الاحتياجات المعلوماتية لقيادة المرأة للسيارة في السعودية: دراسة ميدانية

إعداد

د. عبد الله بن عبدالرحمن المحضار

أستاذ المكتبات والمعلومات المشارك

كلية الحاسبات ، جامعة ام القرى

aamehdar@uqu.edu.sa

المستخلص:

بعد قرار الحكومة السعودية بالسماح بقيادة المرأة للسيارة في السعودية عام ٢٠١٨، توجهت السيدات لاستخراج رخصة قيادة السيارة وصار العدد في ازدياد مستمر وبذلك أصبح من الضروري التعرف على مدى حاجة المرأة في السعودية للمعلومات التي تنمي الوعي المعلوماتي لديها وتساعدها على الوصول إلى ما تحتاجه من معلومات في جميع المحاور والأمور المطلوبة حول قيادتها للسيارة، ومنها المعلومات القانونية والإدارية والفنية وغير ذلك. وتحتاج المرأة التي تقود السيارة في السعودية كذلك إلى المعلومات لمساعدتها في معالجة المشاكل التي قد تتعرض لها. وكان من أهداف الدراسة رصد الاحتياجات المعلوماتية للمرأة في السعودية حول قيادة السيارة، وكذلك التعرف على سلوكيات البحث عن المعلومات للمرأة في السعودية حول قيادة السيارة. وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الميداني، وكذلك استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة التي بلغ عدد مفرداتها ٣٣٦ سيدة إلى العديد من النتائج وكان منها أن أكثر من نصف عينة الدراسة يحتجن للمعلومات دائماً، و تأتي مدارس تعليم قيادة السيارة في المرتبة الأولى للحصول على المعلومات المتعلقة بقيادة السيارة من قبل السيدات ضمن عينة الدراسة، كذلك أجمعت عينة الدراسة على وجود صعوبات في الوصول إلى المعلومات الدقيقة والموثوقة. ومما أوصت به الدراسة نشر الوعي المجتمعي بالثقافة المرورية وخصوصاً في أماكن التجمعات النسائية، و توعية المرأة بأساليب البحث عن المعلومات لسرعة الوصول للمعلومة المطلوبة، إضافة إلى تكثيف الدراسات التي تدرس الاحتياجات المعلوماتية لقيادة السيارة لفئات أخرى من المجتمع وكذلك دراسات عن الاحتياجات المعلوماتية الأخرى للسيدات في السعودية.

الكلمات المفتاحية: الاحتياجات المعلوماتية – قيادة المرأة للسيارة – المرأة في السعودية – الاحتياجات المعلوماتية لقيادة السيارة – الاحتياجات المعلوماتية للمرأة في السعودية

تمهيد

تعتبر السيارة من الاختراعات المهمة التي أحدثت نقلةً نوعيةً في حياة الإنسان في مجال النقل. وأصبحت قيادة السيارة في جميع أنحاء العالم متاحة للجميع، إلا أنها كانت لأسباب معينة محددة للرجال فقط في المملكة العربية السعودية. وحيث أن قيادة المرأة للسيارة تعتبر من الأمور المهمة في حياتها سواءًا أكانت موظفة أو ربة منزل، فقد كان هذا الاهتمام سبب توجه حكومة خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز حفظه الله صدوره الأمر السامي في ٢٦ سبتمبر ٢٠١٧ بالسماح بإصدار رخصة قيادة للسيارات للنساء في السعودية. وتضمن الأمر اعتماد تطبيق أحكام نظام المرور ولائحته التنفيذية في المملكة بما فيها إصدار رخصة القيادة للذكور والإناث على السواء. وفي يوم الأحد ٢٤ يونيو ٢٠١٨ الموافق ١٠ شوال ١٤٣٩هـ بدأ تطبيق الأمر الملكي لتمكين المرأة من قيادة السيارة في المملكة العربية السعودية. وعقب صدور القرار بدأت مدارس القيادة التي تتولى تدريب قيادة السيارات في تدريب السيدات على قيادة السيارة. وتمكنت من تدريب أعداد كبيرة قبل البدء في تنفيذ القرار. بالإضافة إلى البدء في إنشاء العديد من المدارس المهتمة بتعليم قيادة المركبات للمرأة لاستيعاب أعداد الراغبات في تعلم القيادة بعد صدور القرار .

ومنذ بدء تطبيق الأمر الملكي بالسماح بقيادة المرأة للسيارة ، بدأت الإدارة العامة للمرور باستبدال الرخص الدولية المعتمدة في المملكة بالرخصة السعودية للحاصلات عليها من خارج السعودية قبل موعد السماح بالقيادة، وذلك في عدة مدن السعودية. وبعد صدور قرار قيادة المرأة للسيارة صنف الكثير من المراقبين العديد من فوائد قيادة المرأة للسيارة والتي منها الحد من جرائم التحرش، وحماية الأطفال وطلبة المدارس، وكذلك الحد من استخدام السائقين، وأن تقوم المرأة بقضاء أمورها العاجلة، ومساندة الزوج، ومساعدة ولي الأمر المسن، إضافة إلى العديد من هذه الفوائد. ولا يخفى على أحد أهمية الحصول على المعلومات إجمالاً في جميع المجالات وخصوصا في مجال مثل مجال قيادة السيارة، وحيث أن المجتمع النسائي في السعودية حديث عهد بقيادة السيارة، وبالتالي ستزيد حاجتهن للحصول على المعلومات التي تعينهن على القيادة بالشكل الصحيح. وستحاول الدراسة الحالية الوصول إلى مدى حاجة المرأة التي تقود السيارة في السعودية إلى المعلومات وما هي أنواع وأشكال المعلومات التي تحتاج إليها.

أولا: الإطار المنهجي

١/ مشكلة الدراسة وأهميتها:

تعد قيادة المرأة للسيارة من الأمور المستحدثة في المملكة العربية السعودية ، حيث تشير آخر الإحصائيات إلى أن عدد رخص القيادة التي تم استخراجها للنساء على مستوى المملكة قد بلغ ١٧٤,٦٢٤ رخصة قيادة منها ٨٤.٨% لنساء سعوديات (واس،٢٠٢٠). وهن في ازدياد مستمر وبذلك أصبح من الضروري التعرف على مدى حاجة المرأة في السعودية للمعلومات التي تنمي الوعي المعلوماتي لديها وتساعدها على الوصول إلى ما تحتاجه من معلومات في جميع المحاور والأمور المطلوبة حول قيادتها للسيارة، ومنها المعلومات القانونية والإدارية والفنية وغير ذلك، ورأى الباحث أن المجتمع النسائي الذي يمر بمرحلة نمو وتطور في المملكة العربية السعودية كأحد المجتمعات المعلوماتية الحديثة فإنه يحتاج إلى دراسات فاحصة للوصول إلى أفضل النتائج التي تخدم المرأة التي تقود السيارة أو ترغب في قيادتها أو التي تُعنى وتهتم بذلك .

والاحتياجات المعلوماتية للمستفيدين بوجه عام لها أهمية كبيرة حيث أن هناك العديد من الدراسات والبحوث المستقلة المتخصصة في موضوع الاحتياجات المعلوماتية، لأن المستفيد قد يكون محتاجًا لمعلومات ولكن لا يستطيع الوصول إليها لعدم معرفة كيفية الوصول إليها، أو لعدم توفرها او اتاحتها في المكتبة او غيرها، وذلك لعدم معرفة القائمين عليها باحتياجات المستفيدين.، لذلك فإنه يتم التفريق بين ما يطلبه المستفيد وبين ما يحتاجه فعليا. وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تدرس فئة المستفيدين من النساء واحتياجاتهن للمعلومات في موضوع مهم ومحدد وهو المعلومات المتعلقة بقيادة المرأة للسيارة في المملكة. وبحكم أن موضوع قيادة المرأة للسيارة في المملكة يعتبر أمرًا حديثًا، حيث لم يمر عليه سوى سبع سنوات، وبالتالي فإن المرأة تحتاج إلى العديد من أنواع المعلومات لتسهل عليها عملية القيادة وما يتعلق بها إدارياً أو فنياً أو نظامياً وقانونياً. وحيث أنه لم يتم دراسة هذا الموضوع -حسب علم الباحث- فإن معرفة الاحتياجات المعلوماتية للمرأة بما يتعلق بقيادتها للسيارة في المملكة سينعكس إيجابيا على المرأة نفسها وكذلك على المجتمع وعلى عموم الجهات ذات العلاقة بقيادة المرأة. ويعتبر من الضروري توفير الاحتياجات المعلوماتية الحقيقية التي تحتاج إليها النساء بالفعل بناء على تحديد احتياجاتهن ورغباتهن والطرق التي يفضلن الحصول بها على المعلومات وأشكال المعلومات المطلوبة ونوعها. وبذلك تكون المرأة قادرة على اتخاذ القرار المناسب لها في حال حصولها على المعلومات الصحيحة، وستقدر المرأة قيمة هذه المعلومات وخصوصًا إذا كانت من مصادر موثوقة.

وتحتاج المرأة التي تقود السيارة في السعودية كذلك إلى المعلومات لمساعدتها في معالجة المشاكل التي قد تتعرض لها، وكذلك لتكون هذه المعلومات مرجعاً لها ولمن يحتاج إليها من صديقاتها أو أهلها. ومثل هذه الدراسة يتوقع أن يكون لها أهمية خاصة في المجتمع السعودي الذي يحرص على حصول المرأة على المعلومات التي تحتاجها خصوصاً مع صعوبة الحصول على المعلومات الموثقة التي تساعد في اتخاذ القرار المناسب، حيث إن المرأة تعتبر عضوا فاعلًا في المجتمع السعودي، وتساهم في رسم مستقبل هذا المجتمع، وبالتالي يتطلب التعرف على احتياجاتها الحقيقية للمعلومات. وعن طريق هذه الدراسة تستطيع الجهات المعنية أن تضع الخطط المناسبة لتيسير الوصول إلى المعلومات التي تحتاجها المرأة لموضوع القيادة على وجه العموم كما تكتسب هذه الدراسة أهميتها كونها تعطي المرأة التي تقود السيارة نصيباً من البحث والدراسة حيث لم يتم رصد أي دراسة عربية مشابهة تناولت الاحتياجات المعلوماتية للمرأة في السعودية لقيادة السيارة وتناقش الصعوبات التي تواجهها للوصول إلى المعلومات بسهولة.

وبناء عليه تتمحور هذه الدراسة حول السعي للإجابة عن التساؤل الرئيس التالي:

ما الاحتياجات المعلوماتية للمرأة في السعودية حول قيادة السيارة وسلوكيات البحث عن المعلومات لديها؟

٢/١ أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي كالتالي:

١- رصد الاحتياجات المعلوماتية للمرأة في السعودية حول قيادة السيارة.
٢- التعرف على سلوكيات البحث عن المعلومات للمرأة في السعودية حول قيادة السيارة.
٣- بيان أثر الخصائص الديموغرافية على الاحتياجات المعلوماتية وسلوكيات البحث عن المعلومات حول قيادة المرأة للسيارة في السعودية.
٤- التعرف على الصعوبات التي تواجهها المرأة للحصول على المعلومات الخاصة بقيادة السيارة في السعودية.

٣/١ مجال الدراسة وحدودها:

يتمثل مجال الدراسة في رصد الاحتياجات المعلوماتية لقيادة المرأة للسيارة في المملكة العربية السعودية. وتشمل الدراسة جميع فئات المرأة القائدة للسيارة في المملكة دون تحديد لجنسية، أو عمر، أو مستوى تعليمي، أو اجتماعي. وتم جمع المعلومات لهذ الدراسة في الفترة من يونيو - ديسمبر٢٠٢٣. وشملت السيدات بجميع المناطق الجغرافية في المملكة.

٤/١ منهج الدراسة وأدواتها:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الميداني الذي يتناسب مع هدف الدراسة لمعرفة الوضع الفعلي لمدى احتياج المرأة في السعودية للمعلومات الخاصة بقيادة السيارة، وسلوكيات البحث عن المعلومات لديها حيث أنه طريقة نوعية لجمع البيانات تهدف إلى مراقبة الأشخاص والتفاعل معهم من أجل فهمهم أثناء تواجدهم في بيئتهم الطبيعية ، ويتم الحصول على البيانات أثناء العمل على الدراسة.(تيسير ،٢٠٢١)

كما استخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات بعد أن تم تحكيمه من مُحكِمَين متخصصين في المجال *، كما تم توزيعه الكترونيًا باستخدام نماذج مايكروسوفت Microsoft form والمتاح من خلال الرابط https://forms.office.com/r/F٢hw٤٣HVu٦

كما تحدد مجتمع الدراسة من جميع السيدات اللاتي يقدن السيارة في السعودية، بغض النظر عن الحاصلة على رخصة قيادة أم لا. ونظراً لعدم توفر إحصائيات رسمية حديثة حول قيادة المرأة للسيارة في السعودية، لذا تم الاعتماد على أسلوب كرة الثلج والذي يتمثل في "أن يتصل الباحث بمفردة أو أكثر من مفردات المجتمع وهذه المفردة أو المفردات تقوده إلى مفردة أخرى وهكذا حتى يستطيع الباحث الوصول إلى مفردات إضافية أو يصل الباحث إلى العدد الذي يراه مناسباً لدراسته. وهذا النوع من العينات يتطلب من الباحث القدرة على إقناع من يتصل معهم في مجتمع الدراسة في إرشاده إلى مفردات أخرى في المجتمع. وغالباً تستخدم عينة كرة الثلج في حالة عدم توفر قائمة بكل أفراد المجتمع الأصلي " (مشعل،٢٠١٨) وتم الاعتماد على هذا الأسلوب في تحديد عينة الدراسة والتي بلغت ٣٣٦ مفردة. وقد تم تحليلها احصائيا باستخدام حزمة برمجيات التحليل الاحصائي SPSS.

٥/١ المراجعة العلمية:

بالبحث في قواعد البيانات العربية والأجنبية المتاحة بالمكتبة الرقمية السعودية بالإضافة إلى قاعدة بيانات الهادي للإنتاج الفكري العربي في المكتبات والمعلومات، تبين عدم وجود أي دراسات (على حد علم الباحث) وحتى تاريخ هذه الدراسة تتناول الاحتياجات المعلوماتية لقيادة المرأة للسيارة بوجه عام وفي السعودية على وجه التحديد، إلا أنه وجدت العديد من الدراسات التي تناولت قيادة المرأة للسيارة من جوانب أخرى اجتماعية وإعلامية.

وفيما يلي عرض للدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية، وتم تقسيمها على محورين الأول حول الاحتياجات المعلوماتية، والثاني حول قيادة المرأة للسيارة في السعودية.

* أ.د. أماني محمد السيد، أستاذ بقسم المكتبات المعلومات – جامعة حلوان
أ.د. خالد سليمان معتوق، أستاذ المكتبات والمعلومات - جامعة أم القرى

المحور الأول: الاحتياجات المعلوماتية:

سعت دراسة **المبرز** (٢٠١١) إلى التعرف على الحاجات المعلوماتية للمرأة السعودية غير العاملة، و السلوكيات التي تمارسها عند البحث عن المعلومات، إضافة لاستكشاف بعض الصعوبات التي تواجهها المرأة غير العاملة عند محاولتها البحث عما تحتاجه من المعلومات.وقد استخدمت الدراسة عينة مكونة من ٢٠٤ امرأة غير عاملة في مدينة الرياض.و خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن موضوع الصحة و الغذاء أكثر الموضوعات التي تحظى بالاهتمام من قبل عينة الدراسة، وأن تنمية الثقافة العامة هو الغرض الأبرز للبحث عن المعلومات، كما أن الإنترنت هو الوسيلة الأكثر شيوعا للبحث عن المعلومات المطلوبة. إضافة إلى أن مشكلة عدم توفر الوقت الكافي هو العقبة الأكبر التي تواجه المشاركات في الدراسة عند الرغبة في تلبية حاجاتهن المعلوماتية، وأن المشاركات في الدراسة لديهن إدراك بأن المعلومات تشكل أهمية كبيرة في حياتهن العامة. وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بشأن المرأة السعودية غير العاملة، والالتفات نحو اهتماماتها المعلوماتية، والحرص على إيصال المعلومات إليها لتكون في المتناول، نظرًا لوجودها فترة طويلة داخل المنزل لرعاية شؤون أسرتها، مع التركيز على إنتاج أشكال مختلفة من مصادر المعلومات التي تصل إليها في مكانها وخاصة الرقمية منها.

