

## دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية "دراسة ميدانية"

أ. حنان معتوق أحمد بن أحمد

كلية الفنون والإعلام، جامعة الجفارة

### ملخص:

هدفت الدراسة التعرف علي دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات عن طريق الاستبيان، وتكونت العينة الميدانية من (360) مفردة من المرأة الليبية المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي بمناطق الريف والحضر، وتوصلت إلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل، ووجود فروق دالة إحصائية بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمتغير التوزيع الجغرافي، وفي اتجاه المرأة الليبية المقيمة في الحضر.

- **الكلمات المفتاحية:** مواقع التواصل الاجتماعي، المرأة الليبية، المشاركة السياسية.

### Abstract:

*The study aimed to identify the role of social networking sites in educating Libyan women about political participation, and used the descriptive approach in a sample survey style as a tool for data collection through a questionnaire, The descriptive approach was used in a sample survey method as a tool for data collection through a questionnaire, and the region is a single Libyan woman for social networks in rural and urban areas. Show results: There is a statistically significant correlation between Libyan women's follow-up on issues related to political participation and forms of interaction. And the presence of statistically significant differences between the forms of follow-up of the respondents to the pages based on awareness of political participation according to the variable of geographical distribution, and towards the Libyan women residing in urban areas.*

**Keywords:** social network sites, Libyan women, Political participation.

## مقدمة:

أدت التطورات التكنولوجية إلي حدوث طفرة في مجال الإعلام والاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وخاصة وسائل الإعلام التفاعلي التي تعد من اهم الوسائل الاتصالية بين المستخدمين.

كما تُعد وسائل التواصل الاجتماعي التفاعلية بيئة إعلامية جيدة في تغطية الأحداث الجارية، كونها تسهم في توفير المعلومات والقيام بحملات توعية للجمهور بأهمية السياسة من خلال عرض الموضوعات التي تثير اهتمام المرأة الليبية و يبرز دورها في المجتمع، وهو ما يؤدي في تنمية الاحساس بعملية التغيير السياسي، فالصفحات القائمة على التوعية بالمشاركة السياسية تقوم علي التواصل واستجابة القائمين بالاتصال والمستخدمين.

ويتزايد دور وسائل الإعلام الاجتماعي في تنمية وعي المرأة الليبية بالمشاركة السياسية وزيادة معلوماتها وتطلعاتها، فهي تلعب دوراً مؤثراً في تشكيل وعي المواطن ورسم الصورة الذهنية لدي الجمهور، فالتنشئة والثقافية السياسية لها دوراً هاماً في عملية المشاركة السياسية، وهو ما يؤثر في شخصية واتجاهات الجمهور، وخاصة المرأة الليبية، لذلك وجدت الباحثة ضرورة إجراء دراسة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية.

## الدراسات السابقة:

اعتمدت الباحثة في تقسيم الأدبيات العلمية ذات الصلة بالمشاركة السياسية للمرأة الليبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المحور الآتي، وهو:

- دراسات حول المشاركة السياسية ومواقع التواصل الاجتماعي.

هدفت دراسة عبد السلام أحمد (2020م). إلى معرفة كيفية توظيف القنوات التلفزيونية لصفحات "الفيسبوك" لتعزيز المشاركة التفاعلية للجمهور العراقي إزاء القضايا السياسية، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وتمثلت العينة التحليلية في ثلاث صفحات للقنوات التلفزيونية هي صفحة قناة " الشرقية، BBC عربي، الجزيرة"، وتوصلت إلي: وجود ارتفاع في نسبة التغطية الإعلامية للقضايا السياسية وجاءت شبكة الشرقية في المرتبة الأولى تلاها الجزيرة، ثم BBC عربي، ووجود ارتفاع في نمط التفاعل مع القضايا السياسية بدرجة كبيرة.

كما هدف دراسة بشري داود (2019م). إلى الكشف عن الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وتوصلت إلى: أن موقع الفيسبوك حقق أعلى نسبة استخدام لمتابعة أخبار الانتخابات من قبل عينة البحث، وأنّ المبحوثين يستخدمون الفيسبوك للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة.

وفي سياق متصل سعت دراسة نيكولاس، جينينغز، كيفن (Nicolas M, Jennings, Kevin, 2019). التعرف على استخدام الجمهور "للفيسبوك" للوصول إلى الأخبار السياسية كمصدر قابل للتطبيق المعلومات السياسية، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة، وتكونت العينة الميدانية من (88) مفردة من العاملين بشركة "Amazon"، للتأكد ما إذا كانت معاينات مقالة "Facebook" تُعلم الجمهور للوصول للأخبار، واعتمدت في جمع البيانات على أداة الاستبانة، وتوصلت إلى: أنّ ما يقرب من نصف مُستخدمي الإنترنت يستخدمون "الفيسبوك" لمعرفة الأخبار السياسية كمصدر قابل للتطبيق المعلومات والوصول إليها.

واهتمت دراسة شيلدون، بافيكا كارون (Sheldon, Pavica, 2018,p23). بالتعرف على دوافع إقبال الشباب في جامعة لويزيانا "Louisiana" بالولايات المتحدة على استخدام "الفيسبوك"، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (160) مفردة مستخدمي شبكة "الفيسبوك"، وتوصلت إلى: إن الشباب الجامعي يستخدم "الفيسبوك" للتعرف على المزيد من الأصدقاء وإقامة علاقات غرامية مع الجنس الآخر، أنّ الطلبة أكثر استخداماً لمواقع "الفيسوك" من الطالبات في كثير من النواحي السلبية وغير الأخلاقية بالمقارنة مع الطالبات الأكثر صداقاً في علاقاتهن مع أصدقائهن على "الفيسبوك" وفي التعبير عن أنفسهن قياساً بالطالب الذكور.

