7 ، ع2

٨. السعدي، عبير مرتضي حميد .(2024). تمكين المراة اقتصاديا في العراق : تحليل المعوقات والسياسات الحكومية، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، مج4، ع3.

٩. بوزيفي، وهيبة، وبركاتي، عبد النور .(2022).توظيف الوسائط الرقمية في ممارسة العلاقات العامة مع الجمهورالخارجي:دراسة وصفية تحليلية لبعض النماذج لمؤسسات اقتصادية وطنية وعربية، المجلة الجزائرية الاجتماعية والانسانية ،مج10.

١٠. الفيصل .عبد الأمير. (٢٠١٣). انعكاسات المجتمع الافتراضي وعلاقته بالقيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة. الباحث الإعلامي، ٥(١٩)، ٣١-٥٥.

١١. عجوة، علي.(٢٠٠٣). الاسس العلمية للعلاقات العامة.عالم الكتب، القاهرة.

١٢. فيكر، أليسون .(2024).دليل العلاقات العامة مرجع عملي شامل .ترجمة : عبد الحكم الخزامي، الطبعة الاولي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة .

١٣. الناصري .سلام خطاب. (٢٠١٥). وسائل الاعلام الجديد والوعي السياسي لدى الشباب. الباحث الإعلامي, ٧(٣٠), ١٤٧-١٦٢.
https://doi.org/10.33282/abaa.v7i30.180

١٤. صالح، محمد وليد .(2016).العلاقات العامة والتمكين السياسي للمرأة.الطبعة الاولي، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان.

١٥. عشي. مريم. (2020) .تمكين المرأة :المفهوم والأبعاد .مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، مج2.

References

1. Mlambo, C., & Kapingura, F. (2019). Factors influencing women political participation: The case of the SADC region. Cogent Social Sciences, 5(1), file:///C:/Users/GreenTech/Downloads/Factors_influencing_women_political_participation_.pdf
2. Muller, R.D. (1998): "Female empowerment and demographic processes: movingbeyond Cairo, p16, http://www.iussp.org
3. Musa, Nahid Idris Adam, Gieb Allah, Abdulaziz Karam Allah, & Ahmed, Ibtisam Mohammed Ahmed Mohammed Khair. (2023). Women Affecting Challenges & Constraints: The Participation in Voluntary Work in Kassala State - Eastern Sudan (2018-2023 AD). Al-Qalam Journal for Economic and Social Studies, Issue 16
4. Ouelhazi, S. (2018). Revolution Ou Transition Démocratique? Engagement De La femme En Tunisie. Journal Madarat.