

The Islamic University–Gaza
Research and Postgraduate Affairs
Faculty of Art
Master of Journalism



الجامعة الإسلامية-غزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب
ماجستير صحافة

استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية
والإشباع المتحققة منها
دراسة ميدانية في محافظات غزة

**The Palestinian Women's Uses of Electronic
News Websites and Gratifications Achieved
A field Study in Gaza Governorates**

إعداد الباحثة
أشواق عيسى رحمي

إشراف

الدكتور/ طلعت عبدالحميد عيسى

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير
في الصحافة والإعلام بكلية الآداب في الجامعة الإسلامية بغزة

شعبان / 1438هـ - مايو / 2017م

إقرار

أنا الموقعة أدناه مقدمة الرسالة التي تحمل العنوان:

استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية في محافظات غزة

The Palestinian Women's Uses of Electronic News Websites and Gratifications Achieved A field Study in Gaza Governorates

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

I understand the nature of plagiarism, and I am aware of the University's policy on this.

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted by others elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:	أشواق عيسى رحمي	اسم الطالبة:
Signature:	أشواق عيسى رحمي	التوقيع:
Date:	2017/05/17م	التاريخ:



نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة شئون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحثة/ اشواق عيسى عوده رحمي لنيل درجة الماجستير في كلية الآداب/ قسم الصحافة، وموضوعها:

استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشاعات المتحقة منها - دراسة ميدانية في محافظات غزة

وبعد المناقشة التي تمت اليوم الثلاثاء 17 شوال 1438هـ، الموافق 2017/07/11م الساعة الواحدة ظهراً، في قاعة مؤتمرات مبنى طيبة، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

.....
.....
.....

مشرفاً و رئيساً
مناقشاً داخلياً
مناقشاً خارجياً

د. طلعت عبد الحميد عيسى
د. أمين منصور وافي
د. ماجد سالم تريبان

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحثة درجة الماجستير في كلية الآداب/قسم الصحافة.

واللجنة إذ تمنحها هذه الدرجة فإنها توصيها بتقوى الله ولزوم طاعته وأن تسخر علمها في خدمة دينها ووطنها.

والله ولي التوفيق ،،،



نائب الرئيس لشئون البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. عبدالرؤوف علي المناعمة

ملخص الدراسة باللغة العربية

تهدف الدراسة إلي التعرف على مدى استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها، ومعرفة أبرز المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تستخدمها المرأة في محافظات غزة.

تأتي هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، مستخدمة منهج المسح الإعلامي ومن خلاله أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة متساوية حصصياً بلغ قوامها 400 مبحوثة من مختلف محافظات قطاع غزة، بمعدل 80 مبحوثة من مستخدمات المواقع الإلكترونية الإخبارية فوق سن 18 عام من المحافظات الخمس (الشمال، غزة، الوسطى، خان يونس، رفح) خلال الفترة الزمنية من 2017/1/20 وحتى 2017/2/20م.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

1. جاء موقع دنيا الوطن في مقدمة المواقع الإلكترونية الإخبارية كأكثر موقع تستخدمه المبحوثات وذلك بنسبة 80.3%، تلاه موقع وكالة معاً الإخبارية وذلك بنسبة 54.8%، ثم موقع وكالة غزة الآن بنسبة 45.9%.
2. تفضل المبحوثات متابعة الموضوعات والمواد السياسية في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وجاءت الدوافع الطقوسية بنسبة 58.4%، تلاها الدوافع المنفعية.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة الاشباع المتحقق لهن من وراء هذا الاستخدام.

أهم توصيات الدراسة:

1. اهتمام المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية بالدقة والموضوعية عند تناول قضايا المرأة، والتقليل من الاعتماد على المصادر المجهولة .
2. إعطاء مزيد من الاهتمام من قبل المواقع الإلكترونية بقضايا المرأة وبالدراسات المتخصصة بها، والتوسع في نشر المعلومات حولها.
3. التنوع في أشكال الوسائط المتعددة التي تعالج قضايا المرأة عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية، وزيادة التفاعل مع الجمهور.

Abstract

The study aims at identifying the extent of the Palestinian women's use of the news websites and the gratifications achieved from them. This in addition to identifying the most prominent news websites used by women in the Gaza governorates.

The study is a descriptive research using a media survey methodology; surveying the public and media. The researcher used a survey questionnaire as a tool to gather information. A simple random sample of 400 participants was selected from various governorates in the Gaza Strip, (North, Gaza, central, Khan Younis, Rafah) during the period from 20/1/2017 to 20/02/2017. 80 participants of those using news websites were 18 years or above.

The study concluded a number of findings:

1. Donia Al Watan came in the forefront of the news websites as the most used site by the respondents by 80.3%, followed by Ma'an news agency with 54.8% and then the Gaza Agency website with 45.9%.
2. The respondents prefer to follow political materials in the news websites, and the ritual motives came at 58.4%, followed by motivational motives.
3. There is a statistically significant relationship at significance level (0.05) between the degree to which Palestinian women benefit from the use of news websites and the degree of confidence in their content.

The main recommendations of the study:

- 1 Palestinian news websites should pay attention to accuracy and objectivity when dealing with women's issues and minimizing reliance on anonymous sources.
2. More attention should be given by news websites to the issues of women's websites and specialized studies relevant to them and expanding the dissemination of information about them.
3. Diversifying the forms of multimedia that address women's issues through news websites and increase interaction with the public.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى
وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِنِّي تُبْتُ
إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴾

[النمل: 19]

صدق الله العظيم

الإهداء

- ◀ إلى سندي الأول في الحياة ورحلتي العلمية والعملية والدايِّ الكريمين، أدامهما الله لي عزاً وفخراً، وأمد الله في عمريهما.
- ◀ إلى من يقدمون لي الدعم دوماً أخواتي وإخوتي سندي وفرحي في هذه الحياة.
- ◀ إلى مشرفي الفاضل، وأساتذتي الكرام.
- ◀ إلى الصديقات، والزميلات، وكل من وقف بجانبني.
- ◀ إلى المرأة الفلسطينية التي عانت وما زالت تعاني.
- ◀ إلى من آمن بإرادته وتغلب على التحديات حوله وأنصف ذاته .
- ◀ إلى كل من دعا لي خيراً في ظهر الغيب.
- ◀ أهدي رسالتي ... بداية طريقي الذي حاولت اجتيازه بخطوات نحو الأفضل.

إليهم جميعاً... أهدي هذه الدراسة

شكر وتقدير

بدايةً الشكر والحمد لله عز وجل على نعمته التي أنعمها عليّ وعلى والديّ من قبل، ووفقني للوصول إلى هذه اللحظة.

وأتقدم بجزيل الشكر ووافر الامتنان إلى مشرفي الدكتور طلعت عيسى حفظه الله، رئيس قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية، والذي كان خير عون لي، ولم يأل جهداً في مساعدتي، وتقديم التوجيهات السديدة وملاحظاته القيمة التي أثرت الدراسة، فجزاه الله عنى خير الجزاء.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى جميع مدرسي قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية على ما بذلوه معي من جهد، ومساعدة في إخراج هذا العمل إلى حيز الوجود، لهم مني جميعاً كل المحبة والتقدير.

وكذلك الشكر موصول إلى عضوي لجنة المناقشة:

الدكتور الفاضل/ أمين وافي حفظه الله

الدكتور الفاضل/ ماجد تريان حفظه الله

لجهودهما الطيبة في إثراء الرسالة بملاحظتهما القيمة، فجزاهما الله كل خير،

كما وأتقدم بالشكر الى محكمي استمارات الدراسة، وكل من منحني الفائدة والنصيحة.

وأخيراً كل الشكر لمن لا تكفيهم كلمات الشكر والداي وأخواتي وإخوتي وصديقاتي وزميلاتي، على حبهم ودعمهم المتواصل ولكل من قدّم لي يد العون والدعاء ممن ذكرتهم، وممن لا يتسع المقام لذكرهم أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان، وجزاهم الله عنى خير الجزاء.

والله ولي التوفيق،،

الباحثة:

أشواق عيسى رحمي

فهرس المحتويات

أ	إقرار
ب	نتيجة الحكم
ت	ملخص الدراسة باللغة العربية
ث	Abstract
ج	اقتباس
ح	الإهداء
خ	شكر وتقدير
د	فهرس المحتويات
ز	فهرس الجداول
1	مقدمة الدراسة:
3	الفصل الأول الإطار العام للدراسة
4	أولاً: أهم الدراسات السابقة:
26	ثانياً: الاستدلال على المشكلة:
28	ثالثاً: مشكلة الدراسة:
28	رابعاً: أهمية الدراسة:
28	خامساً: أهداف الدراسة:
29	سادساً: تساؤلات الدراسة:
30	سابعاً: فروض الدراسة :
30	ثامناً: الإطار النظري للدراسة :
35	تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:
37	عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها:
39	حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات :

44	ثاني عشر: متغيرات الدراسة:
44	ثالث عشر: حدود الدراسة:
45	رابع عشر: المعالجات الإحصائية:
45	خامس عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:
46	سادس عشر: تقسيم الدراسة:
47	الفصل الثاني المرأة والمواقع الإلكترونية الإخبارية
49	المبحث الأول المواقع الإلكترونية الإخبارية
49	أولاً: نشأة وتطور المواقع الإخبارية الإلكترونية:
54	ثانياً: المواقع الإخبارية : تعريفها، أهميتها، خصائصها، وأنواعها :
63	ثالثاً: المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:
77	المبحث الثاني: الإعلام والمرأة الفلسطينية
78	أولاً : إحصائيات المرأة الفلسطينية :
79	ثانياً: مراحل تطور الإعلام النسائي في فلسطين:
89	ثالثاً : الإعلام والمرأة العربية :
92	رابعاً : الإعلام الفلسطيني والمرأة:
100	الفصل الثالث نتائج الدراسة الميدانية
102	المبحث الأول مناقشة نتائج الدراسة الميدانية
102	أولاً: أنماط استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية:
114	ثانياً : دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية:
121	ثالثاً: الإشباع المتحققة:
130	رابعاً : إيجابيات وسلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية ومقترحات تطويرها
135	المبحث الثاني اختبار فرضيات الدراسة
150	المبحث الثالث خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها
150	أولاً : خلاصة نتائج الدراسة:

152.....	ثانياً: توصيات الدراسة ومقترحاتها:
154.....	المصادر والمراجع
155.....	أولاً- المراجع العربية:
166.....	ثانياً- المراجع الأجنبية:
167.....	ملاحق الدراسة.

فهرس الجداول

- جدول (1.1): يوضح السمات العامة للمبوحثات 38
- جدول (1.2): يوضح معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الوحدة الاولى والدرجة الكلية للوحدة 40
- جدول (1.3): يوضح معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الوحدة الثانية والدرجة الكلية للوحدة 41
- جدول (1.4): يوضح معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الوحدة الثالثة والدرجة الكلية للوحدة 41
- جدول (1.5): يوضح معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الوحدة الرابعة والدرجة الكلية للوحدة 42
- جدول (1.6): يوضح مصفوفة معاملات الارتباط للوحدات مع الدرجة الكلية 42
- جدول (1.7): يوضح نتائج معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة 43
- جدول (1.8): معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية للاستبانة 44
- جدول (2.1): يوضح عدد سكان قطاع غزة للعام 2016م 78
- جدول (3.1): يوضح مقياس ليكرت الثلاثي 102
- جدول (3.2): يوضح درجة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية 102
- جدول (3.3): يوضح مدة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية 104
- جدول (3.4): يوضح إجمالي الساعات التي تقضيها المبحوثات يوماً على المواقع الإلكترونية الإخبارية 105
- جدول (3.5): يوضح الأماكن التي تستخدم فيها المبحوثات المواقع الإلكترونية الإخبارية 106
- جدول (3.6): يوضح الوسائل التي تستخدمها المبحوثات في تصفح ومتابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية 107
- جدول (3.7): يوضح الأوقات المفضلة التي تقضيها المبحوثات لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية 109
- جدول (3.8): يوضح أهم المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تتابعها المبحوثات 110
- جدول (3.9): يوضح الموضوعات والقضايا التي تفضل المبحوثات متابعتها في المواقع الإلكترونية الإخبارية .. 112
- جدول (3.10): يوضح دوافع المبحوثات الطقوسية لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية 114
- جدول (3.11): يوضح دوافع المبحوثات المنفعية لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية 115
- جدول (3.12) يوضع مجموع الدوافع الطقوسية والمنفعية لاستخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية 116
- جدول (3.13): يوضح رأي المبحوثات في أسباب استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية 117
- جدول (3.14): يوضح أسباب عدم استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية 119
- جدول (3.15): يوضح الإشباع المتحققة من استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية 121

- جدول (3.16): يوضح درجة رضا المبحوثات عما تقدمه المواقع الإلكترونية الإخبارية.....124
- جدول (3.17): يوضح رأى المبحوثات في درجة اهتمام المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية باستخدام الوسائط المتعددة.....125
- جدول (3.18): يوضح رأى المبحوثات في أنواع الوسائط المتعددة داخل المواقع الإلكترونية الإخبارية.....126
- جدول (3.19): يوضح درجة ثقة المبحوثات بالمعلومات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية.....127
- جدول (3.20): يوضح درجة استفادة المبحوثات من استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية.....128
- جدول (3.21): يوضح جوانب استفادة المبحوثات من المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية.....129
- جدول (3.22): يوضح أبرز إيجابيات المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر المبحوثات.....130
- جدول (3.23): يوضح سلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر المبحوثات.....131
- جدول (3.24): يوضح مقترحات المبحوثات لتطوير أداء المواقع الإلكترونية الإخبارية.....132
- جدول (3.25): يوضح اختبار One Way ANOVA لاختبار الفروق في درجة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير العمر.....135
- جدول (3.26): يوضح اختبار One Way ANOVA لمعرفة الفروق في درجة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية.....136
- جدول (3.27): يوضح نتائج اختبار One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين درجة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير المستوى العلمي.....137
- جدول (3.28): يوضح نتائج اختبار One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين درجة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير المحافظة.....138
- جدول (3.29): يوضح اختبار One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين متغير الاستخدام ومتغير المهنة..140
- جدول (3.30): يوضح اختبار One Way ANOVA الفروق بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية وفق متغير العمر.....141
- جدول (3.31): يوضح اختبار One Way ANOVA الفروق بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية وفق متغير الحالة الاجتماعية.....142
- جدول (3.32): يوضح اختبار One Way ANOVA الفروق بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية وفق المتغير المستوى التعليمي.....143
- جدول (3.33): يوضح اختبار One Way ANOVA الفروق بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية وفق متغير المحافظة.....144

- جدول (3.34): يوضح اختبار One Way ANOVA الفروق بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الالكترونية الاخبارية وفق المتغير المهنة.....145
- جدول (3.35): يوضح اختبار معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الاخبارية ودرجة الاشباع المتحقق لهن من وراء هذا الاستخدام.....146
- جدول (3.36): يوضح اختبار معامل ارتباط بيرسون لقياس درجة استفادة المرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الالكترونية الاخبارية ودرجة الثقة في محتواها147
- جدول (3.37): يوضح اختبار معامل ارتباط بيرسون لقياس بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الالكترونية الاخبارية ودرجة الثقة في محتواها149

مقدمة الدراسة:

بدأ التواجد الإعلامي الفلسطيني على شبكة الانترنت في وقت قريب من بدء وسائل الإعلام العربية في الدخول إلى دائرة النشر الالكتروني، وانسجامها مع الثورة التكنولوجية التي غزت العالم اجمع، ومواكبة للتقنيات الحديثة التي توفرها شبكة الانترنت، كما اشتدت ذروة الإعلام الإلكتروني الفلسطيني مع بداية انتفاضة الأقصى عام 2000م، بظهور العديد من المواقع الالكترونية الإخبارية، التي لعبت دوراً كبيراً في خدمة القضية والدفاع عن الحقوق الثابتة للشعب الفلسطيني.

وأصبحت الساحة الفلسطينية تعج بالمواقع الإلكترونية الإخبارية ولم يعد تداول الأخبار حكراً على صحيفة أو محطة تلفزيونية أو إذاعة وأصبح بإمكان من يبحث عن خبر أن يجده بعد دقائق من حدوثه، فقد ظهرت في فلسطين صحف إلكترونية بحتة ليس لها إصدار ورقي مثل صحيفة دنيا الوطن، إضافة إلى المحاولات التي برزت في فلسطين لإنشاء مواقع إلكترونية إخبارية، وصحف إلكترونية من قبل بعض الفلسطينيين المقيمين في الخارج⁽¹⁾

وتعد فئة الفتيات والنساء من الفئات المهمة في المجتمع، وهم أداة التغيير والبناء والتطور، والأكثر تقبلاً للتكنولوجيا، وبشكل وضع المرأة في أي مجتمع أحد المعايير الأساسية لقياس درجة تقدم ذلك المجتمع، كما أنه من غير المتوقع أن يتقدم مجتمع ما في العصر الحالي تقدماً مرموقاً تاركاً وراءه النصف من أفراده في حالة من التخلف والجهل، وعلى هذا الأساس فإن تقدم المجتمعات يعتمد بصفة أساسية على مدى تقدم المرأة ومتابعتها لمسيرة النهضة جنباً إلى جنب مع الرجل⁽²⁾.

وحسب إحصائيات جهاز مركز الفلسطيني للإحصاء فإن عدد السكان المقدر كان في نهاية عام 2015 في فلسطين حوالي 4.75 % مليون فرد تشكل الإناث منهم حوالي 2.34 مليون أي بنسبة 49.2 ومع استمرار تقدم النساء في مجال معرفة القراءة والكتابة بلغ معدل معرفة القراءة والكتابة لدى الإناث 94.9% مقابل 98.5% للذكور خلال عام 2016م⁽³⁾

(1) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص120).

(2) عبد المجيد، اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام في تلبية احتياجاته.

(3) تقرير الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2016م) (موقع الكتروني)

وقد برزت أهمية المواقع الإخبارية باعتبارها مصدرًا مهمًا للمعلومات بالنسبة للجمهور المحلي والخارجي وللمرأة الفلسطينية نظرًا لتوفر خدمة الانترنت وتزايد المواقع الإخبارية وتسابقها في نقل الخبر بتفاصيله، لتنافس بذلك بشكل قوي وسائل الإعلام المرئية والمسموعة.

وبناءً على الدور المتعظم ، الذي باتت تؤديه المواقع الإلكترونية الإخبارية في نقل المعلومات والتأثير في الجمهور إرتأت الباحثة إجراء هذه الدراسة للتعرف على استخدام المرأة الفلسطينية لهذه المواقع الإلكترونية الإخبارية، وفهم دوافع هذا الاستخدام، والتعرف على أنماطه والإشباع المتحققة منها ومدى الثقة في مضمونها.

الفصل الأول
الإطار العام للدراسة

أولاً: أهم الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الباحثة لمجموعة من الدوريات العلمية والبحوث والدراسات التي عالجت موضوعات ذات علاقة بالمحاور الرئيسية لعنوان دراستها، بهدف الوقوف على التراث العلمي لهذه المحاور والاستفادة من نهجيتها وأدواتها والنتائج التي توصلت إليها، قامت برصد الدراسات الأكثر قريناً لعنوان الدراسة الحالية، وتفيد موضوع الدراسة حيث تم تقسيمها إلى ثلاثة محاور هي: دراسات اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع، ودراسات حول المواقع الإلكترونية الفلسطينية، دراسات حول الإعلام والمرأة.

المحور الأول/ دراسات اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع:

1- دراسة أبو زايد (2016)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الثقافية والإشباع المتحققة، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استندت على منهج المسح، وعلى صحيفة الاستقصاء، أجريت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة موزعين على محافظات قطاع غزة من طلبة الثانوية العامة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 29 يناير وحتى 1 أبريل 2016م، معتمدة على نظرية الاستخدامات والإشباع.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ- وجود تباين واضح واختلاف بين الطلبة حول الثقة بالمعلومات المطروحة على شبكات التواصل الاجتماعي.

ب- أن الإشباع المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية عند الذكور أعلى من الإناث.

ج- لا توجد علاقة بين امتلاك طلاب الثانوية العامة لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي وكلا من النوع الاجتماعي، ومكان السكن والتخصص.

(1) أبو زايد، استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية : دراسة ميدانية في محافظات غزة.

2- دراسة العمري (2016)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى معرفة استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات Bein Sports والإشباع المتحققة، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدم الباحث أسلوب المسح، وأداة الاستبانة، وقد تم اختيار العينة بطريقة العينة العشوائية، وتتكون من 400 مفردة من طلبة الجامعات الأردنية، في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ- 56.2% من طلبة الجامعات الأردنية يتابعون شبكة قنوات Bein Sports عبر اشتراك القنوات التلفزيونية.

ب- يفضل 80.5% من طلبة الجامعات يفضلن مشاهدة شبكة قنوات Bein Sports مساءً.

ج- كان دافع الطلبة لمشاهدة شبكة قنوات Bein Sports هو متابعة اللعبة الرياضية المفضلة وذلك بنسبة 44.4%، تلاه دافع متابعة الفريق المفضل.

3- دراسة الصفدي (2015)⁽²⁾ :

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي، وفهم دوافع هذا الاستخدام والتعرف على أنماطه، وتأتي هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، مستخدمة منهج المسح الإعلامي معتمدة على أداتين هما المقابلة وصحيفة الاستقصاء لجمع بيانات الدراسة، بالتطبيق على مجتمع الدراسة المتمثل في العاملين في الصحف والمجلات الفلسطينية الصادرة في محافظات غزة، حيث تم استخدام أسلوب الحصر الشامل، وجرى توزيع الإستمارة على 160 إعلامياً خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2014/9/1م إلى 2014/10/15م، معتمداً على نظرية نظرية الاستخدامات والإشباع.

(1) العمري، استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات Bein Sports والإشباع المتحققة منها، طلبة

الجامعتين الأردنية واليرموك نموذجاً: دراسة ميدانية

(2) الصفدي، استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع

المتحققة : دراسة ميدانية في محافظات غزة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أ- تستخدم الغالبية العظمى من المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي ونسبة 98.7%.
- ب- جاءت شبكة الفيس بوك في مقدمة شبكات التواصل الأكثر استخداماً من المبحوثين بنسبة 89%.
- ج- جاءت الموضوعات والمواد السياسية في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثون مشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 15.2%.

4-دراسة أبو صلاح (2014) (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة وما دوافع طلبة الجامعات لاستخدام شبكات التواصل، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، معتمدة على منهج الدراسات المسحية" مسح جمهور وسائل الإعلام"، مستخدمة أداتين هما الاستبيان والمقابلة، على عينة من الشباب الفلسطيني قوامها 390 مفردة موزعين على طلبة الجامعات الفلسطينية النظامية بقطاع غزة وهي (الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر وجامعة الأقصى) بتاريخ 28-29-30/11/2013م، واعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباعات.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أ. أن 90 % من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وبينت الدراسة أن الفيس بوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً.
- ب. تصدر دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج سبب استخدام شبكات التواصل، تلاه دافع الحصول على المعلومات واكتساب الخبرات، ثم دافع التسلية وقضاء أوقات الفراغ.
- ج. تقدمت الموضوعات الترفيهية أبرز الموضوعات التي تطالها عينة الدراسة بنسبة 70%، تلاها الموضوعات الاجتماعية، ثم الموضوعات الثقافية.

(1) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة: دراسة ميدانية.

5-دراسة نجادات (2014م)⁽¹⁾ :

هدفت الدراسة الي التعرف على استخدامات الأسرة الأردنية لشبكة الفيس بوك ودوافع هذه الإستخدامات والإشباعات المتحققة منها، وهي تصنف ضمن البحوث الوصفية التحليلية واستخدم الباحث منهج المسح، "مسح جمهور وسائل الإعلام"، تمت دراسة جمهور المستخدمين لموقع الفيس بوك على (437) مفردة من المتزوجات العاملات في جامعة اليرموك خلال العام 2012م، مستخدمة اداة استبيان واعتمدت الدراسة على نظرية الإستخدامات والإشباعات.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. ما نسبته (65.5)% من المبحوثات لديهن حساب شخصي على موقع الفيسبوك.

ب. كانت أهم الدوافع المتمثلة بالبقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى والجدد، والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والإطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية.

ج. تقدمت "إشباعات التواصل الإجتماعي" على غيرها من الإشباعات الأخرى عند المبحوثات عن استخدامهن لموقع الفيس بوك.

6- دراسة مركز شئون المرأة (2013)⁽²⁾:

هدفت الدراسة الي تتبع مدى استخدام شبكات التواصل الإجتماعي من قبل الإعلاميين في قطاع غزة، في طرح قضايا المرأة الإجتماعية والإقتصادية، وتقديم استنتاجات ملموسة من وجهة نظر الإعلاميين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الإجتماعي تسهم في طرح نوعي لقضايا النساء الإجتماعية، أم أنها وسيلة مقتصرة على استخدامات بعيدة عن هذا الطرح.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج الوصفي وأداة الاستبانة، في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات، وأجريت علي عينة مكونة من 50 إعلامي وإعلامية من محافظات قطاع غزة، خلال النصف الأول من عام 2013م.

(1) نجادات، استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيس بوك والإشباعات المتحققة منه: دراسة ميدانية.

(2) مركز شئون المرأة. أثر استخدام شبكات التواصل الإجتماعي على تناول قضايا المرأة الإجتماعية من وجهة نظر الإعلام في قطاع غزة:دراسة ميدانية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. أفاد 46% من العينة أن شبكات التواصل الإجتماعي لم تتناول قضايا جوهرية وحيوية خاصة بالمرأة الفلسطينية.

ب. قال 90% من العينة أن تبني وسائل الإعلام الإجتماعي ميثاق شرف سيسهم في تعزيز فرص حصول المرأة على مساحات إعلامية للتعبير علي قضاياها الإجتماعية والسياسية.

ج. يرى المبحوثون ان هناك قصور إعلامي في تبني قضايا المرأة الإجتماعية والسياسية والتعاطى معها بما يضمن تشكيل رأي عام مناصر للقضايا الاجتماعية والسياسية.

7- دراسة Urista (2009م): (1):

هدفت الدراسة الى التعرف على استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقعي (Facebook, MySpace) وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وقد اعتمد الباحث في دراسته على أداة مجموعة المناقشة المركزية علي عينة تمثلت ب 50 مفردة من طلبة جامعة California Central بالولايات المتحدة الأمريكية في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. تمثلت أهم دوافع الشباب الجامعي للموقعين في انها وسيلة اتصال فعالة في الإتصال بالآخرين، وأن دافع الفضول لدى هؤلاء الشباب جعلهم يقبلون على الاشتراك فيها لإكتشاف العالم المحيط بهم.

ب. يرى المشاركون في مناقشات المجموعات المركزة أن وجود الإنفتاح والتحرر والشفافية جعل هذه المواقع أكثر شعبية.

ج. أفاد المشاركون بأنهم حصلوا على الكثير من المعلومات الشخصية عن الأعضاء بدون معرفتهم.

(1) Urista, M. (2009). Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory: Human Communicati

8-دراسة عوض(2008):⁽¹⁾.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة استخدامات المرأة الفلسطينية لوسائل الإعلام وما تحققه من إشباعات، ومدى تلبية وسائل الإعلام الفلسطينية لرغبات واحتياجات المرأة الفلسطينية، وتأتى هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة من جميع محافظات قطاع غزة: (شمال غزة، وغزة، والوسطى، وخان يونس، ورفح) قوامها 400 مفردة للمرأة الفلسطينية التي بأسلوب التوزيع المتناسب موزعة طبقاً لمتغير منطقة السكن بهذه المحافظات، في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ- أن أهم المواقع الإعلامية الفلسطينية التي تحرص المبحوثات عينة الدراسة على التعرض لها هي: وكالة معاً المستقلة بنسبة 56.7%، وشبكة الأخبار/ مدار 32.7%، ودنيا الوطن 29%.

ب- أن أهم أسباب عدم التعرض للإنترنت من المبحوثات عينة الدراسة هي: ليس لدي كمبيوتر بنسبة 49%، ولا أعرف كيف أدخل له بنسبة 26%.

ج أن المواقع الإخبارية هي أهم المواقع التي تتعرض لها المرأة الفلسطينية وذلك بنسبة 78%، تلاها المواقع العلمية بنسبة 50.3%.

9-دراسة تريان(2008م):⁽²⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام الصفوة الفلسطينية للصحف المطبوعة والإلكترونية ودوافع هذا الاستخدام والإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من خلال التعرض لهذه الصحافة في ظل المتغيرات الديموغرافية وتأثيرها على طبيعة الاستخدام ودوافعه.

وتأتى هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح لعينة من الصفوة الفلسطينية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي على عينة قوامها 120 مبحوثاً بقطاع غزة، وتم استخدام أسلوب العينة العمدية غير العشوائية، معتمداً على أداة صحيفة الاستبيان والمقابلة المقننة في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات.

(1) عوض ، استخدام المرأة الفلسطينية لوسائل الإعلام الفلسطينية والإشباعات المتحققة:دراسة ميدانية.

(2) تريان، استخدام الصفوة الفلسطينية للصحف المطبوعة والإلكترونية والإشباعات المتحققة:دراسة ميدانية

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. بينت نتائج الدراسة أن الصحف الالكترونية الفلسطينية تتعامل مع مواقعها على شبكة الانترنت كوسيلة لإعادة نشر ما تصدره الصحف المطبوعة، دون الاستفادة من إمكانيات النشر الفوري في تطوير الصحف الالكترونية وتحسينها.

ب. أبدى المبحوثون درجة ثقة كبيرة بالوسائل التكنولوجية في تطوير الصحافة الالكترونية، حيث بلغت (69.1)%

ج. كشفت نتائج الدراسة اعتماد الصحف الالكترونية الفلسطينية على المحررين كمصدر أولي من مصادر المادة المنشورة وذلك بنسبة (36.9)%

10-دراسة المصري (2007م):⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام الصحفيين الفلسطينيين في قطاع غزة لشبكة الإنترنت، وتحدد مجتمع الدراسة في الحصر الشامل لجميع الإعلاميين الفلسطينيين المقيمين في محافظات غزة الحاصلين على العضوية الدائمة من نقابة الصحفيين الفلسطينيين والبالغ عددهم 194 إعلامياً ويعملون في مجال الخدمة الإخبارية بوسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية المختلفة وتندرج هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية واستخدمت منهج المسح واستخدمت الإستبانة كأداة لجمع المعلومات حول الدراسة، في إطار نظرية الإستخدامات والإشباع.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. إن الإعلاميين الفلسطينيين يستخدمون الإنترنت بكثافة، حيث إن نسبة المبحوثين المستخدمين للإنترنت بصورة دائمة بلغت 83.3% وأظهرت الدراسة أن الإنترنت جاء في المرتبة الأولى.

ب. إن الحصول على المعلومات جاءت في المرتبة الأولى كدافع لاستخدام الإنترنت ثم تلاها في المرتبة الثانية الإطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات.

ج. إن تصفح مواقع إعلامية مختلفة كانت من أهم الإشباعات التي تحققها شبكة الإنترنت للمبحوثين، حيث جاءت في المرتبة الأولى، ثم تحسين الأداء في العمل في المرتبة الثانية.

(1) المصري، استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت:دراسة ميدانية.

المحور الثاني: دراسات حول المواقع الإلكترونية الفلسطينية:

11-دراسة (الشريف، 2017م) (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية حول حصار غزة ، ورصد الموضوعات التي ركزت مواقع الدراسة على أبرزها، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج الدراسات المسحية، ومنهج العلاقات المتبادلة، وتم جمع البيانات عن طريق أداة استمارة تحليل المضمون، واختارت الباحثة عينة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية للدراسة وهي: موقع وكالة معاً الإخبارية، موقع وكالة وفا للأنباء، موقع وكالة فلسطين اليوم، وموقع وكالة فلسطين الآن الإخبارية ، وتمثلت المدة الزمنية للدراسة في عينة عشوائية بأسلوب الأسبوع الصناعي لمدة 3 سنوات بدأت الفترة الزمنية 30 يونيو 2013م وحتى 30 يونيو 2016م في مواقع بلغت 2669 مادة صحفية واعتمدت الباحثة على نظرية الأجندة الإعلامية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ- تصدرت القضايا الاجتماعية اهتمام مواقع الدراسة الأربعة، مع تباين أجندة مواقع الدراسة فيما يتصل باهتماماتها بموضوعات الحصار .

ب-حاز أسلوب سرد المعلومات على المرتبة الأولى في أساليب تقديم المضمون.

ج- تبين وجود علاقة ارتباطية بين جميع قضايا الحصار على غزة والنطاقات الجغرافية المستخدمة في مواقع الدراسة.

12- دراسة(سنونو، 2016)(2):

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الصحافة الاستقصائية في المواقع الإلكترونية الفلسطينية، من خلال معرفة مدى اهتمام تلك المواقع بها، وتحليل مضمونها، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج الدراسات المسحية ، واستخدم أسلوب تحليل المضمون، وأسلوب المقارنة المنهجية، وذلك باستخدام أداتين هما: استمارة تحليل

(1) الشريف، معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية لحصار غزة : دراسة تحليلية مقارنة

(2) سنونو، واقع الصحافة الاستقصائية في المواقع الإلكترونية الفلسطينية:دراسة تحليلية وميدانية مقارنة.

المضمون، وصحيفة الاستقصاء، واختار الباحث مواقع وطن الأنباء، وفا، معا، صفا، سما خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2011/9/14م وحتى 2016/3/28م.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ- يرى 16% من المبحوثين أن السياسة الإعلامية للموقع الإلكتروني تقيد إنتاجهم تحقيقات استقصائية.

ب- احتلت صعوبة الحصول على المعلومات والوثائق أكثر المعوقات بنسبة 10.3%، تلاها عدم حماية حق الحصول على المعلومات بقانون واضح بنسبة 9.2%.

ج- جاءت مهارة القدرة على الوصول للمصادر كأهم المهارات التي يجب أن يمتلكها الصحفي الاستقصائي في المواقع الإلكترونية بنسبة 29.5%.

13- دراسة عيد (2016):⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية ، من خلال تسليط الضوء على الواقع المهني للقائمين بالاتصال، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي من خلال مسح أساليب الممارسة المهنية، في إطار نظرية القائم بالاتصال، واعتمد الباحث على أداة استبانة واحدة، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من المواقع الإخبارية الفلسطينية، شملت 17 موقعا إخبارياً في قطاع غزة والضفة الغربية ، ووزعت صحيفة الاستقصاء على عينة من القائمين بالاتصال تم اختيارهم بأسلوب الحصر الشامل، لتشمل 109 مبحوثاً.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. جاءت المشكلات القانونية في مقدمة المشكلات التي تواجه القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية كانت المشكلات القانونية، تلاها المشكلات الأمنية.

ب. كان لاستخدام التكنولوجيا أثر إيجابي على القائمين بالاتصال بنسبة 82.5%، وتمثل في سرعة الحصول على المعلومات في المرتبة الأولى.

(1) عيد، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية:دراسة ميدانية وتحليلية.

ج. جاء في مقدمة الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال عدم تناسب الدخل مع طبيعة العمل.

14- دراسة أبوليلة (2016م): (1)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد شباب محافظات غزة على المواقع الفلسطينية الإلكترونية في تنمية وعيهم الأمني، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتستخدم منهج المسح الاعلامي، اعتمد الباحث على أداة الاستبيان، وطبقت على عينة عشوائية طبقية من الشباب الفلسطيني في محافظات غزة قوامها 400 مبحوثاً خلال الفترة الزمنية من 2016/3/1م حتى 2016/3/20م، في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. جاء موقع دنيا الوطن في مقدمة المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها المبحوثون في تنمية وعيهم الأمني بنسبة 50%.

ب. كانت شبكات التواصل الاجتماعي هي أهم المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في تنمية وعيهم الأمني بنسبة 84.6%.

ج. جاءت قضية التخابر مع الاحتلال في مقدمة قضايا التوعية الأمنية التي يتابعها المبحوثون بنسبة 45.2%.

15- دراسة مرجان (2015م): (2)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين، ومعرفة مدى متابعة المواقع الإلكترونية، وتأتي هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، مستخدمة منهج المسح الاعلامي، وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية من طلبة الجامعات الفلسطينية الثلاث الرئيسية في محافظات غزة، قوامها 400 مبحوث خلال الفترة الزمنية من 2014/11/20م حتى 2014/12/10م.

(1) أبوليلة، اعتماد شباب محافظات غزة في المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تنمية وعيهم الأمني: دراسة ميدانية.

(2) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين دراسة ميدانية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أ. جاء موقع دنيا الوطن في مقدمة المواقع الإلكترونية الإخبارية التي يعتمد عليها لاكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين بنسبة 21.3%.
- ب. يحرص ما نسبته 37.3% من الباحثين يحرصون على متابعة المواقع الإلكترونية بدرجة عالية، بينما 3.8% يحرصون على متابعتها بدرجة منخفضة جدا.
- ج. أهم دوافع الاعتماد على المواقع الإلكترونية بشأن الأزمات التي يتعرض لها اللاجئين كانت متابعة تفاصيل تلك الأزمات.

16-دراسة خليفة (2015م):⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة فيها المنهج المسحي وأداة الاستمارة، حيث قامت بمسح جمهور متخصص يتكون من النخبة الإعلامية وهم الأكاديميون في الجامعات والكليات الرئيسة التي تدرّس الإعلام في قطاع غزة، وبلغ عددهم 75 أكاديمياً، إضافة إلى الصحفيين الذين أمضوا أكثر من 15 عامًا في المهنة، والذين تواجدوا في قطاع غزة أثناء فترة تنفيذ الدراسة ووافقوا على الاستجابة للاستمارة، وبلغ عددهم 79 صحفياً بمجموع 154.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أ. احتلت وكالة معاً الإخبارية المركز الأول كأكثر المواقع متابعة من قبل النخبة الإعلامية بواقع 93.5%، يليها موقع دنيا الوطن 83.8%.
- ب. أن أهم أسباب متابعة النخبة الإعلامية للمواقع الإخبارية هي متابعة الأخبار بشكل منتظم جاءت أولاً، ثم تطورات الوضع السياسي، والتعرف على الواقع الفلسطيني والدولي.
- ج. تدني نسبة مراعاة المواقع الإخبارية الفلسطينية مسؤوليتها الاجتماعية بواقع 58.7%، فهي تحافظ بشكل عام على الهوية الثقافية للشعب الفلسطيني.

(1) خليفة، اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة دراسة ميدانية.

17- دراسة جراد (2013م): (1)

هدفت الدراسة الى التعرف على أداء المواقع الإخبارية الإلكترونية، التابعة لكل من حركتي فتح وحماس في مرحلة الانقسام، وهدفت الدراسة الواقعة بين تخصصي الإعلام والسياسة، إلى تسليط الضوء على دور الإعلام الإلكتروني الفلسطيني.

وتدخل الدراسة في إطار البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح بالعينة، فيما اعتمدت أداة تحليل المضمون، وكانت عينة الدراسة الموقع الرسمي لحركة المقاومة الإسلامية حماس، وموقع المركز الفلسطيني للإعلام لتمثيل حركة حماس، والموقع الرسمي لمفوضية التعبئة والتنظيم "فتح ميديا"، وموقع فلسطين برس لتمثيل حركة فتح، أما حدود الدراسة فكانت في الفترة ما بين 25/3/2013 حتى 7/4/2013م، واعتمدت على نظرية ترتيب الأولويات.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. رغم إعلان الموقعين الإخباريين؛ وكالة فلسطين برس والمركز الفلسطيني للإعلام أنهما مستقلان، إلا أن كلاً منهما انحاز لأحد طرفي الانقسام وتحول إلى منبر للهجوم على الطرف الآخر.

ب. ساهمت المواقع الإلكترونية الإعلامية التابعة لحركتي فتح وحماس بشكل سلبي في تأجيج الانقسام الفلسطيني، وأن هذه المواقع تفتقر في موادها الإعلامية إلى آليات وبرامج تعزيز المصالحة الوطنية.

ج. إن وسائل الإعلام الإلكترونية التابعة لكل من حركتي فتح وحماس تتجه في موادها الإعلامية نحو تعزيز الفصائلية لدى أتباعها.

18- دراسة تلاحمة (2012م): (2)

هدفت الدراسة إلى وصف الإمكانيات التفاعلية المتاحة من قبل حارس البوابة الإعلامية، في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت وتأتي هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية المسحية، واستخدمت أداة الاستمارة، حيث تكون مجتمع الدراسة من حراس

(1) جراد، معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لحركتي فتح وحماس لأزمة الانقسام الفلسطيني: دراسة تحليلية.

(2) تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت- طلبة جامعة النجاح الوطنية نموذجاً: دراسة ميدانية.

البوابة للمواقع الإخبارية الفلسطينية والبالغ عددها 102 موقع، واعتمدت على نظرية حارس البوابة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. إن حارس البوابة يقوم بدور الرقابة على التعليقات والإضافات من قبل زوار الموقع بنسبة 77.4%، كذلك فإن 74.2% من المواقع لديها أكثر من حارس بوابة.

ب. إن 71% من المواقع لديها خاصية مشاركة النص من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فيما بينت النتائج أن كافة هذه المواقع تستخدم الوسائط المتعددة.

ج. أظهرت النتائج أن القائم بالاتصال يقوم بتحديث المادة الخبرية بشكل تلقائي بنسبة عالية تشير إلى أنه في فترات الدوام الرسمي يكون التحديث بنسبة 100%، بينما تنخفض النسبة إلى 87% في التحديث كل 24 ساعة.

19- دراسة المدهون (2012م)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على قيم المواطنة التي تعمل الصحافة الإلكترونية على تدعيمها لدى طلبة الجامعات، وتأتي الدراسة ضمن البحوث الوصفية المسحية مستخدمة أداة الاستمارة، وتكوّن مجتمع الدراسة من طلبة جامعة الأزهر، والجامعة الإسلامية، وجامعة الأقصى المسجلين في العام الدراسي 2011-2012م بعينة عشوائية قوامها 980 طالباً وطالبة، ما يمثل 2.11% من مجتمع الدراسة، معتمداً على نظرية الاعتماد.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. جاءت وكالة معاً أكثر المواقع تصفحاً، تلاها وكالة فلسطين برس، ثم فلسطين الآن، تلاهم فلسطين اليوم.

ب. أن الصحافة الإلكترونية الفلسطينية لها دور جيد في تنمية مشاعر الوفاء تجاه الثوابت الوطنية والمقدسات، وتزيد من قدرة الفرد في التعبير عن رأيه، وتجعله أكثر تفاعلاً مع محيطه المحلي.

(1) المدهون، دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظة غزة: دراسة ميدانية.

ج. أن المواقع الإلكترونية الإخبارية لها دور ضعيف في تنمية قدرة الإنسان على تأدية واجبه الوطني، وتهدة النفوس لحظة نشوب الصراع الداخلي، ونبذ نهج الحزب الواحد.