#### تعليق علي الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- أتضح من الدراسات السابقة اهتمام المدرستين العربية والأجنبية بأهمية التوعية بالمشاركة السياسية عبر وسائل الإعلام الاجتماعي كونها وسيلة تتيح للمستخدم التفاعل مع موضوعات المشاركة السياسية والقضايا المختلفة والتعبير عن آرائهم بحرية دون قيود، ومن هذه الدراسات دراسة عبد السلام أحمد (2020م)، بشري داود (2019م). نيكولاس،

جينينغز, كيفن (Nicolas M, Jennings, Kevin, 2019)، شيلدون، بافيكا كارون (Sheldon, Pavica, 2018,p23).

- **اختلاف المدرستين:** جاءت الدراسات السابقة مُتنوعة في إجراءاتها المنهجية من حيث الأهمية والأهداف والعينة والمنهج والأدوات المُستخدمة لجمع المعلومات والنتائج، والتي شكلت نتائجها الأساس العلمي الذي اعتمدت عليه الدراسة مع محاولة البناء عليه لتقديم إضافة علمية واستفادت من مُطالعتها بشكل أساسي في مقارنة نتائجها بنتائج الدراسة الراهنة، مما أفاد الباحثة في بلورة مُشكلة الدراسة ومُتغيراتها وحدودها وتحديد فروضها واختيار منهجها وأدواتها البحثية وإطارها النظري وذلك للوصول إلى أفضل النتائج، حيث ترتبط الأطر النظرية للدراسات السابقة التي تم التعليق عليها بالدراسة الحالية بدور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية.

#### مُشكلة الدراسة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يتبين دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالمشاركة السياسية، كونها تكتسب أهمية خاصة لدى مُستخدميها، حيث يعتمد عليها الجمهور في استقاء المعلومات والأخبار المُتعلقة بموضوعات المشاركة السياسية، وبما يتصل بدور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية، فقد وجدت المؤسسات الليبية القائمة علي الانتخابات في مواقع التواصل الاجتماعي بيئة جيدة في كسب تأييد المرأة الليبية من خلال تنمية وعيها بالمشاركة السياسية، لذلك تتمحور مُشكلة الدراسة في تساؤل رئيسي يقول: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية؟ في ظل الحضور الاجتماعي لجمهور الصفحات الإخبارية التفاعلية لمُتابعة مُحتوي المنصات الاجتماعية علي الشبكة.

#### وينبثق من هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:

- (1) ما العلاقة بين استخدام المرأة الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة في الاستفادة منها في المشاركة السياسية؟
- (2) ما العلاقة بين متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل؟

(3) تبيان الفروق بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمُتغير التوزيع الجغرافي ؟

#### فرضيات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها تمثلت فرضيات الدراسة في ثلاث فروض رئيسية، وهم:

(1) توجد علاقة دالة إحصائية بين استخدام المرأة الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة في الاستفادة منها في المشاركة السياسية.

(2) توجد علاقة دالة إحصائية متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل.

(3) توجد فروق دالة إحصائية بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمُتغير التوزيع الجغرافي.

#### أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة علي دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية، بوصفها وسيلة إعلامية هامة تعود بالنفع علي المرأة الليبية وتوعيتها بأهمية المشاركة السياسية وحق التصويت ودورها الفعال في المجتمع، فضلاً عن أنماط التفاعل مع الرأي والرأي الآخر نحوها بالحوار والمشاركة، وهو ما ينعكس بالإيجاب علي دورها في المجتمع الليبي بشكل عام.

#### أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة التعرف علي الهدف الرئيسي الآتي، وهو: دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية.

وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

(4) التعرف علي العلاقة بين استخدام المرأة الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الاستفادة منها في المشاركة السياسية.

(5) تبيان العلاقة بين متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل.

(6) تبيان الفروق بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمُتغير التوزيع الجغرافي.

#### عينة الدراسة:

أجريت هذه الدراسة علي عينة قوامها (360) مفردة من المرأة الليبية المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي والمقيمة بمناطق الريف والحضر تتراوح أعمارهم ما بين 18: 35 عاماً، 35: فأكثر، ويرجع أسباب اختيار العينة إلي:

- أنّ المرأة الليبية فئة وشريحة تُمثل قطاعاً فاعلاً في المُجتمع الليبي، بالإضافة إلي أنّ المرأة الليبية لديها حب الاطلاع علي موضوعات المشاركة السياسية، كما أنها ذات طابع متنوع و مستويات عمرية وتعليمية مُختلفة، مما يوفر للباحثة عينة تمثل المُجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً، وقد روعي عند اختيار العينة أن تكون مُمثلة لمناطق الريف والحضر، وفيما يلي توصيف العينة وفقاً للمُتغيرات الديموغرافية:

#### جدول (1) توصيف عينة الدراسة وفقاً للمُتغيرات الديموغرافية

الخصائص الديموغرافية	ك	%
العمر	30 : 18	59.73%
	35: فأكثر	40.27%
الحالة الاجتماعية	غير متزوجة	35%
	متزوجة	26.94%
	مطلقة	21.66%
	أرملة	16.38%
المستوي التعليمي	بكالوريوس	43.05%
	دارسات عليا	22.5%
	أساسي	20.83%
	متوسط	13.62%
التوزيع الجغرافي	ريف	44.45%
	حضر	55.55%
المستوي المهني	موظفة	31.94%
	طالبة	15.56%
	رية بيت	11.39%
	معلمة	19.73%
	أعمال حرة	21.38%

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

أ- فيما يتعلق بتوزيع العينة وفقاً للمتغير العمر: أظهرت النتائج أنّ الفئة العمرية (18: 30) جاءت بنسبة مُرتفعة قدرها (59.73%)، تليها الفئة العمرية (35 فأكثر) بنسبة (40.27%)، ويُفسر ذلك بأنه كلما كان السن أصغر كلما زادت نسبة المُتابعة لموضوعات المشاركة السياسية والشغف بالساحة السياسية الليبية .

