

معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا المرأة السعودية في ضوء تغير الثقافة المجتمعية للمجتمع وفقاً لرؤية 2030

صفية إبراهيم العبدالكريم

قسم الإعلام - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة الملك سعود - الرياض - المملكة العربية السعودية

(تاريخ الاستلام: 2025-09-04؛ تاريخ القبول: 2025-11-04)

مستخلص البحث: هدفت الدراسة الى التعرف على أطر معالجة المواقع الصحفية الإلكترونية لقضايا المرأة السعودية في ضوء تغير الثقافة المجتمعية للمجتمع وفقاً لرؤية 2030، بالاعتماد على منهج المسح من خلال تحليل مضمون عينة من مضامين المواقع الصحفية تمثلت في (صحيفة الوطن، صحيفة الرياض، صحيفة اليوم، صحيفة عكاظ، وصحيفة صدى الإلكترونية)، قوامها 554 مادة صحفية وتوصلت الى:

جاء في مقدمة القضايا الخاصة بالمرأة السعودية التي تناولتها مواقع الصحف السعودية "تمكين المرأة السعودية" بنسبة 26%، يليها "اقتحام مجالات العمل المختلفة" بنسبة 17%، ثم "نماذج قيادية" بنسبة 13%، ثم "صحة المرأة" بنسبة 12%، يليها "دخول الملاعب" بنسبة 8%، يليها "قيادة المركبات والسيارات" بنسبة 6%.

جاء المجال الصحي في مقدمة مجالات الاهتمام بالمرأة السعودية بنسبة 17.5% ثم مجال التجارة والأعمال بنسبة 13.5% يليه كلاً من المجال الثقافي بنسبة 13.4%، ثم المجال التنموي بنسبة 13.2% وجاء المجال الدبلوماسي بنسبة 12.5%.

جاء في مقدمة اتجاهات معالجة المواقع الصحفية الخمسة عينة الدراسة لمعالجة قضايا المرأة السعودية الاتجاه الإيجابي بنسبة 81% ثم الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية بنسبة 17.7%، ثم الاتجاه السلبي في الترتيب الثالث بنسبة بسيطة جداً بلغت 1.3%.

الكلمات المفتاحية: المرأة السعودية - الثقافة المجتمعية - رؤية 2030 - الصحافة الإلكترونية.

The electronic press's treatment of Saudi women's issues in light of the changing societal culture of society in accordance with Vision 2030.

Safiya I Alabdalkarim

Mass Communication Department - College of humanities and Social Sciences - King Saud University
- Riyadh, Saudi Arabia

(Received: 04-09-2025; Accepted: 04-11-2025)

Abstract: The study aimed to identify the frameworks for addressing the issues of Saudi women by websites in the light of the change in the societal culture of society in accordance with Vision 2030, relying on the survey methodology through analyzing the content of a sample of the contents and news of a number of news press websites. (Al-Watan newspaper, Al-Riyadh newspaper, Al-Youm newspaper, Okaz newspaper, and the saudiecho), the study sample totaled 554 news and reports.

At the forefront of the issues related to Saudi women that were covered by Saudi newspaper websites, the study sample during the study period came as "the empowerment of Saudi women" with a rate of 26%, followed by "breaking into various fields of work" with a rate of 17%, then "leadership models" with a rate of 13%.

The health field came at the forefront of areas of interest to Saudi women with a rate of 17.5%, then the field of commerce and business with a rate of 13.5%.

At the forefront of the trends in dealing with the three journalistic websites of the study sample for dealing with Saudi women's issues was the positive trend with a percentage of 81%.

Keywords: Saudi women, social culture, Vision 2030, websites.



DOI: 10.12816/0062482

(*) Corresponding Author:

Safiya I Alabdalkarim – Mass Communication
Department, College of humanities and Social
Sciences, King Saud University - Riyadh, Saudi
Arabia

E-mail: salabdulkrem@ksu.edu.sa

(*) للمراسلة:

صفية إبراهيم العبدالكريم
قسم الإعلام - كلية العلوم الإنسانية
والاجتماعية - جامعة الملك سعود - الرياض -
المملكة العربية السعودية

البريد الإلكتروني:

salabdulkrem@ksu.edu.sa

1 مقدمة:

شهد المجتمع السعودي سلسلة من التحولات الاجتماعية والثقافية التي تضمنت ما يتعلق بتعزيز دور المرأة وتمكينها في المجتمع، (سلامة، 2019)، وذلك منذ أن أطلقت المملكة العربية السعودية رؤية 2030 في أبريل 2016. تعكس الرؤية التقدير الحقيقي لحكومة المملكة العربية السعودية للمرأة السعودية التي أثبتت وجودها بكفاءة رغم وجود العديد من التحديات الاجتماعية التي كانت تعوق ذلك والتي تتمثل في ثقافة المجتمع السعودي نفسه حيث شجعت الحكومة السعودية المرأة على دخول سوق العمل وعملت على رفع نسبة مشاركتها فيه من 22% إلى 30% وزيادة عددهن إلى أربعة أمثاله في المناصب العليا ومن خلال مجالات العمل المختلفة (الوهيبي، 2017).

كما يعد انطلاق رؤية المملكة 2030 نقطة تحول في المجتمع السعودي في كافة المجالات، إلا أن واقع المرأة السعودية قد حظي باهتمام وعناية خاصة حيث استطاعت المرأة من خلال تلك الرؤية المباركة أن تخطو خطوات تاريخية مواكبة لمتغيرات العصر ومخرجاته ومراحل المختلفة بفضل من الله ثم بدعم من الحكومة الرشيدة التي جعلت للمرأة السعودية مكانة خاصة لرؤية 2030.

وكان لابد لأن يواكب هذا التحول في ثقافة المجتمع ونظرته إلى دور المرأة تغير في الصورة الإعلامية لدى المرأة السعودية وقضاياها. وهنا يأتي دور المواقع الصحفية مصدراً رئيساً للمفاهيم والتصورات عن المجتمع وأداة هامة للتعبير عن القيم والاتجاهات المختلفة وعاملاً مؤثراً في بناء آراء الجمهور ومواقفهم وتشكيله تجاه القضايا الحياتية. لذا يعوّل على الصحافة بشكل عام والرقمية بشكل خاص القيام بدورها الاستراتيجي لمناقشة قضايا المرأة السعودية ومعالجتها لمواكبة الواقع الجديد، ونقل صورة معبرة عنها للمجتمعات العربية والأجنبية على حد سواء.

ولاشك أن هناك دوراً تنموياً للصحافة ينبغي أن تقوم به من خلال نشر الأفكار والاتجاهات الحديثة نحو دعم مشاركة المرأة في جهود التنمية وتغيير القيم السلبية تجاه مكانتها وحقوقها في المجتمع بما يتوافق مع الدور الذي أصبحت المرأة تنقله في كثير من المجالات. لذا ترى الباحثة أنه قد أصبح من الضروري رصد وتحليل معالجة المواقع الصحفية لقضايا وأخبار المرأة السعودية في المواقع الصحفية والموضوعات التي تتعلق بها والكشف عن استطاعة تلك المواقع مواكبة التحولات المحورية في المسار التنموي للمرأة السعودية وإلى أي مدى استطاعت تلك المواقع من التعبير عن واقع المرأة السعودية والفقرات الحضارية والتطورات المتلاحقة في واقعها الذي دعمته رؤية المملكة العربية السعودية 2030

إلى جانب رصد الأطر التي تناولتها المواقع في معالجة تلك القضايا.

1-1 الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت معالجة المواقع الإخبارية لقضايا المرأة بشكل عام:

تناولت دراسات كثيرة معالجة المواقع الإخبارية لقضايا المرأة، وركزت على أساليب المعالجة وأهم القضايا التي ركزت عليها والأطر والاستمالات التي وظفتها خلال معالجة تلك القضايا. من تلك الدراسات ما توصلت إليه دراسة نور (2025) التي أكدت أن قضايا العنف ضد المرأة جاءت في المرتبة الأولى في مواقع الدراسة، في حين جاءت قضايا الأحوال الشخصية في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاءت قضايا تمكين المرأة، وكان الاعتماد الأكبر على الشكل الخبري في كافة صحف الدراسة، واحتل الاتجاه المتوازن النسبة الكبرى بين اتجاهات المعالجة بنسبة 94.3%.

كما تناولت دراسة Morris (2025) معالجة الصحافة الإلكترونية لحركة #MeToo الخاصة بقصص الاغتصاب للمرأة، من خلال تحليل صحفيين إلكترونيين في المملكة المتحدة، هما The Sun و The Guardian. وقد أظهرت النتائج أن الصحفيين تعتمدان بشكل أساسي على الصور النمطية الضارة، وتضخيم القضايا، وإعطاء الأولوية لوضع الجاني على تجارب الناجيات. كما أظهرت الصحفيين تأطيراً يركز على الضحية ويراعي الاعتبارات الاجتماعية، ويطالبون بالإصلاح.

واستشرفت دراسة حسن وآخرون (2025) مستقبل التغطية الإعلامية لقضايا المرأة المصرية خلال الفترة من 2025م وحتى 2035م "في ضوء الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة المصرية 2030". وقد أسفرت الدراسة عن أهمية دور التغطية الإعلامية لقضايا المرأة المصرية في المجمع المصري خلال الآونة الأخيرة، وأظهرت الدراسة أنها تتعلق بعدة متغيرات محورية خلال العقد القادم تتمثل في السياق السياسي والبيئة الاقتصادية والإعلامية والتغيرات المجتمعية والتطورات التكنولوجية.

في حين توصلت دراسة الدسوقي (2025) إلى أن تمثيلات المرأة في مقالات الرأي تخضع لتأثيرات جنسانية واضحة، حيث تميل الكاتبات إلى إنتاج تمثيلات نقدية وتحليلية تُعيد تقديم المرأة كفاعل اجتماعي ضمن واقع معقد، في مقابل محتوى تقليدي يُعيد إنتاج الصور النمطية لدى الكتاب.

توصلت دراسة (Al Obeidli 2024) إلى أن دولة الإمارات تسعى إلى تمكين المرأة الإماراتية في الكثير من المجالات، من خلال إتاحة فرص العمل في مجال الصحافة سواء داخل غرف الأخبار أو على الشاشات

الصحف الإلكترونية عينة الدراسة من حيث الاهتمام بقضايا التمكين الاقتصادي للمرأة. وجاءت الصور في المرتبة الأولى، وجاء الخبر في المرتبة الأولى بالنسبة للقوالب الصحفية بالصحف الإلكترونية، وهذا يعني أن المعالجة الصحفية غلب عليها النمط الخبري.

كما توصلت دراسة الدسوقي (2020) إلى افتقار المواقع الإلكترونية التي تم تحليلها لآليات التفاعلية التي تحقق التواصل المباشر والفوري مع الجمهور. وتمثلت أبرز أطروحات القضايا التي تناولها الخطاب الإعلامي لمنظمة الأمم المتحدة في القضايا الاجتماعية ومن أهمها قضايا العنف ضد المرأة بكافة أشكاله. وكانت أغلب البراهين التي صاحبت تلك القضايا منطقية تمثلت في أرقام وإحصاءات.

كذلك سلطت دراسة العطيفي (2020) الضوء على التعرف على طريقة معالجة الصحف الحزبية والخاصة لقضايا المرأة المصرية، وتوصلت إلى أن القضايا السياسية احتلت الترتيب الأول، وتصدرت بها (قضية حق المرأة في الانتخاب)، تليها (المشاركة السياسية للمرأة)، كما توصلت إلى أن القضايا الاجتماعية تحتل المرتبة الثانية، واحتلت قضية (المساواة بين المرأة والرجل) الترتيب الأول في القضايا الاجتماعية.

وفي سلطنة عمان توصلت دراسة بن خميس (2019) إلى أن الاحتفال بـ "يوم المرأة العمانية" جاء في مقدمة قضايا المرأة، وأكدت نتائج الدراسة الميدانية أن دافع "التعرف على الآراء والأفكار المطروحة تجاه قضايا المرأة" جاء في مقدمة دوافع اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العمانية لمتابعة قضايا المرأة. وأشارت النتائج إلى أن أغلب المبحوثين لديهم آراء إيجابية حول مدى إسهام وسائل الإعلام العمانية في زيادة معلوماتهم حول قضايا المرأة العمانية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت معالجة المواقع الصحفية لقضايا المرأة السعودية:

ركزت عدد من الدراسات على قضايا المرأة السعودية حيث تناولت دراسة (Alghamdi 2025) كيفية تأطير المنشورات الأمريكية والسعودية للمرأة السعودية المصورة من خلال مراجعة الصور المستخدمة في التقارير الإخبارية حول قضايا المرأة السعودية. وقامت الدراسة بتحليل منشورات صحف نيويورك تايمز وواشنطن بوست والجزيرة والوطن. وأكدت الدراسة على أن الإطار الإنساني كان أكثر انتشاراً في وسائل الإعلام الأمريكية، في حين كان الإطار الاقتصادي أكثر انتشاراً في المنشورات السعودية.

وتظهر أيضاً دراسة (Beazera 2025) أن تغطية قضايا المرأة تتم بطريقة شاملة ومُكَّنة، تتضمن وجهات

والقنوات الفضائية، إلى جانب تمكينها في مجال سوق العمل وريادة الأعمال، بالإضافة إلى تمكين المرأة في مجال التعليم مساواة مع الرجل، كذلك السماح لها بتولي المناصب المهمة مثل مجال العمل الدبلوماسي.

في حين كشفت دراسة (Edam 2024) عن تباينات ملحوظة في تصوير المرأة العربية في وسائل الإعلام العربية والغربية. ففي الصحف العربية، غالباً ما يتم تصوير المرأة العربية على أنها امرأة قوية ومحترمة وماهرة ومتعلمة وقادرة على المساهمة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وعلى النقيض تميل بعض وسائل الإعلام العربية إلى تصوير النساء العربيات باعتبارهن مضطهدات، وخاضعات، ومبتلاة بعدم المساواة، ومخفيات عن الأنظار، ومقيدات بقواعد دينية تتعلق بالزواج واللباس.

وهو نفس ماتوصلت إليه دراسة (Edam, B et al 2023) حيث أشارت إلى وجود تباين واضح في الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمدت عليها المواقع العربية والأجنبية فيما يتعلق بتغطية القضايا المتعلقة بالمرأة العربية. حيث ركزت المواقع العربية على إستراتيجيات اتصالية تقوم على الدفاع عن موقف الأنظمة العربية والإسلام فيما يتعلق بحقوق المرأة، في حين ركزت المواقع الغربية على تعزيز مناصرة المرأة العربية لحقوقها، وحث السلطات الغربية على فرض عقوبات على الدول العربية التي لا تحترم حقوق المرأة.

