قضايا سياسية

اسم المقال: التأطير الإعلامي للمرأة الريادية العربية
اسم الكاتب: د. مادلين سليمان قصاب
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/1384
تاريخ الاسترداد: 2026/11/01 20:09 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة قضايا سياسية الصادرة عن كلية العلوم السياسية في جامعة النهرين ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

التأطير الإعلامي للمرأة الريادية العربية[▽]

Media Framing of the Arab Entrepreneur Woman

د. مادلين سليمان قصاب [*]

Dr. Madeleine Soliman Kassab

الملخص:

في ظل الاضطرابات التي تهز العالم العربي على المستوى السياسي، والعسكري، والاقتصادي، والاجتماعي، والديني، يغرس الإعلام ويرسّخ صوراً ذهنيةً مختلفةً عن المرأة الريادية العربية التي ما زالت تواجه عديداً من العقبات والتحديات. يُعدُّ الإعلام المصدر الأساسي للمعرفة لكثير من فئات الشعوب العربية، ومن ثَمَّ فإنَّ صورة المرأة الريادية في ذهن المتلقي تتأثر بالمعلومات التي يمنحها المرسل الحامل لأهداف أو (لبروباغندا). منح الإنترنت المرأة الريادية هامشاً أوسع من الحرية والمقدرة على النجاح، إلا أنَّه تسبَّب أيضاً في خلط المفاهيم حول واقع هذه المرأة وظروفها. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الأطر الإعلامية التي تبنتها مجموعة من مواقع الإنترنت في تناولها لقضايا المرأة الريادية العربية بين عامي 2019 و2020. كيف يقدِّم الإعلام مصطلح "الريادية"؟ ما خصائص المرأة الريادية وَفْقاً للمرسلين؟ ما التحديات والنجاحات الأكثر إبرازاً؟ أيقن الإعلام شخصيات محددة أم كان الخطاب عاماً؟ كان توجُّه المحتوى إيجابياً أم سلبياً تجاه المرأة؟ اعتُمد التحليل النوعي السيميائي للكشف عن المحتوى الصريح والضمني للرسالة وعن المستوى التعييني والتضميني للدلالات. تسمح دراسة التداخل بين الدوال اللفظية وغير اللفظية بفهم آلية إعادة تشكيل الواقع عن طريق العلامات. تكون إعادة تصوير الحقائق بطرائق عديدة، منها انتقائية الألفاظ، والتغييب، والإبراز، والتهويل، والتبسيط، والتكرار. ترتبط أهمية البحث بقدرة "الميديا" على خلق الوقائع وليس نقلها فقط لا سيَّما أنَّ اعتماد الجماهير على الإنترنت بوصفه وسيلة أساسية للمعرفة ولتنظيم النشاطات المهنية والاجتماعية وإنجازها يزداد يوماً بعد يوم. وعليه، إنَّ التصوير الإعلامي للمرأة الريادية قادر على النهوض أو الانحدار بدورها لا سيَّما في زمن الأزمات والحروب. مع

[▽]تاريخ الاستلام : 2022/7/20 ، تاريخ القبول : 8/27/ 2022 ، تاريخ النشر : 2022/9/30

[*]رئيسة المنظمة الدولية للإعلام و الإبداع و التنمية، السويد.، باحثة في جامعة لوند، السويد.

Madeleine.kassab@iomcd.org
Madeleinekassab@gmail.com

أهمية هذا الموضوع لا تتوفَّر دراسات كافية تعالج الأطر الإعلامية في الخطاب العربي حول المرأة الريادية.

- **الكلمات المفتاحية** : المرأة الريادية، الوطن العربي، الأزمات، الإنترنت، الأطر الإعلامية.

- **Abstract:**

In the context of the turbulence that shakes the Arab world on the political, military, economic, social, and religious levels, the media implants and reinforces different mental images of the Arab entrepreneur woman who still faces various obstacles and challenges. Media is the main source of knowledge for many Arab people. Consequently, the image of the Arab female entrepreneur in the recipient's mind is influenced by the information given by the sender who has certain aims or propaganda. The internet allows the female entrepreneur a broader margin of freedom and ability of success. However, it also causes conceptual confusion concerning her reality and circumstances. This study aims at analyzing the media frames adopted by a group of websites in discussing the issues of Arab entrepreneur women between 2019 and 2020. How does the media present the term "entrepreneurship"? What are the characteristics of the entrepreneur woman according to the senders? What are the highlighted challenges and successes? Did the media iconify persons or was the discourse general? Was the trend of the content positive or negative towards the woman? Qualitative semiotic analysis is adopted to detect the explicit or implicit content of the message and the denotative and connotative levels of the significations. The study of the interrelation between verbal and non-verbal signifiers gives way to understanding the mechanism of reshaping reality through signs. The re-depiction of facts is done in several ways some of which are word selectivity,

absenting, highlighting, exaggeration, simplification, and repetition. The importance of the research arises from the ability of media to not only convey realities but to create them as well especially since the dependence of the masses on the internet as the main means of knowledge and of organizing and performing vocational and social activities increases day by day. Therefore, the media portrayal of the female entrepreneur can raise or minimize her role, particularly in times of crises and wars. Despite the importance of this topic, there are not enough studies that tackle the media frames in the Arab discourse concerning the entrepreneur woman.

Key words: female entrepreneur, the Arab world, crises, internet, media frames .

المقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً بمجال ريادة الأعمال بوصفه رمزاً للابتكار، ولقوة الاقتصاد وديناميكيته. إلا أنَّ المشاركة النسوية وأهمية نتائجها في هذا القطاع أُهملت على أصعدة كثيرة من بينها الدراسات الأكاديمية التي تعاني إلى الآن من نقص حاد على المستوى الكمي والنوعي فيما يخص واقع المرأة الريادية وخصائصها[1]. وإنَّ أيَّ إجراءٍ يهدف للنهوض بدور المرأة الريادية يتطلَّب فهماً دقيقاً لكلِّ العوامل والمتغيرات التي تؤثِّر على جودة عمل هذه المرأة وفعَّاليتها، وعلى طبيعة الصور الذهنية الراسخة عنها ومحتواها.

أهمية البحث:

[1] Hala Hattab, "Toward understanding female entrepreneur in Middle Eastern and North African Countries", *Education Business and Society Contemporary Middle Eastern*, September 2012.
Stefanie Beninger, "A road to empowerment: social media use by women entrepreneurs in Egypt," Int. J. *Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 27, Nos. 2/3, 2016.

ترتبط أهمية البحث بأهمية وسائل الاتصال والإعلام التي أصبحت مصدر المعلومات الأساسي لكثيرين، هذه الوسائل التي تعيد تصوير الواقع ضمن أطر معيَّنة، وتؤدّي إلى خلق الأحداث أيضاً. إنَّ التأطير الإعلامي لموضوع المرأة الريادية من شأنه أن يعزِز أو يهدم صورة هذه المرأة وواقعها. لذا وجبت دراسة الأطر التي تقدم بها قضايا المرأة الريادية العربية. وإنَّ ندرة الدراسات حول هذا الموضوع تدل على عدم إدراك، أو على تجاهل خطورة دور الإعلام في خلق الأفكار والسلوكيات والتحكم بها. وإنَّ أيَّ عملية نهوض بدور المرأة مرتبطة بقوة بفهم الصور الذهنية السائدة في المجتمع سواءً تلك الناتجة عن طريق التجارب المتراكمة أم عن طريق التأطير الإعلامي والاتصالي.