ب- فيما يتعلق بتوزيع العينة وفقاً للمتغير الحالة الاجتماعية: كشفت نتائج الدراسة أنّ المبحوثات الغير متزوجات جاءت بنسبة (35%)، يليهم المتزوجات بنسبة (26.94%)، ومن ثم المطلقات بنسبة (21.66%)، وأخيراً الأرامل بنسبة (16.38%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ الغير متزوجات هي الفئة الأكثر أقبالاً علي مُتابعة موضوعات المشاركة السياسية والتفاعل معها، ويرجع ذلك لأنهم ذات كثافة مُرتفعة عن باقي الفئات ولتفرغها بمُتابعة شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة مقارنة بالمتزوجات والارامل .

ج- فيما يتعلق بتوزيع العينة وفقاً للمتغير المُستوي التعليمي: كشفت نتائج الدراسة أنّ أفراد العينة بدرجة البكالوريوس جاءوا في المقدمة بنسبة (43.05%)، يليهم الدراسات العليا بنسبة (22.5%)، ومن ثم التعليم الأساسي بنسبة (20.83%)، وأخير التعليم المتوسط بنسبة (13.62%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ مبحوثات في مرحلة البكالوريوس هي الفئة الأكثر أقبالاً علي مُتابعة موضوعات المشاركة السياسية، ويرجع ذلك لأنّ المرأة حاملة البكالوريوس هي الاكثر كثافة من غيرها لأنها يكفي بهذه الشهادة والالتفات للحياة الاجتماعية لقناعتها بأنها هذه الشهادة التي تنتهي فيها مرحلة التعليم الاعتيادية للمرأة على عكس أخريات ممن واصلن دراستهن .

د- فيما يتعلق بتوزيع العينة وفقاً للمتغير التوزيع الجغرافي: كشفت نتائج الدراسة أنّ أفراد العينة المقيمين بالحضر جاءوا في المقدمة بنسبة (55.55%)، يليهم المقيمين بالريف بنسبة (44.45%)، وتعزو الباحثة ذلك لأنّ مناطق الحضر ذات كثافة سكانية مرتفعة عن الريف.

هـ- فيما يتعلق بتوزيع العينة وفقاً للمتغير المُستوي المهني: كشفت نتائج الدراسة أنّ أفراد العينة بدرجة موظفة جاءوا في المقدمة بنسبة (31.94%)، تلاها أعمال حرة بنسبة

(21.38%)، ومن ثم معلمة بنسبة (19.73%)، وتبعها طالبة (15.56%)، وأخيراً ربة منزل بنسبة (11.39%).

#### مجتمع الدراسة:

يتمثل المُجتمع البشري في المرأة الليبية المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي والمقيمة بمناطق الريف والحضر.

#### حدود الدراسة:

- **الحدود البشرية:** تتمثل في عينة من المرأة الليبية المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي والمقيمة بمناطق الريف والحضر تتراوح أعمارهم بين (18: 35)، (35: فأكثر).
- **الحدود المكانية:** تقتصر على مناطق الريف والحضر التي تقيم بها المرأة الليبية المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد تم اختيار هذه المناطق لأنها ترتبط بمكان دراسة الباحث كما أنها تُمثل المرأة في المجتمع الليبي.
- **الحدود الموضوعية:** تقتصر على موضوعات المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتتمثل هذه الموضوعات في "الانتخابات الرئاسية والبرلمانية، الديمقراطية، حقوق المرأة، حرية التعبير، الاستفتاء على الدستور، الأحزاب السياسية".
- **الحدود الزمنية:** هي الفترة التي قامت فيها الباحثة بأجراء الدراسة الميدانية علي عينة جمهور المرأة الليبية المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي والمقيمة بمناطق الريف والحضر، وذلك في الفترة الممتدة من 2021/7/1م، وحتى 2021/8/30م.

#### أداة الدراسة:

صحيفة استبيان طبقت علي عينة عمدية قوامها (360) مفردة من جمهور المرأة الليبية المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي والمقيمة بمناطق الريف والحضر، كما طبقت الدراسة في الفترة الممتدة من 2021/7/1م، وحتى 2021/8/30م.

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلي الدارسات الوصفية، والتي تعتمد بشكل أساسي علي استخدام أسلوب المسح بالعينة، حيث يُعد الطريقة المثلي للحصول علي البيانات الكمية والنوعية لجميع فقرات صحيفة الاستبيان إذ يحتوي أسلوب المسح بالعينة علي جمع بيانات المبحوثات كأجزاء أساسية لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية، وذلك



لأنّ الباحثة في هذا النوع من الدراسات تبده برصد واستخراج النتائج من خلال البيانات ، وقد اتبعنا هذا المنهج لأنه يستجيب إلي هدف الدراسة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية، وذلك من خلال قياس استجابات المبحوثات وتفاعلهن مع موضوعات المشاركة السياسية، وبناءً علي ذلك يتم استنتاج العلاقة بين متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل معها.

#### متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: مواقع التواصل الاجتماعي.
- المتغير التابع: توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية.