في حين توصلت دراسة الجوينات (2022) إلى أن الصحف الإلكترونية الأردنية اهتمت بشكل كبير بانعكاسات قضايا العنف ضد المرأة، وتوصلت إلى أن هناك تباين واضح بفئات الاتجاهات، فقد ركزت الصحف الإلكترونية الأردنية على الاتجاهات الإيجابية بنسبة 64.4%. وجاء "الإطار العاطفي والنفسي" في المرتبة الأولى من الأطر المستخدمة بنسبة 24.1%، وكانت الاستمالات "المختلطة" قد جاءت على رأس قائمة الاستمالات المستخدمة.

وقد سلطت دراسة كشيدة (2021) الضوء على المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في الصحافة النسوية الجزائرية، من خلال تطبيق منهج المسح وخلصت الدراسة إلى أن الخط الذي تسير عليه الصحافة النسوية في الجزائر هو خط يلهي المرأة بمشكلات لا تتعلق بالإطار الاجتماعي والسياسي والثقافي والديني لتطور المجتمع الجزائري، وقد جاءت المعالجة الإعلامية للموضوع بشكل أقل من الذي يتناسب مع مكانة المرأة ودورها داخل المجتمع الجزائري.

وفي جمهورية مصر العربية أجري أحمد (2020) دراسة لبحث أطر معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا تمكين المرأة، بالاعتماد على المنهج المسحي وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة وجود اتفاق بين جميع مواقع

كما أشارت دراسة Albawardi & Jones (2023) إلى مجموعة من القضايا المتعلقة بالمرأة السعودية، ومن بينها القرار المتعلق بقيادة المرأة كما بينت نتائج الدراسة أن صورة المرأة السعودية قد تحسنت بشكل كبير بعد القرارات التي قامت بها الحكومة من أجل رفع القيود عن كثير من الأمور المتعلقة بالمرأة. ومن بين القضايا التي تناولتها المواقع الاخبارية محل الدراسة موضوع المساواة مع الرجل في المجتمع السعودي وتمكين المرأة من كثير من المجالات.

وقد توصلت دراسة BOERO (2023) إلى أن المملكة العربية السعودية شهدت كثيراً من التغيرات الصناعية أو الإعلامية أو الثقافية التي بدورها أحدثت مجموعة من التطورات المتسارعة في البيئة السعودية كان من نتائجها إحداث تأثير كبير على المرأة السعودية، وسمح لها بالكثير من المزايا منها السماح لها بقيادة السيارة، والسماح للمرأة السعودية وفق ضوابط مقننة ومحددة بالسفر خارجياً حتى مع عدم وجود محرم. كما بينت الدراسة دور المرأة كشريك فاعل للرجل في كافة الأنشطة الثقافية والأعمال السينمائية والدرامية.

كما توصلت دراسة Rizvi (2022) إلى أن الحكومة السعودية تسعى بجهود حثيثة وخطى متسارعة من أجل دمج المرأة في سوق العمل، والعمل على تمكينها من المساهمة الفاعلة في مجال ريادة الأعمال ضمن إطار رؤية المملكة 2030. كما بينت أن الحكومة قامت بسن التشريعات التي تضمن للمرأة السعودية إدارة مشاريعها الخاصة بنفسها بالإضافة إلى أحقيتها في تولي المناصب العليا.

واتفقت معها دراسة Müller (2022) حيث توصلت إلى أن المواقع الإلكترونية والصحف السعودية استهدفت تحسين صورة المملكة العربية السعودية من خلال التركيز على القوانين والإجراءات التي تعمل على تحسين وضع المرأة في المجتمع. كما بينت وجود اتجاه كبير لدى الصحف والمواقع السعودية من أجل إبراز الأخبار المتعلقة بتمكين المرأة.

ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة Elyas (2022) التي أكدت على أن المرأة السعودية تم تقديمها بشكل إيجابي من خلال التركيز على عدد من القضايا المختلفة، التي تشير إلى تطور وضع المرأة السعودية في كافة المجالات الحيوية والمهمة ومن بينها مجالات السياسة والتعليم والاقتصاد والرياضة وريادة الأعمال والمشاركة في الأنشطة الرياضية.

كما بحثت دراسة Alshehri (2022) أثر التغير الثقافي في المملكة العربية السعودية على دور المرأة داخل المجتمع، وأكدت أنه في الفترة الأخيرة حدث تغيير جذري في الثقافة السعودية خاصة فيما يتعلق بنظرتها

نظر واهتمامات فريدة للأقلية، مما يعزز الهويات، وي طرح قضايا مجتمعية محددة، ويدعو إلى العمل، ويعزز التضامن بين مختلف الأطياف. كما تكشف هذه التمثيلات عن التوترات المعقدة بين الجماهير المهيمنة والمناهضة للهيمنة والتي تُناقشها وسائل إعلام الأقليات باستمرار من خلال محتواها.

كما ركزت دراسة البصلة (2025) على تحليل لغة الخطاب الإعلامي السعودي وعناوين مقالاته الموجهة لتمكين المرأة في ضوء رؤية المملكة 2030 والمواثيق والاتفاقيات الدولية بالنظر إلى الدور الفاعل الذي يؤديه الإعلام في التأثير على أفراد المجتمع نحو التمكين غير المحدود للمرأة السعودية. أوضحت الدراسة أن المحتوى التخطيطي للرؤية أفاد من أهداف التنمية، وحرص على تنفيذ البنود الواردة في المواثيق المتعلقة بحقوقها منذ بداية الالتزام بها، فحاول استخدام لغة الخطاب الموجه لتحقيقها كما أسهم في تكوين الوعي بحقوقها، فكان دوره فاعلاً في تمكينها.

كما توصلت دراسة Ghobain (2024) إلى أن الحكومة السعودية سعت إلى اتخاذ الإجراءات التي ترفع الكثير من القيود الموجودة على المرأة في السعودية. حيث سعت بجهود حثيثة إلى دمج المرأة السعودية، وتمكينها في المجتمع، والاستعانة بها في كثير من الأعمال والمناصب، ومن بينها الأعمال السياسية وتمثيل الدولة خارجياً. كما بينت أن المملكة العربية السعودية تقوم بالعمل على الاستعانة بها في أعمال الجيش المتعلقة بالأعمال الإدارية التي يمكن الاستفادة من المرأة في ذلك الجانب.

فيما توصلت دراسة Alzahrani (2023) إلى أن المواقع الإخبارية العربية اعتمدت على الأطر الإيجابية في تغطية قضايا المرأة العربية والمقارنة بين الأدوار ومكانتها في المجتمع قبل رؤية 2030 وبعدها من خلال التركيز على الإنجازات التي تحققت للمرأة. وبينت أن المواقع الإخبارية الأجنبية اتخذت منحى إيجابياً فيما يتعلق برؤية المملكة العربية السعودية 2030 المتعلقة بالمرأة وأنها ساهمت بشكل كبير في تمكين المرأة السعودية.

كذلك أشارت دراسة Sibai (2024) إلى أن هناك تبايناً واضحاً فيما يتعلق بكيفية تناول المواقع الإخبارية محل الدراسة لقضايا وحقوق المرأة السعودية. وأشارت إلى أن المواقع الإخبارية البريطانية استعانت بالصور التي تشير إلى تمكين المرأة السعودية من خلال إظهارها في مجال العمل إلى جانب الرجل بالإضافة إلى نشر الصور التي تشير إلى رفع القيود من القيود التي كانت موجودة في المجتمع السعودي والمتعلقة بالمرأة السعودية، ومن بينها القدرة على قيادة السيارة والسفر خارج البلاد.

إيجابية، طبقاً لتغير الثقافة المجتمعية.

5. تنوعت الدراسات التي اعتمدت على تحليل وسائل إعلام محلية ما بين صحف وقنوات فضائية، وأكدت معظمها على تغيير الصورة التي كانت تقدم بها المرأة السعودية من الصورة السلبية من بداية عام 2014 إلى 2018 ثم تغير الوضع بعد ذلك طبقاً لتحقيق رؤية المملكة العربية السعودية 2030 التي أكدت على الاهتمام الكبير الذي أولته الحكومة السعودية بقضايا المرأة ودخلها عدة مجالات جديدة ساهمت بشكل فاعل في تمكين المرأة.

6. كان هناك تطبيق محدود لدراسة معالجة قضايا المرأة السعودية في الصحافة العربية؛ تمثلت في عدة دراسات قارنت بين صورة المرأة السعودية في الصحافة العربية والغربية، وحسب اطلاع الباحثة، لم تخصص أى من الدراسات لتحليل أطر معالجة المواقع الإلكترونية لقضايا المرأة السعودية مع ربطها بالتغير الثقافي في المجتمع السعودي طبقاً لرؤية 2030، وهو ما تتناوله الدراسة الحالية.

2-1 مشكلة الدراسة:

في الأعوام القليلة الماضية شهدت المملكة العربية السعودية تطورات اقتصادية واجتماعية وثقافية وصحية، انعكست إيجاباً على مشاركة المرأة في المجال العام، فقد عكست رؤية 2030 إرادة سياسية لتطوير وضع المرأة، وتمكينها، ورفع مستوى مشاركتها الاقتصادية، والعمل على بناء قدراتها ومعرفة، وقد تضمنت مزايا وفرصا أكثر لدور المرأة السعودية، تهدف إلى تمكينها بشكل أكبر وفي مجالات أوسع.

وفي ضوء تغير ثقافة المجتمعات بشكل مستمر تقوم وسائل الإعلام عامة بدور محوري في التأثير على الحراك الاجتماعي لأي من القضايا سلباً أو إيجاباً، وذلك بطريقة تتناول الموضوع وطرحه، وهو بذلك ساهم في تشكيل الرأي العام، وخاصة المواقع الصحفية التي أصبحت شاهدة على التغيرات الجذرية التي طرأت على واقع المرأة السعودية بعد انطلاق رؤية 2030 وما تبعها من قرارات أسهمت في دعم وتمكين المرأة السعودية كقناة تنموية غيرت حاضرها، ومستقبلها. وفي ظل التغير الثقافي الذي شهده المجتمع السعودي خلال السنوات الماضية والذي أثر على كافة مناحي الحياة فإن تمكين المرأة وما يتبعه من تغيير وتطوير إيجابي لدورها على مختلف الأصعدة كان أحد تلك الجوانب التي شهدت تغيراً كبيراً في المجتمع السعودي. ولما كانت وسائل الإعلام تختلف في تناولها للقضايا طبقاً للإطار المستخدم، فإن مشكلة الدراسة الحالية تتمثل في رصد وتحليل أطر معالجة المواقع الصحفية لقضايا المرأة السعودية في ضوء تطور الثقافة المجتمعية تبعاً لرؤية المملكة العربية السعودية 2030.

للمرأة والدور الذي يمكن أن تؤديه في المجتمع. ولهذا كان هناك مجموعة من الإجراءات التي اتخذتها الحكومة من أجل إعادة هيكلة دور المرأة في المجتمع سواء من خلال تمكينها من الوظائف القيادية، أو فتح سوق العمل لها بعد الاختصار بشكل كبير على الرجل لفترات طويلة.

وتوصلت دراسة Guta & Karolak (2020) إلى أن هناك تحولاً في صورة المرأة السعودية من مجرد امرأة تحتاج في كثير من الأحيان إلى الموافقة المستمرة من وليها في المجال العام إلى امرأة تتمكن من أن تتخذ قراراتها، وتنجز أموراً بنفسها، وتشارك بنشاط في كافة أشكال الحياة، وهو ما يعتبر تحولاً جذرياً في الخطابات الإعلامية السعودية الرسمية، وكذلك في الصحافة الغربية.

وكشفت دراسة محمد (2019) عن ربط الصحف العربية بين مكاسب المرأة السعودية ورؤية السعودية 2030 بشكل مباشر واعتبرتها تحقيقاً لأهداف الرؤية. وأبرزت صحف الدراسة الخمس صورة غير نمطية للمرأة السعودية من خلال منحها أدواراً عصرية ومتطورة، جاء في مقدمتها قيادة السيارة، فضلاً عن إبراز نماذج ملهمة لقيادات نسائية سعودية شغلت مناصب عليا على الصعيد السياسي والتعليمي والصحي والاقتصادي والثقافي.

التعليق على نتائج الدراسات السابقة:

1. من الملاحظ اهتمام الدراسات الإعلامية بدراسة وضع المرأة العربية بصفة عامة، كما يلاحظ اهتمام الباحثين الأجانب بدراسة دور المتغيرات الثقافية في تغيير الوضع الاجتماعي للمرأة العربية بشكل عام والسعودية بشكل خاص.

2. أكدت النتائج وجود تراكم بحثي في مجال رصد المعالجة الإعلامية وتحليلها لدور وقضايا المرأة السعودية في وسائل الإعلام سواء (المحلية أو العربية أو الأجنبية) يمتد لأكثر من عشر سنوات مما يشير إلى أهمية الموضوع.

3. تنوعت الدراسات السابقة ما بين دراسات تحليلية وميدانية وإن غلبت الدراسات التحليلية التي استهدفت تحليل مضمون أو خطاب وسائل الإعلام من صحف وقنوات فضائية، أما الدراسات الميدانية فطبقت على عينة من النساء السعوديات، أو جمهور المرأة العربية بصفة عامة.