وناقشت دراسة **الرندي** (٢٠١٥) الاحتياجات المعلوماتية لأولياء أمور الأطفال المرضي بالسرطان في مستشفى البنك الوطني في دولة الكويت حيث لاحظت الباحثة إن هناك قصور في المعلومات التي يحصل عليها ولى الأمر خاصة وأن وجود هذه المعلومات سوف يساعد في جودة الرعاية التي سوف يقدمها ولى الأمر لطفلة كما سوف تساهم في تحسين نفسية المريض أثناء فترة العلاج ولقد اختارت الباحثة عينة تتكون من ٣٧ ولى أمر من المرافقين لمرضاهم في المستشفى حيث وزعت عليهم الاستبيان، كما قامت بزيارات ميدانية للمستشفى وحضور الفصول المخصصة للأمهات للاطلاع على نوعية المعلومات المقدمة لولى الأمر ونوعية الأسئلة التي تطرح من قبل ولى الأمر ومن خلال نتائج تحليل الاستبيان تبين أن هناك حاجة لمعلومات تشخيصية ومعلومات عن أنواع العلاج المستخدم ونسبة الشفاء لكل نوع من أنواع السرطان بالإضافة إلى معلومات عن العناية النفسية أثناء

فترة العلاج كما بينت الدراسة أن هناك حاجة إلى موقع إلكتروني على الإنترنت يخص المستشفى لتقديم المعلومات المختلفة بصورة سهلة ومبسطة لولي الأمر لتمكنه في النهاية من توفير العناية لطفله للوصول به إلى بر الأمان كما أن البعض فضل وجود أخصائي معلومات يقوم بجولات منتظمة في الجناح لتقديم المعلومات بصورة دورية لولى الأمر حسب تقدم الحالة وأيضا وضحت الدراسة أن مرض السرطان يمكن الشفاء منه في حال تم اكتشافه مبكرا وتقديم العلاج المناسب في الوقت المناسب.

وقد هدف بحث **قشقري** (٢٠١٧) إلى الكشف عن الاحتياجات المعلوماتية لدى الفقراء المحتاجين من الجهات الخيرية في المملكة العربية السعودية. واستخدم البحث المنهج الوصفي المسحي للوصول إلى المعلومات وتصنيفها وتعميمها. وتمثلت أداة البحث بالاستبانة، وأوصى بضرورة العناية بجميع المحتاجين والعمل على الرفع من مستواهم التعليمي والتدريبي. وتهيئة وظائف مهنية تناسب قدراتهم وشهاداتهم. ونشر الوعي المعلوماتي للمحتاجين من المحتاجين والتعريف بما تقدمه الجهات الخيرية ببذل الجهود ومضاعفتها والنزول إلى الأحياء والمناطق الفقيرة وزيارة المستشفيات الحكومية. لتعريفهم بما يقدم لهم من إعانات ومساعدات على اختلاف أنواعها التعليمية، والطبية، والمهنية، وغيرها.

وكشفت دراسة **حسين** (٢٠١٨) عن الاحتياجات المعلوماتية للمسنين في محافظة الأقصر. واعتمدت الدراسة على المنهج الميداني لتحقيق هدفها. وجاءت أدوات الدراسة متمثلة في استبيان لجمع المعلومات والبيانات، والمقابلة، والملاحظة، وطبقت على عينة قوامها (٢١٣٦) مسن من المسنين بمحافظة الأقصر. وخلصت الدراسة بالقول بأن المكتبات العامة هي من أقرب جهات المعلومات تلبية لاحتياجات المسنين من المعلومات، من خلال أهدافها وخدماتها ووظائفها الموجهة نحو المجتمع ككل دون تفريق بين فئة وفئة أخرى، ودون النظر إلى أي فوارق اجتماعية كانت أو ثقافية أو غير ذلك، وكذلك إمكانية أن تستضيف الحملات التثقيفية الطبية وكذلك الندوات الدينية، وكذلك العروض المسرحية وخاصة في محافظة الأقصر وهي تختلف عن باقي جهات المعلومات التي يمكن أن تكون مطالبة بخدمات أخرى تجاه الجهة التي تخدمها، أما قصور الثقافة والمكتبات العامة هي مقامة لخدمة المجتمع المحيط بها.

واهتمت دراسة **العجيزي** (٢٠١٨) بالتعرف على الأساليب المتبعة في تحديد الاحتياجات المعلوماتية للمستفيدين لعينة ممثلة لمكتبات كليات جامعة طنطا. وتمثلت تلك الأساليب في تحليل الاستفسارات المرجعية وطلبات الإعارة من حيث الجوانب الموضوعية واللغوية والنوعية والشكلية، ومعرفة معدل التردد الشهري للمستفيدين على المكتبة وكذلك معرفة أكثر خدمات المعلومات استخداما، بالإضافة إلى

أن جميع المكتبات موضوع الدراسة توفر برامج تدريبية للمستفيدين عن كيفية البحث في فهرس المكتبة الإلكتروني وقواعد البيانات.

وهدفت دراسة **الغامدي** (٢٠١٩) إلى التعرف على سلوكيات البحث عن معلومات التوظيف التي تعتمدها الطالبات الخريجات في كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز، كما اهتمت الدراسة بالكشف عن الاحتياجات المعلوماتية الوظيفية لهن. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، كما استخدمت الباحثة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات، وقد تكونت عينة الدراسة من ١٦٨ طالبة خريجة للفصل الدراسي الأول للعام الجامعي ١٤٣٩هـ. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن أهم الاحتياجات المعلوماتية المتعلقة بالوظيفة لدى الطالبات الخريجات تمثلت في المعلومات حول الجهات التي يمكن العمل فيها في القطاع الخاص أو الحكومي بنسبة ٦٨.٥%، والحاجة المعلوماتية الأبرز لدى الطالبات الخريجات المتعلقة بالمهارات المطلوبة للتوظيف تمثلت في المعلومات عن مهارات إجراء مقابلات العمل للتوظيف بنسبة ٦١.٣%. وأن أكثر طرق البحث عن معلومات التوظيف على الإنترنت كان البحث بمسمى الوظيفية مباشرة بنسبة ٨٧.٣%. ومما أوصت به الدراسة ضرورة توجه وحدة الخريجين والخريجات في مختلف الكليات على مستوى جامعة الملك عبد العزيز في إصدار المزيد من أدلة الإرشاد الوظيفي للطلاب والطالبات بحيث تشمل مواقع الإنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي ومنصات التوظيف التي تفيد في الوصول إلى الفرص الوظيفية المتاحة.

وتناولت دراسة **كوشك والرابغي** (٢٠١٩) موضوع الاحتياجات المعلوماتية للمعتمرين العرب، عن طريق التعرف إلى نوع المعلومات التي يحتاجون إليها، والأسباب التي تدفعهم للبحث عن المعلومات، كذلك التعرف إلى أنواع مصادر المعلومات التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات. ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على المنهج المسحي الميداني لدراسة الواقع الفعلي للاحتياجات المعلوماتية للمعتمرين العرب. بواسطة استبانة أعدت لغرض جمع البيانات والمعلومات. وقد تكونت العينة من (٣٦٠) معتمرا/ة. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أبرزها أن المعلومات الدينية حصلت على النسبة الأعلى (٤١.٨%) من بين نوعية المعلومات التي يحتاج إليها المعتمرون العرب، بينما نالت المعلومات السياحية أدنى نسبة إذ بلغت (٢٩.٥%). وأن مواقع التواصل الاجتماعي نالت على أعلى نسبة (٤١%) من المصادر الإلكترونية التي يعتمد عليها المعتمرون العرب في الحصول على المعلومات، بينما نالت قواعد البيانات على الخط المباشر أدنى نسبة (١٥.٨%). وعليه أوصت الدراسة بتوفير حقيبة إرشادية إلزامية لكل معتمر، تشتمل على بعض المعلومات الهامة والأساسية التي يحتاج إليها وبعدة لغات. بالإضافة إلى توفير مراكز معلومات (Information Centers) عالية الجودة لتلبية الحاجة المعلوماتية لضيوف الرحمن منتشرة في توسعة الحرم المكي وفي نقاط مركزية مهمة، وتدار من قبل

أشخاص مؤهلين. كما أوصت بضرورة إطلاع الجهات ذات العلاقة على هذه الدراسة والعمل على تحسين الخدمات المقدمة للمعتمرين، بناء على النتائج التي تم التوصل إليها.

وناقش **ناجي** (٢٠٢١) في بحثه ملامح التطلع الصادق والطموحات المطلوب تحقيقه في بيئة المنظومة الدعوية محل الدراسة حيث استعرض القواعد الاستراتيجية التي تستند إليها الرؤية المستقبلية للاحتياجات المعلوماتية لرجال الدين المسلمين بمحافظة قنا حتى تكون الرؤية قائمة على أسس علمية، ثم الرؤية والرسالة لمستقبل الاحتياجات المعلوماتية لرجال الدين المسلمين بمحافظة قنا، وبيان القواعد الأساسية التي تستند إليها الرؤية والرسالة لمستقبل تلبية الاحتياجات المعلوماتية لرجال الدين المسلمين، ومستقبل مصادر تلبية الاحتياجات المعلوماتية لرجال الدين المسلمين بمحافظة قنا كونها الأكثر ارتباطًا بالاجتياحات المعلوماتية، وملامح مستقبل الكفاءة المعلوماتية لدور رجال الدين نحو تفعيل شبكة الإنترنت دعويا ومعلوماتيا، وبرامج الكفاءة التكوينية المعلوماتية المقترحة لتلبية الاحتياجات المعلوماتية لرجال الدين المسلمين في البحث عن المعلومات الدينية، واستعراض ملامح تأثير الوعي المعلوماتي الديني على تلبية الاحتياجات المعلوماتية لرجال الدين المسلمين، وإلقاء الضوء حول مستقبل رجال الدين المسلمين في ظل الانفجار المعرفي، والهدف التكوين المعلوماتي تجاه مستقبل الاحتياجات المعلوماتية لرجال الدين المسلمين في البحث عن المعلومات الدينية ثم تم اختتام الفصل باستعراض ملامح المتابعة والتقييم لمستقبل الاحتياجات المعلوماتية لرجال الدين المسلمين في محاولة من الباحثة لعرض ملامح مستقبل سبل تلبية الاحتياجات المعلوماتية لرجال الدين المسلمين بمحافظة قنا في البحث عن المعلومات الدينية.

وقد شكلت جائحة فيروس كورونا المستجد ٢٠١٩ المعروفة إعلاميا ب كوفيد-١٩ أزمة صحية عالمية غير مسبوقة. أثرت تلك الجائحة على كافة المجالات مع انتشار كم كبير من المعلومات الصحية من مصادر معلوماتية متنوعة ومنها الإنترنت. وفي المقابل برز احتياج مكثف للمعلومات الصحية من قبل أفراد المجتمع. ومن ذلك حاولت دراسة **الصقية** (٢٠٢٢) معرفة سلوكيات أفراد المجتمع في البحث عن احتياجاتهم من المعلومات الصحية على الإنترنت. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وجمعت المعلومات من المبحوثين (٨١٨ فرد) باستخدام استبانة تم توزيعها إلكترونيا. أشارت النتائج أن معظم الاحتياجات المعلوماتية تمثلت في طرق الوقاية من فيروس كورونا وأعراض الإصابة به ووسائل انتشاره. وقد اعتمد معظم المشاركين في الدراسة على محركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في الحصول على احتياجاتهم من المعلومات الصحية. وكان من أبرز الصعوبات التي واجهت المبحوثين انتشار معلومات مضللة أو غير موثوق بها. وأوصت الدراسة بالاستعانة بالمواقع الرسمية في الحصول على المعلومات الصحية الموثوق منها وكذلك ضرورة عقد برامج تدريبية لنشر

الوعي المعلوماتي الصحي بين منسوبي الجامعات. كما أوصت بالمزيد من الدراسات المستقبلية لفهم سلوكيات المجتمع قبل وأثناء أزمة كورونا.

المحور الثاني: قيادة المرأة للسيارة في السعودية:

هدف بحث **العبد الكريم** (٢٠١٤) إلى الكشف عن قضية تمكين المرأة السعودية ثقافياً واجتماعياً وقانونياً. وعرض البحث بعض المعوقات التي تواجه المرأة السعودية والتي منها عائق المواصلات، حيث يعتبر عائق أثناء عدم وجود سائق أو سفره؛ نظراً لظروف السعودية الخاصة التي تمنع قيادة المرأة للسيارة. وقدم البحث مجموعة من التوصيات، من أهمها ضرورة توعية المرأة وتثقيفها بحقوقها وواجباتها في ضوء الشريعة الإسلامية، وأيضاً توعية المجتمع بالدور الإيجابي والفاعل الذي تقوم به المرأة داخل وخارج منزلها، وأثر ذلك على عملية التنمية. والعمل على توفير مجالات عمل المرأة تساهم في رعايتها لأسرتها والقيام بواجباتها تجاههم، وذلك من خلال إتاحة الفرصة لها للعمل بنظام الجزئي أو العمل عن بعد. وأخيراً إنشاء مراكز لأبحاث المرأة والطفولة تكون غايتها بحث أفضل السبل الوقائية والعلاجية، ووضع منهجية تربوية قائمة على أصول شرعية قادرة على مواجهة المتطلبات المتصاعدة للحياة العصرية.

وسلطت دراسة **ابن لبده** (٢٠١٧) الضوء على المعالجة الإعلامية للفيديوهات المنشورة على اليوتيوب بخصوص قيادة المرأة السعودية للسيارة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (٣٠) فيديو من الفيديوهات المنشورة على موقع اليوتيوب والمتعلقة بقضية قيادة المرأة السعودية للسيارة خلال الفترة (نوفمبر ٢٠١٦ – ديسمبر ٢٠١٦ – يناير ٢٠١٧). وتمثلت أداة الدراسة في استمارة تحليل محتوى للفيديوهات. وبينت نتائج الدراسة أن نسبة ٣١.١% من الموضوعات المثارة بخصوص قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة تعلقت بشأن تأييد القيادة السياسية للمرأة السعودية ككيان مجتمعي فاعل ومؤثر، ولها حقوقها الكاملة التي وفرها لها الشرع، ولها الحق في التعليم والوصول لمناصب قيادية بالمملكة، وجاء في الترتيب الثاني بنسبة ١٧.٨% إثارة كل من موضوع مسألة قيادة المرأة السعودية للسيارة يعد قضية اجتماعية في المقام الأول، وفي الترتيب الثالث جاء إثارة وزارة الداخلية مرسومًا يقضي بأن المرأة لا يجب أن تقود، ولا يمكن إصدار رخص القيادة السعودية سوى للرجال فقط بنسبة ١٣.٣%، وفي الترتيب الرابع جاء إشارة البعض في الفيديوهات إلى أن التركيز على احتمالية قيادة المرأة السعودية للسيارة بشكل خاطئ من مبررات منعها من القيادة بنسبة ٨.٩%. وأوصت الدراسة بضرورة رفع مستوى الوعي بالدور الإيجابي الذي تلعبه المرأة في المجتمع، كما ينبغي أن تكون المرأة على علم بحقوقها القانونية حتى تستفيد منها على الوجه الصحيح.