#### الإطار المعرفي:

#### المرأة الليبية والمشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تحصلت المرأة الليبية على حق الترشح والتصويت سنة 1964م ( د.أكرم عدنني،63،2021) ومنذ ذلك الوقت وهي تمارس حقها السياسي في الدولة .

فهي كيان قائم بحد ذاته، مساوية لحقوقها أمام الرجل، يقتضي التعامل معها بالرفق والحنان، لها أولويات ومسؤوليات وأدوار مهمة في المجتمع (تياب خولة، 12،2018).

كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة إعلامية هامة في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية تجاه الموضوعات التي تثير اهتمامهم، فهي أدوات التواصل عبر شبكة الانترنت، والمحتوي المنشور عبر تلك المواقع سواء كان من وسائل الإعلام أو أفراد أو مؤسسات أخرى ( Jan H Kietzmann,2015,241-251)، فالمشاركة السياسية في حق الترشيح أو التصويت في الانتخابات أو الاهتمام بالقضايا والأمور السياسية ومشاركتها مع الآخرين أو العضوية في المنظمات، فهي محاولة للتأثير في متخذي القرار والمشاركة بإرادة وتأكيد للحق الديمقراطي لأفراد المجتمع (عزیز محمد السيد، 1994، 29)، فعملية التفاعل تقوم عبر تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل فضلاً عن الحوار والمشاركة لمضامين المادة الإعلامية عبر وسائل الاتصال الحديثة سواء بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة (جعفر شهيد، 2020، 562).

### المرأة الليبية ومشاركة موضوعات السياسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

هي التي تحمل هويتها وتعزز بقيمها الدينية وعاداتها العربية وتشارك في مختلف مجالات الحياة وتسعى إلى مواكبة تطور هذه المجالات بما فيها المجال التكنولوجي فتمارس هذه التكنولوجيا بما يوافق هويتها وتطلعاتها وميولها واتجاهاتها ويخدم احتياجاتها (أفنان بنت محمد، حليلة حبيب، 2018، 5).

فالمشاركة السياسية للمرأة هي المساهمة في صنع القرار السياسي والإداري والتحكم في الموارد على كافة المستويات، المشاركة السياسية هي سلوك مباشر أو غير مباشر يلعب بمقتضاه الفرد دوراً في الحياة السياسية لمجتمعه بهدف التأثير في عملية صنع القرار، وهي من آليات الديمقراطية في المجتمع التي تتيح إعادة تركيب بنية المجتمع ونظام السلطة فيه، لذلك هي أساس الديمقراطية وتعبير عن سيادة الشعب، وترتبط المشاركة السياسية بالاهتمام بالشأن العام وبمشاركة المواطنين والمواطنات في إنجازها، وبالتالي فهي تعبير للمواطنة ويجب ان تقوم على الحقوق المتساوية للجماعات وللنساء وللرجال على قدم المساواة وإمكانية التمتع وممارسة هذه الحقوق (التجمع النسائي الديمقراطي اللبناني، 2021).

ومواقع التواصل الاجتماعي هي تطبيقات تُقدم خدمات للأفراد عبر شبكة الإنترنت، وتسمح لهم بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المُسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، كما تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر (Boyd, Danah; Ellison, Nicole, 2007, 56)، بالإضافة إلى توافر آليات البحث عن مضامين ملفات الفيديو المتاحة على الصفحة وتحديد واختيار طريقة انسياب وعرض المعلومات بماً يتناسب مع طبيعة ورغبة المُستخدم (عباس ناجي، 2016، 45).

كما تعد تطبيقات التواصل الاجتماعية وسيلة تفاعلية فعالة في توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية، فهي تقوم على التفاعل والحوار المشاركة بين القائمين بالاتصال والمستخدمين، وتعد تطبيقات التواصل الاجتماعي المستخدمة في المشاركة السياسية، ومنها:

1- "الفيسبوك": هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي المستخدم في شبكة الاتصالات العنكبوتية الإنترنت، والذي يمكن مستخدميه من التواصل فيما بينهم، ونشر أخبارهم وتبادل وجهات نظرهم في القضايا والأفكار التي يطرحونها (عبد السلام عبد الحميد، 2020، 9).

2- "تويتر": موقع يتيح لمستخدميه إمكانية إرسال رسائل نصية قصيرة، فهو يتيح إمكانية التواصل الافتراضي والتفاعل بين الأفراد المستخدمين ويصل عدد التغريدات إلى 500 مليون تغريدة يومياً (أيمن أحمد، 2020، 92).

3- "اليوتيوب": موقع إلكتروني يعرض فيديوهات متنوعة في شتى المجالات على الشبكة العنكبوتية، حيث يمكن لمستخدميه المشاهدة الحية للفيديوهات التي تثير اتهامهم والتعبير عن آرائهم التعبير بالإعجاب، بالإضافة إلى إمكانية رفع فيديوهات أو إنشاء قناة على اليوتيوب، عبر إنشاء حساب علي الموقع (سهير محمد، 2018، 94)، فهو منصة تعليمية هامة في بث المحتوى التعليمي الذي يُشاهده الطلاب كونه يتيح التفاعل بين المعلم وطلابه (ADAM, A, MOWERS, H, 2018).

4- "انستجرام": هو أحد منصات التواصل الاجتماعي التي تُعنى بتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المُستخدم على هذه المنصة، كما يسمح الإنستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى كالفيسبوك وتويتر (Margaret Rouse, 2020).