20- دراسة أبو وردة (2008م):⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى الوقوف على الأثر الذي تتركه المواقع الإلكترونية الفلسطينية، على طلبة جامعة النجاح الوطنية بنابلس كنموذج لطلبة الجامعات الفلسطينية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأسلوب المسح الميداني، وهدفت إلى تحديد العلاقة بين المواقع الإلكترونية الإخبارية، والتوجهات والانتماءات السياسية لدى الطلبة، وتكوّن مجتمع الدراسة من طلبة جامعة النجاح الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-24 عامًا، واختار الباحث عينة من الطلبة مكونة من 410 طالبًا وطالبة، دون أن يوضح كيف اختار العينة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. أن المواقع الإلكترونية الفلسطينية تؤثر بشكل ملحوظ في التوجهات السياسية لشريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية، وأسهمت خلال حالة الانقسام الداخلي في زيادة حدة الخلافات والانقسامات في الساحة الجامعية.

ب. أظهرت الدراسة أيضا أن الإعلام الإلكتروني الفلسطيني يؤدي دورًا كبيرًا في تغيير التوجه السياسي، والتأثير على انتقال الطلبة من ميول سياسية معينة إلى أخرى.

ج. أجاب 76.2% من المبحوثين بأن المواقع الإلكترونية ساهمت في رفع وتيرة التعصب الحزبي، وذلك لسرعة الموقع في تقديمه للمعلومة، ومقدرته على المخاطبة والجذب.

المحور الثالث/ دراسات حول الإعلام والمرأة:

21- دراسة العجوري (2017)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى الرضا الوظيفي والعوامل المؤثرة عليه لدى الصحفيات الفلسطينيات في فلسطين، بالإضافة إلى التعرف على الضغوط التي تواجههن وتؤثر على أدائهن المهني، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، واستخدمت منهج الدراسات

(1) أمين أبو وردة ، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي - طلبة جامعة النجاح الوطنية أنموذجا:دراسة ميدانية.

(2) العجوري، العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى الصحفيات الفلسطينيات في فلسطين: دراسة ميدانية

المسحية، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، واعتمدت الباحثة على نظرية القائم بالاتصال، ونظريتين رئيسيتين من نظريات الرضا الوظيفي هما نظرية تدرج الحاجات لماسلو، ونظرية ذات العاملين لهيرزبرج، كما اعتمدت على صحفية الاستقصاء كأداة للدراسة، واختارت الباحثة عينة عشوائية طبقية من الصحفيات الفلسطينيات العاملات في المؤسسات الإعلامية بحجم مئة وثلاثين مفردة من المجتمع الأصلي من الضفة الغربية وقطاع غزة، وتتنحصر الدراسة الميدانية بالفترة الزمنية الممتدة من 2016/12/15م وحتى 2017/1/10م.

وخلصت إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

أ. يوجد رضا وظيفي بدرجة كبيرة لدى الصحفيات الفلسطينيات في فلسطين، وصل إلى نسبة 71.98%.

ب. كانت العوامل الذاتية أكثر العوامل المؤثرة إيجابياً، أما أكثر العوامل المؤثرة سلبياً فكانت العوامل الاقتصادية.

ج. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات الصحفيات حول الرضا الوظيفي تعزى لـ (نوع المؤسسة الإعلامية، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، الحالة الاجتماعية، ملكية المؤسسة).

22- دراسة اللبابيدي (2016م):⁽¹⁾:

هدفت الدراسة الي التعرف على دور الإعلام الجديد في تكوين معارف الجمهور الفلسطيني حول قضايا المرأة المختلفة واتجاهاته نحو هذه القضايا ،وتدخل الدراسة ضمن البحوث الوصفية واستخدمت المنهج المسحي ، واستخدمت الباحثة أداتين صحفية الاستقصاء المقننة والمقابلة المقننة واختارت عينة عشوائية من محافظات غزة ،قوامها 377 مفردة خلال الفترة الزمنية 2015/10/25 م حتى 2015/11/25 م .

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة

أ. يعتمد ما نسبته 16.7% من المبحوثين بدرجة عالية على وسائل الإعلام الجديد للحصول على معلومات حول قضايا المرأة .

(1) اللبابيدي، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا :دراسة ميدانية

ب. أهم دوافع المبحوثين للاعتماد على وسائل الإعلام الجديد للحصول على معلومات حول قضايا المرأة هي "التعرف على اهم المشكلات التي تعاني منها المرأة " بنسبة 46.5% .
ج. يثق المبحوثون بدرجة عالية بوسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات الخاصة بقضايا المرأة بنسبة 10% بينما المعظم بنسبة 82% يتقون بها بدرجة متوسطة و7. % يتقون بها بدرجة منخفضة.

23- دراسة السراج (2012م):⁽¹⁾

هدفت الدراسة الى معرفة دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمامات المرأة العراقية أي الجمهور النسوي نحو القضايا العامة، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي، واستخدمت أدواتي تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء حيث شمل مجتمع الدراسة مسح الصحافة العراقية المتمثلة بملحق الأسرة والمجتمع في جريدة الصباح ، ومجلة نرجس النسوية طبقت الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2012/1/1م ولغاية 2012/12/31م ، وشمل عينة الدراسة الميدانية عدد 400 مبحوثة وهم من عمر 18 سنة فأكثر، واعتمدت على نظرية ترتيب الأولويات "الأجندة".

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ- احتلت قضايا العلاقات الزوجية والأسرية المرتبة الأولى في اجندة القضايا الإجتماعية للمرأة.

ب- توجد علاقة ارتباطية بين عينة الدراسة وأجندة جمهور المرأة في القضايا الاجتماعية والثقافية.

ج- تبين أن طبيعة أو نوع القضية والمتغيرات الديموغرافية لها تأثير على طبيعة العلاقة الارتباطية بين أولويات اهتمام الصحف النسائية العراقية.

24-دراسة نصر (2011م):⁽²⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على معدل استخدام المرأة المصرية لشبكة الإنترنت بوجه عام ومدى اختلافه عن معدل استخدامها بما يتعلق بثورة 25 يناير 2011م، وما دوافع

(1) السراج، دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة: دراسة تحليلية ميدانية

(2) نصر ، استخدامات المرأة المصرية لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة لديها :دراسة ميدانية.

استخدام المرأة المصرية لشبكة الإنترنت بوجه عام، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي للوصول للنتائج المطلوبة، وصحيفة الاستقصاء بالمقابلة لجمع البيانات من عينة عمدية قوامها 400 امرأة من محافظات القاهرة والجيزة وحلوان و 6 أكتوبر بواقع 100 مفردة من كل محافظة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. أكدت الدراسة على أهمية الإنترنت للمرأة المصرية إذ تبين أن % 65 من عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت بصفة دائمة.

ب. تستخدم % 49 من عينة الدراسة الإنترنت فيما يتعلق بمتابعة ثورة يناير 2011 ، وأن 36 من عينة الدراسة زاد استخدامهن للإنترنت بعد ثورة يناير لمتابعة تطورات الثورة والمشاركة بمجرياتهما بالرأي والسلوك الفعلي.

ج. بينت الدراسة أن % 74 من عينة الدراسة لا تتعرض للرقابة أو الضغوط من قبل الأسرة في استخدام الإنترنت.

25- دراسة مهنا (2009م):⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على أطر تقديم المرأة الفلسطينية في الصحافة الفلسطينية، بالتطبيق على الصحف القدس والحياة الجديدة والأيام وصوت النساء ومجلة السعادة خلال عامي 2006م و 2007م، وتم اختيار أعداد الصحف اليومية الثلاث بالعينة العشوائية المنتظمة بأسلوب الأسبوع الصناعي، بالإضافة إلى عينة عمدية شملت جميع أعداد شهر مارس في العامين، بالإضافة إلى تحليل عينة الحصر الشامل من صحيفتي صوت النساء والسعادة، وبلغ عدد صحف الدراسة مجتمعة 495 عددًا، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، وقد استخدمت منهج المسح الإعلامي، والمقارنة المنهجية، كما استخدمت أداة تحليل الخطاب وأداة تحليل المضمون وأداة المقابلة المعمقة، وقد اعتمدت الباحثة على نظريتي الأطر الإعلامية وحارس البوابة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. أن صحف الدراسة اعتمدت على توظيف الإطار العام في تقديم صورة المرأة بنسبة مقارنة مع الإطار المحدد.

(1) مهنا، أطر تقديم صورة المرأة في الصحافة الفلسطينية، دراسة تحليلية مقارنة.

ب. تمثلت الأطر المسيطرة في تقديم صورة المرأة في صحف الدراسة الاهتمامات الإنسانية والمسئولية الاجتماعية.

ج. غلبت السمات الايجابية على صورة المرأة في صحف الدراسة مثل مناضلة، صامدة، مشاركة للرجل، مصرّة.

26-دراسة عثمان (2009م):⁽¹⁾

هدفت الدراسة الى رصد العلاقة بين حجم تغطية الصحف السعودية لقضايا المرأة خلال فترة زمنية محددة ،وتتنمي الدراسة الي البحوث الوصفية، استخدمت منهج المسح الإعلامي ومنهج دراسة العلاقات التبادلية معتمدة على تحليل المضمون والاستقصاء المقنن بالمقابلة الشخصية والملاحظة البسيطة والملاحظة بالمشاركة.

اختارت الباحثة صحف (الرياض ،الوطن، عكاظ، اليوم) والجمهور نسائي في مدينة الرياض من الفئة العمرية 20-65 عام في الفترة بين 5-7 يناير 2007 بطريقة العينة العشوائية الطبقية بواقع 300 مفردة واستخدمت نظرية الاجندة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. وجود اتفاق بين صحف الدراسة في ترتيب أولويات بعض قضايا المرأة، فقد جاءت قضية اقتصار عمل المرأة السعودية على مجالات معينة كأول القضايا المطروحة في صحف الدراسة الأربع.

ب. اختلاف أجندة قضايا المرأة لدي الجمهور النسائي السعودي عن أجندة الصحف وخاصة القضايا التي احتلت الترتيب الأولى في أجندة قضايا المرأة السعودية.

ج. وجود فجوة بين ما تقدمه الصحف السعودية وبين الاحتياجات الفعلية للمرأة السعودية فقد أفرز أجندة الجمهور مجموعة من القضايا لم تتل حظاً في التغطية الصحفية في الأربع صحف المدروسة رغم أهميتها للمرأة السعودية.

(1) عثمان، دور الصحافة السعودية في ترتيب أولويات قضايا المرأة لدي الجمهور النسائي السعودي:دراسة ميدانية

27- دراسة اليماني (2008م):⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين أولويات اهتمام المجالات النسائية ، وأولويات اهتمامات جمهور المرأة، وتنتمي الي البحوث الوصفية ،وتستخدم منهج المسح الميداني والمسح الإعلامي والمدخل المقارن باستخدام صحيفة تحليل المضمون والاستبانة وذلك على مجلتي "حواء" و"نصف الدنيا" باستخدام نظرية الأجندة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

أ. جاء الاختلاف واضحاً بين مجلتي حواء ونصف الدنيا في تناولهما لمختلف المضامين النسائية بشكل يعكس اختلاف المستوى الثقافي والتعليمي الذي تخاطبه كل مجلة فضلاً عن اختلاف الأيدولوجية الإعلامية.

ب. تبين اهتمام الصحف النسائية بشرائح معينة دون أخرى من وجهة نظر المبحوثات كالاهتمام بالمرأة الأم وريات البيوت مقابل تجاهل كافة شرائح المرأة الأخرى.

ج. ضعف العلاقة بين ترتيب الصحف لأولويات اهتمامات جمهور المرأة تجاه القضايا المختلفة في المجتمع والموضوعات والمضامين التي تمثل أهمية جمهور المرأة.

28- دراسة السراج (2008م):⁽²⁾

هدفت الدراسة الي الكشف عن حجم التغطية الصحفية لموضوعات المرأة حسب الموقع الجغرافي، والتعرف على أهم الموضوعات والفنون الصحفية التي قضايا المرأة .

وتتنمي الدراسة الي البحوث الوصفية وتستخدم المنهج التحليلي، واستخدمت أداة تحليل المضمون على عينة من ثلاثة صحف باستخدام الأسبوع الصناعي في المدة الزمنية بين 2006/6/1 وحتى 2008/8/31م

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. تناولت التغطية الصحفية لموضوعات المرأة في الصحافة العراقية بعد أحداث 2003 لعينة من صحف بغداد الصحف العراقية اليومية موضوعات المرأة بشكل مكثف .

(1) اليماني، دور الصحف النسائية المصرية في تحديد وترتيب أولويات اهتمام المرأة نحو القضايا المختلفة: دراسة ميدانية.

(2) السراج، التغطية الصحفية لموضوعات المرأة في الصحافة العراقية بعد أحداث 2003 : دراسة تحليلية

ب. موضوعات العنف ضد المرأة احتلت المرتبة الاولى بين موضوعات المرأة التي تم تداولها، والخبر هو الفن الأكثر استخدام.

29- دراسة مراد (2008م)⁽¹⁾ :

هدفت الدراسة الي معرفة تأثير الاتجاهات السائدة في وسائل الإعلام نحو قضايا المرأة لما لها من دور بارز في تشكيل الرأي العام، وتنتمي الدراسة الي البحوث الوصفية واستخدمت منهج المسح، ونظرية المسؤولية الاجتماعية واستخدمت أداة الاستمارة وتم اختيار عينة حصرية من 300 شاب وفتاة من الشباب الجامعي خلال العام الدراسي 2007-2008م.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك أفراد العينة للاتجاه السائد في وسائل الاعلام واتجاهاتهم نحو خمس قضايا هي :عمل المرأة والأحوال الشخصية، وتعليم المرأة، والمشاركة السياسية، والعنف ضد المرأة.

ب. الأخبار الصحفية تعمل على إبراز الاتجاه السائد من خلال التعرض للأحداث الرسمية ونقل المعلومات بأسلوب محايد.

ج. الكاريكاتير من أنواع المحتوى المؤثرة في إدراك الاتجاه السائد حيث ارتبط التعرض للكاريكاتير إيجابيا بإدراك الاتجاه السائد نحو قضيتي : المشاركة السياسية وتولى المناصب القيادية .

30- دراسة كامل (2006م):⁽²⁾

هدفت الدراسة الي رصد وتحليل خصائص المضمون الإعلامي برصد وتحليل أوضاع وقضايا وأدوار المرأة في كل من مصر والبحرين وعبر مختلف وسائل الإعلام، وتنتمي الدراسة الي البحوث الوصفية وتستخدم منهج المسح، من خلال تحليل المضمون والدراسة الميدانية، اختارت الباحثة عينة من الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون المصرية والبحرينية ،كما أجريت الدراسة الميدانية على 600 مفردة من النساء في البلدين من القائمين بالاتصال ،خلال الفترة من أول ابريل الي نهاية يونيو 2005.

(1) مراد، تأثير إدراك الاتجاه السائد في وسائل الإعلام على اتجاهات الشباب نحو قضايا المرأة.

(2) كامل، الإعلام والمرأة في الريف والحضر دراسة تطبيقية على مصر والبحرين :دراسة ميدانية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ. بلغت نسبة المضامين والمواد الإعلامية التي تناولت وسائل الإعلام المدروسة قضايا المرأة 38.5% من إجمالي المضامين وكانت وسائل الإعلام المصرية تفوق البحرينية في هذا المجال.

ب. ان للجمهور النسوي في كل من مصر والبحرين أجندة حول أولويات قضايا المرأة وكذلك وجود درجة كبيرة من التقارب في أجندة الجمهوريين .

ج. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن وسائل الإعلام المصرية اعتمدت علة فئة "الخبراء والمتخصصين من الرجال والسيدات " كمصدر رئيسي احتل المرتبة الأولى بين المصادر المختلفة تلاه فئة "النساء".

موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

عناصر الاتفاق والاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة:

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في جزئيات معينة، وتختلف عنها في جزئيات أخرى، نفصل ذلك فيما يأتي:

1- هدف الدراسة:

تختلف هذه الدراسة في هدفها، حيث تهدف إلى التعرف إلى استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة من وجهة نظر المرأة الفلسطينية، في حين هدفت الدراسات السابقة إلى معرفة تأثير الاتجاهات السائدة في وسائل الإعلام نحو قضايا المرأة لما لها من دور بارز في تشكيل الرأي العام، وإلى رصد العلاقة بين حجم تغطية الصحف السعودية لقضايا المرأة، وكذلك إلى التعرف على فن التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية.

2- نوع الدراسة ومنهجها:

معظم الدراسات السابقة تقع ضمن البحوث الوصفية واستخدمت منهج المسح، وهو ما يتوافق مع هذه الدراسة عدا دراستي (عثمان 2009) التي استخدمت منهج العلاقات المتبادلة، و(اليمني 2008) التي استخدمت منهج المسح الميداني والمسح الإعلامي والمدخل المقارن.

3- أدوات الدراسة:

معظم الدراسات استخدمت أداة الإستبانة وهو ما يتشابه مع الدراسة الحالية مثل دراسة (العجوري، 2017) ، (سنونو، 2016)، (أبوليلة، 2016)، (عيد، 2016)، (مرجان، 2015)، (اللبايدي 2016).

واختلفت عن دراسة كل من (أبو صلاح، 2014)، ودراسة (نصر 2011) التي استخدمت أيضاً أداة المقابلة، واختلفت مع دراسة (Baltaret، 2013)، ودراسة (Urista 2013) اللواتي استخدمن أداة مجموعة المناقشة المركزة .

4- مجتمع الدراسة والعينة:

أجريت هذه الدراسة علي عينة المرأة في مجتمع محافظات قطاع غزة فيما أجريت على عينات أخرى متنوعة مثل (النخبة الإعلامية، الاعلاميات، المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية، إعلامي وإعلامية من محافظات قطاع غزة، الصفوة، الشباب، طلبة الجامعات، حراس البوابة للمواقع الإخبارية الفلسطينية) في بعض الدراسات السابقة.

5- النطاق الجغرافي:

تقع هذه الدراسة في محافظات غزة، في حين أن عدد كبير من الدراسات السابقة أجريت في دول عربية مختلفة مثل مصر، والأردن، والعراق ، والجزائر والكويت.

6- نظرية الدراسة:

تستند الدراسة الحالية إلى نظرية الاستخدامات والإشباع وهي بذلك تتفق مع جميع دراسات المحور الأول، وتختلف عن عدد من الدراسات التي استخدمت نظريات أخرى مثل دراسة (العجوري، 2017) حيث استخدمت نظرية القائم بالاتصال، ونظريتين رئيسيتين من نظريات الرضا الوظيفي هما: نظرية تدرج الحاجات لماسلو، ونظرية ذات العاملين لهيرزبرج ، ودراسة (تلاحمة، 2012) التي اعتمدت على نظرية حارس البوابة.

حدود استفادة الباحثة من الدراسات السابقة:

استطاعت الباحثة الاستفادة من الدراسات السابقة في المجالات الآتية:

1- التعرف على الإطار النظري للدراسة المتمثل في نظرية الاستخدامات وأهم الافتراضات التي يمكن تطبيقها في هذه الدراسة.

- 2- تحديد مشكلة الدراسة تحديداً دقيقاً وصياغتها بشكل واضح ، مما ساعد في استخراج أهداف الدراسة وأهميتها.
- 3- التعرف إلى أهم المناهج والأساليب المستخدمة في الدراسات السابقة، وبالذات الأساليب التي تستخدمها الباحثة.
- 4- صياغة فروض وتساؤلات الدراسة بشكل علمي يحقق الأهداف التي تسعى إليها هذه الدراسة.
- 5- الاطلاع على استمارات بعض الدراسات السابقة، والتعرف إلى أهم الأسئلة وصياغة ما يتناسب منها مع طبيعة موضوع هذه الدراسة، وإضافة ما يتوافق مع خصوصية الدراسة.
- 6- الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في صياغة المشكلة، وتحديد الأهداف، والتساؤلات، والفروض العلمية والمقارنة بين نتائجها ونتائج هذه الدراسة بما يضمن تفسير النتائج بشكل أكثر عمقاً.

ثانياً: الاستدلال على المشكلة:

لاحظت الباحثة من خلال عملها في قطاع المرأة لمدة لا تزيد عن خمس سنوات ومخاطبتها للعديد منهن من خلال أنشطة وبرامج مؤسسات المرأة في قطاع غزة وفلسطين، اقبالاً متزايداً منهن على متابعة المواقع الإخبارية مما أثار فضولها للتعرف على جوانب وأبعاد وطبيعة هذا الاستخدام من هذه الشريحة المهمة من المجتمع.

ومن أجل الوقوف على طبيعة المشكلة البحثية، وتحديد أهداف الدراسة بشكل أدق، والتعرف إلى أهم الاستخدامات من قبل المرأة وماهية هذه الاستخدامات والإشباع المتحققة منها، أجرت الباحثة دراسة استكشافية، على عينة عشوائية من النساء الفلسطينيات في محافظات قطاع غزة بلغ قوامها 30 مفردة وذلك في المدة بين 2016/7/23م إلى 2016/7/28م وخرجت بالنتائج الآتية :

1. 93.3 % من المبحوثات يستخدمن المواقع الإلكترونية الإخبارية، 6.6% لا يستخدمن المواقع الإلكترونية ويرجع ذلك لأن 95% من المواقع حزبية وكذلك 3.3% بسبب مشاكل الإنترنت وانقطاع الكهرباء.

2. تستخدم 60% من المبحوثات الهاتف المحمول كوسيلة لتصفح يستخدمون المواقع الإلكترونية الإخبارية ومتابعتها، بينما 40% يستخدمون الحاسوب المحمول في التصفح والمتابعة.
3. احتل موقع دنيا الوطن المرتبة الأولى في تفضيلات المبحوثات للمواقع الإلكترونية الأكثر متابعة وذلك بنسبة 66.6%، تلاه موقع وكالة معاً بنسبة 50%، بينما جاء بالمرتبة الثالثة موقع غزة الآن وذلك بنسبة 36.6%.
4. كانت أهم الموضوعات والقضايا التي تتابعها المبحوثات في المواقع الإلكترونية الإخبارية هي الموضوعات السياسية وذلك بنسبة 80%، ثم القضايا الاجتماعية بنسبة 63.3%، بينما جاءت قضايا المرأة بنسبة 56.6%.
5. بينت الدراسة أن أهم دوافع المرأة الفلسطينية هي استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية هي البحث عن المعلومات والأخبار بنسبة 63.3%، يليها اكتساب المعارف .
6. جاء الاهتمام بالرأي والرأي الآخر من استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية وذلك بنسبة 66.6%.
7. كانت أهم الدوافع المتحققة من استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية هي القدرة على تكوين آراء عن القضايا والأحداث التي تدور من حولهم بنسبة 53.3%، وكذلك تعزيز مناقشاتهم مع الآخرين بنفس النسبة، بينما جاء التعريف بالأحداث والقضايا العديدة بنسبة 43.3%.
8. من أبرز إيجابيات المواقع الإلكترونية الإخبارية بحسب المبحوثات: هو معرفة الأخبار العاجلة المحيطة بنسبة 86.6%، تلاها أنها وسيلة اقتصادية وأقل تكلفة من الوسائل الأخرى بنسبة 46.6%، بينما جاء وجود الأرشيف والمواد المصورة بنسبة 33.3%.
9. قالت المبحوثات أن من أبرز سلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية هو وجود الأخبار مجهولة، تلاها الانحياز الحزبية بنسبة 60%، بينما جاء ضعف الموضوعية والمصداقية بنسبة 46.6%.

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف على استخدامات المرأة الفلسطينية في محافظات غزة للمواقع الإلكترونية الإخبارية وأنماط تعرضها لهذه المواقع، بالإضافة إلى معرفة دوافع المرأة الفلسطينية لاستخدام هذه المواقع والإشباعات المتحققة لها، ومدى ثقتها في محتوى هذه المواقع والاستفادة منها، ومعرفة إيجابياتها وسلبياتها من وجهة نظر المرأة الفلسطينية.

رابعاً: أهمية الدراسة:

1. قلة الدراسات العلمية التي تتناول استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية من قبل المرأة الفلسطينية.
2. الأهمية الكبيرة للمواقع الإلكترونية الإخبارية عند الجمهور وضرورة قياس مدى استخدام المرأة لها.
3. قلة الدراسات التي تناولت نظرية الاستخدامات والإشباعات على المرأة الفلسطينية.
4. تعد هذه الدراسة مساهمة في تطوير معارف جديدة في هذا الإطار للباحثين والمعنيين بفهم طبيعة استخدامات المرأة للمواقع بأشكالها المختلفة والتي يأتي في مقدمتها المواقع الإلكترونية الإخبارية.

خامساً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف إلى استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة من وجهة نظر المرأة الفلسطينية" وقد انبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهي :

1. معرفة درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية، وأنماط استخدامها لها.
2. رصد أبرز المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تستخدمها المرأة الفلسطينية.
3. معرفة أهم الموضوعات التي تتابعها المرأة الفلسطينية في المواقع الإلكترونية الإخبارية.
4. معرفة دوافع المرأة الفلسطينية لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية، وأسباب الاستخدام وعدم الاستخدام.

5. الكشف عن الإشباعات المتحققة للمرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية.
6. معرفة درجة رضا المرأة الفلسطينية عن المواقع الإلكترونية الإخبارية.
7. التعرف على درجة ثقة المرأة الفلسطينية في المواقع الإلكترونية الإخبارية.
8. رصد درجة استفادة المرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية وجوانب هذه الاستفادة.
9. التعرف على أبرز إيجابيات وسلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر المرأة الفلسطينية.
10. معرفة مقترحات المرأة الفلسطينية لتطوير أداء المواقع الإلكترونية الإخبارية .

سادساً: تساؤلات الدراسة:

وبناءً على أهداف الدراسة تم بلورة الأهداف في تساؤل رئيس "وهو ما طبيعة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها"، وقد انبثق عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية :

1. ما درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ؟
2. ما أنماط استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ؟
3. ما أبرز المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تستخدمها المرأة الفلسطينية؟
4. ما أهم الموضوعات التي تتابعها المرأة الفلسطينية عند استخدامها للمواقع الإلكترونية الإخبارية؟
5. ما دوافع استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ؟
6. ما أسباب استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ؟
7. ما أسباب عدم استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ؟
8. ما أهم الإشباعات المتحققة للمرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية؟
9. ما درجة رضا المرأة الفلسطينية عن المواقع الإلكترونية الإخبارية ؟
10. ما درجة ثقة المرأة الفلسطينية في المواقع الإلكترونية الإخبارية ؟

11. ما درجة استفادة المرأة الفلسطينية لتطوير أداء المواقع الإلكترونية الإخبارية ؟
12. ما جوانب استفادة المرأة الفلسطينية من المواقع الإلكترونية الإخبارية ؟
13. ما إيجابيات المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر المرأة الفلسطينية؟
14. ما سلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر المرأة الفلسطينية؟
15. ما أهم مقترحات المرأة الفلسطينية لتطوير أداء المواقع الإلكترونية الإخبارية؟

سابعاً: فروض الدراسة :

وضعت الباحثة مجموعة من الفروض التي تحاول هذه الدراسة اختبارها، وهي:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفق المتغيرات الديمغرافية للمبحوثات (العمر، المستوى التعليمي، المهنة، الحالة الاجتماعية، المحافظة).
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية وفق المتغيرات الديمغرافية للمبحوثات (العمر، المستوى التعليمي، المهنة، الحالة الاجتماعية، المحافظة).
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة الإشباع المتحقق لهن من وراء هذا الاستخدام.
- 4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين درجة استفادة المرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة الثقة في محتواها.
- 5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة الثقة في محتواها.

ثامناً: الإطار النظري للدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع حيث أن وسائل الإعلام تعزز فروض ومفاهيم هذه النظرية، فالفاعلية مثلاً هي ميزة من مميزات وسائل الاتصال والإعلام التي عززت مفهوم الجمهور النشط الذي تفرضه هذه النظرية، ولأن الجمهور هو الذي يتفاعل

مع محتوى وسائل الاتصال والإعلام ويختار الرسائل التي تلائمها وتشبع حاجاته، تكمن هنا أهمية نظرية الاستخدامات والإشباع بالنسبة لهذه الدراسة، في معرفة دور استخدام المرأة.

1- مفهوم النظرية:

وترتبط نظرية الاستخدامات والإشباع بمفهوم الوظيفة الفردية ويهتم هذا المفهوم بالنظر لوظائف وسائل الإعلام الجماهيري من وجهة نظر الجماهير، بالتركيز على احتياجاتهم ودوافعهم من خلال تعرضهم لتلك الوسائل⁽¹⁾.

وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام حيث كان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنهم عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتهم على أنهم فعالون في انتقاء الوسائل والمضمون والمحتوى لوسائل الإعلام⁽²⁾.

وتعرف نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها " دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة"⁽³⁾، وبحكم هذا التعريف يتضح أن الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام ليس بحكم أنها متاحة فقط وإنما لأنه يهدف الي إشباع حاجات، يشعر انه في حاجة إليها ويكون تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل.

2- فروض النظرية:

الافتراضات التي يقوم عليها منظور الاستخدامات والإشباع:

أ- **الجمهور نشط⁽⁴⁾**: يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن الجمهور يشارك بدرجة عالية من النشاط في عملية الاتصال، بمعنى أن سلوكه هادف ومحدد، يختار ما بين

(1) العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع (ص103)

(2) مكاوي، السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص239)

(3) مكاوي، المرجع السابق (ص109)

(4) اسعد، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية: دراسة ميدانية

(ص52)

وسائل الإعلام، والتي تحددها دوافعه الشخصية وأهدافه واحتياجاته، ورغم ذلك فهناك اختلافات في درجة نشاط الجمهور نحو استخدام وسائل الإعلام.

ويشتمل نشاط الجمهور على الجوانب التالية:

- الاختيار : تعني قدرة الجمهور على الاختيار من بين وسائل الإعلام المختلفة، واختيار المضامين فيها.
- المنفعة: يتمثل ذلك تجسيداََ لاهتمامات الجمهور حيث يشبعون مجموعة من الاحتياجات أثناء التعرض لوسائل الإعلام.
- العمدية : إن الجمهور النشط وفقاً لهذا التعريف هم الذين ينغمسون في عملية إدراكية نشطة من استقبال المعلومات والخبرات في وسائل الإعلام.
- المقاومة للتأثر: تركز عملية النشاط على القيود التي يضعها الجمهور لمنع وصول التأثيرات غير المرغوبة.
- المشاركة : كلما كان الجمهور أكثر متابعة للوسيلة الإعلامية زادت مشاركتهم فيها.

ب- العوامل الاجتماعية والسيكولوجية⁽¹⁾:

تؤثر العديد من العوامل الاجتماعية في سلوك الجمهور الاتصالي، فعلى سبيل المثال يتحدد رد فعل الجمهور تجاه المعلومات المقدمة في نشرات الأخبار أو غيرها من البرامج الأخرى بناء على اختلافاتهم الفردية وظروفهم الاجتماعية وميولهم النفسية.

ج- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام⁽²⁾:

يرى "بابرو" ضرورة ربط دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بالأطر التفسيرية وذلك على أساس أن خبرات الجمهور مع وسائل الإعلام خبرات فعالة وتفسيرية، ويفترض الغطاء التفسيري ارتباط الجمهور بهدف أو بشيء يسعى إليه من التعرض لوسائل الإعلام مثل الرسالة،

(1) اسعد، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية: دراسة ميدانية (ص58)

(2) أسعد، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية (ص244).

الوسيلة، القائم بالاتصال، مما يحدوه للسعى للتعرض لتحقيق هذا الهدف، ويمكن التعرض بدون دافع في حالة واحدة فقط هي حين يحكمه السلوك الاعتيادي أي بحكم التعود.

بوجه عام تنقسم دوافع التعرض إلى فئتين :

- دوافع منفعية: تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وفيها يسعى الفرد إلى استخدام وسائل الإعلام للحصول على معلومات تفيده.

- دوافع طقوسية : تشير إلى التعرض العرضي لوسائل الإعلام بهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات.

وللدوافع ثلاث وظائف رئيسية هي⁽¹⁾:

- تحريك السلوك بعد أن يكون في حالة استقرار نسبي لإرضاء بعض الحاجات الأساسية.

- توجيه السلوك في اتجاه معين دون الآخر.

- المحافظة على استدامة تنشيط السلوك ما دامت الحاجة موجودة.

د- إشباع وسائل الإعلام:

اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباع منذ السبعينات بضرورة التمييز بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام والإشباع التي تتحقق بالفعل ويفرق "لورانس وينز" بين نوعين من الإشباع هما:

د/1 إشباع المحتوى : تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين:

- إشباع توجيهية : تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات منها.

- إشباع اجتماعية : يقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

د/2 الإشباع العملية: تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

- الإشباع شبه التوجيهية : تتحقق من خلال الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات.

(1) العبد، نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية (ص306).

- إشباعات شبه اجتماعية : تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

3- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات(1):

تحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية وهي :

أ- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر الي الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

ب-شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

ج- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

د- الكشف عن الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام.

هـ-الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.

و- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.

الإفادة من النظرية:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات من أفضل النظريات التي تمكن الباحثة من التعرف على حاجات المبحوثات من استخدام المواقع الإلكترونية حيث اعتمدت عليها الباحثة فيما يلي:

أ- التعرف على درجة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية وهي العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المحافظة، المهنة.

ب- الإفادة في التعرف على الأسباب التي تزيد من استخدام المبحوثات للمواقع .

ج- التعرف على أهم دوافع المبحوثات "الطوقسية، والمنفعية" لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية.

(1) لارمكاي والسيد،الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص241).

- د- معرفة أسباب استخدام المبحوثات للمواقع والتفاعل الذي حدث نتيجة هذا الاستخدام.
- ه- توضيح الإشباعات المتحققة من استخدام المبحوثات المواقع الإلكترونية الإخبارية.
- و- تحديد درجة رضا المبحوثات من استخدامهن للمواقع.
- ز- معرفة درجة وجوانب استفادة المبحوثات من استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية.

تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

1-نوع الدراسة:

تعتمد الباحثة في هذه الدراسة على الدراسة الوصفية وهي "التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد"⁽¹⁾، والتي يتمكن الباحثون خلالها من وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدامها أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام هذه البحوث⁽²⁾.

واستخدمت الباحثة الدراسات الوصفية؛ لأنها الأقدر على وصف مدى استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة.

2- منهج الدراسة:

تعتمد الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسحي واستخدمت في إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام.

ويعتبر المنهج المسحي هو أنسب المناهج لمثل هذه الدراسات المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام لقدرته على معرفة مدى استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة. فالمنهج المسحي "هو دراسة شاملة مستعرضة لعدد كبير من الحالات نسبياً في موقف معين، ويسفر هذا النوع من المناهج عن إحصائيات استخلصت وجردت من حالات معينة"⁽³⁾.

(1) حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام (ص131)

(2) مزاهرة، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ (ص105)

(3) إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي (ص 98)

3-أداتا الدراسة:

استخدمت الباحثة أداة صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسة لجمع المعلومات من عينة الدراسة، كما استخدمت أداة المقابلة لجمع المعلومات من الباحثين والخبراء في المواقع الإلكترونية الإخبارية.

أ. صحيفة الاستقصاء :

وتعتبر أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر معينة⁽¹⁾، وتضمنت صحيفة الاستقصاء من 3-4 محاور رئيسة احتوت أسئلة مغلقة.

واستخدمتها الباحثة في الدراسة وذلك لسبر آراء المبحوثات حول استخداماتهم للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة.

وتم تقسيم صحيفة الاستقصاء وفقاً للتالي:

الوحدة الأولى: أنماط استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية.

الوحدة الثانية: دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية.

الوحدة الثالثة: الإشباعات المتحققة من استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية.

الوحدة الرابعة: إيجابيات وسلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية ومقترحات تطويرها .

الوحدة الخامسة: خصائص وسمات المبحوثات الديموغرافية.

ب. المقابلة:

والمقابلة هي التي يتم إعداد أسئلتها بطريقة محددة ومقننة قبل المقابلة وتهدف التعرف إلى آراء المبحوث ووجهات نظره من خلال هذه الأسئلة⁽²⁾، وقد استخدمتها الباحثة لاستكمال جوانب مهمة في الإطار المعرفي للدراسة ولجمع المعلومات من الباحثين والخبراء في المواقع الإلكترونية الإخبارية.

(1) حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام (ص206)

(2) المرجع السابق، ص200.

عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها:

1- مجتمع الدراسة :

يتكون المجتمع من مجموعة من المفردات التي تشترك في صفات وخصائص محددة، ومجتمع الدراسة هو الذي يشمل جميع مفردات الدراسة، أي هو الكل الذي نرغب بدراسته⁽¹⁾. ويتمثل مجتمع هذه الدراسة من المرأة الفلسطينية في محافظات غزة من كافة الأعمار والمحافظات كونه يشكّل المجال الجغرافي الذي تستطيع الباحثة تغطيته، نظراً لعدم قدرتها على الوصول إلى باقي الأراضي الفلسطينية.

2- عينة الدراسة:

اختارت الباحثة عينة عشوائية بسيطة متساوية بين محافظات غزة بلغت 400 مبحوثة، بمعدل 80 مبحوثة لكل محافظة من محافظات غزة (الشمال، غزة، الوسطى، خانينوس، رفح)، والجدول الآتي يوضح أهم خصائص المبحوثات عينة الدراسة:

(1) خليل، الإحصاء الوصفي (ص 12)

جدول (1.1): يوضح السمات العامة للمبحوثات

السمة	التقسيم	ك	%	المجموع	%
العمر	20-30 عام	194	48.5	400	100
	30-40 عاما	72	18		
	أكثر من 40 عاما	72	18		
	أقل من 20 عاما	62	15.5		
الحالة الاجتماعية	أنسة	204	51	400	100
	متزوجة	150	37.5		
	أرملة	25	6.3		
	مطلقة	21	5.3		
المستوى التعليمي	بكالوريوس	204	51	400	100
	ثانوية عامة فأقل	117	29.3		
	دبلوم	26	15.5		
	دراسات عليا	17	4.3		
المحافظة	غزة	83	20.8	400	100
	خانونس	80	20		
	رفح	79	19.8		
	شمال غزة	79	19.8		
	الوسطى	79	19.8		
المهنة	ربة منزل	136	34	400	100
	طالبة	109	27.3		
	بلا عمل	95	23.8		
	موظفة	59	14.8		
	أخرى	1	0.3		

حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات :

1. إجراءات الصدق:

يقصد باختبار صدق أداة المعلومات البيانات مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، بحيث تعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية، أي أن اختبار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة البحث أو المقياس المستخدم في الدراسة وصلاحيته، سواء في جمع البيانات أو قياس المتغيرات بدرجة عالية من الكفاءة والدقة⁽¹⁾.

وقد حاولت الباحثة الوصول إلى نتائج تتسم بالدقة ، ودرجة عالية من الصدق .

وقد تم التحقق من صدق أداة الدراسة بطريقتين هما: صدق المحكمين، و صدق الاتساق الداخلي.

أ. الصدق الظاهري للأداة " صدق المحكمين ":

تم التأكد من صدق الاستمارة الظاهري من خلال تحكيم الاستمارة وعرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الصحافة والإعلام ، ومن أعضاء هيئات التدريس في الجامعات الفلسطينية بغزة، وطلبت الباحثة منهم إبداء آرائهم في صياغة الأسئلة والعبارات، ومضامينها، وترتيبها، ومدى ملائمتها لتساؤلات الدراسة^(*).

(1) حسين، مرجع سابق(ص314)

(*) الأساتذة المحكمون للاستبانة حسب ترتيب الحروف ابجدي:

- 1- د. أحمد الترك أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الإسلامية - غزة
- 2- د. أمين وافى أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الإسلامية - غزة
- 3- د. أيمن ابونقيرة أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الإسلامية-غزة
- 4- أ.د جواد الدلو ، أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية - غزة
- 5- أ. رجاء أبو مزيد محاضر بقسم الصحافة والاعلام بالجامعة الاسلامية -غزة
- 6- أ. عبد الله الحايك إحصائي
- 7- د. ماجد تريان، استاذ الصحافة المشارك بجامعة الأقصى -غزة
- 8- د. نعيم المصري أستاذ الإعلام المساعد بكلية فلسطين التقنية بدير البلح -فلسطين
- 9- أ. هداية شمعون إعلامية وباحثة في قضايا المرأة -غزة

وبعد إجراء التعديلات التي اتفق عليها المحكمون ، تم صياغة بعض الفقرات، بناءً على توجيهات المشرف حتى الوصول إلى الشكل النهائي الذي تم توزيعه على المبحوثات.

ب-صدق الاتساق الداخلي :

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع الوحدة الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد قامت الباحثة بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة، والنتائج موضحة من خلال الجداول التالية:

جدول (1.2): يوضح معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الوحدة الاولى والدرجة الكلية للوحدة

م	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	ما درجة استخدامك للمواقع الإلكترونية الإخبارية؟	0.676	**0.00
2	لماذا لا تستخدمين المواقع الإلكترونية الإخبارية؟	0.748	**0.00
3	منذ متى تستخدمين المواقع الإلكترونية الإخبارية؟	0.522	**0.00
4	في أي الأماكن تستخدمين المواقع الإخبارية الإلكترونية؟	0.519	**0.00
5	ما الوسائل التي تستخدمينها في تصفح ومتابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية؟	0.648	**0.00
6	ما المدة التي تقضينها يومياً في متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية؟	0.556	**0.00
7	ما الأوقات المفضلة لديك عند استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية؟	0.748	**0.00
8	ما أهم المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية التي تتابعينها؟	0.798	**0.00
9	ما الموضوعات والقضايا التي تتابعينها في المواقع الإلكترونية الإخبارية؟	0.733	**0.00

**دالة عند 0.01

تبين من النتائج الموضحة في جدول (1.2) أن فقرات الوحدة الاولى تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودال إحصائياً عند مستوي دلالة أقل من (0.05)، وهذا يدل على أن الوحدة بفقراته تتمتع بمعامل صدق عالي.

جدول (1.3): يوضح معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الوحدة الثانية والدرجة الكلية للوحدة

م	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
	دوافع طقوسية استخدامي للمواقع الإلكترونية الإخبارية	0.606	**0.00
	دوافع منفعية استخدامي للمواقع الإلكترونية الإخبارية	0.703	**0.00
	ما أسباب استخدامك للمواقع الإلكترونية الإخبارية؟	0.491	**0.00
	ما أهم الحاجات التي تدفعك الي استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية؟	0.454	*0.01

**دالة عند 0.01

تبين من النتائج الموضحة في جدول (1.3) أن فقرات الوحدة الثانية تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودال إحصائياً عند مستوي دلالة أقل من (0.05)، وهذا يدل على أن الوحدة بفقراته تتمتع بمعامل صدق عالي.