وهدفت دراسة **الميزر** (٢٠١٨) إلى التعرف على الآثار المترتبة على قيادة المرأة السعودية للسيارة وعلاقتها ببعض المتغيرات الديموغرافية، والدراسة وصفية، استخدمت منهج المسح الاجتماعي بأسلوب العينة، وطبقت الدراسة على عينة من النساء المقيمات داخل المملكة العربية السعودية حيث بلغ إجمالي مفردات الدراسة (٩٣٤) امرأة، واستخدمت الدراسة استبيان تضمن مجموعة من المحاور. وتوصلت الدراسة مجموعة من النتائج أهمها: كانت درجة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة العام على متغيري التأثيرات الأمنية والاقتصادية عالية حيث اتفقن على وجود آثار أمنية واقتصادية على قيادة المرأة السعودية للسيارة، في حين أن بعدي التأثيرات الاجتماعية والثقافية كانت درجة تأثيرها على قيادة المرأة السعودية للسيارة متوسطة.

أما دراسة **القحطاني** (٢٠١٨) فهدفت إلى التعرف على التأثيرات المترتبة على السماح للمرأة بقيادة السيارة وانعكاساتها على تمكين المرأة السعودية من القيام بدورها الأسري والاجتماعي، والمعيقات التي قد تواجهها في ذلك، ومقترحات التغلب عليها. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الاستبانة لجمع بيانات الدراسة من مجتمعها الذي تمثل في جميع السعوديات بمدينة الرياض ممن أعمارهن (١٨) سنة فأكثر، أما عينة الدراسة فبلغ قوامها (٣٨٤) امرأة سعودية. وقد أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج من أبرزها: أن التأثيرات المرتبة على السماح بقيادة المرأة للسيارة في المملكة، يأتي في مقدمتها: عدم إهدار الوقت في انتظار السائق الخاص، وتوفير المبالغ المالية المحولة للخارج من قبل السائقين الأجانب. أما الانعكاسات الإيجابية لهذه التأثيرات على تمكين المرأة السعودية من القيام بدورها الأسري فيأتي في مقدمتها: زيادة قدرة المرأة السعودية على التعامل مع الحالات الطارئة في الأسرة، وتوفيرها لأكبر قدر ممكن من الرعاية للأبناء أثناء ذهابهم وإيابهم من المدرسة، وحمايتهم من تحرش السائقين بهم جنسيا، وزيادة تحملها للمسؤولية مع زوجها. كما كشفت النتائج أن أبرز المعيقات التي قد تواجه قيادة المرأة للسيارة في المملكة تتمثل في: عدم توافر مدارس ومعلمات القيادة بالأعداد الكافية في مختلف مدن المملكة، وخوف الأزواج والآباء على زوجاتهن وبناتهن من مخاطر قيادة السيارة، وزيادة الازدحام المروري، إضافة إلى ضعف الوعي الاجتماعي بأهمية وضرورة قيادة المرأة للسيارة. أما أبرز المقترحات الخاصة بالتغلب على هذه المعيقات فتمثلت في: وضع عقوبات مغلظة وقاسية لمن يتحرش بالمرأة أثناء قيادتها للسيارة، وإقامة دورات تدريبية مجانية للنساء لتعريفهن بأعطال السيارات وكيفية التعامل معها وإجراءات الأمان أثناء القيادة.

واستهدفت المرحلة الأولى من دراسة **Al-Qarawi و آخرون** (٢٠١٨) التنبؤ المستقبلي لدعم صانعي القرار في المملكة لوضع الاستراتيجيات التي يمكن أن تسهم في تفعيل التنمية المستدامة وتعزيز

السلامة المرورية وتحقيق جودة الحياة وبالتالي خفض نسبة الانفاق العام تماشيا مع رؤية المملكة ٢٠٣٠ . شملت الدراسة ٣١.٤٣٥ مشاركاً من جميع مناطق المملكة. ٣٧% منهم من النساء وبلغت نسبة المشاركين من الرجال ٦٣% من الإجمالي وأسفرت الدراسة عن أن ٧٠% من النساء المشاركات يستخدمن سيارة خاصة بالإضافة إلى كونهن متزوجات وينتمين إلى أسر ذات دخل عال، ويملن إلى عدم دفع تكاليف السيارة بأنفسهن حيث يدفعها رب الأسرة. وحول قدرة المرأة على تحمل مسؤولية القيادة أكدت ٦٠% من النساء المشاركات على قدرتهن على تحمل مسؤولية القيادة، واتفق معهن في ذلك ٤٢% من الرجال. واتفق كل من الرجال والنساء على أنه سيكون هناك تأثيرات إيجابية لقيادة المرأة للسيارة في المملكة العربية السعودية.

وهدفت دراسة **الجندي** (٢٠١٩) إلى قياس نوع اتجاهات المرأة السعودية نحو قيادة السيارة وانعكاساتها على البيئة الاجتماعية، كما هدفت إلى التعرف على الصعوبات التي تواجه قيادة المرأة السعودية للسيارة، للتوصل إلى جملة من المقترحات التي تساعد على الارتقاء بالمرأة السعودية وتمكينها أكثر من عملية قيادة السيارة، مما يذلل لها الكثير من الصعوبات والمشكلات الحياتية، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد طبقت على عينة من نساء مدينة مكة المكرمة قوامها (٧٣٦)، واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، كما استخدمت مقياس نوع اتجاهات المرأة السعودية نحو قيادة السيارة، وأشارت الدراسة إلى توافق توقيت صدور قرار السماح للمرأة بقيادة السيارة مع طبيعة النقلة الثقافية والحضارية التي يعيشها المجتمع، كما أكدت على فعالية القرار في خفض نسب البطالة والاستغناء عن السائقين الأجانب، وتحقيق التمكين الاجتماعي والاستقرار لأسري للمرأة السعودية. ومما أوصت به الدراسة تكثيف البحوث والدراسات التي تدرس آثار ومتطلبات قيادة المرأة السعودية للسيارة.

وانطلاقا من الدور الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي من أدوار تشمل التعريف بالقضايا المجتمعية المختلفة كما أنها في ذات الوقت منصة لإعادة إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي سواء الذي ينتجه الأفراد بشكل شخصي أو ذلك المنتج مؤسسيًا، نجد دراسة **آشي** (٢٠١٩) التي تهدف للكشف عن اتجاهات المضامين المتعلقة بقضايا تمكين المرأة المنشورة في مواقع الفيديو التشاركي "اليوتيوب" وبالتطبيق على موضوع قيادة المرأة السعودية للسيارة. تنتمي هذه الدراسة لنمط الدراسات الوصفية التحليلية وتم تحديد عينتها بأسلوب الحصر الشامل لكل مفردات الدراسة والتي تشمل جميع الفيديوهات والتي وصلت إلى ٢٠٠ مفرده "فيديو" نشرت في موقع اليوتيوب وتتناول قيادة المرأة السعودية للسيارة وذلك لمدة شهر بعد صدور القرار، وعليه تم تصميم استمارة لتحليل مضمون الفيديوهات المتعلقة بقيادة المرأة في السيارة. وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن غالبية الفيديوهات المتعلقة بقيادة المرأة للسيارة والتي نشرت في موقع اليوتيوب بعد صدور القرار تحمل الطابع المحلي.

وذلك باعتبار أن القرار شأن داخلي ومحلي يخص المجتمع السعودي على وجه الخصوص. كما تصدر الشكل الفني "سناب" الأشكال الفنية ذات طبيعة الإنتاج الفردي وهذا يعكس استفادة الأفراد من التكنولوجيا في التعبير والإفصاح عن اتجاهاتهم. بالإضافة إلى أن الشخصيات الرجالية والنسائية المشهورة على الترتيب كانوا أكثر المؤيدين لقيادة المرأة للسيارة. وأكدت نتائج الدراسة على التطور والانفتاح الحاصل داخل المجتمع السعودي وتقبله السريع للأفكار التنويرية والتي تهدف إلي دفع التنمية في البلاد والتي لن تتم بدون تعاون الجميع رجالا ونساء وبما يدعم الجهود التي تبذلها الدولة لبلورة رؤية مستقبلية أكثر إشراقا.

أما دراسة **الشهراني** (٢٠٢٠) فقد هدفت إلى الوقوف على الآثار الاجتماعية والاقتصادية والأمنية المترتبة على قيادة المرأة السعودية للسيارة، ووضع تصور يسهم في تنمية وعي المرأة السعودية بالثقافة المرورية للحد من مخاطر الآثار السلبية لقيادة المرأة للسيارة. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي الذي يعتمد على تفسير الوضع القائم من خلال توزيع الاستبانة الإلكترونية على مجتمع البحث، أما عينة الدراسة فتم اختيار العينة عشوائياً، وقد بلغ عدد الاستبانات الموزعة (١٠٨) استبانة عاد منها (٦٧) استبانة وتم التعامل معها إحصائياً. وكان من أبرز نتائج الدراسة أن أقل الأثار الاجتماعية هو تعزيز حق المرأة في القيادة والمشاركة في التنمية الاجتماعية المستدامة، وأقل الأثار الاقتصادية هو الإسهام في ارتفاع طلب النساء على العمل، والتعليم، والتدريب، بينما أقل الأثار الأمنية هو الإسهام في تحقيق السلامة المرورية، وتقليل الأزمات المرورية، وحوادث السير مع مرور الوقت، وقد أبرزت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول موضوع الدراسة بشكل عام لصالح الإناث. وقد كان من أبرز توصيات الدراسة الاستفادة من تطبيق التصور المقترح بمؤسسات برنامج التحول الوطني؛ للتوسع في تمكين المرأة السعودية في ضوء محاور التصور، توسيع دائرة المشاركة المجتمعية للمرأة السعودية في العمل العام من خلال توفير برامج يتم تنفيذها لتحقيق السلامة المرورية.

وهدف بحث **الهذلي** (٢٠٢٠) إلى التعرف على دور تمكين المرأة السعودية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في ضوء رؤية ٢٠٣٠. ولتحقيق أهداف البحث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لملاءمته للبحث الحالي. وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية حيث طبقت الأداة على عينة مكونة من (١٦) وكيلات جامعة، و (٢) عميدات، و (١٤) وكيلات كلية، و(٨) رئيسات أقسام. استخدم البحث الاستبانة كأداة رئيسة تم تطبيقها على القياديات في جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز تم اختيارها بطريقة عشوائية لتمثيل القيادات الأكاديمية في الجامعات الحكومية في المملكة العربية السعودية. وكان من نتائج البحث أن المتوسطات الحسابية لبعد واقع تمكين المرأة في السعودية في ضوء رؤية ٢٠٣٠"

جاء متراوحا ما بين موافق، محايد، غير موافق بمتوسط حسابي بلغ "٣.٤٥". وأن المتوسطات الحسابية لبعد واقع المسؤولية الاجتماعية للمرأة في السعودية في ضوء رؤية "٢٠٣٠" جاء متراوحا ما بين موافق بشدة، موافق، محايد بمتوسط حسابي بلغ "٣.٦٦". وأوصت الدراسة بأن تعزز الجامعات السعودية مبدأ الشراكة الاجتماعية بين مؤسسات المجتمع المحلي عند تخطيط وتنفيذ السياسات التي تتعلق بالمرأة، واستثمار إمكانات المرأة السعودية للعمل التطوعي لتحقيق التنمية المستدامة وفقا لرؤية المملكة ٢٠٣٠، وضرورة المشاركة المستمرة بين الجامعات والجهات المهتمة بشؤون المرأة من أجل تطويرها وتنمية مهاراتها.

واستهدفت دراسة **مساوى** (٢٠٢٠) البحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمرأة السعودية تجاه قضية قيادتها للسيارة. واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من المبحوثات من مستخدمات "سناب شات Snap Chat"، و"فيسبوك Facebook "، و "تويتر Twitter "، و "واتس آب WhatsApp " في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية. وقامت الدراسة في مدخلها النظري بتوظيف كل من مدخل الاستخدامات والإشباعات والحراك الاجتماعي. ومن أهم نتائج الدراسة ازدياد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصورة الذهنية للمبحوثات مع زيادة معدلات استخدامهن لهذه المواقع، إضافة إلى زيادة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصورة الذهنية للمبحوثات مع زيادة اهتمامهن بما تنشره هذه المواقع. إضافة إلى عدم وجود تأثير لدور مواقع التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الذهنية تجاه قيادة المرأة للسيارة تبعا للمتغيرات الديموغرافية. وترى المبحوثات أن مواقع التواصل الاجتماعي أدت دورا فعالا في تشكيل صورتهن الذهنية تجاه قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة. وكان موقع تويتر Twitter أهم موقع تواصل اجتماعي من حيث الصورة المحابية لدى المبحوثات، ومن حيث المهنية والموضوعية المهنية والاتصالية. ثم جاءت التغريدات كأكثر المصادر التي تعتمد عليها المبحوثات في متابعتهن لقضية قيادة المرأة السعودية للسيارة عبر موقع "تويتر Twitter "، تليها رسائل "الواتس آب WhatsApp "، ثم الاضطلاع على الصور أو الحالات عبر موقعي "سناب شات Snap Chat "، و"فيسبوك Facebook ".

وأشارت دراسة **Wheeler** (٢٠٢٠) إلى أنه وعلى الرغم من أن رفع الحظر المفروض على قيادة المرأة السعودية في ٢٤ يونيو ٢٠١٨ بالغ الأهمية، إلا أن عدد قليل جدًا من النساء انتهز فرصة القيادة. واستغرقت الدراسة شهرين من العمل الميداني (يونيو-أغسطس ٢٠١٨) في المملكة، ومن خلال المقابلات وملاحظات المشاركين وتجارب المؤلف الخاصة في القيادة في يونيو ٢٠١٨، استنتجت الدراسة أنه على الرغم من الضجيج الإعلامي، وأهمية هذا الحدث، الا أن عدداً قليلاً فقط من النساء في المملكة العربية السعودية يقدن السيارات. وحتى بعد مرور أكثر من عام على رفع الحظر، لا

يزال رؤية النساء يقودن السيارة في المملكة أمرًا جديدًا، كما أن السماح للنساء بقيادة السيارة يلبي العديد من أهداف رؤية ٢٠٣٠ للإصلاح الاقتصادي والاجتماعي في المملكة.