وتتعدد موضوعات توعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها:

- الانتخابات الرئاسية والبرلمانية
- الديمقراطية
- حقوق المرأة
- حرية التعبير
- الأحزاب السياسية

أشكال تفاعل المرأة الليبية والمشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت أشكال التفاعل مع المرأة الليبية مع موضوعات المشاركة السياسية بالتغريدات،

والإعجاب، والتعليق، والمشاركات، ومنها:

1- **التغريدات Tweet**: وتعني النقر زر تغريد "Tweet" الموجود على أحد جانبي شاشة المتصفح لكتابة نصّ التغريدة بشرط أن يكون عدد حروفها كحد أقصى 280 حرفاً، كما يمكن إضافة صورة أو صورة متحركة وغيرها الإشارة إلى شخص محدد بوضع رمز (@) يليه اسم المستخدم الخاصّ به بوضع إشارة (#) (هايل الجازي، 2021).

2- **تسجيلات الإعجاب Likes records**: هي نمط من أنماط التفاعل مُتاح في الصفحات الإخبارية يتيح للمستخدم التفاعل مع القضايا والموضوعات المختلفة عبر الضغط على علامة like ثم الضغط على زر inter، كما تتميز خاصية الإعجاب بإمكانية الاشتراك في الصفحات الإخبارية عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم "Email"، وفي الصفحات الأخرى حسب رغبة المستخدم (محمود محمد، 57-58).

3- **التفاعل عبر كتابة التعليقات Interaction through writing comments**: هي شكل من أشكال التفاعل مُتاح بالصفحات الإخبارية بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "Facebook" حيث يُمكن لمستخدمين كتابة التعليقات "comment" حول القضايا التي تثير اهتمامهم ثم الضغط على زر inter، وتتميز هذه الوسيلة بتحقيق آلية التفاعل بين المستخدمين ، (محمود محمد، 57-58).

4- **المشاركات Share**: وتعني مشاركة المستخدمين للمحتوي الذي تقدمه الصفحات الإخبارية بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وتداوله بين المستخدمين عبر الصفحة الخاص بالمستخدم أو نشره علي جروب مُشترك بين المستخدمين أو موقع لأخر من علي الشبكة (خالد مهدي، 2018، 59).

#### إجراءات الصدق والثبات لصحيفة الاستبيان:

طبقت صحيفة استبيان علي عينة من المرأة الليبية المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي المقيمة بمناطق "الريف، والحضر"، وتم التحقق من الصدق الظاهري لصحيفة الاستبيان، وذلك من خلال عرضها على مجموعة من السادة المحكمين في مجال الإعلام وتم تعديل الاستمارة وفقاً لما أبدوه من ملاحظات، كما طبقت صحيفة الاستبيان خلال العام 2021م، وذلك في الفترة الممتدة من 2021/7/1م، وحتى 2021/8/30م، وقد اعتمدت الباحثة في حساب ثبات نتائج الاستبيان علي أسلوب إعادة الاختبار، حيث قامت الباحثة بعد جمع البيانات بإجراء دراسة على (5%) من إجمالي مُفردات الدراسة الميدانية (20) مُفردة باستخدام مُعامل

"Cranach's Alpha coefficient" ، مما يدل علي وجود نسبة اتساق عالية بين استجابات المبحوثين والجدول الآتي يوضح لنا حساب قيمة مُعامل الثبات لصحيفة الاستبيان:

### جدول (1) مُعامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستمارة

المجال	مُعامل ألفا كرونباخ
مُعامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستمارة	0.90

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

- أن قيمة مُعامل ألفا كرونباخ جاءت بنسبة مُرتفعة بلغت (0.90)، وهذا يعني أن مُعامل الثبات مُرتفع، كما يدل على عدم وجود اختلاف كبيرة في استجابات المبحوثات، وأن صحيفة الاستبيان صالحة للتطبيق.

### التحليل الإحصائي:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم جرت مُعالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم "spss"، وذلك باللجوء إلى المُعاملات والاختبارات والمُعالجات الإحصائية الآتية، وهي: (النسب والتكرارات الإحصائية البسيطة لأسئلة الاستبيان، كما تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون "person" لقياس شدة واتجاه العلاقة بين استخدام المرأة الليبية لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الاستفادة منها في المشاركة السياسية، فضلاً عن إيجاد العلاقة بين متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل، كما تم استخدام اختبار (T- Test) لإيجاد الفروق بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمُنغبر التوزيع الجغرافي.

### النتائج:

تمثلت عينة الدراسة الميدانية في الفئة العمرية (18: 35)، (35: فأكثر) من جمهور المرأة الليبية المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي والمقيمة بمناطق الريف والحضر، بالإضافة إلي نتائج اختبار صحة الفروض وربطها بتساؤلات وأهداف الدراسة، وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة:

## جدول (2) متابعة المبحوثات لموضوعات المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

م	متابعة المبحوثات لموضوعات المشاركة السياسية	ك	%
1	أتابع بدرجة كبيرة جداً	200	55.55%
2	أتابع بدرجة كبيرة	95	26.38%
3	أتابع في أوقات غير مُحددة	65	18.07%
الإجمالي			100%
		360	

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

- أكد (55.55%) من المبحوثات أنهم يتابعون موضوعات المشاركة السياسية بدرجة كبيرة جداً، تلاها المتابعة بدرجة كبيرة بنسبة (26.38%)، ومن ثم المتابعة في أوقات غير مُحددة بنسبة (18.07%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ المبحوثات يتابعن موضوعات المشاركة السياسية بدرجات متباينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها طبقاً لحاجة الجمهور للحصول على المعلومات المتعلقة بها ولمواكبة التطورات التكنولوجية المُتسارعة.

