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

الجـامعــة الإسـلاميــة – غـــــــزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كـليـــــــــــــــــــــة الآداب
مـــــــاجستير الصحـــــــــافـــة

استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين والإشباعات المتحققة

دراسة ميدانية

Uses Palestinian women to the press women in Palestine and desires realized

A field study

إعداد الباحثة
ريما جمال سلمان (كيلاني)

إشراف
الدكتور/ أمين منصور وافي

قُدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة بكلية الآداب في الجامعة الإسلامية بغزة

سبتمبر/ 2017م– ذو القعدة/ 1438هـ

إقـــرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين والإشباعات المتحققة

دراسة ميدانية

Uses Palestinian women to the press women in Palestine and desires realized

A field study

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:	**ريما جمال سلمان**	**اسم الطالب:**
Signature:		**التوقيع:**
Date:		**التاريخ:**

بسم الله الرحمن الرحيم

الجامعة الإسلامية-غزة
The Islamic University of Gaza

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا
هاتف داخلي: 1150

الرقم: ج س غ/35/ Ref:
التاريخ: 2017/12/27م Date:

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة عمادة البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة **الباحثة/ ريما جمال رمضان سلمان** لنيل درجة الماجستير في كلية **الآداب**/ قسم **الصحافة** وموضوعها:

استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين والإشباعات المتحققة
دراسة ميدانية

Uses Palestinian Women to the Press Women in Palestine and Desires Realized
A Field Study

وبعد المناقشة التي تمت اليوم **الاربعاء 8 ربيع الثاني 1439**هـ الموافق **2017/12/27**م الساعة ، في قاعة **اجتماعات كلية الآداب** اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

د. أمين منصور وافي	**مشرفاً ورئيساً**	.....
د. أيمن خميس أبو نقيرة	**مناقشاً داخلياً**	.....
د. زهير عبد اللطيف عابد	**مناقشاً خارجياً**	.....

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

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

والله ولي التوفيق،،،

عميد البحث العلمي والدراسات العليا

أ. د. مازن إسماعيل هنية

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين والإشباعات المتحققة، والكشف عن دوافع المرأة لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين أو عدم استخدامها، ومعرفة الحاجات التي تدفع المرأة الفلسطينية إلى استخدام الصحافة النسائية في فلسطين، وإشباع هذه الصحافة لاحتياجات المرأة الفلسطينية.

وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، واستخدمت منهج الدراسات المسحية الذي تم من خلاله استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واستخدمت الباحثة نظرية "الاستخدامات والإشباعات"، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء، وطبقت على عينة طبقية عشوائية مكونة من 400 امرأة فلسطينية في قطاع غزة ممن تزيد أعمارهن عن 18 عامًا فأكثر, ويُجدنّ القراءة بغض النظر عن كونهنّ حاصلات على شهادات علمية أو لم يكملن تعليمهنّ.

وخلصت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

1. يرى 61.7% من عينة الدراسة أن أهم دوافع استخدام الصحافة النسائية هو التعرف على المشاكل المجتمعية وزيادة التماسك الاجتماعي.
2. يعتبر 49.4% من عينة الدراسة أهم الموضوعات التي يتم قراءتها في الصحافة النسائية في فلسطين هي موضوعات الحياة الزوجية والأسرية.
3. الاشباع المتحقق من الصحافة النسائية في كان التعرف على قضايا المرأة وحقوقها في القانون والانتهاكات الممارسة ضدها بوزن نسبي 78.00%.

وخرجت الدراسة بعدة توصيات أهمها:

1. ضرورة تقديم الدعم المعنوي والمادي للصحافة النسائية الجادة لمساعدتها على الوقوف في وجه تيارات التغريب التي تجسدها الصحافة الغربية.
2. الدقة والموضوعية والمصداقية وفق المعايير الأخلاقية للعمل الإعلامي والتي من شأنها تطوير أداء الصحافة النسائية في فلسطين.
3. التركيز على القضايا التي تلامس حياة المرأة الفلسطينية في الصحافة النسائية والتنويع في القضايا وطرح الموضوعات اللافتة للمرأة الفلسطينية في الصحافة النسائية الفلسطينية.

Abstract

The aim of this study is to identify the uses of Palestinian women of women's press in Palestine and the achieved experiences in this regard. The study also aimed to expose the motives of women to use or avoid the women's press in Palestine, to identify the needs that drive Palestinian women to use this type of press women's press in Palestine, and to what extent this type of press satisfies the needs of the Palestinian woman.

The study is considered a descriptive study that used the survey methodology through implementing the method of surveying the media means followers. The study also used the theory of "uses and saturation". The data were collected through a survey form, and applied to a stratified random sample of 400 Palestinian women in the Gaza Strip, who are aged 18 and over and could read regardless their education level.

The field study concluded a set of results. Most importantly, it concluded that:

1. 61.7% of the study sample considers that the most important motive for the use of women's press is to identify social problems and to improve social cohesion.
2. 49.4% of the study sample said that the most important topics that are read in the women's press in Palestine are the topics of marriage and family life.
3. Saturation is achieved in the investigated women's press in the field of women and their rights in law and the violations practiced against them, with a relative weight of 78.00%.

The study arrived at several recommendations, the most important of which are:

1. The need to provide moral and material support to the useful women's press to help it resisting the Westernization trends adopted in the Western press.
2. The need to adopt accuracy, objectivity and credibility in the women's press in accordance with the ethical standards of media work in order to improve its performance in Palestine.
3. The need to focus on the issues that touch the lives of Palestinian women in the women's press, and to diversify the discussed issues in this regard to attract the Palestinian woman.

﴿وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ

وَالْمُؤْمِنُونَ﴾

[التوبة: 105]

الإهداء

أهدي هذا البحث إلى:

إلى أمي التي زودتني بالحنان والمحبة

وأبي الذي لم يبخل عليّ يوماً بشيء

أقول لهما: أنتم وهبتموني الحياة والأمل والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة

إلى أقرب الناس إلى قلبي ورفيق دربي.. زوجي الحبيب

إلى "قطعة السكر".. ماستي الغالية

إلى "ملك قلبي".. أميري الغالي

إلى روح أخي الشهيد "رامي"

وإلى إخوتي وأسرتي جميعاً

ثم إلى كل من علمني حرفاً أصبح سنا برقه يضيء الطريق أمامي

أنحني أمامهم جميعاً ... وأهدي لهم هذا العمل

الباحثة

ريما جمال سلمان

شكر وتقدير

الحمد الله الذي أعزنا بالإسلام، وشرفنا بحمل رسالة القرآن، شرع لنا من الدين نهجاً قويماً، وهدانا صراطاً مستقيماً، فله الحمد كله، وله المجد والثناء كله، سبحانه لا أحصي ثناءً عليه، هو كما أثنى على نفسه، ثم الصلاة والسلام على سيد خلقه، وخاتم رسله، محمدٍ الصادق الوعد الأمين، وعلى آله وصحبه وأتباعه الطيبين الطاهرين، وكل من سار على هديه، ونصر سنته، إلى يوم الدين.

يشرفني ويسرني أن أتقدم بجزيل الشكر والتقدير والعرفان إلى كل من:

- أستاذي ومشرفي الدكتور **أمين منصو وافي** الذي تفضل بالموافقة على الإشراف على رسالتي وساندني ومنحني الكثير من وقتِه وجهده، وقدَّم لي توجيهاته وإرشاداته الثمينة، ومدَّ يد العون لي دون ضجرٍ للسير قُدماً بالدراسة، فكان لي المُرشد والمُعين لإنجاز هذا الجهد العلمي.
- إلى كل من أضاء بعلمه عقل غيره، أو هدى بالجواب الصحيح حيرة سائليه، فأظهر بسماحته تواضع العلماء، وبرحابته سماحة العارفين، أساتذة قسم الصحافة والإعلام في برنامج الماجستير لما بذلوه من جهد وعطاء غير محدود، وأخص بالشكر د. أحمد عرابي الترك ود. أحمد المغاري على تفضلهما بمناقشة خطة السيمينار المتعلقة بهذه الرسالة وإبداء ملاحظاتهما الدقيقة والثمينة.
- إلى الأساتذة الذين تفضلوا مشكورين بتحكيم صحيفة الاستقصاء كلٌ باسمه ولقبه ومكانته العلمية.
- والشكر موصولٌ لكلِّ من مدَّ لي يدَ العون وساندني وقدم لي مساعدة أثرت جهدي العلمي، وأخص بالذكر صديقاتي وزميلاتي "ربا قنوع، وأمينة زيارة".

وختاماً أسال الله العلي القدير أن يكونَ هذا العملُ خالصاً لوجهه، وأن يجعله عِلماً نافعاً، ويسهّل لي به طريقاً إلى الجنة.

الباحثة/ ريما جمال سلمان

فهرس المحتويات

إقــرار ..... أ
ملخص الدراسة ..... ب
Abstract ..... ت
اقتباس ..... ث
الإهداء ..... ج
شكر وتقدير ..... ح
فهرس المحتويات ..... خ
فهرس الجداول ..... ر
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة 4
المقدمة: 1
أولاً: أهم الدراسات السابقة: 4
ثانياً: الاستدلال على المشكلة: 23
ثالثاً: مشكلة الدراسة: 25
رابعاً: أهمية الدراسة: 25
خامساً: أهداف الدراسة: 26
سادساً: تساؤلات الدراسة: 26
سابعاً: فرضيات الدراسة: 27
ثامناً: الإطار النظري للدراسة: 27
تاسعاً: نوع الدراسة ومناهجها وأدواتها: 31
عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها: 32
حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات: 35
ثاني عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة: 38
ثالث عشر: تقسيم الدراسة: 39
الفصل الثاني: الصحافة النسائية 40
المبحث الأول: الصحافة المتخصصة .. المفهوم والأنواع 42
تمهيد: 42
أولاً: مفهوم الصحافة المتخصصة: 42
ثانياً: نشأة الصحافة المتخصصة: 44
ثالثاً: عوامل انتشار الصحافة المتخصصة: 45

رابعاً: أهمية الصحافة المتخصصة: 47
خامساً: أنواع الصحافة المتخصصة: 47
سادساً: مستويات الصحافة المتخصصة[]: 48
سابعاً: سمات الصحافة المتخصصة: 48
ثامناً: وظائف الصحافة المتخصصة: 49
تاسعاً: مجالات الصحافة المتخصصة: 50
المبحث الثاني: الصحافة النسائية.. النشأة والتطور 53
تمهيد: 53
أولاً: نشأة الصحافة النسائية: 53
ثانياً: الصحافة النسائية في فلسطين: 56
ثالثاً: تطور الصحافة النسائية: 62
رابعاً: مجالات الصحافة النسائية: 65
خامساً: واجبات الصحافة النسائية اتجاه المرأة[]: 66
سادساً: التحديات التي تواجه الصحافة النسائية: 66
سابعاً: الانتقادات الموجهة للصحافة النسائية: 68
ثامناً: المطلوب من الصحافة المتخصصة: 70
تاسعاً: الكتابة الصحفية للشؤون النسائية: 71
عاشراً: أساليب إخراج ومضمون الصحافة النسائية: 72
المبحث الثالث: قضايا المرأة في الصحافة النسائية الفلسطينية 74
تمهيد: 74
أولاً: تقييم الإعلاميات المتخصصات لواقع الصحافة النسائية في فلسطين: 75
الفصل الثالث: الجانب العملي للدراسة 81
المستوى التصنيفي المعتمد في الدراسة: 82
المبحث الأول: مناقشة نتائج الدراسة وفرضياتها 83
أولاً: مدى وانماط استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة الفلسطينية 83
ثانياً: الدوافع والحاجات لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين: 93
ثالثاً: القضايا والمواضيع في الصحافة النسائية في فلسطين: 97
رابعاً: الاشباعات المتحققة من استخدام الصحافة النسائية في فلسطين: 102
خامساً: ايجابيات وسلبيات الصحافة النسائية في فلسطين: 105
سادساً: تقييم الصحافة النسائية في فلسطين ومقترحات لتطويرها: 109
سابعاً: اختبار فروض الدراسة: 114