4. كان هناك اهتمام بحثي ملحوظ برصد صورة المرأة السعودية والقضايا المرتبطة بها في وسائل الإعلام الغربية (فرنسية وأمريكية وبريطانية)، واتفقت نتائج هذه الدراسات على أن الإعلام الغربي مستمر في تقديم صورة سلبية عن المرأة السعودية، والمرأة العربية عموماً، باستثناء دراستين كشفتنا عن محاولات لكسر الصورة النمطية واستبدالها بصورة جديدة أكثر

4. ما القضايا المتعلقة بالمرأة السعودية التي ركزت عليها الصحف الإلكترونية خلال فترة التحليل؟
5. ما صفات المرأة السعودية التي أبرزتها المواقع الصحفية السعودية بعد انطلاق رؤية 2030؟
6. ما المجالات التي اهتمت بها الصحف الإلكترونية في إطار تناولها لقضايا المرأة السعودية خلال فترة الدراسة؟
7. ما اتجاهات معالجة قضايا المرأة السعودية في المواقع الصحفية السعودية؟
8. ما نوع الاستمالات المستخدمة في معالجة قضايا المرأة السعودية في المواقع الصحفية؟
9. ما الأطر التي اعتمدت عليها المواقع الصحفية عند معالجة قضايا المرأة السعودية؟

1-6 الإطار النظري للدراسة:

ترجع جذور نظرية الأطر الخيرية إلى عالم الاجتماع جوفمان إيرفنج Goffman Eerving عام 1974، الذي عرف الإطار بأنه "تحديد بعض جوانب الواقع المتصور وجعله أكثر بروزاً في النص الإعلامي (Michael, 2013). وبذلك فإن وسائل الإعلام تضع الأخبار في إطارات وحزم تفسيرية سهلة الفهم، وتتوقع من الجمهور أن يستخدم هذه الإطارات لفهم هذه الأخبار ومعالجتها، وبالتالي فالوسيلة الإعلامية تقول للجمهور ما هو مهم لمعرفته عن قضية محددة، وبذلك تتشكل التصورات والاتجاهات الخاصة بالجمهور (Alshaih, 2019).

ويرى Tewksbur أن نظرية الأطر الإعلامية تقوم بمجموعة من الوظائف والتي تشمل تبسيط الأخبار التي يتم تقديمها إلى الجمهور، وتقديم إطار معرفي إدراكي إلى الجمهور، وكذلك تشتيت انتباه الجمهور من خلال التركيز على بعض الأبعاد في الأخبار والمعلومات المقدمة مما يسهم في تحول تركيز الجمهور إلى جوانب معينة لتحقيق بعض الأهداف التي تسعى الوسيلة إلى تحقيقها، كما أنها تقوم بتحجيم تفكير الجمهور وقصر تفكيره على بعض الأمور وعدم السماح له بالتفكير خارج الصندوق (Tewksbury, 2019).

وتعبر نظرية الأطر أو Framing Theory من النظريات الإعلامية المستخدمة في تفسير المحتوى الإعلامي المقدم إلى الجمهور. تفترض النظرية أن وسائل الإعلام تقوم بتقديم الأخبار والمعلومات إلى الجمهور من خلال التركيز على زوايا أو جوانب معينة في الخبر، لهذا لا يقتصر دور وسائل الإعلام على وضع الأجندة الإعلامية للجمهور حول المواضيع التي يمكن أن تشغل اهتماماتهم بل أيضاً كيفية التفكير في تلك المواضيع والقضايا (Youmans, 2022). وتفترض النظرية مايلي: (Smith, 2022)

1-3 أهمية الدراسة:

1. تؤكد الدراسة على قلة الأبحاث التي تناولت تحليل أطر المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة السعودية في المواقع الإخبارية بعد انطلاق رؤية 2030 لحدثة الفترة الزمنية، فالصحافة الإلكترونية تعد وسيطاً أساسياً في العملية الهادفة لتحسين وضع النساء في المجتمع بوجه عام، وذلك عبر التفعيل الصحيح لدورها كحامل للرسائل ومشكّل للأفكار والصور الذهنية وأنماط التفكير والاتجاهات.
2. تظهر الدراسة أهميتها لعنصرين، أولهما رؤية 2030 التي تأتي المرأة السعودية في عمقها، ثانيهما المرأة السعودية والتغيرات الجذرية التي طرأت على واقعها؛ حيث تسهم نتائج الدراسة في تحليل الأطر المستخدمة في معالجة قضايا المرأة السعودية في المواقع الإخبارية بالشكل الذي يسهم في فهم طبيعة الدور.

3. تسهم الدراسة في تزويد القائمين بالاتصال في المؤسسات الحكومية والإعلامية بالمعلومات عن أهم القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي، وبالتالي زيادة الجرة الإعلامية لمثل هذه القضايا بما يتوافق وأهميتها بالنسبة للمجتمع.

1-4 أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في رصد معالجة قضايا المرأة السعودية وتحليلها في عينة من مواقع الصحف السعودية طبقاً للحراك الثقافي والمجتمعي بعد انطلاق رؤية 2030، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية، هي:

1. التعرف على أبرز القضايا المتعلقة بالمرأة السعودية التي تناولتها الصحافة السعودية خلال فترة التحليل.
2. الكشف عن اتجاهات المضمون الصحفي نحو قضايا المرأة السعودية سواء كانت اتجاهات داعمة أو نقدية أو تقليدية.
3. استجلاء أثر التغير الثقافي في المجتمع السعودي على الحراك الاجتماعي للمرأة وانعكاس ذلك على أدوار المرأة في ضوء رؤية السعودية 2030.
4. تحديد الفنون والقوالب الصحفية التي اعتمدتها الصحافة السعودية في تقديم قضايا المرأة السعودية مثل الخبر، التحقيق، التقرير، المقال وغيرها.

1-5 تساؤلات الدراسة:

1. ما القوالب الصحفية التي قدمت من خلالها المواقع الصحفية صورة المرأة السعودية؟
2. ما مدى توظيف المواقع الصحفية للعناصر البصرية والوسائط المتعددة عند عرض قضايا المرأة السعودية؟
3. ما المصادر التي اعتمدت عليها المواقع الصحفية السعودية في معالجتها لقضايا المرأة السعودية؟

تلك الإجراءات تستهدف تعزيز مكانة المرأة في الأسرة والمجتمع وعدم حصر المرأة في جانب معين مما ينعكس بشكل كبير على مستوى الثقة بالنفس والكفاءة الذاتية لدى المرأة السعودية (Al-Rashidi, 2022). ويشير اهتمام الحكومة السعودية بتمكين المرأة في إطار سياستها الاقتصادية الجديدة إلى تكافؤ الفرص، مما يعزز من دورها في تسنم مختلف المناصب الاجتماعية والاقتصادية والوظيفية. وتشمل هذه الآفاق الاستثمار في التعليم، ورفع المشاركة الاقتصادية للمرأة، وتشجيع الشركات على مساعدة المرأة على التقدم في حياتها المهنية وتعزيز الاستقلال المالي. (Karolak, 2023).

وقد حصدت المرأة السعودية خلال السنوات التي أعقبت إعلان رؤية المملكة 2030 مكاسب وإنجازات عظيمة، إذ سمح لها بقيادة السيارات، وتولت مناصب حكومية رفيعة في مختلف المجالات بالمملكة العربية السعودية، منها المجال السياسي، والرياضي، وقطاع المال والأعمال والتعليم العام والجامعي وتقديم الخدمات لها دون اشتراط موافقة ولي الأمر وفق ضوابط محددة ومقننة إلى جانب تطبيق الرياضة النسائية بمدارس البنات، وغيرها من المكاسب التي توالى تباعاً. واشتركت أيضاً في عضوية مجلس الشورى بعد أن تم تخصيص 20% من مقاعد المجلس للنساء ليشاركن في اتخاذ القرارات المهمة لصالح المواطن والمجتمع. (Aljarodi, 2022).

وعلى مستوى العمل وشغل الوظائف بالدولة، أصبحت المرأة السعودية تؤدي دوراً مهماً في التنمية المستدامة لرأس المال البشري. كما أن تمكينها يعد أمراً حيويًا في عملية التحول في إطار خطة التنمية المستدامة التي تتبناها المملكة العربية السعودية. لذلك اتخذت المملكة عدة إجراءات استراتيجية واستباقية لتحقيق تلك الرؤية، مما زاد من دور المرأة في الحياة الاجتماعية بشكل ملحوظ، بل إن الحكومة السعودية سعت إلى تمكين المرأة السعودية من ذوي الاحتياجات الخاصة في سوق العمل من خلال زيادة نسبة فرص العمل المتاحة لتلك الفئة. (Nasser, 2023).

وفي إطار تلك التطورات التي تحرص عليها المملكة العربية السعودية فيما يتعلق بتمكين المرأة تمكنت المرأة السعودية من أن تبدأ أعمالها التجارية الخاصة وتباشرها شخصياً. كما تم منح المرأة إمكان الوصول بشكل مستقل وخاص إلى الخدمات الحكومية والوظائف والتعليم والرعاية الصحية دون الحاجة إلى موافقة مسبقة من ولي أمرها. (Al-wesmi, 2023).

وخلال السنوات الماضية حدثت نقلة نوعية جديدة للمرأة السعودية، حيث أكدت الحكومة السعودية على أهمية دور المرأة في البناء الوطني (Tawfiq, 2022) مما أدى إلى ارتفاع أعداد النساء السعوديات اللاتي يحصلن على فرص عمل. ويرجع ذلك إلى تغيير الثقافة

1. أن الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى معين، إنما تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

2. تركيز وسائل الإعلام في رسائلها على جوانب بعينها في القضية دون غيرها (أي تحديد لأطر بعينها) يخلق معايير معينة يستخدمها الجمهور المشاهد في تقييمهم للقضية.

3. الاستعانة بالأطر المرجعية المختلفة في الرسالة الإعلامية يؤدي بدوره إلى اختلاف الأحكام التي يصدرها الرأي العام تجاه الأحداث والقضايا المختلفة.

4. أن وسائل الإعلام تتجاوز عملية إبراز أحداث أو قضايا معينة من خلال اختيارها لما يجب أن ينشر من القصص الخبرية عندما نقوم بعرضها في إطار معين.

7-1 توظيف الإطار النظري في الدراسة الحالية:

يمكن توظيف نظرية الأطر الخبرية في الدراسة الحالية باختبار الفرض الرئيس لها، وهو أن وسائل الإعلام تقوم بتوجيه الجمهور نحو قضايا وجوانب معينة فيها من خلال انتقاء جوانب معينة من القضايا وإبرازها في النص الإعلامي، مما يؤثر على كيفية إدراك الجمهور وتفسيره وتقييمه لتلك القضايا. وفي سياق الدراسة الحالية، تعمل رؤية المملكة 2030 وتغير الثقافة المجتمعية كأطر تفرض سياق المعالجة، ومن ثم فإن الدراسة تسعى إلى تحديد الأنماط والأطر التي استخدمتها الصحافة الإلكترونية السعودية لتقديم قضايا المرأة، وذلك بما يتوافق مع طبيعة كل صحيفة وبما يتناسب مع تغيير الثقافة المجتمعية في المملكة.

8-1 الإطار المعرفي للدراسة:

رؤية المملكة العربية السعودية 2030 وقضايا المرأة السعودية:

قدمت رؤية المملكة العربية السعودية 2030 نظرة عميقة للمرأة السعودية ودورها القيادي في المجتمع ومنحتها أدواراً تنموية فعالة لتحقيق نجاحات كبيرة على كافة الأصعدة، حيث جاءت أفكار ومشاريع رؤية 2030 مواكبة للتطور العالمي في جميع قطاعاته، وذلك في انسجام تام مع خصائص المجتمع السعودي وثقافته الأصيلة؛ لنجد تمكين المرأة من ممارسة دورها القيادي في تنمية المجتمع يتصاعد في مختلف الميادين.

وكانت المملكة العربية السعودية قد سعت إلى التنمية والتطوير الشامل بالنسبة للمرأة السعودية من خلال دراسة جميع العوامل التي تنعكس بشأن كبير على تمكين المرأة وتطوير الذات وزيادة الثقة في النفس لهذا أطلقت المملكة العربية السعودية مجموعة من المبادرات ووضعت حزمة من الإجراءات لتطوير الشعور بالاستقلالية والثقة بالنفس.

9-1 نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى وصف الظاهرة، والتعرف على عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع المعلومات وتحليلها.

10-1 منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقه التحليلي باعتباره أنسب المناهج ملائمة للدراسات الوصفية، والذي يحاول وصف الظاهرة محل الدراسة.

11-1 مصطلحات الدراسة:**رؤية السعودية 2030:**

هي خطة أعلنها ولي العهد صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبدالعزيز آل سعود في 25 إبريل 2016 بهدف تحسين الجوانب المختلفة في المملكة العربية السعودية وتعتمد على ثلاثة محاور؛ مجتمع حيوي، اقتصاد مزدهر ووطن طموح، وتستند إلى مقومات المملكة ومكامن قوتها لدعم المواطنين في تحقيق تطلعاتهم.

الثقافة المجتمعية:

تعرف بأنها عملية وعي جميع أفراد المجتمع لكافة العلوم والمعارف في مختلف مسارات الحياة، كلما زادت قدرة الفرد وحصوله على الخبرة في الحياة زادت نسبة الوعي الثقافي لديه، وأصبح عنصراً بنّاء في المجتمع. (العتابي والهاشمي، 2018)

قضايا المرأة السعودية:

تعرف اجرائياً بأنها هي تلك الموضوعات والأبعاد التي تُقدّم من خلالها الصحافة السعودية الموضوعات الخاصة بالمرأة السعودية بهدف تشكيل الاتجاهات نحو تلك القضايا.

المواقع الصحفية الإلكترونية:

تعرف اجرائياً بأنها الصحف اليومية التي تصدر بالمملكة العربية السعودية سواء كان لها نسخة مطبوعة أم لا ولها مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت.

12-1 مجتمع وعينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في كافة المواقع الإلكترونية الصحفية التي تصدر بالمملكة العربية السعودية، إلا أن الباحثة قامت بتحديد عينة عمدية من المواد في المواقع الصحفية التي تمثلت في (صحيفة الرياض وموقع صحيفة اليوم وجريدة الوطن وصحيفة عكاظ وصحيفة صدى الإلكترونية) بواقع 554 خبراً وتقريراً خلال الفترة من منتصف شهر سبتمبر 2022 إلى منتصف شهر مارس 2023.