هدف البحث:

1. الكشف عن الأطر المعتمدة في تغطية قضايا المرأة العربية الريادية.
2. معرفة العلاقة بين الدوال التي من شأنها خلق الصور الذهنية في عقل المتلقي.
3. الوصول إلى نتائج دقيقة تُضيف للبحث العلمي والذي بدوره يخدم عمليات دعم وتطوير المرأة الريادية.

مشكلة البحث:

تتمحور مشكلة البحث وتساؤلاته حول الصور الذهنية التي يغرسها الإعلام ويرسّخها عن المرأة الريادية عن طريق عملية التأطير الإعلامي الذي تكمن أهميته وخطورته في أنَّه يخلق واقعاً، ولا ينقله فقط. وبناءً على ذلك، كيف يقدم الإعلام مصطلح "الريادية"؟ ما سياقات تناول موضوع المرأة الريادية؟ ما خصائص هذه المرأة وَفْقاً للمرسلين؟ ما التحديات والنجاحات الأكثر إبرازاً؟ أيقن الإعلام شخصيات محددة أم كان الخطاب عاماً؟ كان توجُّه المحتوى إيجابياً أم سلبياً تجاه المرأة الريادية؟

فرضية البحث:

التأطير الإعلامي للمرأة الريادية العربية يقدمها ضحية للظروف، وخاصة لضغط النظام الذكوري لذا يغدو كل نجاح مهما كانت قيمته وحجمه بمثابة بطولة. كما يخدم الأسلوب الإنشائي والعاطفي خطاب الضحية الذي اعتمده المرسلون واعتمدوا الخطاب الواضح الصريح لغوياً، لكن السياقات تحتوي رسائلاً ضمنية.

الإطار المنهجي للبحث:

اعْتُمِدَ التحليل النوعي السيميائي لدراسة (26) مادة إعلامية نُشِرَت على مواقع الإنترنت. الحد الزمني للعينة من عام 2019 إلى عام 2020. اخْتِيرَتِ المواد التي يبرزها محرك البحث "غوغل" في مقدمة نتائج البحث حينما نستخدم كلمات مفتاحية مرتبطة بالمرأة الريادية العربية. وهذا الأمر مهم جداً؛ لأنَّه يبيّن لنا المواد التي تُبرز بصورة أساسية أثناء عملية البحث، وقد تكون هذه المواد المصادر الأساسية للمتلقي الذي يبحث عن مواضيع المرأة الريادية العربية.

يسمح التحليل النوعي السيميائي بدراسة الدوال اللفظية وغير اللفظية ويكشف عن العلاقة بينهما، كما أنَّه يسمح بمعرفة المعاني الصريحة والضمنية للمحتوى بفضل مرونته التي تُمكِّن الباحث من دراسة عديد من مكونات المضمون بوقت واحد، واستخراج المعاني باللجوء إلى أساليب عديدة بحثية، وبالاعتماد على تخصُّصات عديدة في آنٍ واحد[1].

أولاً: الإطار النظري للبحث

تعتمد هذه الدراسة على نظرية التأطير الخبري/الإعلامي (News Framing) التي تساعد في فهم دور الإعلام في تشكيل معارف الجماهير وتوجهاتهم حول القضايا المختلفة[2]. فهي تسمح بدراسة المحتوى الصريح والضمني للرسائل وتبحث عن الكيفية التي تعطي عن طريقها الأطر الإعلامية الدلالات والمعاني للأحداث وتعيد تشكيل الواقع عن طريق العلامات اللفظية وغير اللفظية وعن طريق استغلال العلاقة بينهما للتأثير بالمتلقي[3]. فضلاً عن أنَّ عملية التأطير هي مزيج من تصنيف وترتيب وتفسير

---

[1] Roland Barthes, *Mythologies*, USA, Noonday Press3, 1972.

Emir Abd-el-Kader, The Semiology Analysis In Media Studies, - Roland Barthes Approach, 8-10 September 2014- Istanbul, Turkey Proceedings of SOCIOINT14- International Conference on Social Sciences and Humanities.

Bruhn Jensen Klaus, *A handbook of media and communication research*, 1st Ed, London, Routledge. 2002.

[2] Madeleine Kassab, *Media Coverage of the Syrian Crisis from 2011 to 2013; Comparison between Al-Jazeera and Al-Manar Channels,* Liege University, 2020.

Kard Tan J.W, *The Empirical Approach to the study of media framing*, in: S.D Reese O.H Gandy A.E, Grant (Eds). Framing Public life, London, Lawrence Erlbaum, 2001.

[3] Entman Robert, "Framing Bias, Media in the distribution of Power," Journal of Communication, Vol.57, 2007, P.P, 163-173.

Mahinaz Mohsen, "The Relationship Between the Methods of Language Recruitment and The Framework for Evaluating Events in News Reports, An Empirical Study on the Israeli War in Gaza,"

وتأويل الوقائع واستغلال السياقات وتسخيرها بغية خلق معان تتماشى مع مصلحة وأهداف المرسل. وعن طريق عمليات الإبراز، والتغييب، والتهميش، والتحريف، والتهويل، والتبسيط وغيرها من العمليات التي يستطيع المرسل خلق صور ذهنية توجه سلوكيات المتلقي بما بتناسب مع أهداف الدعائي/المرسل[1].

ثانياً : مراجعة الدراسات

1. نجاح الرياديات

مع محدودية الانخراط النسائي في ريادة الأعمال ومع عدم استغلال طاقات المرأة وإمكانياتها في هذا المجال إلا أنَّ الواقع يؤكِّد أنَّ الدور النسوي يعزِّز بقوة التنوع في العمل، ويساهم إلى حدٍّ كبير في القضاء على الفقر[2]. فإنَّ عدد الشركات المملوكة من قبل النساء يزداد باستمرار في المناطق العربية وحول العالم ما يدعم التنمية الاقتصادية بصورة ملحوظة، ويؤدّي إلى نمو المجتمعات ورخائها. دفع هذا الأمر عديداً من الأكاديميين وصنَّاع السياسات والقرار للاهتمام أكثر بدور المرأة[3].

2. المعوقات التي تواجه المرأة الريادية

The Egyptian Journal of Media Research, Issue 33, Cairo University, Media College, January-June 2009.

[1] D'Angelo P. "News framing as a multi-paradigmatic research program: A response to Entman." *Journal of Communication*, 52, 2002. P.P. 870-888.

Amal Kamal, "News Frames for Addressing Social Protests, Comparative Analytic Study of a Sample of Egyptian Newspapers," Cairo University, Media College, *Journal of Media Research*, vol. I, Issue 30, 2008.

[2] Dima Jamali, " Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries A relational perspective," *Olayan School of Bussiness*, American University of Beirut, Beirut, GM, 24-4, 2009.

عفت الزعبي، " دور وزارة التضامن الاجتماعي بجمهورية مصر العربية في دعم المشروعات متناهية الصغر: دراسة في الفترة 2012-2018"، مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية . القاهرة، مجلد 21، العدد 4، الرقم التسلسلي 85، خريف 2020، ص 217-246

[3] Owalla, B. and Al-Ghafri, A, "Bitten by the entrepreneur bug – critiquing discourses on women owner-managers/entrepreneurs in the Kenyan and Omani newspapers." *Gender in Management: An International Journal,* 2020.

Shaikhah Alghaith, *Understanding Kuwaiti women entrepreneurs and their adoption of social media: a study of gender, diffusion, and culture, in the Middle East,* Colorado State University , Department of Journalism and Media Communication, 2019.