المبحث الثاني: أهم نتائج الدراسة وفرضياتها والتوصيات 123
أولاً: نتائج الدراسة: 123
ثانياً: فرضيات الدراسة: 125
ثالثاً: التوصيات: 126
المصادر والمراجع 127
الملاحق 135

فهرس الجداول

جدول (1.1) عدد النساء في كل محافظة وتكرارات ونسب العينة المختارة.....33
جدول (1.2) السمات والبيانات الأساسية لعينة الدراسة.....34
جدول (1.3) معامل الارتباط بين كل فقرة من الفقرات والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه.....36
جدول (1.4): معامل الثبات ألفا كرونباخ ومعامل طريقة التجزئة النصفية للاستبانة. 37
جدول (3.1) المستوى التصنيفي المعتمد في الدراسة.....82
جدول (3.2): استخدام الصحافة النسائية.....83
جدول (3.3): أسباب عدم استخدام الصحافة النسائية في فلسطين.....84
جدول (3.4): الصحف النسائية المستخدمة 85
جدول (3.5): المدة الزمنية لاستخدام الصحافة النسائية.....86
جدول (3.6): ترتيب للمجلات والصحف النسائية حسب الاستخدام.....87
جدول (3.7): طريقة الحصول الصحافة النسائية 88
جدول (3.8): الفترات التي يفضل فيها استخدام الصحافة النسائية.....89
جدول (3.9): المدة التي يتم قضائها أثناء استخدام الصحافة النسائية.....90
جدول (3.10): طبيعة التأثر باستخدام الصحافة النسائية 91
جدول (3.11): درجة تأثير استخدام الصحافة النسائية على السلوك والثقافة الحياتية 92
جدول (3.12): دوافع استخدام الصحافة النسائية في فلسطين 93
جدول (3.13): الحاجات التي تلبيها الصحافة النسائية 95
جدول (3.14): درجة تلبية الصحافة النسائية في فلسطين للاحتياجات 96
جدول (3.15): الموضوعات التي يتم قرأتها في الصحافة النسائية 97
جدول (3.16): درجة تقييم الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين من ناحية تلبية الاحتياجات.....99
جدول (3.17): درجة الثقة بالموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين.....100
جدول (3.18): درجة الاستفادة من الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين.....101
جدول (3.19): درجة الاشباع المتحققة من الصحافة النسائية في فلسطين.....102
جدول (3.20): درجة للاستغناء عن الصحافة النسائية العالمية باستخدام الصحافة النسائية في فلسطين.....104
جدول (3.21): دوافع استخدام الصحافة النسائية العالمية 105
جدول (3.22): أبرز إيجابيات الصحافة النسائية في فلسطين 106
جدول (3.23): أبرز سلبيات الصحافة النسائية في فلسطين 107
جدول (3.24): درجة الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين.....109
جدول (3.25): درجة تقييم الاستفادة من المعلومات والخبرات التي يتم الحصول عليها من الصحافة النسائية في فلسطين.....110
جدول (3.26): درجة تقييم مهنية الصحفية الفلسطينية العاملة في الصحافة النسائية في فلسطين 111

جدول (3.27): درجة تأثير استخدام الصحافة النسائية في فلسطين على متابعة واستخدام الصحافة الشاملة أو وسائل الإعلام المرئية والمسموعة 112
جدول (3.28): مقترحات لتطوير تناول الصحافة النسائية في فلسطين حتى تصل لأكبر نسبة من جمهور المرأة الفلسطينية 113
جدول (3.29) نتائج اختبار العلاقة "chi Square"..... 114
جدول (3.30) نتائج اختبار العلاقة " chi Square"..... 115
جدول (3.31) نتائج اختبار العلاقة " chi Square"..... 116
جدول (3.32) نتائج اختبار العلاقة " chi Square"..... 116
جدول (3.33) نتائج اختبار العلاقة " chi Square"..... 117
جدول (3.34): نتائج اختبار " F – للعينات المستقلة"وفقا لمتغير "العمر"..... 118
جدول (3.35): نتائج اختبار " F – للعينات المستقلة"وفقا لمتغير "الحالة الاجتماعية" 119
جدول (3.36): نتائج اختبار " F – للعينات المستقلة"وفقا لمتغير " المؤهل العلمي " 120
جدول (3.37): نتائج اختبار " F – للعينات المستقلة"وفقا لمتغير " المهنة" 121
جدول (3.38): نتائج اختبار " F – للعينات المستقلة"وفقا لمتغير " مكان السكن" 122

المقدمة:

يعد نمو الإعلام المتخصص وازدهاره في أي مجتمع دليل قوي على تقدم هذا المجتمع ورقيه، فحين يتجه أي مجتمع نحو التخصص الدقيق بين أفراده ينجم عنه اتساع المعارف العلمية والثقافية وتعددها، وهو ما يمثل سمة أساسية للتقدم والتحديث.

والتطور المتسارع لدور المرأة ومكانتها, جعل منها هدفًا للمؤسسات الصحفية والإعلامية, ولذا كانت الصحافة النسوية أو صحافة المرأة من أكثر أنواع الصحف المتخصصة تسارعًا في الظهور، حيث ظهرت الصحافة النسائية في أوائل القرن التاسع عشر بفرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية, وكانت مجلة الصيادة أول مجلة نسائية أمريكية, والتي أصدرتها الصحفية آن رويال عام 1831م, وقد فتحت باب الحقل الصحفي للمرأة بشكل عام[1].

كانت بداية صحافة المرأة في العالم العربي بظهور مجلة "المقتطف" المصرية التي صدرت في عام 1882م بمصر من خلال الركن النسائي الذي أطلقت عليه "باب تدبير المنزل" وكان يعالج شئون البيت وتدبير الطعام والملبس والشراب والمسكن والزينة, ومن ثم كانت الريادة للعمل الصحفي النسوي لـ "هند نوفل" التي أصدرت مجلة "الفتاة" عام 1892م في مصر, حيث ركز مضمونها على شئون المرأة وسلوكها واحتياجاتها, والابتعاد عن الشأن العام كالسياسة والاقتصاد وغيره[2].

وجاءت مشاركة المرأة في العمل الصحفي مبكرة على التحقق الاجتماعي للمرأة في المنطقة العربية, وإن كانت مشاركتها الصحفية في البداية من وجهة نظر ذكورية, فركزت على السلوكيات أو المظاهر السلبية للمرأة, ومع التطور الذي شهده القرن العشرين بدأت المرأة في التحقق المهني, وأصبحت قادرة على التعبير عن ذاتها من خلال صحف متخصصة تتوجه إلى المرأة, فقد ظهرت المجلات والصحف التي تهتم بشئون المرأة كالأزياء والموضة, أو تلك التي اعتنت بالتربية والأسرة.

ورغم خوض المرأة الفلسطينية دورها النضالي والسياسي والاجتماعي جنباً إلى جنب مع الرجل في كافة مراحل القضية الفلسطينية، إلا أن دورها الإعلامي المهني تأخر في الظهور،

---

(1) الحسن، الصحافة المتخصصة (ص67).

(2) المرجع السابق (ص68).

رغم أن تاريخ الإعلام الفلسطيني يعود إلى سنوات ما قبل الانتداب البريطاني على فلسطين, ولعل ذلك يعود إلى القيود الاجتماعية التي فرضتها العادات والتقاليد الفلسطينية, فلم يكن العمل الصحفي في تلك الفترة للنساء عملاً مقبولاً اجتماعياً كالتدريس والتمريض؛ لأن العمل الصحفي يتطلب خروج المرأة واختلاطها بالرجل؛ فاقتصر العمل الإعلامي على عدد محدود من النساء الفلسطينيات، ممن شجعهنّ أزواجهنّ على خوض غمار هذا الميدان، أمثال: "منامة الصيداوي, وسائدة نصار وماري بولس؛ وأسماء طوبي, وسميرة عزام", كما قامت بعض النساء الفلسطينيات في تلك الفترة بالكتابة بأسماء مستعارة خوفاً من التعرف عليهن من قبل أسرهن أو المجتمع المحيط.

أما الصحافة النسائية في فلسطين فلها بصمة تميزها عن غيرها من صحافة المرأة في الوطن العربي، نظراً للظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي لازال يعيشها الشعب الفلسطيني، ومن خلال البحث في التراث الثقافي في فلسطين لم نجد على مدى تاريخ الصحافة الفلسطينية أية صحيفة أو مجلة تهتم بشؤون المرأة والأسرة إلا بعض الكتابات النسائية في الصحف والمجلات التي صدرت آنذاك، ومنها "مجلة الأصمعي" لصاحبها ومحررها حنا عبد الله العيسى فقد اشترك في تحرير هذه المجلة التي صدر العدد الأول منها في القدس في أول سبتمبر 1908 بعض الأقلام النسائية مثل إسعاف النشاشيبي ومنانة الصيداوي وقرينة الصحافي عادل جبر محرر الترقي[1].

وكان أول ظهور ملموس للصحافة النسائية في فلسطين عام 1967م حيث أصدر الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية صحيفة "صوت المرأة الفلسطينية" وكانت أشبه بالنشرة، لكنها توقفت في نفس العام بعد النكسة، كما صدرت مجلة "الفلسطينية الثائرة" في عام 1970م، وكانت تصدر عن اتحاد المرأة الفلسطينية بالأردن، ومجلة "الفلسطينية" التي صدرت عام 1988م[2].

([1]) سليمان، تاريخ الصحافة الفلسطينية 1876م-1976م (ص95).

([2]) المرجع السابق (ص96).

وفي الوقت الراهن يوجد عدد من الصحف والمجلات النسائية المتخصصة في فلسطين مثل "صحيفة نساء من أجل فلسطين, وصحيفة صوت النساء, ومجلة السعادة, ومجلة الغيداء, ومجلة ينابيع".