السعودية التي توسعت بمجالات متعددة في مجال التعليم العالي للإناث (Alrimali 2023) مما كان له أثر بالغ في هذا التغير الوظيفي. ونتيجة لهذا التغير أصبح ينظر إلى المرأة كأحد العناصر الفاعلة في الأسرة والمجتمع، حيث تقوم بشغل معظم الوظائف المجتمعية وعدم الاقتصار على دورها كوسيط تربوي داخل الأسرة. (Bajri، 2022)

أما فيما يتعلق بتمكين المرأة السعودية في مجال التعليم، فقد التحقت النساء السعوديات بالجامعات منذ السبعينيات، لكن فرصهن التعليمية نمت بشكل ملحوظ على مدى السنوات الخمس عشرة الماضية (Alzahrani 2023). ويقوم برنامج الدراسة في الخارج الذي تموله الحكومة السعودية والذي تم إطلاقه في عام 2005 بإرسال عشرات الآلاف من الشابات السعوديات إلى خارج المملكة العربية السعودية، وذلك من أجل رفع المستوى العلمي والمعرفي من خلال التزويد بالخبرات العلمية من جميع الدول المتقدمة. وبذلت الحكومة السعودية في سبيل ذلك جهوداً كبيرة لتفعيل دور النساء السعوديات في مجال التعليم وذلك في إطار استراتيجية المملكة العربية السعودية الواعدة. (Alotaibi، 2022)

وعلى المستوى السياسي، فقد بدأت المملكة العربية السعودية بتوسيع حقوق المرأة مبكراً حيث حققت المرأة تقدماً خاصاً في السياسة في السنوات الأخيرة (Alasghar 2023). وفي سلسلة من الخطوات الأولى، عينت امرأة في منصب نائبة وزير التعليم في عام 2009، ومستشارة في الحكومة، وسفيرة لدى الولايات المتحدة، وفي عام 2015، مُنحت المرأة السعودية حق التصويت والترشح في الانتخابات البلدية، وشاركت ما يقرب من 1000 امرأة في حملات انتخابية للحصول على مقاعد في المجالس المحلية. (Alhawsawi، 2022)

وبالنسبة لقضايا الاهتمام بالمرأة فقد كانت قضية قيادة المرأة للسيارة أحد القضايا المهمة في المجتمع السعودي، حيث أصدر خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود قراراً بمنح المرأة حق القيادة في 2017، Hurley (2022) وقد نال القرار استحساناً كبيراً من المجتمع المحلي في ظل خطة التنمية "رؤية السعودية 2030" باعتبار أنه سيحدث تطورات أخرى في المجتمع فيما يتعلق بتمكين المرأة. (ALHARBI، 2022).

ونتيجة للتغيرات الاجتماعية والثقافية التي شهدتها المملكة العربية السعودية، فقد تأثرت أوضاع المرأة السعودية بشكل كبير داخل المجتمع السعودي (Alshmary 2023). وقد اتخذت المملكة العربية السعودية في إطار رؤيتها التنموية مجموعة من الإجراءات بهدف تحسين وضع المرأة في المجتمع وفقاً لبرامج تمكين المرأة، وهو ما ظهر بوضوح في شغل المرأة لعدد من مجالات العمل المختلفة (Dakheel 2023). كما تم رفع القيود فيما يتعلق بقيادة المرأة للسيارة وغير ذلك من الأمور المتعلقة بالمرأة. (Al-Nasrallah، 2023)

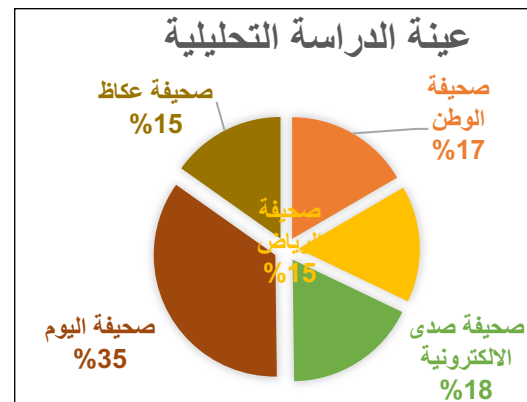
مبررات اختيار العينة:

1. حددت الباحثة المواقع الصحفية الخمسة وفقاً للتقسيم الخاص بالمملكة بحيث تمثل كل صحيفة إحدى المناطق السعودية كالمناطق الشرقية التي تمثلها صحيفة اليوم والمنطقة الوسطى التي تمثلها جريدة الرياض وهكذا.

2. يرجع اختيار تلك الصحف دون غيرها لأسباب ترجع إلى طبيعة هذه الصحف التي تعنى بالجوانب الاجتماعية بالمملكة وقيامها بعرض قضايا التنمية البشرية والاجتماعية بالسعودية من خلال عرض القضايا الأبرز والأحداث الاجتماعية التي تشهدها المملكة.

3. حددت الباحثة فترة التحليل خلال الفترة من منتصف شهر سبتمبر 2022 إلى منتصف شهر مارس 2023، حيث شهدت عدداً من الأحداث مثل الاحتفال باليوم الوطني للمملكة العربية السعودية والاحتفال باليوم العالمي للمرأة، وانطلاق المؤتمر السعودي الثاني لصحة المرأة والاستعداد لاستضافة المؤتمر الدولي لدور المرأة في الإسلام، إلى جانب عدد كبير من الأخبار التي تناولت إنجازات المرأة في مجالات عدة مثل الفضاء والقوات المسلحة والطيران والهندسة.

شكل (1)



13-1 أدوات جمع البيانات:

تم توظيف أداة تحليل المضمون بشقيها الكمي والكيفي في تحليل المواد الصحفية التي نشرتها المواقع الإلكترونية للصحف السعودية عينة الدراسة للوقوف على كثافة تناول وتفسيرات طرح قضايا المرأة السعودية التي تتناولها المواقع الإلكترونية.

14-1 فئات التحليل:

أولاً: فئات الشكل:

1. فئات القالب المستخدم: وهو القالب الذي جاء به الخبر على صفحات الصحف السعودية الإلكترونية، ويتكون من: (خبر - تحقيق - تقرير - حديث - مقال).

2. الوسائل المتعددة (الأساليب الفنية المستخدمة): وهي العناصر الفنية المستخدمة عند تناول الصحف الإلكترونية لقضايا متعلقة بالمرأة السعودية، وتتكون من (الصور - فيديوهات - انفوجراف - غيرها).

ثانياً: فئات المضمون:

1. فئة مصادر الأخبار: وهي المصادر التي اعتمدت عليها الصحف السعودية عند تناول قضايا المرأة السعودية، مثل (محرر - وكالات انباء - مواقع تليفزيونية - قناة فضائية وغيرها).

2. فئة مضمون الأخبار والقضايا: ويقصد بها القضايا والموضوعات المتعلقة بالمرأة السعودية والتي تناولتها الصحف الإلكترونية مثل (تمكين المرأة - اقتحام مجالات العمل - نماذج قيادية - صحة المرأة - دخول الملاعب - قيادة المركبات والسيارات - اللباس وغيرها).

3. فئات الصفات التي ركزت عليها الصحف الإلكترونية: ويقصد بها الصفات التي وصفت بها الصحف الإلكترونية للمرأة السعودية مثل (قيادية - شريكة في التنمية - نموذج يحتذى به - محققة إنجازات - مازالت تطالب بحقوقها وغيرها).

4. مجالات الاهتمام: ويقصد بها مجالات الاهتمام بالمرأة السعودية التي ركزت عليها الصحف السعودية مثل (المجال الصحي - مجال التجارة والأعمال - المجال الثقافي - المجال التنموي - المجال الدبلوماسي - الإعلام والفنون وغير ذلك).

5. فئة اتجاه المعالجة الصحفية: ويقصد بها الاتجاه الذي يميل إليه عرض الخبر في الصحف، ومنها الإيجابي والسلبى والمحايد أو غير واضح.

6. فئة الاستمالات المستخدمة: ويقصد بها نوع الاستمالات التي تعتمد عليها الصحف في تقديمها لقضايا المرأة (عاطفية - منطقية - الاثنين معا).

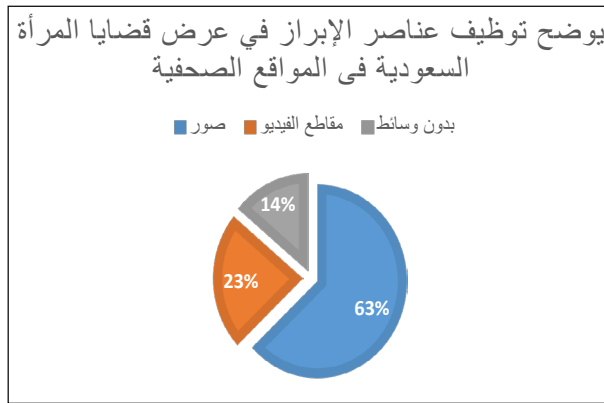
7. فئة الأطر الخيرية المستخدمة: وهي الأطر التي اعتمدت عليها الصحف في إبراز جوانب معينة بقضايا المرأة السعودية مثل (الاهتمامات الإنسانية - النتائج الاقتصادية - الدعم والتأييد - الصراع - المسؤولية وغيرها).

15-1 إجراءات صدق وثبات أدوات التحليل:

صدق الاستمارة:

صممت استمارة تحليل المضمون بالاستفادة من الدراسات السابقة والاعتماد على نتائج الدراسة الاستطلاعية ثم اتبعت إجراءات التحقق من صدق الاستمارة من خلال تحكيم مجموعة من أساتذة الإعلام بجامعة الملك سعود والإمام محمد بن سعود الإسلامية

شكل (3)



يوضح الشكل السابق توظيف الصحف عينة الدراسة للوسائط المتعددة فيما يتعلق بعرض قضايا المرأة السعودية. وقد جاء توظيف الصور في المقدمة بنسبة 63% أي أن أكثر من نصف المواد التحريرية رافقتها صور، ويلاحظ أن النسبة الأغلب للصور كانت لنساء سعوديات في مؤتمرات خاصة بالمرأة أو أثناء وجودهن في أعمالهم في المجالات المختلفة. وبالإضافة لاستخدام صور أرشيفية لنساء سعوديات يرتدين العباءات التقليدية مع الأخبار الخاصة بقرارات تمكين المرأة السعودية ودخولها مجالات عمل جديدة، فضلاً عن صور النساء السعوديات اللواتي تقلدن مناصب قيادية، فكنَّ مبتسمات.

وجاءت مقاطع الفيديو في المرتبة الثانية بنسبة 23% وتنوعت ما بين مقاطع الفيديو لنساء يُقدن سياراتهن، ومقطع لأول مذيعة في القناة السعودية الرسمية، ومقاطع لسعوديات يشجعن في الملاعب، ومقاطع انتشرت على الإنترنت لمقاطع مصورة عن قرارات حكومية لزيادة تمكين المرأة والاهتمام بها، بينما لم تستعمل نسبة 14% أيّاً من الوسائط المتعددة، في حين جاءت على هيئة موضوعات متابعة أو مقالات للرأي وغير ذلك.

ويشير الاهتمام باستخدام الوسائط المتعددة مع الأخبار الخاصة بالمرأة إلى أهمية تلك الأخبار، حيث أوضحت قضايا المرأة السعودية محط أنظار العالم للحديث عنها خاصة بعد منح الثقة الملكية الكاملة لها، حيث استطاعت أن تخطو في مسيرتها التاريخية بحزمة من التفوق والنجاح الباهر في مجالات متعددة، والتي أثبتت كفاءتها وقدراتها من خلال تقديم الكثير من الإنجازات والأبحاث العلمية والخدمات الصحية والتعليم، كما أنها مثلت وطنها في العالم وأيضاً دورها الدبلوماسي والبرلماني. منذ أن قاد ولي العهد الأمير محمد بن سلمان مشروع تمكين المرأة السعودية القانوني والاجتماعي والسياسي والرياضي.

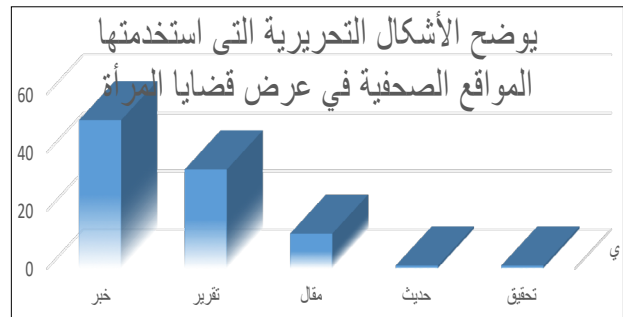
واستوفت كافة الملاحظات التي أبدوها من أجل أن تكون الاستمارة أكثر دقة ووضوحاً.

إجراءات الثبات:

لحساب درجة الثبات في الدراسة أعيد تحليل مضمون عينة فرعية من إجمالي المادة التحريرية لمواقع الصحف العربية الخمسة عينة الدراسة بنسبة 10% تقريباً من إجمالي عينة الدراسة التي بلغت (554) مادة صحفية بواقع (55) مادة تحريرية، وقد بلغ متوسط مُعامل الثبات في تحليل مواقع الصحف 90.9%، وهي نسبة مقبولة في البحوث الإعلامية.

2 نتائج الدراسة:

شكل (2)



يوضح الشكل السابق الأشكال التحريرية التي وظفتها المواقع الصحفية عينة الدراسة في عرض قضايا المرأة السعودية، وجاء في المقدمة الخبر بنسبة 51%، وجاء التقرير في المرتبة الثانية بنسبة 34%، وهو ما يعكس اهتمام صحف العينة بعرض تفاصيل القرارات والأحداث المتعلقة بالمرأة السعودية، كما يعكس طبيعة الإعلام الإلكتروني الذي يركز على السرعة والتحديث المستمر، وجاء في المرتبة الثالثة المقال بنسبة 12% نظراً للتحويلات الاستراتيجية التي تشهدها أوضاع المرأة واحتياجها للتفسير والتحليل من قبل الكتاب والمحليين في كافة المجالات، وجاءت المقالات التي تناولتها المواقع الصحفية مؤيدة ومدعمة بشدة للتغيرات الجوهرية التي تشهدها المرأة السعودية ومتفائلة بمستقبل واعد. في حين جاء كل من الحديث الصحفي والتحقيق الصحفي بنسب بسيطة جداً حيث كانت 1% لكل منهما، وتشير النتائج السابقة إلى غلبة الطابع الخبري على المواد التحريرية التي غطت قضايا المرأة السعودية بالصحف الخمس عينة الدراسة، وبذلك تتوافق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة أحمد (2020) التي أكدت غلبة الطابع الخبري على أخبار ومضامين المواقع الإلكترونية عند معالجة قضايا المرأة، كما تتوافق مع نتائج دراسة نور (2025) التي أكدت أن الاعتماد الأكبر على الشكل الخبري في كافة صحف الدراسة.