جدول (1.4): يوضح معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الوحدة الثالثة والدرجة الكلية للوحدة

م	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
13	ما درجة الإشباع المتحققة من استخدامك للمواقع الإلكترونية الإخبارية ؟	0.721	**0.00
14	ما درجة رضاك عن المواقع الإلكترونية الإخبارية من حيث الجوانب التالية؟	0.674	**0.00
15	ما درجة اهتمام المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام الوسائط المتعددة؟	0.547	**0.00
16	ما أهم الوسائط المتعددة التي تستفيدون من استخدامها داخل المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟	0.727	*0.01
17	ما درجة ثقتك بالمعلومات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟	0.648	**0.00
18	ما درجة استفادتك من المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟	0.747	**0.00
19	ما جوانب استفادتك من المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟	0.595	**0.00

**دالة عند 0.01 *دالة عند 0.05 // غير دالة عند 0.05

تبين من النتائج الموضحة في جدول (1.4) أن فقرات الوحدة الثالثة تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودال إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، وهذا يدل على أن الوحدة بفقراته تتمتع بمعامل صدق عالٍ.

جدول (1.5): يوضح معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الوحدة الرابعة والدرجة الكلية للوحدة

م	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
20	ما أبرز إيجابيات المواقع الإلكترونية الإخبارية؟	0.545	**0.00
21	ما أبرز سلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية؟	0.699	**0.00
22	ما مقترحاتك لتطوير أداء المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟	0.690	**0.00

**دالة عند 0.01 *دالة عند 0.05 // غير دالة عند 0.05

تبين من النتائج الموضحة في جدول (1.5) أن فقرات الوحدة الرابعة تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودال إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، وهذا يدل على أن الوحدة بفقراته تتمتع بمعامل صدق عالٍ.

جدول (1.6): يوضح مصفوفة معاملات الارتباط للوحدات مع الدرجة الكلية

المجموع	مجموع الكلي	الوحدة الأولى	الوحدة الثانية	الوحدة الثالثة	الوحدة الرابعة
مجموع الكلي	1				
الوحدة الأولى	**0.764	1			
الوحدة الثانية	**0.696	0.271	1		
الوحدة الثالثة	**0.797	*0.414	*0.367	1	
الوحدة الرابعة	**0.738	*0.498	*0.457	0.223	1

**دالة عند 0.01 *دالة عند 0.05 // غير دالة عند 0.05

تبين من النتائج الموضحة في جدول (1.6) أن الوحدات تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودال إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، وهذا يدل على أن الاستبانة بوحداتها تتمتع بمعامل صدق عالٍ.

2- إجراءات الثبات:

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبانة أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير، فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، وقد تم حساب ثبات الاستبانة بطريقتين هما:

أ. معامل ألفا - كرونباخ:

تم تطبيق الاستبانة على عينة مصغرة قوامها (30) مفردة ، وبعد تطبيق الاستبانة تم حساب معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات، وكما يتضح من الجدول الآتي:

جدول (1.7): يوضح نتائج معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

الوحدة	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
الوحدة الأولى	9	0.907
الوحدة الثانية	3	0.712
الوحدة الثالثة	7	0.911
الوحدة الرابعة	3	0.897
المجموع الكلي	22	0.923

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة ألفا كرونباخ عالية، وهذا دليل كافٍ على أن الاستبانة تتمتع بمعامل ثبات مرتفع.

ب- طريقة التجزئة النصفية :

بعد تطبيق الاستبانة تم تجزئة فقرات الاختبار إلى جزأين وهما الأسئلة ذات الأرقام الفردية، والأسئلة ذات الأرقام الزوجية، ثم احتساب معامل الارتباط بين درجات الأسئلة الفردية ودرجات الأسئلة الزوجية وبعد ذلك تم تصحيح معامل الارتباط بمعادلة جتمان .

معامل الارتباط المعدل = $\frac{2r}{1+r}$ حيث r معامل الارتباط بين درجات الأسئلة الفردية

و درجات الأسئلة الزوجية، والنتائج موضحة الجدول الآتي:

جدول (1.8): معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية للاستبانة

الوحدة	معامل جتمان
الوحدة الأولى	0.963
الوحدة الثانية	0.941
الوحدة الثالثة	0.889
الوحدة الرابعة	0.892
مجموع الكلي	0.912

وتشير هذه النتائج أن قيمة معامل الارتباط المعدل (جتمان) مقبولة ودالة إحصائياً، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بمعامل ثبات مقبول.

ثاني عشر: متغيرات الدراسة:

- أ. العمر: وهو من 18 عام الي أكثر من 40 عام.
- ب. الحالة الاجتماعية: بمستوياتها الأربع المختلفة وهي " أنسة، متزوجة، أرملة، مطلقة".
- ج- المستوى التعليمي: وله 4 مستويات "ثانوية عامة فأقل، دبلوم، بكالوريوس، دراسات عليا".
- د- المحافظة: ولها 5 محافظات " الشمال، غزة، الوسطى، خانينونس، رفح".
- هـ- المهنة: ولها 5 مستويات" طالبة، موظفة، ربة بيت، بلا عمل، أخرى".

ثالث عشر: حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يأتي:

- أ- الحد الزمني: ونعني به تحديد الوقت الذي يستغرق في إعداد الدراسة والوقت الذي يلزم في جمع البيانات، وتم جمع البيانات من المبحوثات في المدة الممتدة من 2017/1/20- 2017/2/20م
- ب- الحد المكاني: ونعني به البيئة أو المكان المحدد التي أجريت فيه الدراسة، ويتمثل في محافظات قطاع غزة، وتشمل: (محافظة شمال غزة، محافظة غزة، المحافظة الوسطى، محافظة خانينونس، محافظة رفح).

رابع عشر: المعالجات الإحصائية:

قامت الباحثة بتفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) Statistical Package for the Social Sciences، وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1. إحصاءات وصفية منها: النسبة المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن الحسابي النسبي.
2. معامل ارتباط بيرسون : للتحقق من صدق الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة واختبار فرضيات الدراسة.
3. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
4. معامل جتمان للتجزئة النصفية المتساوية، لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
5. اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) وذلك لاختبار وجود فروق في آراء أفراد عينة الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية التي تضم أكثر من مجموعتين .

خامس عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:

1- الاستخدامات والاشباكات:

تهتم نظرية الاستخدامات والاشباكات بدراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدافع معين لإشباع حاجات فردية معينة وهناك تعريف آخر وفقاً لنظرية الاستخدامات والاشباكات يهتم بوصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات اجتماعية ونفسية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها "الإشباكات"⁽¹⁾.

2- الدوافع:

عوامل انفعالية، حركية، فطرية، أو مكتسبة شعورية أو لا شعورية تثير نشاط الفرد للأداء والإنجاز، أو تحقيق غاية وتنشأ داخل الفرد كنتيجة لخبرته السابقة⁽²⁾.

(1) كرداش، الجالية العربية في كندا واقعها وعلاقتها بوسائل الإعلام (ص30)

(2) المرجع السابق، ص30.

3- المرأة الفلسطينية في محافظات غزة:

ويقصد بالمرأة الفلسطينية هي المرأة التي يزيد عمرها عن 18 عاما سواء كانت طالبة أو عاملة أو ربة منزل والحاملة للجنسية الفلسطينية وفي هذه الدراسة تم الاكتفاء بالمرأة الفلسطينية التي تسكن محافظات غزة.

4- المواقع الإلكترونية الإخبارية :

هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط، تنشر فيها الأخبار والمقالات والفنون الصحفية كافة عبر شبكة الإنترنت على نحو دوري، باستخدام تقنيات عرض النصوص والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل القارئ من خلال شاشة الحاسوب، سواء كان لها مطبوع أم كانت إلكترونية خالصة.⁽¹⁾

سادس عشر: تقسيم الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول حيث تناول الفصل الأول الإطار العام للدراسة واشتمل على أهم الدراسات السابقة، والاستدلال على المشكلة، ومشكلة الدراسة، وأهميتها، وأهداف الدراسة وتساؤلاتها، وفروضها، والإطار النظري للدراسة، ونوع الدراسة، و منهجها، وأدواتها، وعينتها ، وأهم مفاهيمها، وتقسيم الدراسة.

أما الفصل الثاني فكان بعنوان المرأة والمواقع الإلكترونية الإخبارية وانقسم إلى مبحثين: المبحث الأول فكان بعنوان المواقع الإلكترونية الإخبارية، وتطرق إلى نشأة الانترنت، عوامل انتشار الانترنت، نشأة وتطور المواقع الإخبارية الإلكترونية، المواقع الإخبارية، المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، أما المبحث الثاني فكان بعنوان الإعلام والمرأة الفلسطينية فيشمل على واقع المرأة الفلسطينية، تطور الاعلام النسائي في فلسطين، الاعلام والمرأة العربية، الاعلام الفلسطيني والمرأة.

أما الفصل الثالث فناقش نتائج الدراسة الميدانية من خلال ثلاثة مباحث: المبحث الأول يناقش نتائج الدراسة الميدانية، أما المبحث الثاني فيشتمل على اختبار فروض الدراسة، والمبحث الثالث فيعرض خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها وتختتم الدراسة بالملاحق والمراجع.

(1) الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (ص218)

الفصل الثاني

المرأة والمواقع الإلكترونية الإخبارية

الفصل الثاني

المرأة والمواقع الإلكترونية الإخبارية

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل المواقع الإلكترونية الإخبارية ونشأتها في فلسطين، ويتناول أيضاً المرأة الفلسطينية والإعلام، ويشتمل على مبحثين، يتطرق المبحث الأول إلى المواقع الإلكترونية الإخبارية على شبكة الإنترنت، ونشأة الإعلام الإلكتروني، ومفهوم المواقع الإخبارية، وتطورها، وخصائصها، ومميزاتها، بالإضافة إلى سلبياتها والتحديات التي تواجهها.

أما المبحث الثاني فهو بعنوان: الإعلام والمرأة الفلسطينية، ويتناول واقع المرأة الفلسطينية، وتطور الإعلام النسوي في فلسطين، بالإضافة إلى الإعلام والمرأة العربية، والإعلام الفلسطيني والمرأة وتحدياته.

المبحث الأول المواقع الإلكترونية الإخبارية

أولاً: نشأة وتطور المواقع الإخبارية الإلكترونية:

مرت وسائل الاتصال بعدد من الثورات بعد مرحلة الإشارات والعلامات ابتداءً من مرحلة اختراع جوتنبرج للطباعة والمطبعة، مروراً باختراع اللاسلكي الذي تطور لاختراع الراديو والتلفزيون، ثم الأقمار الاصطناعية والانترنت والألياف الضوئية، والتزواج بين الانترنت كوسيلة اتصال حديثة وبين الوسائل الإعلامية التقليدية⁽¹⁾، حيث أضاف الإنترنت وظائف أخرى للاتصال الجماهيري من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل، كما قلل من أهمية وظيفة المراقبة التي تقوم بها الحكومات على وسائل الإعلام، إذ أصبح بإمكان أي مهتم أن ينقل الأحداث الإخبارية للآخرين عبر الإنترنت مباشرة فور حدوثها، لكي يقرعوها، ومثلت هذه الوظيفة تحولاً مهماً عن وسائل الإعلام التقليدية.

1- نشأة الإعلام الإلكتروني:

يرى العلماء أن بداية الإعلام الإلكتروني كانت من خلال طريق المعلومات السريع التي بدأت في ستينيات القرن العشرين مع ولادة التلفزيون (الكابلي) في الولايات المتحدة وتطورت إلى مصطلح علمي مستخدم من خلال مؤسسة (روكفلر) في عام 1974م، قبل أن يتخذ معنى أكثر دقة مع بزوغ الاستخدام التجاري للإنترنت، في مطلع تسعينيات القرن العشرين، وهو تعبير يشمل شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية، وشبكات (الكابل) التلفزيونية، والحواسب الشخصية، وبرامج الوسائط المتعددة، والإنترنت⁽²⁾.

ويعود الباحثان غيتلمان وبنغري بالإعلام الإلكتروني إلى مرحلة ظهور التلغراف في حوالي 1740 وبينيا فكرتهما على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام التي ناقشها في مؤتمر عقد بمعهد ماسوشسيتس الأمريكي للتكنولوجيا MIT مؤخراً⁽³⁾.

(1) أبو شنب، محاضرات في الإعلام التفاعلي (ص1)

(2) المحارب، الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة (ص86)

(3) الصادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة (ص11)

وظهر الإعلام الإلكتروني كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام⁽¹⁾.

2- مفهوم الإعلام الإلكتروني:

الإعلام لغة:

مصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال: أعلمُ يُعلمُ إعلاماً.. وأعلمته بالأمر: أبلغته إياه، وأطلعته عليه، جاء في لغة العرب: استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه⁽²⁾.

الإعلام اصطلاحاً:

هناك عدة تعريفات أوردتها خبراء الإعلام، ومنها تعريف الدكتور سامي ذبيان بأنه: العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها⁽³⁾.

يأتي الإعلام الإلكتروني ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، ولا يعني الإعلام الإلكتروني مجرد استبدال الوسائل القديمة (الصحيفة المطبوعة) بوسائل حديثة (الحاسب الآلي) فالمسألة تمس أيضاً كافة أطراف العملية الاتصالية لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل والتغذية المرتدة⁽⁴⁾.

(1) الغامدي، التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني (ص 7)

(2) ابن منظور، لسان العرب (ص 371) مادة علم.

(3) أبو منشار، تعريف الإعلام، (موقع الألوكة)

(4) أمين، أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين (ص 91)

يعني هذا أنه من المفترض النظر إلى التحول إلى الإعلام الإلكتروني رؤية فاحصة فهو لا يعني مجرد التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الإعلامية، بل التغيرات التي تطرأ على الوسيلة ستؤثر على الرسالة وكافة أطراف العملية الاتصالية.

كما يرى شريف درويش اللبان "أن الإعلام الإلكتروني هو عبارة عن محتويات يتم إصدارها ونشرها على الشبكة الدولية سواء كإصدارات الكترونية للصحف الورقية أو موجز لأهم محتوياتها أو كمجلات وجرائد الكترونية أصلية ليس لها إصدارات عادية على الورق⁽¹⁾.

والبعض يعرف الإعلام الإلكتروني أنه : عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أن يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر وهو يعتمد بشكل رئيسي على الإنترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية بحتة⁽²⁾.

وتركز بعض التعاريف على أنه إعلام يعتمد على وسيط اتصالي جديد وهو الإنترنت، وهذا الوسيط الجديد يسمح بالدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية، بهدف إيصال المضمون المطلوب بأشكال متميزة، ومؤثرة، ومقنعة، وبطرق إلكترونية تجمع بين النص والصورة والصوت؛ مما يمكن للمرسل والمتلقي مناقشة المضامين الإعلامية التي يستقبلها، سواء مع إدارة المواقع، أو مع مُتلقيين آخرين باستخدام الإنترنت تحديداً⁽³⁾.

وعرفه حسنين شفيق على أنه عبارة عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه فهو يشترك مع الإعلام بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة؛ لكنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة متمثلة في استخدام الحواسيب الآلية أو الأجيال المتطورة من الهواتف النقالة وتصفح شبكة الانترنت وهو يركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الإعلام⁽⁴⁾.

(1) اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة (ص 123)

(2) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص 97)

(3) ناجي، الصحفي الإلكتروني (ص 20)

(4) شفيق، مدونة الإعلام الرقمي، الفرق بين الإعلام الرقمي والإلكتروني.

كما يمكن تعريفه على أنه نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وتقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصاء الأنباء الآتية وغير الآتية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الإنترنت⁽¹⁾، إذ يعتمد الإعلام الإلكتروني على الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وتتيح الإنترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية⁽²⁾.

3- نشأة المواقع الإلكترونية العربية وتطورها :

تعتبر فترة التسعينات هي بداية التواجد الصحفي العربي على الإنترنت إثر تجارب شباب عرب يعيشون في الولايات المتحدة الأمريكية وغرب أوروبا، حيث كان هؤلاء الشباب يتراسلون عبر شبكة الإنترنت وتطبيقاتها الأولى مع بعضهم البعض حول قضايا وأخبار الوطن الأم، ولعل أول وجود عربي مؤسس في شبكة الإنترنت عندما وضعت الشرق الأوسط نسخة إلكترونية في شبكة الإنترنت عام 1995م وقد جاء هذا متأخراً عن التواجد الغربي الصحفي على الشبكة العالمية، ولكنها بداية معقولة عندما نذكر أن عدد الصحف في الشبكة العالمية في تلك الفترة كان محدوداً جداً⁽³⁾.

وفي عام 1992م أطلقت "صحيفة شيكاغو تريبيون" أول نسخة إلكترونية لها على الإنترنت، ويوجد مواقع إخبارية نشأت في بيئة الإنترنت أو ما يسمى اليوم بالفضاء التفاعلي وحقق نجاحاً باهراً إلى حدود دفعها للخوض في عالم النشر التقليدي.

ولقد برزت في السنوات الأخيرة مواقع إخبارية إلكترونية تسنى لها المضي قدماً في عالم الصحافة الإلكترونية تتميز في تقديم خدماتها ومواكبتها للتطورات والمستجدات أولاً بأول،

(1) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص99)

(2) الغامدي، التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة مقدمة للمؤتمر الاعلام والأمن الإلكتروني (ص8)

(3) صادق، ذهنية النشر الورقي السائدة (موقع إلكتروني).

نتيجة لامتلاكها لشبكة واسعة من المراسلين في مختلف المحافظات إلى جانب مصادرها الخارجية، مما يمكنها من إجراء تغطيات إخبارية متواصلة⁽¹⁾.

أخذت الصحف الإلكترونية العربية التي ليست لها إصدارات مطبوعة في الظهور على شبكة الإنترنت، وينسب متفاوتة، فكانت أول صحيفة إلكترونية على الشبكة هي صحيفة "المراسل"، وهي صحيفة إلكترونية أسبوعية بدأ إصدارها في 12 أغسطس عام 1997 ولا يوجد لها إصدار مطبوع⁽²⁾.

ظهرت مواقع عربية كبيرة ومهمة في حجم جمهورها على شبكة الإنترنت مثل العربية نت والجزيرة نت، وهما تتبعان لمحطتين شهيرتين، وموقع إسلام أون لاين وإسلام توداي وموقع إيلاف، حيث كانت الأشكال الصحفية الإلكترونية الموجودة هي ذاتها مواقع الصحف الورقية المعروفة، والتي تلتزم النقل الصارم للصحف، إلى جانب المواقع الإخبارية العائدة إلى وسائل إعلام غير صحفية كالإذاعات والفضائيات أو المواقع الإخبارية التي لا تملك مؤسسات إعلامية تقليدية ولكنها لا تدعي أو تسمي نفسها صحفًا⁽³⁾.

أثبتت هذه المواقع نجاحًا وحضورًا فاعلين، لدرجة أن بعضها تشجع واندفع باتجاه إصدار مجلات أو نشرات أو صحف ورقية ومنها صدر مجلة wired التقنية والتي صدرت إلكترونيًا ثم صدر العدد الورقي منها بعد ذلك، وهذا ما أطلق عليه البعض "الهجرة المعاكسة"⁽⁴⁾.

ظهرت عام 1999م مئات المواقع في مجالات عديدة شملت السياحة والسفر والتجارة الإلكترونية والمجالات العلمية والصناعية وأيضًا المجال الإعلامي والصحفي، وتأسست شركات لم تكن سوى مواقع على الشبكة تعمل في مجال الصحافة والإعلام عرفت باسم "بوابات الإنترنت الصحفية"؛ وتخصصت في تقديم المواد الإخبارية والتحليلات الصحفية والمقابلات والحوارات والمحادثة والنشرات البريدية الإلكترونية وخدمات البريد الإلكتروني وخدمات البحث في الأرشيف⁽⁵⁾.

(1) العلي ، الصحافة الإلكترونية النشأة والمفهوم ،مقال منشور في موقع الحوار المتمدن .

(2) تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية (ص109)

(3) الألوسي، أيدلوجيا صحافة الإنترنت (ص15)

(4) الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (ص214)

(5) خليفة، اتجاهات النخبة الإعلامية حول التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة (ص64).

تجسد هذه البوابات حالياً نماذج للصحافة الإلكترونية الصرفة، التي تمارس عملها بالكامل عبر الإنترنت دون أن يكون لها أي نسخ مطبوعة، الأمر الذي يجعل منها مدخلاً جيداً وغنياً يمكن الاقتراب منه وفقاً للعديد من النقاط الخاصة بالتصميم ودورية التحديث وتنوع الخدمات والجهات القائمة على الموقع وتوجهاته العامة والرؤية التي يحملها القائمون عليه⁽¹⁾.

وتحاول المواقع الإخبارية استخدام كل أنماط النشر من الابتكارات والتغيرات المتوفرة لتميزها عن غيرها، ولجذب أعداد أكبر من المتصفحين، علماً بأن الكثير من هذه المواقع درج على إشراك المتصفح وفتح الحوارات معه أو السماح له بإبداء آرائه فيما ينشر من موضوعات، ولعل بعض الأخبار أو المقالات تحصد مشاركة مئات وربما أكثر من ذلك من القراء، كما يحدث في الموقع الإخباري الإلكتروني لقناة الجزيرة⁽²⁾.

ثانياً: المواقع الإخبارية : تعريفها، أهميتها، خصائصها، وأنواعها :

1- تعريف الموقع الإخباري:

يلاحظ أن هناك خلطاً بينها وبين الصحافة الإلكترونية، خاصة من حيث التعريف، فغالبية المراجع إما تستخدم التعريف نفسه لوصف ظاهرتي الصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية، أو تخلط من حيث المبدأ فتتعامل مع الموقع الإخباري باعتباره صحيفة إلكترونية، وعلى ذلك تتضح الندرة الشديدة في تعريفات المواقع الإخبارية، نرصد ما أمكن الوصول إليه:

تعرف المواقع الإخبارية نفسها على الساحة كمشروع إعلامي متكامل، وتضم هيئة تحرير وشبكة مراسلين، ولديها سياسة وإستراتيجية واضحة⁽³⁾.

ويعرفه الأطرش: "أحد أشكال الصحافة الإلكترونية، ذو عنوان ثابت على الشبكة العنكبوتية، يكون متاحاً لمستخدمي الشبكة بالمجان، أو مقابل الاشتراك، فهو يُقدم الأخبار ويعرض معلومات عن الأحداث الجارية في العالم، معتمداً على شبكة من المراسلين أو من خلال الاشتراك في وكالات الأنباء، فهو يهدف إلى نشر الأخبار، وتحليلها على صفحات الموقع وبشكلٍ دوري، بالإضافة إلى تقديم موضوعات أخرى: اقتصادية، واجتماعية،

(1) سليمان، الصحافة الإلكترونية (ص13)

(2) الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام (ص215)

(3) المرجع السابق، ص11.

وربانية، وثقافية، وفنية، وذلك بإشراف مجموعة من ذوي الاختصاص: الصحفي، والشبكي، ومصممي الوسائط المتعددة⁽¹⁾.

الفرق بين الموقع الإخباري الإلكتروني عن الصحيفة الإلكترونية:

أ- يتميز الموقع الإلكتروني الإخباري عن الصحيفة في طبيعة النشأة، فأصل الصحيفة الإلكترونية إصدار ورقي؛ لكن القائمين عليها أنتجوا نسخًا إلكترونية، أما الموقع الإخباري فبيئته الأساسية الإنترنت⁽²⁾.

ب- يتميز الموقع الإخباري عن الصحيفة في زمن تحديث الأخبار، ففي الصحيفة الإلكترونية يرتبط زمن التحديث غالبًا بدورية صدور الصحيفة، أما بالنسبة للموقع الإخباري فهو في صراع مع الزمن لنشر الأخبار حال حدوثها أو حال ورودها من المصادر الموثوقة.

ج- تعمل المواقع الإخبارية الإلكترونية كذلك على بث الأخبار العاجلة بصورة تجعلها تتفوق على التلفزيون والإذاعة؛ فيما يتعلق بزمن النشر قياسًا إلى زمن حدوث الخبر، لأن أنظمة النشر تتيح لتلك المواقع نشر الخبر بمجرد الانتهاء من كتابته⁽³⁾.

د- ينشر الموقع الإلكتروني على الإنترنت الأخبار بصورة مكتملة لعمل التلفزيون، ويعرض مزيدًا من التفاصيل عن الأخبار تكون بيئة الإنترنت ومواصفاتها أقدر على تحمله، عكس الخبر التلفزيوني الذي يكون مقتضبًا قدر الإمكان ومحدودًا بزمن معين لا يسمح في الغالب بإيراد التفاصيل، وعلى ذلك فقد يرى المشاهدون خبرًا في التلفزيون، ثم يحيل مذيع النشرة المشاهدين إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالقناة لمعرفة المزيد من التفاصيل أو الخلفيات، كما تفعل قناة الجزيرة وقناة العربية، وكذلك الحال بالنسبة للإذاعة فيما يتعلق بالمواقع الإخبارية الخاصة بها، وأوضح مثال على ذلك إذاعة BBC العربية على الإنترنت، التي تحيل في الغالب المستمع إلى موقعها لمعرفة المزيد من التفاصيل عن الخبر⁽⁴⁾.

هـ- طاقم العمل: يغلب على طاقم العمل في الصحيفة الإلكترونية من الفنيين يتولون رفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها، أما في الموقع الإخباري الإلكتروني فيتسع فريق

(1) الأطرش، معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية لواقع الأقباط في مصر.

(2) الموسوي، الإعلام الجديد (ص 51)

(3) الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية (ص 68)

(4) الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام (ص 11)

العمل ليشمل مكونات غرفة الأخبار بما تحويه من رئيس تحرير ومحررين وصحفيين ومدققي لغة ومعلومات وقسم وسائل⁽¹⁾.

2- أهمية المواقع الإخبارية:

أحدثت المواقع الإخبارية نقلة مهمة في طبيعة العلاقة بين المتلقي وجمهور وسائل الإعلام، فساهمت في وضعه بصورة تفاصيل محيطه الاجتماعي والسياسي أسرع من أي وقت مضى نظراً لتوفر خدمة الإنترنت للمواطن العادي، وتزايد عدد المواقع الإخبارية.

وتتمثل أهمية المواقع الإخبارية في العناصر الآتية:

أ- تدعيم الديمقراطية عبر إتاحة الفرصة للجمهور للنقاش والتعبير عن آرائه وإتاحة الفرصة للتوجهات المختلفة للوصول للجمهور، وإتاحة مساحة الاختيار والتعرض أمام الجمهور عبر العديد من المواقع الإخبارية متنوعة المضامين والأنواع.

ب- ساهمت في بناء أولويات الجمهور عبر تركيزها على أحداث وقضايا معينة، إلى جانب المشاركة في وضع الأولويات للجهات المسؤولة.

ج- ساهمت في تفعيل الحوار السياسي بين أفراد المجتمع عبر قدرتها على الانتشار والوصول إلى مختلف فئات الجماهير خاصة الشباب.

د- ساعدت على تفعيل وإحاطة الجمهور بالقضايا الاجتماعية عبر توظيفها لأدوات التواصل الاجتماعي وإشراك الجمهور في المساهمة بالتعامل مع هذه القضايا.

هـ- تفعيل عمليات مراقبة المجتمع، وإحاطة الجمهور بسرعة بأوجه القصور، ودفعه إلى المشاركة بالرأي والمقترحات في إصلاح السلبيات التي يتم الكشف عنها⁽²⁾.

3- أهداف المواقع الإخبارية الفلسطينية⁽³⁾:

تسعى المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية من خلال الاستفادة من الخدمات التي تتمتع بها لتقديم خدماتها للقارئ من أحداث وأشكالها السياسية والرياضية والاجتماعية وغيرها في قوالب، سواء الأخبار، التقارير، التحقيقات وباستخدام كافة التقنيات والمرفقات من صور ووسائط وفيديوهات تفاعلية من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف نذكر منها :

(1) الموسوي، الإعلام الجديد (ص52)

(2) الموسوي، النظرية الإعلامية (ص 55)

(3) تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت.

أ- التواصل مع العالم الخارجي وشرح معاناة الشعب الفلسطيني ونقل رسالته وتثمين المواقف الداعمة للقضية الفلسطينية.

ب- توضيح تداعيات الظاهرة الإسرائيلية على الوطن العربي وفضح المشروع الصهيوني والمخاطر التي تهدد الشعوب العربية والإسلامية.

ج- مواكبة التطورات التكنولوجية والوصول على أكبر عدد ممكن من القراء.

د- الاستفادة من الإمكانيات الإعلامية المتوفرة لصالح الشعب الفلسطيني.

هـ- دعم المقاومة الفلسطينية إعلامياً والدفاع عنها، ضد الاحتلال الصهيوني.

و- اطلاع القارئ على ما يدور داخل المجتمع الصهيوني "اعرف عدوك"، حيث تخصص بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية جانباً من عملها لنشر ما تضمنته وسائل الإعلام الصهيونية وترجمته

4- الخدمات التي تقدمها المواقع الإخبارية الإلكترونية :

أن الخدمة التي تقوم بتوفيرها المواقع الإلكترونية الإخبارية بشكل أساسي هي الخدمة الإخبارية، ومن خلال تقديم الخدمة الإخبارية تتوفر مجموعة من الخدمات للقراء أثناء تصفح الصفحات الإخبارية داخل الموقع ومن هذه الخدمات نذكر ما يلي :

أ- خدمة البحث :

حيث تتيح المواقع الإلكترونية الإخبارية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل الويب، حيث يحدد المستخدم مكان البحث داخل الموقع، ويتم اختيار كلمة مفتاحية لتظهر بعد ذلك جميع المتشابهات لتلك الكلمة المفتاحية⁽¹⁾.

ب- خدمة الاتصال :

ويقصد بها الاتصال والتواصل مع القائمين على الموقع وتختلف هذه الخدمة من موقع لآخر، حيث يتم توجيه رسالة إلكترونية إلى محرري الموقع، أو إنشاء بريد إلكتروني على الموقع يمكن من خلاله استقبال وإرسال الرسائل .

(1) الدليمي، إشكاليات تكنولوجيا الاتصال الحديثة(ص32)

ج. خدمة خريطة الموقع (Sit Map) :

وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة ،تسهل على المستخدم التنقل داخل الموقع، خاصةً إذا كان الموقع مزدحماً بالتفاصيل⁽¹⁾.

د. خدمة مجموعات الحوار :

وهي خدمة يتمكن من خلالها المستخدمون من التعبير عن آرائهم في القضايا والمعلومات التي يهتمون بها وتتقسم مجموعات الحوار إلي حوار حول أهم الموضوعات المنشورة سابقاً ، وحوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بموضوعات سابقة⁽²⁾.

هـ. خدمة استطلاعات الرأي :

تتميز المواقع الإخبارية الإلكترونية بصفة عامة بتقديم خدمة إجراء استطلاعات فورية خاصة اتجاه عدد من الموضوعات والقضايا المهمة لاستطلاع الرأي اتجاهها، وهي محاولة من الموقع لإشراك القراء في الشأن العام وتمكن من معرفة نتائجها فوراً على شكل رسوم أو أشكال توضح نتائج هذه الاستطلاعات⁽³⁾.

و. خدمة رجع الصدى :

حيث تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما نشر في الموقع، وإرسال رسائل إلكترونية للمحرر يعلق فيها على ما نشر ،أو يقدم اقتراحا⁽⁴⁾.

ز. غرف الدردشة (chat) والمراسلات الفورية :

تسمح بعض المواقع بتطبيق خدمة إضافية كبعض برامج الدردشة لمستخدمي الإنترنت بالاتصال ببعضهم ،حيث يمكن لزوار هذه المواقع الدخول إلى غرف الدردشة لتبادل المعلومات ،وتعد ظاهرة المراسلات الفورية شكلاً آخر من أشكال الدردشة فعن طريقها يمكن لأي مستخدم للشبكة الاتصال بأي مستخدم آخر متصل حالياً بالشبكة ومحادثته كتابياً⁽⁵⁾.

(1) أمين، الصحافة الإلكترونية (ص104)

(2) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية :دراسة في المفاهيم والمصداقية (ص59).

(3) خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي(ص154-155)

(4) شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية (ص51)

(5) محمد، وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت (ص66)

ح. خدمة الإجابة عن الأسئلة :

وتضمن هذه الخدمة إجابات عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع⁽¹⁾.

ط. خدمة الربط بالمواقع الأخرى :

وهي خدمة يقترح الموقع على المستخدم عدداً من المواقع التي يراها مهمة، أو ذات علاقة تساعد في التواصل مع المنظمات أو الجمعيات وغالباً ما تكون تحت بند (مواقع صديقة، أو مواقع ذات صلة، أو مواقع مشابهة)⁽²⁾.

4- خصائص المواقع الإلكترونية الإخبارية:

تتميز المواقع الإلكترونية الإخبارية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الإنترنت كوسيلة اتصالية حديثة، حيث أكدت معظم الأبحاث والدراسات على أنها أصبحت وسيطاً إعلامياً جماهيرياً فعالاً، كما تتنوع الخصائص والسمات التي تنطلق من قدرات شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة وتتمثل خصائص الاتصال للمواقع الإلكترونية الإخبارية بالتالي⁽³⁾:

أ-العمق المعرفي : تتميز الخدمات الإخبارية في المواقع الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، وينتهي ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه المواقع، وإلى جانب ذلك يتوفر في المواد الإخبارية المنشورة قدر معرفي مناسب، حيث يتم العمل على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات للأحداث وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة فيها⁽⁴⁾.

(1) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم (ص60)

(2) خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (ص156)

(3) تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية" (ص128)

(4) المرجع السابق، ص131.

ب-العالمية : وهي قدرة المواقع الإلكترونية الإخبارية على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم وبشكل فوري وبتكلفة رخيصة وبأشكال فنية ونوعية جيدة من المضامين وخدمات تفاعلية متميزة⁽¹⁾.

ج- التفاعلية : تعد المواقع الإلكترونية احدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي باتت تتوفر على الاتصال التفاعلي، فالمستخدم يكون لديه حرية الخيار المطلق في التجول بين الصفحات والعناوين والموضوعات بما يلبي حاجاته، بالتتابع الذي يراه بوقت ومكان وبيئة الاستخدام، بالإضافة إلى إمكانية الحصول على التغذية العكسية أو رجع الصدى الفوري من المستخدم ، ويظهر جلياً في الحصول الفوري على نشر الآراء من خلال استطلاعات الرأي التي تجريها المواقع⁽²⁾.

د- سهولة التعرض للوسيلة: وهي إحدى أهم عوامل تفضيل الجمهور للوسائل الاتصالية فلا تحتاج إلى بذل جهد رسمي لما تنتجه من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التعرض لها⁽³⁾.

هـ- المباشرة أو الفورية : ويقصد بها تقديم المواقع الإلكترونية أخبار آنية تستهدف إحاطة مستخدميها بآخر الأخبار والمعلومات في مختلف المجالات لملاحظة تطورات الأحداث المتلاحقة، والموقع أيضا يستطيع أن يعرض العديد من المواد المحدثة في دقائق قليلة⁽⁴⁾.

و- التمكّن: فالمستخدم لديه عدة خيارات من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي، والمصادر والخدمات المتعددة⁽⁵⁾.

(1) شريف، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية (ص 69)

(2) عبد الحميد، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت (ص144).

(3) الدليمي، إشكاليات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة: بحث استطلاعي نحو تأثير التكنولوجيا الحديثة على الصحافة (صص 221-227)

(4) صلاح، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت (ص168)

(5) سليمان، الصحافة الإلكترونية (ص108)

ز-الأرشفة الإلكترونية :يقوم الأرشيف بتميم خدمة عرض المادة الحالية ويدعم مفهوم تخصي المعلومات وتشكيلها وفقاً لاهتمامات الفردية الشخصية للمستخدم، حيث يضم الأرشيف الإلكتروني المواد الصوتية ولقطات الفيديو الحية والصور إلى جانب المواد النصية المكتوبة⁽¹⁾.

ح-التحديث المستمر للمضمون : تعمل المواقع الإلكترونية الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم على تحديث خدماتها وذلك لمسايرة الطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت التي تعد الفورية إحدى أهم سماتها، ويمكن أيضاً تحديث المحتوى بشكل دائم وفوري.

ط- الشخصية: بإمكان أي مستخدم أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات، ويلغي الأخرى ويقوم بكل ذلك بأي وقت يرغبه، وبإمكانه تعديله وقتما يشاء وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه⁽²⁾.

ي-المساحة المفتوحة : ويقصد بها المساحة المخصصة للنشر، فالصحافة الإلكترونية تتميز بخاصية الحدود المفتوحة فمساحات التخزين هائلة بالنسبة للحاسبات التي تدير المواقع مما لا يجعل هناك قيود تتعلق بالمساحة أو بحجم العمود أو المقال أو عدد الأخبار بالإضافة إلى تكنولوجيا النص الفائق والرابط النشطة التي تسمح بتكوين نسج معلوماتي متنوع وذو تفریغات وتشعبات لا نهائية⁽³⁾.

ك-الخدمات المضافة : تقدم المواقع الإلكترونية للمستخدم سلسلة من خدمات القيمة المضافة القائمة على فكرة السرعة أو الآنية عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة وتستطيع مضاعفة القدرة على التحقق من الوقائع بشكل فوري، وتستطيع القيام بخدمة التحديث الفوري للمعلومات تبعاً لتطور الاحداث.

ل-إتاحة مصادر معلومات إضافية يمكن الرجوع إليها حول الأخبار، وتقديم الأخبار بأشكال متنوعة "صوت، فيديو، نص) وتوفر خدمات جديدة غير متاحة في وسائل الإعلام

(1) سليمان، الصحافة الإلكترونية (ص19).

(2) شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية (ص102)

(3) سليمان، الصحافة الإلكترونية (ص19)

التقليدية، وإعداد ملفات صحفية مميزة عن الأحداث المهمة، وتقديم خدمات تفاعلية مثل البريد الإلكتروني واستطلاع الرأي .

5-أنواع المواقع الإلكترونية :

تختلف أنواع المواقع الإلكترونية باختلاف الجهة المصنفة للمواقع، وباختلاف الهدف من الموقع ومحتواه الإلكتروني، وباختلاف التقنيات المستخدمة لإنشاء المواقع، والبيئة الفلسطينية تزخر بالعديد من المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية التي لها حضور على الساحة الفلسطينية حيث يتم متابعتها لمعرفة الاخبار فهي تصنّف:

أ- من حيث هدفها والوظيفة التي تؤديها إلى: مواقع تعريفية، ومواقع تجارية، ومواقع صحفية، ومواقع خدمات إلكترونية، إضافة للمواقع الشخصية، والمواقع الاجتماعية.

أ/1-المواقع التعريفية تكون مخصصة للتعريف بشركة معينة أو حزب معين، وعرض أهدافه وأفكاره ورؤيته وإنتاجاته وغيرها مما يرتبط بها.

أ/2-المواقع التجارية وهي أحد أشهر أنواع المواقع وكانت أحد أسباب الثورة التجارية الإلكترونية، فهي مخصصة لعمليات البيع والشراء عن طريق الإنترنت، حيث تعرض شركة ما منتجاتها عن طريق الموقع، وتتم عملية البيع والشراء.

أ/3-المواقع الصحفية فهي مواقع تهتم بنقل الأخبار، والمقالات، والإنتاجات الأدبية والفكرية .

أ/4-مواقع الخدمات الإلكترونية، فهي مواقع تقوم بتقديم خدمات إلكترونية توفر على المستخدم من الذهاب إلى المكان الأصلي للشركة؛ كأن تنهي معاملتك المهمة في البنك عن طريق هذه المواقع.

أ/5-المواقع الشخصية هي مواقع تهتم بالتعريف عن شخص معين، وعن أعماله وإنتاجاته.

أ/6-أمّا المواقع الأشهر في يومنا هذا والأكثر استخداما فهي مواقع التواصل الاجتماعي، كالفيس بوك وتويتر والإنستجرام ومواقع المنتديات الاجتماعية .

ب- وتصنّف المواقع الإلكترونية كذلك إلى ثلاثة أنواع من حيث التكنولوجيا المستخدمة، وهي: المواقع الثابتة، والمواقع المتغيرة.

ب/1- المواقع الثابتة: هي المواقع التي تستخدم طريقة واحدة فقط في برمجتها، وتحتوي على محتوى ثابت لا يتغيّر؛ كالمواقع الشخصية، والتعريفية.

ب/2- المواقع المتغيرة: هي المواقع الأصعب البرمجة، وتستخدم لغات برمجة مختلفة ومعقدة؛ كما أنّ المحتوى الإلكتروني غير ثابت ويتغير بين فينة وأخرى، كالمواقع الصحفية، والتجارية، والاجتماعية. وقد تصنّف هذه المواقع على أنها مواقع إلكترونية ساكنة (المواقع الثابتة)، ومواقع إلكترونية تفاعلية (المواقع المتغيرة)

ج - وتصنّف المواقع الإلكترونية من حيث الاحتراف إلى مواقع هواة ومواقع محترفة.

د - كما وتصنّف كذلك من حيث التمويل إلى مواقع بتمويل شخصي، ومواقع بتمويل مؤسسات، ومواقع بتمويل خيري، ومواقع بتمويل تجاري، ومواقع بتمويل ترويجي.

هـ - كما وتصنّف هذه المواقع من حيث شكل العرض إلى مواقع تعتمد على الإبهار، أو مواقع تعتمد على المعلومة والجذب، ومواقع تعتمد على المشتركين.

و- وتصنّف كذلك حسب الجمهور المستهدف إلى مواقع تستهدف جمهوراً محترفاً متخصصاً، ومواقع تستهدف جمهوراً عاماً، ومواقع تستهدف جمهوراً نوعياً وجنسيات أو شرائح معينة.

ومن أشهر المواقع الإلكترونية البحثية موقع جوجل، وموقع ياهو، وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وتويتر والإنستجرام. أمّا أشهر مواقع البريد الإلكتروني.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:

ترجع المؤلفات والكتب والمراجع العلمية ان ظهور المواقع الإلكترونية في فلسطين كان مبكراً جداً مقارنة بالدول العربية المجاورة، نظراً لتوافر الخدمة المتطورة التي تقدمها الشركات الإسرائيلية المتخصصة بهذا المجال كما تم ذكر سابقاً، وعلى الرغم من الظروف السياسية الصعبة التي تعيشها الأراضي الفلسطينية، من سطوة الاحتلال الإسرائيلي، وممارساته البشعة على أرض الواقع، وظروف الانقسام السلبية، إلا أن المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية استطاعت أن تشق طريقها بسرعة وتتربع على عرش الوسائل الاعلامية الفلسطينية.

1- نشأة المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية :

حصلت السلطة الوطنية الفلسطينية في الثاني والعشرين من آذار (مارس) عام 2000م على موافقة الحكومة الأمريكية بمنحها كوداً خاصاً على شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت" بما سمح للمؤسسات والشركات الفلسطينية وضع كود "PS" على عناوينها، وفتح المجال أمام العديد من الهيئات المختلفة والأفراد للاشتراك بالشبكة .