يمكن عدُّ معظم التحديات التي ذكرتها الدراسات السابقة معوقات خارجية أي موجودة في البيئة المحيطة بالمرأة وليست تحديات ذاتية مرتبطة بشخصية المرأة وخصائصها. فيما يلي أبرز تلك العوائق: 1. تحديات مالية تتمثَّل بضعف رأس المال، وضعف التمويل، وضعف الائتمان وهذا يؤدي إلى ضعف الإنتاج. إذ لا تحظى المرأة بثقة الممولين والمستثمرين بدرجة تساوي ثقتهم بقدرات الرجل. ولهذا تركز المشاريع الريادية النسائية على قطاع الخدمات؛ لأنَّه أرخص وأسهل لا سيَّما في مرحلة التأسيس. 2- الصورة النمطية السائدة عن المرأة. فما زالت النظرة الدونية عن مقدرات المرأة في القيادة والريادة مسيطرة. 3- التفوق الذكوري تقريباً في معظم القطاعات، حتى أنَّ الإنجازات النسائية تتم في وسط مهني يهيمن عليه الذكور، ما يعني أنَّ الرجل هو القائد الرائد ومهما حقَّقت المرأة فإنَّها تفعل ذلك تحت مظلة السيطرة الذكورية. ووَفْقاً لبعض الدراسات، ما زالت المرأة غير قادرة على مواكبة الرجل من حيث القدرة على تأمين كتلة بشرية عاملة قوية؛ لضعف التعليم والخبرة العملية المهنية لذا، فإنَّ الشركات التي تملكها النساء تُعدُّ أصغر وأقل نمواً من تلك التي يملكها الذكور. كما أنَّ عدم المساواة بين الجنسين تعيق عملية النهوض بالدور النسائي في ريادة الأعمال وفي قطاعات أخرى. فما زالت المرأة غير منخرطة بقوة بعملية صنع القرار التي تهم الدول والمجتمعات كما أنَّها لا تشغل بالقدر نفسه الذي يشغله الذكر المناصب العليا المؤثرة في عمليات التطوير، والنهوض الاقتصادي، والاجتماعي، والسياسي. 4- العادات والتقاليد وتعارضها أو بالأحرى تفوقها على بعض القوانين، فمع ما وصلت إليه المرأة على المستوى الاقتصادي فإنَّها ما زالت مقيدة على المستوى الشخصي والمهني. فالعادات والتقاليد والمفاهيم الاجتماعية عميقة الجذور تحد بصورة واضحة من إطلاق العنان لقدرات المرأة وإمكانياتها، ومن ثَمَّ تعيق عملية النهوض الاقتصادي. كما أنَّه في بعض الأحيان تتفوَّق المبادئ الدينية على القوانين، فما زالت المرأة -في عديدٍ من البلدان العربية- تمنع من السفر بمفردها، إذ يتوجَّب وجود أحد ذكور عائلتها معها، مع أنَّ دساتير الدول تسمح بحرية التنقل بغض النظر عن جنس المسافر، الإمارات مثلاً. لذا فإن النساء ما زلنَ بمرحلة النضال؛ للحصول على حقوقهنَّ في المجالات الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، وغيرها. 5- تعدُّد المسؤوليات، فالمرأة العاملة -بغض النظر عن مجال العمل- تعاني من مسألة التوفيق بين حياتها الشخصية/العائلية وتلك المهنية. دراسة واحدة[1] فقط أكَّدت عدم وجود تعارض بين الحياة العائلية للمرأة

[1] Hanifa Itani, Yusuf M. Sidani, Imad Baalbaki, "United Arab Emirates female entrepreneurs: motivations and frustrations," Equality, *Diversity and Inclusion*, ISSN: 2040-7149, Publication date: 28 June 2011.

وحياتها المهنية. 6- عدم رضا النساء على نتائج أعمالهن، فكثيرات غير راضيات بصورة كاملة عمَّا وصلنَ إليه. 7- انحصار مجالات ريادة الأعمال النسائية في قطاعات تقليدية فما زالت المشاركة النسوية في قطاعات الصناعة والتكنولوجيا ضعيفة جداً مقارنة بمساهمات الرجال[1].

هناك علاقة قوية بين أنماط الريادة وبين الصفات الشخصية للمرأة الريادية. والريادة مرتبطة بالابتكار والسبق وهذان الأمران لا يحصلان ما لم تتحد الصفات الشخصية للإنسان الريادي مع خصائصه المهنية[2]. لكن بعض الدراسات تؤكد على عدم وجود قواعد وضوابط وشروط محددة يجب توفرها لتكون المرأة ريادية[3]. فقد تبين أنَّه في مصراته تمارس النساء ريادة الأعمال كهواية وبتشجيع من الأصدقاء وبمساعدة وسائل التواصل الاجتماعي بغية تحقيق الأرباح لذلك يتمتعن بقدرة جيدة على تقديم أفكار عديدة.

3. العلاقة بين الدين وريادة الأعمال

في بعض الأحيان يجري تهميش أو حتى إلغاء دور المرأة في العمل على أساس ثقافي-ديني يتبناه العديد من الرجال بسبب طريقة فهمهم وتأويلهم للنصوص الدينية. فبالنسبة لهؤلاء، المكان الوحيد لعمل المرأة

---

[1] Shaikhah Alghaith, "Understanding Kuwaiti women entrepreneurs and their adoption of social media: A study of gender," *Diffusion, And Culture, In the Middle East,* Colorado State University, Department of Journalism and Media Communication, 2019.

Dima Jamali, " Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries A relational perspective," *Olayan School of Bussiness*, American University of Beirut, Beirut, GM, 24-4, 2009.

Murat Sakir Erogul, Michel Rod & Salvador Barragan, "Contextualizing Arab female entrepreneurship in the United Arab Emirates," *Culture and Organization*, 25:5, 2019, 317-331.

Stefanie Beninger, "A road to empowerment: social media use by women entrepreneurs in Egypt," Int. J. *Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 27, Nos. 2/3, 2016.

Maurice Odine, "Role of Social Media in the Empowerment of Arab Women," *Global Media Journal*, December 2015, Volume 6, No 12, pp. 2016-2026.

Hanifa Itani, Yusuf M. Sidani, Imad Baalbaki, "United Arab Emirates female entrepreneurs: motivations and frustrations," *Equality, Diversity and Inclusion*, ISSN: 2040-7149, Publication date: 28 June 2011.

[2] أحمد علي صالح، سهاد عادل جاسم، "تشخيص واقع الأنماط الريادية عند المرأة العراقية وعلاقتها ببعض الخصائص الشخصية"، الباحث العالمي، المجلد 2، العدد 5، ص: 138-152، 2009.

[3] هاجر أحمد الشريف، علي عبد الله تيكة، خيرية أحمد شيش، "ريادة النساء للمشروعات الصغرى في مدينة مصراتة"، مؤتمر علمي بعنوان دور ريادة الأعمال في تطوير المشروعات الصغرى والمتوسطة في الاقتصاد الليبي، 21 أيلول 2019.