جدول (1)

يوضح مصادر المواد التحريرية الخاصة بقضايا المرأة السعودية في صحف العينة

المواقع الصحفية		صحيفة الوطن		صحيفة الرياض		صحيفة اليوم		صحيفة عكاظ		صحيفة صدى الإلكترونية		المجموع	
المصادر	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
محرر	45	49	43	50	102	53	56	67	51	52	297	54	
وكالة أنباء	12	13	12	14	23	12	9	11	10	10	66	12	
مواقع تواصل اجتماعي	13	14	14	16	19	10	6	7	21	21	73	13	
صحف	10	11	9	10	31	16	6	7	7	7	63	11	
قنوات فضائية	12	13	8	9	19	10	7	8	9	9	55	10	
المجموع	92	100	86	100	194	100	84	100	98	100	554	100.0	

يعكس تأثير هذه البيئة الرقمية في تشكيل أجندة المواقع الصحفية نحو قضايا المرأة.

وجاء في المرتبة الثالثة وكالات الأنباء بنسبة 12%، وتمثلت في رويترز ووكالة الأنباء السعودية "واس" ووكالة فرانس برس ووكالة الأنباء الألمانية ووكالة أنباء الشرق الأوسط (أ.ش.أ)، ثم جاءت الصحف في المرتبة الرابعة بنسبة 10%، وكان من ضمنها صحيفة البيان الإماراتية وبعض الصحف الأردنية كما استعانت ببعض الصحف المصرية لإبراز دور المرأة العربية خاصة في المجال الدبلوماسي، وأخيراً جاءت القنوات الفضائية بنسبة 10%.

وتشير النتائج السابقة إلى تنوع مصادر تغطية صورة المرأة السعودية ما بين المصادر الرسمية وغير الرسمية ومصادر سعودية وعربية وغربية مما أثرى المادة المقدمة، ويميزها بالعمق والشمول ويعطي مصداقية أكبر للمعلومات الواردة، كما يسهم في تزويد القارئ بمعلومات أكثر تنوعاً لتكوين صورة متكاملة وأكثر واقعية لدور المرأة وتطوره في المجتمع السعودي.

يوضح الجدول السابق المصادر التي اعتمدت عليها صحف العينة الخمسة في تغطية قضايا موضوعات خاصة بالمرأة السعودية وجاء في المقدمة محرر الصحيفة بنسبة 54%، ويمكن تفسير هذا المركز المتقدم في ضوء أن كل صحيفة يكون بها محرر مسؤول عن ملف معين، وهو ما يعطي مؤشراً على الاهتمام بتخصيص كوادر صحفية متخصصة في شؤون المرأة وذلك يؤكد على أهمية قضايا المرأة خاصة السعودية وأهمية مكانتها لدى المجتمع السعودي، ويلاحظ في الصحف الخمس أن محرري غالبية المواد التحريرية المتعلقة بصورة المرأة السعودية رجال، وأن النسبة الأقل من الموضوعات حررتها نساء، جاء في المرتبة الثانية موقع التواصل الاجتماعي (منصة X) بنسبة 13% والذي حرصت الصحف الخمس على متابعته وجاء ذلك في نقل تغريدات كبار الشخصيات والمسؤولين الذين أدلوا بتصريحات متعلقة بالمرأة السعودية لرصد رد الفعل المحلي والعالمي وجاءت التغريدات إشادة بخطوات تمكين المرأة السعودية، وتؤكد نسبة اعتماد الصحف على هذه المواقع على أنها أصبحت تلعب دوراً مهماً كمصدر رئيسي للمواد الإخبارية المتعلقة بالمرأة وهذا التوجه

جدول (2)

يوضح القضايا المتعلقة بالمرأة السعودية التي طرحتها صحف العينة

المواقع الصحفية		صحيفة الوطن		صحيفة الرياض		صحيفة اليوم		صحيفة عكاظ		صحيفة صدى الإلكترونية		المجموع	
القضايا		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تمكين المرأة السعودية		36	23	46	31	53	22	35	31	42	29	212	26
اقتحام مجالات العمل		32	20	29	19	26	11	21	19	30	21	138	17
نماذج قيادية		18	11	19	13	35	14	18	16	12	8	102	13
صحة المرأة		23	15	12	8	22	9	16	14	21	15	94	12
دخول الملاعب		13	8	10	7	26	11	9	8	9	6	67	8
قيادة المركبات والسيارات		8	5	12	8	23	9	2	2	7	5	52	6
اللباس		9	6	7	5	19	8	2	2	10	7	47	6
قرارات لرفع القيود		11	7	7	5	19	8	3	3	6	4	46	6
موضوعات أخرى		8	5	7	5	20	8	7	6	7	5	49	6
المجموع		158	100	149	100	243	100	113	100	144	100	807	100.0

يوضح الجدول السابق القضايا المتعلقة بالقضايا الخاصة بالمرأة السعودية التي تناولتها مواقع الصحف السعودية عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، وقد جاء في مقدمة القضايا "تمكين المرأة السعودية" بنسبة 26%، يليها "اقتحام مجالات العمل المختلفة" بنسبة 17%، ثم "نماذج قيادية" بنسبة 13%، ثم "صحة المرأة" بنسبة 12%، يليها "دخول الملاعب" بنسبة 8%، يليها "قيادة المركبات والسيارات"، و"قضية اللباس"، و"قرارات رفع القيود" بنسبة 6%، وأخيراً "موضوعات أخرى بنسبة 6%، وتشير النتائج إلى وجود توجه إعلامي واضح من الصحف السعودية بالتركيز على الاحتفاء بالتمكين والتغيير الإيجابي لدور المرأة في المجتمع السعودي، وذلك وفقاً للتغيرات التي شهدتها المملكة خلال السنوات الأخيرة.

2-1 عرض النتائج التفصيلية على النحو التالي:

جاءت قضية "تمكين المرأة السعودية" في مقدمة القضايا التي اهتمت بها مواقع الصحف السعودية بنسبة 23% من صحيفة الوطن، و31% من صحيفة الرياض وبنسبة 22% في صحيفة اليوم، و31% من صحيفة عكاظ، وبنسبة 29% من صحيفة صدى الإلكترونية، وتلاحظ الباحثة أن الاهتمام بهذه القضية ينبع من الاهتمام الكبير الذي توليه المملكة العربية السعودية بقضايا المرأة خاصة أن الفترة الخاصة بالتحليل شهدت عدداً من المناسبات الخاصة بالمرأة، وكان أهمها الاحتفال باليوم الوطني للمملكة العربية السعودية، والاحتفال بيوم المرأة العالمي في 8 مارس 2023، إلى جانب عقد عدد كبير من المؤتمرات الخاصة بالمرأة، حيث اهتمت الصحف بعرض

جهود الدولة في تمكين المرأة واتخاذ قرارات رسمية لزيادة نسبة مشاركة المرأة والاهتمام بها في كافة المجالات، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة Müller (2022) حيث توصلت إلى أن المواقع الإلكترونية والصحف السعودية استهدفت تحسين صورة المملكة العربية السعودية من خلال التركيز على القوانين والإجراءات التي تعمل على تحسين وضع المرأة في المجتمع، كما بينت وجود اتجاه كبير لدى الصحف والمواقع السعودية من أجل إبراز الأخبار المتعلقة بتمكين المرأة.

جاء في الترتيب الثاني قضية انخراط المرأة السعودية في مجالات العمل المختلفة التي لم تكن تشغلها بشكل كبير بنسبة 17% فقد اهتمت الصحف الخمس عينة الدراسة بإبراز مجالات العمل الجديدة التي انخرطت بها المرأة السعودية بنجاح. حيث نشرت المواقع الصحفية مجموعة من التقارير والأخبار عن انخراط المرأة السعودية في مجالات العمل غير النمطية، وكان منها دخول المرأة السعودية لأول مرة وزارة العدل، ودخولها للعمل بعمليات الطوارئ خلال الحج، ومنها مجالات أخرى كالاقتصاد والدبلوماسية والقوات المسلحة والهندسة المعمارية والفنون.

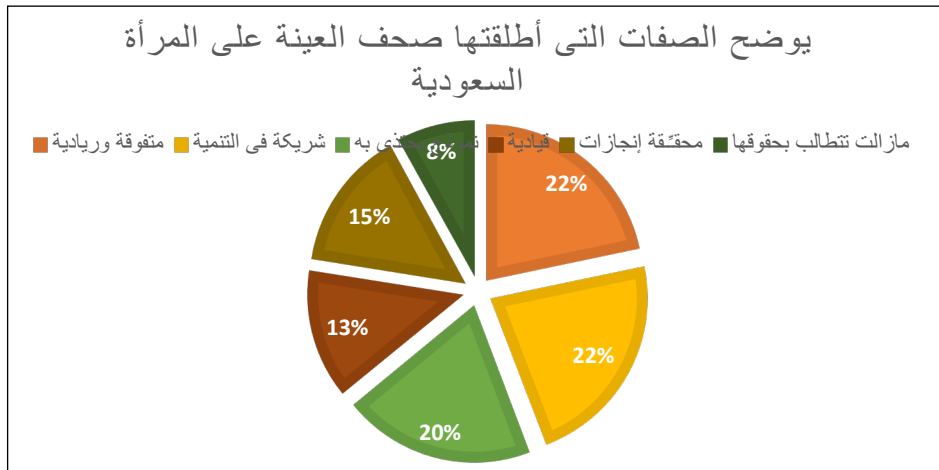
وجاءت نماذج قيادية ملهمة في المرتبة الثالثة بنسبة 13%، وقد جاءت صحيفة صدى الإلكترونية وصحيفة عكاظ في المقدمة بنسبة 16%، حيث ألقت الضوء على النماذج النسائية السعودية المتميزة فنشرت مجموعة من التقارير الإخبارية عن نساء سعوديات في مناصب قيادية متميزة كما رصدت المواقع الصحفية في تقارير لها تجارب حية وقصص نجاح ملهمة تُعزّز مكانة المرأة

صحف العينة، وجاء مضمون ما تم نشره داعماً ومؤيداً بشدة لهذه الخطوة الهامة التي رأى بعضهم أنها تأخرت ورأى بعضهم الآخر أنها بداية لمزيد من التطورات التي سوف تشهدها المرأة السعودية وقد تناولت الهيئة العامة للنقل "TGA" إطلاق مبادرة توظيف وظائف أجرة المطار وتقديم دعم التدريب والتأهيل والتوظيف، وهي إحدى مبادرات تمكين المرأة في مجالات النقل، حيث تستهدف المبادرة في المرحلة الأولى مسار المرأة خلال توقيع ثلاث اتفاقات مع كبرى الشركات المرخصة في أنشطة أجرة المطار لتوظيف أكثر من 80 فائدة أجرة مطار، وقد أكدت دراسة دعاء عادل (2019) أن قضية قيادة المرأة للسيارة جاءت على رأس قائمة القضايا التي تناولتها الصحف عينة الدراسة.

السعودية في مجال الطب والهندسة والطيران والإعلام. وجاء الاهتمام بصحة المرأة في الترتيب الرابع بنسبة 12%، وقد تناولت المواقع الصحفية عددا كبيرا من التقارير الخاصة بالصحة العامة للمرأة وذلك للمحافظة عليها والاهتمام بها، ومنها التقارير الخاصة بالأطعمة الأكثر مناسبة للمحافظة على نضارة الجلد، وأهمية عمليات التجميل في حالات الضرورة، ونصائح للمحافظة على الصحة وأنواع الأطعمة الأكثر مناسبة للمرأة في حالات الحمل وغيرها، ثم جاءت قضية دخول المرأة السعودية إلى الملاعب في المرتبة الخامسة بنسبة 8%.

ثم جاءت قضية قيادة المرأة السعودية للمركبات، ومنها السيارات والطائرات في الترتيب السادس من القضايا بنسبة 6%، حيث شهدت اهتماماً كبيراً من

شكل (4)

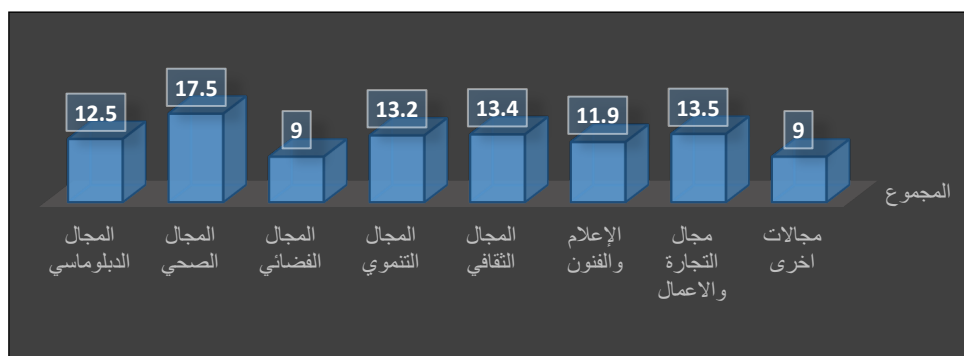


في الأغلب بقضية قيادة السيارات أو الطائرات والمركبات الفضائية ودخول الملاعب، وقرارات السماح ببعض الخدمات دون اشتراط موافقة ولي الأمر، كما جاءت صفات (قيادية ونموذج يحتذى به) ارتبطت في الأغلب بالنساء السعوديات اللاتي حققن نجاحات مهنية وشغلن مناصباً قيادية، وأبرزت هـن الصحف عينة الدراسة في الأخبار والتقارير المختلفة، وتشير تلك الصفات إلى تغير النظرة إلى المرأة السعودية تبعاً لتغير المجتمع السعودي نفسه، حيث أثبتت دراسة Kaufer (2013) إيجابية الصورة المرسومة في الصحف العربية، التي أعلنت منذ فترة كبيرة عن "أولويات" جديدة للمرأة السعودية، وما يتصل بها من سابقة وضع الإنثاء على فرص معززة للمرأة، كما تتوافق مع نتائج دراسة البصلة (2025) التي أشارت إلى تناسب الخطاب الإعلامي مع تمكين المرأة في ضوء رؤية المملكة 2030، حيث استخدام لغة الخطاب الموجه لتحقيقها، كما أسهم في تكوين الوعي بحقوقها، فكان دوره فاعلاً في تمكينها.

يوضح الشكل السابق الصفات التي أطلقتها صحف العينة على المرأة السعودية وجاء في المركز الأول صفة شريكة في التنمية بنسبة 22.5%، يليها متفوقة وريادية بنسبة 21.7%، ثم نموذج يحتذى به بنسبة 19.9%، يليها صفة محققة إنجازات بنسبة 14.5% ثم قيادية بنسبة 13.4% وأخيراً مازالت تطالب بحقوقها بنسبة 8%.