وتأتي هذه الدراسة في إطار تسليط الضوء على استخدامات المرأة الفلسطينية لكل من "صحيفة نساء من أجل فلسطين, وصحيفة صوت النساء, ومجلة السعادة, ومجلة الغيداء, ومجلة ينابيع" والإشباعات المتحققة, والتعرف على دوافع المرأة الفلسطينية لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين, ومدى إشباع الصحافة النسائية في فلسطين لاحتياجات المرأة الفلسطينية, وللخروج في النهاية بتوصيات تساهم في تنمية الصحافة النسائية في فلسطين لتصل إلى المرأة الفلسطينية أينما كانت, تدفعها إلى استخدامها لإشباع احتياجاتها.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

أولاً: أهم الدراسات السابقة:

حرصاً من الباحثة على التعمق في المشكلة البحثية قامت بالبحث عن أهم الدراسات المرتبطة بالموضوع، حيث تم عرض الدراسات السابقة وفقاً للتسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم من خلال:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت استخدامات المرأة للإعلام:

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالقضايا التي تعالجها الصحافة النسائية:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت استخدامات المرأة للإعلام:

1. دراسة رحمي (2017م) [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها, ومعرفة أبرز المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تستخدمها المرأة في محافظات غزة.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام, وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء, وطبقت الدراسة على 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, خانيونس, رفح) خلال الفترة الزمنية من 2017/1/20 وحتى 2017/2/20م، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والاشباعات، خلصت الدراسة إلى:

أ. 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%.

ب. تفضل المبحوثات متابعة الموضوعات والمواد السياسية في المواقع الإلكترونية الإخبارية, وجاءت الدوافع الطقوسية بنسبة 58.4%, تلاها الدوافع المنفعية.

---

(1) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

ج. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية ودرجة الاشباع المتحقق لهن من وراء هذا الاستخدام.

2. دراسة موسى وعورتاني (2016م) [1]:

هدفت الدراسة إلى تحديد مساهمة الصحافة النسوية أو الإعلام النسوي في حرية الرأي والتعبير، وفهم وتفسير إشكاليات الإعلام النسوي والمعيقات الخاصة والعامة التي تحول دون تعزيز حرية الرأي والتعبير للمرأة، الوصول إلى فهم آليات عمل المؤسسات النسوية المُنتجة للإعلام المُختص بقضايا النساء.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق أداتي المقابلة المعمقة والملاحظة، وطبقت الدراسة الميدانية على ثلاث مؤسسات نسوية مختصة وهي: "طاقم شؤون المرأة، وإذاعة راية أف أم وصوت النساء في غزة" واعتمد الباحثان على نظرية الاستخدامات والاشباعات، وخلصت الدراسة إلى:

أ. أصبح الاعلام النسوي أكثر قدرة على طرح قضايا النساء ومشاكلهن، وهذا مؤشر على ازدياد في حرية طرح قضايا النساء في الإعلام.

ب. وجود ضعف في الصحافة الاستقصائية التي تناقش قضايا النساء.

ج. هيمنة الخطاب السياسي على مضمون الصحافة النسوية، يضعف خصوصية طرح القضايا النسوية ويقلل من فرص تبنيها على اعتبار أن ما هو سياسي له الأولوية في ذلك.

3. دراسة وافي (2015م) [2]:

هدفت الدراسة إلى معرفة استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء الحصار على غزة والاشباعات المتحققة، والتعرف على نوعية القنوات والبرامج المفضلة لديها أثناء الحصار وسبب التفضيل، ومدى إشباعها للحاجات المختلفة للمرأة أثناء الحصار على غزة.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء التي وزعت على عينة من النساء الفلسطينيات في قطاع غزة قوامها 350 مفردة، واعتمد الباحث على نظرية الاستخدامات والاشباعات، وخلصت الدراسة إلى:

---

(1) موسى وعورتاني، الصحافة النسوية وحرية الرأي والتعبير في فلسطين.

(2) وافي، استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباعات المتحقق، دراسة ميدانية.

أ. إن حجم المشاهدة للقنوات الفضائية جاء متوسطاً, والفترة الزمنية المفضلة للمشاهدة فترة الظهيرة, وتفضل النساء مشاهدة القنوات الفضائية ومنها الفلسطينية عن غيرها من القنوات.

ب. احتلت قناة الأقصى الفلسطينية المرتبة الأولى, وعلى صعيد الفضائيات العربية احتلت القنوات المصرية المرتبة الأولى عربياً.

ج. عن أسباب التعرض جاء الحاجة إلى التواصل مع الأخر ومعرفة ما يدور خارج الأراضي الفلسطينية, وعن الحاجات التي تلبيها الفضائيات جاء البحث عن حلول للقضايا الاجتماعية, وعن الدافع الأساسي للمتابعة أثناء الحصار, متابعة الأحداث ومعرفة الأخبار الداخلية والخارجية واستقاء المعلومات عن مجريات أمور الحصار علي قطاع غزة.

4. دراسة السيد (2015م) [1]:

هدفت الدراسة إلى معرفة المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة السعودية في القنوات الفضائية العربية وكيفية تأثير التعرض لهذه المعالجات المختلفة على إدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي، والتعرف على أجندة قضايا المرأة السعودية في القنوات الفضائية العربية التي تم رصدها.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح وسائل الإعلام ومسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء، طبقت الدراسة التحليلية على دورة تلفزيونية مدتها ثلاثة أشهر من قناة MBC1، أما الميدانية فقد وزعت على عينة قوامها 400 امرأة سعودية، واعتمدت الباحثة على نظريتي الغرس الثقافي والمكون الذهني للنوع الاجتماعي، وخلصت الدراسة إلى:

أ. جاءت الفتاوي الدينية في صدارة القضايا المتعلقة بالمرأة والتي تركز عليها برامج عينة الدراسة التحليلية بنسبة 22.2 % من إجمالي الموضوعات، وفي المرتبة الثانية جاء الاهتمام بالعلاقات الزوجية بنسبة 14.4%.

ب. 42.5% من عينة الدراسة الميدانية ترى أن البرامج التي تتناول موضوعات المرأة بالقنوات الفضائية العربية تساهم في حل مشاكلهن اليومية إلى حد ما.

---

(1) السيد: أسماء، معالجة الفضائيات العربية لقضايا المرأة السعودية وعلاقاتها بإدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي، دراسة تحليلية ميدانية.

ج. عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين رضا عينة الدراسة عن معالجة البرامج الحوارية لقضايا المرأة السعودية بالقنوات الفضائية العربية وبين إدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي بشكل عام.

5. دراسة عبد الله (2014م) [1]:

هدفت الدراسة إلى فهم الأسباب الكامنة وراء زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين النساء الإماراتيات, والكشف عن الأسباب التي أدت إلى هذه الزيادة, خاصة الاعتماد على تويتر في الحصول على المعلومات, واليوتيوب للتسلية.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء التي وزعت عن عينة من الفتيات الإماراتيات من 17–24 سنة، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والاشباعات، وخلصت الدراسة إلى:

أ. ليس كل الأفراد المتصلين بالإنترنت يحصلون على نفس المفعول حتى وإن كان لديهم نفس الطموح والدوافع, كما أن الإنترنت أصبح أداة هامة في كافة أشكال الحياة إلا أنها جلبت معها عددا من المشاكل الاجتماعية والنفسية والمادية.

ب. للإنترنت تأثير سلبي بسبب الاتصال المتزايد عبر شبكات التواصل الاجتماعي ما يؤثر على قدرة الشباب على تطوير مهارات الاتصال الاجتماعية ولاسيما اذا لم يجدوا إلا الوقت القليل.

ج. إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لم يعد ينظر إليها كأداة من أدوات السوق المختلط بل أصبح ينظر إليها كضرورة من ضروريات الاتصال المعاصر.

6. دراسة نصر (2012م) [2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على معدل استخدام المرأة المصرية لشبكة الانترنت بوجه عام ومدى اختلافه عن معدل استخدامها لهذه الشبكة فيما يتعلق بأحداث 25 يناير، والوقوف على عادات وانماط استخدام المرأة المصرية لشبكة الانترنت من حيث أماكن الاستخدام والرقابة أو الضغوط التي تتعرض لها أثناء الاستخدام، والتعرف على دوافع استخدام المرأة المصرية لشبكة الانترنت بوجه عام، ومقارنة ذلك بدوافع استخدامها لهذه الشبكة أثناء أحداث ثورة 25 يناير،

---

(1) عبد الله، استخدامات المرأة الاماراتية الشابة لشبكات التواصل الاجتماعي، مدخل للاستخدامات والاشباعات.

(2) نصر، استخدامات المرأة المصرية لشبكة الانترنت والإشباعات المتحققة لديها، بالتطبيق على أحداث ثورة 25 يناير 2011م.

والمقارنة بين الاشباعات المتحققة لدى المرأة المصرية من استخدامها لشبكة الانترنت بوجه عام والمتحققة من استخدام لهذه الشبكة أثناء أحداث ثورة 25 يناير.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء بالمقابلة التي طبقت على عينة قوامها (400) امرأة مصرية في المرحلة العمرية من 18سنة فأكثر، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والاشباعات "نموذج استخدام الانترنت"، وخلصت الدراسة إلى:

أ. تصدرت الدوافع النفعية مقدمة دوافع استخدام المرأة للإنترنت بوجه عام وجاء في مقدمتها دوافع التعرف على أحدث الأخبار المحلية والعالمية والحصول على المزيد من المعلومات في مختلف المجالات.

ب. تصدرت الاشباعات التوجيهية مقدمة الاشباعات المتحققة لدى المرأة نتيجة استخدامها للإنترنت وجاء في مقدمتها التعرف على مفاهيم وأفكار جديدة، وفهم العالم المحيط وزيادة حصيلة المعلومات في مجالات مختلفة.

ج. وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل استخدام المرأة المصرية لشبكة الانترنت بوجه عام وكل من دوافع الاستخدام والاشباعات المتحققة لديها.

7. دراسة الحمداني (2012م) [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على المحاور الأساسية التي تناولتها مجلة الدراسة، ومدى تحقيق التخصص ضمن أعداد المجلة كونها أول مجلة إسلامية نسائية عراقية متخصصة، والتعريف بمضمون مواضيع المجلة المنشورة.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره تم استخدام أسلوب تحليل المضمون، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة تحليل المضمون وطبقة على عينة من أعداد مجلة بنت الإسلام خلال المدة الزمنية الممتدة من 1 يناير 2008م وحتى 31 ديسمبر 2010م، واعتمدت الباحثة على نظرية الأجندة الإعلامية، وخلصت الدراسة إلى:

أ. تنوع اهتمامات مجلة بنت الإسلام بين الدين والمرأة المسلمة والثقافة الإسلامية إلا أنها غلب عليها الطابع الإسلامي الموجه للمرأة المسلمة.

ب. احتلت الموضوعات الدينية المرتبة الأولى من بين الاهتمامات الأخرى بنسبة 33.4%.

---

(1) الحمداني، الصحافة النسائية الإسلامية في العراق، مجلة بنت الإسلام أنموذجاً.

ج. جاء باب العقائد الإسلامية بالمرتبة الأولى ضمن محور الموضوعات الدينية بنسبة 60.9%، ويليها المطالب الإسلامية بنسبة 24.8%.

8. دراسة مطهر (2010) [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية والإشباعات المتحققة لها فضلاً عن معرفة تأثير مجموعة من المتغيرات التي تؤثر في هذه العلاقة كمتغيرات العمر والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 200 امرأة يمنية في العاصمة صنعاء أعمارهن من 18عامًا فأكثر ويمتلكن أطباقاً لاستقبال القنوات الفضائية ويتعرضن لقنوات الأفلام العربية، واعتمد الباحث على نظرية الاستخدامات والإشباعات, وخلصت الدراسة إلى:

أ. الأوقات التي تفضل فيها المرأة اليمنية مشاهدة قنوات الأفلام العربية هي فترة الراحة بنسبة (62%), تليها فترة انتهائها من عمل المنزل بنسبة (28.5%), ثم بحكم التعود بنسبة (25%).