هويتها لذلك يجب عليها التخلي عن كل شيء والتفرغ المطلق لتربية الأطفال والاعتناء بالزوج والمنزل. لكن بذات الوقت الأجيال الصاعدة بدأت تتحرر من هذه الأفكار والعديد من الشباب يتقاسمون بعض الأعمال المنزلية من الإناث سواءً الأمهات، أم الأخوات، أم الزوجات. كما أنَّهم يشجعون الإناث إلى الانضمام إلى سوق العمل بغية تحسين الوضع الاقتصادي العائلي[1]. فضلاً عن أنَّ عديداً من المجتمعات العربية لا ترى أنَّ الدين يمنع المرأة من العمل، وإنَّما ضغط العادات والتقاليد يفعل. فأخلاقيات وقيم الدين الإسلامي تؤثر بشدة على نتائج عمل المرأة في عديد من الدول العربية وَفْقاً لدراسة (Hayfaa A. Tlaiss 2015). فإنَّ رائدات الأعمال المسلمات يقمنَ بأعمالهنَّ بناءً على القواعد والأخلاق الإسلامية التي تحفزهن على كسب الدنيا والآخرة عن طريق العمل بإتقان، بأمانة وإخلاص، وعن طريق الإحسان والعدل والإنصاف. هؤلاء النسوة تخطين التفاسير التقليدية للإسلام عن طريق إيمانهن أنَّ الإسلام لا يمنع عمل المرأة، بل يؤدِّي إلى نجاحه بقوة[2].

4. الإعلام وريادة الأعمال

بعض الدراسات عالجت استخدام الرياديات لوسائل التواصل الاجتماعي إلا أن الدراسات التي تعالج التأطير الإعلامي للمرأة الريادية العربية نادرة جدا. تبيّن أن تنفيذ الأنشطة المهنية في ريادة الأعمال تغير نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التي لم يعد التسويق مهمتها الوحيدة حيث أصبحت هذه الوسائل أساسا لتحسين الأداء وضمان النتائج وتغذية الابتكار كما أصبحت العامل الأهم في تقوية ونجاح شبكات العلاقات العامة والأعمال[3].

مع استخدام الرياديات لعديد من وسائل التواصل الاجتماعي إلا أنهن يفضلن بعضها على الآخر. فمثلا أظهرت دراسة أنَّ معظم الرياديات في الكويت يفضلنَ (الإنستغرام) كأداة تسويق وذلك بسبب خصائصه وشعبيته. كما أنهن يتغاضين عن سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي مقابل الاستفادة من إمكانياتها وتسهيلاتها. أبرز هذه السلبيات هي أن المُنتَج يبدو مختلفاً عن الواقع أثناء عرضه على التطبيقات، وأن

---

[1] Shaikhah Alghaith, *Understanding Kuwaiti Women Entrepreneurs and Their Adoption of social media: A Study of Gender, Diffusion, And Culture in The Middle East,* Colorado State University , Department of Journalism and Media Communication, 2019.

[2] Hayfaa A. Tlaiss, "How Islamic Business Ethics Impact Women Entrepreneurs: Insights from Four Arab Middle Eastern Countries," *Journal of Business Ethics,* volume 129, pages 859–877, 2015.

[3] Abdus-Samad Temitope Olanrewaju et al, "social media and entrepreneurship research: a literature review", *International Journal of Information Management,* 50, 2020, 90-110.

الرياديات عُرضة بشدة للتعامل مع التعليقات المثبطة والمتضمنة لعبارات بذيئة، كما أن مجهود الرياديات يمكن أن يسرق عن طريق تهكير حساباتهن أو سرقة صور منتجاتهن[1]. لكن بالمقابل تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للمرأة القدرة على إنجاز أعمالها دون الحاجة للاختلاط بالرجال أو بالغرباء مما يريحها من قسوة الضغوط الاجتماعية. كما أن سهولة استخدام التطبيقات وقلة التكاليف وسهولة الإعلان عن طريق الإنترنت جعلت المرأة متمسكة بوسائل التواصل الاجتماعي كأهم وسائل للنجاح وللاستمرارية[2]. فالنساء يعتبرن أن الإعلام الحديث أثر إيجابيا بحياتهن المهنية والشخصية على حد سواء[3]. كما أنه منحهن القدرة للتعبير عن أنفسهن بشكل ثوري على الصور النمطية السائدة عنهن في المجتمع ولهذا يعد هذا الإعلام بالنسبة لهن المجال الأهم لتمكين المرأة وتحسين صورتها لا سيَّما المهنية[4].

أما بالنسبة للتأطير الإعلامي للمرأة الريادية فقد بينت دراسةOwalla (2020)[5]أن الخطابات الإعلامية تلعب دورا كبيرا في ترسيخ الفروق بين الجنسين وفي تعزيز الصورة النمطية عن المرأة الضعيفة غير القادرة على مواكبة الرجل ولهذا الأمر يجري تصوير ريادة الأعمال كمجال ذكوري لا يبرع فيه إلا الرجل. كما أن تغييب قصص المرأة في مجال الاقتصاد والأعمال وعدم تسليط الضوء على نجاحاتها وقدراتها أو ربط النجاح المهني بالفشل على المستوى العائلي عزز من ذكورية قطاع ريادة الأعمال.

---

[1] Shaikhah Alghaith, *Understanding Kuwaiti Women Entrepreneurs And Their Adoption Of Social Media: A Study Of Gender, Diffusion, And Culture, In The Middle East,* Colorado State University , Department of Journalism and Media Communication, 2019.

[2] Wally, Eman and Koshy, Swapna: The use of Instagram as a marketing tool by Emirati female entrepreneurs: an exploratory study 2014, 1-19. https://ro.uow.edu.au/dubaipapers/621

[3] Stefanie Beninger, "A road to empowerment: social media use by women entrepreneurs in Egypt," Int. J. *Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 27, Nos. 2/3, 2016.

[4] Maurice Odine, "Role of Social Media in the Empowerment of Arab Women," Global Media Journal December 2015, Volume 6, No 12, pp. 2016-2026.

[5] Owalla, B. and Al-Ghafri, A. "Bitten by the entrepreneur bug" – critiquing discourses on women owner-managers/entrepreneurs in the Kenyan and Omani newspapers." *Gender in Management: An International Journal*, 2020.

ثالثاً : نتائج التحليل

تتضمن النتائج جدولاً إحصائياً يُظهر تكرارات الموضوعات المعروضة، ونسبها المئوية. يلي الجدول شرح كيفية تناول المرسلين لكل موضوع وطرائقهم[1].

الموضوع	التكرارات	النسبة المئوية
المقارنة مع الرجل	12	% 12. 63
المشاكل والعراقيل التي تواجه المرأة	11	%11. 57
الحكومة ترعى المرأة وتعمل على النهوض بدورها	9	%9. 47
تأكيد أهمية المرأة ودورها في المجتمع + الثقة بقدرتها وقوتها	9	%9. 47
حلول لوضع المرأة الريادية وطرق تعزيز ريادتها	8	%8. 42
نجاحات المرأة الريادية	7	%7. 36
رسائل تحفيزية	6	%6. 31
الاستشهاد بأقوال شخصيات ناشطة في مجالات الريادة والمرأة	6	%6. 31
شخصيات ريادية محددة	5	%5. 26
إحصائيات	5	%5. 26
دعم جهات معينة للرياديات	4	%4. 21
آراء الباحثين والباحثات	4	%4. 21
الرجل يرعى ويشرف على دور المرأة	3	%3. 15
مجالات ريادة المرأة	3	%3. 15
فعاليات متعلقة بالمرأة الريادية	3	%3. 15
المجموع العام	**95**	**100**

[1] * كل موضوع يعدُّ إطاراً إعلامياً؛ لذا فالعناوين التالية ليست عناويناً أكاديمية، وإنَّما عناوين للموضوعات التي تناولتها العينة المدروسة، وهي تمثل الأطر التي اعتمدها المرسلون.

1. المقارنة مع الرجل

عُرِض هذا المضمون بسياقات عديدة، وهي:

أ- تأكيد التشابه بين الجنسين من منطلق عدم وجود فروق بين إمكانيات المرأة والرجل فلو أُتِيحت الظروف المناسبة للمرأة فإنَّها ستبدع كما يفعل الرجل.