وجاءت الصفات السابقة مرتبطة بطبيعة القضايا وسياقها التي تتعلق بالمرأة السعودية في صحف العينة التي رصدت، فنجد أن صفات (شريكة في التنمية ومتفوقة وريادية وقائدة) ارتبطت بالأخبار الخاصة بانضمام المرأة السعودية إلى مجالات عمل جديدة والعمل فيها لأول مرة، منها (العمل بالإعلام الرسمي، والمراقبة الجوية، والتمثيل على خشبة المسرح، والعمل كسائقات أجرة، والعمل في وزارة العدل وكذلك عمليات الطوارئ خلال الحج في مشروع قطار الحرمين السريع والعمل بالمجال الفضائي والدبلوماسي)، فضلاً عن قرارات السماح ببدء عمل تجارى دون اشتراط ولى الأمر، وجهود تمكينها اقتصادياً واجتماعياً، وجاءت صفات (محققة إنجازات) ارتبطت

شكل (5)
مجال الاهتمام بقضايا المرأة السعودية في الصحف عينة الدراسة



مختلفة، وهو ما يتوافق مع دراسة Beazera (2025) التي أكدت أن تغطية قضايا المرأة تمت بطريقة شاملة ومُمكنة، تتضمن وجهات نظر واهتمامات فريدة للأقلية، مما يُعزز الهويات، وي طرح قضايا مجتمعية، ويدعو إلى العمل، ويعزز التضامن بين مختلف الأطياف.

وهو أيضاً ما يؤكد نتائج دراسة Ghobain (2024) التي أشارت إلى أن الحكومة السعودية سعت إلى اتخاذ الإجراءات التي ترفع كثيراً من القيود الموجودة على المرأة في السعودية، حيث سعت بجهود حثيثة إلى دمج المرأة السعودية وتمكينها في المجتمع والاستعانة بها في الكثير من الأعمال والمناصب ومن بينها الأعمال السياسية وتمثيل الدولة خارجياً.

يوضح الشكل السابق مجالات الاهتمام بالمرأة السعودية، حيث جاء المجال الصحي بنسبة 17.5%، ثم مجال التجارة والاعمال بنسبة 13.5%، يليه كل من المجال الثقافي بنسبة 13.4%، ثم المجال التنموي بنسبة 13.2%، وجاء المجال الدبلوماسي بنسبة 12.5%، يليه الإعلام والفنون بنسبة 11.9%، ثم المجال الفضائي بنسبة 9%، وأخيراً مجالات أخرى بالنسبة نفسها 9%.

وتشير النتائج السابقة بوضوح إلى أن الأدوار التي رَسمت شكل المرأة السعودية والقضايا الخاصة بها في الصحف عينة الدراسة هي أدوار غير نمطية حيث أصبحت تعمل في كافة المجالات الهامة في المجتمع وبالتالي ترسم صورة غير نمطية لها في المجتمع، كما تشير إلى تمثيل عدة جوانب من جمهور المرأة في مجالات

جدول (3)
اتجاه معالجة المواقع الصحفية لقضايا المرأة السعودية

اتجاه المعالجة	صحيفة الوطن		صحيفة الرياض		صحيفة اليوم		صحيفة عكاظ		صحيفة صدى الإلكترونية		المجموع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
إيجابي	85.9	79	80.2	69	83.0	161	78.6	66	75.5	74	81.0	449
محايد	12.0	11	19.8	17	16.5	32	19.0	16	22.4	22	17.7	98
سلبي	2.2	2	0.0	0	0.5	1	2.4	2	2.0	2	1.3	7
المجموع	100.0	92	100.0	86	100.0	194	100.0	84	100.0	98	100.0	554

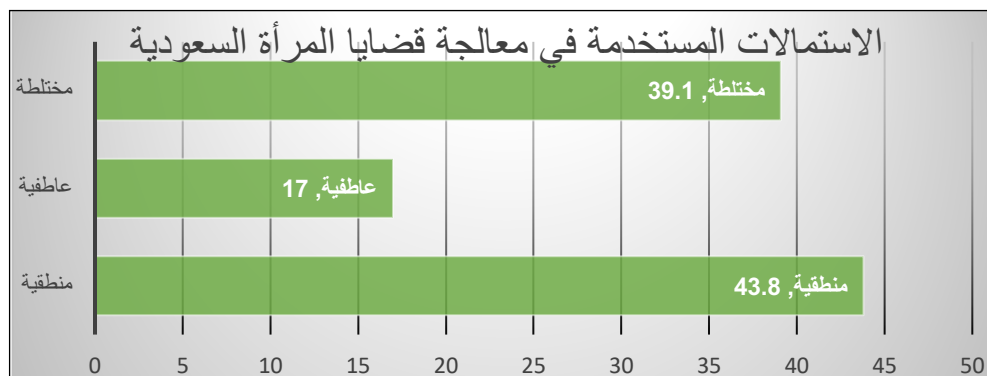
ببعض التقارير التي عرضت وجهتي النظر ما بين مؤيد ومعارض للتطورات التي شهدتها المرأة السعودية، ثم الاتجاه السلبي في الترتيب الثالث بنسبة بسيطة جداً بلغت 1.3%، وهو ما يتوافق مع دراسة محمد (2019) التي أكدت أن الاتجاه الإيجابي جاء في مقدمة الاتجاهات الخاصة بمعالجة قضايا المرأة السعودية. في حين تعارضت مع دراسة غزواني (2018) التي أكدت سيطرة الاتجاهات السلبية على معالجة قضايا المرأة السعودية، كما أكدت دراسة الأنور والأدهم (2018) أنه رغم تناول

يوضح الجدول السابق اتجاه معالجة الصحف الخمس عينة الدراسة في معالجة قضايا المرأة السعودية، وجاء في المقدمة الاتجاه الإيجابي بنسبة 81% حيث غلب التأييد والدعم والترحيب على تغطية الصحف لقضايا المرأة السعودية والموضوعات المتعلقة بها، ويمكن تفسير غلبة الاتجاه الإيجابي على معالجة قضايا المرأة السعودية إلى فرض رؤية 2030 نفسها على واقع المرأة السعودية وتغييره وتحقيقها مكاسباً وإنجازات غير مسبوقة. وجاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية بنسبة 17.7% وارتبط

الإيجابي للمُكتسبات التي حققتها المرأة السعودية إلا أن الإعلام الفرنسي في بعض مواده اتخذ سياقاً سلبياً يؤكد على الصورة النمطية للمرأة السعودية، وهو ما أكدته دراسة Bashatah (2017) بالنسبة للصحف البريطانية.

في حين اختلفت مع نتائج دراسة نور (2025) التي أكدت أن الاتجاه المتوازن احتل النسبة الكبرى بين اتجاهات المعالجة بنسبة 94.3%، يليها الاتجاه المؤيد بنسبة 3.4%.

شكل (6)



الاجبار والتقارير التي اعتمدت على النوعين معاً 39.1% وهي بذلك تتوافق مع دراسة الدسوقي (2020) التي اعتمدت على البراهين المنطقية مثل أرقام وإحصاءات، في حين تختلف مع دراسة عيسي (2022) التي أكدت أن الاستثمارات المختلطة جاءت في مقدمة الاستثمارات المستخدمة، بينما أكدت دراسة الفرم (2014) أن الأساليب العاطفية والاستشهادية والتحذيرية كأقل الأساليب اعتماداً في معالجة القضية.

يوضح الشكل السابق نوع الاستثمارات المستخدمة في معالجة قضايا المرأة السعودية، وكما يتبين من بيانات الشكل فإن الاستثمارات المنطقية كانت أكثر الاستثمارات المستخدمة من قبل المواقع الإلكترونية في معالجة قضايا المرأة السعودية بنسبة 43.8%، وهي الاستثمارات التي تعتمد على الأدلة والبراهين والدلائل والإحصاءات والأرقام في عرض الموضوع، في حين جاءت الاستثمارات العاطفية بنسبة 17%، وهي الاستثمارات التي اعتمدت على التلاعب بالألفاظ والتأثير على المشاعر. كما بلغت نسبة

جدول (4)

أطر معالجة المواقع الصحفية لقضايا المرأة السعودية

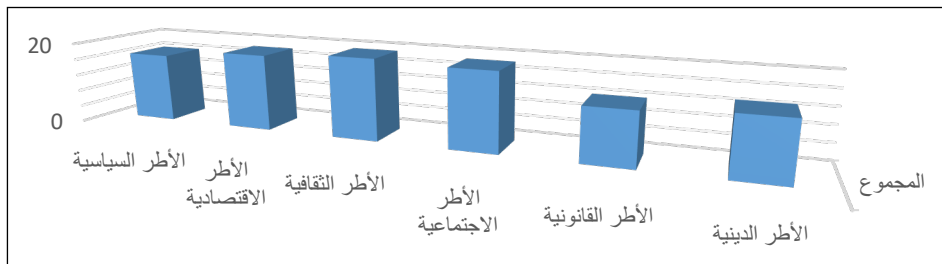
المجموع		صحيفة صدى الإلكترونية		صحيفة عكاظ		صحيفة اليوم		صحيفة الرياض		صحيفة الوطن		الأطر المستخدمة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
29.1	161	25.5	25	31.0	26	34.0	66	23.3	20	26.1	24	إطار الدعم والتأييد
20.4	113	18.4	18	19.0	16	22.2	43	19.8	17	20.7	19	إطار النتائج الاقتصادية
17.7	98	16.3	16	17.9	15	20.1	39	15.1	13	16.3	15	إطار المصالح المشتركة
14.1	78	17.3	17	11.9	10	12.4	24	17.4	15	13.0	12	أطر الاهتمامات الإنسانية
8.7	48	11.2	11	7.1	6	5.2	10	12.8	11	10.9	10	إطار الصراع
10.1	56	11.2	11	13.1	11	6.2	12	11.6	10	13.0	12	إطار المسؤولية
100.0	554	100.0	98	100.0	84	100.0	194	100.0	86	100.0	92	المجموع

المملكة العربية السعودية في إطار تمكين المرأة واستعادة مكانتها وفقاً للنماذج الرائدة بالدول المتقدمة، وهو ما يؤكد نتائج دراسة Alzahrani (2023) التي أشارت إلى أن المواقع الإخبارية العربية اعتمدت على الأطر الإيجابية في تغطية قضايا المرأة العربية والمقارنة بين الأدوار ومكانتها في المجتمع قبل رؤية 2030 من خلال التركيز على الإنجازات التي تم تحقيقها للمرأة، كما أكدت على نتائج دراسة حسن وآخرون (2025) التي أشارت إلى أهمية دور التغطية الإعلامية لقضايا المرأة المصرية في المجمع خلال الآونة الأخيرة، وأظهرت الدراسة أنها ستعكس بعدة متغيرات محورية خلال العقد القادم تتمثل في السياق السياسي والبيئة الاقتصادية والإعلامية والتغيرات المجتمعية والتطورات التكنولوجية.

تشير نتائج الجدول السابق إلى الأطر المستخدمة في معالجة قضايا المرأة السعودية. وقد جاء في مقدمتها إطار الدعم والتأييد بنسبة 29.1% وهي الأطر التي تدعم رؤية السعودية 2030 حيث تدعم رؤية الحكومة في قراراتها التي تخص تمكين المرأة وزيادة فرصها في المشاركة المجتمعية، يليها إطار النتائج الاقتصادية بنسبة 20.4% التي تعبر عن النتائج الإيجابية المرتبطة بعمل المرأة ومشاركتها في المجالات المختلفة بما يحقق أهداف رؤية 2030، ثم جاء إطار المصالح المشتركة بنسبة 17.7% يليها إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة 14.1% يليه إطار المسؤولية بنسبة 10.1%، وأخيراً إطار الصراع بنسبة 8.7%. وهو ما يشير إلى تأكيد المواقع الصحفية على الدور الفعال للإجراءات التي اتخذتها

شكل (7)

نوع الأطر المستخدمة في معالجة المواقع الصحفية لقضايا المرأة السعودية



يبرز طابعاً تحليلياً ويبرز وجهات النظر حول تلك المكانة التي أصبحت المرأة السعودية تنبؤوها في المجتمع.

2. تشير النتائج إلى اعتماد المواقع الصحفية على المحتوى البصري بشكل كبير فجاء توظيف الصور في المقدمة بنسبة 63%، وجاءت مقاطع الفيديو بنسبة 23%، وهو ما يعمل على إضفاء الحيوية والمصداقية على الأخبار المعروضة، ويقدم أدلة واضحة للمجالات التي أصبحت المرأة السعودية ترتادها في المجتمع السعودي مما يرسخ صورة الإنجاز والتقدم الذي أصبحت المرأة تشهده فعلياً.

3. جاء "تمكين المرأة السعودية" في مقدمة القضايا الخاصة بالمرأة السعودية التي تناولتها مواقع الصحف بنسبة 26%، يليها "اقتحام مجالات العمل المختلفة" بنسبة 17%، ثم "نماذج قيادية" بنسبة 13%، ثم "صحة المرأة" بنسبة 12%، يليها "دخول الملاعب" بنسبة 8%، وهو ما يؤكد على توافق الأجندة الإعلامية للصحافة السعودية بشكل وثيق مع الرؤية الوطنية للمملكة وأهداف 2030، فالصحف الإلكترونية قد ركزت على الجانب الإيجابي والإنجازات المتحققة في مجال الاهتمام بالمرأة، بل وقدمت المرأة كشريك

يتضح من الشكل السابق غلبة الأطر الثقافية بنسبة 19.6%، يليها الأطر الاجتماعية بنسبة 18.8%، وفي الترتيب الثالث جاءت الأطر الاقتصادية بنسبة 18.5%، ثم الأطر السياسية بنسبة 16.7%، يليها الأطر الدينية بنسبة 13.8%، وأخيراً الأطر القانونية بنسبة 12.7%، وقد اختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Alghamdi (2025) التي أكدت على أن الإطار الإنساني كان أكثر انتشاراً في وسائل الإعلام الأمريكية، في حين كان الإطار الاقتصادي أكثر انتشاراً في المنشورات السعودية.