بينما استهدفت المرحلة الثانية من دراسة **Qarawi و آخرون** (٢٠٢٠) استكمال دعم صانعي القرار بتوفير المعلومات التي تفيد بالتنبؤ بالمستقبل لوضع الاستراتيجيات المناسبة لذلك حيث تمت المرحلة الثانية من الدراسة بعد عام واحد من بدء النساء بقيادة المركبات، واستخدمت أسلوب المسح الميداني في جمع البيانات الأولية على مستوى جميع مناطق المملكة بعد مرور عام للوقوف على ردود أفعال افراد المجتمع من النساء والرجال ، تم جمع البيانات من خلال الاستبيان الالكتروني وتم نشره عبر شبكة الإنترنت وقنوات التواصل الاجتماعي على مستوى المملكة، وذلك خلال الفترة ما بين يونيو ونوفمبر ٢٠١٩. وقد شارك في تعبئة هذا الاستبيان ٢٩,٦٣٩ فردًا من جميع أنحاء المملكة، وكانت نسبة النساء ٦٩,٣% أما الرجال فكانت نسبة المستجيبين ٣٠.٧%. وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج ومن اهمها أن ٦٣,٥% من النساء المشاركات في الدراسة أصبحن يحملن رخصة قيادة، و٤٨% من الأسر المشاركات بالدراسة بها امرأة واحدة على الأقل تحمل رخصة قيادة، وأن امرأة واحدة في المنزل بدأت بالفعل تقود السيارة، بينما أوضحت ٣٨٪ من الأسر أنه على الرغم من أنها تضم نساء يحملن رخص قيادة، إلا أنهن لم يقدن السيارة بعد. كما أن ٤٥,٧% من الأسر المشاركة كان لديهم سائقين خاصين قبل أن تبدأ النساء بقيادة السيارات وانخفضت هذه النسبة إلى ٢٧.٢ ٪ بعد أن بدأت النساء بقيادة السيارات. بالإضافة إلى أن ١٥.٤٪ ممن يحملن رخص قيادة وبدأن فعليا بممارسة القيادة قد تعرضن لحوادث مرورية إلا ان ٩٢.٦%من هذه الحوادث نتج عنها أضرار مادية طفيفة، و٦.٥٪ منها أدت إلى إصابات طفيفة، في حين ٠.٩ ٪منها نجمت عنها إصابات خطيرة، ولكن لم يتم رصد أي حوادث اشتملت على وفيات.

واستهدف بحث **أبوالعلا و مصطفى** (٢٠٢١) التعرف على الآثار المتوقعة من قيادة المرأة السعودية للسيارة على المستوى الشخصي، الأسري، المجتمعي، الاقتصادي، الصحي والبدني، التعليمي والمدرسي وعلى المستوى العالمي. والتعرف على الآثار السلبية التي قد تسببها قيادة المرأة السعودية للسيارة والمقترحات لمواجهتها. يعد البحث الحالي أحد البحوث الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة العشوائية البسيطة للجامعات السعودية وعددهم (١١) جامعة. وعلى العينة العمدية لطالبات الجامعات السعودية الحكومية والتي بلغت (١٥٩٠) طالبة، وتم استخدام استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات. أوضحت النتائج أن أهم الآثار المرتبطة بقيادة المرأة على المستوى الشخصي: قضاء الاحتياجات الشخصية، الاعتماد على الذات، تحمل المسؤولية، الشعور بالاستقلالية، زيادة الثقة بالنفس، الشعور بالتمكين. وأوضحت النتائج أن أهم الآثار المرتبطة بقيادة المرأة على

المستوى الأسري هي إنجاز المهام الأسرية، مشاركة الزوج أو الأسرة في مهام وأنشطة الحياة اليومية والحفاظ على خصوصية الأسرة والحفاظ على أسرار الأسرة. كما أوضحت النتائج أن أهم الآثار المرتبطة بقيادة المرأة على المستوى المجتمعي هي تغيير الصورة الذهنية السلبية تجاه المرأة وتحقيق التكيف والاندماج الاجتماعي للمرأة والشعور بالمشاركة الاجتماعية الفعالة في المجتمع، وكذلك أوضحت النتائج أن أهم الآثار المرتبطة بقيادة المرأة على المستوى الاقتصادي توفير المصروفات المرتبطة بالسائق الخاص والتنقلات بسيارات الأجرة، تخفيض نسبة العاملة الوافدة والسعودة وزيادة فرص العمل.

ونتاولت الدراسة التي قام بها **Al-Razgan و آخرون** (٢٠٢١) منهج تحليل المشاعر على بيانات تويتر فيما يتعلق بقيادة المرأة واستخدمت إطار نشر الابتكار (DOI) لتوفير فهم أعمق للنقاش حول ما إذا كان ينبغي منح المرأة في المملكة العربية السعودية الحق في القيادة. من حيث المؤيدين والمعارضين باستخدام بيانات تويتر العربية التفصيلية. تم تحليل النتائج على أساس مراحل DOI ، وأظهرت عملية الابتكار واتخاذ القرار أن ٦٠٪ من مستخدمي Twitter يؤيدون موافقة الحكومات على حق المرأة في القيادة و ٤٠٪ إما عارضوا الأمر أو كان لديهم رأي محايد. أشارت النتائج إلى أن المجتمع السعودي يتوافق مع مراحل DOI ويظهر ميلا لدعم حق المرأة في القيادة، لا سيما فيما يتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدراسة الآراء حول المسائل الاجتماعية غير المستقرة.

وهدفت دراسة **Al-Garawi و Kamargianni** (٢٠٢١)إلى استكشاف ما إذا كانت وسيلة النقل الأساسية للمرأة في المملكة العربية السعودية قد تغيرت وكيف تغيرت منذ السماح لها بإصدار رخصة قيادة. تم إطلاق استطلاع كجزء من المشروع الوطني "هي تقود السيارة في المملكة العربية السعودية" بعد عام من تفعيل المرسوم الخاص بالسماح للمرأة بقيادة السيارة، وشاركت ٢٠,٥٠٤ امرأة في المسح. ويظهر تحليل البيانات أن التحولات الشكلية حدثت لعدة اتجاهات. وتحولت نسبة كبيرة من النساء ٢٢,٧٪ من "السيارة المنزلية - كراكب" إلى "السيارة المنزلية - كسائقة". في المجموع، تحول ٣٧.٧٪ من المشاركين إلى السيارات المنزلية كسائق. ووضعت استمارة لوغاريتمية متداخلة وتشير نتائج تقدير النموذج إلى أن النساء العاملات، والنساء في الفئات العمرية من ١٨ إلى ٢٩ سنة و٣٠ إلى ٣٩ سنة، والنساء ذوات المستوى التعليمي العالي، والنساء العازبات أكثر عرضة للتحول من "سيارة خاصة منزلية - كراكب" و "ركوب الخيل" و "أخرى" إلى "سيارة خاصة منزلية - كسائقة". والنساء العاطلات عن العمل، واللاتي يتدنى المستوى التعليمي، وينتمين إلى أسر معيشية ذات دخل شهري منخفض، أكثر عرضة لعدم تغيير وسيلة النقل الأساسية لديهن. على حد علمنا، هذا هو

البحث الأول الذي يبحث في مثل هذا الموضوع الفريد والحساس الذي من المتوقع أن يؤثر بشكل كبير على سلوك سفر المرأة.

أما دراسة **الجاهلي** (٢٠٢٢) فقد هدفت إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الصورة الذهنية لقيادة المرأة السعودية للمركبات التي تروجها وسائل الإعلام وإبراز أهمية الصورة الذهنية للمرأة السعودية فيما يتعلق بقرار قيادة المرأة للمركبات ودراسة ما يخصها ومدي تأثيرها وتأثرها بالمجتمع السعودي . وقد سعت الدراسة إلى وصف وتحليل الواقع الفعلي لاتجاهات الجمهور نحو قيادة المرأة السعودية للمركبات، ومدى انعكاساته على صورتها الذهنية في وسائل الإعلام، ولذلك اعتمد الباحث على منهج البحث المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: مدى قدرة المرأة السعودية في قيادة المركبات حيث احتلت القدرة المتوسطة المرتبة الأولى، ثم جاءت المؤهلة في المرتبة الثانية، ثم المرتبة الثالثة والأخيرة غير متمكن.

وقام الباحثان **Al-Garawi** و **Kamargianni** (٢٠٢٢) بتحديد الخصائص الرئيسية للمرأة التي تؤثر على اختيارها للقيادة، لتشجيع المزيد من النساء على القيادة. حيث تم تطوير نموذج اقتصادي قياسي سلوكي متقدم ، ونموذج الاختيار المتكامل والمتغير الكامن (ICLV) ، ليأخذ في الاعتبار كل من الخصائص التي يمكن ملاحظتها مباشرة وغير القابلة للملاحظة للمرأة لتحقيق رؤى أوسع ، تتناول الدراسة متغيرين هما "الرضا عن التنقل الحالي" و "أهمية القيادة للمرأة"، واستكشاف فرص السياسة العامة المرتبطة بهما، وتتكون عينة الدراسة من ١٠,٥٠٨ امرأة من جميع أنحاء المملكة. أسفرت النتائج أن النساء الأصغر سنا والعازبات، وأولئك الذين درسوا في الخارج ويعملون، وأولئك الذين يعيشون في المناطق الأكثر ثراء ولديها المزيد من الفرص الاقتصادية هم أكثر استعدادا للقيادة.

كما استخدمت دراسة **Alharbi** و **Boling** (٢٠٢٢) المنهج المختلط للكشف عن كيفية استخدام شركات السيارات في المملكة العربية السعودية تويتر للتسويق للنساء بعد أن رفعت الحكومة السعودية الحظر المفروض على قيادة النساء. تم فحص جميع التغريدات من شركات السيارات المنشورة بين ٢٦ سبتمبر ٢٠١٧ و٣٠ يونيو ٢٠١٨. في حين تم استهداف ما مجموعه ١١,٠٢٨تغريدة للمواطنين السعوديين خلال هذه الفترة التاريخية، ووجد أن ١٨٤ تغريدة فقط (أقل من ٢% من إجمالي العينة) تستهدف النساء. كما فحصت الدراسة هذه التغريدات ال ٩٢ والإعلانات ال ١٨٤ المضمنة فيها باستخدام كل من المنهج الكمي والمنهج النوعي، وأسفرت نتائج الدراسة عن أن شركات السيارات كانت داعمة للمرأة وقدمتها على أنها أكثر استقلالية وموثوقية مما كان يعتبر تاريخيا نموذجيا للمملكة العربية السعودية.

يتبين من خلال العرض السابق للإنتاج الفكري للدراسات ذات الصلة بالموضوع ما يلي:

- تتشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في استخدامها للمنهج الوصفي باختلاف انواعه ، حيث استخدمت دراسة **الصقية** (٢٠٢٢) ودراسة **القحطاني** (٢٠١٨) ودراسة **آشي** (٢٠١٩) المنهج الوصفي التحليلي ، بينما دراسة **كوشك والرابغي** (٢٠١٩) و دراسة **الغامدي** (٢٠١٩) **ودراسة قشقري** (٢٠١٧) **الميزر** (٢٠١٨) ودراسة **الميزر** (٢٠١٨) استخدمت المنهج الوصفي المسحي.
- اختلفت البيئات التي تمت دراسة احتياجاتها المعلوماتية ، مثل دراسة **الرندي** (٢٠١٥) تم تطبيقها في مستشفى البنك الوطني في دولة الكويت وتناولت الاحتياجات المعلوماتية لأولياء أمور الأطفال المرضي بالسرطان ، ودراسة **العجيزي** (٢٠١٨) استهدفت عينة من المستفيدين في مكتبات كليات جامعة طنطا بمصر للتعرف على الأساليب المتبعة في تحديد الاحتياجات المعلوماتية لهم، ودراسة **الغامدي** (٢٠١٩) التي تمت في كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز بالسعودية ، وهدفت إلى التعرف على سلوكيات البحث عن معلومات التوظيف التي تعتمدها الطالبات الخريجات.
- الدراسات التي تناولت احتياجات المعلوماتية للمرأة السعودية ومنها دراسة **المبرز** (٢٠١١) التي ركزت على الاحتياجات المعلوماتية العامة للمرأة السعودية غير العاملة بينما تركز هذه الدراسة على الاحتياجات المعلوماتية في مجال قيادة السيارة تحديداً للمرأة السعودية أيا كان دورها ، واختلف الدراسة الحالية عنها في تطرقها لجانب الاحتياجات المعلوماتية الخاصة بقيادة السيارة كما أنها استهدفت المرأة السعودية.
- تناولت دراسة **مساوى** (٢٠٢٠) البحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة في تشكيل الصورة الذهنية للمرأة السعودية تجاه قضية قيادتها للسيارة، بينما سلطت دراسة **آشي** (٢٠١٩) و دراسة **ابن لبده** (٢٠١٧) الضوء على الفيديوهات المنشورة على اليوتيوب بخصوص المضامين المتعلقة بقيادة المرأة للسيارة والمعالجة الإعلامية لها. أما دراسة **Al-Razgan و آخرون** (٢٠٢١) فقد ركزت على بيانات تويتر فيما يتعلق بقيادة المرأة واستخدمت منهج تحليل المشاعر. وتميزت الدراسة الحالية بدراسة الاحتياجات المعلوماتية لقيادة المرأة بغض النظر عن نوع وعاء المعلومات .
- يُلاحظ أن بعض الدراسات ربطت بين تمكين المرأة السعودية وقيادتها للسيارة مثل دراسة **العبد الكريم** (٢٠١٤) التي تناولت قضية تمكين المرأة ثقافيًا واجتماعيًا وقانونيًا وأشارت إلى أن عائق المواصلات ضمن العوائق التي تواجه المرأة السعودية ، أما دراسة **القحطاني** (٢٠١٨) فقد هدفت إلى التعرف على التأثيرات المترتبة على السماح للمرأة بقيادة السيارة وانعكاساتها على تمكين المرأة السعودية من القيام بدورها الأسري والاجتماعي والمعيقات التي قد تواجهها في ذلك، ومقترحات التغلب عليها. **دراسة آشي** (٢٠١٩) التي تهدف للكشف عن اتجاهات المضامين المتعلقة بقضايا تمكين المرأة في موضوع قيادة

المرأة السعودية للسيارة المنشورة في مواقع الفيديو التشاركي "اليوتيوب . بينما لم تربط الدراسة الحالية موضوع تمكين المرأة بموضوع قيادتها للسيارة حيث ورد ذلك ضمنًا . وركزت الدراسة على إلى مدى الاحتياجات المعلوماتية للمرأة التي تقود السيارة في السعودي وتكمن أهميتها في كونها تدرس فئة المستفيدين من النساء ، وستساهم في توفير صورة أكثر وضوحًا عن الاحتياجات المعلوماتية لهن .

ثانياً : الإطار التطبيقي:

هدفت الدراسة إلى رصد مدى احتياج المرأة في السعودية للمعلومات المتعلقة بقيادة السيارة، ونوعية المعلومات المطلوبة من جميع النواحي (التعليمية، الفنية، القانونية، الإدارية وغيرها) وذلك للوصول إلى نوعية المعلومات المطلوبة وآلية ايصالها للمستفيدات، ولقد تم إجراء تلك الدراسة من خلال الاستعانة بآراء المرأة في السعودية للإجابة على أسئلة الاستبيان. وتم إجراء تلك الدراسة من خلال القيام بتوصيف البيانات الأولية في قائمة الاستبيان بالإضافة إلى استخدام الأدوات والأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية المناسبة لتحليل الاستبيان بغرض الحصول على النتائج التي تعبر عن واقع الظاهرة قيد الدراسة. ولقد قام الباحث بإجراء ذلك التحليل من خلال تفريغ مُفردات العينة حول أسئلة الاستبيان وترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب ثم تمت معالجة البيانات إحصائيا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences) (SPSS).

١- العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة:

يبين جدول (١) أن عدد مفردات الدراسة البالغ ٣٣٦ امرأة تتراوح أعمارهن من ١٨ إلى أكثر من ٥٠ سنة، وتجدر الإشارة إلى أن أكثرهن من الفئة العمرية (من ١٨ – ٣٠ سنة) حيث بلغ عددهن ١٢٩ امرأة وهو ما يشكل ٣٨.٤% من إجمالي حجم العينة، يليهن السيدات في الفئة العمرية من ٣١- ٤٠ سنة واللاتي بلغ عددهن ١٠٢ امرأة بما يمثل ٣٠.٤% من إجمالي حجم العينة، وكذلك فلقد بلغت عدد السيدات في الفئة العمرية (من ٤١ – ٥٠ سنة) ٧٦ امرأه بما يمثل ٢٢.٦٪ من إجمالي حجم العينة، وأقل فئة كانت من السيدات اللاتي بلغت أعمارهن أكثر من ٥٠ سنة حيث بلغ عددهن ٢٩ امرأة بما يمثل ٨.٦٪ من إجمالي حجم العينة. ويلاحظ أن حوالي ثلثي العينة من الفئة العمرية من ١٨- ٤٠ ويفسر ذلك بأن الإقبال الأكبر لقيادة السيارة للمرحلة العمرية الراغبة في التغيير والاستقلالية.

والجدير بالذكر إنه تم إجراء تلك الدراسة بالتطبيق على عدة مناطق (المنطقة الوسطى، المنطقة الشرقية، المنطقة الشمالية، المنطقة الغربية، المنطقة الجنوبية)، حيث بلغ عدد المستجيبات من المنطقة

الغربية ٢٧٨ امرأة بنسبة ٨٢,٧% بما يمثل الغالبية العظمى من إجمالي حجم العينة، في حين بلغ عدد المستجيبات من المنطقة الوسطى ٣٩ امرأة بنسبة ١١,٦% من إجمالي حجم العينة، أما في المنطقة الجنوبية فلقد بلغ عددهن ٨ سيدات بما يمثل ٢,٤% من إجمالي حجم العينة. وقد يعزى ذلك إلى وجود الباحث في المنطقة الغربية.

وكذلك فقد تم تصنيف عينة الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية والتي تنوعت بين (عزباء، متزوجة، مطلقة، أرملة)، ووجِد أن الغالبية العظمى من السيدات متزوجات حيث بلغ عددهن ١٧٣ امرأة بما يمثل ٥١,٥% من إجمالي حجم العينة، يليهن ١٢٨ امرأة عزباء وهو ما يمثل ٣٨,١% من إجمالي حجم العينة، بالإضافة إلى ٢٩ امرأة مطلقة بنسبة ٨,٦% من حجم العينة، وأخيراً وجِد ٦ أرامل بما يمثل ١,٨% من إجمالي حجم العينة. وقد يعزى أن غالبية العينة من المتزوجات إلى حاجة المرأة المتزوجة إلى القيادة بحكم مسؤولياتها تجاه الأسرة والأطفال.

بالإضافة إلى التصنيفات السابقة، فقد تم تصنيف المستجيبات من السيدات محل الدراسة وفقاً لمستواهن التعليمي على النحو التالي: ٢٢١ امرأة بنسبة ٦٥,٨% حاصلة على المؤهل الجامعي وهو ما يشكل الغالبية العظمى من حجم العينة محل الدراسة، فيما بلغ عدد السيدات الحاصلات على درجة الماجستير ٤٦ امرأة بما يمثل ١٣,٧% من إجمالي حجم العينة، يليهن فئة السيدات الحاصلات على المؤهل الثانوي واللاتي بلغ عددهن ٤٠ امرأة بما يشكل ١١,٩% من إجمالي حجم العينة، تليهن فئة السيدات الحاصلات على درجة الدكتوراة واللاتي بلغ عددهن ٢٧ امرأة بنسبة ٨% من إجمالي حجم العينة.

ومن جهة أخرى فقد تم تصنيف عينة الدراسة وفقاً للعمل ووجِد أن ١٤١ امرأة بنسبة ٤٢٪ من إجمالي حجم العينة لا يعملن وهي النسبة الأعلى، في حين وجِد ١٢٧ امرأة بما يعادل ٣٧.٨٪ من إجمالي حجم العينة يعملن في وظائف حكومية، و٤٦ منهن يعملن في وظائف غير الحكومية و ٢٢ امرأة بنسبة ٦.٥٪ من إجمالي حجم العينة يعملن في المجال الحر، ويمكن تفسير ذلك بأن سواقة المرأة غير مرتبطة بعملها حيث النسبة الأعلى من السائقات كن لا يعملن.

وفي آخر العوامل الديموغرافية تم التمييز بين مفردات العينة من حيث مستوى الدخل الشهري وتبين التالي: ١٥٣ امرأة بنسبة ٤٥.٥% (أي ما يمثل غالبية عينة الدراسة) بلغ مستوى الدخل الشهري لهن اقل من ٥٠٠٠ ريال، في حين بلغ مستوى الدخل الشهري ل ٨٦ منهن ٥٠٠٠ الى٩٩٩٩ ريال، وكذلك لوحظ أن ٦٣ امرأه بما يعادل ١٨.٧٥٪ من إجمالي حجم العينة يتراوح مستوى الدخل الشهري لهن بين ١٠٠٠٠ إلى ١٤٩٩٩ ريال. ويمكن تفسير ارتفاع عدد السائقات من ذوات الدخل المنخفض بأن سواقة المرأة قد يشكل حلا بديلا مناسبا لتوفير أجرة السائق الخاص.

جدول (١): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغيرات الديموغرافية		العدد	النسبة (%)
الفئة العمرية	من ١٨ ــ ٣٠ سنة	١٢٩	٣٨.٤
	من ٣١- ٤٠ سنة	١٠٢	٣٠.٤
	من ٤١- ٥٠ سنة	٧٦	٢٢.٦
	أكثر من ٥٠ سنة	٢٩	٨.٦
الإجمالي		**٣٣٦**	**١٠٠**
المنطقة	المنطقة الوسطى	٣٩	١١.٦
	المنطقة الغربية	٢٧٨	٨٢.٧
	المنطقة الشرقية	٦	١.٨
	المنطقة الشمالية	٥	١.٥
	المنطقة الجنوبية	٨	٢.٤
الإجمالي		**٣٣٦**	**١٠٠**
الحالة الاجتماعية	عزباء	١٢٨	٣٨.١
	متزوجة	١٧٣	٥١.٥
	مطلقة	٢٩	٨.٦
	أرملة	٦	١.٨
الإجمالي		**٣٣٦**	**١٠٠**
المستوى التعليمي	اقل من الثانوي	٢	٠.٦
	ثانوي	٤٠	١١.٩
	جامعي	٢٢١	٦٥.٨
	ماجستير	٤٦	١٣.٧
	دكتوراه	٢٧	٨.٠
الإجمالي		**٣٣٦**	**١٠٠**
العمل	لا أعمل	١٤١	٤٢.٠
	أعمل في وظيفة حكومية	١٢٧	٣٧.٨
	أعمل في وظيفة غير حكومية	٤٦	١٣.٧
	عمل حر	٢٢	٦.٥
الإجمالي		**٣٣٦**	**١٠٠**
مستوى الدخل الشهري	اقل من ٥٠٠٠ ريال	١٥٣	٤٥.٥
	من ٥٠٠٠ الى٩٩٩٩ ريال	٨٦	٢٥.٦
	من ١٠٠٠٠ إلى ١٤٩٩٩ريال	٦٣	١٨.٨
	١٥ ألف ريال وأكثر	٣٢	٩.٥
	أخرى	٢	٠.٦
الإجمالي		**٣٣٦**	**١٠٠**

٢- العلاقة بين العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة

للوصول لمدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية لبيانات عينة الدراسة تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون كما هو موضح بجدول رقم(٢)

جدول (٢): العلاقة بين العوامل الديموغرافية لبيانات عينة الدراسة

	العمر	المنطقة	الحالة الاجتماعية	المستوى التعليمي	طبيعة العمل	مستوى الدخل الشهري
العمر	١					
المنطقة	٠.٠٢٤	١				
الحالة الاجتماعية	.٥٦٩**	.٠١٥	١			
المستوى التعليمي	.٢٧٤**	-.٠٥٦	.١٨٦**	١		
طبيعة العمل	.٢١٨**	.٠١٦	.١٧٤**	.٠٤٢	١	
مستوى الدخل الشهري	.٤٨٣**	.٠٠٥	.٣٤٢**	.٣٨٨**	.١٩٦**	١

ومن نتائج الجدول السابق يتضح ما يلي:

- باستثناء المنطقة، فإنه توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الفئة العمرية للسيدات محل الدراسة وجميع العوامل الديموغرافية الأخرى والمتمثلة في: الحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي (حيث كلما زادت الفئة العمرية للسيدات محل الدراسة كلما أثر ذلك إيجابياً على المستوى التعليمي ليهم) وطبيعة العمل (حيث توجد علاقة طردية معنوية بين الفئة العمرية وطبيعة العمل) وكذلك مستوى الدخل الشهري (حيث توجد علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين العمر ومستوى الدخل الشهري للسيدات محل الدراسة).
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المنطقة التابعة لها السيدات محل الدراسة وجميع العوامل الديموغرافية الأخرى.
- أما عن المستوى التعليمي فيلاحظ من الجدول السابق وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية للسيدات محل الدراسة والمستوى التعليمي لهن وطبيعة العمل الذي يشغلونه وكذلك مستوى الدخل الشهري لديهن.

- وكذلك توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للسيدات محل الدراسة ومستوى الدخل الشهري الذين يحصلون عليه، فكلما زاد المستوى التعليمي لهن كلما ارتفع مستوى الدخل الشهري الذي يحصلن عليه .
- وأخيراً توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة العمل الذي يشغلونه ومستوى الدخل الشهري لديهن.

٣- الحاجة لقيادة السيارة للمرأة في السعودية:

تم دراسة ذلك الهدف من خلال الاستناد إلى الجداول التكرارية/النسب المئوية وذلك لحصر اتجاه الاستجابات للسيدات محل الدراسة بالإضافة إلى استخدام اختبار كاى تربيع χ^2 للاستقلالية وتم تطبيق ذلك من خلال عدة محاور يمكن تناولها على النحو التالي:

يوضح جدول (٣) تقسيم السيدات محل الدراسة من حيث حصولهن على رخصة لقيادة السيارة من أي دولة قبل السماح بقيادة السيارة في السعودية.

جدول (٣): تقسيم السيدات محل الدراسة من حيث حصولهن على رخصة لقيادة السيارة

هل كانت لديك رخصة قيادة السيارة من أي دولة قبل السماح بقيادة السيارة للمرأة في السعودية	نعم		لا		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)	العدد	النسبة (%)		
	٢٩	٨.٦	٣٠٧	٩١.٤	٢٣٠.٠١٢	<٠.٠٠١

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ = α. وكذلك يتضح انه بنسبة ٩١.٤% من إجمالي السيدات محل الدراسة لم يحصلن على رخصة لقيادة السيارة من أي دولة قبل السماح بقيادة السيارة في السعودية، في حين بلغ عدد السيدات اللاتي حصلن على تلك الرخصة ٢٩ امرأة بما يعادل ٨.٦٪ من إجمالي حجم العينة.

- تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً لتوقيت استخراج رخصة قيادة، وبالتطبيق تم الحصول على النتائج الموضحة بالجدول التالي:

جدول (٤): تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً لتوقيت استخراج رخصة قيادة

	توقيت استخراج رخصة قيادة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
خلال عام من الآن	٥٣	١٥.٨	١٩٥.٥٤٢	<٠.٠٠١
من عام إلى عامين	٧٠	**٢٠.٨**		
ثلاثة أعوام	**٥٨**	**١٧.٣**		
أربعة أعوام	١٨	٥.٤		
خمسة أعوام	١٢	٣.٦		
ستة أعوام	٧	٢.١		
ليس لدى رخصة	**١١٨**	**٣٥.١**		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ = α. وكذلك انه بنسبة ٣٥.١٪ من إجمالي السيدات محل الدراسة لم يحصلن على رخصة للقيادة، ويمكن تفسير ارتفاع نسبة عدد السيدات اللاتي ليس لديهن رخصة بأنهن لازلن في طور التعليم والتدريب وأن قيادتهن في هذي المرحلة جزء من ممارسة قيادة السيارة للتأهل للحصول على الرخصة، كما نلاحظ ارتفاع نسبة الحاصلات على الرخصة كلما زادت الفترة الزمنية من إعلان السماح لهن بالسواقة مما يدل على زيادة الوعي بأهمية الرخصة مع مرور الزمن.

يوضح جدول (٥) تقسيم سيدات محل الدراسة وفقاً للشخص المسؤول عن قيادة السيارة في المنزل باستمرار.

جدول (٥): تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً للشخص المسؤول عن قيادة السيارة

	الشخص المسؤول عن قيادة السيارة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
أنا بنفسي	١٠٣	٣٠.٧	٢٥٥.٥٧١	<٠.٠٠١
الزوج	٩٠	٢٦.٨		
الأب	٤٩	١٤.٦		
الأبن	٦	١.٨		
الأخ	١٩	٥.٧		
أحد الأقرباء	٣	.٩		
سائق أخر	٥٧	١٧.٠		
أخرى تذكر	٩	٢.٧		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية $\alpha = ٠.٠٥$. وكذلك يتضح أن أعلى نسبة من السيدات هن اللاتي يقدن السيارة بأنفسهن باستمرار حيث بلغ عددهن ١٠٣ سيدة ، بما يمثل ٣٠.٧٪ من إجمالي حجم العينة. ويمكن تفسير ارتفاع نسبة السيدات المسؤولات عن القيادة بأنفسهن بأنهن أصبحن مسؤولات عن المنزل واحتياجاته بعد الاستغناء عن السائق أو سيارات الأجرة نظراً لعدم وجود العائل أو كثرة أعماله.

وبسؤال السيدات محل الدراسة عن الدافع وراء قيادتهم للسيارة تبين من خلال جدول (٦) أن غالبيتهن وبنسبة ٦٣,٧% كان بدافع الحاجة الملحة.

جدول (٦): تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً لدافع قيادتهم للسيارة

	دافع قيادة السيارة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
حاجة ملحة	٢١٤	٦٣.٧	١٥٧.١٢٠	<٠.٠٠١
رغبة في إثبات الذات	٨٩	٢٦.٥		
أخرى تذكر	٣٣	٩.٨		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ = α. وكذلك يتضح ان أعلى نسبة من السيدات تولدت لديهن حاجة ملحة هي التي دفعتهن لقيادة السيارة حيث بلغ عددهن ٢١٤ امرأة بما يمثل ٦٣.٧٪ من إجمالي حجم العينة، ويمكن تفسير ارتفاع نسبة الحاجة الملحة كسبب لقيادة المرأة للسيارة في السعودية بأنه السبب الأساسي لتعلم القيادة وسد ثغرة وتحمل مسؤولية في العائلة، يليه الرغبة في إثبات الذات.

أما عن مدى احتياج السيدات محل الدراسة لقيادة السيارة فيوضح جدول (٧) أن الغالبية وبنسبة ٥٤,٢% لديهن احتياج بدرجة عالية جداً.

جدول (٧): تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً لمدى احتياجهن لقيادة السيارة

	مدى الاحتياج لقيادة السيارة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
عالية جدا	١١٦	٥٤.٢	١١٥.٤٩٥	<٠.٠٠١
عالية	٥٤	٢٥.٢		
متوسطة	٣٤	١٥.٩		
منخفضة	١٠	٤.٧		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ = α. وكذلك يتضح أن أعلى نسبة من السيدات تولدت لديهن حاجة ملحة عالية جدا هي التي دفعتهن لقيادة السيارة حيث بلغ عددهن ١١٦ من إجمالي ٢١٤ امرأة بما يمثل ٥٤.٢٪ولعل وجود أكثر من ثلثي العينة حاجتها الملحة عالية جداً وعالية يدل على أن الموافقة على قيادة المرأة للسيارة في السعودية جاءت في وقت يتطلب فيه ذلك.