ب- ربط القوة التأثيرية للمرأة بمسؤولياتها المنزلية فهي من يخلق الرياديين والأسر الريادية لذلك فإن قدرتها التأثيرية في المجتمع أقوى من تلك التي يمتلكها الرجل.

ت- تقديم المرأة كضحية للنظام الذكوري الذي يسلبها القدرة على التعبير عن ذاتها وعرض مقدراتها.

ث- السخط على النظام الذكوري والتعبير عن الاستياء والاشمئزاز من التمييز الذي يضع المرأة في درجة متدنية في معظم مجالات الحياة.

ج- الدمج بين سياق الضحية وسياق القدرة على إثبات الذات، فعلى الرغم مما تواجهه المرأة بسبب العقلية الذكورية إلا أنها أهل لتحمل المسؤوليات في العمل.

ح- سياق تحفيزي على خلق المساواة بين الجنسين. وفقا لعينة البحث إن المساواة ستؤدي إلى زيادة الناتج المحلي للدول وبالتالي التأثير إيجابيا على قوة الاقتصاد العالمي.

خ- سياق لفت الانتباه للتهديدات الناجمة عن التضييق على المرأة وعن عدم أخذها لدورها في المجتمع على أكمل وجه.

د- سياق تبريري لعدم تفوق المرأة، إذ إنَّها تواجه ما لا يواجهه الرجل وبالتالي وفقا للعينة فإن التفوق الذكوري في العمل أمر طبيعي وليس وليد الإبداع والتميز.

ذ- سياق الاستغناء عن دعم الرجل فالمرأة لا تحتاج إلى الذكر لتمكينها.

ر- وأخيرا سياق القيام بفعاليات لتعزيز المساواة بين الجنسين.

2. المشاكل والعراقيل التي تواجه المرأة

ركَّز مضمون العينة المدروسة على المشاكل والعراقيل المحيطة بالمرأة (الظروف الخارجية) أكثر من تركيزه على المعوقات الذاتية المرتبطة بشخصية المرأة والتي تمنعها من التقدم في مجال ريادة الأعمال. كما اعتُمد الخطاب الواضح والصريح ولم يُستخدم الأسلوب المجازي. في بعض الأحيان كان المضمون

حول العراقيل عاما، كأن يذكر الكاتب أنَّ المرأة الريادية تواجه عديداً من التحديات من دون أن يحدِّدها بدقة.

ووَفْقاً للعينة المدروسة فإنَّ أبرز العراقيل المحيطة بالمرأة هي:

أ- العادات والتقاليد والقواعد الثقافية.

ب- القوانين والتشريعات.

ت- الفجوة بين الجنسين.

ث- الصورة النمطية السائدة حول ضعف إمكانيات المرأة.

ج- نقص البحوث والبيانات حول واقع المرأة الريادية.

ح- فرض ضرائب كبيرة على المشاريع الريادية.

خ- صعوبة الحصول على تمويل مناسب وعدم ثقة الممولين بالنساء.

د- توقف المشاريع النسائية؛ بسبب ضعف الأرباح وقوة المنافسة.

ذ- النساء لا يقدمن منتجات جديدة.

ر- الالتزامات العائلية.

ز- فيروس "كورونا" وما سببه من تبعات أضعفت الاقتصاد المحلي والعالمي.

اعتمد الخطاب في بعض الأحيان على الاستمالات العاطفية لصالح المرأة. وفي هذا السياق تم الربط بين عراقيل مجتمعية وقضايا وطنية كقدرة المرأة الريادية الفلسطينية على تحدي العديد من المشاكل المجتمعية في ظل الحصار الإسرائيلي.

أمَّا العراقيل الذاتية المرتبطة بشخصية المرأة فأظهرتها العينة المدروسة على النحو الآتي:

أ- خوف المرأة من الفشل، وهذا الأمر يتعارض مع مفهوم الريادة.

ب- ضعف قدرة المرأة على خلق علاقات قوية ومتينة مع المستثمرين ورائدي الأعمال.

ت- غياب الابتكار فالنساء يعمدن إلى التقليد ولا يقدمن منتجات جديدة.

ث- محدودية المعرفة لدى المرأة.

ج- ضعف المرأة بشكل عام في المجال الاقتصادي.

3. الحكومة ترعى المرأة وتعمل على النهوض بدورها

تناول مضمون العينة المدروسة بصورة أساسية دور الحكومات في دعم المرأة العربية خاصة الريادية. وفي العديد من النصوص لوحظ أن تناول قضية المرأة الريادية يتم بغية تسليط الضوء على نشاطات الحكومات أكثر من التركيز على واقع هذه المرأة. تضمن الخطاب مدحا ضمنيا لأعمال الحكومات وذلك عن طريق السياقات النصية. ظهرت حكومات الدول مسؤولة عن تطور النساء وصاحبة الفضل الأول في الإنجازات النسوية، فهي التي توفر وتهيئ كافة البيئات المناسبة لتتفوق النساء في العديد من القطاعات خاصة في مجال ريادة الأعمال. تناول الخطاب إجراءات حاضرة ورؤى مستقبلية تبنتها الدول للنهوض بدور المرأة كتمويل مشاريع النساء وإيجاد فرص عمل وسن قوانين داعمة للمرأة بالإضافة إلى تقديم الاستشارات في القطاع الاقتصادي. تميز الخطاب بالطابع العام، كأن يتحدث المرسل عن قيام الدولة بكل ما يجب لتمكين المرأة دون ذكر أسماء المشاريع وأمكنتها ومعلومات إضافية قد تهم المتلقي. كما قُدمت بعض المراسيم والقرارات الحكومية أو المَلكية كخطوات بطولية مثل السماح للمرأة بمزاولة العمل التجاري أو السفر دون الحاجة إلى موافقة وليها خاصة في السعودية. اقتباس أقوال لبعض الأمراء والرؤساء كان وسيلة أخرى لإظهار فضل الدولة على المرأة الريادية وتطورها.

4. تأكيد أهمية المرأة ودورها في المجتمع والثقة بقدرتها وقوتها

تميَّز مضمون العينة المدروسة بالطابع الخطابي الإنشائي فيما يخص الحديث عن أهمية المرأة والثقة بقدرتها. وكان المحتوى عاطفياً أكثر منه منطقياً؛ إذ لم يكن مليئاً بالمعطيات والبيانات الدقيقة. فقد تم الحديث عن أهمية المرأة بوصفها نصف المجتمع وعن قدرتها على النجاح رغم التحديات كما اعتبرت المرأة الريادية من أهم عوامل نمو وازدهار المجتمعات (خطاب إنشائي) لكن لم يتم الحديث عن معطيات دقيقة تبرر تناول موضوع أهمية المرأة ودورها في المجال الريادي.

اتسم الخطاب أيضاً بالآنية، إذ تحدَّث عن دور المرأة في الوقت الراهن، وحمل طابعاً مستقبلياً عن طريق الدعوة إلى نشر الوعي حول أهمية المرأة وقدرتها على التغيير والتطوير؛ فضلاً عن أنَّ الخطاب وُجِّهَ للمؤسسات المسؤولة عن تمكين المرأة الريادية لكي تقوم بواجبها. لم يخلُ المضمون من المغالاة في وصف قدرات المرأة عموماً. فقد عُدَّتِ المرأة ريادية بطبعها وهذا الأمر لم يكن مدعوماً في النص بأي

إثبات علمي يشرح مفهوم الريادة ومن ثم يؤكِّد ريادة كل مرأة. ينطبق الشيء نفسه على فكرة تفوُّق المرأة على الرجل في عديدٍ من الميادين.