3 مناقشة نتائج الدراسة:

1. جاء الخبر في مقدمة الأشكال التحريرية التي تناولتها المواقع الصحفية وجاء التقرير في المرتبة الثانية، وهو ما يؤكد على السرعة ونقل الأحداث والقرارات الفورية المتعلقة بالأخبار الخاصة بالمرأة السعودية، مما يؤكد على أهمية المرأة بوصفها عضواً فعالاً في المجتمع السعودي، في حين جاء المقال في الترتيب الثالث، وعلى الرغم من أن نسبته جاءت بسيطة إلى حد ما (12%) إلا أنه يثبت أن قضايا المرأة أصبحت أحد أهم الموضوعات التي تجذب المتخصصين والكتاب لمناقشتها وسرد الآراء المتعلقة بها في شكل

الاستمالات العاطفية بنسبة 17%، كما بلغت نسبة الأخبار والتقارير التي اعتمدت على النوعين معاً 39.1%، وتعكس هذه النتائج الاهتمام بالنوعين على حد سواء، ففي حين تحتاج بعض الموضوعات إلى البيانات والإحصاءات والأرقام والحجج والقرارات الرسمية لتقديم أدلة منطقية تبرهن على مكانة المرأة وأهميتها، إلا أنها تحتاج في بعض الأحيان إلى استمالات عاطفية بشكل يبرز قصص النجاح للقيادات النسائية بهدف تحقيق نوع من الإقناع والتأثير على الجمهور، وبما يتوافق مع طبيعة المرأة نفسها، والباحثة ترى أهمية كبيرة في توظيف النوعين معاً للتأكيد على أهمية كل عنصر منها.

8. جاء إطار الدعم والتأييد في مقدمة الأطر الخيرية المستخدمة بنسبة 29.1%، يليه إطار النتائج الاقتصادية بنسبة 20.4%، وهو ما يؤكد نتائج الدراسة في أن الصحافة السعودية تقوم بدور الداعم لمكانة المرأة وأهميتها بالنسبة للمجتمع السعودي، وتظهر إليها نظرة الشريك في التنمية ومحفزاً للنمو الاقتصادي الوطني، وهو ما يرتبط بالإنجازات التي حققتها المرأة خاصة في المجال الدبلوماسي مما يسهم في أهميتها لدى المجتمع الدولي، ويظهر المرأة السعودية بشكل يتوافق مع طبيعة التغيرات الثقافية التي طرأت على المجتمع السعودي وبشكل يوزي المرأة في المجتمعات الغربية وأحياناً يتفوق عليها.

9. غلبة الأطر الثقافية نوعية الأطر المستخدمة بنسبة 19.6%، يليها الأطر الاجتماعية بنسبة 18.8%، وفي الترتيب الثالث جاءت الأطر الاقتصادية بنسبة 18.5%، ثم الأطر السياسية بنسبة 16.7%، يليها الأطر الدينية بنسبة 13.8%، ويشير غلبة الأطر الثقافية والاجتماعية إلى أن المعالجة لم تكن على مستوى تشريعي أو سياسي بحث وإنما ثقافي وطني واجتماعي كذلك.

3-1 النتائج في ضوء الإطار النظري (نظرية الأطر الخيرية):

تُظهر نتائج الدراسة أن الصحافة الإلكترونية السعودية تتبنى إطاراً خبرياً مهماً هو " التمكين الوطني " في معالجتها لقضايا المرأة، مما يعكس بوضوح التأثير برؤية 2030 وتغير الثقافة المجتمعية، حيث أثبتت النتائج سيطرة الاتجاه الإيجابي بنسبة 81% في المعالجة، وغلبة إطار الدعم والتأييد يليه إطار النتائج الاقتصادية مما يشير إلى أن الصحافة تقوم بعملية تأطير الأخبار من خلال إبراز جوانب تخدم توجه العام، حيث تم تأطيرها بأنها إحدى الإنجازات الوطنية والتنمية الاقتصادية التي تنص عليها رؤية المملكة 2030.

داعم في التنمية المجتمعية، كما ركزت الصحافة على بعض القضايا الصحية والاجتماعية للمرأة كدخولها إلى الملاعب والاهتمام بصحتها مما يشير إلى أن الاهتمام ليس فقط بالنماذج الرائدة من المرأة السعودية، بل إن الاهتمام يشمل كافة شؤون المرأة ومستوياتها، فيما تراجعت القضايا الخلافية كقضايا قيادة المركبات واللباس وغيرها في ترتيب متأخر، وهو ما يؤكد نفس وجهة النظر وأن المرأة السعودية تغيرت النظرة المجتمعية لها خلال السنوات الأخيرة بشكل كبير.

4. جاء في الترتيب الأول في الصفات التي أطلقتها صحف العينة على المرأة السعودية صفة شريكة في التنمية بنسبة 22.5%، يليها متفوقة وريادية بنسبة 21.7%، ثم نموذج يحتذى به بنسبة 19.9%، يليها صفة محققة إنجازات بنسبة 14.5%، ثم قيادية بنسبة 13.4%، وتؤكد هذه النتائج على النتائج السابقة وأن الإعلام السعودي أصبح ينظر إلى المرأة بشكل إيجابي وكأحد متطلبات التنمية، وشريك داعم من أجل تكوين مجتمع واع ومتقدم، مما يعكس سعي الصحف لترسيخ صورة المرأة السعودية الجديدة لتحقيق الإنجازات وتقلد المناصب القيادية.

5. جاء المجال الصحي في مقدمة مجالات الاهتمام بالمرأة السعودية بنسبة 17.5%، ثم مجال التجارة والاعمال بنسبة 13.5%، يليه المجال الثقافي بنسبة 13.4%، ثم المجال التنموي بنسبة 13.2%، وجاء المجال الدبلوماسي بنسبة 12.5%، يليه الإعلام والفنون بنسبة 11.9%، ثم المجال الفضائي بنسبة 9%، وتعكس هذه المجالات اهتمام المرأة بعدد من الأدوار غير التقليدية، خاصة فيما يتعلق بالفضاء، مما يشير إلى توجيه الصحف للمرأة إلى مجالات متعددة تتناسب مع أهميتها في المجتمع السعودي.

6. جاء في مقدمة اتجاهات معالجة المواقع الصحفية عينة الدراسة لمعالجة قضايا المرأة السعودية الاتجاه الإيجابي بنسبة 81%، حيث غلب التأييد والدعم والترحيب على تغطية الصحف لقضايا المرأة السعودية والموضوعات المتعلقة بها، ويعني ذلك أن الصحف تتعامل مع قضايا المرأة كقضية وطنية إيجابية تتطلب التعبئة والتأييد الإعلامي، بحيث تقوم بدور المحفز والمروج للأدوار التي أصبحت المرأة تقوم بها، كما يعكس أن الصحافة السعودية تركز بشكل كبير على الجوانب الإيجابية في المجتمع مما يدعم رؤية المملكة 2030، ويظهرها بمظهر ريادي في المجتمع الدولي.

7. وكانت الاستمالات المنطقية أكثر الاستمالات المستخدمة من قبل المواقع الإلكترونية في معالجة قضايا المرأة السعودية بنسبة 43.8%، في حين جاءت

نبذة عن الباحثة

صفية بنت إبراهيم العبدالكريم عضو هيئة التدريس بقسم الإعلام بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الملك سعود بالرياض ووكيلة قسم الإعلام بالكلية سابقاً حاصلة على دكتوراه الفلسفة في الإعلام من جامعة سالفورد البريطانية ودرجة الماجستير من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في العلاقات العامة. مهتمة بإدارة الأزمات وكذلك بناء وتحسين الصورة الذهنية وإدارة السمعة وقد أصدرت كتابين في هذا المجال أحدهما حول استراتيجيات بناء الصورة الذهنية والآخر حول العلاقات العامة .. رؤية متجددة في تحسين الصورة الذهنية، كما نشرت عدداً من الأبحاث العلمية في مجلات علمية محكمة منها بحث علمي حول توظيف ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات .. دراسة ميدانية على عينة من ممارسي العلاقات العامة بالمستشفيات الحكومية والخاصة بمدينة الرياض، إضافة إلى بحث آخر حول اتجاهات النخبة السعودية نحو تقييم الدور الإعلامي للتصدي لجرائم التتمر الإلكتروني وكذلك بحثاً حول فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية وبحثاً حول الاتجاهات الحديثة في بحوث تطبيق الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام - دراسة نقدية. قدمت عدداً من الدورات في مجال تطوير مهارات الإداريين ومسؤولي الإعلام بالمملكة العربية السعودية وقامت بتدريس الإعلام في المرحلة الجامعية ومرحلة الدراسات العليا.

كما تُظهر نتائج الدراسة ظهور المرأة السعودية بأدوار جديدة تتناسب مع مكانتها الاجتماعية، حيث جاءت صفة "شريكة في التنمية" و"متفوقة وريادية" في مقدمة الصفات الممنوحة. كما أن أكثر القضايا المتناولة هي "تمكين المرأة" و"اقتحام مجالات العمل"، هذا يعكس اهتمام الصحافة بإبراز دور المرأة في المجتمع السعودي كشريك في التنمية من خلال إبراز نماذج القيادة والإنجاز في مجالات مثل التجارة والصحة والدبلوماسية.

وعلى مستوى شكل الرسالة الإعلامية، فإن غلبة الخبر والتقرير يشير إلى الاعتماد على الإطار الذي يركز على الأحداث والإنجازات المتتالية، مما يخلق شعوراً مستمراً بالاهتمام بما يستجد من أحداث تتعلق بدور المرأة، كما أن اعتماد الأخبار على المحتوى البصري كالصور والفيديوهات يعطي الإطار تأثيراً عاطفياً وإنسانياً، كما أن هيمنة الاستمالات المنطقية تؤكد على أن الصحافة تدعم إطارها بالبيانات والحجج العقلانية (كالأرقام الاقتصادية)، مما يمنح التأطير مصداقية أكبر لدى الجمهور.

كذلك فإن غلبة الأطر الثقافية والاجتماعية في أنواع الأطر المستخدمة يوضح أن الصحافة الإلكترونية تقدم أدوار المرأة كتطور طبيعي ضمن السياق الثقافي والاجتماعي السعودي وهو ما يؤكد مدى الاهتمام الذي أولته الصحافة للتركيز على صورة المرأة وتقديمها بما يتناسب مع الأطر الثقافية للمملكة وفق رؤيتها التنموية 2030.

4 التوصيات:

1. ضرورة أن تبنى المواقع الصحفية رؤية أكثر تطوراً تتفق وواقع المرأة السعودية وأولوياتها لتدعمها، وتساندها، وتكون قادرة على طرح رؤى مستقبلية تساعد في الحصول على المزيد من المكاسب في كافة المجالات المختلفة.
2. ضرورة أن تلقي وسائل الإعلام بصفة عامة والمواقع الصحفية بصفة خاصة الضوء على النماذج الناجحة والطموحة من النساء السعوديات من خلال عرض النماذج القيادية للاستفادة منها وتوجيه الرأي العام نحو الاقتداء بهن في كافة المجالات.
3. إجراء مزيد من البحث والدراسات حول تمكين المرأة ودورها القيادي في المجتمع السعودي خاصة في ظل تحقيق رؤية 2030 والتغيير الإيجابي لثقافة المجتمع السعودي خلال الفترة الأخيرة.
4. لا بد أن تقوم المواقع الصحفية بإعطاء مساحة أكبر لقضايا المرأة السعودية بشكل يمكن المرأة من الاعتزاز بمكانتها وإبراز نجاحها في كافة المجالات.

5 المراجع والمصادر: المراجع العربية:

العطيفي، مريم عصمت. (2020). معالجة قضايا المرأة المصرية في الصحف الحزبية والخاصة، مجلة البحث العلمي في الآداب، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، ع 21، ص ص 227-247.

غزواني، سامية. (2018). صورة المرأة السعودية في الصحافة الإلكترونية الفرنسية، المؤتمر الأول لدراسات المرأة السعودية، جامعة الأميرة نورة، الرياض.

الفرم، خالد بن فيصل (2014). اتجاهات الخطاب السعودي عبر تويتر نحو القضايا الاجتماعية: دراسة تحليلية بالتطبيق على قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج 41، ص ص 94-45.

كشيدة، سليمة. (2021). المعالجة الإعلامية لمواضيع المرأة في الصحافة النسوية الجزائرية: مجلة موعد حواء نموذجاً"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد بوضياف المسيلة - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 11، ع 1، ص ص 242-439.

محمد، دعاء عادل. (2019). صورة المرأة السعودية في الصحافة العربية بعد انطلاق رؤية 2030" دراسة تحليلية على عينة من مواقع الصحف العربية (المصرية والأردنية والتونسية)، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، مج 5، ع 5، يناير 2019، ص ص 1-34.

نور، ندى محمد أحمد فؤاد (2025). معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لقضايا العنف والتمكين والأحوال الشخصية - دراسة تحليلية"، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، مجلد 25، عدد 25، ص ص 36-62.

الوهيبي، هدى. (2017). التطلعات والطموحات للتعليم الجامعي المتميز"، ورقة بحثية مقدمة في ملتقى "إسهامات المرأة السعودية التنموية في تحقيق رؤية 2030 م: الواقع والاستشراف"، مركز الأبحاث الواعدة في البحوث الاجتماعية ودراسات المرأة، جامعة الأميرة نورة، الرياض.

المراجع العربية المرونة

Ahmed, Hajar Mohammed (2020). *Electronic Media's Treatment of Women's Empowerment Issues: An Analytical Study (in Arabic)*, Journal of the Faculty of Arts, Sohag University, Faculty of Arts, Issue 57, Part 2, pp. 301-328.

Al-Anwar, Amal, and Al-Adham, Hamada (2018). *Readings in the Media Image of Saudi Women Globally and Locally (in Arabic)*, First Conference on Saudi Women's Studies, Princess Noura University, October 24-25, Riyadh.

Al-Atifi, Maryam Ismat (2020). *Addressing Egyptian Women's Issues in Partisan and Private Newspapers (in Arabic)*, Journal of Scientific Research in the Arts, Ain Shams University, College of Girls for Arts, Sciences, and Education, Issue 21, pp. 227-247.

أحمد، هاجر محمد. (2020). معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا تمكين المرأة: دراسة تحليلية، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، كلية الآداب، ع 57، الجزء 2، ص ص 301-328.

الأنور، أمل والأدهم، حمادة (2018). قراءات في الصورة الإعلامية للمرأة السعودية عالمياً ومحلياً، المؤتمر الأول لدراسات المرأة السعودية، جامعة الأميرة نورة، 24-25 أكتوبر، الرياض.