ب. شغل وقت الفراغ والتخلص من الملل جاء في مقدمة اشباعات المرأة اليمنية المتحققة من متابعتها لقنوات الأفلام العربية بنسبة (50.5%), يليه التسلية والشعور بالسعادة والمتعة بنسبة (33%).

ج. انخفاض نسبة مشاهدة المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية, فيما تصدرت الأفلام الرومانسية قائمة التفضيل.

9. دراسة مهنا (2009م) [2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأطر التي تقدم من خلالها صورة المرأة في الصحف الفلسطينية ودراسة مدى تأثرها ببعض المتغيرات المتعلقة بصحف الدراسة ومنها نوع المطبوعة ونمط الملكية والدورية، والسياسة التحريرية، والقائمون بالاتصال والسياق السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي التي تعمل به.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي الذي اعتمد في إطاره على أسلوب تحليل المضمون ومسح أساليب الممارسة، بالإضافة إلى منهج دراسة

---

(1) مطهر، استخدامات المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية والإشباعات المتحققة.

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

العلاقات المتبادلة الذي تم في إطاره توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات عن طريق ثلاث أدوات هي: استمارتي تحليل المضمون وتحليل الخطاب والمقابلة المتعمقة، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من المحررين والكتاب المهتمين بشؤون المرأة في صحف الدراسة الخمس بلغ قوامها 20 صحفي من غزة والضفة الغربية، أما الدراسة التحليلية فكانت على الصحف الفلسطينية الآتية: "القدس، الأيام، والحياة الجديدة، وصوت النساء، ومجلة السعادة"، خلال الممتدة الزمنية الممتدة من 2006م-2007م، واعتمدت على نظرية ترتيب الأولوية، وخلُصت الدراسة إلى:

أ. تأثير نوع ودورية الصحيفة في الأطر التي تبنتها صحف الدراسة في تقديم صورة المرأة حيث اعتمدت الصحف اليومية الثلاث على الإطار العام في حين وظفت جريدة صوت النساء ومجلة السعادة الإطار المحدد المعتمد على النماذج والشواهد المرتبطة بالأحداث والقضايا المتعلقة بالمرأة.

ب. غلبة السمات الإيجابية لصورة المرأة مثل: مناضلة، مربية أجيال ومشاركة للرجل مقابل السلبية لتلك الصورة مثل العجز والاستسلام.

ج. كشف الدراسة الميدانية عن سيطرة صورة المرأة الضعيفة الضحية المقهورة وإطار الاهتمامات الإنسانية لدى المحررين والكتاب المهتمين بشؤون المرأة في صحف الدراسة.

10. دراسة الدجين (2009م) [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم وأنماط تعرض المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية ودوافع استخدامها لهذه البرامج، والعوامل المؤثرة في ذلك وقياس مستوى الاشباع الذي تحققه هذه البرامج للمرأة السعودية.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء التي طبقت على 300 امرأة سعودية من مدينة الرياض، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والإشباعات, وخلصت الدراسة إلى:

أ. تنوع اهتمام المبحوثات وارتباطهنّ بمحتوى البرامج الاجتماعية أثناء وبعد مشاهدتهنّ لها، في حين جاء التخطيط المسبق للمشاهدة والانتقائية من آخر اهتمامهنّ.

ب. أفراد العينة يهتمون أثناء تعرضهنّ للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية بالدوافع النفعية (المعرفية، والاجتماعية والنفسية) فيما يتأخر اهتمامهنّ بالدوافع غير النفعية.

---

(1) الدجين، استخدامات المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية، دراسة وصفية ميدانية.

ج. جاء في مقدمة أسباب عدم مشاهدة أفراد العينة للبرامج الاجتماعية "عدم وجود الوقت الكافي" بنسبة 15.3%، وتلاها "عدم تناول قضايا تهمني"، وأخيراً سبب "عدم الثقة بضيوف البرامج".

11. دراسة الغزاوي (2008م) [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على كثافة مشاهدة المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة عموماً والتركية بوجه خاص، ومعرفة الأسباب التي تدفع المرأة لمشاهدة المسلسلات المدبلجة، والاشباعات والحاجات النفسية والوجدانية والمعرفية التي تحققها تلك المسلسلات للنساء العربيات.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء بالمقابلة التي طبقت على 300 مفردة من النساء العربيات من ثلاث دول عربية موزعة بالتساوي وهي "مصر والسعودية والكويت"، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والإشباعات, وخلصت الدراسة إلى:

أ. التعرف على عادات الشعوب الأخرى جاء في مقدمة التأثيرات المعرفية للمرأة العربية نتيجة تعرضها للمسلسلات التركية بمتوسط حسابي 73.3% ووزن نسبي 74.4%.

ب. جاءت التأثيرات المتعلقة بملء وقت الفراغ في المرتبة الأولى بالنسبة للتأثيرات الوجدانية بوزن نسبي 70.7%.

ج. وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً فيما يتعلق بتعرض المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة التركية وإشباعات الوسيلة الناتجة عن هذا التعرض.

12. دراسة عوض (2008م) [2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات المرأة الفلسطينية في قطاع غزة لوسائل الإعلام الفلسطينية والإشباعات المتحققة منها.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء التي طبقت على عينة من النساء في قطاع غزة، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والإشباعات, وخلصت الدراسة إلى:

---

(1) الغزاوي، استخدامات المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة والاشباعات المتحققة، دراسة ميدانية.

(2) عوض، استخدامات المرأة الفلسطينية لوسائل الإعلام الفلسطينية والإشباعات المتحققة، دراسة مسحية على قطاع غزة.

أ. لا تشاهد المرأة الفلسطينية القنوات الفضائية الفلسطينية وذلك لعدم وصول إرسال تلك القنوات إليها.

ب. قلة اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بإنتاج وعرض مواد وبرامج متنوعة تحتاج إليها المرأة الفلسطينية، وخاصة في القنوات والإذاعات.

ج. الاهتمام بأسباب استخدام المرأة الفلسطينية لهذه الوسائل وعلاقة هذا الاستخدام بمجموعة من المتغيرات الديموغرافية والفسيولوجية.

13. دراسة البيضا (2008م) [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام المرأة اللبنانية للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة منها.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي اطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء التي وزعت على عينة عمدية يبلغ قوامها 360 مبحوثة لبنانية من الحضر والريف في ثلاثة مناطق من محافظة الشمال المتمثلة في (طرابلس, القلمون, عكار)، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والإشباعات, وخلصت الدراسة إلى:

أ. تشاهد معظم المبحوثات القنوات الفضائية العربية عبر خدمة الاشتراك بالشركة (كابل) بنسبة 51.1% يليه عبر الإرسال الفضائي 48.9%.

ب. من أكثر أسباب تفضيل المبحوثات للقنوات الفضائية الأجنبية هو أن برامجها تناسب ميولهن واهتماماتهن, بالإضافة إلى حداثة الأفلام المعروضة.

ج. إن من أكثر الأماكن التي تشاهد فيها المبحوثات في الحضر والريف القنوات العربية الفضائية هي المنزل ثم عند الأصدقاء والأقارب.

14. دراسة عبد العزيز (2008م) [2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الواقع السلبي لمجلات المرأة ومحاولة الوصول إلى سبل تطويرها.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوب تحليل المضمون ومسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق أداتي: استمارة تحليل المضمون التي طبقت على خمس مجلات هي: " نصف الدنيا– حواء–

---

(1) البيضا، دوافع استخدام المرأة اللبنانية للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة.

(2) عبد العزيز، الواقع السلبي لمجلات المرأة وكيفية تطويرها.

كل الناس– المرأة اليوم الإماراتية– وسيدتي التي تصدر من لندن"، وصحيفة الاستقصاء التي طبقت على عينة عمدية قوامها 200 امرأة يقعن في الفئة العمرية من 20 إلى 45 عامًا من ذوات المؤهل الدراسي العالي وروعي في اختيارهن تنوع الخلفيات الاجتماعية والمستويات الاقتصادية، واعتمدت الباحثة على نظريتي الأجندة الإعلامية والاستخدامات والاشباعات، وخلصت الدراسة إلى:

أ. تداوم 17% من العينة على شراء مجلة واحدة على الأقل من هذه المطبوعات، وتواظب 20% على قراءة مجلة واحدة على الأقل ولكن من خلال الاستعارة من المكتبات العامة أو الصديقات أو النسخ القديمة في محلات تصفيف الشعر.

ب. يعد الهدف الرئيس من مطالعة هذه المجلات هو معرفة أحدث خطوط الموضة بنسبة 42%، ثم معرفة أخبار النجوم (20%), وأحدث قصات الشعر والماكياج (12%), والجديد في عالم الديكور (8%).

ج. أن 96% من قراء المجلات النسائية حسب العينة المستهدفة، يعتمدن على مصادر أخرى للثقافة والمعرفة العامة أهمها التليفزيون والصحف غير المتخصصة.

15. دراسة العبد (2006م) [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات المرأة العربية للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء التي طبقت على عينة عمدية قوامها 400 مبحوثة من الجاليات العربية المقيمة في مصر، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والاشباعات، وخلصت الدراسة إلى:

أ. توزعت مشاهدة المبحوثات (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية على دائماً بنسبة (48.3%)، أحياناً بنسبة (41.8%)، ونادراً بنسبة (10%).

ب. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات (عينة الدراسة) طبقاً لمستوياتهن التعليمية المختلفة في الاشباعات الاجتماعية المتحققة لهن جراء تعرضهن للقنوات الفضائية.

---

(1) العبد، استخدامات المرأة العربية للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة.

16. دراسة البنا (2006م) [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات المرأة المصرية للدراما العربية التي تعرضها القنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء التي طبقت على عينة عمدية قوامها 400 مبحوثة من اللاتي يمتلكن أطباقاً لاستقبال القنوات الفضائية، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والاشباعات، وخلصت الدراسة إلى:

أ. ارتفاع نسبة مشاهدة المرأة المصرية أحياناً للدراما العربية بالقنوات الفضائية بنسبة (51.8%) يليها المشاهدة دائماً بنسبة (30.2%), فيما بلغت نسبة المشاهدة نادراً نسبة (18%).

ب. أهم دوافع متابعة المرأة المصرية للدراما العربية التي تعرضها القنوات الفضائية العربية بالترتيب هي: معرفة ما يحدث بين الناس في المجتمع، معرفة مشكلات وقضايا المرأة.

ج. وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كل من الدوافع الطقوسية والإشباعات شبه التوجيهية وشبه الاجتماعية من جهة، وبين الدوافع النفعية والإشباعات التوجيهية والاجتماعية من جهة أخرى.