## جدول (3) متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة

## السياسية

م	الصفحات القائمة على التوعية بالمشاركة السياسية	المرأة الليبية المقيمة في الريف		المرأة الليبية المقيمة في الحضر		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	المرشحون	60	30%	45	28.12%	105	29.16%
2	وزارة الداخلية	30	15%	28	17.5%	58	16.12%
3	مجلس النواب الليبي	35	17.5%	22	13.75%	57	15.84%
4	الأحزاب السياسية	15	7.5%	20	12.5%	35	9.72%
5	الهيئة العليا للانتخابات	60	30%	45	28.13%	105	29.16%
الإجمالي		200	100%	160	100%	360	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

- أكد (29.16%) من أفراد العينة أنهم يفضلون متابعة صفحات مرشحون الانتخابات، و بنفس النسبة جاءت الهيئة العليا للانتخابات (29.16%)، يليها وزارة الداخلية بنسبة (16.12%)، ومن ثم مجلس النواب الليبي بنسبة (15.84%)، وأخيراً الأحزاب السياسية بنسبة (9.72%).

- وفي متابعة المرأة الليبية المقيمة بال حضر للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية: أوضحت النتائج أنّ (30%) من المبحوثات يفضلن متابعة صفحات المرشحات، الهيئة العليا للانتخابات، تلاها مجلس النواب الليبي بنسبة (17.5%)، ومن ثم وزارة الداخلية بنسبة (15%)، وأخيراً الأحزاب السياسية بنسبة (7.5%)، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج ما توصلت إليه دراسة جون إنلي (Gunn Enli, 2017)، حيث جاء الاهتمام بمتابعة صفحات المرشحات في المقدمة، وجاء أيضاً في المقدمة بالدراسة الحالية.
- وفي متابعة المرأة الليبية المقيمة بالريف للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية: أكد (28.12%) من أفراد العينة أنهم يفضلون متابعة صفحات المرشحات، و صفحات الهيئة العليا للانتخابات بنسبة مطابقة، تلاها وزارة الداخلية بنسبة (17.5%)، ومن ثم مجلس النواب الليبي بنسبة (13.75%)، وأخيراً الأحزاب السياسية بنسبة (12.5%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ متابعة الصفحات القائمة علي نشر التوعية بالمشاركة السياسية أصبح ضرورة للحصول على المعلومات ومعرفة برامج المرشحين بمختلف أشكالها طبقاً لحاجة الجمهور، حيث يتضح لنا وجود اتفاق بين المرأة الليبية المقيمة في الحضر والمقيمة في الريف من حيث متابعة صفحات المرشحات، و صفحات الهيئة العليا للانتخابات، والتي جاءت بنسب عالية ومقاربة حيث احتلت المرتبة الأولى في الفئتين .

#### جدول (4) متابعة المبحوثات لأشكال موضوعات المشاركة السياسية عبر مواقع

##### التواصل الاجتماعي

م	أشكال موضوعات المشاركة السياسية	ك	%
1	الانتخابات الرئاسية والبرلمانية	95	26.38%
2	الديمقراطية	80	22.22%
3	حقوق المرأة	65	18.05%
4	حرية التعبير	35	9.72%
5	الاستفتاء على الدستور	54	15%
6	الأحزاب السياسية	31	8.63%
سمح للمبحوثات اختيار أكثر من إجابة			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أكد (26.38%) من المبحوثات أنهم يفضلون متابعة الانتخابات الرئاسية والبرلمانية بين موضوعات المشاركة السياسية، يليها الديمقراطية بنسبة (22.22%)، ومن ثم حقوق المرأة بنسبة (18.05%)، وجاء الاستفتاء على الدستور بنسبة (15%)، وتبعها حرية التعبير بنسبة (9.72%)، وأخيراً الأحزاب السياسية بنسبة (8.63%)، ويتبين من النتائج السابقة: أن المبحوثات أهتمن بموضوعات الانتخابات البرلمانية والرئاسية وهي نتيجة متوقعة على اعتبار أن 24 ديسمبر القادم هو الموعد المحدد للانتخابات حسب ما جاء في ملتقى حوار جينيف.

جدول (5) درجة استفادة المبحوثات من متابعة موضوعات المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

م	درجة استفادة المبحوثين من متابعة موضوعات المشاركة السياسية	ك	%
1	استفيد بدرجة كبيرة جداً	147	40.83%
2	استفيد بدرجة كبيرة	115	31.94%
3	استفيد بدرجة متوسطة	98	27.23%
	الإجمالي	360	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أكد (40.83%) من أفراد العينة أنهم يستفيدون متابعة موضوعات المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة جداً، يليها المتابعة بدرجة كبيرة (31.94%)، ومن ثم الاستفادة بدرجة متوسطة بنسبة (27.23%)، ويتبين من النتائج السابقة: أن المبحوثات أستفدن من متابعة موضوعات المشاركة السياسية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يشير هذا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تهدف لجذب أكبر قدر من الناخبين وفتح مجال لإثراء النقاش التفاعلي حول الموضوعات التي تثير اهتمامهن.



جدول (6) مواقع التواصل الاجتماعي التي تتابع المبحوثات من خلالها موضوعات المشاركة السياسية

م	مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
1	"الفيسبوك"	128	35.55%
2	"توتير"	85	23.61%
3	"اليوتيوب"	113	31.38%
4	"انستجرام"	34	9.46%
الإجمالي		360	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أكد (35.55%) من أفراد العينة أنهم يفضلون متابعة موضوعات المشاركة السياسية عبر تطبيق "الفيسبوك"، يليها "اليوتيوب" (31.38%)، ومن ثم "توتير" بنسبة (23.61%)، وأخيراً "انستجرام" بنسبة (9.46%)، ويتبين من النتائج السابقة: أن المبحوثات يفضلن متابعة موضوعات المشاركة السياسية عبر "الفيسبوك، اليوتيوب"، وجاء بنسب متقاربة، وهذا يتفق مع دراسة (بشرى داود) حيث احتل موقع الفيس بوك الترتيب الأول لمتابعة أخبار الانتخابات، ومعظم الدراسات المذكورة في الدراسات السابقة التي اعتمدت على دراسة مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يشير هذا إلى أن هذه المواقع أكثر استخداماً لدى المرأة الليبية.