5. حلول لوضع المرأة الريادية وطرائق تعزيز ريادتها

كل الحلول المطروحة في عينة الدراسة ترسخ صورة المرأة كضحية؛ إذ رُكِّزَ على الحلول للظروف الخارجية المحيطة بالمرأة وليس على العوامل الذاتية المرتبطة بشخصية المرأة. أبرز تلك الحلول:

أ- ملاءَمة التشريعات وسن القوانين المناسبة لدعم المرأة.

ب- القضاء على التمييز ضد النساء وتحقيق المساواة بين الجنسين.

ت- توفير الدعم والتمويل المناسبين.

ث- تأهيل وتدريب النساء والاستفادة من التكنولوجيا خاصة في مجال الاتصال.

ج- الإعفاء من الضرائب.

ح- توفير بيئات آمنة للنساء قادرة على حمايتهن خاصة من التحرش.

خ- تبني حملات إعلامية بغية نشر الوعي حول ريادة الأعمال النسائية وذلك عن طريق تسليط الضوء على قصص الرياديات الناجحات وعلى العقبات التي تعرضن لها وآليات تخطي تلك التحديات. تحقيق التوازن بين الحياة العملية والحياة الشخصية.

د- العمل بدقة وامتلاك نظرة استراتيجية بغية إقناع الممولين والمستثمرين.

6 . نجاحات المرأة الريادية

ذُكِرَ موضوع نجاحات المرأة بسياقات عديدة أبرزها:

أ- المعلومات العامة والسطحية عن النجاح حيث يُعرِّف النص المتلقي أنَّ النساء يحققنَ نجاحات لكن لا يقدِّم له معلومات دقيقة عن هذه النجاحات كأسماء المشاريع، زمنها، مكانها ودلائل نجاحها.

ب- سياق تبشيري يبشر بجاهزية واستعداد المرأة للخوض في مضمار القيادة والريادة. وفي هذا السياق يبدو نجاح المرأة ثمرة جهد كبير وليس وليد الصدفة والظروف السهلة.

ت- سياق ثقة المرأة بنفسها في مواجهة النظام الذكوري فهي تحقق نجاحات؛ مع هيمنة العقلية الذكورية على المجتمعات العربية. المرأة في هذا السياق تكسر الصورة النمطية السائدة عنها.

ث- سياق ارتباط النجاح بالرغبة والطموح وسن الشباب.

ج- سياق حماسي تفاؤلي يؤكد التقدم السريع للمرأة في مجال ريادة الأعمال.

7. رسائل تحفيزية

وُجِّهت الرسائل التحفيزية إلى المرأة بأساليب عديدة، منها:

أ- اقتباس أقوال لشخصيات قد تكون معروفة ومؤثرة في رأي المتلقي. وفي هذا السياق قد يكتفي المرسل بكتابة اسم الشخصية دون إعطاء معلومات إضافية عنها مما يوحي للمتلقي بأن هذه الشخصية غنية عن التعريف. هذه التقنية قد تزيد من القوة التأثيرية للرسالة.

ب- إجراء لقاءات مع نساء ناجحات منخرطات بالعمل الريادي يحفزن النساء على العمل.

ت- تسليط الضوء على شعارات محفزة تتبناها نساء رياديات خلال فعاليات لتمكين المرأة.

ث- مدح النفس وزميلات المهنة، كأن تتحدث ريادية عن قدرتها وقدرة زميلاتها على مقاومة كل العراقيل والوصول إلى هدفهن.

ج- الاستمالات العاطفية، كالحديث عن نجاح الريادية؛ مع صعوبة الحصار الإسرائيلي.

ح- الخطاب التحفيزي المباشر من الكاتب/المرسل إلى المتلقي.

خ- إبراز خطاب تحفيزي لشخصية اعتبارية في الدولة تجسد دور الأهل الأوصياء على المرأة.

د- ربط التحفيز بقضايا دينية، ووطنية، وأخلاقية، وإنسانية.

ذ- التحفيز عن طريق الإرشاد. كأن يتوجه المرسل مباشرة إلى المرأة المتلقية للرسالة بغرض حضها على المثابرة والتخلص من الخوف والقلق أو ينقل المرسل خطاب وأقوال إرشادية لشخصيات منخرطة في العمل الريادي بغية رفع الروح المعنوية لدى النساء اللواتي يتلقين الرسالة.

8. الاستشهاد بأقوال شخصيات ناشطة في مجالات الريادة والمرأة

شملت العينة آراء وأقوال لنساء منخرطات بالعمل الريادي وبالنشاطات المتعلقة بالمرأة. تمحورت آراءهن حول مجموعة نقط أبرزها:

أ- التحدُّث عن الوضع الراهن للمرأة العاملة وخصوصا الريادية.

ب- التركيز بالدرجة الأولى على المشاكل والعراقيل التي تواجهها النساء الرياديات وتقديم المرأة كضحية للظروف المحيطة بها.

ت- تبنّي خطاب توجيهي يدلل على أهمية دور المرأة في المجتمع ويحض على تأمين الدعم لا سيَّما في المجال التعليمي حتى تتمكن المرأة وتستعد لتكون رائدة وريادية في العديد من المجالات.

ث- الرفض المطلق للصورة النمطية السائدة عن المرأة لا سيَّما التي تقدمها كربة منزل لا تصلح لفعل شيء آخر سوى الاهتمام بالقضايا الأسرية.

9. شخصيات ريادية محددة

تضمن خطاب العينة المدروسة تغطية لوضع الرياديات بشكل عام أي دون الإشارة إلى شخصيات محددة لكنه أيضا تضمن تغطية عن حالات وشخصيات معينة.

وردت المعلومات عن نساء رياديات في السياقات الآتية:

أ- تسليط الضوء على أسماء مشاريعهن وأهدافها.

ب- الحديث عن نجاحاتهنَّ، مع قسوة العراقيل.

ت- إبراز أهم المشاكل التي تعرضت وتتعرض لها هذه الشخصيات.

ث- تكريم نساء رياديات وعادة ما كان يكتفي المرسل بذكر أسماء الشخصيات اللواتي يجري تكريمهن دون إعطاء معلومات أخرى عنهن كأسماء مشاريعهن وأهم إنجازاتهن.

10. إحصائيات

تضمَّنت عينة البحث إحصائيات حول موضوعات عديدة في سياق الحديث عن العمل الريادي للمرأة. واعتمد المرسلون على تقارير دولية حول وضع المرأة في قطاعات الصحة والتعليم وحول الأمية والفقر وعلاقتهما بتراجع دور المرأة. كما ذكر المرسلون نتائج لتقارير حول نسبة عمل المرأة العربية مقارنة بنساء العالم ومقارنة بنسب محلية للدول.

كانت غالبية الإحصائيات المعروضة في عينة البحث ذا طابع سلبي تشاؤمي يوحي أنَّ المرأة ما زالت بعيدة جداً عن المستوى المطلوب في مجال العمل خاصة الريادي مع أنَّ عديداً من الإناث حصلنَ وما

زلنَ على تعليم جيد. ارتبطت الإحصائيات حول وضع المرأة ارتباطاً مستمراً بالمقارنة بين الذكر والأنثى والتي تظهر تفوق الذكر كمياً ونوعياً على الأنثى.