17. دراسة العلي (2005م) [2]:

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تعرض المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية وتلبية احتياجاتها في الحصول على المعلومات والمعرفة والترفيه، والدور الذي يمكن أن تؤديه هذه القنوات في تزويد المرأة الإماراتية بما يجري في المجتمع سواء على المستوى المحلي والعالمي لكي تتمكن من إشباع احتياجاتها ودوافعها.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء التي طبقت على عينة عمدية قوامها 200 مفردة من مجتمع النساء الإماراتيات العاملات وربات البيوت، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والاشباعات، وخلصت الدراسة إلى:

---

(1) البنا، استخدامات المرأة المصرية للدراما العربية التي تعرضها القنوات الفضائية والإشباعات المتحققة

(2) العلي، استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية، دراسة ميدانية.

أ. أهم آثار تعرض المرأة الإماراتية تركزت حول اكتساب مهارات بنسبة 51%، ويليها في المرتبة الثانية تعميم القيم السائدة في المجتمع 45.5%، وتساعدها في حل المشكلات التي تواجهها 30%.

ب. أهم الاحتياجات التي تعتمد عليها المرأة من القنوات الفضائية هي القضايا والمشكلات الاجتماعية بنسبة 56% ويليها المشاكل النفسية 54% وتربية الأطفال 51.5%.

ج. أهم الأهداف التي أدت إلى تعرض عينة للقنوات الفضائية هي المشاركة في الأحاديث الاجتماعية بنسبة 53.5%، والحصول على معلومات بنسبة 35.5% والتسلية والترفيه بنسبة 30.5%.

18. دراسة الوصيف (2004م) [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباعات المتحققة.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء التي طبقت على عينة عمدية قوامها 420 مبحوثة من مجتمع النساء الليبيات والتي يتراوح أعمارهن من 16 سنة فأكثر، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والاشباعات، وخلصت الدراسة إلى:

أ. أهم دوافع مشاهدة التلفزيون الليبي لدى المبحوثات عينة الدراسة التسلية بنسبة (89.6%)، الإلمام بالأحداث المحلية بنسبة (79.3%)، والإلمام بأحوال المرأة في العالم بنسبة (72.3%).

ب. أهم الاشباعات المتحققة هي التسلية بنسبة (91.8%)، معرفة الأحداث المحلية بنسبة (80.5%)، وزيادة معرفة المجالات التي تهم المرأة بنسبة (76.2%).

19. دراسة نصار (2002م) [2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام المرأة المصرية للمجلات النسائية والاشباعات المتحققة منها وفقًا لمدخل الاستخدامات والاشباعات مع توضيح العلاقة بين تلك الدوافع والاشباعات والمتغيرات الديموغرافية والعوامل الاجتماعية والنفسية ومعدلات التعرض وكيفية التعرض.

---

(1) الوصيف، دوافع استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباعات المتحققة.

(2) نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والاشباعات المتحققة منها.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء، وطُبقت على عينة عمدية من النساء المصريات البالغات في مدينتي القاهرة والجيزة قوامها 209 مفردة، واعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والاشباعات، وخلصت الدراسة إلى:

أ. لا توجد علاقة إحصائية بين تعرض المرأة الانتقائي للمجلات النسائية والمتغيرات الديموغرافية.

ب. تأكدت صحة الفرض القائل بوجود علاقة إحصائية بين تعرض المرأة المصرية الانتقائي للمجلات النسائية ودوافع استخدامها، وتوجد علاقة إحصائية بين دوافع استخدام المجلات النسائية والاشباعات المتحققة منها.

ج. جاءت الاشباعات النفعية وخاصة المعرفية التي لها صلة بمراقبة البيئة التي تقوم على الرغبة في الاندماج والتفاعل في المركز الأول.

<u>المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالقضايا التي تعالجها الصحافة النسائية:</u>

20. دراسة السراج (2014م) [1]:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتقييم دور الصحافة النسوية في العراق، ومعرفة قدرة هذه الصحف على ترتيب اهتمامات جمهور المرأة عن طريق ما تقدمه من قضايا وموضوعات تهم المرأة العراقية، والكشف عن أسباب دوافع استعمال المرأة العراقية لصحف العينة.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوبي تحليل المضمون ومسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء، وطبقت الدراسة التحليلية على عينة من الصحافة العراقية وهي "ملحق الأسرة والمجتمع في جريدة الصباح، ومجلة نرجس النسوية"، خلال المدة الزمنية الممتدة من 1 يناير 2012م ولغاية 31 ديسمبر 2012م، أما الدراسة التحليلية فقد وزعت صحيفة الاستقصاء على عينة من الإناث في مدينة بغداد، واعتمدت الباحث على نظرية الأجندة الإعلامية والاستخدامات والاشباعات، وخلصت الدراسة إلى:

أ. احتلت قضايا العلاقات الزوجية والأسرية المرتبة الأولى في أجندة القضايا الاجتماعية للمرأة في ملحق الأسرة والمجتمع وقابلتها قضايا العنف ضد المرأة في مجلة نرجس.

---

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

ب. طبيعة القضية والمتغيرات الديمغرافية لها تأثير على طبيعة العلاقة الارتباطية بين أولويات اهتمام الصحف النسوية العراقية وجمهور المبحوثات من مدينة بغداد.

ج. وجود علاقة ارتباطية بين عمر المبحوثات وبين قراءة الصحف وخاصة للفئات العمرية من (36–41) وتقدم الموظفات عن غيرهنّ بقراءة الصحف النسوية إذ بلغت 42.7%.

21. دراسة تربان (2012م) [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على قائمة أولويات اهتمام مجلة الغيداء بقضايا المرأة المختلفة, والعوامل المؤثرة في بناء الأجندة الخاصة بالمرأة, والعلاقة بينها وبين العوامل المؤثرة في بناء أجندة الجمهور.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوبي تحليل المضمون ومسح جمهور وسائل الإعلام، ومنهج دراسة الحالة، وتم جمع البيانات عن طريق أداتي: صحيفة الاستقصاء واستمارة تحليل المضمون التي طبقت على جميع المواد الإعلامية التي نُشرت في مجلة الغيداء، في الفترة الزمنية الواقعة من يناير 2008م وحتى ديسمبر 2010م، أما الدراسة الميدانية فطبقت على 120 مبحوثة من النساء الفلسطينيات الموجودات بمحافظات غزة وممن يقرأن مجلة الغيداء، واعتمد الباحث على نظرية وضع الأجندة الإعلامية، وخلصت الدراسة إلى:

أ. مجلة الغيداء تهتم في المرتبة الأولى بالقضايا الثقافية بنسبة 32.3%، في حين جاء في المرتبة الثانية الاهتمام بقضايا العنف ضد المرأة وبنسبة 30.6%، تلتها القضايا الاجتماعية والأسرية في المرتبة الثالثة بنسبة (12.6%).

ب. هناك تباين في العلاقة بين أجندة المجلة وأجندة جمهور المرأة في قضايا محدودة مثل (الاجتماعية والأسرية والتقليدية), فيما تقاربت أجندة المجلة وأجندة الجمهور في الاهتمام بقضايا العنف ضد المرأة.

ج. تعتمد المجلة على المندوب الصحفي كمصدر للمعلومات بنسبة (51.2%)، وأسلوب عرض الحقائق بالمرتبة الأولى من مسارات البرهنة والإقناع بنسبة (73.9%).

22. دراسة السراج (2009م) [2]:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن حجم التغطية الصحفية لموضوعات المرأة حسب الموقع

---

(1) تربان, الصحف النسائية ودورها في ترتيب أولويات المرأة الفلسطينية نحو قضاياها المختلفة، دراسة حالة لمجلة الغيداء وقرائها.

(2) السراج، التغطية الصحفية لموضوعات المرأة في الصحافة العراقية بعد أحداث 2003م، دراسة تحليلية في عينة من صحف بغداد.

الجغرافي المحلي والعربي والدولي، والتعرف على الموضوعات التي ركزت عليها التغطية الصحفية الخاصة بموضوعات المرأة في صحف العينة، معرفة أهم الفنون الصحفية التي تناولت موضوعات المرأة .

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوب تحليل المضمون، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة تحليل المضمون، وطبقت على عينة من الصحف العراقية وهي "الصباح والزمان والعدالة"، خلال المدة الزمنية الممتدة من 1 يونيو 2006م وحتى 31 أغسطس 2008م، واعتمدت الباحث على نظرية الأجندة الإعلامية، وخلصت الدراسة إلى:

أ. أكثر الموضوعات تناولاً كانت موضوعات العنف ضد المرأة بالمرتبة الأولى ثم المنوعات وثالثاً الحقوق والواجبات فضلاً عن الدين والشريعة.

ب. الموضوعات الخاصة بالمرأة على الصعيد المحلي كانت في مقدمة الموضوعات التي سلطت الضوء عليها وتلتها الموضوعات على الصعيد الدولي ثم على الصعيد العربي.

ج. كان الرجل أكثر كتابة عن المرأة في الصحف العامة ليؤكد بشكل مباشر ضرورة وجود المرأة في الحياة واستمرارها لما تمثله من ركن أساسي من أركان الأسرة وبقائها.

23. دراسة اليماني (2008م) [1]:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتقييم واقع الصحف النسائية في مصر للتعرف على قدرة هذه الصحف على ترتيب أولويات اهتمام جمهور المرأة من خلال تحليل أجندة الموضوعات المطروحة داخل المضمون الصحفي بمجلتي حواء ونصف الدنيا.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوب تحليل المضمون ومسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات عن طريق ثلاثة أدوات: "استمارة تحليل المضمون، المقابلة الشخصية وصحيفة الاستقصاء"، وطبقت العينة الميدانية على عينة من النساء قوامها (300) مفردة، أما التحليلية فطبقت على مجلتي "حواء ونصف الدنيا"، واعتمدت الباحث على نظرية الأجندة الإعلامية، وخلصت الدراسة إلى:

أ. أهم أسباب ودوافع التعرض للمضامين النسائية في الصحف دوافع التسلية وقضاء وقت، ثم اكتساب خبرات جديدة وتقارب معه من أجل حل المشكلات الأسرية، وجاء في الترتيب الرابع من أجل معرفة الأخبار والمعلومات.

---

(1) اليماني، دور الصحف النسائية المصرية في تحديد وترتيب أولويات اهتمام المرأة نحو القضايا المختلفة، دراسة تطبيقية مقارنة بين مجلتي حواء ونصف الدنيا.

ب. من أهم العوامل المؤثرة في بناء أجندة الجمهور النسائي تمثلت في عمر المبحوثة، والمستوى الاقتصادي والتعليمي وكثافة التعرض كعوامل مستقلة كما لا يمكن إغفال متغيرات التعرض للاتصال الشخصي وردة الاهتمام بمضامين معينة.

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

24. دراسة عواد (2008م) [1]:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل واقع المعالجة الصحفية لقضايا المرأة في صحيفتي صوت النساء وينابيع الحياة خلال فترة 2004-2006م، والتعرف على قضايا المرأة المنشورة، وتحديد الجمهور المستهدف من المضامين الاعلامية للصحافة الأهلية، ومعرفة اتجاهات الصحافة الأهلية تجاه قضايا المرأة الفلسطينية.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية, التي استخدمت المنهج المسحي, وفي إطاره استخدمت أسلوب تحليل المضمون، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة تحليل المضمون، وطبقت على عينة من الصحف النسوية وهي صحيفة "صوت النساء، وينابيع الحياة" خلال المدة الزمنية الممتدة من مطلع عام 2004م وحتى نهاية عام 2006م، واعتمد الباحث على نظرية الأجندة الإعلامية، وخلصت الدراسة إلى:

أ. القضايا السياسية حصلت على أعلى نسبة في الموضوعات التي طرحتها جريدة صوت النساء وتلك القضايا مرتبطة بشكل مباشر في مدى مشاركة النساء في الانتخابات والإدلاء بالصوت الانتخابي يليها قضايا النوع الاجتماعي.