٤- العلاقة بين العوامل الديموغرافية والاحتياجات المعلوماتية للمرأة في السعودية حول قيادة السيارة ومصادرها

تم في هذا المبحث إجراء اختبار كاى تربيع لكل محور من محاور بُعد الاحتياجات المعلوماتية والعوامل الديموغرافية ذات التقسيمات الأعلى من الثنائية (العمر، المنطقة (الموقع الجغرافي)، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، طبيعة العمل، مستوى الدخل الشهري).

يوضح الجدول (٨) مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات العينة على تقسيم السيدات محل الدراسة من حيث حصولهن على رخصة لقيادة السيارة من أي دولة قبل السماح بقيادة السيارة في السعودية تبعاً للعوامل الديموغرافية محل الدراسة.

جدول (٨): العلاقة بين حصول السيدات على رخصة لقيادة السيارة والعوامل الديموغرافية

التقسيم وفقاً للحصول على رخصة قيادة	نعم	لا	χ^2	p-value
العمر				
من ١٨ ــ ٣٠ سنة	٥	١٢٤	٧.٥٩٧	٠.٠٥٥
من ٣١- ٤٠ سنة	١٠	٩٢		
من ٤١- ٥٠ سنة	٩	٦٧		
أكثر من ٥٠ سنة	٥	٢٤		
المنطقة (الموقع الجغرافي)				
المنطقة الوسطى	٣	٣٦	٥.٩١٤	٠.٢٠٦
المنطقة الغربية	٢٤	٢٥٤		
المنطقة الشرقية	٢	٤		
المنطقة الشمالية	٠	٥		
المنطقة الجنوبية	٠	٨		
الحالة الاجتماعية				
عزباء	٩	١١٩	١.٤٠٤	٠.٧٠٥
متزوجة	١٧	١٥٦		
مطلقة	٣	٢٦		
أرملة	٠	٦		
المستوى التعليمي				
اقل من الثانوي	٠	٢	١٦.٧٩٦	٠.٠٠٢
ثانوي	٤	٣٦		
جامعي	١١	٢١٠		
ماجستير	٧	٣٩		
دكتوراه	٧	٢٠		
طبيعة العمل				
لا أعمل	١٤	١٢٧	١.٤٧٥	٠.٦٨٨
أعمل في وظيفة حكومية	٨	١١٩		
أعمل في وظيفة غير حكومية	٥	٤١		
عمل حر	٢	٢٠		

مستوى الدخل الشهري				
اقل من ٥٠٠٠ ريال	١٢	١٤١	٦.٧٨٣	٠.١٤٨
من ٥٠٠٠ إلى٩٩٩٩ ريال	٦	٨٠		
من ١٠٠٠٠ إلى ١٤٩٩٩ريال	٥	٥٨		
١٥ ألف ريال وأكثر	٥	٢٧		
أخرى	١	١		

ومن الجدول السابق يلاحظ ما يلي:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقسيم السيدات وفقاً لحصولهن على رخصة لقيادة السيارة من أي دولة قبل السماح بقيادة السيارة في السعودية وبين تقسيمهن وفقا للعامل "العمر" لصالح سن ٣١-٤٠ وذلك عند مستوى ثقة ٩٠٪، حيث بلغت قيمة p-value المناظرة لإحصاءات الاختبار ٠.٠٥٥ وهي أقل من α = ١٠٪.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقسيم السيدات وفقاً لحصولهن على رخصة لقيادة السيارة من أي دولة قبل السماح بقيادة السيارة في السعودية وبين تقسيمهن وفقا للعامل "المستوى التعليمي" لصالح المستوى التعليمي الجامعي وذلك عند مستوى ثقة ٩٥٪، حيث بلغت قيمة p-valueالمناظرة لإحصاءات الاختبار ٠.٠٠٢ وهي أقل من α = ٥٪.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقسيم السيدات وفقاً لحصولهن على رخصة لقيادة السيارة من أي دولة قبل السماح بقيادة السيارة في السعودية وبين تقسيمهن وفقاً للعوامل الديموغرافية "المنطقة" و "الحالة الاجتماعية" و "طبيعة العمل" و"مستوى الدخل الشهري" وذلك حتى مستوى ثقة ٩٠٪، حيث بلغت قيمة p-value المناظرة لإحصاءات الاختبار (٠.٢٠٦، ٠.٧٠٥، ٠.٦٨٨، ٠.١٤٨) على الترتيب وجميعهم أكبر من α = ١٠٪.

أما ما يخص وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات العينة على تقسيم السيدات محل الدراسة من حيث توقيت استخراج رخصة قيادة تبعاً للعوامل الديموغرافية محل الدراسة ، فإن جدول (٩) يوضح ذلك .

جدول (٩): العلاقة بين توقيت استخراج رخصة القيادة والعوامل الديموغرافية

توقيت استخراج رخصة قيادة	خلال عام من الآن	من عام إلى عامين	ثلاثة أعوام	أربعة أعوام	خمسة أعوام	ستة أعوام	ليس لدى رخصة	χ^2	p-value
العمر									
من ١٨ ــ ٣٠ سنة	٢٥	١٩	٢٠	١	١	١	٦٢	٤٩.٠٣٨	<٠.٠٠١
من ٣١- ٤٠ سنة	١٥	٣١	١٨	٦	٧	٢	٢٣		
من ٤١- ٥٠ سنة	١٠	١٥	١٦	٧	٣	١	٢٤		
أكثر من ٥٠ سنة	٣	٥	٤	٤	١	٣	٩		
المنطقة (الموقع الجغرافي)									
المنطقة الوسطى	١٠	١١	٩	١	٠	٢	٦	٣٩.٩٠٤	٠.٠٢٢
المنطقة الغربية	٣٦	٥٩	٤٧	١٦	١٢	٤	١٠٤		
المنطقة الشرقية	٢	٠	١	١	٠	١	١		
المنطقة الشمالية	١	٠	٠	٠	٠	٠	٤		
المنطقة الجنوبية	٤	٠	١	٠	٠	٠	٣		
الحالة الاجتماعية									
عزباء	٢٢	٢٤	٢٠	٦	٣	٠	٥٣	٢٣.٣٠٩	٠.١٧٩
متزوجة	٢٧	٣٩	٢٨	١٠	٦	٦	٥٧		
مطلقة	٤	٧	٩	٢	٢	١	٤		
أرملة	٠	٠	١	٠	١	٠	٤		
المستوى التعليمي									
اقل من الثانوي	٠	١	١	٠	٠	٠	٠	٤٢.٣٨٦	٠.٠١٢
ثانوي	٦	٦	٣	٤	٠	٢	١٩		
جامعي	٣٨	٤١	٣٧	٨	٦	٢	٨٩		
ماجستير	٦	١٤	١١	٤	٤	١	٦		
دكتوراه	٣	٨	٦	٢	٢	٢	٤		
طبيعة العمل									
لا أعمل	٢٥	٢٨	١٦	٣	٢	١	٦٦	٣٧.٣٢٨	٠.٠٠٥

أعمل في وظيفة حكومية	١٨	٢٧	٢٥	٩	٧	٤	٣٧		
أعمل في وظيفة غير حكومية	٧	١٢	١٣	٢	٣	١	٨		
عمل حر	٣	٣	٤	٤	٠	١	٧		
مستوى الدخل الشهري									
اقل من ٥٠٠٠ ريال	٢٨	٢٦	١٨	٦	٣	٢	٧٠	٥٢.١٤٠	٠.٠٠١
من ٥٠٠٠ الى٩٩٩٩ ريال	١٠	٢٣	١٧	٤	١	٠	٣١		
من ١٠٠٠٠ إلى ١٤٩٩٩ريال	١١	١٤	١٣	٥	٧	٢	١١		
١٥ ألف ريال وأكثر	٤	٦	٩	٣	١	٣	٦		
أخرى	٠	١	١	٠	٠	٠	٠		

ومن الجدول السابق يتضح ما يلي:

- باستثناء عامل الحالة الاجتماعية، فإنه يلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقسيم السيدات وفقاً لتوقيت استخراج رخصة القيادة وبين تقسيمهن وفقاً لجميع العوامل الديموغرافية الاخرى والمتمثلة في: "العمر" لصالح من ليس لديهن رخصة من العمر من ١٨ – ٣٠ سنة ، أما "المنطقة" فهي أيضا لصالح من ليس لديهن رخصة في المنطقة الغربية و "المستوى التعليمي" لصالح من ليس لديهن رخصة من التعليم الجامعي و "طبيعة العمل" لصالح من ليس لديهن رخصة ممن لا يعملن أما "مستوى الدخل الشهري" فهو لصالح من ليس لديهم رخصة ممن دخلهن أقل من ٥٠٠٠ ريال وذلك حتى مستوى ثقة ٩٥%، حيث بلغت قيمة p-value المناظرة لإحصاءات الاختبار (٠.٠٠١>، ٠.٠٢٢، ٠.٠١٢، ٠.٠٠٥، ٠.٠٠١) على الترتيب وجميعهم أقل من ٥٪ = α.

ويوضح جدول (١٠) مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات العينة على تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً للشخص المسؤول عن قيادة السيارة في المنزل باستمرار تبعاً للعوامل الديموغرافية محل الدراسة.

جدول (١٠): العلاقة بين الشخص المسؤول عن قيادة السيارة والعوامل الديموغرافية

التقسيم وفقاً للشخص المسؤول عن القيادة	أنا بنفسي	الزوج	الأب	الأبن	الأخ	أحد الأقارب	سائق خاص	أخرى تذكر	χ^2	p-value
العمر										
من ١٨ – ٣٠ سنة	٣٣	١٩	٣٩	١	١٤	٢	١٧	٤	٨٢.٤١٥	<٠.٠٠١
من ٣١- ٤٠ سنة	٣٨	٣٧	٦	١	٤	١	١٣	٢		
من ٤١- ٥٠ سنة	٢٢	٢٩	٤	٢	١	٠	١٦	٢		
أكثر من ٥٠ سنة	١٠	٥	٠	٢	٠	٠	١١	١		
المنطقة (الموقع الجغرافي)										
المنطقة الوسطى	١٤	١٢	٥	٠	١	١	٤	٢	٢٧.٩٩٣	٠.٤٦٥
المنطقة الغربية	٨٦	٦٧	٤٢	٥	١٧	٢	٥٢	٧		
المنطقة الشرقية	٢	٣	٠	٠	٠	٠	١	٠		
المنطقة الشمالية	٠	٣	١	٠	١	٠	٠	٠		
المنطقة الجنوبية	١	٥	١	١	٠	٠	٠	٠		
الحالة الاجتماعية										
عزباء	٤١	١	٤٠	١	١٦	٣	٢٢	٤	١٦٣.٦٤٨	<٠.٠٠١
متزوجة	٤٣	٨٩	٧	٤	١	٠	٢٦	٣		
مطلقة	١٧	٠	٢	١	١	٠	٦	٢		
أرملة	٢	٠	٠	٠	١	٠	٣	٠		
المستوى التعليمي										
اقل من	٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣٥.٤٣	٠.١٥٨

الثانوي								٤	
ثانوي	١١	٦	١١	١	٣	٠	٥	٣	
جامعي	٦٦	٦٣	٣٦	٤	١٣	٢	٣٢	٥	
ماجستير	١٥	١٣	٢	٠	١	١	١٤	٠	
دكتوراه	٩	٨	٠	١	٢	٠	٦	١	
طبيعة العمل									
لا أعمل	٣٢	٣٢	٣٥	٣	١٣	١	٢١	٤	
أعمل في وظيفة حكومية	٤١	٤٦	٦	٢	٤	١	٢٣	٤	٥٠.٩٢٥
أعمل في وظيفة غير حكومية	٢٢	٧	٤	٠	٢	٠	١١	٠	<٠.٠٠١
عمل حر	٨	٥	٤	١	٠	١	٢	١	
مستوى الدخل الشهري									
اقل من ٥٠٠٠ ريال	٤٠	٣٤	٤٠	٢	١٣	١	١٩	٤	
من ٥٠٠٠ إلى٩٩٩٩ ريال	٢٥	٢٨	٥	٣	٣	٠	١٨	٤	
من ١٠٠٠٠ إلى ١٤٩٩٩ر يال	٢٨	٢١	٢	٠	٣	٠	٨	١	١١٤.٦٨٢
١٥ ألف ريال وأكثر	٩	٧	٢	١	٠	١	١٢	٠	<٠.٠٠١
أخرى	١	٠	٠	٠	٠	١	٠	٠	

ومن الجدول السابق يتضح ما يلي:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقسيم السيدات وفقاً للشخص المسؤول عن قيادة السيارة في المنزل باستمرار وبين تقسيمهن وفقاً لبعض العوامل الديموغرافية والمتمثلة في: "العمر" لصالح الأب لعمر ١٨ – ٣٠ وقد يكون ذلك بسبب صغر سنهن و "الحالة الاجتماعية" لصالح الزوج للمتزوجة و "طبيعة العمل" لصالح الزوج لمن يعملن في وظيفة حكومية و"مستوى الدخل الشهري" لصالح الأب ومن تقود

بنفسها لمن دخلهن أقل من ٥٠٠٠ ريال وذلك حتى مستوى ثقة ٩٥%، حيث بلغت قيمة p-value المناظرة لجميع إحصاءات الاختبار الخاصة بهم (<٠.٠٠١) والتي تعتبر أقل من ٥٪ = α.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقسيم السيدات وفقاً للشخص المسئول عن قيادة السيارة في المنزل باستمرار وبين تقسيمهن وفقاً للعوامل الديموغرافية "المنطقة" و"المستوى التعليمي" وذلك حتى مستوى ثقة ٩٠٪، حيث بلغت قيمة p-value المناظرة لإحصاءات اختبار تلك العوامل (٠.٤٦٥، ٠.١٥٨) على الترتيب وهم أكبر من ١٠٪ = α.

ونلاحظ من خلال جدول (١١) مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات العينة على تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً لدافع قيادتهن للسيارة تبعاً للعوامل الديموغرافية محل الدراسة.