11. دعم جهات معينة للرياديات

ظهر دعم بعض الجهات للمرأة الريادية بسياقات عديدها، أبرزها:

أ- تقديم المرأة على أنَّها مخلوق بحاجة للرعاية والدعم، إذ إنَّها لا تقوى على النهوض لولا "الوصاية" عليها.

ب- الإشادة الضمنية ببعض المراكز والمؤسسات الداعمة للمرأة عن طريق الحديث عن ضرورة تمكين المرأة. أي أن الهدف الحقيقي من الخبر هو مدح نشاطات المؤسسات أكثر منه تسليط الضوء على واقع المرأة الريادية.

ت- ذات الأمر ينطبق على الحديث عن جهود الدول حيال عملية النهوض بدور المرأة في المجتمع لاسيما في قطاع إدارة الأعمال والريادة.

ث- سياق تبريري يوضح ضرورة دعم المرأة لأنها نصف المجتمع.

ج- سياق نسوي تبدو فيه المرأة داعمة للمرأة، مثلا عندما تقوم امرأة "مؤثرة" في المجتمع بمبادرة لدعم وتمكين المرأة العربية. في هذا السياق تبدو المرأة مناصرة للمرأة لكنها بالمقابل منافسة للرجل ما يعطي انطباعاً بصورة قصدية أو غير قصدي عن وجود صراع بين الجنسين خاصة عندما تؤكد المرأة أنها أفضل من الرجل وأنها تفوقت عليه بدرجات.

ح- نقل المرأة من حيز الفردية إلى حيز الجماعة. هذا السياق يوحي للمتلقي أن المرأة بدأت لتوها بالإدماج بالمجتمع الذي تعيش فيه.

12. آراء الباحثين والباحثات

أبدت جميع الشخصيات الأكاديمية رأيها بواقع المرأة الريادية، وكانوا من النساء. في حين أنَّ معظم التكريمات والفعاليات التي تهدف إلى تمكين المرأة كان الذكر هو الراعي. وهذا قد يعطي صورة ذهنية عن نوع من تقسيم المهام حيث تبدو المرأة باحثة مهتمة في مجالات وقضايا وهموم المرأة بينما يبدو الذكر الوصي المسؤول عن دعم النساء دون الحاجة إلى أن يدرس بنفسه واقعهن.

فيما يلي أبرز الآراء والنتائج العلمية المعروضة في عينة البحث:

أ- في عُمان، معظم النساء دخلن ريادة الأعمال كهواية لا عن حاجة مالية. فهن لسن باحثات عن عمل، بل متقاعدات أو موظفات في قطاع عام وهؤلاء يسمح لهن بالتقاعد عندما يبلغن الأربعين من العمر.

ب- لا ترفض المجتمعات الخليجية دخول المرأة في ريادة الأعمال وإنما تجد مشكلة في عمل المرأة بشكل عام. وبعض المجتمعات العربية ترى مشكلة في عمل المرأة مثلا كإعلامية لكن لا تمانع من دخول المرأة في ريادة الأعمال لأن هذا المجال بالنسبة لهذه المجتمعات هو تجارة وليس ابتكارا كما هو معروف لدى الدول الغربية.

ت- من أسباب قبول بعض المجتمعات لريادة الأعمال أن المرأة لديها كامل الحرية في اختيار مكان وزمان العمل، كما يمكنها اختيار شركائها والموظفين مما يجعل اختلاطها بالذكور وفقا لرغبتها لا فرضا عليها فهي ربة العمل وكل شيء مرتبط برغبتها وقرارها.

ث- انخفاض عدد الرياديات يعود إلى بعض التشريعات والقوانين. فمثلا في السعودية أدى اشتراط وجود ولي أمر للمرأة في مجال التجارة إلى تفوق الذكور كميا ونوعيا على الإناث.

ج- تدني مشاركة المرأة لا سيَّما في المجال الاقتصادي يعود بشكل أساسي إلى النظرة الذكورية حيال شخصية وعمل المرأة.

ح- الفجوة كبيرة جدا بين الإناث والذكور في مجال التكنولوجيا فالأنثى متأخرة جدا بينما يتفوق الرجل بكل قطاعات هذا المجال من القطاع الوظيفي إلى القطاع الإداري والتجاري.

خ- أما الرأي المتفائل فيرى أن المرأة حققت الكثير من الإنجازات ولا يوجد مجال للمقارنة بين الحاضر والماضي.

13.الرجل يرعى ويشرف على دور المرأة

هذه الفقرة تؤكِّد ما ذُكِر في بعض الفقرات السابقة عن دور الرجل كوصي أوراعٍ للمرأة. فهو الذي يدير الفعاليات لتمكينها وتكريمها وهو الذي يختار من تستحق الدعم والثناء ومن لا تستحق.

14.مجالات ريادة المرأة

في عينة البحث تم اعتماد أسلوبي التعميم والتحديد أثناء الحديث عن مجالات ريادة الأنثى. أسلوب التعميم يظهر مثلا عندما يؤكد المرسل بشكل عام أن المرأة تحقق نجاحات كبيرة في مجال ريادة الأعمال

دون أن يذكر القطاعات والتخصصات. أما عن طريق أسلوب التحديد يحصل المتلقي على معلومات أدق وأكثر تفصيلا. وعليه فإن المجالات التي سُلِّطَ الضوء عليها هي:

أ. الغذاء (الطهو والأطعمة) وتربية الأطفال. تكرر ذكر هذا المجال. التركيز على هذا القطاع قد يوحي للمتلقي أن المرأة لم تخرج من الحيز النمطي المعروف عنها وهو أنَّها ربة منزل. أي أنها فقط نقلت مجالها الفردي المحصور بأسرة واحدة إلى مجال مجتمعي أوسع لكنها لم تغير التخصص المتمثل بالطهو وتربية الأطفال.

ب . المجال الرقمي/ الإلكتروني/ التقني.

ت . مجال صناعة العلاقات العامة.

ث . تقديم خدمات استشارية لتطوير القطاع الاقتصادي.

كما لوحظ وجود خلط في المفاهيم، فأحيانا يُعتبر مصطلح "الريادية" مرادفا لمصطلح "المرأة الناجحة" أو "المرأة العاملة" بغض النظر عن قطاع العمل. فالباحثة الأكاديمية قد تُسمى ريادية فقط لأنها أحرزت نجاحات في مجالها. وينطبق هذا الأمر على المرأة التي تسلقت إيفرست أو المرأة التي تفوقت في دراستها.

15. فعاليات متعلقة بالمرأة الريادية

أبرز أهداف الفعاليات هو تكريم بعض النساء الرياديات والدعوة إلى تمكينهن خاصة في مجال الأعمال. تم ذكر أسماء الرياديات المكرَّمات لكن دون عرض تفاصيل عن مشاريعهن وإنجازاتهن. السياقات أظهرت أن المهم في الخبر هو الحديث عن الفعالية بحد ذاتها (التكريم) أكثر منه التركيز على واقع المرأة الريادية عن طريق إعطاء تفاصيل دقيقة.

- الدول المذكورة في العينة

رُكِّزَ على فلسطين والأردن والسعودية. كما ذكر مصطلح منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ثلاث مرات. وذكرت منطقة الخليج العربي مرتين والأمر نفسه لعُمان، والكويت، والمغرب، ولبنان وسوريا كل منهم ذكر لمرة واحدة. في بعض الحالات لم تُذكر أسماء دول وإنما جرى الحديث عن المنطقة العربية بشكل عام.