ب. حازت قضايا المرأة في مجلة ينابيع على أعلى النسب، ومن ثم قضايا العنف ضد المرأة.

ج. ركزت الصحافة الأهلية الفلسطينية على فئة الدور المزدوج للمرأة داخل البيت وخارجه، بينما اختلفت في بقية الاهتمامات التقليدية حيث نجد صحيفة صوت النساء ركزت على تربية الأبناء بينما استبعدتها تماماً مجلة ينابيع الحياة.

1) موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

أوجه الشبه والاختلاف:

1- اتفقت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في انتمائها للبحوث الوصفية التحليلية.

2- تشابهت هذه الدراسة مع جميع الدراسات السابقة في استخدام المنهج المسحي، واختلفت مع تربان (2012م) في استخدام منهج دراسة الحالة.

---

(1) عواد، قضايا المرأة في الصحافة النسائية الأهلية في فلسطين، دراسة مسحية من 2004م-2006م (ص75).

3- تشابهت هذ الدراسة مع رحمي (2017م)، وموسى وعورتاني (2016م)، ووافي (2015م)، والسيد (2015م)، وعبد الله (2015م)، ونصر (2012م)، ومطهر (2010م)، والدجين (2009م)، وعوض (2008م)، والبيضا (2008م)، وعبد العزيز (2008م)، والغزاوي (2008م)، واليماني (2008م)، والعبد (2006م)، والبنا (2006م)، والعلي (2005م)، والوصيف (2004م)، والغابشي (2002م)، ونصار (2002م)، والسراج (2014م)، وتربان (2012م) في استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، فيما اختلفت مع دراسة السيد (2015م) في استخدام أسلوب مسح وسائل الإعلام، ومع الحمداني (2015م)، ومهنا (2009م)، وعبد العزيز (2008م)، والسراج (2014م)، وتربان (2014م)، والسراج (2009م)، وعواد (2008م) واليماني (2008م) في استخدام أسلوب تحليل المضمون، ومع مهنا (2009م) في الاعتماد على منهج العلاقات المتبادلة وتوظيف أسلوب المقارنة المنهجية، واستخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة.

4- تشابهت هذه الدراسة مع دراسة رحمي (2017م)، ووافي (2015م)، والسيد (2015م)، وعبد الله (2015م)، ونصر (2012م)، مطهر (2010م)، والدجين (2009م)، وعوض (2008م)، والبيضا (2008م)، وعبد العزيز (2008م)، والغزاوي (2008م)، واليماني (2008م)، والعبد (2006م)، والبنا (2006م)، والعلي (2005م)، والوصيف (2004م)، والغابشي (2002م)، ونصار (2002م)، والسراج (2014م)، وتربان (2012م) في استخدام أداة صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات، واختلفت مع مها (2009م)، وموسى وعورتاني (2016م) واليماني (2008م) في استخدام المقابلة المعمقة والملاحظة، ومع مهنا (2009م) في استخدام أداة تحليل الخطاب.

5- اختلفت هذه الدراسة مع الحمداني (2015م)، ومهنا (2009م)، وعبد العزيز (2008م)، والسراج (2014م)، وتربان (2014م)، والسراج (2009م)، وعواد (2008م) واليماني (2008م) في الاعتماد على أداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.

6- توافقت هذه الدراسة مع دراسة رحمي (2017م)، ووافي (2015م)، والسيد (2015م)، وعبد الله (2015م)، ونصر (2012م)، ومطهر (2010م)، والدجين (2009م)، وعوض (2008م)، والبيضا (2008م)، وعبد العزيز (2008م)، والغزاوي (2008م)، واليماني (2008م)، العبد (2006م)، والبنا (2006م)، والعلي (2005م)، والوصيف (2004م)، والغابشي (2002م)، ونصار (2002م)، والسراج (2014م)، وتربان (2012م) في اختيار عينة من النساء كمبحوثات أجريت عليهم الدراسة مع اختلاف جنسياتهم، واختلفت مع

موسى وعورتاني (2016م) في اختيار ثلاث مؤسسات نسوية متخصصة في شؤون المرأة هي: "طاقم شؤون المرأة، وإذاعة راية أف أم، وصحيفة صوت النساء"، ومع مهنا (2009م) في اختيار المحررين والكُتاب المهتمين بشؤون المرأة قوامها 20 صحفي وصحفية.

7- اختلفت هذه الدراسة مع الحمداني (2015م) في اختيار عينة "مجلة بنت الإسلام" للدراسة، ومهنا (2009م) في اختيار عينة من الصحفي الفلسطينية "القدس ، الأيام، الحياة الجديدة، صوت النساء، ومجلة السعادة"، وعبد العزيز (2008م) في اختيار مجلات "نصف الدنيا، وحواء، وكل الناس، والمرأة اليوم الإماراتية، وسيدتي"، والسراج (2014م) في اختيار "ملحق الأسرة والمجتمع، ومجلة نرجس العراقيتين"، وتربان (2014م) في اختيار مجلة "الغيداء"، والسراج (2009م) في اختيار عينة من الصحف العراقية "الصباح والزمان، والعدالة"، وعواد (2008م) باختيار "صوت النساء، وينابيع الحياة الفلسطينيتين"، واليماني (2008م) في اختيار مجلتي "حواء ونصف الدنيا".

8- اتفقت هذه الدراسة مع دراسة رحمي (2017م)، وموسى وعورتاني (2016م)، ووافي (2015م)، وعبد الله (2015م)، ونصر (2012م)، مطهر (2010م)، والدجين (2009م)، وعوض (2008م)، والبيضا (2008م)، وعبد العزيز (2008م)، والغزاوي (2008م)، والعبد (2006م)، والبنا (2006م)، والعلي (2005م)، والوصيف (2004م)، والغابشي (2002م)، ونصار (2002م)، والسراج (2014م) في الاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباعات، واختلفت مع والسيد (2015م) في الاعتماد على نظريتي الغرس الثقافي والمكون الذهني للنوع الاجتماعي، ومع وتربان (2012م)، والحمداني (2015م)، ومهنا (2009م)، وعبد العزيز (2008م)، والسراج (2014م)، والسراج (2009م)، وعواد (2008م) واليماني (2008م) في الاعتماد على نظرية وضع الأجندة الإعلامية.

2) حدود استفادة الباحثة من الدراسات السابقة:

يمكن الوقوف على استفادة الدراسة من الدراسات السابقة على النحو الآتي:

أ. اطلعت الباحثة على جميع الدراسات واستفادت من المناهج المستخدمة فيها، مما أسهم في تعميق فهم الباحثة وبلورتها لمشكلة الدراسة، وسهل عليها صياغة الأهداف والتساؤلات.

ب. صياغة فروض الدراسة بما يتواءم مع تساؤلات وأهداف الدراسة.

ج. التعرف على كيفية توظيف نظرية الاستخدامات والاشباعات في دراستها.

د. مناقشة النتائج وتحليلها، وتعزيز مصداقية بعض نتائجها من خلال مقارنتها بالنتائج الواردة في بعض الدراسات السابقة.

3) ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة، وأهم ما تضيفه:

أ. لم تتناول أي دراسة من الدراسات السابقة موضوع استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين والإشباعات المتحققة، لذا يتضح للباحثة أن موضوع الدراسة جديد ولم يسبق لأي باحث أن تناوله، وهذا ما يمنحها ميزة خاصة.

ب. أهم ما تضيفه الدراسة إلى الدراسات السابقة هو توفير دراسة إعلامية أخرى تعزز ما سبقها من دراسات، وتسهم في إضافة قضية بحثية جديدة.

ثانياً: الاستدلال على المشكلة:

أجرت الباحثة دراسة استكشافية على عينة عشوائية قوامها 30 مبحوثة من قطاع غزة ممن تزيد أعمارهن عن 18عاماً ويُجدنّ القراءة والكتابة، وتختلف مؤهلاتهنّ العلمية وتخصصاتهنّ, فمنهنّ ما دون الثانوية العامة أو حاصلة على شهادة التوجيهي, وأخريات جامعيات من مختلف التخصصات كالتجارة والهندسة والإعلام والتربية والعلوم, وبعضهنّ نساء عاملات, وذلك لمعرفة استخداماتهنّ للصحافة النسائية الفلسطينية المتمثلة في كل من:

تم حصر الصحافة النسائية الصادرة في فلسطين كعينة المصادر وهي على النحو التالي:

أ. **صحيفة نساء من أجل فلسطين:** وهي صحيفة شهرية تصدر كملحق مع صحيفة الرسالة مؤقتاً, أنشأت عام 2009م لتتحدث عن واقع المرأة الفلسطينية في الداخل والخارج وكل ما يتعلق بالمرأة الفلسطينية من فعاليات وأخبار[(1)].

ب. **صحيفة صوت النساء:** وهي صحيفة دورية تصدر شهريًا عن طاقم شؤون المرأة, أنشأت عام 2000م لتحقيق أهدافه في متابعة قضايا المرأة الفلسطينية، وتحدي مجتمع ذكوري، ليثبت أن للمرأة الفلسطينية وجود وتأثير[(2)].

ج. **مجلة السعادة:** وهي مجلة اجتماعية أسرية تصدر شهريًا عن مؤسسة الثريا للاتصال والإعلام, وانطلقت مجلة السعادة عام 2003م، كصحافة أسرية متخصصة تهتم بالأسرة بشكل عام والمرأة بشكل خاص[(3)].

د. **مجلة الغيداء:** وهي مجلة تصدر عن مركز شئون المرأة بدورية فصلية, وهي مجلة تتناول قضايا نسوية في فلسطين, وتساهم في رفع مستوى الوعي لدى النساء من خلال طرح

---

(1) موقع مركز نساء من أجل فلسطين (موقع الكتروني).

(2) موقع طاقم شؤون المرأة (موقع الكتروني).

(3) موقع الثريا للاتصال والإعلام (موقع الكتروني).

قضايا يقل تناولها كالقتل على خلفية الشرف وغيرها, فضلًا عن أنها تساهم في زيادة حساسية المجتمع تجاه قضايا المرأة[1].

هـ. **مجلة ينابيع:** وهي مجلة تصدر عن جمعية المرأة العاملة الفلسطينية للتنمية بدورية شهرية, وتعنى بالقضايا السياسية والتنموية والاجتماعية من وجهة نظر المرأة, وتلعب دورًا في خلق حوار مجتمعي بشأن وضع النساء وأدوارهن الاجتماعية والوطنية[2].

و. **الصفحات المتخصصة للمرأة في الصحف الفلسطينية العامة:** وهي الصفحات والأبواب التي تفردها الصحف اليومية الفلسطينية المتمثلة في "القدس، والحياة الجديدة، والأيام، وفلسطين"، لموضوعات المرأة أو الأسرة الفلسطينية.