واستطاعت المواقع الإلكترونية أن تجد لها موطئاً على شبكة الإنترنت بالرغم من الإمكانيات المحدودة ونقص الخبرات في مجال النشر الإلكتروني والظروف السياسية والاجتماعية التي مر بها الشعب الفلسطيني، ومع التطور الهائل في شركات الإنترنت والخدمات التي تقدمها أصبح هناك العديد من المواقع الإلكترونية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، إذ ظهرت صحيفة القدس والحياة الجديدة والبلاد في حزيران (يونيو) 1996م، علموقامين الذي تملكه مؤسسة الأنترنيوز بمنطقة الشرق الأوسط والأيام في تموز (يوليو) 1996م، تبعتها صحف أخرى منها : الرسالة، والاستقلال، والكرامة، والمنار، وأخبار الخليل وغيرها، إذ أصبح لمعظم الصحف الفلسطينية مواقع على شبكة الإنترنت ويشرف على مواقع الصحف المذكورة شركات متخصصة، تقوم بتصميم الموقع وإخراجه على شبكة المعلومات، علماً أن جاذبية هذه المواقع متفاوتة، وفقاً لإمكانيات كل شركة وقدرات العاملين فيها، فجريدتي القدس والأيام أكثر تطوراً وجاذبية وحيوية من موقع جريدة الحياة الجديدة، فهما يتسمان بالتجديد والتطور واستخدام تقنيات مختلفة في تقديم المادة التحريرية، واستخدام برامج مختلفة أبرزها : البيج ميكرو، وأدوبي فوتوشوب، وكوريل درو .

وتعتبر بداية الصحافة الإلكترونية الفلسطينية هي توثيق صحيفة القدس موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت عام 1995، وقد توالى الصحف الفلسطينية في تدشين مواقع لها على الشبكة، ويعتبر موقع شبكة أمين الإعلامية الذي انطلق في آذار 1996م، أول موقع إلكتروني إخباري فلسطيني بامتياز، حيث سبقت الشبكة صحيفة الأيام بعدة أشهر، فحسب سجلها لدى شركة نت ويرك سليوشن فقد بدأت باسمها الحالي بتاريخ 1996/6/8م، كما أن شبكة أمين أول من نظمت دورات للإعلاميين في كيفية التعامل مع الإنترنت، وأطلقت موقعها الإلكتروني الموجود، فضلاً عن أنها أفسحت المجال للإعلاميين وصناع القرار لنشر موادهم الإعلامية وأفكارهم.

أما موقع المركز الفلسطيني للإعلام، فقد انطلق بتاريخ 1997/12/1م، واحتل مكانة متميزة عربياً وعالمياً، فقد كان يبيت بعدة لغات هي: العربية، الفارسية، الأوردية، الروسية، الإنجليزية، الفرنسية، والملاوية، ويركز في مواضيعه على القضية الفلسطينية والمقاومة⁽¹⁾، وبذلك يعتبر موقع المركز الفلسطيني للإعلام المقرب من حركة المقاومة الإسلامية حماس ثاني المواقع الإخبارية الفلسطينية على الإنترنت بعد شبكة أمين.

اشتدت ذروة المواجهة مع الاحتلال مع دخول انتفاضة الأقصى عام 2000م، ما جعل وسائل الإعلام تتسابق بكل أنواعها إلى نقل الخبر، الأمر الذي انعكس على واقع الصحافة الوليدة بظهور العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية، سواء كانت مواقع إلكترونية إخبارية عامة، أو مواقع لصحف مطبوعة، ثم دشنت العديد من المجالات مواقع لها على شبكة الإنترنت⁽²⁾.

ووجدت المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية موقعاً متميزاً في الساحة الإعلامية، بالرغم من محدودية الإمكانيات التي كانت متوفرة ونقص الخبرات، فأنشئت مواقع إلكترونية بداية للترويج للأجنحة العسكرية لفصائل المقاومة، فهي تمتاز في جلها بأنها خدمات بالمجان، وباقتصارها على الأخبار الفلسطينية وفضح السياسات والجرائم الصهيونية على أرض الواقع، وتضم شبكة الإنترنت مواقع فلسطينية إلكترونية إخبارية ورياضية متخصصة ودينية ومنتديات حوار وتعريفية وتجارية إضافة إلى المؤسسات الرسمية والحكومية .

فكان أول موقع حزبي اتخذ الطابع الإخباري هو موقع كتائب الشهيد عز الدين القسام، والذي أنشئ في أواخر التسعينيات من القرن الماضي⁽³⁾.

دعمت الظروف وجود مواقع إخبارية متخصصة بأخبار الانتفاضة مثل مواقع: المركز الفلسطيني للإعلام، والبراق، والدرّة وغيرها، وتمتاز هذه المواقع بأنها تقدم خدماتها بالمجان، وباقتصارها على الأخبار الفلسطينية في الغالب، ويردود الأفعال على السياسات والجرائم

(1) أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي.

(2) تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية (ص 119)

(3) أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي - طلبة جامعة النجاح الوطنية أنموذجاً (ص 79)

الصهيونية على الأرض، وإبراز التعاطف الدولي والإقليمي مع القضية الفلسطينية، دون نشر أنباء تذكر عن الدول الأخرى إلا ما ندر⁽¹⁾.

وأصبحت الساحة الفلسطينية تعج بالمواقع الإلكترونية الإخبارية ولم يعد تداول الأخبار حكراً على صحيفة أو محطة تلفزيونية أو إذاعة وأصبح بإمكان من يبحث عن خبر أن يجده بعد دقائق من حدوثه، فقد ظهرت في فلسطين صحف إلكترونية بحتة ليس لها إصدار ورقي مثل صحيفة دنيا الوطن، إضافة إلى المحاولات التي برزت في فلسطين لإنشاء مواقع إلكترونية إخبارية، وصحف إلكترونية من قبل بعض الفلسطينيين المقيمين في الخارج⁽²⁾.

كما دخل القطاع الخاص بقوة في العام 2004 إلى الصحافة الإلكترونية في فلسطين بعد منح ترخيص من قبل وزارة الإعلام لشبكة فلسطين الإخبارية كأول وكالة فلسطينية خاصة، والتي تبعتها بعد ذلك بمدة قصيرة موقع وكالة "معا" الإخبارية، ومع مرور الوقت برز دور الموقعين في متابعة الأحداث، حيث ظهر نوع من المنافسة بين هاتين الوكالتين ووكالة الأنباء الرسمية "وفا"، وتعتمد المحطات المحلية الخاصة، وخاصة المتلفزة، بالأساس حالياً على شبكة فلسطين الإخبارية ووكالة "معا" لمتابعة الأحداث الجارية، في حين تعتبر وكالة الأنباء الفلسطينية "وفا" الأهم بالنسبة لهيئة الإذاعة والتلفزيون، والصحف اليومية الورقية، وبالنسبة للسفارات والممثلات الفلسطينية بالخارج⁽³⁾.

وترى الباحثة بأن المتابع لعمل المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية يجدها بأنها استطاعت أن تنتشر بقوة وأن تجذب الجمهور إليها وتزيد من عدد متصفحها؛ لأنها تقدم خدماتها بالمجان، واستطاعت أن تحصد العديد من المتابعين وتركز على الأخبار الفلسطينية، وفضح السياسات والجرائم الصهيونية، وإبراز التعاطف الدولي والإقليمي للقضية الفلسطينية، إلا أن ذلك لا يعني التربع على عرش الإعلام الفلسطيني لتلك المواقع خاصة وأنها تنتشر أخباراً مجهزة دون الإشارة إلى مصدرها، أو تقوم بعمل نسخ مطابقة لما ينشر على مواقع إخبارية أخرى دون التحقق من صحتها.

(1) خلوف، استخدامات الصفة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والإشباع المتحققة.

(2) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص 120)

(3) خلوف، استخدامات الصفة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والإشباع المتحققة (ص 73)

لذلك تعتقد الباحثة أيضاً أنه لا بد من أن يركز عمل المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين على ضرورة إصدار قوانين وتشريعات جديدة تكفل العمل الإعلامي على الإنترنت، وتحمي العاملين به وتنظم عملهم بما يجعل القائمين على تلك المواقع يقفون أمام مسؤولياتهم الأخلاقية، والاجتماعية، والقانونية تجاه ما ينشروه على مواقعهم الإخبارية .

2- أنواع المواقع الفلسطينية الإلكترونية:

تتعدد أشكال المواقع الإلكترونية الفلسطينية حسب الموضوع والاختصاص، ويمكن حصر أنواع المواقع الإلكترونية الفلسطينية فيما يلي:

أ- مواقع الصحف الإلكترونية:

حيث تنقسم الصحف على شبكة الانترنت تنقسم إلى نوعين رئيسيين هما⁽¹⁾ :

أ/1- الصحف الإلكترونية الكاملة:

وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية(الصحيفة الأم)، ويتميز هذا النوع بتقديم الخدمات الإعلامية والصحفية نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار، وتقارير، وأحداث، وصور، وتقدم خدمات إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها مثل خدمات البث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب كلها، وخدمات الربط بالمواقع الأخرى، وخدمات الربط الفوري، وأيضاً تقدم خدمات الوسائط المتعددة النصية، والصوتية، والمصورة.

أ/2-النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية:

والمقصود بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة، والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية، مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية، وخدمة تقديم الإعلانات لها، والربط بالمواقع الأخرى.

ب-مواقع إعلامية إلكترونية:

وهي مواقع على شبكة الانترنت تعمل على نقل الحقيقة، والدفاع عن القضية الفلسطينية، وتنقسم إلى عدة أقسام مواقع رسمية تابعة للسلطة الوطنية الفلسطينية، ومواقع غير رسمية تابعة للمؤسسات الأهلية، ومواقع شخصية⁽²⁾، ومواقع الكترونية تابعة لمؤسسات إعلامية مثل موقع قناة الأقصى الفضائية، وغيرها من المواقع.

(1) نصر، الانترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية (صص 101-103)

(2) تريان، الاعلام الالكتروني الفلسطيني(ص114)

3- أهم المواقع الإخبارية الفلسطينية:

أ- وكالة الأنباء الفلسطينية وفا(1):

وهي وكالة الأنباء الرئيسية الرسمية التابع للسلطة الوطنية الفلسطينية، وتأسست تطبيقاً للقرار الصادر عن المجلس الوطني الفلسطيني في دورته الاستثنائية المنعقدة في القاهرة في نيسان/ أبريل عام 1972، صدر قرار اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية بإنشاء وكالة الأنباء الفلسطينية 'وفا'، بتاريخ 1972/6/5، كهيئة مستقلة مرتبطة هيكلياً وسياسياً وإدارياً برئاسة اللجنة التنفيذية للمنظمة، لتتولى مهمة التعبئة الإعلامية والتصدي ومواجهة الدعاية المعادية، ولتكون منبراً مستقلاً يتولى نقل الأحداث الوطنية بعيداً عن أي وصاية أو تبعية، وتعتبر مصدراً رئيسياً للأخبار في الصحف اليومية في الضفة الغربية، وكذلك تعتمد عليها وكالة الانباء في نقل رواية السلطة للأحداث.

ب- المركز الفلسطيني للإعلام(2):

هو موقع إلكتروني إخباري من المواقع الأكثر زيارة في فلسطين حسب ترتيب أليسا، تأسس الموقع في 1997/12/1م كأول موقع إخباري متخصص في الصراع العربي الإسرائيلي، والموقع يعرف نفسه أنه موقع متخصص في واحدة من أخطر قضايا الأمة العربية وهي القضية الفلسطينية، فهو صوت حر انطلق منذ 19 عاما كأول موقع إخباري فلسطيني على الانترنت واحتل مكانة متميزة في المجال الإعلامي العربي والعالم، يعمل بثمانية لغات عالمية العربية، الفارسية، الأردنية، الروسية، الإنجليزية، الفرنسية، الملاوية لإيصال صوت فلسطين للعالم وصوت العالم إلى فلسطين ويركز الموقع في مواضيعه عن المقاومة والشهداء والأسرى والاستيطان كما يفسح مجالاً واسعاً لقضية القدس والمقدسات.

ج- شبكة فلسطين للحوار(3):

هو موقع إلكتروني إخباري حوارية تفاعلي ومنوع تأسست الشبكة في 2001/8/18، وتشكلت من أربعة أقسام هي السياسية، الثقافية، التاريخية، الفنية، الشرعية، وقد صنفت من المواقع الخمسين الأكثر زيارة في فلسطين حسب ترتيب أليسا.

(1) موقع وكالة الأنباء الفلسطينية وفا، أهداف الموقع (موقع إلكتروني)

(2) المركز الفلسطيني للإعلام، أهداف الموقع (موقع إلكتروني)

(3) موقع شبكة فلسطين للحوار، أهداف الموقع (موقع إلكتروني)

د - دنيا الوطن⁽¹⁾:

تأسست عام 2003 كأول موقع إلكتروني فلسطيني تهتم بالشأن الفلسطيني وتواكب الأحداث المحلية والعربية والعالمية، ولها هيئة تحريرية وعدد من المرسلين في غزة والضفة الغربية، واستطاعت منذ نشأتها الوصول إلى الصدارة من خلال تركيزها على القضايا التي تهم القارئ الفلسطيني وإتاحتها مساحة من الرأي والتعبير الحر، وتركز الصحيفة على الغريب والمثير وغير المألوف من الأخبار، وهي تنتشر الأخبار السياسية والمحلية وكما تحرص دنيا الوطن على مد القارئ أيضا بكل روافد المعرفة والإطلاع من خلال تغطيتها الصحفية الجريئة والمؤثرة عبر المواد الصحفية والقصص الإخبارية والمواد التفاعلية والوسائط كالفيديوهات والصور وفتح باب التعليقات ومشاركات القراء على مختلف الموضوعات والأقسام في الموقع، وهي الأولى من حيث المتابعة فلسطينياً وفقاً لعداد ألكسا .

هـ - وكالة فلسطين اليوم⁽²⁾:

موقع إخباري تأسس أواخر عام 2003 ويواكب كل التطورات الحاصلة في الإعلام الإلكتروني الحديث ويواكب الحدث لحظة بلحظة من خلال تقديم التقارير والتحليل المكتوبة والمصورة ويعمل عليها فريق من الصحفيين المخضرمين، وهو مقرب من حركة الجهاد الإسلامي، ويعمل فيه طاقم تحرير متكامل، ويركز على الخبر الفلسطيني فقط، وتعتمد الوكالة بشكل أساسي على محرري الدسك الموجودين في غزة فهم يتابعون مجريات الأحداث بالتعاون مع المرسلين المنتشرين في الأراضي الفلسطينية والمحيط العربي حيث تتلقى بشكل يومي الأخبار والتقارير الخاصة من 12 مراسل في قطاع غزة والضفة الغربية المحتلة و3 آخرين في الوطن العربي.

و-وكالة فلسطين برس⁽³⁾:

وكالة أنباء فلسطينية مستقلة تأسست في فلسطين 2003/8/9، وحصلت على ترخيص من وزارة الإعلام الفلسطينية في الرابع من يناير عام 2005 / كأول وكالة أنباء فلسطينية مستقلة بعد وكالة (وفا) الحكومية، سيكون لها مكاتب إقليمية وفروع ومرسلين في شتى أرجاء العالم، وذلك بهدف تقديم المواد الإخبارية والتحليلية المتنوعة.

(1) موقع دنيا الوطن، أهداف الموقع (موقع الإلكتروني)

(2) موقع فلسطين اليوم، أهداف الموقع (موقع الإلكتروني)

(3) موقع وكالة فلسطين برس، أهداف الموقع (موقع الإلكتروني)

ز- وكالة سما⁽¹⁾:

وكالة أنباء فلسطينية مستقلة انطلق موقعها الإلكتروني في 29 يناير 2005 وتصدر عن مؤسسة "براق" للإنتاج الإعلامي المرخصة من السلطة الوطنية الفلسطينية، تهتم بالشأنين الفلسطيني والإسرائيلي وتقاطعتهما العربية والإسلامية والدولية، مستهدفة فتح آفاق جديدة ومتعددة لفهم الظاهرة الإسرائيلية عبر رؤية تحليلية موضوعية تقدم للقارئ والباحث صورة حقيقية وشاملة عن الأوضاع والتفاعلات الإسرائيلية والفلسطينية المختلفة، وتحظى الوكالة بمتابعة متميزة نظرًا لتركيزها على ما يهم الرأي العام من مترجمات الصحف العبرية.

ح- وكالة معًا الإخبارية⁽²⁾:

هي وكالة أنباء فلسطينية غير ربحية تأسست عام 2005م، يقع مكتبها في مدينة بيت لحم، وتعتبر الآن وكالة معًا من وكالات الأنباء الفلسطينية المتميزة وذلك لسرعة نقلها الخبر والتواجد في أماكن الأحداث ولا تتبع لأي جهة سياسية تهدف إلى تعزيز الإعلام المستقل في فلسطين، وإقامة علاقات بين وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية، وكذلك تعزيز حرية الكلمة والتعددية في التغطية الإعلامية كعناصر محورية لتعزيز مفهوم الديمقراطية وحقوق الإنسان، وتركز الوكالة على الخبر الفلسطيني إضافة إلى الاهتمام بالشأن الإسرائيلي، وقد حظيت باهتمام واسع نظرًا لنقلها مترجمات عن الصحف العبرية تهتم الرأي العام الفلسطيني.

ط- موقع فلسطين الآن⁽³⁾:

وهي إحدى الوكالات الإخبارية الفلسطينية، التي أنشئت في الأول من أكتوبر من عام 2006م، يهتم بتغطية جميع الأحداث والموضوعات الفلسطينية، إضافة إلى أهم الأحداث العربية والدولية، وهو مقرب من حركة حماس .

ي- موقع أمد⁽⁴⁾:

هو موقع إخباري يهدف نقل الخبر الفلسطيني، مع بعض التركيز على الخبر العربي المهم، وهو مقرب من حركة فتح وتأسس عام 2007م.

(1) موقع وكالة سما، أهداف الموقع (موقع الكتروني)

(2) موقع وكالة معًا، أهداف الموقع (موقع الكتروني)

(3) موقع فلسطين الآن، أهداف الموقع (موقع الكتروني)

(4) موقع أمد، أهداف الموقع (موقع الكتروني)

ك-وكالة شهاب⁽¹⁾ :

وهي وكالة أنباء فلسطينية إخبارية تأسست في العام 2007م، وتعمل على مدار الساعة لنقل الصورة الحقيقية للأحداث المتسارعة في الساحة الفلسطينية، وترسيخ مبادئ الإعلام المهني الحر لترتقي به.

ل-وكالة الصحافة الفلسطينية "صفا"⁽²⁾:

يتمحور نطاق عمل الوكالة في فضح جرائم الاحتلال بحق الشعب الفلسطيني كأولوية وطنية وإعلامية، كما تقوم على إبراز إنجازات ونجاحات وإسهامات حياة الشعب الفلسطيني، وإبراز تعدديته البناءة من خلال تغطية تحظى باحترام كافة الأطراف والآراء والمواقف، بعيدة كل البعد عن التجريح والقذف بحق الأفراد أو المؤسسات أو الهيئات، والوكالة تركز بشكل كبير على نقل الصور ولديها اهتمام بالتقارير الصحفية وهي مقربة من حركة حماس.

م. شبكة نوى الإخبارية⁽³⁾:

وهي شبة نسوية إعلامية إلكترونية تنتهج الصدق والموضوعية، تهدف إلى تقديم إعلام نسوي مجتمعي، ولا تتكر تحيها لفئات المجتمع المهمشة من نساء، أطفال، شباب، عمالاً، ومعطلين عن العمل، وتتخذ من رام الله مقراً لها، مع وجود طاقم لها في غزة.

وترى الباحثة بأن هناك مجموعة من الملاحظات على المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية حيث ان هناك مجموعة منها تتميز بالسبق الصحفي في نشر الأخبار عبر صفحاتها، إلى جانب ان الطابع العام لغالبية المواقع تقوم بنشر أخبار منقولة عن وسائل إعلامية أخرى، انتشار ظاهرة التحيز الإعلامي خاصة الحذف الاختياري، وإهمال بعض عناصر الخبر ويظهر ذلك جلياً في المواقع الإلكترونية الحزبية، هناك بعض المواقع الإلكترونية الفلسطينية التي تهتم بإنشاء صفحات لها على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة (الفييس بوك، تويتر).

(1) موقع وكالة شهاب، أهداف الوكالة، (موقع الكتروني)

(2) موقع وكالة صفا، أهداف الموقع (موقع الكتروني)

(3) موقع شبكة نوى الإخبارية، أهداف الموقع (موقع الكتروني)

4- استخدامات المواقع الإخبارية الفلسطينية:

تتعدد استخدامات المواقع الإلكترونية الإخبارية انطلاقاً من الهدف من إنشائها، وهوية القائمين عليها، وتوجهاتهم السياسية والفكرية، والجهات الممولة، مما أوجد أشكالاً متعددة من تلك المواقع سواء الإخبارية الصرفة، أو التي تميل إلى العمل الحزبي الخالص، دون أي التزامات مهنية أو موضوعية.

حقق ميلاد المواقع الإلكترونية الفلسطينية قفزة نوعية في الساحة الفلسطينية، حيث كان من الصعب الحصول على المعلومات لولا المواقع الإخبارية، خاصة في ظل الحصار، ويمكن القول إن الفلسطينيين استفادوا إلى حد كبير في استثمار المواقع الإخبارية للحد الذي جعلهم يتصدون للحرب الإلكترونية مع العدو، وربما فاقوهم في هذا الأمر، هناك حرب إلكترونية، وما تزال، وقد استطاع الفلسطينيون المتنورون المتخصصون في هذه المواقع أن يهزموا كثيراً من هذه المواقع ودحض الرواية الإسرائيلية، وقد واكب الفلسطينيون التطور العلمي في مجال الإنترنت والمواقع الإخبارية التي انبثقت عنه، ليس كردة فعل على المواقع الإلكترونية الإسرائيلية، واستخدمت كخطط دفاعية في مواجهة الاحتلال الإسرائيلي، وخاصة خلال سنوات الانتفاضة، والتي كانت مسرحاً للهجوم والدفاع، وهذا يعطي انطباعاً مفاده أن ميلاد المواقع الفلسطينية الإلكترونية كان مواكبةً للتطورات العالمية من جهة، ورد فعل على الهجمة الإسرائيلية الإعلامية التي كادت أن تغير الروايات الحقيقية على الأرض، من جهة ثانية⁽¹⁾.

ويُعزى ذلك إلى الطفرة المعلوماتية التي وفرتها تلك المواقع الإلكترونية الفلسطينية في فترة الاقتتال الداخلي، ومواكبتها الأحداث على مدار الساعة بالصورة، والصوت، والكلمة، مما جعلها تستحوذ على القسم الأكبر من الجمهور الباحث عن المعلومة.

وأصبحت المواقع الإخبارية الفلسطينية تتفوق على غيرها من وسائل الإعلام الأخرى، من حيث كونها مصدراً للأخبار وبخاصة للشباب والطلاب والنخب، أما بخصوص سبب اختيار الفرد للمواقع الإخبارية الإلكترونية، فهذا يرجع إلى قوة الموقع وموضوعيته أولاً، ثم إلى الانتماء التنظيمي للفرد، وتوافق الموقع معه في هذا الجانب، وهذا يتعزز يومياً في ظل الثورة التقنية التي غزت العالم، بما فيه فلسطين، في المجال الإلكتروني.

(1) أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي - طلبة جامعة النجاح الوطنية أنموذجاً (ص 85)

ويمكن ضم الصحافة الإلكترونية الفلسطينية سواء كانت صفحات لصحف مطبوعة أو مواقع إلكترونية خالصة إلى النسخ "الصماء" للوسيط التقليدي، ويُعزى ذلك لافتقار هذه المواقع إلى الإمكانيات التي تتيحها صفحات الويب، لكن هذا لا يضعها في وضع ضعيف إلى هذا الحد، بل يمكن النظر إلى ذلك من باب التصويب والنقد البناء من أجل الارتقاء بما هو موجود.

ومن أسباب استخدام الجمهور للمواقع الإخبارية الفلسطينية:

تتعدد أسباب استخدام الجمهور للمواقع انطلاقاً من تعدد خيارات التعرض من ناحية، وميزاتها التي وفرتها طبيعة الإنترنت والوسائط التكنولوجية المتعددة المتوفرة فيها.

وتتلخص أسباب استخدام المواقع الإخبارية بما يأتي:

- أ- إمكانية استخدام الجمهور لهذه المواقع في أي وقت للتعرف على الأخبار.
- ب- الوصول المباشر إلى مصادر المعلومات والأخبار والموضوعات التي يهتم بها الجمهور.
- ج- الحصول على معلومات أكثر تفصيلاً وعمقاً.
- د- التعرف على وجهات نظر مختلفة.
- هـ- التعرض لأخبار وموضوعات متنوعة في مجالات مختلفة.
- و- ارتفاع مصداقية بعض المواقع مما يزيد من استخدام الجمهور لها.
- ز- إمكانية اختيار المواقع والموضوعات التي يهتم بها المستخدم بالفعل⁽¹⁾.

5- سلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية:

إن الإعلام الفلسطيني الإلكتروني يواجه العديد من السلبيات التي يجب التنويه لها والتي مثلت تحديات أمام تقدمه وتطوره رغم التطور التكنولوجي الذي يشهده العصر: ارتفاع تكلفة الاشتراك في الإنترنت حيث تشتري شركة الاتصالات الفلسطينية الإنترنت من إسرائيل حسب اتفاقيات "أوسلو"، لذا فإنه بإمكانها قطع الخدمة بأوقات مما يعني حجب خدمات المواقع الإخبارية الإلكترونية عن العالم.

(1) الموسوي، الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة (ص 61)

ب- عدم مراعاة العديد من المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية المواد المنشورة على مواقعها وتحديداً المختصة بالشؤون السياسية ولا تقوم بمراجعة وتدقيق المواد المرسلة إليها.

ج- تشجيع بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية على التحزب والفتنة والافتتال الداخلي مما يؤثر على تدمير النسيج المجتمعي.

د- غياب القوانين الضابطة أو المنظمة للعمل الإلكتروني : فلا يوجد قوانين متفق عليها تضبط النشر إلى جانب غياب ما يتعلق بمواثيق الشرف الإعلامي وأخلاقيات الممارسة الصحفية عبر الشبكة، وكذلك فيما يتعلق بانتهاك الخصوصية وحقوق التأليف والنشر والحقوق الفكرية⁽¹⁾.

هـ- الصياغة الركيكة للأخبار والموضوعات فهي تنتشر في بعض الأحيان بلا إعادة صياغة، وهذا ما يفتح المجال لنشر الإشاعات وترويجها⁽²⁾.

و- تركيز بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية على الجمهور الداخلي، وإغفال حقيقة أن هناك رواداً من مختلف بقاع المعمورة يتابعون الموقع ويزورنه ، فالزائر يتوقع أن يرى شيئاً من قضايا مطروحة في أقسامه الموقع المختلفة ، مع هامش معين من التعرض للقضايا العالمية والإقليمية⁽³⁾.

6- تحديات المواقع الإخبارية الفلسطينية:

إن المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية تواجه عدداً من العقبات والمشكلات التي تقف عائقاً أمام تطورها وتحقيق أهدافها نذكر أهمها⁽⁴⁾:

أ -مشكلات حزبية :

انحياز المواقع الحزبية إلى ممارسة الخداع والتضليل ،والتركيز على تزييف الحقائق والمواقف وتشويه الوقائع والأحداث، ولعل الانطباع الأول الذي تفرزه الوهلة الأولى في سياق

(1) ناجي، الصحفي الإلكتروني (ص101)

(2) جبريل، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيبات أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى

(3) أبو وردة ، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه السياسي .

(4) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص134-133)

بحث أداء ومعالجات هذا الموقع يخلص إلى تعدها الاصطياد في الماء العكر عندما تسمح لها الفرصة ،وعدم التواني في الإساءة إلى تنظيمات سياسية بعينها على الساحة الوطنية، ومحاولة تشويه مواقفها وتلوّث سمعتها⁽¹⁾.

ب-مشكلات مهنية :

وتتمثل في عدم وجود مراسلين متخصصين للمواقع الإلكترونية، فعدد كبير من العاملين لديهم ضعف في القدرات المعنية من حيث الدراية بالعمل الصحفي وفنونه، وهذا يتجلى واضحاً في طريقة صياغة الأخبار والتقارير وكيفية نشرها في بعض المواقع⁽²⁾.

ج-مشكلات تقنية :

إذ إن شبكة الاتصالات هي أحد المعوقات الأساسية؛ فخدمة الإنترنت في الأراضي الفلسطينية تأتي من خلال شركات إسرائيلية، وهي تحاول دوماً قطعه، وتسبب عائقاً أمام شبكة الإنترنت وتعميمها، إضافة إلى بطء الإنترنت وتصفح المواقع، وعدم إلمام بعض الصحفيين بتقنيات الكمبيوتر والإنترنت، إلى جانب حجب خدمات المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية عن العالم في بعض الأوقات⁽³⁾.

د-مشكلات مالية :

تجد العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية صعوبة في الحصول على التمويل اللازم لتلبية احتياجاتها والوفاء بالتزاماتها نحو العاملين فيها تتمثل في تدني مستوى المعيشة، والظروف الاقتصادية الصعبة التي يعيشها الشعب الفلسطيني، مما يقف حجر عثرة أمام التقدم نحو التكنولوجيا، إضافة إلى عدم وجود تمويل.

هـ - مشكلات سياسية :

وتتمثل في الظروف السياسية الراهنة، والتي انعكست على وضع الصحف الإلكترونية بإغلاق الطرق، والحصار المفروض على بعض المناطق، الذي من شأنه أن يحول دون وصول الصحفي إلى مكان عمله، وهذا يؤثر على مستوى الصحف الإلكترونية، وكذلك انعكاس الوضع السياسي على حياة الصحفيين⁽⁴⁾.

(1) بسيسو، الصحافة الإلكترونية بين آفاق النزاهة والمهنية وآفات التعصب والانغلاق .

(2) السيد، المعوقات والصعوبات التي تواجه المواقع الإلكترونية. (موقع إلكتروني)

(3) بندر، المشهد الإعلامي الفلسطيني في الإنترنت (موقع إلكتروني)

(4) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص 88)

هـ-مشكلات المضمون الإعلامي :

لازالت عدد من المواقع الإلكترونية الإخبارية تعاني من ضعف المحتوى وقلة الاهتمام بتحليل المحتوى بعمق واعتمادها على مصادر غير موثوقة، فبعض المواقع تعمل على نسخ الخبر كما هو من موقع آخر دون الإشارة إلى المصدر أو التأكد من صحته، نتيجة لنقص التشريعات القانونية الناظمة للعمل الإلكتروني.

و-مشكلة قرصنة المعلومات، والنسخ عن المواقع :

وهي مشكلة كبيرة تواجهها هذه المواقع، حيث أن انحياز المواقع الحزبية إلى ممارسة الخداع والتضليل والتركيز على تزييف الحقائق والمواقف، وتشويه الوقائع والأحداث أويتم بشكل غير مباشر.

ويرى بعض المتخصصين أن المواقع الإلكترونية هي نسخ كربونية عن بعضها بعضاً، إضافة إلى سرقة الأخبار والمعلومات دون ذكر المصدر.

ولا توجد في فلسطين جهة مسؤولة لمراقبة المواقع الإخبارية الإلكترونية، حيث يمر القارئ على المواقع الإلكترونية الفلسطينية فإن يجد في الغالب ذات الصياغة لنفس الخبر، في الوقت الذي تكتفي فيه وزارة الاتصالات الفلسطينية بفرض الرقابة الإدارية على المواقع الحكومية فقط، كما أن الهيئة الفلسطينية الوطنية لمسميات الإنترنت لا تقوم بأي رقابة رسمية إلا على المواقع المسجلة ضمن المجال الفلسطيني PS⁽¹⁾.

(1) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص133-134)

المبحث الثاني: الإعلام والمرأة الفلسطينية

تشكل النساء نصف عدد سكان الكرة الأرضية تقريباً، ولكن حضورهن الإجمالي في الأخبار على مستوى العالم لا يتجاوز ما نسبته 24% فقط⁽¹⁾، وزيادة على ذلك فإن هذه النسبة القليلة تحتوى على معالجات ظالمة من شأنها تكريس الصورة النمطية عن المرأة وحصر دورها في الرعاية المنزلية والشؤون الجمالية والتبعية للرجل، فمثلاً حضور المرأة في قصص الاقتصاد توقف عند حدود 2% فقط⁽²⁾، وفي بلدان الشرق الأوسط تراوحت نسبة حضور المرأة في الأخبار بين 14% سنة 1994 و16% سنة 2010، وكان حضورها في القصص ذات العلاقة بالسياسة والحكومة بنسبة 10% فقط⁽³⁾، ولدينا تشكل النساء ما نسبته 49.2% من مجموع السكان في الضفة الغربية وقطاع غزة⁽⁴⁾، ولكن نسبة مشاركتهن كمتحدثات في نشرات الأخبار التي بثها تلفزيون فلسطين خلال الفترة من 14-27 أيار من عام 2010 كانت 15.5% فقط⁽⁵⁾.

وجاء منهاج مؤتمر بكين عام 1995 ليؤكد على قرار المجلس الاقتصادي والاجتماعي وعلى ما جاء في الفقرة (86) من الإستراتيجية لتقدم المرأة عام 2000 التي أقرت في مؤتمر المرأة العالمي الثالث الذي عقد في نيروبي عام 1985، والذي نص على ما يلي: "على الحكومات والأحزاب السياسية تكثيف الجهود، لضمان وتأمين المساواة في إسهام المرأة في جميع الهيئات التشريعية الوطنية والمحلية، وضمان المساواة في التعيين والاختيار والترقية للمناصب العليا في الفروع الإدارية والتشريعية والقضائية لهذه الهيئات على المستوى المحلي"⁽⁶⁾.

(1) مجموعة مصادر، تقرير: التعلم عن سياسة الصحافة والإعلام المرتبطة بالجنس والأخلاق (ص4)

(2) المرجع السابق، ص21.

(3) الرصد الإعلامي، تقرير: الشبكة العربية لرصد وتغيير صورة المرأة والرجل في الإعلام .

(4) الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، المرأة والرجل في فلسطين قضايا وإحصائيات.

(5) شبكة أمين الإعلامية، التلفزيون الفلسطيني دراسة تقييمية (ص38)

(6) نادر، النساء الفلسطينيات والانتخابات (ص24)

وأكدت العديد من الدول العربية على أهمية الاهتمام بالمرأة العربية في الوطن العربي، من خلال انعقاد العديد من المؤتمرات ووضع الخطط والإستراتيجية للنهوض بها؛ لأن النهوض بها يعني النهوض بالمجتمع، ووضعت جامعة الدول العربية مع اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الأوسكو) وبحوث المرأة (كوتر)، خطة عربية للنهوض بالمرأة العربية حتى عام (2005) (1).

أولاً : إحصائيات المرأة الفلسطينية (2):

أظهرت أحدث إحصائية صدرت عن الإدارة العامة للأحوال المدنية بوزارة الداخلية أن عدد سكان قطاع غزة بلغ مع نهاية العام 2016، مليونين و15 ألفاً و64 نسمة وتبلغ نسبة الذكور 50.66% ، ونسبة الإناث 49.34% ، ويوضح الجدول الآتي عدد السكان حسب محافظات القطاع:

جدول (2.1): يوضح عدد سكان قطاع غزة للعام 2016م

المحافظة	ذكور	إناث	المجموع
رفح	122,275	619,121	243,894
خان يونس	193,21	187,182	380,203
الوسطى	138,329	136,910	275,239
غزة	375,161	363,171	738,332
الشمال	162,713	156,768	319,481

(1) رمزي، سيكولوجية المرأة (ص6)

(2) وزارة الداخلية، تقرير صادر عن الإدارة العامة للأحوال المدنية بوزارة الداخلية.

ثانياً: مراحل تطور الإعلام النسائي في فلسطين:

1- من عام 1900 حتى عام 1948م:

يمتاز الإعلام الفلسطيني منذ زمن بعيد بخصوصية فرضتها الظروف الخاصة التي مر بها التاريخ النضالي الفلسطيني، فارتبط العمل الإعلامي في فلسطين ارتباطاً وثيقاً بالعمل السياسي والنضالي في هذه المرحلة، وتأثر بالواقع السياسي الذي عاشه الشعب الفلسطيني⁽¹⁾.

ويجد المتتبع لتاريخ صحافة المرأة والأسرة الفلسطينية أنها تتميز عن غيرها من صحافة الأسرة والمرأة في أية دولة عربية نتيجة للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي كان يمر بها الشعب الفلسطيني بسبب الاحتلال الذي وقعت تحت سيطرته.

ولا يجد الباحث في مراجع الصحافة العربية على مدى تاريخ الصحافة الفلسطينية أية صحيفة أو مجلة للمرأة والأسرة إلا بعض الكتابات النسائية في الصحف والمجلات التي كانت تصدر في فلسطين مثل مجلة الأصمعي التي كان صاحبها ومحررها حنا عبد الله العيسى والتي صدرت أول سبتمبر عام 1908 في مدينة القدس، وشاركت فيها بعض الأقسام النسائية مثل منانة الصيداوي قرينة الصحافي عادل جبر محرر جريدة الترقى⁽²⁾.

وبرزت مجلة المرأة المتخصصة في فلسطين مع ازدياد حركة المقاومة والنضال الفلسطيني، وقسمت المجلات في هذه الفترة إلى عدة أنواع منها صحافة أو مجلات تهتم بالمرأة الفلسطينية والتي أصدرتها المنظمات الفلسطينية، أو النشرات والمجلات التي أصدرتها مجلات العمل النسائي الفلسطيني داخل الأراضي المحتلة⁽³⁾.

وكانت بداية دخول المرأة الفلسطينية عالم الصحافة هي أوائل العشرينات، ولكن بأعداد قليلة جداً، وهناك نخبة من الكاتبات المثقفات اللواتي استمرت أسمائهن لأمعة لعدة سنوات طويلة، ومن أهمهن: ماري شحادة وساذج نصار.

وابتدأت الصحفية ماري شحادة دخولها عالم الصحافة بعد قراءتها لمجلة العروس الشهيرة والتي كان صاحبها ماري نجمي، إضافة إلى أنها كانت ترأسل مجلة مرآة الشرق التي

(1) مركز المعلومات الوطني الفلسطيني، واقع المرأة في العمل التلفزيوني والإذاعي في فلسطين (ص 1)

(2) سليمان، تاريخ الصحافة الفلسطينية 1867-1976 (ص 95)

(3) إبراهيم، الصحافة النسائية في الوطن العربي (ص ص 97-98)

صدرت سنة 1923، ثم بعد ذلك أصبحت من كتابها الدائمين بعد زواجها من بولس شحادة صاحب مجلة مرآة الشرق⁽¹⁾.

كما كانت ساذج نصار أكثر الصحفيات شهرة في العهد العثماني، فاعتبرت اليد اليمنى لزوجها نجيب نصار في العمل بجريدة الكرمل التي كان هو صاحبها والصادرة في فلسطين، وانتشر اسم ساذج نصار منذ عام 1923 من خلال عملها في جريدة الكرمل، وفي مجلة الهلال المصرية من خلال مقالاتها التاريخية والاجتماعية والنسائية، وبعد ذلك أصبحت رئيسة تحرير مجلة الكرمل ما بين عام 1941-1944⁽²⁾، وتولت بعد ذلك الصحيفة ساذج نصار أمينة سر الاتحاد النسائي العربي بحيفا بعد انتخابها، فكانت تخطب وتكتب وتقود المظاهرات في هذه الفترة⁽³⁾.

وتعرضت الصحفية ساذج نصار للسجن من قبل القوات البريطانية وحكم عليها بالسجن لمدة ثلاثة شهور ثم جددت لستة شهور لأنها كانت تكتب ضد الاحتلال الإسرائيلي والانتداب البريطاني، وهي أول من نبهت العرب إلى خطر الاحتلال الإسرائيلي⁽⁴⁾، وشاركت المرأة الفلسطينية بالعديد من المقالات في الصحف وعبر الإذاعة مثل التي نشرت على صفحات جريدة الدفاع عام 1943⁽⁵⁾.

وبالنسبة لدور المرأة في الإعلام الفلسطيني المسموع والمرئي برزت في هذه الفترة الإذاعات الإعلامية مثل سائدة نصار وفاطمة الديري، كما قمن بالتسجيل في إذاعة هنا القدس الناشئة عام 1936، وكان لها دور هام في دعم الثورة عام 1936 وهي وعدد من النساء الفلسطينيات.

ونشأت في أوائل الأربعينات إذاعة الشرق الأردني في مدينة حيفا ثم انتقلت إلى مدينة يافا، وسجلت في هذه الإذاعة العديد من الإعلاميات ولكن انتقلن بعد ذلك للعمل في إذاعات عربية مثل عائشة التيجاني وكوثر النشاشيبي وزاهية غياب⁽⁶⁾.

(1) OraybArefNajjar& Kitty Warnoc, Portraits of Palestinian Women, (p.233)

(2) طويي، التحديات التي تواجه المرأة العربية في نهاية القرن العشرين (ص ص 170 - 171)

(3) Soraya Antonius, Fighting on Two Fronts :Conversations With Palestinian Women (p.37).

(4) النجار، دور المرأة الفلسطينية في الصحافة تحت الانتداب البريطاني(ص209).

(5) مؤسسة ذاكرة المستقبل، موسوعة المرأة العربية (ص403)

(6) مركز المعلومات الوطني الفلسطيني. المرأة الفلسطينية والإعلام (ص2)

وقامت عريفة النجار في قرية لفتا بأول مدرسة أنشأت في هذه القرية للبنات، في إشراكهن في برنامج الأطفال في القدس حيث قدمن رواية عمر بن الخطاب، وبرزت فاطمة البديري في مجال الإذاعة، وعملت إلى جنب زوجها عصام حماد في الإذاعة بمدينة القدس ورام الله وكانت رائدة في هذا المجال (1).

ولم تتطور الصحافة النسائية في فلسطين هذه الفترة، ولكن ما تم بالفعل أثناء فترة الانتداب البريطاني هو استخدام النساء للصحف الرئيسية على نطاق واسع للإعراب عن انشغالهن عن المشاركة بالحياة السياسية، وأيضاً أصبح هناك عدد من النساء الفلسطينيات الصحفيات البارزات شاركن بالصحف الكبرى من خلال المشاركة بالكتابة في صفحات خاصة بالنساء في بعض الأوقات بصفتهم محررات أعمدة ومنهن ماري شحادة وساذج نصار وفايزة عبد المجيد وأسمى طويي (2).

إن صورة المرأة في الصحافة في هذه الفترة كانت مشرقة كما أبرزتها جريدة فلسطين، والدفاع، والعرب، والجامعة الإسلامية، وهناك أقلام نسائية غاضبة ضد الاحتلال، وكان للمرأة ودورها نصيب على صفحات الجرائد بعد كل مظاهرة أو اجتماع (3).

2- من عام 1948 حتى عام 1967م:

توقفت الصحافة في هذه الفترة وهاجرت مع اللاجئين الفلسطينيين إلى الدول العربية المجاورة، نظراً للظروف التي مرة بها فلسطين، وصدرت العديد من المجلات والصحف الفلسطينية والتي تعبر من خلال صفحاتها عن الواقع الفلسطيني، وواصلت النساء الكتابة الوطنية في الصحافة، وكان من أبرز الصحفيات في هذه الفترة فايزة عبد المجيد، وخيرية قاسمية، وسلمى الجيوسي، وسميرة أبو غزالة (4).