البصلة، عائدة بنت سعيد (2025). استشراف مستقبل المرأة السعودية في ضوء رؤية 2030 والمواثيق الدولية: دراسة تحليلية لنماذج من الخطاب اللغوي الإعلامي، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، عدد 46.

بن خميس، نجمة بنت سعيد. (2019). معالجة وسائل الإعلام العمانية لقضايا المرأة ودورها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

الجوينات، مرسيل عيسى. (2022). معالجة الصحافة الإلكترونية الأردنية لقضايا العنف ضد المرأة أثر أزمة كورونا، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع 23، ص ص 351-386.

الحاج، عبد الملك بن طاهر، والناصر، نوف بنت عبد الله (2024). إدراك المرأة العاملة لمشكلة السقوف الزجاجية في المملكة العربية السعودية دراسة ميدانية على عينة من موظفات الجهاز الحكومي بمدينة الرياض، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 15، ع 2، ص 170.

حسن، سمر سمير وآخرون (2025). "مستقبل التغطية الإعلامية لقضايا المرأة المصرية خلال الفترة من 2025م وحتى 2035م" في ضوء الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة المصرية 2030"، المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، مجلد 3، عدد 5، ص ص 1-55.

الدسوقي، شيرين سلامة السعيد (2025). تمثيلات المرأة لدى كتاب وكاتبات الرأي في مواقع الصحف الإلكترونية الخاصة المصرية دراسة تحليلية في إطار نظرية التمثيلات الاجتماعية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 2025، عدد 91، جزء 3، ص ص 1-73.

سلامة، إيمان عبده. (2019). المرأة السعودية الحاضر والمستقبل"، المؤتمر الأول لدراسات المرأة السعودية، متاح على <https://Research/Deanship/ar/sa.edu.pnu.www://https://1092019/Documents/FCSWS/ResearchCenterpdf.cofBook2>

السوقي، هدى إبراهيم. (2020). الخطاب الإعلامي لمنظمة الأمم المتحدة عبر الإنترنت حول قضايا ومجالات تمكين المرأة الإفريقية والعربية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج 54، ج 5، ص ص 3257-3300.

العتابي، هادي دويج، والهامشي، رحيم عزيز (2018). دور الثقافة المجتمعية في التغيير والإصلاح"، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، مجلد 3، العدد 30.

- University, Faculty of Mass Communication
- Ghazwani, Samia (2018). *The Image of Saudi Women in the French Electronic Press, First Conference on Saudi Women's Studies*(in Arabic), Princess Noura University, Riyadh.
- Hassan, Samar Samir et al. (2025). "The Future of Media Coverage of Egyptian Women's Issues during the Period from 2025 to 2035 in Light of the National Strategy for Empowering Egyptian Women 2030, (in Arabic). *Scientific Journal of Digital Media and Public Opinion Studies*, Vol. 3, No. 5, pp. 1-55.
- Kashida, Salima (2021). *Media Treatment of Women's Issues in Algerian Feminist Journalism: M'awed Hawa Magazine as a Model*(in Arabic), *Journal of Social and Human Sciences*, Mohamed Boudiaf University of M'sila - Faculty of Humanities and Social Sciences, Vol. 11, No. 1, pp. 242-439.
- Mohamed, Duaa Adel (2019). "The Image of Saudi Women in the Arab Press after the Launch of Vision 2030" *An Analytical Study of a Sample of Arab Newspaper Websites (Egyptian, Jordanian, and Tunisian (in Arabic), Scientific Journal of Media and Communication Technology Research*, South Valley University, Vol. 5, No. 5, January 2019, pp. 1-34.
- Nour, Nada Mohamed Ahmed Fouad (2025). *Egyptian Electronic Newspapers' Treatment of Violence, Empowerment, and Personal Status Issues - An Analytical Study*(in Arabic), *Journal of Media and Communication Sciences Research*, Vol. 25, No. 25, pp. 36-62.
- Salama, Iman Abdo. (2019). "Saudi Women: Present and Future," *The First Conference on Saudi Women's Studies*, (in Arabic) available at <https://www.pnu.edu.sa/ar/Deanship/Research/ResearchCenter/FCSWS/Documents/1092019/cofBook2.pdf>
- Al-Attabi, Hadi Duwajj, and Al-Hamashi, Rahim Aziz (2018). *The Role of Community Culture in Change and Reform*(in Arabic), *Lark Journal of Philosophy, Linguistics, and Social Sciences*, Volume 3, Issue 30.
- Al-Basla, Aida bint Saeed (2025). *Foreseeing the Future of Saudi Women in Light of Vision 2030 and International Conventions: An Analytical Study of Models of Media Linguistic Discourse*(in Arabic), *Journal of Educational Sciences and Humanities*, Issue 46.
- Al-Desouky, Sherine Salama Al-Saeed (2025). *Representations of Women among Opinion Writers on Egyptian Private Newspaper Websites: An Analytical Study within the Framework of Social Representation Theory*(in Arabic), *Egyptian Journal of Media Research*, Cairo University, Vol. 2025, No. 91, Part 3, pp. 1-73.
- Al-Farm, Khalid bin Faisal (2014). *Trends in Saudi Discourse on Twitter Towards Social Issues: An Analytical Study Applied to the Issue of Saudi Women Driving*(in Arabic), *Journal of Media Research*, Al-Azhar University, Faculty of Media, Vol. 41, pp. 94-45.
- Al-Hajj, Abdul Malik bin Taher, and Al-Nasser, Nouf bint Abdullah (2024). *Working Women's Perception of the Glass Ceiling Problem in the Kingdom of Saudi Arabia: A Field Study on a Sample of Female Government Employees in Riyadh*(in Arabic), *University of Sharjah Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol. 15, No. 2, p. 170.
- Al-Juwainat, Marcel Issa. (2022). *Jordanian Electronic Press Coverage of Violence Against Women in the Wake of the COVID-19 Crisis (in Arabic)*, *Scientific Journal of Journalism Research*, Cairo University, Faculty of Mass Communication, Issue 23, pp. 351-386.
- Al-Souqi, Hoda Ibrahim. (2020). *The United Nations Online Media Discourse on African and Arab Women's Empowerment Issues and Areas (in Arabic)*, *Journal of Media Research*, Al-Azhar University, Faculty of Media, Vol. 54, No. 5, pp. 3257-3300.
- Al-Wahaibi, Hoda. (2017). "Aspirations and Ambitions for Distinguished University Education," a research paper presented at the "Saudi Women's Development Contributions to Achieving Vision 2030: Reality and Prospects" forum, Center for Promising Research in Social Research and Women's Studies(in Arabic), Princess Nourah University, Riyadh.
- Bin Khamis, Najma bint Saeed (2019). *Omani Media Coverage of Women's Issues and Their Role in Shaping Public Knowledge and Attitudes Towards Them (in Arabic)*, Unpublished PhD Thesis, Cairo

المراجع الاجنبية:

- Al Obeidli, N. (2024). *Emirati women journalists bargaining with patriarchy in search of equality*. Ph D. University of Westminster
- Alasgah.A. A.. (2023). *RETRACTED ARTICLE: Empowering Saudi women in the tourism and management sectors according to the Kingdom's 2030 vision*. *Journal of Sustainable Finance & Investment* . Volume 13, 2023 - Issue 1
- Albawardi, A., & Jones, R. H. (2023). *Saudi women driving: images, stereotyping and digital media*. *Visual Communication*, 22(1), 96-127.

- Alzahrani, Y. (2023). *Framing of Saudi Women Pre- and Post-Vision 2030: A Comparative Analysis of Online Newspaper Coverage in Western, Middle Eastern, and Saudi Contexts*. M. A. Thesis. Arkansas State University
- Bajri.I.A.(2022) *Discourse Analysis in Selected Articles of Saudi Women's Empowerment*. *British Journal of English Linguistics*, 10 (2). pp. 39-50.
- Bashatah,N. (2017), "Framing analysis of British Newspaper Representation of Saudi Women from2005- 2013, PhD thesis, School of Arts and Media, University of Salford.
- Beazera, Alice, Waltera. Stefanie, Eldridge. Scott & Palicki, Sean Kelly (2025). *On the Margins: Exploring Minority News Media Representations of Women during the COVID-19 Pandemic*", *Digital Journalism* 2025, Vol. 13, no. 6, 1151–1170.
- Boero, DI. (2023). *How Advertising Preserves Cultural Identity While Communicating Social Changes: A Comparative Study of Women's Representation Between Italy and Saudi Arabia* , *Lexia. Rivista di semiotica*, 5(2). 39-40
- Dakhil.M.A.. (2023). *Empowerment of Saudi Women in Secondary School English Language Books: An Analytical Study*. *Arab World English Journal (AWEJ)* Volume 13. Number 4.
- Edam, B. Kh et al (2023). *Ideologies and Employed Strategies in Arab and Western Newspapers Regarding Arab Women: A Critical Discourse Analysis*. *Journal of Intercultural Communication*, 23(4), 82-94
- Edam, B. Kh. (2024). *The Representation of Arab Women in English-Language Newspapers: A Comparative Analysis of Arab and Western Media Post-Arab Spring*. : *Southeast Asian Journal of English Language Studies*, 2024, Vol 30, Issue 1.
- Elyas.T. (2022). *Colors and Orientalism as associations: Exploring the semiotic (re)presentation of Saudi women in British and Saudi newspapers*. *Dig. Middle East Stud.* 2022;31:228–252
- Ghobain,E.et al (2024). *Press portrayals of Saudi Women's empowerment in the context of military enlistment*. *Humanities and Social Sciences Communications*, 4(1).
- Hurley.Z. (2022). *A semiotic analysis of Saudi Arabian women's Instagrammable identities following the campaign for the right to drive*. In *Linguistic Identities in the Arab Gulf States*. 1st edition, Routledge
- Karolak, M., & Guta, H.(2020) ,*Saudi Women as Decision Makers: Analyzing the Media Portrayal of Female Political Participation in Saudi Arabia*, *Hawwa*, 18(1) pp75-95.
- Alghamdi, Ziyad Mansour (2025). *Saudi and U.S. Newspaper Coverage of Saudi Vision 2030 Concerning Women in Online Newspapers*". *Sarcouncil Journal of Arts Humanities and Social Sciences*, Volume- 04/ Issue- 5/ 2025,PP1-26.
- ALHARBI M. M. H. (2022). *Kingdom Vision 2030 and the Women's Empowerment in Saudi Arabia: An Empirical Investigation*. *International Journal of Islamic Thought*. 21(2).
- Alhawsawi.S. (2023). *Education, employment, and empowerment among Saudi women*. *Gender and Education* .Volume 35, 2023 - Issue 4
- Aljarodi A . (2022). *Female Entrepreneurial Activity and Institutions: Empirical Evidence from Saudi Arabia*. *Research in Globalization*. Volume 5, December 2022, 100102
- Al-Nasrallah W. (2023). *The decade long story of gender equality and female empowerment: a case study of corporate disclosures in Saudi Arabia*. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*. 14(1).
- Alotaibi, N. (2022). *M-government and women's empowerment: Case study of Saudi women*. *iConference*. 2022 Posters.
- Al-Rashidi, N. (2022). *The Empowerment of Saudi Arabian Women through a Multidimensional Approach: The Mediating Roles of Self-Efficacy and Family Support*. *Sustainability*2022,14(24), 16349
- Alrimali.A.M. (2023). *Assessment of physical activity level, self-efficacy and perceived barriers to physical activity among adult Saudi women*. *Journal of Taibah University Medical Sciences*. Volume 18, Issue 4, August 2023, Pages 812-821
- Alshaih, Ala Bakur, (2019), *The framing process on Twitter by the analysis of vision 2030 in Saudi Arabia*, *mass communication research journal*, issue 52; July 2019, p10.
- Alshehri,T. (2022). *Designing for Culturally Sensitive Cultural Change -A case study of designing for the visibility of Saudi women in the digital media*. *Designing Interactive Systems Conference, Virtual Event, Australia, June 2022*
- Alshmary.S.N.(2023).*Influenceofthesocialandeconomic characteristics of Saudi women on their attitudes toward empowering them in online labor market*. *Journal of Sustainable Finance & Investment*. 13(1).
- Al-wesmi, M. (2023). *The Relationship between Happiness and Mental Health among Saudi Women*. *Brain Sci*. 2023, 13(4), 526

- Karolak.M. (2023). *Saudi Women in the Mohammed bin Salman Era: Examining the Paradigm Shift. The Palgrave Handbook of Gender, Media and Communication in the Middle East and North Africa* pp 65–81
- Kaufér. D, Al-Malki, A.(2013), 'first' for women in the kingdom: Arab/west representations of female trendsetters in Saudi Arabia, *Journal of Arab and Muslim Media Research*, Volume 2, Numbers 1 and 2.
- Michael J. C,(2013), *The Hermeneutics Of Frames And Framing: An Examination Of The Media's Construction Of Reality*, Article Published In Sage ,April-June 2013,P.3,Available At:<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2158244013487915>.
- Morris, Megan (2025).” *The Reporting of Rape in UK Online News: Examining the Potential Impact of the #MeToo Movement on News Framing*”, Master These,
- Müller, H. (2022). *Between Uniformity and Polarization: Women's Empowerment in the Public Press of GCC States. Politics & Gender*, (2022), page 1 of 29.
- Nasser.A.O. (2023). *Empowering Saudi Women with Disabilities According to Saudi Vision 2030: An Analytical Study. Inf. Sci. Lett.* 12, No. 7, 3167-3176
- Rizvi.L J. (2022). *Empowering woman through legal reforms-evidence from Saudi Arabian context. International Journal of Law and Management* Vol. 64 No. 2, 2022 pp. 137-149
- Sibai,D. &Jaworska. S (2024). *Triangulating visual and textual corpus-assisted discourse analysis to study social actor representations: the case of Saudi women in the British and Saudi news media. Corpora.* 19(1)
- Smith, T. (2022). *Problem framing for Australian coastal management. Environmental Science & Policy* Vol 127, January 2022, Pages 218-227
- Tawfiq.W.A. (2022). *Constructing Identity against a Backdrop of Cultural Change: Experiences of Freedom and Constraint in Public Dress among Saudi Women. Clothing and Textiles Research Journal.* 24(2).
- Tewksbury, David, and Dietram A. Scheufele. (2019),”*News framing theory and research.*” *Media effects.* Routledge, p. 54.
- Youmans, W. (2022). *Framing Covid-19: Constitutional Versus Demagogic Rhetoric in Presidential Messaging, International Journal of Communication*, 5(1), 1-14.