جدول (7) عناصر جذب المبحوثات اتجاه موضوعات المشاركة السياسية

م	عناصر جذب المبحوثات اتجاه موضوعات المشاركة السياسية	ك	%
1	مقاطع الفيديو التي تتضمن البرامج الانتخابية للمرشحين والديمقراطية وحقوق المرأة	153	42.5%
2	الصور الموضوعية	35	9.72%
3	الصور الشخصية	35	9.72%
4	حضور المرشح عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعله بالرد على الاستفسارات	137	38.06%
الإجمالي		360	100%

• تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

• أكد (42.5%) من المبحوثات أنهم ينجذبون نحو مقاطع الفيديو التي تتضمن البرامج الانتخابية للمرشحين والديمقراطية وحقوق المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها حضور المرشح الدائم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعله بالرد على الاستفسارات

بنسبة (38.06%)، ومن ثم الصور الموضوعية، الشخصية بنسبة متطابقة وهي (9.72%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ المبحوثات ينجذبن نحو مقاطع الفيديو التي تتضمن البرامج الانتخابية للمرشحين وحقوق المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعد من أهم عناصر الجذب للمرأة الليبية .

جدول (8) أشكال تفاعل المبحوثات مع موضوعات المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

م	أشكال تفاعل المبحوثات مع موضوعات المشاركة السياسية	ك	%
1	التغريدات Tweets	84	23.33%
2	تسجيلات الإعجاب like	60	16.68%
3	التعليق comment	132	36.66%
4	عمل المُشاركة Shaer	84	23.33%
الإجمالي		360	100%

- تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:
  - أكد (36.66%) من المبحوثات أنّهم يفضلون التفاعل بالتعليق مع موضوعات المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها التغريدات بنسبة (23.33%)، ومن ثم الإعجاب بنسبة (16.68%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ المبحوثات يجدن أنّ التفاعل وأدواته مع موضوعات المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي شيء هام لأنه يُساعدهم في الإفصاح عن آرائهم بشكل صريح تجاه آخر الأخبار ذات الصلة بتوعية المرأة الليبية بالمشاركة السياسية والتعبير عن الموضوعات المختلفة التي تثير اهتمامها في مناخ من الحرية والديمقراطية.
- الفرض الأول: ينص هذا الفرض علي أنه: توجد فروق دالة إحصائية بين استخدام المرأة الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الاستفادة منها في المشاركة السياسية.
- جدول (9) العلاقة بين استخدام المرأة الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الاستفادة منها في المشاركة السياسية.

استخدام المرأة الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي			المتغيرات
مُستوي الدلالة	مُستوي الدلالة	قيمة ر	
0.05	0.01	0.41 **	درجة الاستفادة

\*\* دال عند مُستوى (0.01)

\* دال عند مُستوى (0.05)

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون "person" اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام المرأة الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الاستفادة منها في المشاركة السياسية، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط ( $0.41^{**}$ )، وهي دالة عند مُستوي (0.01)، وبهذا نقبل الفرض القائل بأنه: توجد فروق دالة إحصائية بين استخدام المرأة الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الاستفادة منها في المشاركة السياسية، ويُفسر ذلك بأنه كلما زادت الاستخدام كلما زادت درجة الاستفادة.
- الفرض الثاني:** ينص هذا الفرض علي أنه: توجد علاقة دالة إحصائية بين متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل.

جدول (10) العلاقة بين متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل

متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية			المُتغيرات
مُستوي الدلالة	مُستوي الدلالة	قيمة ر	
0.05	0.01	0.44 **	أشكال التفاعل

\*\* دال عند مُستوي (0.01)

\* دال عند مُستوي (0.05)

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون "person" اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام المرأة الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الاستفادة منها في المشاركة السياسية، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط ( $0.44^{**}$ )، وهي دالة عند مُستوي (0.01)، وبهذا نقبل الفرض القائل بأنه: توجد علاقة دالة إحصائية بين متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل، ويُفسر ذلك بأنه كلما زادت المتابعة كلما زاد التفاعل.

الفرض الثالث: ينص هذا الفرض علي أنه: توجد فروق دالة إحصائية بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمُتغير التوزيع الجغرافي.

جدول (11) دلالة الفروق الإحصائية بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمُتغير التوزيع الجغرافي.

مستوي الدلالة	مستوي الدلالة	قيمة (ت)	المرأة الليبية المقيمة في الريف		المرأة الليبية المقيمة في الحضر		المقياس
			مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	
0.01	0.05	**4.21	0.96	2.65	1.00	2.93	متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية

\*\* دال عند مُستوي

\* دال عند مُستوي (0.05)

(0.01)

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

- باستخدام اختبار "T Test": اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمُتغير التوزيع الجغرافي، وفي اتجاه المرأة الليبية المقيمة في الحضر، وقد بلغت قيمة (ت) = (4.21\*\*)، وهي دالة عند مُستوي (0.01)، وقد يشير هذا إلي أنهم أكثر جرأة علي متابعة الصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية، والتي تهدف لتسير عملية الاتصال والمشاركة التفاعلية بين المرشحين والمستخدمين، وبهذا نقبل الفرض القائل بأنه: توجد فروق دالة إحصائية بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمُتغير التوزيع الجغرافي.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

بعد القيام بإجراء الدراسة الميدانية توصلنا إلي مجموعة من النتائج ومن أهمها:

- ثبوت صحة الفرض الأول: بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام المرأة الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الاستفادة منها في المشاركة السياسية.
- ثبوت صحة الفرض الثاني: بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل.