جدول (١١): العلاقة بين دافع قيادة السيدات للسيارة والعوامل الديموغرافية

دافع قيادة السيارة	حاجة ملحة	رغبة في إثبات الذات	أخرى	χ^2	p-value
العمر					
من ١٨ ــ ٣٠ سنة	٧٤	٤١	١٢	٦.٩٦٦	٠.٣٢٤
من ٣١- ٤٠ سنة	٧٢	٢٢	٨		
من ٤١- ٥٠ سنة	٤٦	٢٢	٨		
أكثر من ٥٠ سنة	٢٢	٤	٣		
المنطقة (الموقع الجغرافي)					
المنطقة الوسطى	٢٦	١١	٢	٨.٤٩٩	٠.٣٨٦
المنطقة الغربية	١٧٧	٧٣	٢٦		
المنطقة الشرقية	٥	٠	١		
المنطقة الشمالية	٢	٣	٠		
المنطقة الجنوبية	٤	٢	٢		
الحالة الاجتماعية					
عزباء	٧٨	٣٧	١٢	١٧.٣٤٦	٠.٠٠٨
متزوجة	١٠٥	٥١	١٦		
مطلقة	٢٧	١	١		
أرملة	٤	٠	٢		
المستوى التعليمي					
اقل من الثانوي	٢	٠	٠	٥.٠٣٣	٠.٧٥٤
ثانوي	٢٣	١١	٥		
جامعي	١٣٨	٦٤	١٨		
ماجستير	٣٣	٨	٥		

دكتوراه	١٨	٦	٣		
طبيعة العمل					
لا أعمل	٨١	٤٦	١٢	٦.٦١١	٠.٣٥٨
أعمل في وظيفة حكومية	٨٧	٢٧	١٣		
أعمل في وظيفة غير حكومية	٣٣	١٠	٣		
عمل حر	١٣	٦	٣		
مستوى الدخل الشهري					
أقل من ٥٠٠٠ ريال	٩٢	٤٦	١٣	٧.٧٠٣	٠.٤٦٣
من ٥٠٠٠ إلى٩٩٩٩ ريال	٥٤	٢٤	٨		
من ١٠٠٠٠ إلى ١٤٩٩٩ريال	٤٨	١٠	٥		
١٥ ألف ريال وأكثر	١٩	٨	٥		
أخرى	١	١	٠		

ومن الجدول السابق يتضح ما يلى:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقسيم السيدات وفقاً لدافع قيادتهن للسيارة وبين تقسيمهن وفقاَ للحالة الاجتماعية لصالح الزوجة بدافع الرغبة الملحة، ويمكن تفسير ذلك بتعدد مسؤوليتها تجاه بيتها وأبنائها، وذلك عند مستوى ثقة ٩٥%، حيث بلغت قيمة p-value المناظرة لإحصاءات الاختبار (٠.٠٠٨) والتي تعتبر أقل من ٥٪ = α.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقسيم السيدات وفقاً لدافع قيادتهن للسيارة وبين تقسيمهن وفقاَ لجميع العوامل الديموغرافية الأخرى والمتمثلة في: "العمر" و "المنطقة" و"المستوى التعليمي" و "طبيعة العمل" و "مستوى الدخل الشهري" وذلك حتى مستوى ثقة ٩٠٪، حيث تخطت قيم p-value المناظرة لإحصاءات اختبار تلك العوامل ١٠٪ = α.

أما ما يخص وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات العينة على تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً لمدى الحاجة الملحة الدافعة لقيادة السيارة تبعاً للعوامل الديموغرافية محل الدراسة فإن جدول (١٢) يوضح ذلك .

جدول (١٢): العلاقة بين مدى الحاجة لقيادة السيارة والعوامل الديموغرافية

مدى الحاجة الدافعة لقيادة السيارة	عالية جدا	عالية	متوسطة	ضعيفة	χ^2	p-value
العمر						
من ١٨ ــ ٣٠ سنة	٥٢	٢٢	١٥	١	٨.٧٤٤	٠.٤٦١
من ٣١- ٤٠ سنة	٣٧	١٨	١١	٥		
من ٤١- ٥٠ سنة	٢١	٧	٥	٢		
أكثر من ٥٠ سنة	٦	٧	٣	٢		
المنطقة (الموقع الجغرافي)						
المنطقة الوسطى	٢٠	٦	١	٣	١٢.٠٣٤	٠.٢١١
المنطقة الغربية	٨٨	٤٦	٣٢	٧		
المنطقة الشرقية	٣	٢	١	٠		
المنطقة الشمالية	٠	٠	٠	٠		
المنطقة الجنوبية	٥	٠	٠	٠		
الحالة الاجتماعية						
عزباء	٤٧	٢٣	١٢	١	٦.١٣٢	٠.٧٢٧
متزوجة	٥٨	٢٦	١٧	٧		
مطلقة	١٠	٥	٥	٢		
أرملة	١	٠	٠	٠		
المستوى التعليمي						
اقل من الثانوي	٠	١	١	٠	١٢.٨٥١	٠.٣٨٠
ثانوي	٧	٧	٣	١		
جامعي	٨٤	٣٣	٢٣	٥		
ماجستير	١٧	٧	٥	١		
دكتوراه	٨	٦	٢	٣		
طبيعة العمل						
لا أعمل	٥٧	٢٠	٢٢	٠	٢١.٦٦٦	٠.٠١٠
أعمل في وظيفة حكومية	٣٤	١٨	٩	٨		
أعمل في وظيفة غير حكومية	٢٠	١١	٢	١		
عمل حر	٥	٥	١	١		
مستوى الدخل الشهري						

اقل من ٥٠٠٠ ريال	٦٠	٢٨	١٦	٢	١٧.٤٠٢	٠.١٣٥
من ٥٠٠٠ إلى٩٩٩٩ ريال	٢٢	١٣	٩	٣		
من ١٠٠٠٠ إلى ١٤٩٩٩ريال	٢٣	٨	٥	٤		
١٥ ألف ريال وأكثر	١١	٥	٢	١		
أخرى	٠	٠	٢	٠		

ومن الجدول السابق يتضح ما يلي:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقسيم السيدات وفقاً لمدى احتياجهن لقيادة السيارة وبين تقسيمهن وفقاً لطبيعة عملهن لصالح من لا يعملن، ويمكن تفسير ذلك بعدم توفر دخل يمكنهن من الاعتماد على سائق وقد تكون القيادة متنفس لهن وإثباتا للذات حيث لا يعملن. وذلك عند مستوى ثقة ٩٥%، حيث بلغت قيمة p-value المناظرة لإحصاءات الاختبار (٠.٠١٠) والتي تعتبر أقل من ٥٪ = α.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقسيم السيدات وفقاً لدافع قيادتهن للسيارة وبين تقسيمهن وفقاً لجميع العوامل الديموغرافية الأخرى والمتمثلة في: "العمر" و"الحالة الاجتماعية" و"المنطقة" و"المستوى التعليمي" و"مستوى الدخل الشهري" وذلك حتى مستوى ثقة ٩٠٪، حيث تخطت قيم p-value المناظرة لإحصاءات اختبار تلك العوامل ١٠٪ = α.

٥- الاحتياجات المعلوماتية لقيادة السيارة

تمت دراسة الاحتياجات المعلوماتية لقيادة السيارة للمرأة في السعودية من خلال الاستناد إلى الجداول التكرارية/النسب المئوية وذلك لحصر اتجاه الاستجابات للسيدات محل الدراسة بالإضافة إلى استخدام اختبار كاى تربيع χ^2 للاستقلالية وتم تطبيق ذلك من خلال عدة محاور على النحو التالي:

تقسيم السيدات محل الدراسة تبعاً لمصادر معلوماتهن الحالية عن القيادة ويوضحها جدول(١٣)

جدول (١٣): تقسيم السيدات وفق مصادر معلوماتهن الحالية عن القيادة

	مصادر المعلومات الحالية عن القيادة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
مدرسة القيادة	٢٣٥	٦٩.٩	٣٧.٦٤٨	<٠.٠٠١
مواقع الإنترنت	١٤٩	٤٤.٥		
العائلة	٢٠٩	٦٢.٢		
الأصدقاء	٩٤	٢٧.٩٧		
الإذاعة والتلفزيون	١٢	٣.٦		
أخرى	١٠	٢.٩٧		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ = α. وكذلك أوضحت النتائج أن ٢٣٥ سيدة وبنسبة ٦٩.٩% من إجمالي السيدات محل الدراسة لجأن إلى مدرسة القيادة للحصول على معلومات القيادة، مما يدل على أهمية وجود مدارس تعليم القيادة، بل والحاجة إلى إنشاء فروع لها موزعة وشاملة جميع المناطق.

كما يوضح جدول (١٤) تقسيم السيدات محل الدراسة وفق مدى الحاجة للمعلومات عن قيادة السيارة وما يرتبط بها.

جدول (١٤): تقسيم السيدات وفق مدى الحاجة لمعلومات عن قيادة السيارة

	مدى الحاجة لمعلومات عن قيادة السيارة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
دائماً	١٧٠	٥٠.٦	١٨٥.٣١٠	< ٠.٠٠١
أحياناً	١١٧	٣٤.٨		
نادراً	٢٥	٧.٤		
لا أحتاج	٢٤	٧.١		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ = α. وكذلك أوضحت النتائج ان عدد ١٧٠ سيدة وبنسبة ٥٠.٦% من إجمالي السيدات محل الدراسة يكن في احتياج دائم لمعلومات عن قيادة السيارة ، وفئة قليلة منهن كانت في احتياج نادر أو معدوم لتلك المعلومات، والذي قد يكون بسبب خبرتهن القديمة في قيادة السيارة داخل أو خارج السعودية.

يوضح جدول (١٥) تقسيم السيدات محل الدراسة لطبيعة المعلومات التي يحتجن إليها لقيادة السيارة .

الجدول (١٥): تقسيم السيدات وفقاً لطبيعة المعلومات المطلوبة لقيادة السيارة

	طبيعة المعلومات المطلوبة لقيادة السيارة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
معلومات تعليمية عن القيادة	١٩٠	٥٦.٥٥	٧٦٣.٢	< ٠.٠٠١
معلومات فنية عن السيارة	٢٢٤	٦٦.٧		
معلومات عن السلامة والصيانة	٢٥٧	٧٦.٥		
معلومات إدارية	٦٠	١٧.٦		
معلومات قانونية	١٦٠	٤٧.٦		
معلومات عن الأنظمة المرورية	١٨٥	٢٥.٣		
أخرى	٦	١.٨		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية $\alpha = ٠.٠٥$. وكذلك أوضحت النتائج أن ٢٥٧ من السيدات يفضلن الحصول على معلومات عن السلامة والصيانة بما يمثل ٧٦.٥٪ من إجمالي حجم العينة وربما يكون ذلك بسبب علمهن بخطورة ذلك في بعض الحالات، او تعرضهن لمشاكل متعلقة بذلك .

يوضح جدول (١٦) تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً لشكل المعلومات المفضلة لديهن عن قيادة السيارة.

جدول (١٦): تقسيم السيدات وفقاً لشكل المعلومات المفضلة لقيادة السيارة

	لشكل المعلومات المفضلة لقيادة السيارة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
مطبوع	١٦	٤.٨	١٣٢.٠٧١	< ٠.٠٠١
إلكتروني	١٨٢	٥٤.٢		
الإثنين معاً	١٣٨	٤١.١		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية $\alpha = ٠.٠٥$. وكذلك أوضحت النتائج أن الغالبية من السيدات يفضلن الحصول على المعلومات إلكترونياً حيث بلغ عددهن ١٨٢ سيدة بما يمثل ٥٠.٦٪ من إجمالي حجم العينة، ويمكن تفسير ذلك بما تتميز به المعلومات الإلكترونية من الإتاحة السريعة في أي وقت ومكان.

أما تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً لشكل المحتوى الإلكتروني الذي يفضلنه للحصول على المعلومات عن قيادة السيارة فيوضحه جدول (١٧)

جدول (١٧): تقسيم السيدات وفقاً للمحتوى الإلكتروني لمعلومات قيادة السيارة

	المحتوى الإلكتروني المفضل للحصول على المعلومات عن قيادة السيارة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
صور	٢١٦	٦٤.٢٩	٨٣٩.٦٥	<٠.٠٠١
نصوص	٨٧	٢٥.٩		
تسجيلات صوتية	٥٨	١٧.٢٦		
تسجيلات فيديو	٢٧٤	٨١.٥٥		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ = α. وكذلك أوضحت النتائج أن الغالبية العظمى من السيدات يفضلن استخدام الصور وتسجيلات الفيديو للحصول على المعلومات عن قيادة السيارة حيث بلغ عددهن ٢٧٤ سيدة تفضلن التسجيل الإلكتروني بما يمثل ٨١.٥٥٪ من إجمالي حجم العينة ويمكن تفسير ذلك بسهولة تلخيص الصور والتسجيلات للمعلومات .

يوضح جدول (١٨) تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً للوسيلة المفضلة للحصول على معلومات عن قيادة السيارة.

جدول (١٨): تقسيم السيدات وفقاً للوسيلة المفضلة للحصول على معلومات عن قيادة السيارة

	الوسيلة المفضلة للحصول على معلومات عن قيادة السيارة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
الواتساب	١٦٤	٤٨.٨	١٧٥.١٨	< ٠.٠٠١
البريد الإلكتروني	٤٣	١٢.٨		
وسائل التواصل الاجتماعي	٢٤١	٧١.٧		
الرسائل النصية	٥٤	١٦.١		
أخرى	٤	١.٢		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ = α. وكذلك أوضحت النتائج أن الغالبية العظمى من

السيدات يفضلن الحصول على المعلومات بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغ عددهن ٢٤١ سيدة بما يمثل ٧١.٨٪ من إجمالي حجم العينة ، ويفسر ذلك انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمعات بشكل عام وفي المجتمع السعودي كذلك.

ونتائج تقسيم السيدات محل الدراسة وفقاً لأسباب الشعور بالحاجة للمعلومات عن قيادة السيارة فيوضحها جدول (١٩) .

جدول (١٩): تقسيم السيدات وفقاً لأسباب الشعور بالحاجة للمعلومات عن قيادة السيارة

	أسباب الشعور بالحاجة للمعلومات عن قيادة السيارة		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
لزيادة المعرفة لدي	٢٩٠	٨٦.٣	٦٨٠.٠٢٤	<٠.٠٠١
لوجود مخالفات على السيارة	٣	.٩٠		
لحدوث حادث	٩	٢.٧		
لحل مشكلة إدارية (المرور، التأمين، غيرها)	٣٤	١٠.١		
أخرى	٠	٠		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية $\alpha = ٠.٠٥$. وكذلك أوضحت النتائج أن الغالبية العظمى من السيدات يفضلن الحصول على المعلومات لزيادة المعرفة لديهن حيث بلغ عددهن ٢٩٠ سيدة بما يمثل ٨٦.٣٪ من إجمالي حجم العينة مما قد يدل على اهتمامهن ورغبتهن بزيادة المعلومات بدون سبب محدد **أما** وفقاً لطبيعة الصعوبات التي واجهتها السيدات للحصول على معلومات عن قيادة السيارة فإن جدول (٢٠) يوضح تقسيم السيدات محل الدراسة .

جدول (٢٠): تقسيم السيدات وفقاً لطبيعة صعوبات الحصول على معلومات عن قيادة السيارة

	طبيعة الصعوبات التي تواجهها السيدات للحصول على معلومات		χ^2	p-value
	العدد	النسبة (%)		
صعوبة الوصول للمعلومات الدقيقة والموثوقة	١٥٥	٤٦.١	١٢٠.٥٩٤	<٠.٠٠١
عدم توافر الكثير من المعلومات عن قيادة المرأة السعودية	١٠٨	٣٢.١		

للسيارة				
المواقع الحكومية السعودية ذات الصلة على الإنترنت لا توفر معلومات كافية	٣٧	١١.٠		
أخرى	٦٣	١٠.٧		

ومن الجدول السابق يلاحظ استقلالية استجابات المفردات محل الدراسة حيث بلغت قيمة p-value (<٠.٠٠١) وهي أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ = α. وكذلك أوضحت النتائج أن أكثر السيدات واجهن صعوبة في الوصول إلى معلومات دقيقة وموثوقة حيث بلغ عددهن ١٥٥ سيدة بما يمثل ٤٦.١٪ من إجمالي حجم العينة وقد يكون ذلك بسبب عدم إتاحة المعلومات الموثوقة في المواقع التي يتداولها الناس بالرغم من توفرها.

ثالثاً: النتائج والتوصيات:

بينت هذه الدراسة الكثير من النتائج السلبية والايجابية والتي وضحت الوضع الفعلي لمدى احتياج المرأة في السعودية للمعلومات الخاصة بقيادة السيارة بناءً على العديد من المعطيات والظروف. وتوصلت كذلك للعديد من التوصيات.