وساهم تشكيل الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية في مشاركة المرأة الفلسطينية الإعلامية من خلال اللجنة الثقافية والإعلامية التي تفرعت منها عدة لجان متخصصة للاتحاد، فكانت تصدر مجلة الفلسطينية كلسان حال الاتحاد (5).

(1) النجار، دور المرأة الفلسطينية في الصحافة تحت الانتداب البريطاني (ص 210)

(2) تاكر، ومارجريت، النساء والنوع في الشرق (ص 148-180)

(3) النجار، دور المرأة الفلسطينية في الصحافة تحت الانتداب البريطاني (ص 209)

(4) المرجع السابق، ص 210 - 211

(5) السمييري، واقع المرأة في العمل التلفزيوني والإذاعي في فلسطين (ص 32)

وتولت أسمى طوبي عام 1948 تحرير الصفحة النسائية في جريدة فلسطين، وكما حررت نفس الصفحة في مجلة الأحد في بيروت، ونشرت عدة مقالات في السياسة والاجتماع والأدب لنجوى قعوار فرح في العديد من الصحف، وشاركت مع زوجها رفيق بإصدار مجلة الرائد لسنة 1957، ونشرت فيها العديد من المقالات عام 1965⁽¹⁾.

وشاركت المرأة الفلسطينية على الصعيد الإعلامي الدولي في عدة مؤتمرات دولية مثل المؤتمر العالمي لبحث القضايا الاجتماعية الذي عقد في اليونان عام 1959 وكانت السيدة عصام عبد الهادي ممثلة عن دور الأردن، كما شاركت الحركة النسائية في مؤتمر المرأة الإفريقي - الآسيوي في القاهرة عام 1961، والمؤتمر النسائي العربي السادس الذي عقد في القاهرة عام 1966.

وعلى الرغم من هذا الدور النضالي والسياسي والاجتماعي للمرأة الفلسطينية الذي خاضته، إلا أنها تأخرت في بروز دورها الإعلامي المهني، وحين يعود تاريخ الإعلام الفلسطيني إلى سنوات ما قبل الانتداب البريطاني، فلم نلاحظ إبراز دور المرأة الفلسطينية الإعلامي والمهني كدور الرجل، بل أخذ شكلاً مختلفاً كما تم ذكره سابقاً، ويرجع ذلك إلى العادات والتقاليد التي كانت لا تسمح للمرأة الفلسطينية بممارسة العمل الإعلامي بشكل واسع، بل اقتصر على عدد محدود من النساء الفلسطينيات اللواتي مارسن هذا العمل الإعلامي بتشجيع من أزواجهن الذين عملوا في الحقل الإعلامي مثل "منامة الصيداوي، وسائدة نصار، وماري بولس، وأسمى طوبي، ونجوى قعوار، وسميرة عزام"، وقامت بعض النساء الفلسطينيات في تلك الفترة بالكتابة بأسماء مستعارة، خوفاً من التعرف عليهن من قبل أسرهن والمجتمع المحيط كون العمل الصحفي في تلك الفترة يعتبر عملاً غير مقبول اجتماعياً، ويخرج عن نطاق الأعمال التي كان المجتمع يسمح للنساء القيام بها مثل التدريس والتمريض، لأن العمل الصحفي يتطلب خروج المرأة إلى معترك الحياة التي تؤدي إلى الاختلاط بالرجل في مجتمع غلبت عليه سمات المجتمع المحافظ⁽²⁾.

3- من عام 1967م حتى عام 1987م:

أطلقت الصحافة مجال لانتشار إبداعات وأقلام المرأة الفلسطينية في هذه المرحلة، وخاصة في مجال الكتابة عبر الصحف والمجلات، وكانت الكتابة عند المرأة الفلسطينية تمثل

(1) مؤسسة ذاكرة المستقبل، موسوعة المرأة العربية (ص ص 512 - 540)

(2) إسماعيل، المرأة والإعلام (ص 32)

إحدى وسائل التعبير عن قضيتها وآمالها القومية، ووسيلة تقدم من خلالها نضال شعبها وصموده ضد الاحتلال الإسرائيلي الغاشم.

وبلغت نسبة الصحفيات الفلسطينيات المنتسبات لرابطة الصحفيين 6% عام 1985 من مجموع المنتسبين إلى هذه الرابطة رغم قلة هذه النسبة، لدرجة أنها تقترب إلى النذرة إلا أن ذلك يشير إلى تقدم المرأة في العمل في مجال الصحافة التي تتطلب حركة أكثر من الأعمال الأخرى⁽¹⁾.

وصدر في هذه الفترة بعض الأعمال الإعلامية الصادرة عن الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية منها " صوت المرأة الفلسطينية " وكان ظهور أول عدد في 25 نيسان 1967 لكن لم ينتظم صدورها، كما لم يتوقف العمل الإعلامي للاتحاد العام للمرأة الفلسطينية فصدرت مجلة " الفلسطينية الثائرة " في عمان عام 1970⁽²⁾ فهي المجلة التي تتدرج تحت إطار الصحف والنشرات التي تصدرها الاتحادات الشعبية والمهنية الفلسطينية، وهي شكل من أشكال المقاومة الفلسطينية، نوع من الأنواع الذي تغلب عليه صفة عدم الانتظام والاستمرار تبعاً للظروف التي يعيش فيها الشعب الفلسطيني، وأصبحت تهتم بشئون المرأة الفلسطينية⁽³⁾.

وعانى الإعلام الفلسطيني خلال سنوات الاحتلال الإسرائيلي، كما أشرت في بند سابق، من معيقات كبيرة كان سببها الأساس سياسة سلطات الاحتلال الإسرائيلي تجاه الإعلام الفلسطيني، والتي لم تسمح بصدور الصحف بحرية، وقمعت حرية الرأي والتعبير في الأراضي الفلسطينية المحتلة، وعلى الرغم من هذه السياسة برزت بعض الأطر النسوية التي أخذت على عاتقها توعية المرأة الفلسطينية إعلامياً وسياسياً وثقافياً، وظهرت العديد من الشخصيات النسائية في مجال الإعلام أمثال: "عصام عبد الهادي، وفدوى اللبدي، وفريال عبد الرحمن، وفتحية العسال، وفيحاء عبد الهادي، وسهام أبو غزالة، وإلهام أبو غزالة، وعبير شحادة، وحليمة جوهر، وسحر الوزني، وصباحية عوض، ومها الكردي، وميسون الوحدي، ونائلة صبري، وفاتنة القباني، وحياة البط، وسهير شويكة، ومنتهى جرار، ويولاند البطارسة، ومادلين إلياس، ووداد البرغوثي، وعطاف عليان، وغيرهن من النساء"⁽⁴⁾.

(1) إسماعيل، المرأة الفلسطينية من هزيمة 1967 إلى 1987 (ص ص 14 - 15)

(2) إسماعيل، المرأة والإعلام (ص 2)

(3) إبراهيم، الصحافة النسائية في الوطن العربي (ص 100)

(4) السمييري، صورة المرأة في الإعلام الفلسطيني (ص 4)

4- من عام 1987 حتى عام 1994م:

عانى الإعلام الفلسطيني خلال سنوات الاحتلال الإسرائيلي من العراقيل والمعوقات التي وقفت أمامه ولم يسمح بصدور الصحف بحرية، وقمع حرية التعبير والرأي في الأراضي الفلسطينية المحتلة، وعلى الرغم من هذه السياسية برزت الأطر النسوية التي أخذت على عاتقها توعية المرأة الفلسطينية إعلامياً وسياسياً وثقافياً⁽¹⁾، وصدرت في هذه المرحلة العديد من المجالات التي تعبر عن واقع المرأة الفلسطينية مثل "مجلة الفلسطينية" الصادرة عن الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية، وأول عدد صدر لها في عام 1988، وكانت لها خصوصية المرأة الفلسطينية التي نزلت إلى ميدان المعركة ومشاركتها في صناعة الانتفاضة الفلسطينية، وفي نفس العام صدرت مجلة "صمود المرأة" المنبثقة عن اتحاد العمل النسائي الفلسطيني في فلسطين، و"المرأة" الصادرة عن مركز الدراسات النسوية بالقدس في مارس عام 1991، ومجلة "زيتونا" الصادرة في أيلول سنة 1991 عن اتحاد الجمعيات النسائية التطوعية⁽²⁾.

وبرزت في تلك الفترة إعلاميات فلسطينيات في مجال المراسلة والتصوير الصحافي والتلفزيوني، ومنهن على سبيل المثال رولا أمين التي بدأت عملها كمصورة تلفزيونية لشبكة CNN في الضفة الغربية، والتي عملت مراسلة لهذه الشبكة، والمصورة الصحافية رولا الحلواني التي عملت مع وكالة أنباء رويترز، المصورة والمخرجة التلفزيونية بثينة خوري، والمصورة التلفزيونية سهير إسماعيل وغيرهن من الإعلاميات الفلسطينيات⁽³⁾.

5- من عام 1994 حتى عام 2000م :

جاء تشكيل وزارة الإعلام الفلسطينية كوزارة لرعاية ومتابعة الشؤون الإعلامية لتسهم إيجابياً في تفعيل العمل الإعلامي الفلسطيني الذي كان يعاني طوال سنوات الاحتلال، حيث منحت وزارة الإعلام عدة تراخيص لصحف ومجلات نسائية منها صوت النساء القائمة حتى الآن والتي هي لسان حال المرأة الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة وتشارك فيها العديد من النساء العاملات في مجال الإعلام، ومجلة ينابيع الصادرة عن جمعية المرأة العاملة، وأيضاً مجلة الغيداء الصادرة عن مركز شؤون المرأة⁽⁴⁾.

(1) مركز المعلومات الوطني الفلسطيني، واقع المرأة في العمل التلفزيوني والإذاعي في فلسطين (ص 4)

(2) إسماعيل، المرأة الفلسطينية من هزيمة 1967 إلى 1987 (ص 100-105)

(3) مركز المعلومات الوطني الفلسطيني، واقع المرأة في العمل التلفزيوني والإذاعي في فلسطين (ص 4-5)

(4) المركز الفلسطيني للإعلام، المرأة الفلسطينية والإعلام. المرأة الفلسطينية والإعلام (ص 2)

وشكلت الفلسطينيات العاملات في الحقل الإعلامي عند دخول السلطة الفلسطينية نسبة 20% من مجموع الإعلاميين الفلسطينيين وهي نسبة ضئيلة مقارنة بعدد النساء المتخرجات من الجامعات الفلسطينية في تخصصات إعلامية مختلفة⁽¹⁾.

فكان للإعلاميات الفلسطينيات دور بارز في التجربة التلفزيونية الفلسطينية حين تم بث أول نشرة إخبارية تجريبية من القدس، وظهرت لأول مرة ثلاث إعلاميات فلسطينيات في أول نشرة أخبار تلفزيونية فلسطينية، وهن إيمان الشريف، وشروق الأسعد، وبيناز السميري إلى جانب الإعلامي باسم أبو سمية، وساعدت هذه التجربة إلى توجه المذيعات إلى العمل في قطاعات إعلامية تلفزيونية مختلفة⁽²⁾.

ولم تقتصر هذه التجربة الفلسطينية الأولى في مجال الأخبار على تدريب مذيعين ومذيعات، بل تم تدريب العديد من التقنيين على العمل التلفزيوني المهني، وتخرجت من هذه الدورة كل من دانا الحموري والتي تخصصت فيما بعد بالمونتاج التلفزيوني، والمصورة عندليب عدوان، والمصورة ماجدة السقا، وغيرهن.

وعند الحديث عن إعلام قضايا المرأة الفلسطينية لا نستطيع إخفاء كون وسائل الإعلام الفلسطينية كانت ومازالت تغلب الجانب السياسي وتهتمّ الجانب الاجتماعي.

وترى الباحثة بأن ذلك يرجع لعدة أسباب منها أن الإعلام الفلسطيني ما زال يتجنب التطرق إلى مواضيع مثيرة للجدل والتي من الممكن أن تزعزع أمان المجتمع، كما أن الإعلاميين الفلسطينيين غير مدربين ويخشون المغامرة ويستصعبون الوصول إلى المعلومات لأن الأسرة الفلسطينية تتكتم على الانتهاكات عموماً، والانتهاكات ضد المرأة خصوصاً، إضافة إلى الموسمية في تغطية قضايا المرأة.

وبدورها تسهم الحركة النسوية الفلسطينية في تعزيز التغطية الإعلامية الإيجابية لقضايا المرأة، فتقوم هذه المؤسسات النسائية بإنتاج برامج إذاعية وتلفزيونية تتعرض فيها بالشرح والإسهاب لقضايا المرأة الحقوقية، ويشير استطلاع للرأي أعدته لجنة المرأة والطفل في وزارة الإعلام الفلسطينية إلى أن حوالي 64% من المستطلعات يعتقدن أن المؤسسات النسوية تدعم الإعلام المتخصص بقضايا المرأة، بينما تعتقد 36% عكس ذلك⁽³⁾.

(1) المركز الفلسطيني للإعلام، المرأة الفلسطينية والإعلام. المرأة الفلسطينية والإعلام (ص 4)

(2) مركز المعلومات الوطني الفلسطيني. واقع المرأة في العمل التلفزيوني والإذاعي في فلسطين (ص 6).

(3) عندليب عدوان، قابلتها: أشواق رحمي (5 فبراير 2017)

وأخذت العديد من الجمعيات النسوية على عاتقها المساهمة في طرح قضايا المرأة كالصحة الإنجابية، والعنف ضد المرأة، والحق في التعليم، واختيار المصير، والعدالة والتكافؤ في كافة الحقوق والواجبات من خلال الإعلام، مثل ما قامت به جمعية المرأة العاملة وأنتجت برامج إذاعية حول المرأة الفلسطينية مثل برنامج بعيون النساء والذي يذاع في راديو أمواج وأجيال وصوت فلسطين وراديو بيت لحم عام 2000، كما أنتجت الجمعية برنامج شبابيك بالتعاون مع تلفزيون القدس التربوي، كما أنتج مركز شئون المرأة برنامج مع المرأة منتصف عام 1997 وحتى عام 2000 وأذيع هذا البرنامج في أربعة محطات إذاعية أخرى في شمال ووسط الضفة الغربية، وأنتج أيضاً البرنامج التلفزيوني بصراحة عام 98 - 99 بالتعاون مع تلفزيون فلسطين، أما مركز المرأة للإرشاد القانوني والاجتماعي في القدس فقد أنتج برنامجاً إذاعياً بعنوان المرأة والقانون في عام 97 - 98 بالتعاون مع صوت فلسطين، وقام برنامج دراسات التنمية في جامعة بيرزيت بإنتاج البرنامج الإذاعي البيرد عام 98 - 99، أما جمعية تنظيم وحماية الأسرة فقد أنتجت برنامجاً إذاعياً حول الصحة للجميع لمدة أربعة أشهر عام 1998م⁽¹⁾.

6- من عام 2000 حتى عام 2007م:

أدت المرأة خلال أعوام الانتفاضة الثانية دوراً لا يقل أهمية عن دور الرجل في اقتحامها ميادين العمل في المجال الإعلامي، سواء في الفضائيات أو الصحف العربية أو العالمية، أو وسائل الإعلام المحلية المختلفة المرئية والمقروءة والمسموعة، واستطاعت بجهداتها الدعوب منافسة الرجال، والحصول على شهادات تقدير من المنظمات الصحفية مثلما حصلت العديد من الإعلاميات الفلسطينيات العاملات مع القنوات الفضائية العربية على جوائز الصحافة العربية عام 2001 ضمن أصل 22 شخصية أو مؤسسة صحفية منحت جوائز لعشر نساء خمسة منهن إعلاميات فلسطينيات، وأصيب العديد من الصحفيات الفلسطينيات برصاص الاحتلال أثناء تغطيتهن للأحداث في فلسطين، مثلما أصيبت ليلي أبو عودة مراسلة قناة أبو ظبي الفضائية حين كانت تغطي الأحداث في مدينة رفح بقطاع غزة عند بوابة صلاح الدين.

وكان لإنشاء هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية (إذاعة وتلفزيون فلسطين) في سبتمبر عام 1993 دوراً كبيراً في تعزيز دور المرأة، حيث كان من أهم أهداف الهيئة عند إنشائها إبراز المعالم الثقافية والحضارية للشعب الفلسطيني بالإضافة إلى التركيز على مبادئ

(1) السميري، واقع المرأة في العمل التلفزيوني والإذاعي في فلسطين (صص 2-11)

الديمقراطية وحقوق الإنسان وحماية المواطن وحقوقه الأساسية وعلى رأسها حقوق المرأة .

وساعد ترخيص عدد كبير من محطات التلفزة دوراً كبيراً في بروز عدد من الإعلاميات الفلسطينيات، ومع انتشار المحطات العربية والفضائية واهتمامها بالشأن الفلسطيني أتيحت الفرصة لعدد من الإعلاميات الفلسطينيات العمل مع هذه الفضائيات كمراسلات من فلسطين وبشكل خاص في انتفاضة الأقصى، هذا بالإضافة للجهد الذي بذلته المرأة الإعلامية كمراسلة للقنوات التلفزيونية الأجنبية والعربية والصحف والإذاعات خلال الانتفاضة الأولى، وبرز دور الناطقة بلسان الوفد الفلسطيني إلى مفاوضات السلام.

7- من 2007 م حتى عام 2017م:

أن أحداث حزيران/ يونيو من عام 2007م وتداعياتها، انعكست سلباً على واقع العديد من الإعلاميات الفلسطينيات، حيث فقدت كثيرات منهن أعمالهن ومواقعهن الإعلامية، وحمل الانقسام بين أنيابه معوقات جمّة دفعت بعض الإعلاميات إلى الاعتكاف داخل منازلهن، فيما أبت أخريات أن يقفن موقف المنفرد، فانغمسن في العمل الصحفي على أمل تعديل البوصلة التي حرف إبرتها الانقسام.

وخلال هذه الحقبة الزمنية انحرف الإعلام الفلسطيني عن مساره في دعم قضية فلسطين على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية لينخرط ضمن دوامة المناكفة السياسية، فأصبح يقدم للمواطن مادة "ديماغوجية" مغذية للانقسام ومكرسة لثقافته وانشغل بإعلاء شأن الموقف الحزبي السياسي عن تكريس ثقافة المواطنة المجتمعية الصالحة، وخضع تماماً لحسابات سياسية، وقد كان للإعلامية الفلسطينية نصيبٌ كبير من كل ذلك التقييد بكافة أشكاله، والنماذج على ذلك كثيرة.

إن الخطاب النسوي في الإعلام بات يرتهن إلى الحالة السياسية والتطورات المتلاحقة على الساحة الفلسطينية، وبات طرح قضايا المرأة ومعالجتها يأتي في الدرجة الثانية من هذا الخطاب سيما وأن الظروف لم تعد مهياًة كما السابق كما انه يتم طرح قضايا المرأة التي لها ارتباط بجملة التطورات الحاصلة وأدى ذلك إلى غياب العديد من القضايا التي كانت مثار اهتمام وبحث في أوقات سابقة إلا أن ذلك لا يعنى عدم وجود بصمة للإعلامية فهناك بصمة كبيرة ليس فقط فيما يتعلق بالقضايا النسوية فحسب وإنما كذلك في طرح قضايا الوطن والشواهد على ذلك كثيرة، وعلى الصعيد الإعلامي في فضاء الإعلام الواسع في قطاع غزة، الذي يعد بؤرة ساخنة بالأحداث التي تجذب اهتمام العالم باستمرار⁽¹⁾.

(1) شاهين، بصمة إعلامية نسوية تتحدى السياسة والمجتمع.

هناك خمس وسائل إعلامية نسوية فقط تحاول إيجاد مكانة لها بين عشرات الوسائل الإعلامية الأخرى، هي:

"راديو نساء غزة" المجتمعي، مجلة "الغيداء" الصادرة عن "مركز شؤون المرأة"، مجلة "السعادة" الصادرة عن مؤسسة "الثريا للاتصال والإعلام"، "شبكة نوى" الإخبارية، وموقع "خنساء فلسطين" الصادر عن الدائرة النسائية لحركة الجهاد الإسلامي⁽¹⁾.

وما زالت صورة المرأة في الإعلام المحلي، هي الصورة النمطية السائدة منذ عقود، لم تتطور كثيراً، ولم تشهد خطوات جادة لمساواة حقيقية في عدة مجالات ومنها:

إن الصورة الحالية للمرأة الغزية تقدم بصورة نمطية تتقدم فيها المعاناة على الانجاز والوطني على الإنساني، هناك تغييب لنماذج جيدة للنساء مختلفة لنساء ناجحات أو مستقلات أو قادرات على التغيير، باستثناء تكريسها في إعلام المؤسسات الأهلية والنسوية تحديداً، فتقدم المرأة كتابع للرجل بدلاً من شخصيتها المستقلة، فيتم استخدام صورة المرأة كأم أو زوجة أو قريبة الشهيد مراراً حتى لو تميزت المرأة بمميزات أخرى، إضافة إلى صورتها وهي تعاني من هدم البيوت والفقر والحرمان ومن واقع صعب، ولكن المرأة الفلسطينية تضيف صفة أخرى جديدة وهي امرأة منقسمة بسبب ما أصبح عليه الشعب الفلسطيني من انقسام، وإن كانت تظهر في بعض الأحيان بصورة نضالية ايجابية ولكن بما يسمح به الرجل فقط، وهي صورة حزبية في وسائل الإعلام المحلية، كل وسيلة تحاول نقل صورة المرأة التابعة لحزبها⁽²⁾.

وتراجع دور المرأة في طرح قضايا مجتمعيها ونوعها الاجتماعي لحساب التصدي لمتطلبات الحياة السياسية والحزبية فالمساحة المخصصة لقضايا المرأة الفلسطينية غير كافية وموسمية وهناك غياب حقيقي لقضايا اجتماعية وتنموية وفكرية وثقافية هامة عن الإعلام، والاهتمام بالنموذج الأسهل التقليدي المستهلك فقط تقتصر هذه على نشر أخبار قصيرة أو تغطية لورث عمل مكررة في معظمها ولا توجد علاقات حقيقية مع صانعي القرار في وسائل الإعلام المختلفة، ولهذا فإننا لا نشاهد نقداً سلبياً أو إيجابياً، لوسائل الإعلام، وكيفية تغطيتها لقضايا المرأة، ولم نشاهد اتصالاً حقيقياً بين القيادات النسوية وبين قيادات الإعلام، بهدف التغيير للأفضل، ويرجع ذلك لمجموعة من العقبات خلال هذه الفترة الزمنية منها الاحتلال

(1) أبو جلال، الإعلام النسوي في غزة. محاولات نهوض رغم المعوقات.

(2) شمعون، صورة المرأة في وسائل الإعلام الفلسطيني.

وسياساته والانقسام والنظام السياسي الفلسطيني والفصل بين الضفة والقطاع وسيطرة الفئوية الفصائلية على دور المرأة⁽¹⁾.

قلة عدد الصحفيات الفلسطينيات العاملات، واللواتي يشكلن اليوم وفق تقديرات غير رسمية نحو 17% من إجمالي عدد الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام المحلية والعامة في الأراضي الفلسطينية، رغم أن 55% من طلبة كليات الصحافة والإعلام هن من الإناث، وبالتالي ضعف تأثيرهن في صنع الخطاب الإعلامي خاصة مع إبعادهن عن المواقع العليا في المؤسسات الإعلامية الكبيرة.

وترى الباحثة بأنه هناك بصمة تركتها بعض الإعلاميات الفلسطينيات في الخطاب الإعلامي، وهناك إعلاميات سجلن حضوراً يوازي أو ربما يزيد عن ذلك الذي سجله الرجل قياساً بما يقدمه له المجتمع من مجالات أوسع عن تلك التي يعطيها للمرأة، وهذا الحضور يظهر جلياً في مؤسسات إعلامية فلسطينية رسمية وأهلية، من خلال عملها في مجال التحرير والتقديم، والإعداد، الهندسة والإخراج على قدم المساواة وبصورة لا تقل أهمية إن لم تزد عن أداء الرجل في مجالات مختلفة في العدد والمستوى، وهناك أسماء نسائية قوية في مجال تقديم خدمات وبرامج إخبارية واجتماعية ومنوعة رغم كل الظروف الصعبة التي تحيط بعمل مؤسسات الإعلام الرسمي، وكل ما يجعل قدرة المؤسسة على التمسك بعمل الإعلاميات الناجحات أمراً صعباً ومستحيلاً أحياناً أخرى.

ثالثاً : الإعلام والمرأة العربية :

لم تكن المنطقة العربية بمعزل عن الحراك العالمي من أجل تغيير النظرة للمرأة، ولهدا الغرض عقدت العديد من المؤتمرات العربية، وتم تأسيس منظمات تعنى بالمرأة وحقوقها وتعزيز مساهمتها في المجتمع من خلال مقاومة العنف الموجه ضد المرأة في وسائل الإعلام ودفعها إلى تبنى سياسات جديدة تقوم على دعم المرأة وإبراز دورها وتعدديته وعدم حصره في هامش ضيق.

تتباين مكانة المرأة في المجتمعات العربية من بلد عربي لآخر، فإن معظم الأفكار السائدة عن المرأة سواء في عقلية الرجال أو وسائل الإعلام المختلفة، تتناقض تماماً مع الموقف المعلن لغالبية الدول العربية، فتجد بعضها يعلن انحيازه المطلق لكافة حقوق المرأة ثم تُفاجأ بسلوكيات من شأنها ترسيخ مفاهيم التبعية ونثيبت صورة المرأة بوصفها كائناً ضعيفاً

(1) منى خضر، قابلتها: أشواق رحمي (15 أبريل 2017م)

يشغل الترتيب الثاني في سلم المجتمع، وتتباين بدورها مواقف مؤسسات الإعلام العربية في النظرة للمرأة، فهناك من ترى ظهور المرأة في وسائل الإعلام متعارضاً مع تقاليدنا وربما مع التعاليم الإسلامية، غير أن الدول التي تملأ الدنيا طنبناً بالحديث عن حقوق المرأة تتورط هي الأخرى في ترسيخ مفاهيم تنال من الحقوق الأساسية للمرأة العربية⁽¹⁾.

وقد شهد الإعلام العربي تحولات مثيرة خلال العقد الماضي كان من أبرز ملامحها بروز شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلية، أتاحت الفرصة أمام الأفراد والجامعات والمؤسسات الوصول إلى المعلومات وإرسالها ونشرها بشكل لم يسبق له مثيل.

فالمواقع الإلكترونية تمثل فضاء رحباً أمام المرأة العربية لممارسة العمل الإعلامي في سياقه التفاعلي الحديث حيث يتيح لها فرصاً ثمينة للتعبير والتواصل، غير أن تحقيق هذا الأمر بشكله الأفضل يتطلب توفير متطلبات مهمة تتعلق بقبول اجتماعي أكبر للدور الإعلامي للمرأة حيث لا تزال المرأة العربية تجد نفسها أمام مستويات متدنية من القبول لممارسة العمل الإعلامي⁽²⁾، وتوفير الفرص التدريبية المناسبة أمامها لولوج هذا المجال، وتوفير الموارد الإعلامية المتاحة على الشبكة للاستفادة منها بالشكل المناسب.

ومن أجل إحداث تصحيح لواقع تفاعل المرأة العربية مع العلوم والتكنولوجيا، فقد بذلت المنظمات النسوية والاجتماعية على المستويات القطرية والإقليمية والدولية جهوداً كبيرة لتنشيط مشاركة المرأة في هذا القطاع الهام وتمكينها المساهمة فيه بكل ثقة واقتدار، وفي عام 1999م عقد مؤتمر تفاعل المرأة العربية مع العلوم والتكنولوجيا في أبو ظبي ليكون منطلقاً لمناقشة إسهام المرأة العربية في العلوم والتكنولوجيا كما عقدت عدة ندوات وورش عمل حول استخدام تكنولوجيا المعلومات كأدوات تمكين للمرأة العربية في العلوم والتكنولوجيا، إضافة فقد تم إنشاء مواقع على الإنترنت تهتم بتعزيز دور المرأة في التفاعل مع الشبكة العنكبوتية باعتبارها أداة لتطوير مكانتها وتحقيق أهدافها⁽³⁾.

أن صحافة الإنترنت تمثل منفذاً إعلامياً مهماً لكافة شرائح المجتمع وبالأخص النساء، لأنها تمثل وسيلة تعبير فاعلة وذات قيمة يمكن من خلالها التواصل مع الآخرين بسهولة ويسر وبتجاهين، والتفاعل مهم حول القضايا التي تهتم المرأة، ولا يمكن الحديث عن صحافة

(1) قطيشات، واقع المرأة العربية في وسائل الإعلام، منبر الحرية.

(2) غباش، التحديات الاجتماعية التي تعيق انخراط المرأة العربية في العمل الإعلامي.

(3) تقرير، موقع الشبكة العربية للمرأة في العلوم والتكنولوجيا.

الانترنت كحل للقضايا الاجتماعية المتعلقة بالمرأة لأن هذه القضايا لا بد أن تستند إلى حلول اجتماعية وثقافية وليس إلى حلول اجتماعية وثقافية وليس إلى حلول وتكنولوجية، وبالتالي فهي في أفضل صورها ليست سوى أدوات للتمكين يمكن ان تسهل في حال حسن استخدامها في توسيع دائرة التواصل المتعلق بالمرأة نقلة نوعية وكمية ملحوظة في مسيرة المرأة لنيل حقوقها (1).

وشهد العام 2000 نقلة نوعية على هذا الصعيد مع انعقاد المؤتمر الأول لقمة المرأة العربية، وكان من نتائجه تأسيس منظمة المرأة العربية عام 2003 كآلية تنسيق عربية في قضايا المرأة والإعلام وانهقد في العاصمة الإماراتية أبو ظبي عام 2002، واستجابة لتوصية المؤتمر وأخرى من قبل الناشطين في مجال المرأة عملت المنظمة العربية على وضع استراتيجية إعلامية للمرأة العربية في نوفمبر عام 2008، لمدة ست سنوات سعت إلى دعم الرسالة الإعلامية الموجهة للمجتمع بكل فئاته عن المرأة، والاهتمام بدور الإعلام في تقديم صورة إيجابية للمرأة العربية وبلورة رسالة إعلامية حيادية وموضوعية وتطوير رسالة إعلامية لدعم وتمكين المرأة العربية(2).

وجاء تشكيل الشبكة العربية لرصد صورة المرأة والرجل في الإعلام عام 2006، وتعبيراً عن الأزمة في تناول الإعلام لقضايا المرأة وانطلقت الشبكة في سعى لإيجاد إعلام مختلف يسهم في تغيير الثقافة من خلال رصد صورة المرأة والرجل في الإعلام، ومن أهدافها الإستراتيجية تأسيس المراصد الإعلامية في الدول العربية وبناء خبراء وقدرات بشرية في النوع الاجتماعي في الإعلام، وبناء شراكة استراتيجية مع الفاعلين والمؤثرين من مؤسسات وأفراد فيما يتعلق برصد صورة المرأة في الإعلام، ورفع وتمكين منظمات المجتمع المدني حول موضوع صورة النساء والنوع الاجتماعي وتطوير المراصد الوطنية، وتغيير صورة المرأة في الإعلام (3).

(1) عايش، المرأة العربية والصحافة الإلكترونية.

(2) منظمة المرأة العربية، تقرير الاستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية.

(3) موقع الشبكة العربية، صورة المرأة والرجل في العالم. (موقع إلكتروني)

وعلى الرغم من أن قضايا المرأة واسعة ومتشعبة إلا أن التركيز على الإعلام أخذ في السنوات الأخيرة الحيز الأكبر من فعاليات ونشاطات المؤسسات التي تعنى بالمرأة، ففي العام 2007 عقدت شبكة "سلمى"، ورشة عمل حول دور الإعلام الإقليمي العربي في مناهضة العنف ضد المرأة بهدف رفع مستوى الوعي الإعلامي حول خطورة الظاهرة⁽¹⁾.

ويأتي هذا الاهتمام انطلاقاً من تحليل مضامين المواد الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام العربية، وحسب ما ترى زينب منصور حبيب فإن الإعلام العربي ما زال في طور تحريك الغرائز والمشاعر والعواطف ولم يصل بعد إلى مرحلة خدمة قضايا المرأة والإنسان العربي⁽²⁾.

ونرى أن المرأة ضحية للإعلام الحديث والتقليدي، فالأول يحولها إلى سلعة ومستهلكة في ذات الوقت، بينما الثاني يظهرها كتابع للرجل وغير مستقلة وفي الحالتين يبقى الصوت المسيطر للرجل وصوت المرأة مغيباً⁽³⁾.

رابعاً : الإعلام الفلسطيني والمرأة:

1- واقع الإعلام النسوي في فلسطين:

تعيش المرأة الفلسطينية الظروف نفسها لأنها تنتمي لبيئة هي جزء من البيئة العربية والإسلامية التي سيطرت عليها الموروثات القديمة من عادات وتقاليد كانت تحت هيمنة المفاهيم الدينية، إلا أن المرأة الفلسطينية منذ مطلع القرن العشرين تؤدي دوراً متميزاً عن شقيقاتها العربيات بسبب خصوصية المجتمع الفلسطيني، وما تعرض له من محاولات لطمس هويته واغتصاب أرضه وممتلكاته، جعلت المرأة تقف بجوار الرجل لمواجهة هذه الهجمة.

وبالرغم من دورها النضالي في المجتمع الفلسطيني فإنها لم تتل كما نالت المرأة في العديد من الدول العربية قسطاً وافراً من البحث في قضاياها السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها وإبراز دورها في مختلف هذه القضايا، فقد وجدت ثغرة في تسجيل نضالها وحركتها في المراحل التاريخية التي مر بها الشعب الفلسطيني، ومن أهم أسباب إجحام المرأة الفلسطينية في الماضي هو عدم إنتاج أرسيفات خاصة بها وبإنجازاتها ومشاركتها في المجتمع الفلسطيني في كافة جوانب الحياة⁽⁴⁾.

(1) دور الإعلام الإقليمي العربي في مناهضة العنف ضد النساء (موقع إلكتروني).

(2) منصور، الإعلام وقضايا المرأة (ص123)

(3) الغدامي، المرأة واللغة (ص47)

(4) سامح، الدور النضالي للمرأة الفلسطينية في التاريخ خلال الفترة من 1929- 1948 (ص190)

وتتباين مساحة اهتمام وسائل الإعلام العربية بموضوع ونوعية تناول قضايا المرأة من مجتمع لآخر، ومن وسيلة لأخرى، فبعض هذه الوسائل اتبعت طريق التحدث عن المرأة من زاوية "الأنثى" ذات الصورة المثيرة والجميلة، والغيبة عن الوعي والإدراك، بمعنى آخر: انعدمت تلك المرأة بكيانها الإنساني الواجب منحه ثلاثية (المعرفة، التنمية، والقرار) في بوتقة النظرة السلبية التقليدية التي ترى في المرأة ضيقة الأفق، مثيرة الجسد، لا تصلح لمهمات تنموية، بل لوظيفة إنجابية، فضلاً عن اعتبارها ربة بيت لا تعمل، وتدور في فلك الرجل، ولا يعنيتها الشأن العام (1).

ومن عمومية اللفظ حول دور الإعلام العربي بقضايا المرأة العربية، والمتمحور وفق المشاهد (الحديث عن المرأة، والحديث مع المرأة، وإعطاء الكلمة للمرأة) إلى خصوصية النسب للحالة الفلسطينية، تلك الحالة التي تقاطعت خيوطها بخيوط كثيرة من الواقع العربي العام، ومن ضمنها المجال الإعلامي، دون الإغفال في الوقت ذاته خصوصية فلسطين، بما يعترى قضيتها وشعبها من احتلال إحلالي لكل مقومات الحياة البشرية والمادية كان، ولا يزال، له من المؤثرات والتأثيرات المريعة على مجمل المشهد الفلسطيني وآفاق مستقبله.

يعتبر الاحتلال، إلى جانب طبيعة "الثقافة الذكورية" وما تحمله من بذور الإقصاء لا التكامل دفع بمعظم وسائل الإعلام الفلسطينية وخصوصاً الإلكترونية لأن تتناول المرأة كاسم لا كمسمى، والتطرق إلى قضاياها كصورة بلا مضمون أو نهج، وكخبر تستدعيه حاجة الوسيلة لا غاية الهدف، وفي خصم ثنائية (الاحتلال، والثقافة) تقاطعت إفرزات كل منهما على أرضية وسائل الإعلام الفلسطينية مركزة بذلك على تضحيات المرأة نضالياً حيناً، وواجباتها في بيتها، وإزاء زوجها وأبنائها أحياناً ومواضيع تتصل بالعلاقات الأسرية وشؤون البيت والمواضيع المتصلة بالأحوال الشخصية تأتي في مرتبة متقدمة خلافاً لما هو رائج تليها المسائل الاجتماعية والمرأة والتعليم والعمل والثقافة.

تناول قضايا المرأة في الصحف الفلسطينية الرسمية وغير المتخصصة تناول ضعيف؛ ويرجع هذا إلى انعدام المساحة الثابتة والمستمرة والمتخصصة لقضايا المرأة، تتركز المضامين الإعلامية الموجهة للمرأة حول الدور التقليدي للمرأة مثل أمور الطهي والمطبخ الأطفال والأزياء والتجميل وصيحات الموضة، في الوقت الذي يتم فيه إقصاء الأدوار الأخرى للمرأة باعتبارها كائناً منتجاً في المجتمع، هناك استثناءات موسمية ارتبطت بتوجهات وجهود

(1) إبراهيم، الإعلام النسوي الحقوق في قانون الأحوال الشخصية نموذجاً (ص162)

بعض المؤسسات النسوية استطاعت طرح القضايا التي تمس النساء مثل إبراز المشكلات التي تعاني منها المرأة في مجالات العمل والصحة والزواج وقضايا التشريعات القائمة⁽¹⁾

تري الباحثة في المجال النسوي والإعلامي ربما نزال أن الصورة الإعلامية للمرأة الفلسطينية تجاوزت إلى حد ما، حالة المرأة الدمية الجميلة وذلك يعود إلى أن المرأة الفلسطينية تملك فرادة خاصة نابعة ن الواقع السياسي والوطني الفلسطيني حيث يريز الشعب الفلسطيني لأكثر من نصف قرن تحت الاحتلال الإسرائيلي⁽²⁾.

أما الإعلامية " دنيا الأمل إسماعيل " فتؤكد في دراستها علي العمل الإعلامي لا يشجعون على التطرق للقضايا الحساسة حرصا على مبيعاتهم أو إقبال الجمهور على متابعة وسائلهم الإعلامية، كما ان تغطية قضايا المرأة في الإعلام المكتوب والإلكتروني ينحصر في غالبه في إطار الخبر أو التركيز على قضايا مثيرة، لا تعالج الموضوع بشكل موضوعي وعلمي متوازن، وتشير إسماعيل إلى أن المضامين الإعلامية للمواقع الإلكترونية الموجهة للمرأة تتركز حول الدور التقليدي مثل أمور الطهي والمطبخ والأطفال والأزياء والتجميل وصيحات الموضة، منوهة إلى وجود استثناءات موسمية ارتبطت بتوجهات وجهود بعض المؤسسات النسوية استطاعت طرح القضايا التي تمس النساء مثل إبراز المشكلات التي تعاني منها المرأة في مجالات العمل والصحة والزواج وقضايا التشريعات القائمة⁽³⁾.

إلى ذلك، فإن الاهتمام بالسبق الصحفي للإعلاميين يطغي على مضامين ومحتوى الموضوعات ذات البعد الاجتماعي، إضافة إلى أن بعض وسائل الإعلام الخاصة يغلب عليها الطابع الاستثماري التجاري على حساب الرسالة الاجتماعية.

وأوضحت أن الإعلام يسهم بنسبة متواضعة في توعية الجمهور الفلسطيني اتجاه قضايا المرأة، وبالتالي فأنثر تغطية وسائل الإعلام ما زال غير مرئي وغير كافٍ، ويتصف بالضعيف والبطيء والمحدود، انطلاقا من كون أثره وقتي وليس بالقدر الذي يغير في مواقف الجمهور واتجاهاته، وفي بعض الأحيان يكون هناك أثر سلبي بسبب التغطية الإعلامية غير الواعية بقضايا المرأة⁽⁴⁾.

(1) إسماعيل، المرأة في الإعلام (موقع إلكتروني).

(2) نزال، إشكالية المرأة الفلسطينية في الإعلام انعكاس لإشكالية ثقافية (ص8)

(3) إسماعيل، المرأة في الإعلام. (موقع إلكتروني).

(4) المرجع السابق.

وشددت الدراسة على محدودية قدرات وتدني الوعي لدى عدد ليس بالقليل من الإعلاميين والإعلاميات في تناول قضايا المرأة بعمق، بما في ذلك من بوابة النوع الاجتماعي التي ما زالت هامشية في الإعلام الفلسطيني، تعكس ذاتها على قدرة الإعلام في طرح قضايا المرأة بطرق وآليات تمكن من معالجات حقيقية المشهد.

2-تحديات الإعلام النسوي في فلسطين :

إن تعامل الإعلام مع قضايا المرأة لا بد أن يستند إلى منطلقات فكرية راسخة تتعلق باتجاهات المؤسسات الإعلامية على المستويين المؤسسي والفردى نحو المرأة وحقوقها في الحياة الكريمة، من خلال تحفيز مؤسسات صناعة القرار على إطلاق برامج وسياسات متناغمة مع إقرار تلك الحقوق ، ورغم ما بينته الأبحاث والدراسات العلمية من قصور لدور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في تناولها لقضايا المرأة بسبب مجموعة من التحديات نذكر منها (1).

أ- وجود الاحتلال الإسرائيلي الذي جعل الخطاب الإعلامي السائد خطاباً سياسياً يتم فيه غالباً تأجيل القضايا المجتمعية وتحديداً تلك التي تتعلق بالمرأة وتقديم القضايا السياسية وبالتالي كانت قضايا المرأة تعاني من الإهمال والتجاهل ، وخاصة في ظل توالي الهجمات الاحتلالية ومقاومتها.

ب- الثقافة الذكورية والنظرة الدونية للمرأة والتعامل دوماً حسب الثقافة والعادات والتقاليد والتركيز وفق نمطية صورة المرأة بما يتعلق بدورها الإنجابي فقط.

ج- سيطرة الأحزاب والفصائلية على وسائل الإعلام وتقسيم الإعلاميين والإعلاميات حسب لونهم السياسي وليس على أساس المهنية والكفاءة .

د- أزمة الإعلام وشلل نقابة الصحفيين وشلل وزارة الإعلام وتضخم المسميات الوظيفية دون جهود وعمل يذكر وهذا بالتالي لا يسهم في تكثيف الجهود الداعمة لقضايا المرأة.

هـ- عدم تطبيق القوانين أو الالتزام بمواثيق أخلاقيات العمل الصحفي ،مما يسهل كتابة أي محتوى يركز على الجانب النمطي للمرأة دون رقيب أو رصد لهذا المضمون.

(1) مركز شؤون المرأة، تقرير صورة المرأة في وسائل الإعلام -دراسة حالة قطاع غزة (ص38).

و- على المستوى العربي هناك تركيز على صورة المرأة الفلسطينية المناضلة وزوجة وأم الإنسان الفلسطيني المناضل، وكذلك صورة الضحية كجزء من واقع الاحتلال الذي تعانيه المرأة في فلسطين.