- ثبوت صحة الفرض الثالث: بوجود فروق دالة إحصائية بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمُتغير التوزيع الجغرافي، وفي اتجاه المرأة الليبية المقيمة في الحضر.

### خاتمة:

حاولت الباحثة من خلال الدراسة معرفة الفروق بين متابعة المرأة الليبية للموضوعات المتعلقة بالمشاركة السياسية وأشكال التفاعل، فضلاً لمعرفة الفروق بين أشكال متابعة المبحوثات للصفحات القائمة علي التوعية بالمشاركة السياسية وفقاً لمُتغير التوزيع الجغرافي، وفي اتجاه المرأة الليبية المقيمة في الحضر، وذلك لأنّ وسائل الإعلام الاجتماعي تشكل بيئة جيدة في كسب تأييد المرأة الليبية من خلال تنمية وعيها بالمشاركة السياسية وهو ما ينعكس بالإيجاب عليها ويبرز دورها في المجتمع، وقد توصلت الدراسة إلي مجموعة من التوصيات من أهمها التأكيد علي أهمية مشاركة المرأة الليبية بالحياة السياسية ودورها في المجتمع كشرط من شروط تحقيق الديمقراطية، وذلك من خلال عمل حملات توعية لها عبر المنصات الإلكترونية، مع عمل دورات لتأهيل النساء للترشح في المناصب القيادية كالدخول في البرلمان والمجالس النيابية وهو ما يعكس دور المرأة في المجتمع ويحقق مبدأ العدالة والمساواة.

### المراجع والمصادر:

#### أولاً: المصادر والمراجع العربية:

- أيمن أحمد فرج (2020). الشائعات والوعي السياسي لدى الشباب مرتادي اليوتيوب، بحث منشور في مجلة كلية الآداب، جامعة كفر الشيخ، العدد 53، المجلد 2، أبريل 2020م.
- التجمع النسائي الديمقراطي اللبناني (2021). مفاهيم المشاركة السياسية، متاح علي الرابط التالي: [/https://www.rdfwomen.org](https://www.rdfwomen.org)
- أفنان بنت محمد بن بركات، حلميه حبيب (2018). اتجاهات المرأة السعودية نحو التسوق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بحث منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، غزة: المركز القومي للبحوث، العدد 9، المجلد 2، ديسمبر 2018م.
- بشرى داود سبع السنجرى (2019). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 66، شتاء 2019م.

- تياب خولة (2018). واقع استخدام المرأة الجزائرية لموقع شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية.
- جعفر شهيد هاشم (2020). تفاعلية الجمهور مع التطبيقات الإعلانية في الفضائيات عبر أجهزة الهاتف المحمول، بحث منشور في مجلة كلية الآداب، جامعة بغداد: كلية الآداب، العدد 133، حزيران، 2020م.
- خالد مهدي حامد الشاعر (2018م). المُعالجة في قنوات اليوتيوب ومدى إدراك الجمهور المصري لها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
- سهير محمد (2020)، تعرض المرأة الأردنية لصفحات الشركات الترويجية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنوايا الشرائية لدرهين، بحث منشور في مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الرابع، المجلد 1، ديسمبر 2020م.
- عبد السلام عبد الحميد (2020). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل التواصل الأمثل بين الكلية وطلابها، بحث منشور في المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، المؤسسة الدولية لآفاق المستقبل، العدد 4، المجلد 2، أكتوبر 2020م.
- عباس ناجي حسن (2016). الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- عزيز محمد السيد (1994). السلوك السياسي "النظرية والواقع"، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي.
- محمود محمد (2021). أشكال التفاعل مع قضية انخفاض سعر الجنيه لدى مُستخدمي برامج صحافة الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بحث منشور في مجلة البحوث النوعية في مجالات التربية النوعية، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، العدد 37، المجلد 7، سبتمبر، 2021م.
- محمود محمد أحمد (2017). الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.

### ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية:

- ADAM, A, MOWERS, H. (2018). YouTube Comes to the Classroom, School Library Journal, 53(1):22, Retrieved 13/10/2018, from; <http://www.schoollibraryjournal.com>
- Mahmoud Mohamed Ahmed (2020). University youth interaction with the videos of the Lebanese movement on Facebook, Research published in the Journal of Afro-Asian Studies, Number4, Germany: Berlin: The Arab Democratic Center, January 2020.
- Gunn Enli (2017). Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election- European Journal of Communication 2017, Vol. 32(1) 50 –61© The Author(s) 2017 Reprints and permissions:

sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav DOI: 10.1177/0267323116682802  
journals.sagepub.com/home/ejc

- Margaret Rouse (2020) "Instagram", Available at the following link:<https://searchcio.techtarget.com/>
- Nicolas M. Anspach<sup>1</sup> , Jay T. Jennings, Kevin Arceneaux (2019). A little bit of knowledge: Facebook's News Feed and self-perceptions of knowledge, Research published in new media society, p1-9, Available at the following link: <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/journals-permissions>
- Jisu Kim, Seth C. Lewis, and Brendan R. Watson ( 2018). The Imagined Audience for and Perceived Quality of News Comments: Exploring the Perceptions of Commenters on News Sites and on Facebook, Research published in Social Media + Society, p1-12, January-March 2018.
- Sheldon Pavica .(2018) student favorite : Facebook and motives for its use. Southwestern Mass Communication Journal,p23.