النتائج:

١- تأتي مدارس تعليم قيادة السيارة في المرتبة الأولى للحصول على المعلومات المتعلقة بقيادة السيارة من قبل السيدات ضمن عينة الدراسة ، حيث يلجأ إليها ٢٣٥ سيدة وذلك بنسبة ٦٩,٩% ، ثم تأتي العائلة في المرتبة الثانية وبنسبة ٦٢,٢% يلجأ إليها النساء للحصول على المعلومات.

٢- أكثر من نصف عينة الدراسة يحتجن للمعلومات دائماً، و١١٧ منهن لهن احتياج متوسط ، والفئة الأقل منهن كان احتياجهن نادراً أو معدوم.

٣- يرغب أغلب السيدات ضمن عينة الدراسة في الحصول على معلومات عن السلامة والصيانة بعدد ٢٥٧ سيدة ونسبة ٧٦,٥%، ثم تأتي بعد ذلك الرغبة في الحصول على معلومات فنية عن السيارة بنسبة ٦٦,٧%.

٤- الغالبية من السيدات يفضلن الحصول على المعلومات إلكترونياً حيث بلغ عددهن ١٨٢ سيدة، بما يمثل ٥٠.٦% من إجمالي حجم العينة.

٥- الغالبية العظمى من السيدات يفضلن استخدام الصور وتسجيلات الفيديو للحصول على المعلومات عن قيادة السيارة حيث بلغ عددهن ٢٧٤ سيدة تفضل التسجيل الإلكتروني بما يمثل ٨١.٥٥% من إجمالي حجم العينة.

٦- كثير من السيدات يفضلن الحصول على المعلومات بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي حيث بلغ عددهن ٢٤١ سيدة بما يمثل ٧١.٨% من إجمالي حجم العينة.

٧- أكثر السيدات يفضلن الحصول على المعلومات لزيادة المعرفة لديهن وهن ٢٩٠ سيدة بما يمثل ٨٦.٣% من إجمالي حجم العينة على الرغم من أن أكثر من نصف العينة يحتجن إلى المعلومات بشكل دائم.

٨- أجمعت عينة الدراسة على وجود صعوبات في الوصول إلى المعلومات الدقيقة والموثوقة بنسبة ٤٦,١%، وكذلك في عدم توفر المعلومات المطلوبة بما نسبته ٣٢,١% من عينة الدراسة.

التوصيات:

وفي ضوء النتائج التي توصل اليها الباحث ومن خلال الدراسة تم التوصل إلى التوصيات التالية:

١- نشر الوعي المجتمعي بالثقافة المرورية وخصوصاً في أماكن التجمعات النسائية كالمدارس، والجامعات، والأندية النسائية ،وغيرها.

٢- قيام الجهات المختصة (كإدارة المرور، ومدارس تعليم قيادة السيارات، وشركات التأمين) كلاً في مجاله بتخصيص موقع الكتروني وروابط في مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى وجود رقم مجاني أو روبوت محادثة ذكي للإجابة على الاحتياجات المعلوماتية واستفسارات المرأة في مجال قيادة السيارة.

٣- إقامة هيئة الإذاعة والتلفزيون حملات وبرامج توعوية مستمرة للمرأة في وسائل الاعلام بهدف توعية المرأة بأهمية حصولها على المعلومات الصحيحة حول قيادة السيارة وكيفية الوصول إليها.

٤- تركيز مدارس تعليم قيادة السيارات للنساء بشكل أكبر على تزويدهن بالمعلومات التي يحتاجونها في جميع المراحل: قبل تعلم قيادة السيارة وأثناء التدريب وبعد الحصول على رخصة القيادة.

٥- مشاركة مراكز الأحياء في خدمة التوعية المعلوماتية للمرأة قائدة السيارة من خلال إقامة ورش عمل نسائية تثقيفية.

٦- توعية المرأة بأساليب البحث عن المعلومات لسرعة الوصول للمعلومة المطلوبة، وكذلك تعريفهن بإمكانية الرفع بالاستفسار عن المعلومات المطلوبة للجهات المعنية او المكتبات الأكاديمية والعامة الموجودة.

٧- زيادة اهتمام الباحثين في مجالات الإعلام والمكتبات والمعلومات ببحث المحاور المتعلقة بالتوعية المعلوماتية للمرأة في مجال قيادة السيارة.

٨- تكثيف الدراسات التي تدرس الاحتياجات المعلوماتية لقيادة السيارة لفئات أخرى من المجتمع وكذلك دراسات عن الاحتياجات المعلوماتية الأخرى للسيدات في السعودية.

قائمة المراجع

المراجع العربية :

- إبراهيم، حسن أحمد حسين. (٢٠١٨). الاحتياجات المعلوماتية للمسنين في محافظة الأقصر. مكتبات نت، مج١٩،ع٢،٥-١٧. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/٩٥٨٧٦٥
- ابن لبده، سلمان فيحان فيصل. (٢٠١٧). المعالجة الإعلامية للفيديوهات المنشورة على اليوتيوب بخصوص قيادة المرأة السعودية للسيارة: دراسة تحليلية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان،ع٩،٢٦٥-٣٠٠. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/٩٥٣١٧٠
- أبو العلا، تركي بن حسن عبدالله، و مصطفي، السيد عبدالحميد إبراهيم. (٢٠٢١). الآثار المتوقعة لقيادة المرأة السعودية للسيارات من وجهة نظر طالبات الجامعات السعودية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية،مج٥،ع٧،٨٧-١١٨. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١١٧٧٤٨٤
- آشي، حنان أحمد. (٢٠١٩). المضامين المتعلقة بقضايا تمكين المرأة في مواقع الفيديو التشاركي بالتطبيق على قيادة المرأة السعودية للسيارة. المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع٢٢ ، ١٦١ - ٢٠٠. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١٠٣٧٧٥٣
- تيسير ، محمد (٢٠٢١) . كيفية إجراء دراسة ميدانية وما هو تعريفها وطرقها. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث . مسترجع من

كيفية إجراء دراسة ميدانية وما هو تعريفها وطرقها: مع ٣ أمثلة | المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث(ajsrp.com)

- الجاهلي، عبدالرحمن بن إبراهيم. (٢٠٢٢). الصورة الذهنية لقيادة المرأة السعودية للمركبات في وسائل الإعلام. مجلة الآداب، مج٣٥، ع١، ٣ - ٣٦. مسترجع من http//:search.mandumah.com/Record١٣٦
- الجندي، أمينة أحمد محمد حسين. (٢٠١٩). اتجاهات المرآة السعودية نحو قيادة السيارة وانعكاساتها على البيئة الاجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من نساء مدينة مكة المكرمة. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، ع١٦، ٣٩١ - ٤٢٧. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١٠٨٩٩٧٨

- الرندي، بشاير سعود. (٢٠١٥). الاحتياجات المعلوماتية لأولياء أمور الأطفال المرضى في مستشفى البنك الوطني. مجلة بحوث في علم المكتبات والمعلومات، ع١٤، ١٨٩ - ٢١٠. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/٧٠٨٦٩٥

- الشهراني، معلوي بن عبدالله حسين. (٢٠٢٠). تصور مقترح لتنمية وعي المرأة السعودية بالثقافة المرورية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع٥٨، ٦٥ - ١٥٦. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١١٠٦٨٥٤.

- الصقيه، حنان ناصر. (٢٠٢٢). استكشاف الاحتياجات المعلوماتية وسلوك البحث عن المعلومات الصحية على الانترنت أثناء جائحة فيروس كورونا المستجد ٢٠١٩: دراسة وصفية علي الجامعات في مدينة الرياض. مجلة بحوث كلية الآداب، ع١٢٩، ج٤، ٣ - ٤٤. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١٣٠٤١٢٦

- العبد الكريم، خلود برجس. (٢٠١٤). معوقات تمكين المرأة السعودية ثقافيا واجتماعيا وقانونيا. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، ع٣٦، ج١ ، ١٧٧ - ٢٣٨. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/٧٢٠٢٢٧

- العجيزي، أحمد عادل إبراهيم. (٢٠١٨). الأساليب المتبعة في مكتبات كليات جامعة طنطا لتحديد وتحليل الاحتياجات المعلوماتية للمستفيدين: دراسة ميدانية. اعلم، ع٢٢، ٣١٧ - ٣٣٢. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/٩٧٠٦٧٠

- الغامدي، خلود يحي عبدالله. (٢٠١٩). سلوك البحث عن معلومات التوظيف لدى خريجات جامعة الملك عبدالعزيز. اعلم، ع٢٤، ٥٣ - ١٠٤. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١٠٣٧٨٧٤

قاعدة بيانات الهادي للإنتاج الفكري العربي في المكتبات والمعلومات، متاح على: https://arab-afli.org

- القحطاني، نورة ناصر. (٢٠١٨). التأثيرات المترتبة على السماح للمرأة بقيادة السيارة في المملكة العربية السعودية وانعكاساتها على تمكين المرأة السعودية من القيام بدورها الأسري والاجتماعي: من وجهة نظر عينة من النساء السعوديات بمدينة الرياض. مجلة الخدمة الاجتماعية، ع٦٠، ج١ ، ٣٥١ - ٤٠٧. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/٩٦٥٩٩١

- قشقري، سارة بنت عبدالرحيم صوفي. (٢٠١٧). الاحتياجات المعلوماتية لدى الفقراء المحتاجين من الجهات الخيرية في المملكة العربية السعودية. مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج٢٣، ع٢، ٢٠١ - ٢٣٧. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/٨٧٧٨٣٦

- كوشك، سحر وليد، والرابغي، ريم علي محمد. (٢٠١٩). الاحتياجات المعلوماتية للمعتمرين العرب: دراسة مسحية ١٤٣٩ هـ / ٢٠١٨ م. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، مج٢٦، ع٥٢، ٤٠٣ - ٤٤١. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١٠٥٨٦٠٦

- المبرز، عبد الله بن إبراهيم. (٢٠١١) . سلوك المرأة السعودية غير العاملة عند البحث عن المعلومات. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج. ٢٠١١، ع. ١٨، ص ص. ١٣٩-١٦١. https://search.emarefa.net/detail/BIM-٢٧٩٩٩٥

- مساوى، محمد طلال عباس. (٢٠٢٠). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية تجاه قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة: دراسة ميدانية على عينة من السيدات في مدينة جدة خلال سنة ٢٠١٩. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٧٠ ، ٣٣٥ - ٣٩١. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١١٠٨١٣١
- مشعل، أحمد عبداللطيف . (٢٠١٨). دراسة تحليلية لحساب حجم العينة الأمثل في البحوث الميدانية الزراعية. المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، ٢٨(العدد الثانى يونيو)، ٤٨٥-٥٠٢ مسترجع من https://meae.journals.ekb.eg/article_١١١٩٧٨_٢b٧٠١ecfed٢٢٨ead١٧bac٧e٤١٩٧٦٠١١٨.pdf
- المكتبة الرقمية السعودية، متاح على: https://sdl.edu.sa
- الميزر، هند عقيل محمد. (٢٠١٨). قيادة المرأة السعودية للسيارة تحقيقا للمساواة في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠ والآثار المترتبة عليها من وجهة نظرها وعلاقتها ببعض المتغيرات الديموغرافية. مجلة الخدمة الاجتماعية، ع٥٩، ج٨، ١٨٨ - ٢٢٢. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/٩١٩٤٢٨
- ناجي، زينب رمضان أحمد. (٢٠٢١). مستقبل الاحتياجات المعلوماتية لرجال الدين المسلمين بمحافظة قنا. مجلة كلية الآداب بقنا، ع٥٢، ٣٢ - ٥٧. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١١٢٦٠٠٣
- الهذلي، هدى مطر. (٢٠٢٠). دور تمكين المرأة السعودية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في ضوء رؤية ٢٠٣٠. مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، ع١٤، ج٣ ، ٥٤٧ - ٥٨٤. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١١٠٨٤٨٩
- وكالة الأنباء السعودية (٢٠٢٠) الإحصاء تصدر تقريرًا عن المرأة السعودية بمناسبة اليوم العالمي للمرأة ٢٠٢٠ ، مسترجع من https://www.spa.gov.sa/٥٥٠٠٧٤b٩٣٤

المراجع الأجنبية:

- Al-Garawi and Kamargianni (٢٠٢٢) Exploring the factors affecting women's intention to drive in Saudi Arabia Available at : Exploring the factors affecting women's intention to drive in Saudi Arabia - ScienceDirect
- Al-Qarawi, N., M. Kamargianni, and M. Matyas (٢٠١٨). She Drives KSA - Phase ١ Survey Results. Report, Available at: she_drives_report_survey_results_٠.pdf (iau.edu.sa)
- Al-Qarawi, N., M. Kamargianni, and M. Matyas (٢٠٢٠). She Drives KSA - Phase ٢ Survey Results. Report, Available at: Report_wave ٢_final.pdf (ucl.ac.uk)
- Deborah L. Wheeler (٢٠٢٠) Saudi Women Driving Change? Rebranding, Resistance, and the Kingdom of Change, The Journal of the Middle East

and Africa, ١١:١, ٨٧-١٠٩, DOI: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S٠٩٦٦٦٩٢٣٢١٠٠٢٤٥٣

- Khalid Alharbi & Kelli Boling (٢٠٢٢) Saudi Women Take the Wheel: A Content Analysis of How Saudi Arabian Car Companies Reached Women on Social Media, Journal of Current Issues & Research in Advertising, Available at https://doi.org/١٠.١٠٨٠/١٠٦٤١٧٣٤.٢٠٢١.١٩٩٥٥٤٣
- Muna Al-Razgan,Asma Alrowily ,Rawan N. Al-Matham,Khulood M. Alghamdi,and Maha Shaabi,Lama Alssum (٢٠٢١) , Using diffusion of innovation theory and sentiment analysis to analyze attitudes toward driving adoption by Saudi women, Technology in Society, Elsevier , Available at Using diffusion of innovation theory and sentiment analysis to analyze attitudes toward driving adoption by Saudi women - ScienceDirect
- Najah Al-Garawi, Maria Kamargianni(٢٠٢١) ، Women's modal switching behavior since driving is allowed in Saudi Arabia ,Journal of Transport Geography ،Volume ٩٦، ,Available at: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S٠٩٦٦٦٩٢٣٢١٠٠٢٤٥٣

Information needs for woman's car driving in Saudi Arabia: Field Study

Dr. Abdullah Abdulrahman Al-Mehdar

Associate Professor of Libraries and Information

College of Computer Science, Umm Al-Qura University

Abstract:

After the Saudi government decided to allow women to drive cars in Saudi Arabia in ٢٠١٨, women went to obtain a car driving license, and the number began to increase continuously. Thus, it became necessary to identify the extent of women's need in Saudi Arabia for information that develops their information awareness and helps them access the information they need in all aspects and matters required about driving the car, including legal, administrative, technical information, etc. Women who drive in Saudi Arabia also need information to help them deal with the problems they may encounter. One of the objectives of the study was to monitor the information needs of women in Saudi Arabia regarding driving a car, as well as identify information-seeking behaviors of women in Saudi Arabia regarding driving a car. This study was based on the field method, and the questionnaire was also used as a tool for collecting data. The study, which included ٣٣٦ women, reached many results, including that more than half of the study sample always needs information, and driving schools come in first place for obtaining information. Information related to car driving by women within the study sample. The study sample also agreed that there are difficulties in accessing accurate and reliable information. The study recommended spreading community awareness of traffic culture, especially in places where women gather, and educating women about methods of searching for information to quickly access the required information, in addition to intensifying studies that study the information needs of driving a car for other groups of society, as well as studies on other information needs of women in Saudi Arabia.

Keywords: Information needs – woman's car driving - women in Saudi Arabia - car driving - information needs of women in Saudi Arabia.