ز- غياب البحوث العلمية وقلة المتوفر منها حالياً، والتي توثق وترصد قضايا في وسائل الإعلام مما يقلل من الجهود المبذولة في دعم وإبراز قضايا المرأة الفلسطينية إعلامياً.

3- صورة المرأة في الإعلام الفلسطيني:

تواجه صورة المرأة في الإعلام الفلسطيني إشكاليات خاصة، تتقاطع في أجزاء منها مع إشكاليات الصورة الإعلامية للمرأة العربية، لارتباط واقع وظروف المجتمع الفلسطيني الاجتماعية مع مثيلاتها في المجتمعات العربية، ولاحتكامها لذات العادات والتقاليد والقيم، وتسودها ذات المفاهيم والثقافة من ذات المرجعيات، وهي مرجعيات تقليدية تحتكم لثقافة أبوية ذكورية.

وعلى الرغم من ذلك فإن الصورة الإعلامية للمرأة الفلسطينية تمتلك فريدة خاصة نابعة من الواقع السياسي والوطني الفلسطيني حيث يبرز الشعب الفلسطيني لأكثر من نصف قرن تحت الاحتلال الإسرائيلي، مما يحرمه من تطوير مؤسساته المستقلة، ومنها المؤسسة الإعلامية، واقتصار الجهد الإعلامي لفترة طويلة من الزمن على بعض المنابر الإعلامية التي عملت سراً، مما جعل من التجربة مبتسرة وغير شاملة لجميع وسائل الإعلام.

وعندما وقعت اتفاقية أوسلو عام 1993م وملحقاتها فيما بعد، والتي اتسمت بالمرحلية وبصلاحيات محددة ومحدودة سرعان ما انهارت تحت وقع الضربات العدوانية التوسعية الإسرائيلية، ووقع الحرب المجنونة التي شنت على الفلسطينيين بكل ما أوتيت المؤسسة العسكرية الإسرائيلية من قوة وشراسة، مما أعاق وعطل عملية التطور التي بدأت بأمال وطموحات مع قيام أول سلطة فلسطينية على الأرض.

من هذه المقدمة تشق صورة المرأة الفلسطينية في الإعلام طريقها، فالصورة الإعلامية للمرأة الفلسطينية تجاوزت إلى حد بعيد، بسبب الحالة الوطنية القائمة ومع ذلك فقط بقيت الصورة النمطية للمرأة قائمة، ولكن تجلت بأشكال عديدة :

4- إشكاليات الإعلام النسائي في فلسطين :

ومن هذه الإشكاليات التي طبعت صورة المرأة بمظهر لا يتوافق مع دورها ومسؤولياتها الوطنية والاجتماعية هي: (1)

أ- حصر الصورة في البعد الإنساني:

يختار الإعلام الفلسطيني والعربي إظهار المرأة الفلسطينية على أساس كونها أم الشهيد وأخته أو زوجته، ويرغب بإظهارها بمظهر الضحية الأولى لشراسة الهجمة الإسرائيلية باعتبارها الفة الضعيفة والمتلقية، وهي صورة مشرفة ولا اعتراض عليها، فضرورات نقل الواقع الإنساني الصعب والمعاناة الإنسانية العميقة لحياة المرأة، ومدى الحرقة والتمزق اللذين يلازمانها بسبب فقد الزوج أو الابن يتطلبان نقلها وتصويرها بأمانة.

إلا أن ما يثير الاحتجاج هو تجميد الصورة عند هذه الحدود، إذ إن تكرارها وحصر صورتها الإعلامية بنموذج ثابت لا يتغير يجسد الضعف والحاجة يكون وعياً وإدراكاً حول تقسيم الأدوار، الأمر الذي يتطلب دمجا لمختلف الصور المعبرة عن الأدوار المتعددة والمجسدة لقوتها وإرادتها وتحديدها كما هي حقيقة على الأرض، وهي فعلاً تقوم بأدوار وطنية تجلت في حماية الأرض في معارك الجدار ومصادرة الأراضي لإقامة المستوطنات، وأدوار تنموية واقتصادية تساهم في حماية المجتمع من الانهيار في ضوء الفقر والبطالة وكذلك أدوار سياسية وإغاثية واجتماعية متنوعة .

ب- حصر حوار المرأة بشأن المرأة: (1)

في الوقت الذي تشكو منه المرأة من تهميش إعلامي واضح، فإنه وفي حال عقد لقاء إعلامي مع المرأة، فإن وسائل الإعلام تميل إلى حصر الحوار معها في شأن المرأة، ويتجاهل حوارها في معظم الأحيان في القضايا الوطنية والسياسية والمجتمعية العامة، هذا التجاهل يخفي وراءه ثقافة معينة أساسها تجاهل دورها كعضو فاعل في الحياة السياسية والعامة، وحصرها في بعد واحد، وتقع المسؤولية في ذلك علة :

1- عائق الإعلاميين القائمين على التخطيط الإعلامي من صحفيين وصحفيات، فالصحافي يبحث عن مادة تساعد في العمل، وعن شخصيات تساهم في القرار السياسي، ولهذا فإنه يحجم ويتردد في التوجه لنساء غير قادرات أو يفترضن حكماً أنهن كذلك.

(1) نزال ، اشكاليات صورة المرأة الفلسطينية في الإعلام انعكاس لإشكالية ثقافية (ص103)

2- تقع المسؤولية أيضا على الأحزاب السياسية ذات التطلعات الوطنية التي تقوم بحصر دور عضواتها في الشأن النسوي ولا تعمل، أو لا تخطط لدفعهن للتحدث باسمها وتمثيلها أمام وسائل الجمهور.

إن حصر المرأة بشؤون المرأة سيقود إلى ترسيخ مفهوم حصر النساء بقضاياهن، ويحكم عليهن بالعزلة والانعزال عن قضايا الوطن والمواطن، محجماً دورها السياسي والفكري والاقتصادي، ليبرر مسبقاً السلوك المتبع بالتمثيل الديكوري التجميلي للمرأة في دوائر صنع القرار، الذي يحول المشاركة على أساس المواطنة إلى مشاركة فردية ورمزية توقع التمثيل الإعلامي في أزمة الوجوه النسائية المتكررة، لذلك فإن ظهور المرأة في وسائل الإعلام متحدثة في جميع القضايا التي تهتم المجتمع يعالج وضعيتها في المجتمع، مع الإدراك بأن الظهور في وسائل الإعلام ليس هو الهدف بحد ذاته، وإنما هو وسيلة لتظهير واقع سياسي واجتماعي وقانوني، وهو جزء من رؤية الواقع وتغييره⁽¹⁾.

ج- ضعف الأدوات الإعلامية: (2)

يواجه الإعلام الفلسطيني مشكلات عدة، منها ماله علاقة بنقص واضح بالعاملات في مجال الصحافة من الخريجات وبالكفاءة المهنية، مما يعكس نفسه على التغطية الإعلامية للقضايا النسائية، وعلى حجم المساهمات النسوية في الصحافة، وعلى نوع التغطية التي تقتصر بشكل رئيسي على الجانب الإخباري.

أما التغطية المرئية النسائية في الشأن السياسي فهي حديثة لذلك كانت التغطية الإعلامية لواقع المرأة تركز على معاناة المرأة وتضحياتها كأهم أكبر من تلك المتعلقة بالجانب الحقوقي كمواطنة، سواء قام بالجهد إعلاميون أو إعلاميات مما يؤكد الحاجة إلى تكثيف العمل الصحافي باتجاه الجانب الديمقراطي لخلق رأي عام مساند لقضية المرأة.

د- قصور الحركة النسائية في التقدم بإستراتيجية إعلامية: (3)

لاشك أن الحركة النسائية هي المؤهلة لوضع سياسة إعلامية متكاملة تقدم المرأة في الإعلام كمواطنة تمتلك ذات الحقوق والواجبات، وفقاً لبرنامجها الذي ينطلق من تبنى نظرة تقدمية تجاه المرأة من جميع النواحي وتتطلع نحو التغيير تستند إلى رؤية ثقافية فكرية تغييرية

(1) سمر الدريملي، قابلتها: أشواق رحمي (30 أبريل 2017م)

(2) هداية شمعون، قابلتها: أشواق رحمي (17 أبريل 2017م)

(3) نزال، اشكاليات صورة المرأة الفلسطينية في الإعلام انعكاس لإشكالية ثقافية، ص106

للمجتمع العصري المنشود الذي تمتلك المرأة فيه الحرية والمساواة، أو على الأقل يفتح الأفق أمامها لنيل حقوقها وتحقيق العدالة.

هـ- سيطرة الحكومة على الإعلام :

إن غياب الإعلام المهني المستقل، أو ضعفه إلى الحد الذي لا يبدو فيه قادراً على التأثير في المظهر العام للخطاب الإعلام الرسمي التقليدي غير المنحاز للمرأة كقضايا وحقوق ومواطنة، ساهم ولا يزال في تنميط صورة المرأة الفلسطينية، عليه فإن التطلع نحو إعلام حر ومستقل يبقى مطلباً ملحاً للحركة النسوية مثلما هو مطلب لكل منظمات المجتمع المدني، باعتباره أحد المعايير الأساسية للديمقراطية والتعددية وحرية التعبير، وباعتباره مؤشراً على تعددية ثقافية وفكرية تسمح للمرأة في الدخول والاشتباك من خلاله، بما يسمح لها بإيصال وجهة نظرها بحرية.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

يستعرض هذا الفصل، نتائج الدراسة الميدانية التي أجرتها الباحثة على المرأة الفلسطينية في محافظات غزة، حيث أجريت الدراسة بأسلوب التوزيع الحصصي المتساوي على المرأة في محافظات غزة، وقد بلغ إجمالي عدد المبحوثات 400 مفردة ، وقامت الباحثة بجمع البيانات منهن باستخدام أداة الاستبانة خلال المدة من 2017/1/20م - 2017/2/20م.

كما يناقش الفصل أهم نتائج الدراسة ودوافع استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، إضافة إلى درجة رضا المبحوثات عن المواقع الإلكترونية الإخبارية، وإيجابيات وسلبيات هذه المواقع من وجهة نظر المبحوثات.

كما يناقش هذا الفصل نتائج اختبار فروض الدراسة التي وضعتها الباحثة سواء على صعيد الاستخدام والمتغيرات الديمغرافية أو العلاقة بين الاستخدام ومستوى الإشباع المتحقق وغيرها.

المبحث الأول

مناقشة نتائج الدراسة الميدانية

محك التحليل الإحصائي للدراسة:

استخدمت الباحثة مقياس ليكرت الثلاثي لقياس استجابات الاستبانة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (3.1): يوضح مقياس ليكرت الثلاثي

الدرجة	عالية	متوسط	منخفض
	3	2	1
الوزن النسبي	66.68- فاكثر	33.34-66.67%	33.33% فاقل

أولاً: أنماط استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية:

1- درجة استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (3.2): يوضح درجة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية

الوزن النسبي	عالية		متوسطة		منخفضة		لا استخدمها		المجموع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
64.50	17.8	71	64.3	185	12.3	49	23.8	95	100	400

يلاحظ من النتائج الموضحة في الجدول السابق أن غالبية المبحوثات يستخدمن المواقع الإلكترونية الإخبارية بنسبة 74.2%، بينما لا يستخدمن المواقع الإلكترونية الإخبارية ووزن نسبي بلغ 64.5% وهي نسبة متوسطة .

ويوضح الجدول النسب المتفاوتة لاستخدامهن على النحو التالي : حيث جاءت أغلب الاستخدامات بدرجة متوسطة ما نسبته 46.3%، تلاها الدرجة العالية بنسبة 17.8%، بينما كانت النسبة الأقل استخداماً بنسبة 12.3%.

وترى الباحثة أن هذه النتيجة متوقعة ومنطقية نظراً لتنوع المبحوثات من حيث المتغيرات الديمغرافية (العمر، المستوى التعليمي، المهنة، الحالة الاجتماعية، المحافظة)، فهذه المتغيرات لها دور مهم في اختلاف نسبة الاستخدام، كما أن تعدد وسائل الإعلام الإلكتروني وكذلك استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي تتمتع بسهولة في الاستخدام، وتحتوى على الكثير من المضامين المتنوعة، كما أن تفرع هذه الشبكة بصفحات داخلية، تمكن المستخدمين من الحصول على المواد الخيرية، والاجتماعية والترفيهية بسهولة ويسر أتاحت الفرصة لقلة استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية مباشرة من قبل المبحوثات.

كما تتشابه مع نتيجة دراسة (أبو قوطة، 2015) التي بينت أن معظم المبحوثين يعتمدون على المواقع الإلكترونية بدرجة متوسطة بنسبة 65.1%، ثم درجة اعتمادهم مرتفعة بنسبة 27.3%، بينما بلغت درجة اعتمادهم منخفضة بنسبة 7.6%⁽¹⁾.

وتتشابه هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (جبريل، 2015)، مع اختلاف عينة الدراسة حيث جاء أن الغالبية العظمى من طلاب الجامعات يتابعون مواقع الإنترنت وذلك بنسبة 77.7%، بينما ما نسبته 20.1% لا يتابعون المواقع⁽²⁾.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (مرجان، 2015م) التي وضحت أن نسبة 37.3% من المبحوثين يحرصون على متابعة المواقع الإلكترونية بدرجة عالية، و37% بدرجة متوسطة، ثم بدرجة عالية جداً بنسبة 14.3%، بينما بلغت نسبة الدرجة المنخفضة 7.8%⁽³⁾.

وتعتقد الباحثة بأن هذا الاختلاف في النسبة يرجع إلى اختلاف توزيع مستوى حرص المتابعة لخمسة مستويات وليس لثلاثة، وبالتالي توزعت النسبة ما بين: (عالية جداً، عالية، متوسطة، منخفضة، منخفضة جداً).

-
- (1) أبوقوطة، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية-الإسرائيلية: دراسة ميدانية (ص96)
 - (2) جبريل، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى (ص118)
 - (3) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين (ص99)

2- مدة استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية :

جدول (3.3): يوضح مدة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية

مدة الاستخدام	ك	%
أربعة أعوام فأكثر	118	38.7
من عام إلى أقل من عامين	78	25.6
من عامين إلى أقل من أربعة أعوام	58	19
أقل من عام	51	16.7
المجموع	305	100

تبين من النتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن 38.7% من المبحوثات يستخدمن المواقع الإلكترونية الإخبارية منذ أربعة أعوام فأكثر، بينما 25.6% يستخدمنها من عام إلى أقل من عامين، فيما نسبته 19% يستخدمنها من عامين إلى أقل من أربعة أعوام، في حين أن 16.7% يستخدمنها منذ أقل من عام.

وتعزو الباحثة طول فترة الاستخدام من أربعة أعوام فأكثر لأن المواقع الإلكترونية الإخبارية ليست وسيلة جديدة بل ممتدة منذ العام 1994 الذي يعتبر بداية ظهورها حيث يشهد الاعلام الإلكتروني انتشاراً كبيراً وزيادة إقبال المبحوثات عليها، الأمر الذي يدل على الدور الذي يمكن أن يستخدم من خلال تلك المواقع لتحقيق اشباعات الاستخدام.

وتتشابه هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (ابوصلاح، 2014م) التي جاء فيها ما نسبته 46.3% هم من يستخدمون شبكات التواصل من فترة زمنية تزيد عن أربعة أعوام، وما نسبته 27.7% يستخدمونها ما بين عامين إلى أربعة أعوام، وما نسبته 15.7% يستخدمونها ما بين عام إلى عامين، وما نسبته 10.3% من المبحوثين يستخدمونها من فترة زمنية تقل عن عام⁽¹⁾.

(1) ابوصلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة (ص105)

3- مدة الاستخدام اليومي للمواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (3.4): يوضح إجمالي الساعات التي تقضيها المبحوثات يومياً على المواقع الإلكترونية الإخبارية

ساعات الاستخدام	ك	%
اقل من ساعة	119	39
من ساعة الي اقل من ساعتين	89	29.2
ثلاث ساعات فاكثر	49	16.1
من ساعتين الي اقل من ثلاث ساعات	45	14.8
اخرى	3	1
المجموع	305	100

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته 39% من المبحوثات يقضون اقل من ساعة يومياً في تصفح المواقع الإلكترونية الإخبارية، بينما ما نسبته 29.2% تتراوح مدة استخدامهن من ساعة الي اقل من ساعتين، فيما تقاربت باقي ساعات الاستخدام من ثلاث ساعات فأكثر ومن ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً.

وتبدو هذه النتيجة متفقة مع سمات المبحوثات اللواتي يختلفن من حيث السمات الديمغرافية والشخصية، وتتشابه هذه النتيجة مع نتائج دراسة (المصري، 2011)، حيث بلغت نسبة المتابعة أقل من ساعة بنسبة 30%، تلاها من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة 26%، تلاها من ساعة إلى أقل من ساعتين وأكثر من 3 ساعات بنسبة 22%⁽¹⁾.

إلا أن هذه النتيجة تختلف مع دراسة (اللبايدى، 2016) التي أشارت إلى أن ما نسبته 15.9% يقضون أقل من ساعة في متابعة وسائل الإعلام الجديد، وما نسبته 46.2%

(1) المصري، استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام (ص 27)

يتراوح مدة متابعتهم من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، وما نسبته 13.8% من المبحوثين يقضون أكثر من خمس ساعات في متابعة وسائل الإعلام الجديد⁽¹⁾.

وتعتقد الباحثة أن هذا الاختلاف مرده إلى اختلاف الوسيلة، حيث الفيس بوك، يوتيوب، تويتر، انستجرام، غوغل بلس، المدونات، المنتديات وجميعها من وسائل الاعلام الجديد، ويقبل الجمهور أكثر فأكثر على هذه الوسائل الجديدة ويقضون وقتاً أطول في التعرض لها.

4-مكان استخدام المواقع الإخبارية الالكترونية :

جدول (3.5): يوضح الأماكن التي تستخدم فيها المبحوثات المواقع الالكترونية الإخبارية

مكان الاستخدام	ك	%
المنزل	279	91.5
العمل	79	25.9
الجامعة	33	10.8
مقهى الانترنت	13	4.3
اخرى	4	1.3
ن = 305		

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق أن الغالبية العظمى من المبحوثات يستخدمن المواقع الإلكترونية الإخبارية في المنزل وذلك بنسبة 91.5%، تلاها بنسبة 25.9% يستخدمنه في العمل، فيما توزعت باقي نسب استخدام المبحوثات في الجامعة ومقهى للإنترنت وأخرى.

وتعزو الباحثة ذلك لتوفر الإنترنت في معظم البيوت الفلسطينية ولوجود فئة لا بأس بها من المبحوثات من ربات البيوت، والفتيات فوق ستة عشر عاماً، وبالتالي من المنطقي أن

(1) اللبابيدي، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا المرأة: دراسة ميدانية (ص95).

تكون نسبة الاستخدام الأكثر في المنزل، ففقدرة المبحوثات على الدخول إليه من المنزل في كل الاوقات وكذلك؛ لأن مقاهي الإنترنت لا ترتادها المرأة بنسبة عالية في مجتمعنا الغزي على وجه الخصوص.

ولاحظت الباحثة تشابه هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مرجان، 2015) التي تشير إلى أن أكثر من نصف المبحوثين بنسبة يفضلون متابعة المواقع الإلكترونية في المنزل ، بينما كانت نسبة من يفضلون متابعتها في الجامعة 19.8%، بينما بلغت في مقاهي الانترنت بنسبة 9%⁽¹⁾، وربما كان اختلاف النسبة قليلاً يرجع إلى أن عينة دراسة مرجان كانت من الجمهور العام وليس المرأة فقط.

كما تتفق أيضاً مع نتيجة دراسة (النجار، 2011م) التي أظهرت أن الأماكن المفضلة لدى جمهور الصفوة الإعلامية في قراءة وتصفح المواقع الالكترونية هي المنزل ثم أماكن العمل⁽²⁾.

5- الوسائل المستخدمة في تصفح المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (3.6): يوضح الوسائل التي تستخدمها المبحوثات في تصفح ومتابعة المواقع الإخبارية الالكترونية

وسيلة التصفح	ك	%
الهاتف المحمول	237	77.7
الحاسوب المحمول	118	38.7
الحاسوب المكتبي	55	18.0
الحاسوب اللوحي "أيباد"	52	17.0
ن = 305		

(1) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الالكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين (ص 87)

(2) النجار، مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها (ص 490)

تبين النتائج الموضحة في الجدول السابق بأن 77.7% من المبحوثات يستخدمن الهاتف المحمول في تصفح المواقع الإلكترونية الإخبارية، بينما جاء بالمرتبة الثانية بنسبة 38.7% يستخدمون الحاسوب المحمول، في حين أن 18% يستخدمن الحاسوب المكتبي، وأقل النسب استخداماً كان الحاسوب اللوحي "أيباد".

يتضح من النتائج السابقة أن المبحوثات يفضلن استخدام الهاتف المحمول في تصفح المواقع الإلكترونية الإخبارية وترى الباحثة بأنها نتيجة واقعية حيث تمتلك غالبية المبحوثات هواتف ذكية، والتي تتميز باعتدال سعرها وتوافرها في متناول جميعهن، علاوة على إتاحة شركة جوال لحزم متنوعة من خدمات الاتصال بالإنترنت، والتي تسمح للمستخدممة وخصوصاً شريحة طالبات الجامعة والعاملات من الاتصال بالإنترنت في أي وقت وأي مكان واستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية.

وتتشابه هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (رضوان، 2016)، مع اختلاف عينة الدراسة حيث جاء اعتماد المبحوثين علي صحافة الهاتف المحمول بنسبة 65%⁽¹⁾.

وتختلف هذه النتيجة قليلاً مع نتائج دراسة (أبوصلاح، 2014) من حيث ترتيب الوسائل المستخدمة واختلاف الفئة حيث بينت دراسته بأن الحاسوب المحمول جاء بالترتيب الأول في الاستخدام بنسبة 62.5%، تلاه الهاتف المحمول بنسبة 53.1% ثم الحاسوب المكتبي من حيث الاستخدام بنسبة 35.1%، وما نسبته 12% يستخدمون الحاسوب اللوحي "أيباد"⁽²⁾.

وترى الباحثة بأن الاختلاف يرجع إلى طبيعة الفئة المستهدفة في دراسة أبوصلاح وهي محددة فقط بطلبة الجامعات الفلسطينية وهم من يستخدمون الحاسوب داخل وخارج المنزل أكثر من فئة المرأة التي نجد نسبة عالية منها متواجدة في البيت باستمرار، ويمكن ربط هذه النتائج مع نتيجة جدول رقم (3.13) التي جاء فيها أن المنزل هو أكثر الأماكن

(1) رضوان، اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات (ص107)

(2) أبوصلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة: دراسة ميدانية (ص107)

استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي وأكثر الأوقات تواجداً من خلال الهاتف المحمول الأكثر سهولة في الاستخدام والتصفح.

6- الأوقات المفضلة لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (3.7): يوضح الأوقات المفضلة التي تقضيها المبحوثات لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية

أوقات الاستخدام المفضلة	ك	%
لا يوجد وقت محدد	135	44.3
في الصباح	71	23.3
في المساء	69	22.6
في وقت الظهيرة	23	7.5
الفترة المتأخرة من الليل	7	2.3
المجموع	305	100

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (44.3%) من المبحوثات لا يوجد لديهن وقت محدد يفضلنه لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية، بينما ما نسبته 23.3% يفضلن الاستخدام صباحاً، وكذلك تتقارب النسبة أيضاً بفارق قليل بنسبة 22.6% يفضلون استخدامها مساءً، في حين أن 7.5% يفضلون استخدامها في وقت الظهيرة، وكذلك ما نسبته 2.3% يفضلن الاستخدام في الفترة المتأخرة من الليل.

ترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية من حيث توقيت الاستخدام فأغلب المبحوثات لا يوجد وقت محدد لاستخدام المواقع وذلك نتيجة لاختلاف ظروفهن وتنوعهن، حيث إن المبحوثة تفضل استخدام المواقع في الوقت الذي تكون متفرغة فيه وليس حسب وقت معين.

7- أهم المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (3.8): يوضح أهم المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تتابعها المبحوثات

أهم المواقع الإلكترونية	ك	%
دنيا الوطن	245	80.3
معا	167	54.8
غزة الان	140	45.9
شهاب	112	36.7
فلسطين اليوم	93	30.5
سما الإخبارية	69	22.6
فلسطين الان	62	20.3
المركز الفلسطيني للإعلام	38	12.5
الكوفية برس	40	13.1
فلسطين بريس	30	9.8
الشبكة الإعلامية الفلسطينية	28	9.2
مركز الأسرى للإعلام	27	8.9
وكالة الانباء الفلسطينية (وفا)	20	6.6
وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا)	16	5.2
اخرى	2	0.7
ن = 305		

يتضح من نتائج الجدول السابق بأن موقع دنيا الوطن جاء في الترتيب الأول لأكثر المواقع الإخبارية التي تتابعها المبحوثات وذلك بنسبة 80.3%، بينما جاء موقع وكالة معاً

الإخبارية ثانياً وذلك بنسبة 54.8%، تلاه موقع وكالة غزة الآن بنسبة 45.9%، فيما جاء بالترتيب الرابع من حيث المتابعة وكالة شهاب بنسبة 36.7%، ثم موقع فلسطين اليوم بنسبة 30.5%، وتبين من النتائج أيضاً تقارب موقعي سما الإخبارية وفلسطين، بينما جاء متابعة المركز الفلسطيني للإعلام بنسبة 12.5%، وما نسبته 9.8% لموقع فلسطين برس.

وتلاحظ الباحثة بأن المبحوثات يتابعن موقع دنيا الوطن بنسبة مرتفعة وفي نفس الوقت تتقارب نسب متابعتهن بصورة متوسطة لبقية المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث حازت دنيا الوطن على المركز الأول في فلسطين بعد موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" حسب مقياس المواقع الإلكترونية العالمي "أليكسا"، كما تقدّمت دنيا الوطن في الترتيب العالمي للمواقع الإلكترونية وصنّفت ضمن أكثر 5000 موقع إلكتروني متابعة في العالم، في حين يقدر عدد المواقع الإلكترونية بعشرة ملايين موقع (1).

وتختلف هذه النتائج مع نتيجة دراسة (خليفة، 2015) حيث حصلت وكالة معاً الإخبارية على أعلى النسب من حيث متابعة النخبة الإعلامية للمواقع الإلكترونية بنسبة 93.5%، يليها موقع دنيا الوطن بنسبة 38.8%، ثم كلٌّ من وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا)، ووكالة سما الإخبارية بنسبة 82.5%، ثم وكالة الأنباء (وفا) (2).

وترى الباحثة أن هذا الاختلاف مرده إلى أن النخبة الإعلامية تميل إلى المواقع الأكثر جدية، فيما أن مستخدمي ومتابعي موقع دنيا الوطن يميلون للإثارة والأخبار العاجلة.

كما تختلف مع نتيجة دراسة (جبريل، 2015) التي جاء فيها وكالة معاً الأولى في ترتيب المواقع الإلكترونية الإخبارية الذي تعتمد عليها فئة الشباب الجامعي في تلقى أخبار الأسرى الفلسطينيين، تلاها دنيا الوطن بنسبة 82%، ثم فلسطين الآن بنسبة 77%، ثم فلسطين اليوم بنسبة 76 (3).

(1) تقرير وقع اليكسا للعام 2016 (موقع إلكتروني).

(2) خليفة، اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة (ص125)

(3) جبريل، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيبات أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى (ص123)

8- الموضوعات المفضلة للمتابعة عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (3.9): يوضح الموضوعات والقضايا التي تفضل المبحوثات متابعتها في المواقع الإلكترونية الإخبارية

الموضوعات المفضلة	ك	%
السياسية	202	66.2
الاجتماعية	192	63.0
الصحية	167	54.8
الثقافية	163	53.4
الاسرية	110	36.1
الشبابية	110	36.1
العلمية	102	33.4
النسوية	92	30.2
الاقتصادية	75	24.6
التكنولوجية	56	18.4
البيئية	40	13.1
الرياضية	39	12.8
اخرى	3	1.0
ن=305		

تشير نتائج الجدول السابق الي أن ما نسبته 66.2% من المبحوثات يفضلن متابعة الموضوعات والمواد السياسية، تلاها الموضوعات الاجتماعية بنسبة 63.0%، ثم ما نسبته 54.8% يفضلن الموضوعات الصحية، تلاها الموضوعات الثقافية بنسبة 53.4%، وتقاربت نسب الموضوعات الأسرية، الشبابية، العلمية، النسوية، وكانت أقل الموضوعات في المتابعة هي البيئية بنسبة 13.1% والموضوعات الرياضية بنسبة 12.8%.

وترى الباحثة أن اهتمام المبحوثات الكبير بالموضوعات والقضايا السياسية أمر منطقي في ظل الظروف السياسية المتلاحقة التي يعيشها قطاع غزة بشكل خاص وفلسطين بشكل عام، والتي تفرض نفسها على وسائل الإعلام كافة، وكذلك تلاحظ الباحثة بأن النسب متقاربة بين المجالات الأخرى على سبيل المثال الاجتماعية، الصحية، الثقافية والأسرية وهذا يدل على أن المجالات المذكورة كلها تحظى باهتمام مقبول من قبل المبحوثات ويدل على تنوع اهتمامهم إلى جانب السياسة.

أما المجالات البيئية والاقتصادية والتكنولوجية ورياضية فقد حظيت باهتمام أقل بكثير لأنه يجب أن نأخذ بعين الاعتبار أنها متخصصة ولا تلقى اهتماماً من الجميع، أما الموضوعات الاجتماعية فيوجد اهتمام من قبل المواقع بتناولها رغم عدم وصولها للجرأة المطلوبة في تناولها نظراً لخصوصية مجتمعنا ومحافظته وخصوصاً ما يتعلق بالعنف المبني على النوع الاجتماعي الذي شهد مجتمعنا الفلسطيني ارتفاعه، فيما جاء أقل الدرجات متابعة للموضوعات الرياضية لأن اهتمام المرأة بالرياضة في مجتمعنا أقل من الرجل كثيراً وممارستها بالتالي انعكس على درجة متابعة المرأة لهذه الموضوعات في المواقع الإلكترونية الإخبارية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (اللبايدى، 2016) التي أشارت نتائجها إلى أن أهم المجالات التي يتابعها المبحوثون عبر وسائل الإعلام الجديد هي السياسية بنسبة 62.5%، ومن ثم الثقافية بنسبة 60.6% تليها الاجتماعية بنسبة متقاربة، بينما حلت الاقتصادية والرياضية في المرتبتين الأخيرتين على التوالي بما يقارب 28%⁽¹⁾.

(1) ديمة اللبايدى، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا: دراسة ميدانية (ص 96)

ثانياً : دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية:

1-الدوافع الطقوسية:

جدول (3.10): يوضح دوافع المبحوثات الطقوسية لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية

الدوافع الطقوسية	ك	%
توفر الانترنت واتاحة تصفحه بأوقات متنوعة	178	58.4
فهم أكبر لمجمعي وقضايا المرأة فيه	157	51.5
لملء أوقات الفراغ والتسلية	144	47.2
للهرب من مشاكل الحياة اليومية	66	21.6
بدافع الفضول في معرفة كيفية الاستخدام	65	21.3
بحكم ارتباط العمل بالكمبيوتر واستخدامه	43	14.1
ن = 305		

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق تم التعرف على استجابات المبحوثين حول دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية حيث تبين أن توفر الإنترنت وإمكانية تصفح المبحوثات للمواقع من أهم الدوافع الطقوسية وذلك بنسبة 58.4%، تلاها بفارق قريب رغبة المبحوثة في الفهم الأكبر لقضايا المرأة في مجتمعنا بنسبة 51.5%، بينما جاء دافع الرغبة في ملء أوقات فراغ المبحوثات والتسلية في المرتبة الثالثة بنسبة 47.2%، فيما تقارب بنفس النسبة كلاً من دافع الهروب من مشاكل الحياة والفضول في معرفة كيفية استخدام المواقع الإلكترونية .

وقد تقاربت نتائج الدراسة في جوانب الدوافع الطقوسية التي يفضلها المبحوثون في دراسة (عوض، 2008م) والتي جاء فيها بمتوسط حسابي 4.19 لأنها موجودة وبتاح استخدامها، وبمتوسط حسابي 3.84% بحكم العادة والارتباط بالكمبيوتر⁽¹⁾ .

(1) عوض، استخدامات المرأة لوسائل الإعلام الفلسطينية والاشباع المتحققة منها (ص180)

2- الدوافع المنفعية:

جدول (3.11): يوضح دوافع المبحوثات المنفعية لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية

الدوافع المنفعية	ك	%
المساعدة في فهم وتحليل الواقع من حولي وتكوين آراء منطقية	179	58.7
للإطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات العالمية	163	53.4
الإطلاع على ثقافات أخرى	153	50.2
للاستفادة من المعلومات المتنوعة المتوفرة داخل الموقع	152	49.8
لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة	107	35.1
للمشاركة في الحوار وتكوين علاقات مع الآخرين	101	33.1
ن = 305		

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه تم التعرف إلى استجابات المبحوثات حول الدوافع النفعية من استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث احتل دافع مساعدة المبحوثات في فهم وتحليل الواقع من حولهن وتكوين آراء منطقية بالمرتبة الأولى وذلك بنسبة 58.7%، وجاء بعده دافع الإطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات العالمية بنسبة 53.4%، تلاه بفارق ضئيل دافع الإطلاع على الثقافات الأخرى بنسبة 50.2%، فيما تشابهت بنفس النسب المئوية تقريباً دوافع استكمال المبحوثات للمعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة والمشاركة أيضاً في الحوار وتكوين علاقات مع الآخرين.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسة (تريان، 2012) والتي أكدت أن دوافع معرفة الأخبار والأحداث الجارية تأتي على رأس قائمة أولويات الصفوة في متابعة الصحافة الإلكترونية والمطبوعة بنسبة 22.7%، والحاجة إلى تفاصيل عن الأخبار بنسبة 12.8%، والحاجة إلى التحليلات المعمقة بنسبة 12.5%⁽¹⁾.

كما تتشابه مع نتائج دراسة (جبريل، 2015) التي أثبتت بأن الطلبة يتابعون المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية بدافع الإطلاع على تطورات الأحداث بنسبة 22.7%، تلاه

(1) تريان، استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحف الإلكترونية والمطبوعة والإشاعات المتحققة (ص142).

السرعة في نقل الأحداث والأخبار، ثم سهولة الوصول الي المعلومات، و أخيراً زيادة الحصيلة المعرفية⁽¹⁾.

وتتشابه أيضاً مع نتائج دراسة (مرجان، 2015) التي أشارت إلي أن أهم دوافع الاعتماد على المواقع الالكترونية بشأن الأزمات التي يتعرض لها اللاجئون كانت متابعة تفاصيل تلك الأزمات بنسبة 25.98%، تلاها التعرف على ما يحدث في مناطق اللجوء، ثم السرعة في طرح المواضيع فور وقوعها⁽²⁾.

وتأتي هذه النتيجة متفقة مع نتيجة جدول رقم (3.8) حيث يعتبر من أهم دوافع استخدام المبحوثات للمواقع الالكترونية الإخبارية هو فهم وتحليل الواقع من حولي وتكوين آراء منطقية، للاطلاع على احداث الأخبار والمستجدات العالمية وهذه يؤكد أن أهم الموضوعات التي تتبناها المبحوثات هي سياسية واجتماعية بالدرجة الأولى.

3- مجموع الدوافع الطقوسية والمنفعية:

جدول (3.12) يوضع مجموع الدوافع الطقوسية والمنفعية لاستخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية

الدوافع	ك	%
المنفعية	855	56.7
الطقوسية	653	43.3
المجموع	1508	100

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه تبين بأن إجمالي الدوافع المنفعية جاءت أكثر من إجمالي الدوافع الطقوسية لدى المبحوثات وذلك ما نسبته 56.7% للمنفعية، وما نسبته 43.3%.

وترى الباحثة بأن هذه النتيجة منطقية حيث أن الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تمر بها المرأة في القطاع تدفعها أولاً لمتابعة المواقع الإخبارية بهدف تجاوز

(1) جبريل، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى (ص95)

(2) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الالكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين (ص91)

الغموض الناتج عن تناقص المعلومات وعدم كفايتها لفهم الأحداث وتفسيرها بشكل صحيح، ولذلك تعد المواقع الإلكترونية أكثر الوسائل الاعلامية التي تقدم استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات بصورة موسعة وأسرعها تحديث للأخبار والمستجدات العالمية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (أبو صلاح، 201) التي تقدمت فيها الدوافع المنفعية بنسبة 66.23 %، بينما جاء إجمالي الدوافع الطقوسية ما نسبته 33.77%⁽¹⁾.

4-أسباب استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (3.13): يوضح رأي المبحوثات في أسباب استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية

أسباب الاستخدام	ك	%
سرعة تحديث الأخبار حال حدوثها	176	57.7
معرفة ما يجري بتفاصيل أكبر وأعمق	152	49.8
التعرف على الرأي والرأي الآخر	135	44.3
سرعة نقلها للمعلومة والحدث	133	43.6
تركز على قضايا التوعية ومناصرة قضايا المرأة والمجتمع	121	39.7
تهتم بمعرفة ما وراء الخير أو الحدث	118	38.7
معرفة ما يجري بتفاصيل أكبر وأعمق	117	38.4
سهولة الوصول لروابط ذات صلة عن الموضوع	95	31.1
اهتمامها بالتعمق في الأخبار وتفسيرها	90	29.5
توفير إمكانية البحث داخل الموقع الإلكتروني الإخباري	83	27.2
تعدد الوسائط المتعددة داخل الموقع	77	25.2
وجود الجرافيك والصور والفيديوهات والرسوم	62	20.3
ن = 305		

(1) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة (ص121)

تعكس نتائج الجدول أعلاه أسباب استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية حيث جاء سرعة تحديث الأخبار حال حدوثها أعلى أسباب استخدام المبحوثات، وذلك بنسبة 57.7%، فيما تلاها رغبة المبحوثات في معرفة ما يجري بتفاصيل أكبر وأعمق وذلك بنسبة 49.8%، ثم جاء بفارق ضئيل التعرف على الرأي والرأي الآخر وسرعة نقل المواقع للمعلومة والحدث، بينما تساوت بنفس النفس أسباب استخدام المبحوثات للمواقع من حيث اهتمامهن بمعرفة ما وراء الخبر أو الحدث ورغبتهم بعرفة ما يجري بتفاصيل أكبر وأعمق، فيما جاء أقل درجة استخدام من وجهة نظر المبحوثات هو وجود الجرافيك والصور والفيديوهات والرسوم وذلك بنسبة 20.3%.

وترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية وتتناسب مع خصائص المواقع الإلكترونية حيث تعتبر السرعة والفورية في نقل المعلومات والأحداث من أهم المميزات التي يتمتع بها الإعلام الإلكتروني، وهو ما يميزه عن الصحافة التقليدية⁽¹⁾.

ولأن المواقع الإلكترونية أصبحت في السنوات الأخيرة بمثابة المصدر الأساسي للأخبار بالنسبة للكثيرين، لذلك جاءت الدوافع في إطارها المنطقي سواء في متابعة الأخبار أو التطورات والتعرف على الواقع الفلسطيني، خاصة في ضوء ما تتميز به المواقع من سرعة النقل التي تمتاز بها فور وقوعها لما تتمتع به تلك المواقع من سمات مميزة عن بقية وسائل الإعلام التقليدية وخصوصاً فيما يتعلق بالتحديث المتواصل أولاً بأول وهامش المساحة الكبيرة، والتفاعلية، كما يدعم الرأي الذي أورده أمين أبو وردة في دراسته التي أكد فيها أن المواقع الإلكترونية أصبحت تتفوق على غيرها من وسائل الإعلام الأخرى في اعتبارها مصدراً للأخبار خاصة للطلاب والشباب والنخب⁽²⁾.

وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد في دراسة (العسيري، 2013)⁽³⁾ التي أثبتت أن أفراد عينة الدراسة يرون بدرجة متوسطة بما نسبته 67.9% أنه من الأسباب التي تدفعهم لاستخدام المواقع الإلكترونية لخدمة بحوثهم العلمية سهولة البحث في أي موضوع عام والسرعة العالية.

(1) علم الدين، الصحافة الإلكترونية (ص188)

(2) أبوردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي - طلبة جامعة النجاح

الوطنية أنموذجاً: دراسة ميدانية (ص92)

(3) أبو ليلة، اعتماد شباب محافظات غزة في المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تنمية وعيهم الأمني: دراسة

ميدانية (ص98)

كما تتشابه مع نتائج دراسة (جبريل، 2015) التي جاء فيها ما نسبته 22.7 % لأنها تطلع المبحوثين على تطورات الأحداث، وما نسبته 17.1% للسرعة في نقل الأحداث والأخبار، وما نسبته 14.9% لسهولة الوصول إلى المعلومات ، بينما 9.0% لأنها تزيد من التحصيل المعرفي والثقافي، وما نسبته 5.3% لأنها تتسم بالموضوعية والمصداقية، فيما جاء 5.3% لوجود الأرشيف والمواد المصورة⁽¹⁾.

5-أسباب عدم استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية:

جدول (3.14): يوضح أسباب عدم استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية

أسباب عدم الاستخدام	ك	%
ليس عندي وقت كاف لمتابعتها	57	60.0
مشاكل الإنترنت بسبب انقطاع الكهرباء	49	51.6
لا أعرف كيفية استخدام الانترنت	40	42.1
عدم اقتناعي بمصداقيته	40	42.1
اعتمد علي وسائل أخرى كمصدر للأخبار	34	35.8
لا أهتم بمتابعة الأخبار	29	30.5
لأن معظم المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية حزبية	23	24.2
عدم اهتمامها بشؤون المرأة	13	13.7
ن = 95		

تبين النتائج الموضحة في الجداول السابقة أن 23.8% من المبحوثات لا يستخدمن المواقع الإلكترونية الإخبارية لأسباب مختلفة أوضحتها نتائج هذا الجدول حيث كان السبب الأساسي هو عدم وجود الوقت الكافي لمتابعتها وذلك بنسبة 60.0 %، فيما جاء السبب الثاني هو مشاكل الإنترنت بسبب انقطاع الكهرباء بنسبة 51.6%، فيما تتساوي عدم معرفتهن بكيفية استخدام الانترنت، وكذلك عدم اقتناعها بمصداقية المواقع، وما نسبته 35.8% يعتمدن علي وسائل أخرى كمصدر للأخبار، فيما جاءت بنسب قليلة كل من عدم

(1) جبريل، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيبات أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى (ص123)

اهتمامهم بمتابعة الأخبار، وعدم اهتمام تلك المواقع بشؤون المرأة، فيما نسبته 24.2% يرجع عدم استخدامهم لن معظم المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية حزبية.

وترى الباحثة بأن نسبة عدم الاستخدام قليلة بالأساس، ومن خلال الأسباب التي ذكرتها المبحوثات لعدم استخدام المواقع الإلكترونية نجد أنها تتركز في انشغالها بمتطلبات الحياة عن هذه المواقع فليس لديهن الوقت الكافي للمتابعة أكثر من أسباب تتعلق بهذه المواقع خصوصاً أن النسبة الأكبر للمبحوثات هن من ربات البيوت والطالبات والموظفات اللواتي لا يملكن كثيراً من الوقت .