اتجاه المحتوى كان إيجابياً عند الحديث عن الوضع في فلسطين والأردن والسعودية. ففي فلسطين يُظهر المحتوى أن المرأة تحصل على فرص كبيرة للتمكين وأن وضع المرأة الريادية جيد بشكل عام. قُدِّمَتِ الفلسطينيات على أنَّهنَّ مبدعات يطرحن أفكارا ريادية استحقت فعالية عالمية داعمة لها بالإضافة إلى تكريمهن الذي يجري ويجب أن يستمر. لمرة واحدة تناول المحتوى تأثيرات فيروس كورونا على العمل الريادي في فلسطين.

بخصوص الأردن، الاتجاه الإيجابي للمحتوى ظهر عن طريق السياقات التفاؤلية التي تشير أن واقع المرأة الريادية من حسن إلى أحسن، وعن طريق التأكيد على القدرات الهائلة للمرأة التي يجب أن تُدعم عن طريق الاستفادة من قدرات تكنولوجيا المعلومات خاصة في قطاع الريادة. الاتجاه الإيجابي تجلى أيضا عن طريق الحديث عن شخصيات ناجحة وعن تكريم أخريات. في الوقت نفسه تناول الخطاب أهمية القيام بإجراءات حقيقية بغية النهوض بالوضع الاقتصادي لا سيَّما عن طريق المساهمة النسائية.

أمَّا عند الحديث عن السعودية تجلى الاتجاه الإيجابي للمحتوى عن طريق المدح الضمني للعمل الحكومي على تمكين المرأة وحثها على الدخول في ريادة الأعمال. ظهر وضع المرأة السعودية جيدا إلى حد كاف مع التأكيد على الاستمرار بتطوير هذا الوضع.

ولوحظ أنَّ الخطاب بخصوص موضوع ضعف مشاركة المرأة الريادية كان أجرأ أثناء الحديث عن المجتمع العربي عموماً أو أثناء عدم تحديد دول.

تراوح اتجاه المضمون الخاص بالكويت بين التأكيد على تميز المرأة الكويتية وإبداعها واستقلاليتها ونجاحاتها اللافتة وبين الاعتراف بوجود عراقيل كثيرة مختلفة الأنواع والدرجات تضعف نمو وازدهار الريادية وتمنع المرأة من تأسيس الشركات. كذلك الأمر بالنسبة لتغطية الوضع في عُمان.

وفي الحديث عن دول الخليج بشكل عام (دون تحديد منطقة معينة) كان الاتجاه إيجابيا بحيث بدت هذه الدول متقدمة ومتفوقة بمجالات الريادة.

اتجاه المحتوى عن الوضع في سوريا كان سلبيا. بدت المرأة ضحية منذ أمد بعيد كما أنها ما زالت بعيدة عن النهوض رغم المحاولات الكثيرة والسبب الأساسي لتردي وضعها هو التعالي والسيطرة الذكوريين على كل قطاعات الحياة بالإضافة إلى الحروب والأزمات.

أمَّا وضع المرأة الريادية في لبنان فقد بدا متوسطاً، وفي المغرب بدا في طريق التقدُّم بفضل الدعم الحكومي.

- **الاستنتاجات و الخاتمة :**

يهدف هذا البحث النوعي –السيميائي– إلى دراسة التأطير الإعلامي للمرأة الريادية العربية عن طريق تحليل مجموعة مواد إعلامية منشورة على الإنترنت بين عامي 2019 و2020. ترتبط أهمية البحث بقدرة وسائل الإعلام على خلق الأفكار والسلوكيات والتحكم بهما. أثبتت النتائج صحة فرضيات البحث؛ إذ توصَّلت الدراسة إلى أنَّ المرأة الريادية تُصوَّر كضحية للظروف المحيطة بها لا سيَّما للسيطرة الذكورية على كل قطاعات الحياة. ركَّزت العينة المدروسة على المشاكل والعراقيل التي تواجه المرأة وقُدمت الدول والحكومات كصاحب الفضل الأول والراعي المسؤول عن نجاحات الرياديات. أُدرجت الموضوعات المُتناولة في سياقات عديدة تخدم أهداف المرسلين الذين تبنَّوا الخطاب الواضح والصريح من الناحية اللغوية؛ إلا أنَّ السياقات تحتوي على معاني ضمنية. كما أنَّ مجالات ريادة المرأة المذكورة في العينة لم تخرجها بعيداً عن الصورة النمطية السائدة عنها كإنسانة مجالها الأول والأهم هو الاهتمام بالبيت والأسرة (الطهو وتربية الأطفال). معظم الحلول المعروضة لمعالجة ضعف المشاركة النسائية في ريادة الأعمال، وتساهم في ترسيخ صورة المرأة كضحية بحاجة لوصي عليها ولا تحمِّلها مسؤولية تحسين وضعها على المستوى الشخصي والمهني.

- **التوصيات:**

على المستوى الإعلامي: لا بدَّ من سنِّ قوانينٍ، وبثِّ توجيهات تدفع الإعلاميين وأصحاب رؤوس الأموال المستثمرة في القطاع الإعلامي إلى الالتزام بتبني وغرس أفكار وصور قادرة على دفع المجتمع لتقبُّل الرياديات ودعمهنَّ عن طريق فهم دورهنَّ في بناء المجتمع. ومن الضروري أن يخضع الإعلاميون لدورات تدريبية حول أهمية بناء التأطير الإعلامي وآلياته ومدى خطورته عموماً، والتأطير الإعلامي للمرأة الريادية العربية خصوصاً؛ لأنَّ هذا التأطير هو من يبني الصور الذهنية والأفكار، ومن ثَمَّ السلوكيات والتي بدورها إمَّا ترتقي بالمجتمع أو تنحدر به. ونتائج البحث تؤكِّد أنَّ التناول الإعلامي لقضايا المرأة الريادية يحتاج إلى إعادة هيكلة وإعادة بناء؛ لأنَّ الاستمرار بهذه الصورة لا يمكِّن من تحقيق

تطور فعلي، وإنَّما يرسخ بصورة عميقة فكرة المرأة الضحية والصراع الأنثوي الذكوري في المجتمعات العربية.

على المستوى الأكاديمي: من المهم جداً تمويل عديد من الأبحاث التي تعالج واقع المرأة الريادية والتأطير الإعلامي لقضاياها. هذا الدعم سيساعد حتما في تشخيص نقط الضعف، والخلل بصورة علمية دقيقة لا تخمينية، ومن ثَمَّ يمكن اتخاذ حلول منطقية وفعلية تتماشى مع الإمكانيات المتاحة؛ النهوض بدور المرأة.

على المستوى التنموي، لا بدَّ من القيام بدورات تأهيلية وتدريبية للنساء على عديدٍ من المستويات والأهم من ذلك دفع المرأة لتحمل المسؤولية عن طريق معرفة ذاتها بما في ذلك معرفة نقط ضعفها والبحث عن حلول مناسبة تمكنها من استغلال قدراتها في بناء الذات والأسرة والمجتمع. والعمل على المستوى التنموي لا يمكن أن ينجح ما لم يُدعم بالقوانين والتشريعات. كما أنَّ الحديث عن التشابه أو المساواة بين الرجل والمرأة غير منطقي، فهناك تفرد وخصوصية في الكينونة وفهم هذا الأمر مهم جداً؛ لكي نصل إلى التكامل لا التشابه. وإنَّ إدراك أهمية تعاضد الخصائص بين الجنسين سيقضي على فكرة الصراع بين الأنوثة والذكورة وسيمكِّن من إنتاج مجتمع بارع في عديدٍ من المجالات. فالتشابه لا يتجانس مع الإبداع لكن التفرد وخصوصية التكوين يفعلان.