وكذلك لاحظت الباحثة تأثير الأوضاع المعيشية والحصار بنتائج المختلفة وتحديداً الانقطاع المتكرر للكهرباء على استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية حيث جاء في مقدمة الأسباب، وهذا مبرر في ظل اشتداد الأزمة ووصول التيار لأربع أو ست ساعات يومياً في بعض الفترات، أو لعدم معرفتهن بكيفية استخدام الانترنت وبالتصفح نظراً لتفاوت السن بين المبحوثات.

وتتشابه مع نتيجة دراسة (جبريل، 2015) التي أشارت إلى أن عدم وجود الوقت لدى المبحوثين جاء بالترتيب الأول بنسبة 25%، تلاه ونسبة 12.5% عدم اتقائها مع الميول والاتجاهات، ولوجود وسائل إعلام أخرى تعوض المبحوثين، ولطغيان الصفة الحزبية⁽¹⁾.

وتختلف مع نتيجة دراسة (أبو ليلة، 2016) التي جاء فيها أن ما نسبته 37.8% من عينة الدراسة لا تتابع المواقع الإلكترونية بسبب ضغط العمل، وما نسبته 18.8% بسبب عدم الثقة بما تقدمه من معلومات، ولا يتوفر الوقت لما نسبته 18.8%، واجابت نسبة 12.5% بعدم استطاعتها التعامل مع المواقع الإلكترونية، بينما اعتمدت ما نسبته 6.3% على وسائل أخرى لاكتساب المعلومات⁽²⁾.

وترى الباحثة بأن هذه النسبة تبقى بالأساس قليلة العدد، ومن خلال تقسيمات هذه الفئة التي لا تتابع المواقع الإلكترونية نجد أنها لا تملك اتجاهات سلبية نحو المواقع الإلكترونية بقدر انشغالها عنها بمتطلبات الحياة الأخرى وهذا يدل على حجم تواجد الانترنت في المنازل وفي ثقافة ووجدان المبحوثات والمبحوثين.

(1) جبريل، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيبات أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى (ص122)

(2) أبو ليلة، اعتماد شباب محافظات غزة في المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تنمية وعيهم الأمني: دراسة ميدانية (ص88)

ثالثاً: الإشباع المتحققة:

1- الإشباع التي تحققها المواقع الإلكترونية الإخبارية :

جدول (3.15): يوضح الإشباع المتحققة من استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية

الوزن النسبي	منخفضة		متوسطة		عالية		الإشباع
	%	ك	%	ك	%	ك	
84.54	4.6	14	37	113	58.4	178	تعرفني على الأخبار والأحداث الجديدة
70.50	23.3	71	41.6	127	35.1	107	تعزز شعوري بالثقة بالمواقع الإلكترونية المحلية
69.30	21	64	49.8	152	29.2	89	تساعدني في تكوين آراء وتحليلات عن القضايا التي تجري من حولي
74.78	48.9	149	128.4	392	122.7	374	المجموع
76.10	10.5	32	50.8	155	38.7	118	تجعلني أشارك بالتعليق برأيي بحرية مطلقة
75.22	13.4	41	47.2	144	39.3	120	تجعلني أعبر عن آرائي بحرية مطلقة
73.25	16.7	51	46.6	142	36.7	112	تساعدني على تبني رأي من يعجبني من الشخصيات والكتاب
74.86	40.6	124	144.6	441	114.7	350	المجموع
77.19	13.1	40	42.0	128	44.9	137	تسهل لي التواصل وجعلتني اجتماعية أكثر
71.27	22.3	68	41.3	126	36.4	111	تساهم في تحقيق تواصل مع بعض أفراد المجتمع المحلي
70.18	26.9	82	35.4	108	37.7	115	تساعدني على تكوين أصدقاء جدد من متابعي المواقع

الوزن النسبي	منخفضة		متوسطة		عالية		الإشباع
	%	ك	%	ك	%	ك	
72.88	62.3	190	118.7	362	119	363	المجموع
79.50	10.2	31	41	125	48.9	149	ساعدتني على التسلية وملئ أوقات الفراغ
71.16	26.9	82	32.8	100	40.3	123	التخلص من الشعور بمعزل عن المجتمع
69.63	28.2	86	34.4	105	37.4	114	تعد متنفساً للهروب من مشاكل الحياة اليومية وضغوط العمل
73.43	65.3	199	108.2	330	126.6	386	المجموع

يتضح من الجدول السابق بأن اشباعات المشاركة كانت أكثر الاشباعات لدى المبحوثات من استخدامهن للمواقع الإلكترونية وذلك بنسبة 74.86 %، تلتها اشباعات مراقبة البيئة بوزن نسبي 74.78 %، ثم إشباعات التسلية بوزن نسبي 73.43 % وأخيرا إشباعات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 72.88%.

وتبين نتائج الجدول بأن أهم " إشباعات المشاركة " كانت جعل المبحوثة تشارك بالتعليق برأيها بحرية مطلقة وذلك بنسبة 76.10 %، تلاها التعبير عن آرائهن بحرية مطلقة وذلك بنسبة 75.22 % فيما جاء اشباع المبحوثات في مساعدتهن على تبني رأي من يعجبهن من الشخصيات والكتاب بالمرتبة الثالثة.

أما أهم إشباعات مراقبة البيئة" فتمثلت في تعريف المبحوثات على الأخبار والأحداث الجديدة وحازت على وزن نسبي بلغ 84.54 %، فيما جاء بفارق قليل بالنسبة إلى كلٍ من إشباع تعزيز شعورهن بالثقة بالمواقع الإلكترونية المحلية ومساعدتهن في تكوين آراء وتحليلات عن القضايا التي تجري من حولهن.

وجاءت " اشباعات التسلية" بالترتيب الثالث من حيث الإشباعات وتضمنت مساعدة المبحوثات على التسلية وملئ أوقات فراغهن بوزن نسبي 79.50 %، بينما تقاربت بالنسبة بفارق قليل كلاً من إشباع التخلص المبحوثات من الشعور بمعزل عن المجتمع، وكذلك

اعتبارهن لاستخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية متنفساً للهروب من مشاكل الحياة اليومية وضغوط العمل.

وكانت أهم "إشباعات التواصل الاجتماعي" أن المواقع الإخبارية تسهل لهن التواصل وتجعلهن اجتماعيات أكثر وذلك بوزن نسبي 77.19%، تلاها المساهمة في تحقيق تواصلهن مع بعض أفراد المجتمع المحلي، الي جانب مساعدتهن على تكوين أصدقاء جدد من متابعي المواقع.

لاحظت الباحثة هنا أن تقدم اشباعات المشاركة بالرأي بحرية مطلقة هو أمر طبيعي بالنسبة إلى طبيعة المبحوثات كون أغليبتهم من الفئة العمرية من 20-30 عام والتي تسعى دائما لإبداء رأيها والتعبير عنه بشكل حر في مختلف القضايا والاحداث، كما أن وجود شبكات التواصل مثل " الفيس بوك، تويتر، انستجرام" يمكنه تفسير تأخر اشباعات التواصل الاجتماعي في آخر مرتبة وذلك لوجود تلك الشبكات المتخصصة من وسائل التواصل الاجتماعي تعطي المساحة الأكبر للتسلية والتواصل الاجتماعي وتكوين العلاقات والأصدقاء.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (ابوصلاح،2014) والتي كشفت أن أبرز الإشباعات المتحققة لدى المبحوثين هي اشباعات التفاعل الاجتماعي بنسبة 35.7%، فيما أنت إشباعات مراقبة البيئة في المرتبة الثانية بنسبة 27.3%، ثم اشباعات المشاركة بالرأي بنسبة 23.8%، تلتها اشباعات التسلية بنسبة 13.7%(1).

وترجع الباحثة من وجهة نظرها الاختلاف لاختلاف الوسيلة في دراسة أبو صلاح وهي شبكات التواصل الاجتماعي.

(1) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة (ص176)

2- درجة الرضا:

جدول (3.16): يوضح درجة رضا المبحوثات عما تقدمه المواقع الإلكترونية الاخبارية

الوزن النسبي	منخفضة		متوسطة		عالية		نوع الرضا
	%	ك	%	ك	%	ك	
80.00	8.2	25	43.6	133	48.2	147	تقديم المعلومات الوطنية والمحلية
79.67	7.5	23	45.8	140	46.6	142	اهتمامها بالقضايا التي تهم الرأي العام
79.45	9.2	28	43.3	132	47.5	145	التنوع في استخدام القوالب والأشكال الإخبارية
76.83	9.5	29	50.5	154	40	122	مضمون المواد الإخبارية فيها
76.72	12.5	38	44.9	137	42.6	130	شمولية وتفسير الأحداث وتحليلها
72.02	11.5	35	61	186	27.5	84	الشكل الفني الذي تقدم به المواد
70.27	19.3	59	50.5	154	30.2	92	معالجة الموضوعات والقضايا الخاصة بالمرأة
76.42	77.7	237	339.6	1036	282.6	862	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه بأن نسبة الرضا العام للمبحوثات من استخدامهن للمواقع الإلكترونية جاءت بوزن نسبي بلغ 76.42 %، فيما جاء أعلى مستويات رضا المبحوثات من استخدامهن للمواقع الإلكترونية الاخبارية هو حرص تلك المواقع على المحافظة على تقديم المعلومات الوطنية والمحلية بوزن نسبي 80%، فيما جاء بالمرتبة الثانية بفارق كلٍ من اهتمام المواقع بالقضايا التي تهم الرأي العام، والتنوع في استخدام القوالب والأشكال الإخبارية.

وبلغ الوزن النسبي لدرجة رضا المبحوثات عن مضمون المواد الإخبارية 76.83%، تلاها مضمون المواد الإخبارية فيها بوزن نسبي 76.72%، وبوزن نسبي قريب جاء شمولية وتفسير الأحداث وتحليلها، ثم الشكل الفني الذي تقدم به المواد الي جانب تناولها ومعالجتها للموضوعات والقضايا الخاصة بالمرأة وذلك بأقل درجات الرضا التي بلغت 70.27%.

وترى الباحثة بأن درجة رضا المبحوثات عما تقدمه المواقع الإلكترونية الإخبارية تعبر عن علاقة الاستخدام العالية وهي أيضاً بمثابة مقياس للأهداف التي تسعى المبحوثات من الحصول عليها وأهمها الاطلاع على كل ما هو جديد، إضافة إلى متابعة التفاصيل بشمولية وتحليل أعمق وهو أهم ما يميز المواقع الإلكترونية عن غيرها من الوسائل.

تتشابه هذه النتيجة مع نتيجة (بريص، 2015) والتي جاء فيها ما نسبته 41.5% من طلبة الجامعات الفلسطينية يعتمدن على المواقع الإلكترونية في تشكيل معارفهم حول قضايا البيئة هو متابعة تفاصيل تلك الموضوعات، وما نسبته 41.2% هو عرض المواد عبر الموقع الإلكتروني بطريقة جذابة، وما نسبته 27.2% هو قوة الموقع في طرح الموضوعات، وما نسبته 17.8% لعرض تداعيات القضايا مدعومة بمواد فيلمية، وما نسبته 5.3% هو لتقديم المواقع تحليل علمي دقيق لجوانب القضايا⁽¹⁾.

3- درجة استخدام الوسائط المتعددة:

جدول (3.17): يوضح رأى المبحوثات في درجة اهتمام المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية باستخدام الوسائط المتعددة

الدرجة	ك	%
متوسطة	205	67.2
عالية	78	25.6
منخفضة	22	7.2
المجموع	305	100
الوزن النسبي	72.8	

يتضح من الجدول أعلاه بأن الوزن النسبي لرأي المبحوثات في درجة اهتمام المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية باستخدام الوسائط المتعددة بلغ 72.8%، حيث أن نسبة 67.2% من المبحوثات يرون أن المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية تهتم باستخدام الوسائط المتعددة بدرجة متوسطة، و25.6% بدرجة اهتمام عالية، و7.2% كان تقييمهم أن درجة الاهتمام منخفضة.

ترى الباحثة بأن النتيجة واقعية حيث إن المواقع الإلكترونية الإخبارية تتميز بالتفاعلية وتعتمد على التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص، والصوت، والصورة معاً بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة، ولا شك في أن لقطات الفيديو الحية المصحوبة بالصوت هي أقوى وسائل الوسائط المتعددة تأثيراً في العملية التفاعلية إذ تحتوي

(1) بريص، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تشكيل معارفهم نحو قضايا البيئة (ص83)

على كل العناصر من النص والصورة والصوت فضلا عن الحركة .

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (دلول، 2016م) التي كشفت عن أن الإمكانيات الفنية التي تقدمها المواقع الرياضية الفلسطينية تعد متوسطة المستوى والتي جاءت بنسبة 46%، فيما رأى 44% أن درجة اهتمام المواقع بالإمكانيات متميزة المستوى (1).

4-أنواع الوسائط المتعددة :

جدول (3.18): يوضح رأي المبحوثات في أنواع الوسائط المتعددة داخل المواقع الإلكترونية الإخبارية

انواع الوسائط المتعددة	ك	%
الفيديو	221	72.5
الصور	138	45.2
الوسائط المتعددة	106	34.8
النص الفائق	64	21.0
ن = 305		

تشير نتائج الجدول السابق بأن أهم الوسائط المتعددة التي يستفدن المبحوثات من استخدامها داخل المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية هو الفيديو وذلك بنسبة 72.5%، جاء بعدها في الأهمية بالمرتبة الثانية الصور بنسبة 45.2%، فيما بين الجدول أيضا بأن استخدام المواقع للوسائط المتعددة جاء بالمرتبة الثالثة وذلك بنسبة 34.8%، وجاء بفارق كبير من حيث الأقل أهمية من وجهة نظر المبحوثات النص الفائق .

ترى الباحثة أن دمج الصوت مع الصورة في تقنية الفيديو يجذب الانتباه أكثر، كما أن الصور تؤثر في المتلقي بشكل أكبر من النصوص أو المرفقات الصوتية لوحدها.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (اللابيدي، 2016) التي جاء فيها أن أكثر أنواع المواد التي يفضل المبحوثين متابعتها عبر الإعلام الجديد للحصول على معارف وآراء حول قضايا المرأة هي الفيديو بنسبة 70%، ومن ثم الصور بنسبة 59.4% (2).

(1) (دلول، المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة (ص164)

(2) اللابيدي، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا :دراسة ميدانية (ص105)

5-درجة ثقة المبحوثات بالمعلومات :

جدول (3.19): يوضح درجة ثقة المبحوثات بالمعلومات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية

الدرجة	ك	%
منخفضة	47	15.4
متوسطة	202	66.2
عالية	56	18.4
المجموع	305	100
الوزن النسبي	67.7	

تبين نتائج الجدول السابق بأن الوزن النسبي لدرجة ثقة المبحوثات بالمعلومات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية جاء أقل من المتوسط بنسبة 67.7 %، وتوضح النتائج أيضاً أن أعلى درجات ثقة المبحوثات بالمعلومات التي تقدمها المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية هي درجة متوسطة بنسبة 66.2 %، فيما توزعت باقي درجات ثقة المبحوثات ما بين عالية بنسبة 18.4 %، ودرجة ثقة منخفضة بنسبة 15.4 %.

وهذا يدل على أن المواقع الإلكترونية الإخبارية في طريقها لكسب ثقة الجمهور فعلاً ، فقليلون من لا يتقنون بها رغم انهم يتابعونها، وتبدو أن الثقة المتوسطة جيدة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن بعض مصادر المعلومات عبر المواقع الإلكترونية مجهولة المصدر وبعض المعلومات لا تكون دقيقة.

تتفق هذه النتيجة مع نتائج عدد من الدراسات السابقة منها دراسة(مرجان،2015) التي أشارت نتائج الدراسة إلى ثقة المبحوثين بدرجة متوسطة بتناول المواقع الإلكترونية لقضية اللاجئين الفلسطينيين بنسبة 46.3 %، وجاءت نسبة من يتقنون بدرجة عالية 35.3 %، ثم نسبة من يتقنون بدرجة عالية جدا 9.8 %⁽¹⁾.

(1) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين ص98

كما تتفق مع دراسة (لبد، 2015) التي جاء فيها ما نسبته 50.2% ثقتهم متوسطة بما تقدمه المواقع الالكترونية الفلسطينية، وما نسبته 27.4% هم ثقتهم عالية، وما نسبته 6.7% هم من الذين ثقتهم منخفضة اتجاه تلك المواقع⁽¹⁾.

وتتوافق مع دراسة (محمدي، 2012م) التي توصلت إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين يتقون بدرجة متوسطة في المعلومات المنشورة على الإنترنت بنسبة 65%⁽²⁾.

6- درجة استفادة المبحوثات :

جدول (3.20): يوضح درجة استفادة المبحوثات من استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية

الدرجة	ك	%
منخفضة	43	14.1
متوسطة	189	62
عالية	73	23.9
المجموع	305	100
الوزن النسبي	69.9	

توضح نتائج الجدول السابق بأن الوزن النسبي لدرجة المبحوثات من استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية جاء بنسبة 69.9% وهي نسبة متوسطة، فيما وضح أيضاً أن غالبية استفادة المبحوثات من استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية جاءت بدرجة متوسطة بنسبة 62%، فيما جاء بنسبة 23.9% بدرجة عالية، بينما انخفضت درجة استفادتهن بنسبة 14.1%.

(1) لبد، اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا المحلية (ص98)

(2) محمدي، استخدام الفصول الافتراضية عبر الانترنت لتنمية الاتجاه نحو التعلم الذاتي وبقاء أثر التعلم (ص154)

وتتفق هذه النتيجة من حيث درجة الاستفادة مع دراسة (الصفدي، 2015) والتي بينت نتائجها أن ما نسبته 40.3% استفادوا منها بدرجة متوسطة، فيما نسبته 37.7% استفادوا منها بدرجة عالية، بينما ما نسبته 5.2% من أفراد عينة الدراسة استفادوا من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة جداً⁽¹⁾.

7- جوانب استفادة المبحوثات :

جدول (3.21): يوضح جوانب استفادة المبحوثات من المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية

وجه الاستفادة	ك	%
معرفة الجديد من الأخبار	199	65.2
معرفة أهم قضايا المرأة في المجتمع	166	54.4
معرفة الاحداث فور حدوثها	158	51.8
سهولة البحث داخل الموقع والتواصل مع المصادر	145	47.5
تطوير مهارات الاستخدام	124	40.7
زيادة الثقة بوسائل الإعلام الفلسطينية	94	30.8
ن = 305		

تبين من نتائج الجدول السابق تعرف المبحوثات على الجديد من الأخبار من خلال استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية هو أعلى جوانب استفادتهن وذلك بنسبة 65.2%، فيما تلاه بالمرتبة الثانية بفارق كبير معرفتهن لأهم قضايا المرأة في المجتمع وذلك بنسبة 54.4%، فيما جاء بعد ذلك ترتيباً بفارق متوسط مع كلٍ من سرعة نقل تلك المواقع للأحداث، وتوفير إمكانية البحث داخل الموقع والتواصل مع المصادر بنسبة 47.5%، فيما جاءت أقل الجوانب استفادة بفارق 10% تقريباً بين مساهمة المواقع بتطوير مهارات المبحوثات في الاستخدام وكذلك زيادة الثقة في وسائل الإعلام الفلسطينية.

(1) الصفدي، استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة : دراسة ميدانية (ص108)

وتختلف نتائج الدراسة مع نتائج دراسة (أبوليلة، 2016) التي بينت أن ما نسبته 16% لديهم درجة ثقة عالية جداً بتناول المواقع الإلكترونية الفلسطينية لقضايا التوعية الأمنية، بينما ما نسبته 33.7% هم من الذين لديهم ثقة عالية، وما نسبته 40.4% هم من الذين لديهم ثقة متوسطة.

رابعاً : إيجابيات وسلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية ومقترحات تطويرها

1- إيجابيات المواقع الإلكترونية الإخبارية :

جدول (3.22): يوضح أبرز إيجابيات المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر المبحوثات

الإيجابيات	ك	%
تطورها بشكل سريع وملحوظ، مواكبة أحداث التقنيات في تكنولوجيا الاتصال	202	66.2
شرح ونقل معاناة الشعب الفلسطيني في الداخل والخارج	182	59.7
اهتمامها بالشأن الفلسطيني المحلي والوطني	156	51.1
وسيلة اقتصادية غير مكلفة	155	50.8
وجود زوايا خاصة بالمرأة وقضاياها	124	40.7
توفير إمكانيات البحث والأرشيف فيها	115	37.7
إحاطتها ومتابعتها للأحداث الجارية على الساحة الفلسطينية	114	37.4
التفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة	103	33.8
أخرى	3	1.0
ن = 305		

تشير نتائج الجدول السابق بأن أبرز إيجابيات المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر المبحوثات هي تطورها بشكل سريع وملحوظ، مواكبة أحداث التقنيات في تكنولوجيا الاتصال وذلك بنسبة 66.2%، بينما جاء ما نسبته 59.7% لشرحها ونقلها معاناة الشعب الفلسطيني في الداخل والخارج، فيما اهتمامها بالشأن الفلسطيني مما يعطيها عنصر الجاذبية بسبب رغبة الجماهير في معرفة آخر التطورات على الساحة الفلسطينية، ثم لكونها وسيلة اقتصادية وأقل تكلفة من الوسائل الأخرى بنسبة 50.8%، بينما ما نسبته 40.7% لوجود زوايا خاصة بالمرأة وقضاياها، فيما تقاربت النسب بفارق قليل بسبب توفيرها إمكانيات البحث

والأرشيف فيها، وإحاطتها ومتابعتها للأحداث الجارية على الساحة الفلسطينية، وكذلك بسبب التفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (جبريل، 2015) التي جاء فيها السرعة في نقل الأحداث والأخبار أولاً بنسبة 22.7%، تلاه السرعة في نقل الأحداث والأخبار، ثم سهولة الوصول إلى المعلومة، وترجع الباحثة هذا الاختلاف نتيجة لاختلاف القضية وهي الأسرى في المواقع الإلكترونية الإخبارية.

2-سلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية :

جدول (3.23): يوضح سلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظر المبحوثات

السلبيات	ك	%
نشر بعض الأخبار والمعلومات دون الإشارة إلى المصدر	186	61.0
كثرة الإعلانات وازدحامها في الموقع	139	45.6
ضعف التزام أخبارها بالمصداقية	133	43.6
الحزبية وعدم مراعاة الموضوعية والدقة	125	41.0
ضعف اهتمامها بشؤون المرأة	115	37.7
ضعف التفاعلية وعدم استغلال الوسائط الفائقة	111	36.4
نشر صور ومواد غير مرغوب فيها	106	34.8
ضعف التغطية واقتصرها على الجانب الخبري	99	32.5
ن = 305		

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق تم التعرف على أبرز سلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لوجهة نظر المبحوثات حيث جاء في الترتيب الأول نشر بعض الأخبار والمعلومات دون الإشارة إلى المصدر بنسبة 61.0%، تلاها كثرة الإعلانات وازدحامها في الموقع بنسبة 45.6%، بينما جاء ضعف التزام أخبارها بالدقة والمصداقية بنسبة 43.6%، وتبين النتائج أيضاً ما نسبته 41% يرون أن معظمها مواقع إخبارية حزبية تتطرق للخبر بحزبية دون مراعاة الموضوعية والدقة، فيما تقاربت باقي النسب بفارق قليل من حيث ضعف اهتمامها بشؤون المرأة، ضعف التفاعلية وعدم استغلال الوسائط الفائقة، ونشر صور ومواد غير مرغوب فيها، ضعف التغطية واقتصرها على الجانب الخبري.

تري الباحثة بأن المبحوثات لا يقفن عند تصفح المواقع الإلكترونية الإخبارية فقط والتزود بالمعلومة، بل إنهم معنيون بالتفاصيل كذلك وبمحاولة فهم ما يحدث حولهم وتحليله، وهو أمر دفعهم الي اعتبار مشكلة مجهولية المصادر وغياب الجهات المختصة وضعف الاهتمام بشؤون المرأة، وكذلك ضعف التفاعلية وعدم استغلال الوسائط الفائقة من أبرز سلبيات المواقع الإلكترونية.

وتشابهت النتائج مع نتيجة دراسة (دلول،2016)، التي أكدت أن ضعف الإمكانيات الفنية والمادة هي أبرز السلبيات التي تعاني منها المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين، حيث احتلت المركز الأول بنسبة 29.2%، تلاها التحيز وضعف المصداقية، ثم حل التكرار والنقل دون ذكر المصدر بنسبة 24.8%⁽¹⁾.

وتأتى هذه النتيجة متفقة مع نتيجة جدول رقم (3.13) حيث جاء عدم استخدام المواقع الإلكترونية من بعض المبحوثات بما يتفق مع ما ورد من سلبيات أعلى الجدول من نشر بعض الأخبار والمعلومات دون الإشارة إلى المصدر، ضعف التزام أخبارها بالدقة والمصداقية، معظمها مواقع إخبارية حزبية تتطرق للخبر بحزبية دون مراعاة الموضوعية والدقة.

3-مقترحات تطوير أداء المواقع الإلكترونية الإخبارية :

جدول (3.24): يوضح مقترحات المبحوثات لتطوير أداء المواقع الإلكترونية الإخبارية

المقترحات	ك	%
نشر المواد الإخبارية بمصدر معروف	181	59.3
الزام المواقع الإلكترونية بأخلاقيات المهنة	176	57.7
تفعيل قوانين النشر الإلكتروني	160	52.5
زيادة التفاعل مع الجمهور واطاحة الفرصة لهم للتعليق والمشاركة	140	45.9
اطاحة المجال للجمهور للحوار	132	43.3
تدريب الصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية	129	42.3
استغلال الإمكانيات الإلكترونية التفاعلية في ابراز مواضيع المرأة	129	42.3

(1) دلول، المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين (ص16).

المقترحات	ك	%
توفير إمكانية التواصل المباشر مع إدارة الموقع والعاملين فيه	111	36.4
وضع مواصفات مهنية للصحف والمواقع الإلكترونية الفلسطينية	95	31.1
توفير خاصية ترتيب الأخبار في الموقع حسب عدد زوارها	94	30.8
أخرى	1	0.3
ن = 305		

تبين النتائج الموضحة في الجدول السابق أن ما نسبته 59.3% من المبحوثات اقترحن لتطوير أداء استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية نشر المواد الإخبارية بمصدر معروف، بينما ما نسبته 57.7% اقترحن إلزام المواقع الإلكترونية بأخلاقيات المهنة، وما نسبته 52.5% اقترحن تفعيل قوانين النشر الإلكتروني، وجاء بعدها بفارق قليل كلاً من زيادة التفاعل مع الجمهور و إتاحة الفرصة لهم للتعليق والمشاركة وإتاحة المجال للجمهور للحوار.

بينما تساوى في النسب اقتراحي تدريب الصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية، واستغلال الإمكانيات الإلكترونية التفاعلية في إبراز مواضيع المرأة وذلك بنسبة 42.3%، بينما رأّت 36.4% توفير إمكانية التواصل المباشر مع إدارة الموقع والعاملين فيه ، فيما نسبته 31.1% اقترحن وضع مواصفات مهنية للصحف والمواقع الإلكترونية الفلسطينية ،فيما جاء أقل المقترحات نسبة هو توفير خاصية ترتيب الأخبار في الموقع حسب عدد زوارها.

ترى الباحثة أنه من الطبيعي أن تكون أهم المقترحات للمبحوثات هو نشر المواد الإخبارية بمصدر معروف حيث إن الموضوعية والمصداقية من أهم معايير العمل الإعلامي في تلك المواقع، فالإعلامي يحصل من آلاف المواقع على المعلومات والبيانات، قد تكون بعض هذه المواقع كاذبةً أو لها أهداف دعائية ، فهنا يجب على الإعلامي تحري الدقة والموضوعية مع المحافظة على السرعة والاتصال بمصادر الاخبار والتأكد من صحة الخبر قبل نقله وإسناده للمصدر.

ويمكن القول أيضاً أنه يوجد شبه تعطل لقانون الإعلام الفلسطيني لذلك فمعظم المواقع الإخبارية الفلسطينية لا تلتزم بالقوانين المتعلقة بالنشر والحصول على المعلومات، حيث يمارس معظمها عمليات سرقة منظمة للمعلومات والايخبار والتقارير من بعضها البعض، ولا تراعي حتى الجانب الاخلاقي المرتبط بالإشارة إلى مصدر الخبر أو المعلومة .

ولا تقوم تلك المواقع باستغلال الإمكانيات الإلكترونية التفاعلية في ابراز مواضيع المرأة يعود ذلك الي طبيعة المجتمع الفلسطيني المحافظ ، الذي يتعامل مع قضايا المرأة بنوع من التحفظ، وعدم القدرة على الخوض في التفاصيل.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (اللبابيدي،2016) حيث جاء أعلى اقتراح لتطوير أداء وسائل الإعلام الجديد هو التأكد من صدق المعلومات قبل نشرها بنسبة 24.6%، وعمل صفحات موثقة متخصصة بقضايا المرأة بنسبة 16.1%(1).

وتتفق أيضاً مع نتيجة دراسة (مرجان،2015) حيث اتضح من نتائج المقترحات أن أهم مقترحات المبحوثين لتطوير تناول المواقع الإلكترونية لقضية اللاجئين ،كانت الاهتمام بالدقة والموضوعية في موضوعاتها بنسبة 35.2% (2).

تتشابه هذه النتيجة مع نتائج دراسة(عيد،2016) والتي حصلت فيها المشكلات القانونية على المرتبة الأولى من حيث عدم وجود نقابة للصحفيين الإلكترونيين بوزن نسبي قدره 79.4%، وغياب التشريعات والقوانين الإعلامية بنسبة 76%، والفوضى في عدم تطبيق القانون الفلسطيني 75.8% والمشكلات المجتمعية مثل عدم القدرة على نشر التفاصيل حول القضايا المجتمعية الحساسة والتي منها المرأة بنسبة 71.6%، وكذلك المشكلات المهنية منها عدم إعطاء دورات توكب التطور في مجال الإعلام الإلكتروني بنسبة 67%، وعدم وجود المتخصصين في مجال العمل الصحفي الإلكتروني بنسبة 65.4%(3).

(1) اللبابيدي، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا :دراسة ميدانية (ص126)

(2) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الالكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين (ص105)

(3) عيد، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية: دراسة ميدانية وتحليلية (ص239)

المبحث الثاني اختبار فرضيات الدراسة

تقوم الباحثة في هذا المبحث بعرض نتائج اختبار فرضيات الدراسة، وتحليلها ومناقشتها.
أولاً: الفرضية الأولى :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية وفق المتغيرات الديموغرافية للمبحوثات (العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المحافظة، المهنة)، وتم تقسيم هذه الفرضية إلى الفرضيات الفرعية التالية :

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير العمر.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار "F" One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين .

جدول (3.25): يوضح اختبار One Way ANOVA لاختبار الفروق في درجة استخدام المبحوثات للمواقع الالكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير العمر

القيمة الاحتمالية (sig)	قيمة اختبار "F"	متوسطات متغير العمر			
		اكثر من 40 عام	40-30	30-20	اقل من 20 عام
*0.000	38.295	1.556	2.722	2.897	2.613

*دالة عند مستوى دلالة 0.01

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق صحة الفرض القائل بوجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية تعزى إلى العمر، حيث أن قيمة معامل الارتباط (F) 38.295 وبلغت قيمة مستوى الدلالة للقيمة الاحتمالية (Sig) 0.000، وكانت النتيجة لصالح الفئة العمرية ما بين 20 سنة الي 30 سنة، تلاها الفئة العمرية 30 سنة الي 40 سنة، ثم الفئة العمرية أقل من 20، وأخيراً الفئة العمرية أكثر من 40 عاماً.

وترى الباحثة أن هذه النتيجة تنتم بالمنطقية، حيث إن هناك علاقة بين تباين الفئة العمرية وانعكاسها على مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فالفئة العمرية من 20-30 عام هي الفئة الشبابية الناضجة التي معظمها من الجامعات، فهي تمتاز بأنها الأكثر إقبالاً على استخدام الأدوات التكنولوجية، وشبكة الانترنت وخصوصاً بامتلاكهن للأجهزة الذكية بخلاف الحال مع الاجيال الأخرى فوق سن 40 أو أقل من 20 عام.

تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أبوقوطة، 2015) حيث أثبتت وجود فروق وجود فروق ذات دلالة احصائية في درجة اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية الاسرائيلية يعزى لمتغير العمر⁽¹⁾.

2-توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.26): يوضح اختبار One Way ANOVA لمعرفة الفروق في درجة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

مستوى الدلالة	قيمة اختبار "F"	متوسطات متغير الحالة الاجتماعية			
		مطلقة	ارملة	متزوجة	أنسة
*.000	18.796	2	1.720	2.367	2.902

**دالة عند مستوى دلالة 0.01

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق صحة الفرض القائم بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفق متغير الحالة الاجتماعية، حيث أن قيمة معامل الارتباط (F) 18.796 وبلغت قيمة مستوى الدلالة للقيمة الاحتمالية (Sig) 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وكانت النتيجة لصالح الحالة الاجتماعية الأنسة، تلاها المتزوجة، ثم المطلقة، وأخيراً الأرملة.

(1) أبوقوطة، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية-الإسرائيلية: دراسة ميدانية (ص118)

وتعزو الباحثة هذه إلى أن المبحوثات المتزوجات لديهن مسؤوليات أكبر اتجاه أسرهن وعلاقاتهن الاجتماعية ووقتهن اليومي العملي أقل من حيث وقت الفراغ لذلك فإن من الطبيعي أن تكون درجة استخدامهن للإنترنت تكون بنسبة أقل من أقرانهن الأنسات اللواتي يمتلكن معظم ساعات اليوم لأنفسهن.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسة (البد، 2014) التي أثبتت وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المواقع الإلكترونية ودورها في تلبية الاحتياجات حسب متغير الحالة الاجتماعية لصالح غير المتزوجين⁽¹⁾.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفق متغير المستوى التعليمي.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.27): يوضح نتائج اختبار One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين درجة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير المستوى العلمي

مستوى الدلالة	قيمة اختبار " F "	متوسطات متغير المستوى التعليمي			
		دراسات عليا	بكالوريوس	دبلوم	ثانوية عامة فأقل
*.000	37.055	2.882	3.019	2.226	1.957

**دالة عند مستوى دلالة 0.01

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق صحة الفرض القائم بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفق متغير المستوى التعليمي، فالعلاقة طردية، حيث إن قيمة معامل الارتباط F 37.055، وبلغت قيمة مستوى الدلالة للقيمة الاحتمالية (Sig) 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وجاء المستوى التعليمي بكالوريوس أولاً من حيث درجة الاستخدام تلاه الدراسات العليا، ثم الدبلوم، وأخيراً الثانوية العامة فأقل.

(1) لبد، اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا المحلية (ص127)

تختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مرجان، 2015) التي أثبتت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين فيما تقدمه المواقع الالكترونية من معلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين وفقاً للمستوى الدراسي⁽¹⁾، وتري الباحثة أن الاختلاف يرجع لتناول دراسة مرجان قضية اللاجئين وهي قضية وطنية شاملة تشكل اهتماماً واسعاً لجميع أفراد الشعب الفلسطيني.

4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية وفق متغير المحافظة.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.28): يوضح نتائج اختبار One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين درجة استخدام المبحوثات للمواقع الالكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير المحافظة

مستوى الدلالة	قيمة اختبار " F "	متوسطات متغير المحافظة				
		رفح	خانيونس	الوسطى	غزة	شمال غزة
.006	3.638	2.443	2.400	2.418	2.783	2.848

**دالة عند مستوى دلالة 0.01

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق صحة الفرض القائم بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية وفق متغير المحافظة، فالعلاقة طردية، حيث أن قيمة معامل الارتباط F 3.638، وبلغت قيمة مستوى الدلالة للقيمة الاحتمالية (Sig) 0.006 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وكانت النتيجة لصالح المبحوثات من محافظة شمال غزة ويليها غزة، ثم رفح، فالوسطى، وأخيراً خانيونس.

(1) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الالكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين (ص112)

ترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية لأن الفروق بين المحافظات هي فروق ضئيلة على اعتبار أن الظروف الديمغرافية والاجتماعية والاقتصادية في كل أنحاء قطاع غزة متشابهة تماماً، لذلك لا معنى لوجود فروق جوهرية وفقاً للمحافظة، ويعود ذلك إلى صغر مساحة قطاع غزة الجغرافية والذي ساهم في تشابه كثير في الظروف التي تعيشها المبحوثات وميولهن واتجاهاتهن نحو استخدام الإنترنت.

تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أبوقوة، 2015) التي أثبتت وجود فروق وجود فروق ذات دلالة احصائية في درجة اعتماد المبحوثين على المواقع الالكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية الاسرائيلية يعزى لمكان السكن بين لصالح سكان قطاع غزة على الضفة الغربية⁽¹⁾.

إلا أن هذه النتيجة تختلف مع دراسة (مرجان، 2015) التي أشارت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في درجة اعتماد المبحوثين فيما تقدمه المواقع الالكترونية من معلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين وفقاً للمحافظة ويرجع ذلك لأنها قضية وطنية شاملة تحظى باهتمام الشعب الفلسطيني ككل⁽²⁾.

5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية وفق متغير المهنة.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين.

(1) ابو قوطة، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن

المفاوضات الفلسطينية-الإسرائيلية: دراسة ميدانية (ص119)

(2) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات حول

قضية اللاجئين الفلسطينيين (ص113)

جدول (3.29): يوضح اختبار One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين متغير

الاستخدام ومتغير المهنة

مستوى الدلالة	قيمة اختبار " F "	متوسطات متغير المهنة			
		بلا عمل	ربة ربيت	موظفة	طالبة
0.000**	35.132	2.926	1.926	3.067	2.826

**دالة عند مستوى دلالة 0.01

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق صحة الفرض القائم بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية وفق متغير المهنة، فالعلاقة طردية، حيث إن قيمة معامل الارتباط F 35.132، وبلغت قيمة مستوى الدلالة للقيمة الاحتمالية (Sig) 0.000، وكانت النتيجة لصالح الموظفة ويليها بلا عمل، ثم الطالبة، ثم ربة المنزل.

وترى الباحثة بأنه من الطبيعي أن تختلف درجة استخدام المرأة للمواقع وفقاً للمهنة فالمبحوثة التي تعمل يكون لديها الفرصة أكبر للتعرض للوسيلة لتلبية احتياجاتها المعرفية بما قد يتعلق بعملها وكذلك قد يكون بحكم ارتباط عملها بجهاز حاسوب وشبكة مما يبسر عملية الاستخدام، في الوقت الذي من الطبيعي أن يكون اهتمامات خاصة لطلبة الجامعة من استخدامها للإنترنت وتركيزها على مواقع التواصل الاجتماعي، أو ما يتعلق بإجراء الأبحاث والتكاليف الدراسية المطلوبة للدراسة بشكل أكبر من المواقع الإخبارية.

الخلاصة:

ثبت صحة الفرض بالكامل حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية وفقاً لجميع المتغيرات الديموغرافية للمبحوثات وهي (العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المحافظة، المهنة) حيث استخدم للتحقق من صحته للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين على كافة المتغيرات لمعرفة الفروقات.

ثانياً: الفرضية الثانية:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الالكترونية الاخبارية وفق المتغيرات الديموغرافية للمبحوثات (العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المحافظة، المهنة)، وتم تقسيم هذه الفرضية إلى الفرضيات الفرعية الآتية:

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الالكترونية الاخبارية وفق متغير العمر.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.30): يوضح اختبار One Way ANOVA الفروق بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الالكترونية الاخبارية وفق متغير العمر

مستوى الدلالة	قيمة اختبار " F "	متوسطات متغير العمر			
		اكثر من 40 عام	40-30	30-20	اقل من 20 عام
.442	.900	2.391	2.251	2.302	2.267

توضح نتائج الجدول السابق عدم صحة الفرض القائم بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الالكترونية الاخبارية وفق متغير العمر، حيث إن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار One Way ANOVA وهي 0.442 وهي اكبر من مستوى الدلالة ($a=0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية تساوي 0.900، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية.

وترى الباحثة بأن جودة ونوعية المحتوى الذي تقدمه المواقع هو الذي يحدد درجة الرضا وليس الاختلاف العمري.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو ليلة، 2016) التي أشارت إلى عدم وجود فروق في درجة رضا الشباب الفلسطيني في محافظات غزة فيما تقدمه المواقع الالكترونية من معارف حول قضايا التوعية الأمنية وفقاً لمتغير العمر⁽¹⁾.

(1). أبو ليلة، اعتماد شباب محافظات غزة في المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تنمية وعيهم الأمني: دراسة ميدانية (ص124).

2-توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الاخبارية وفق متغير الحالة الاجتماعية.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.31): يوضح اختبار One Way ANOVA الفروق بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الاخبارية وفق متغير الحالة الاجتماعية

مستوى الدلالة	قيمة اختبار " F "	متوسطات متغير الحالة الاجتماعية			
		مطلقة	أرملة	متزوجة	آنسة
.351	1.097	2.222	2.492	2.281	2.290

توضح نتائج الجدول السابق عدم صحة الفرض القائم بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الاخبارية وفق متغير الحالة الاجتماعية، حيث أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار One Way ANOVA وهي 0.351 وهي اكبر من مستوى الدلالة (a=0.05)، وقيمة الاختبار الحسابية تساوي 1.097، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية.

تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى اعتبار أن درجة رضا مرهون بدرجة الاشباع التي يقدمها الموقع من خدمات لها تأثير معرفي ووجداني وسلوكي وليس مرتبط بالحالة الاجتماعية للإنسان.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو ليلة، 2016) التي ثبت فيها عدم وجود علاقة في مدى رضا الشباب الفلسطيني في محافظات غزة فيما تقدمه المواقع الإلكترونية من معارف حول قضايا التوعية الأمنية وفقا للحالة الاجتماعية للمبحوثين⁽¹⁾.

(1) أبو ليلة، اعتماد شباب محافظات غزة في المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تنمية وعيهم الأمني: دراسة ميدانية (ص123).

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية وفق المتغير المستوى التعليمي.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.32): يوضح اختبار One Way ANOVA الفروق بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية وفق المتغير المستوى التعليمي

مستوى الدلالة	قيمة اختبار " F "	متوسطات متغير المستوى التعليمي			
		دراسات عليا	بكالوريوس	دبلوم	ثانوية عامة فاقل
.622	.589	2.316	2.296	2.332	2.241

توضح نتائج الجدول السابق عدم صحة الفرض القائم بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية وفق متغير المستوى التعليمي، حيث إن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار One Way ANOVA وهي 0.622 وهي أكبر من مستوى الدلالة (a=0.05)، وقيمة الاختبار الحسابية تساوي 0.589، مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية بين المجموعتين.

تعتقد الباحثة بأن هذه النتيجة مبررة فدرجة الرضا بالموضوعات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية مرهون بوعي المبحوثة ومدى تأثير ما يقدمه الموقع من خدمات معرفية وتسلية ومشاركة اجتماعية وليس مرتبط بدرجة علمية محددة، فالأمر إنساني وليس تعليمي.

تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (بريص، 2015) التي ثبت فيها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات المبحوثين حول مدى الرضا فيما تقدمه المواقع الإلكترونية الفلسطينية من معارف حول قضايا البيئة يعزى لمتغير المستوى التعليمي⁽¹⁾.

(1) بريص، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تشكيل معارفهم نحو قضايا البيئة: دراسة ميدانية (ص105).

4-توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الاخبارية وفق متغير المحافظة.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.33): يوضح اختبار One Way ANOVA الفروق بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الاخبارية وفق متغير المحافظة

مستوى الدلالة	قيمة اختبار " F "	متوسطات متغير المحافظة				
		رفح	خانيونس	الوسطى	غزة	شمال غزة
.964	.147	2.83	2.267	2.286	2.313	2.298

توضح نتائج الجدول السابق عدم صحة الفرض القائم بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الاخبارية وفق المتغير المحافظة، حيث أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار One Way ANOVA وهي 0.964 وهي اكبر من مستوى الدلالة (a=0.05)، وقيمة الاختبار الحسابية تساوي 0.147، مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية بين المجموعتين.

ترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية للغاية فدرجة الرضا مرهونة بالمبحوثة وقدرتها على الاستخدام والاستفادة وهي ليس مرتبطة بمكان سكنها أو المحافظة التي تعيش فيها فهي مسألة وجدانية وشعورية أكثر منها مسألة جغرافية.

وتتوافق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (بريص، 2015) التي ثبت فيها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات المبحوثين حول مدى الثقة فيما تقدمه المواقع الإلكترونية الفلسطينية من معارف حول قضايا البيئة يعزى لمتغير المحافظة (1)

(1) بريص، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تشكيل معارفهم نحو قضايا البيئة: دراسة ميدانية (ص106)

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الاخبارية وفق المتغير المهنة.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.34): يوضح اختبار One Way ANOVA الفروق بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الاخبارية وفق المتغير المهنة

مستوى الدلالة	قيمة اختبار " F "	متوسطات متغير المهنة			
		بلا عمل	ربة ربيت	موظفة	طالبة
.338	1.128	2.243	2.277	2.349	2.309

تشير نتيجة الجدول السابق بعدم صحة الفرض القائم بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لمتغير المهنة، حيث أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار One Way ANOVA وهي 0.338 وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية تساوي 1.128، مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية بين المجموعتين.

خلاصة:

ثبت عدم صحة الفرض القائم بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الاخبارية وفقاً لجميع المتغيرات الديموغرافية للمبحوثات (العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المحافظة، المهنة)، حيث استخدم للتحقق من صحته للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار " F " One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين أكثر من مجموعتين على كافة المتغيرات لمعرفة الفروقات.

ثالثاً: الفرضية الثالثة :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية ودرجة الإشباع المتحقق لهن من وراء هذا الاستخدام.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.35): يوضح اختبار معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية ودرجة الإشباع المتحقق لهن من وراء هذا الاستخدام

الدرجة	العدد	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع	305	.134	.019*
درجة الإشباع	305		

دالة عند مستوى دلالة 0.05

يوضح الجدول السابق صحة الفرض القائم بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية ودرجة الإشباع المتحقق لهن من وراء هذا الاستخدام، حيث أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار بيرسون هي 0.019. هي أقل من مستوى الدلالة (a=0.05)، وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي 0.134 مما يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة.

تعزو الباحثة ذلك لأن جمهور المواقع الالكترونية هو جمهور نشط ولديه توقعات من تلك الوسيلة لإشباع رغباته، مما يجعل وجود علاقة ايجابية بينهما، وهذا يتفق أيضاً مع فرضية نظرية الاستخدامات أن الجمهور يعي ما يحقق حاجاته وجمهور هذه الفئة من المبحوثات هن الفئة الواعية لكيفية الاستخدام.

وتتشابه هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مرجان، 2015) التي أشارت لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على المواقع الالكترونية ودرجة إشباع هذه المواقع لفضولهم المعرفي حول قضية اللاجئين الفلسطينيين⁽¹⁾. وهذا مؤشر لاهتمام المواقع الالكترونية ومحاولتها لإشباع الفضول المعرفي بتواصل إخباري مستمر حول القضايا.

(1) (مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الالكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين (ص108)

كما تتفق أيضاً مع نتيجة دراسة (عوض، 2008) التي أشارت الي وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين مستوى استخدامات المرأة لوسائل الاعلام الفلسطينية ومدى الاشباع المتحقق منها (1).

إلا أنها تختلف مع نتائج دراسة (بريص، 2015) التي أكدت عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية الفلسطينية ومستوى اشباع فضولهم ومعارفهم حول قضايا البيئة، وقد يرجع الاختلاف لاختلاف طبيعة اهتمام المبحوث بقضية متخصصة لا تحظى بالكثير من التغطية من قبل المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية(2).

رابعاً: الفرضية الرابعة :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة استفادة المرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة الثقة في محتواها.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.36): يوضح اختبار معامل ارتباط بيرسون قياس درجة استفادة المرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة الثقة في محتواها

الدرجة	العدد	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
درجة الاستفادة	305	.326	.000**
درجة الثقة	305		

**دالة عند مستوى دلالة 0.01

تشير نتائج الجدول السابق بثبوت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة استفادة المرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة الثقة في محتواها، أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار بيرسون هي 0.00 أقل من مستوى الدلالة (a=0.05)، وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي 0.326، مما يدل

(1) عوض، استخدامات المرأة لوسائل الإعلام الفلسطينية والاشباع المتحققة منها (ص174)

(2) بريص، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تشكيل

معارفهم نحو قضايا البيئة: دراسة ميدانية (ص104)

على وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة جداً، وهذا يؤكد انه كلما زادت درجة استفادة المرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية كلما زادت درجة الثقة في محتواها.

تبدو هذه النتيجة منطقية للغاية من وجهة نظر الباحثة حيث أن هذا الفرض يدل على انه كلما قدمت المواقع الإلكترونية محتوى جيد ذو فائدة كبيرة من مواد منشورة كلما زادت ثقة المبحوثات بالوسيلة وشعرت بالاطمئنان إلى أخبارها ومن ثم الاعتماد عليها كمصدر أساسي من مصادر المعرفة.

وتتشابه هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (مرجان، 2015) والتي أشارت إلى صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية ودرجة ثقتهم بما تقدمه من معلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين عند مستوى دلالة 0.05⁽¹⁾.

وتتفق أيضاً مع نتيجة دراسة (أبوليلة، 2016) التي أثبتت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة بين مستوى اعتماد الشباب في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية ودرجة ثقتهم بما تقدمه من معرفة حول قضايا التوعية الامنية⁽²⁾.

وهذا يؤكد الارتباط الوثيق بين درجة استخدام المواقع الإلكترونية، والثقة التي تتمتع بها هذه الوسيلة، وأن الجمهور يعتمد عليها في الحصول على المعلومات، وبالتالي يثق بها ويتابعها.

كما تتفق مع نتيجة دراسة (بريص، 2015) التي أكدت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية الفلسطينية ودرجة ثقتهم بما تقدمه من معرفة حول قضايا البيئة⁽³⁾.

(1) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين (ص107).

(2) أبوليلة، اعتماد شباب محافظات غزة في المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تنمية وعيهم الأمني: دراسة ميدانية (ص118)

(3) بريص، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تشكيل معارفهم نحو قضايا البيئة: دراسة ميدانية (ص103).

خامسا: الفرضية الخامسة :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الالكترونية الاخبارية ودرجة الثقة في محتواها.

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار معامل الارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين أكثر من مجموعتين.

جدول (3.37): يوضح اختبار معامل ارتباط بيرسون لقياس بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الالكترونية الاخبارية ودرجة الثقة في محتواها

الدرجة	العدد	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
درجة الرضا	305	.165	.004**
درجة الثقة	305		

**دالة عند مستوى دلالة 0.01

تشير نتائج الجدول السابق بثبوت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الالكترونية الاخبارية ودرجة الثقة في محتواها، حيث أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار بيرسون وهي 0.04 أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي 0.165، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة.

وهذا يشير إلى انه كلما زادت درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الالكترونية الاخبارية كلما زادت درجة الثقة في محتواها.

المبحث الثالث

خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها

أولاً : خلاصة نتائج الدراسة:

بعد مناقشة نتائج الدراسة، وربطها مع الدراسات السابقة، تستعرض الباحثة خلاصة لأهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة الميدانية ومن أهم نتائج الدراسة:

أ. النتائج العامة للدراسة:

- 1- تبين أن معظم المبحوثات يستخدمن المواقع الإلكترونية الإخبارية بنسبة 74.2%، بينما 23.8% لا يستخدمنها، وهي نسبة استخدام مرتفعة.
- 2- جاء موقع دنيا الوطن في مقدمة المواقع الإلكترونية الإخبارية كأكثر موقع تستخدمه المبحوثات وذلك بنسبة 80.3%.
- 3- أن 38.7% من المبحوثات يستخدمن المواقع الإلكترونية الإخبارية منذ أربعة أعوام فأكثر.
- 4- جاء المنزل هو أكثر الأماكن الذي تستخدم فيه المبحوثات المواقع الإلكترونية الإخبارية وذلك بنسبة 91.5%.
- 5- تستخدم 77.7% من المبحوثات الهاتف المحمول في تصفح المواقع الإلكترونية الإخبارية.
- 6- تقضي المبحوثات في استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية أقل من ساعة يومياً وذلك ما نسبته 39%.
- 7- جاءت الموضوعات والمواد السياسية في مقدمة الموضوعات التي يفضلن المبحوثات.
- 8- أن توفر الإنترنت وإمكانية تصفح المبحوثات للمواقع جاء من أهم الدوافع الطقوسية وذلك بنسبة 58.4%.
- 9- احتل دافع مساعدة المبحوثات في فهم وتحليل الواقع من حولهن وتكوين آراء منطقية بمقدمة الدوافع النفعية من استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية وذلك بنسبة 58.7%.

- 10- أوضحت الدراسة أن سرعة تحديث الأخبار حال حدوثها ووصولها من المصادر عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية هو أكثر أسباب استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية وذلك بنسبة 57.7%.
- 11- جاء عدم وجود الوقت الكافي لمتابعة المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية وذلك بنسبة 60% في مقدمة أسباب عدم الاستخدام.
- 12- أن إشباعات المشاركة الناتجة عن استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية الإخبارية جاءت بالمرتبة الأولى بإجمالي الوزن النسبي 74.86%.
- 13- أظهرت مستويات رضا المبحوثات من استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية هو حرص تلك المواقع على المحافظة على تقديم المعلومات الوطنية والمحلية.
- 14- أن المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية تهتم باستخدام الوسائط المتعددة بدرجة متوسطة بنسبة 67.2%.
- 15- أن أهم الوسائط المتعددة التي يستفدن المبحوثات من استخدامهن داخل المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية هو الفيديو وذلك بنسبة 72.5%.
- 16- أن درجة ثقة المبحوثات بالمعلومات التي تقدمها المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية هي درجة متوسطة .
- 17- أن ما نسبته 62% من المبحوثات استفدن من استخدامهن للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية بدرجة متوسطة.
- 18- أن أبرز إيجابيات المواقع الإلكترونية الإخبارية هو تطورها بشكل سريع ملحوظ و مواكبة أحداث التقنيات في تكنولوجيا الاتصال وذلك بنسبة 66.2%.
- 19- أن أبرز سلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لوجهة نظر المبحوثات هو نشر بعض الأخبار والمعلومات دون الإشارة إلى المصدر وذلك بنسبة 61.0%.
- 20- أن أهم المقترحات التي تراها المبحوثات لتطوير أداء استخدام المواقع الإلكترونية هو نشر المواد الإخبارية بمصدر معروف، والزام المواقع الإلكترونية بأخلاقيات المهنة، إضافة إلى تفعيل قوانين النشر الإلكتروني، إلى جانب زيادة التفاعل مع الجمهور، و إتاحة الفرصة لهم للتعليق والمشاركة وإتاحة المجال للجمهور للحوار.

ب. نتائج اختبار فروض الدراسة:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لجميع المتغيرات الديموغرافية للمبحوثات وهي: (العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المحافظة، المهنة).
- 2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لجميع المتغيرات الديموغرافية للمبحوثات: (العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المحافظة، المهنة).
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة الإشباع المتحقق لهن من وراء هذا الاستخدام.
- 4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة استفادة المرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة الثقة في محتواها.
- 5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة رضا المرأة الفلسطينية عن محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية ودرجة الثقة في محتواها.

ثانياً: توصيات الدراسة ومقترحاتها:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة الميدانية، فإن الباحثة تورد جملة من التوصيات والمقترحات والتي من شأنها أن تعزز استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية بشكل عام وللمساعدة في تطوير الاهتمام بقضايا المرأة الفلسطينية واهتماماتها بشكل خاص وذلك على النحو التالي:

أ. توصيات الدراسة :

1. ضرورة تطوير الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، بحيث تلبي كافة متطلبات المتابعين لها على شبكة الإنترنت بشكل عام، والمرأة بشكل خاص.
2. إجراء المزيد من الدراسات العلمية المتخصصة حول المرأة على مختلف وسائل الإعلام الفلسطينية.
3. الالتزام بضوابط العمل الصحفي الإلكتروني، وأن تكون الرقابة الذاتية نصب أعينهم عند نشر المحتوى من أخبار ومعلومات.

4. الاعتماد على المصادر الصحفية المعلومة وزيادة المصادر الخاصة مع تقليل الاعتماد على المصادر الصحفية المجهولة.
5. التنوع في أشكال الوسائط المتعددة والتفاعلية في المواقع الإلكترونية وبالذات في موضوعات المرأة.
6. ضرورة تطوير محتويات صفحات المواقع الإلكترونية الإخبارية بحيث تصبح مصدر معلومات موثوق وأكثر متابعة.
7. تناول قضايا المرأة بصراحة وحرية وبعمق أكبر والتركيز على كافة المواضيع والزوايا واستخدام مختلف الفنون.
8. تدريب الصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية على مهارات وفنون الكتابة للمواقع الإلكترونية.
9. زيادة التفاعلية وإتاحة المجال للجمهور للحوار والمشاركة وحرية الرأي والتعبير من خلال التعليق.
10. الاهتمام بوسائل تواصل إدارة المواقع والرد على تساؤلات المستخدمين، لخلق جو من الرضا وشعورهم باهتمام إدارة الموقع بهم وبآرائهم.

ب- مقترحات الدراسة:

1. العمل على تفعيل التبادل المعلوماتي المشترك، بين القائمين على المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، وبين القائمين على المواقع الإخبارية العربية والعالمية بما يضمن تبادل الخبرات وتطوير محتوى تلك المواقع.
2. ضرورة أن يتم طرح ميثاق شرف للنزاهة والشفافية لتحكم أخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني وأن يتم إدراج هذا الميثاق ضمن طلب الترخيص الخاص باعتماد موقع إخباري فلسطيني، منعاً لفوضى المعلومات الإخبارية.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

• القرآن الكريم

أولاً- المراجع العربية:

إبراهيم، إسماعيل. (1997م). *الصحافة النسائية في الوطن العربي*. ط1. القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.

إبراهيم، إسماعيل. (2001م). *الصحفي المتخصص*. ط1. القاهرة: دار الفجر للطباعة والنشر.

أسعد، عمرو. (2011م). *العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية دراسة على موقعي اليوتيوب والفيس بوك* (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة القاهرة، مصر.

إسماعيل، دنيا الأمل. (2001م). المرأة الفلسطينية من هزيمة 1967 إلى 1987. مجلة رؤية، (9)، 11-12.

إسماعيل، دنيا الأمل. (2001م). المرأة والإعلام. مجلة رؤية، (11)، 32-40.

إسماعيل، محمود. (2011م). *مناهج البحث الإعلامي*. ط1. مدينة نصر: دار الفكر العربي.

الأطرش، إياد مصطفى. (2012م). *معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الجزيرة نت ، والعربية نت*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، مصر.

الألوسي، سؤدد. (2012م). *أيدلوجيا صحافة الإنترنت*. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

أمل، خطاب. (2010م). *تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي*. ط1. دبي: دار العالم العربي للنشر والتوزيع.

أمين، رضا عبد الواحد. (2007م). *الصحافة الإلكترونية*. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

بريص، محمود. (2015م). اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تشكيل معارفهم نحو قضايا البيئة: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

تاكر، مريدذر. (2003م). النساء والنوع في الشرق. ط1. القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة .
تريان، ماجد. (2008م). الإعلام الإلكتروني الفلسطيني. ط1. عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع.

تريان، ماجد. (2008م). استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحف المطبوعة والإلكترونية والإشباع المتحققة (دراسة ماجستير غير منشورة). جامعة الأقصى، غزة.
تريان، ماجد. (2009م). الإنترنت والصحافة الإلكترونية، رؤية مستقبلية. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

تلاحمة، نائر. (2012م). حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت- طلبة جامعة النجاح الوطنية نموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، رام الله.

جراد، منال. (2013م). معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لحركتي فتح وحماس لأزمة الانقسام الفلسطيني (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

أبو جلال، رشا. (2016م). الإعلام النسوي في غزة محاولات نهوض رغم المعوقات. تاريخ الاطلاع: 18 ابريل 2017م. الموقع: <http://www.al-monitor.com/pulse/ar/originals>

حبيب، ماجد. (2014م). التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

حسين، سمير. (1974م). دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام. (د.ط.). القاهرة: عالم الكتب.

حوسو، عصمت. (2008م). الجندر: الأبعاد الاجتماعية والثقافية. ط1. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

خصاونة، ابراهيم. (2012م). الصحافة المتخصصة. ط1. عمان: دار المسيرة

خلف، محمود. (2006م). استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والإشباع المتحققة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، مصر.

خليفة، شيرين. (2015م). اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
خليل، شرف الدين. (د.ت). الإحصاء الوصفي. ط1. الأكاديمية العربية في الدنمارك: مكتبة الدراسات والأبحاث الاقتصادية.

خوخة، أشرف. (2007م). الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية. ط1. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع.

دلول، مهند. (2016م). المواقع الرياضية الإلكترونية في فلسطين: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2010م). إشكاليات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة: بحث استطلاعي نحو تأثير التكنولوجيا الحديثة على الصحافة. المجلة العراقية للمعلومات 11 (1)، 57-58.

الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011م). الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية. (ط1). عمان: دار الثقافة.

الدليمي، عبد الرزاق. (2011م) الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. ط1. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

الدليمي، عبد الرزاق. (2012م). الخبر في وسائل الإعلام. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

دليو، فضيل. (2003م). الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله (د.ط). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

ذاكرة المستقبل. (2002م). موسوعة المرأة العربية. القاهرة: دار النور للدراسات والأبحاث للمرأة العربية.

رمزي، ناهد. (1999م). سيكولوجية المرأة. ط2. القاهرة: مكتبة الإنجلو المصرية.

رويتز ، زيولد. (2001م). الإعلام وحرية الرأي في فلسطين. فلسطين: مؤسسة هاينريخ بويل، معهد الإعلام. جامعة بيرزيت.

أبو زايد، عابدة. (2016م). استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية: دراسة ميدانية في محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

سابق، أحمد. (2003م). دور الصحافة المصرية اليومية في تشكيل الوعي الديني بقضايا المرأة لدى الشباب (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، القاهرة.

سامح، عالية. (1988م). الدور النضالي للمرأة الفلسطينية في التاريخ خلال الفترة من 1929-1948. (د.ط). القاهرة: مركز دراسات المرأة الجديدة.

السراج، شكرية. (2008م). التغطية الصحفية لموضوعات المرأة في الصحافة العراقية بعد أحداث 2003 -دراسة تحليلية لعينة من صحف بغداد. مجلة كلية الآداب العراقية، (93)، 466-484.

السراج، شكرية. (2012م). دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة: دراسة تحليلية ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بغداد، العراق.

سليمان، زيد. (2009م). الصحافة الإلكترونية. ط1. عمان: دار أسامة للنشر.

سليمان، محمد. (1987م). تاريخ الصحافة الفلسطينية 1867-1976. (ط1). قبرص: مؤسسة بيسان للصحافة والنشر والتوزيع.

سميري، بيناز. (2002م). واقع المرأة في العمل التلفزيوني والإذاعي في فلسطين مجلة رؤية، (16)، 32-40.

سنونو، نبيل. (2016م). واقع الصحافة الاستقصائية في المواقع الإلكترونية الفلسطينية: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

شاهين، سمر. (2011م). بصمة إعلامية نسوية تتحدى السياسة والمجتمع. تاريخ الاطلاع:

30 مارس 2017م، الموقع: <http://wonews.net/ar/>

- شبكة سلمى. (2016م). دور الإعلام الإقليمي العربي في مناهضة العنف ضد النساء. تاريخ الاطلاع: 20 ديسمبر 2016م، الموقع: <http://www.birehlibrary.org>
- الشريف، إسماعيل. (2017م). معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية لحصار غزة: دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.
- شفيق، حسين. (2007م). الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية. ط3. القاهرة: رحمة برس للطباعة والنشر.
- شمعون، هداية. (2010م). صورة المرأة في وسائل الإعلام الفلسطينية. تاريخ الاطلاع 18 ابريل 2017م الموقع: موقع مدونة <http://hedaya.blogspot.com>
- أبو شنب، حسين. وسعد. (2014م). الإعلام التفاعلي والتواصل الاجتماعي. (د.ط). غزة: جامعة فلسطين.
- صادق، عباس. (2008م). الإعلام الجديد المفاهيم والتطبيقات. ط1. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- الصفدي، فلاح. (2015م). استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية في محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.
- أبو صلاح، صلاح. (2014م). استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- صلاح، مها. (2004م). استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، القاهرة.
- أبو طعيمة، ناهد. (2016م). دراسة حول النوع الاجتماعي والإعلام. تاريخ الاطلاع: 17 فبراير 2017م، الموقع (<http://paltimes.net/post/1183051>).
- طوي، أسمى (1986م). التحديات التي تواجه المرأة العربية في نهاية القرن العشرين. (ط1). القاهرة: جمعية تضامن المرأة العربية، 1986.

عايش، محمد. (2006م). المرأة العربية والصحافة الإلكترونية، دراسة تحليلية للحضور الإعلامي للمرأة العربية في ثلاثة مواقع إعلامية إلكترونية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشارقة، الإمارات.

عبد الحميد، محمد. (2007م). الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت. ط1. القاهرة: عالم الكتب.

العبد والعبد. (2011م). نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية. (د.ط.). القاهرة: دار الفكر العربي.

العبد، العلي. (1995م). دراسات في الإعلام الفضائي. (د.ط.). القاهرة: دار الفكر العربي.
عثمان، عزة. (2009م). دور الصحافة السعودية في ترتيب أولويات قضايا المرأة لدى الجمهور النسائي السعودي. المؤتمر الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر، القاهرة: جامعة القاهرة.

العجوري، سامية. (2017م). العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى الصحفيات الفلسطينيات في فلسطين: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

عيد، علاء. (2016م). العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

عيسى، طلعت. (15-16 أبريل 2012م). استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية دراسة مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال- التحديات النظرية والتطبيقية، الرياض: جامعة الملك سعود.

أبو عيشة، فيصل. (2014م). الإعلام الإلكتروني. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع. الأردن

الغامدي، قينان. (2012م). التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني. ورقة مقدمة إلى مؤتمر الاعلام والأمن الإلكتروني. السعودية: جامعة الأمير نايف للعلوم الأمنية.

- غباش، موزة (2002م، 2-3 فبراير). التحديات الاجتماعية التي تعيق انخراط المرأة العربية في العمل الإعلامي. ورقة مقدمة في منتدى المرأة العربية والإعلام، أبوظبي.
- الغذامي، عبد الله. (2006م). المرأة واللغة. (د.ط) الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي.
- القطيفة، محمود. (2011م). علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجاً. من إصدارات المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية- مدى.
- قطيشات، ياسر. (2009م). واقع المرأة العربية في وسائل الإعلام. تاريخ الاطلاع: 30 مارس 2017م. الموقع (<http://minbaralhurriyya.org5>).
- أبو قوطة، محمود. (2015م). اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية- الإسرائيلية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.
- كامل، نجوي. (2006م). الإعلام والمرأة في الريف والحضر دراسة تطبيقية على مصر والبحرين (دراسة غير منشورة). جامعة القاهرة، القاهرة.
- كحيل، فتحية. (2012م). استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي- فيس بوك نموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الحاج لخضر، الجزائر.
- كرداش، فاطمة. (2005م). الجالية العربية في كندا واقعها وعلاقتها بوسائل الإعلام. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.
- اللبايبدي، ديماء. (2016م). دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا المرأة- دراسة ميدانية في محافظات (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة:
- اللبان، شريف. (2000م). تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- لبد، محمد. (2014م). اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا المحلية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

أبو ليلة، أيمن. (2016م). اعتماد شباب محافظات غزة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تنمية وعيهم الأمني: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

المحارب، سعد بن المحارب. (د.ت). الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة . (د.ط). السعودية: مكتبة إقلاع.

محمد، سيد محمد. (2009م). وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت . ط1 . القاهرة: دار الفكر العربي.

محمد، عادل. (1999م). دور الصحافة النسائية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو القضايا النسائية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، القاهرة.

المحمدي، مروة. (2012م). استخدام الفصول الافتراضية عبر الانترنت لتنمية الاتجاه نحو التعلم الذاتي وبقاء أثر التعلم (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بورسعيد، القاهرة.

مخلوف، آلاء. (2013م). استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لليوتيوب والإشباع المتحققة منه (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، عمان.

المدهون، يحيى. (2012م). دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

مدونة الإعلام الرقمي. (2016م). الفرق بين الإعلام الرقمي والالكتروني. تاريخ الاطلاع 20 يناير 2017م. الموقع (<http://esmaat.3abber.com>)

مرجان، هاني. (2015م). اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

المركز الفلسطيني للإعلام. (2004م). المرأة الفلسطينية والإعلام. تاريخ الاطلاع: <http://info.wafa.ps/atemplate.aspx?id=8687> الموقع: 2016/12/15م

مركز المعلومات الوطني الفلسطيني. (2004م). المرأة الفلسطينية والإعلام. غزة: الهيئة العامة للاستعلامات.

مركز المعلومات الوطني الفلسطيني. (2004م). واقع المرأة في العمل التلفزيوني والإذاعي في فلسطين. غزة: مركز المعلومات الوطني الفلسطيني.

- مركز شؤون المرأة. (2010م). صورة المرأة في وسائل الإعلام: دراسة حالة قطاع غزة. (د.ط). غزة: مركز شؤون المرأة.
- مzahere، منال. (2010م). بحوث الإعلام الأسس والمبادئ. ط1. عمان: دار كنور المعرفة.
- المصري، نعيم. (2007م). استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت (رسالة ماجستير غير منشورة). القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية.
- معالي، خالد أمين عبد الفتاح. (2007م). أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين (الضفة الغربية وقطاع غزة من عام 1996-2007م) (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية- نابلس، فلسطين.
- المقدادي، كاظم. (د.ت). الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة. ط1. (د.م): دار أسامة للنشر والتوزيع.
- مكاوي، والسيد. (2006م). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط6. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- منصور، زينب. (2011م). الإعلام وقضايا المرأة. ط1. عمان: دار أسامة للنشر.
- منظمة العمل العربية. (2001م، 3- 4 ابريل). المرأة العاملة العربية بين الواقع والمأمول. ورقة مقدمة في مؤتمر العمل العربي، لجنة المرأة العاملة العربية. المملكة الأردنية الهاشمية.
- ابن منظور، محمد بن مكرم. (1999م). لسان العرب. ط3. بيروت: دار إحياء التراث العربي للطباعة والنشر والتوزيع
- مهنا، ميادة محمود عبد الوهاب. (2009م). أطر تقديم صورة المرأة في الصحافة الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، مصر.
- مؤسسة القدس للثقافة والتراث. (2015م). المرأة في الإعلام، تاريخ الاطلاع: 20 ديسمبر 2016م، الموقع (<http://alqudslana.com/index.php?>)
- مؤسسة مواطن. (1998م). النساء الفلسطينيات والانتخابات. رام الله: مؤسسة مواطن.
- الموسوي، محمد. (2004م). النظرية الإعلامية. (د.ط). البحرين: جامعة البحرين.

الموسوي، موسى جواد. (2011م). الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة. ط1. العراق: جامعة بغداد.

الموسوي، نضال. (1998م). قضايا المرأة في المجتمع العربي كما تعكسها الصحافة اليومية: دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفة الأنباء الكويتية وصحيفة الأخبار المصرية. المجلة العربية للعلوم الإنسانية، 16 (61)، 121-169.

موسى، شيرين علي. (2015م). المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصداقية. ط1. القاهرة: دار العالم العربي.

موقع الشبكة العربية للمرأة في العلوم والتكنولوجيا. (2016م). نظرة عامة. تاريخ الاطلاع: 2 ديسمبر 2016م، الموقع: http://www.bibalex.org/anwst/home/default_ar.aspx

موقع أمد (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 1 سبتمبر، 2016م، الموقع <http://www.amad.ps>

موقع دنيا الوطن. (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 10 أكتوبر 2016م، الموقع <http://www.alwatanvoice.com>

موقع شبكة فلسطين للحوار. (2016م). أهداف الشبكة. تاريخ الاطلاع: 10 أكتوبر 2016م. الموقع: <https://www.paldf.net>

موقع شبكة نوى الإخبارية. (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 1 سبتمبر، 2016م، الموقع www.nawa.ps

موقع فلسطين الآن. (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 1 سبتمبر، 2016م، الموقع <http://www.amad.ps>

موقع فلسطين اليوم. (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 1 سبتمبر 2016م، الموقع (<http://paltoday.ps>)

موقع وكالة الأنباء الفلسطينية وفا. (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 12 أكتوبر 2016م، الموقع: <http://www.wafa.ps>

موقع وكالة شهاب. (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 1 سبتمبر، 2016م، الموقع www.shehab.ps.

موقع وكالة صفا. (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 1 سبتمبر، 2016م، الموقع <http://safa.ps>

موقع وكالة فلسطين برس. (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 1 سبتمبر 2016م <http://www.palpress.com> الموقع

موقع وكالة معاً. (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 1 سبتمبر، 2016م، الموقع <http://www.maannnews.net>

ناجي، عباس. (2013م). *الصحفي الإلكتروني*. ط1. بيروت: دار العلوم للطباعة والنشر.
نجدات، على. (2014م). *استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيس بوك والإشباع المتحققة منه* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، عمان.
النجار، عايذة. (2003م). *يوم القدس، نضال المرأة على طريق تحرير القدس*. (د.ط). عمان: التوفيق للطباعة والنشر.

نزال، ريماء. (2004م). *إشكاليات صورة المرأة الفلسطينية في الإعلام انعكاس لإشكالية ثقافية*. مجلة تسامح (7)، 103-108.

نصر، حسنى. (2003م). *الانترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية*. ط1. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

نصر، وسام. (2012م). *استخدامات المرأة المصرية لشبكة الانترنت والإشباع المتحققة لديها* بالتطبيق على ثورة 25 يناير 2011م (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، مصر.

نومار، مريم. (2012م). *استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية* دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة باتنة، الجزائر.

أبو وردة، أمين. (2008م). *أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي* - طلبة جامعة النجاح الوطنية أنموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، نابلس.

وكالة سما. (2016م). أهداف الموقع. تاريخ الاطلاع: 1 سبتمبر 2016م، الموقع <http://www.samanews.com>

ثانياً - المراجع الأجنبية:

- Alice, H. (2009). College Students' Motives for Using Social Network Sites and Their Relationships to Personality Traits. *Communication Research*, 20, 29-55.
- Antonius, S. (1979). Fighting on two fronts: Conversations with Palestinian women. *Journal of Palestine Studies*, 8(3), 26-45.
- Balaban, D. C., & Băltărețu, C. M. (2010). Motivation in using social network sites by Romanian students. A qualitative approach. *Journal of Media Research-Revista de Studii Media*, 3(1 (6)), 67-74.
- Ezumah, B. A. (2013). College students' use of social media: Site preferences, uses and gratifications theory revisited. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 27-34.
- Urista, M. A., Dong, Q., & Day, K. D. (2009). Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*, 12(2), 215-229.

ملاحق الدراسة

The Islamic University–Gaza
Research and Postgraduate Affairs
Faculty of Art
Master of Journalism



الجامعة الإسلامية - غزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب
ماجستير صحافة

استبيان دراسة بعنوان:

استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباع المتحققة منها

" دراسة ميدانية في محافظات غزة "

السيد :..... المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته....

تضع الباحثة بين يديك صحيفة الاستقصاء التي أعدتها في سياق الدراسة الميدانية الإستكشافية التي تقوم بإعدادها بعنوان " استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباع المتحققة منها "، كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في قسم الصحافة بالجامعة الإسلامية.

أرجو التكرم بالإطلاع عليها والتكرم بالمشاركة بتحكيمها وتزويدنا بما ترونه مناسب من ملاحظات وأراء لنقوم بالأخذ بها قبل توزيعها علي العينة.

ولكم جزيل الشكر،،،

الباحثة : أشواق عيسى رحمي

الوحدة الأولى : أنماط استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية

1- ما درجة استخدامك للمواقع الإلكترونية الإخبارية ؟

عالية متوسطة منخفضة (انتقلي الى السؤال رقم 8)

لا استخدمها (أجبي عن السؤال التالي ثم توقفي مشكورة)

2 - لماذا لا تستخدم المواقع الإلكترونية الإخبارية ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

<input type="checkbox"/> لا أعرف كيفية استخدام الإنترنت	<input type="checkbox"/> ليس عندي وقت كاف لمتابعتها
<input type="checkbox"/> عدم اهتمامها بشؤون المرأة	<input type="checkbox"/> عدم اقتناعي بمصداقيتها
<input type="checkbox"/> لا أهتم بمتابعة الأخبار	<input type="checkbox"/> اعتمد علي وسائل أخرى كمصدر للأخبار
<input type="checkbox"/> لأن معظم المواقع الإلكترونية الإخبارية حزبية	<input type="checkbox"/> مشاكل الإنترنت بسبب انقطاع الكهرباء
<input type="checkbox"/> أخرى.....	

3- منذ متى تستخدم المواقع الإلكترونية الإخبارية ؟

أقل من عام من عام إلى اقل من عامين

من عامين إلى اقل من أربعة أعوام أربعة أعوام فأكثر

4- في أي الأماكن تستخدم المواقع الإخبارية الإلكترونية: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

المنزل الجامعة العمل مقهى الإنترنت

أخرى أذكر:.....

5- ما الوسائل التي تستخدمونها في تصفح ومتابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية : (يمكنك اختيار أكثر

من إجابة)

الحاسوب المحمول الحاسوب المكتبي الحاسوب اللوحي "يباد "

الهاتف المحمول

6- ما المدة التي تقضيها يوماً في متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية ؟

- أقل من ساعة
 من ساعة إلى أقل من ساعتين
 من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
 ثلاث ساعات فأكثر
 أخرى / أنكري

7 - ما الأوقات المفضلة لديك عند استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية ؟

- في الصباح
 في وقت الظهيرة
 في المساء
 الفترة المتأخرة من الليل
 لا يوجد وقت محدد

8- ما أهم المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية التي تتابعونها ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- معاً
 شهاب
 غزة الآن
 فلسطين الآن
 فلسطين برس
 وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا)
 دنيا الوطن
 الشبكة الاعلامية الفلسطينية
 مركز الاسرى للإعلام
 فلسطين اليوم
 سما الإخبارية
 وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا)
 المركز الفلسطيني للإعلام
 الكوفية برس
 أخرى / أنكري

9- ما الموضوعات والقضايا التي تتابعونها في المواقع الإلكترونية الإخبارية ؟ (يمكنك اختيار أكثر من

إجابة)

- السياسية
 البيئية
 العلمية
 الاجتماعية
 النسوية
 الأسرية
 الاقتصادية
 الشبابية
 الرياضية
 الصحية
 الثقافية
 التكنولوجية
 أخرى / أنكري

الوحدة الثانية :دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية

10- تتمثل دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية في : (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

أ. دوافع طقوسية	ب. دوافع منفعية
<input type="checkbox"/> توفر الانترنت واتاحة تصفحه بأوقات متنوعة	<input type="checkbox"/> للاستفادة من المعلومات المتنوعة المتوفرة داخل الموقع
<input type="checkbox"/> بحكم ارتباط العمل بالكمبيوتر واستخدامه	<input type="checkbox"/> للمشاركة في الحوار وتكوين علاقات مع الآخرين
<input type="checkbox"/> بدافع الفضول في معرفة كيفية الاستخدام	<input type="checkbox"/> للاطلاع على احدث الأخبار والمستجدات العالمية
<input type="checkbox"/> فهم أكبر لمجتمعي وقضايا المرأة فيه	<input type="checkbox"/> للاطلاع على ثقافات اخرى
<input type="checkbox"/> للهروب من مشاكل الحياة اليومية	<input type="checkbox"/> لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة
<input type="checkbox"/> لمليء أوقات الفراغ والتسلية	<input type="checkbox"/> المساعدة في فهم وتحليل الواقع من حولي وتكوين آراء منطقية
<input type="checkbox"/> أخرى /أذكرني	

11- ما أسباب استخدامك للمواقع الإلكترونية الإخبارية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> سرعة تحديث الأخبار حال حدوثها | <input type="checkbox"/> معرفة ما يجري بتفاصيل أكبر وأعمق |
| <input type="checkbox"/> سهولة الوصول لروابط ذات صلة عن الموضوع | <input type="checkbox"/> تهتم بمعرفة ما وراء الخبر أو الحدث |
| <input type="checkbox"/> تركز على قضايا التوعية ومناصرة قضايا المرأة | <input type="checkbox"/> التعرف على الرأي والرأي الآخر |
| <input type="checkbox"/> توفير امكانية البحث داخل الموقع الإلكتروني الإخباري | <input type="checkbox"/> تعدد الوسائط المتعددة داخل الموقع |
| <input type="checkbox"/> وجود الجرافيك والصور والفيديوهات والرسوم | <input type="checkbox"/> معرفة ما يجري بتفاصيل أكبر وأعمق |
| <input type="checkbox"/> سرعة نقلها للمعلومة والحدث | <input type="checkbox"/> اهتمامها بالتعمق في الأخبار وتفسيرها |

أخرى /أذكرني

الوحدة الثالثة: الإشباع التي تحققها المواقع الإلكترونية الإخبارية

13- ما درجة الإشباع المتحققة من استخدامك للمواقع الإلكترونية الإخبارية ؟

الإشباع	عالية	متوسطة	منخفضة
اشباعات مراقبة البيئة			
اشباعات المشاركة			
اشباعات التواصل الاجتماعي			
اشباعات التسلية			

أخرى / أنكري

14- ما درجة رضاك عن المواقع الإلكترونية الإخبارية من حيث الجوانب التالية؟

المتغير	عالية	متوسطة	منخفضة
الشكل الفني الذي تقدم به المواد			
مضمون المواد الإخبارية فيها			
التنوع في استخدام القوالب والأشكال الإخبارية			
اهتمامها بالقضايا التي تهم الرأي العام			
معالجة الموضوعات والقضايا الخاصة بالمرأة			
تقديم المعلومات الوطنية والمحلية			
شمولية وتفسير الأحداث وتحليلها			

15- برأيك ما درجة اهتمام المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية باستخدام الوسائط المتعددة ؟

عالية متوسطة منخفضة

16- ما أهم الوسائط المتعددة التي تستفيدي من استخدامها داخل المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية ؟

الصور الفيديو النص الفائق الوسائط المتعددة

17- ما درجة ثقتك بالمعلومات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية ؟

عالية متوسطة منخفضة

18- ما درجة استفادتك من المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية ؟

عالية متوسطة منخفضة

19- ما جوانب استفادتك من المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟

- معرفة الجديد من الأخبار
- زيادة الثقة بوسائل الإعلام الفلسطينية
- تطوير مهارات الاستخدام
- معرفة الأحداث فور وقوعها
- سهولة البحث داخل الموقع والتواصل مع المصادر
- معرفة أهم قضايا المرأة في مجتمعي

الوحدة الرابعة : إيجابيات وسلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية ومقترحات تطويرها

20- ما أبرز إيجابيات المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظرك (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- تطورها بشكل سريع وملحوظ، مواكبة أحداث التقنيات في تكنولوجيا الاتصال
- توفير إمكانيات البحث والأرشيف فيها.
- شرح ونقل معاناة الشعب الفلسطيني في الداخل والخارج
- اهتمامها بالشأن الفلسطيني المحلي والوطني
- إحاطتها ومتابعتها للأحداث الجارية على الساحة الفلسطينية
- وسيلة اقتصادية غير مكلفة
- التفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة
- وجود زوايا خاصة بالمرأة وقضاياها
- أخرى /أذكرني

21- ما أبرز سلبيات المواقع الإلكترونية الإخبارية من وجهة نظرك (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- نشر بعض الأخبار والمعلومات دون الإشارة إلى المصدر
- ضعف اهتمامها بشؤون المرأة
- ضعف التزام أخبارها بالمصداقية
- ضعف التفاعلية وعدم استغلال الوسائط الفاتحة
- معظمها مواقع إخبارية حزبية تنطرق للخبر بحزبية دون مراعاة الموضوعية والدقة
- نشر صور ومواد غير مرغوب فيها
- كثرة الإعلانات وازدحامها في الموقع
- ضعف التغطية واقتصارها على الجانب الخبري
- أخرى / اذكرى.....

22- ما مقترحاتك لتطوير أداء المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟

- تفعيل قوانين النشر الإلكتروني
- نشر المواد الإخبارية بمصدر معروف
- تدريب الصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية
- الزام المواقع الإلكترونية بأخلاقيات المهنة
- وضع مواصفات مهنية للصحف والمواقع الإلكترونية الفلسطينية
- استغلال الإمكانيات الإلكترونية التفاعلية في إبراز مواضيع المرأة
- توفير امكانية التواصل المباشر مع ادارة الموقع والعاملين فيه
- توفير خاصية ترتيب الأخبار في الموقع حسب عدد زوارها
- زيادة التفاعل مع الجمهور واتاحة الفرصة لهم للتعليق والمشاركة
- اتاحة المجال للجمهور للحوار
- أخرى / اذكرى.....

23- السن

- أقل من 20 عام
- 20 عاماً - 30 عاماً
- 30 عاماً - 40 عاماً
- أكثر من 40 عاماً

24- الحالة الاجتماعية

- أنسة
- متزوجة
- أرملة
- مطلقة

25-المستوى التعليمي

ثانوية عامة فأقل دبلوم بكالوريوس دراسات عليا

26-المحافظة

شمال غزة غزة الوسطى خان يونس رف

27-المهنة

بلا عمل ربة منزل موظفة طالبة