أما عينة الجمهور فاختارت الباحثة النساء في قطاع غزة ممن تزيد أعمارهن عن 18 عاماً فأكثر ويجدنّ القراءة والكتابة بغض النظر عن كونهنّ حاصلات على شهادات علمية أو لم يكملنّ تعليمهنّ المدرسي أو الجامعي.

وفي ضوء ما سبق اختارت الباحثة جميع المجلات والصحف النسائية الصادرة في فلسطين إلى جانب الصفحات المتخصصة في الصحف اليومية الفلسطينية كعينة للمصادر، بينما اختارت من عينة الجمهور 30 مبحوثة ممن تنطبق عليها شروط عينة الدراسة.

أهم نتائج الدراسة الاستكشافية:

1. أكثر المجلات والصحف النسائية في فلسطين التي تستخدمها المرأة الفلسطينية هي السعادة بنسبة 64.28%, تليها صحيفة نساء من أجل فلسطين الملحق بصحيفة فلسطين الصادرة في قطاع غزة بنسبة 21.42%, ثم مجلة الغيداء الصادرة عن مركز شئون المرأة بنسبة 10.71%, وأخرى بنسبة 3.57%.
2. تتعرض 90.9% من المبحوثات لإحدى مجلات وصحف الدراسة, في حين أن 9.1% من المبحوثات يعرفن اسم أي من مجلات أو صحف الدراسة, أما من لا يعرفن بأي من مجلات وصحف الدراسة فبلغت نسبتهن 4.54%.
3. اختلاف ميول المبحوثات لنوعية المواضيع المطروحة في مجلات وصحف الدراسة من مبحوثة لأخرى, فإن مواضيع المرأة والأسرة والمجتمع احتلت المركز الأول من بين مواضيع مجلات وصحف الدراسة بنسبة 33.33%, وتوحدت نسبة كل من المواضيع الإنسانية

(1) موقع مجلة الغيداء (موقع الكتروني).

(2) موقع جمعية المرأة العاملة الفلسطينية للتنمية (موقع الكتروني).

ومواضيع المطبخ والجمال بنسبة 22.22%, تلتهما المواضيع السياسية بنسبة 11.11%, وأخيرًا الكاريكاتير بنسبة 5.55%, وأخرى بنسبة 5.55%.

4. تستخدم المبحوثات مجلات وصحف الدراسة عن طريق اشتراك شهري بنسبة 55.2%, أو إن سنحت لهنّ الفرصة في إحدى المؤسسات أو لدى الأقارب أو الأصدقاء بنسبة 22.7%, وهناك من لا يتعمدن الوصول إليها بنسبة 22.1%.
5. انقسمت المبحوثات لثلاثة فرق, حيث يجد الفريق الأول أن المواضيع التي تطرحها مجلات وصحف الدراسة تلبي احتياجاته بنسبة 43.1%, وفريق آخر بين أنها تلبي احتياجاته أحيانًا 37.4%, وفريق آخر قال أنها لا تلبي احتياجاته لأنها سطحية بنسبة 22.1%.
6. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتأثيرها على سلوكياتها وثقافتها الحياتية.
7. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المرأة الفلسطينية بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الإشباع للحاجات.
8. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتلبية الاحتياجات.

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

وبناء على ما سبق، تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية المتمثلة في الصحف والمجلات النسائية الفلسطينية, ودوافعها لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين, والتعرف على الحاجات التي تدفعها لاستخدام هذه الصحافة، والإشباعات المتحققة لهنّ, ومعرفة أسباب عزوف المرأة الفلسطينية عن متابعة الصحف والمجلات النسائية الفلسطينية.

رابعاً: أهمية الدراسة:

أ. تتناول الدراسة أحد أنواع الصحافة المتخصصة في فلسطين ألا وهي "الصحافة النسائية".
ب. تعتبر من الدراسات المبادرة بدراسة استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية ودوافع استخدامها, ومدى إشباع هذه الصحافة لاحتياجاتها.
ج. تتطرق الدراسة للمرأة الفلسطينية التي تعتبر أهم مقومات المجتمع الفلسطيني والتي تعاني من المشاكل المجتمعية التي خلفها الاحتلال الصهيوني.
د. تثري المكتبة العربية بدراسة إعلامية تفيد الباحثين وطلاب العلم والمهتمين والمؤسسات التعليمية للاستدلال بنتائج الدراسة والاستفادة منها.

خامساً: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين والإشباعات المتحققة، وتم بلورة هذا الهدف الرئيس في أهداف فرعية:

أ. توضيح مدى اهتمام المرأة الفلسطينية بالصحافة النسائية في فلسطين.

ب. التعرف على استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين.

ج. الكشف عن دوافع المرأة لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين أو عدم استخدامها.

د. حصر أكثر المواضيع التي تطرحها الصحافة النسائية في فلسطين وتهتم بها المرأة الفلسطينية وتتابعها.

هـ. معرفة الحاجات التي تدفع المرأة الفلسطينية إلى استخدام الصحافة النسائية في فلسطين.

و. التعرف على مدى إشباع الصحافة النسائية في فلسطين لاحتياجات المرأة الفلسطينية منها.

ز. الخروج بتوصيات للصحافة النسائية في فلسطين لتكون لسان حال المرأة الفلسطينية كما تتمنى.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

تجيب هذه الدراسة على سؤال رئيس يتمحور في "ما واقع استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين والإشباعات المتحققة؟"، وانبثق عن هذا التساؤل الأسئلة الفرعية الآتية:

أ. ما مدى اهتمام المرأة الفلسطينية بالصحافة النسائية في فلسطين؟

ب. ما مدى استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين؟

ج. ما دوافع المرأة لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين أو عدم استخدامها؟

د. ما أهم الصحف والمجلات النسائية في فلسطين التي تتابعها المرأة الفلسطينية؟

هـ. ما أكثر المواضيع التي تطرحها الصحافة النسائية في فلسطين وتهتم بها المرأة الفلسطينية وتتابعها؟

و. ما الحاجات التي تدفع المرأة الفلسطينية إلى استخدام الصحافة النسائية في فلسطين؟

ز. ما مدى إشباع الصحافة النسائية في فلسطين لاحتياجات المرأة الفلسطينية منها؟

ح. ما سبل تطوير الصحافة النسائية لتحظى باهتمام المرأة الفلسطينية؟

ط. ما أهم المقترحات والتوصيات للصحافة النسائية في فلسطين لتعبر عن حال المرأة الفلسطينية؟

سابعاً: فرضيات الدراسة:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتأثيرها على سلوكياتها وثقافتها الحياتية.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتلبية الاحتياجات.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الثقة والمصداقية بالصحافة.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة والمصداقية بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الاستفادة منها.
5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المرأة الفلسطينية بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الإشباع للحاجات.
6. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في استجابات المبحوثين للإشباعات المتحققة تعزى إلى كل من (العمر – الحالة الاجتماعية– المؤهل العلمي– المكان– المهنة).

ثامناً: الإطار النظري للدراسة:

يعد استخدام نظرية أو أكثر في الدراسات والأبحاث الإعلامية، عاملاً مهماً لتقوية هذه الأبحاث ورفدها بأبعاد علمية تربط بين الشق النظري والشق التطبيقي، حيث "تحرص الدراسات الإعلامية المعاصرة على الاعتماد على أطر نظرية تسهم في تعميق الفهم والتفسير، وشمولية الرؤية للظاهرة العلمية"[(1)].

واستندت هذه الدراسة في بلورة مشكلتها البحثية ووضع الأهداف والتساؤلات إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات وهي من النظريات الإعلامية المهمة التي شاع استخدامهما في الآونة الأخيرة، في الكثير من الدراسات الإعلامية.

- **نظرية الاستخدامات والإشباعات:**

وتُعد هذه النظرية من النظريات المهمة في مجال الدراسات الإعلامية الحديثة, وهي تحاول فهم عملية الإعلام، واستكشاف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام, وما دوافع تعرضهم لها, وما الوظائف التي تقوم بها عند الناس.

---

(1) عويس، اتجاهات التغطية الإخبارية للشئون الخارجية في الصحف المصرية وعلاقتها بالمتغيرات الخاصة بالصحف، دراسة تطبيقية (ص73).

ويهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات "بالسمات الاجتماعية والفردية وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع والحاجات الفردية, وقد ظهر هذا المدخل في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين, وذلك في أعقاب تراجع إيمان الباحثين بنظرية التأثير القوي والمباشر لوسائل الإعلام الذي عرف بنموذج الرصاصة السحرية أو الحقن تحت الجلد، وسيطر اتجاه يميل إلى تأييد نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات أحد نماذجها"[1].

ويقوم مدخل الاستخدامات على أساس المدخل الوظيفي الذي يتلخص في أن تحديد وسائل الإعلام في المجتمع يتم من خلال استخدامات الناس لهذه الوسائل، وإن تأثير وسائل الإعلام يتوقف على طبيعة الجمهور، والظرف الاتصالي وتأثير الجماعة، وتأثير الدوافع والحاجات والفروق الفردية والعوامل الديموغرافية[2].

- **وتوجد عدة نماذج مفسرة لمدخل الاستخدامات والاشباعات منها[3]:**

1- **نموذج كاتز وزملاؤه:** يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية التي يجد فيها الأفراد أنفسهم بها هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام وإشباع الاحتياجات، إذ إن المواقف الاجتماعية يمكن أن يتسبب في التوتر والصراع الذي يشكل ضغطا على الفرد مما يجعله يسعى إلى استخدام وسائل الإعلام.

2- **نموذج روزنجرين:** يعرض هذا النموذج مجموعة العوامل التي تشكل مدخل الاستخدامات والاشباعات، والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدتها وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى تحقق الاشباعات المطلوبة.

3- **نموذج بالمجرين وروبين:** يطلق على هذا النموذج "توقع الفائدة" إذ يهتم هذا النموذج بالربط بين استخدام الفرد لوسائل الإعلام والاشباعات المتوقعة من هذا الاستخدام، حيث يتم مقارنة الاشباعات المتوقعة بالاشباعات المتحققة فعلياً.

---

(1) المزاهرة، نظريات الاتصال (ص172).

(2) عبد الحميد، دراسة الجمهور في وسائل الإعلام (ص30).

(3) العبد والعبد، نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية (ص ص301-302).

4- **نموذج وينـدال:** يعرض هذا النموذج العلاقة بين الاستخدامات والتأثيرات والربط بينهما، فقرار استخدام وسائل الإعلام يأتي نتيجة عدة مراحل تتمثل في الآتي:

- تفاعل العلاقات الخارجية والذاتية بما فيها الاهتمامات والاحتياجات.
- رسم التوقعات واد ارك مضمون الرسائل الإعلامية.
- قرار استخدام الوسيلة الإعلامية بعد المفاضلة بينها وبين وسائل شغل وقت الفراغ.

- **أهداف وفروض نظرية الاستخدامات والإشباعات**[1]:

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

2- الكشف عن دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

- **وتضع نظرية الاستخدامات والاشباعات عدداً من المحددات للجمهور النشط، وتتلخص أبعاده في**[2]:

أ. أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

ب. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

ج. أن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.

د. إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

هـ. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها.

---

(1) مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص242).

(2) المزاهرة، نظريات الاتصال (ص182).

- **دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال**[1]:

اختلف علماء الاتصال وعلم النفس في تحديد دوافع التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، وكان هذا الاختلاف امتدادا لتحديد مفهوم الدافع الذي يعرفه حامد زهران بأنه: "حالة جسيمة أو نفسية داخلية تؤدي إلى توجيه الكائن الحي ويمكن ملاحظة الدوافع عن طريق السلوك الناتج عنها، ويوجد تعريف آخر للدوافع بأنها القوة البيولوجية أو النفسية التي تحث الفرد للقيام بنشاط معين لإشباع رغبة محددة".

أ. **مراحل الدوافع**[2]: للدافع أهمية كمتغير يؤثر في العلاقة المتبادلة بين الفرد والجماعية، ونشاط الدافع له ثلاث مراحل متميزة تتمثل في :

- **مرحلة الإلحاح:** وهي المرحلة التي يتسارع فيها معدل التوتر ويتزايد ويصبح الدافع واضحا تماما في المجال إدراكي للفرد.
- **مرحلة الإشباع:** وهي المرحلة التي يقتم فيها إشباع الفرد الدافع وتحقيق الحاجة سواء كانت بيولوجية أو اجتماعية.
- **مرحلة الاتزان:** وهي المرحلة الأخيرة من مراحل نشاط الدافع حيث يتم التوافق أو التعادل في عملية التفاعل بين تركيب أجهزة الفرد ووظائف هذه الأجهزة.

ب. **وظائف الدوافع:** وللدوافع ثلاث وظائف رئيسية هي[3]:

1. تحريك السلوك –بعد أن يكون في حالة استقرار نسبي– لإرضاء بعض الحاجات الأساسية.
2. توجيه السلوك في اتجاه معين دون الآخر.
3. المحافظة على استدامة تنشيط السلوك ما دامت الحاجة موجودة.

- **كيفية استفادة الدراسة من نظرية الاستخدامات والاشباعات:**

ترتبط الدراسة الحالية مع نظرية الاستخدامات والاشباعات ارتباطاً مباشراً حيث إنها:

- تسلط الضوء على استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين.
- أنواع دوافع استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين.
- أهم الحاجات التي تدفع المرأة الفلسطينية لاستخدام الصحافة النسائية.
- وأهم الاشباعات المتحققة للمرأة الفلسطينية جراء استخدامها للصحافة النسائية في فلسطين.

---

(1) العبد والعبد، نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية (ص 305).

(2) البهي وعبد الرحمن، علم النفس الاجتماعي (ص ص 41–42).

(3) العبد والعبد، نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية (ص 306).

وقد استفادت الباحثة من هذه النظرية في الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتفسيرها، من خلال أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام الذي أجرته على عينة من المبحوثات الفلسطينيات.

تاسعاً: نوع الدراسة ومناهجها وأدواتها:

1- نوع الدراسة:

تدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف، أو مجموعة من الأحداث، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، إضافة إلى تقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة، ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر[1].

2- منهج الدراسة:

نظراً لطبيعة الدراسة التي تهتم بتوصيف الظاهرة محل البحث والتحليل، ورصد مختلف جوانبها، فإن الدراسة اعتمدت على المناهج الآتية:

- **منهج الدراسات المسحية:** يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية؛ لكونه جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث، ويستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها[2].

وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام لمعرفة استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية الفلسطينية والإشباعات المتحققة.

3- أدوات الدراسة:

نظراً لطبيعة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها التي تسعى للإجابة عنها، تم استخدام:

أ. صحيفة الاستقصاء:

وهي إحدى الأدوات 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

---

(1) حسين، بحوث الإعلام (ص131).

(2) عبد الحميد، بحوث الصحافة (ص81).

المحددة أو المعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم، أو الدوافع والعوامل والمؤثرات، التي تدفعهم لتصرفات سلوكية معينة"[1].

وتضمنت مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً لسبر آراء المبحوثات حول استخداماتهنّ للصحافة النسائية الفلسطينية والإشباعات المتحققة، وتم تقسيمها إلى:

الوحدة الأولى: السمات العامة.

الوحدة الثانية: مدى وأنماط استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية.

الوحدة الثالثة: الدوافع والحاجات لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين.

الوحدة الرابعة: القضايا والمواضيع في الصحافة النسائية في فلسطين.

الوحدة الخامسة: الاشباعات المتحققة من استخدام الصحافة النسائية في فلسطين.

الوحدة السادسة: ايجابيات وسلبيات الصحافة النسائية في فلسطين.

الوحدة السابعة: تقييم الصحافة النسائية في فلسطين ومقترحات لتطويرها.

ب. **المقابلة المقننة:** وهي تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوثين للحصول على المعلومات والآراء[2]، وهي تقوم على أسئلة محددة تحديداً دقيقاً، توجه للمبحوثين بترتيب معين وبنفس الصياغة، وقد تكون الأسئلة مفتوحة أو مقيدة، وهي أكثر ثباتاً من المقابلة غير المقننة، لأنها تتيح نوعاً من الاتفاق بين الباحثين في أسلوب التطبيق[3]، وسيتم توظيف المقابلة كأداة مساعدة لأداة صحيفة الاستقصاء للتعرف على أنماط استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية، ومعرفة الدوافع والحاجات لاستخدام الصحافة النسائية والقضايا والمواضيع في الصحافة النسائية في فلسطين، وكذلك التعرف على الاشباعات المتحققة من استخدام الصحافة النسائية في فلسطين.

عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها:

تم الوقوف على مجتمع الدراسة من خلال الآتي:

(1) مجتمع الدراسة:

ويتكون من المرأة الفلسطينية بقطاع غزة والضفة المحتلة ممن تزيد أعمارهنّ عن 18 عامًا, والتي بلغ عددهنّ حسب إحصائية الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني نهاية 2014م

---

[1] حسين، بحوث الإعلام (ص206).

[2] بدر، منهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي (ص184).

[3] إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي (ص212).

(1.243.658) امرأة[1], وتركزت الدراسة على المرأة في قطاع غزة, نظرًا لصعوبة الوصول إلى الضفة المحتلة والقدس ومدن 48، بسبب الاحتلال والحصار المفروض على القطاع.

(2) **عينة الدراسة:** وتنقسم إلى:

أ) **عينة الجمهور:** هي عينة طبقية عشوائية أي يتم فيها تقسيم المجتمع أو الإطار إلى أقسام أو طبقات متجانسة داخلها، ومختلفة فيما بينها، ويتم سحب وحدات المعاينة بالنسبة لكل طبقة على حدة إما بطريقة عشوائية أو منتظمة، ثم تستخدم هذه التقديرات المتعددة في حساب تقدير متوسط المجتمع بأكمله[2], وتتكون عينة الجمهور من 400 امرأة فلسطينية في قطاع غزة ممن تزيد أعمارهن عن 18 عامًا فأكثر، ويُجدنّ القراءة بغض النظر عن كونهنّ حاصلات على شهادات علمية أو لم يكملن تعليمهنّ المدرسي أو العالي.

وتم تقسيم عينة الدراسة على نساء محافظات القطاع الخمس بشكل طبقي عشوائي حسب عدد النساء من عمر 15 عامًا فأكثر في كل محافظة كما ورد في آخر إحصائية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، أي أن كل من محافظة غزة حصلت على (139) استمارة من عينة الدارسة, وكان من حظ محافظة خانيونس (78) استمارة, في حين حصلت محافظة شمال القطاع على (74) استمارة, أما محافظة الوسطى فكان نصيبها (60) استمارة, وأخيرًا حصلت محافظة رفح على (49) استمارة.

جدول (1.1) يوضح عدد النساء في كل محافظة وتكرارات ونسب العينة المختارة

المحافظة	عدد النساء في قطاع غزة	عدد العينة	النسبة المئوية
غزة	363.171	139	37.6
شمال غزة	156.768	74	16.2
الوسطى	136.910	60	14.2
خانيونس	187.182	78	19.4
رفح	121.619	49	12.6
المجموع	965.650	400	100

يوضح الجدول (1.1) عدد النساء في محافظات قطاع غزة، وعدد العينة المختارة ونسبتها وفق شروط عينة الدراسة.

(1) الجهاز المركزي للإحصار الفلسطيني (موقع الكتروني).

(2) حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (ص298).

ب) عينـة المصـادر: تتكون عينـة المصـادر من؛ "صـحيفة نسـاء من أجل فلسطين، وصـوت النسـاء، مجلـة السـعادة، ومجلـة الغيـداء، ومجلـة ينـابيع، والصـفحات المتخصصـة للمرأة فـي الصحف اليومية الفلسطينية".

3- الوصف الإحصائي للسمات والبيانات الأساسية:

جدول (1.2) يوضح التكرارات والنسب المئوية للسمات والبيانات الأساسية

السمة الشخصية	فئات السمة	العدد	النسبة المئوية%
العمر	من 18 عاماً إلى 30 عاماً	198	49.5
	من 30 إلى 40 عاماً	119	29.7
	من 40 إلى 50 عاماً	62	15.5
	من 50 عاماً فأكثر	21	5.3
	المجموع	400	100.0
المؤهل العلمي	جامعي	198	49.5
	ثانوي	94	23.5
	غير متعلم	62	15.5
	دراسات عليا	46	11.5
	المجموع	400	100.0
الحالة الاجتماعية	متزوجة	265	66.2
	أنسة	84	21.0
	أرملة	34	8.5
	مطلقة	17	4.3
	المجموع	400	100.0
المهنة	ربة بيت	124	31.0
	طالبة	115	28.8
	عاملة	113	28.2
	لا تعمل	48	12.0
	المجموع	400	100.0

العمر: تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 49.5% هن من اللواتي أعمارهنّ من 18عاماً إلى 30 عاماً، وما نسبته 29.7% هن من اللواتي أعمارهنّ من 30 إلى 40 عاماً، وما نسبته 15.5% هن من اللواتي أعمارهنّ من 40 إلى 50 عاماً، وما نسبته 5.3% هن من اللواتي أعمارهن من 50 عاماً فأكثر.

المؤهل العلمي: تبين من الجدول السابق أن, وما نسبته 49.5% هن من حملة الشهادة الجامعية, وما نسبته 23.5% هن من حملة الثانوية العامة, وما نسبته 15.5% هن من غير المتعلمات, وما نسبته 11.5% هن من حملة الدراسات العليا

الحالة الاجتماعية: تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 66.2% هن من المتزوجات, وما نسبته 21.0% هن من غير المتزوجات, وما نسبته 8.5% هن من الأرامل, وما نسبته 4.3% هن من المطلقات

المهنة: تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 31.0% هن من ربات البيوت, وما نسبته 28.8% هن من الطالبات, وما نسبته 28.2% هن من العاملات, وما نسبته 12.0% هن من اللواتي لا يعملن

حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات:

1) إجراءات الصدق:

أ. صدق الاستبيانValidity:

يقصد بصدق الاستبانة "شمول الاستقصاء لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها"[1].

- قامت الباحثة بإجراء اختبار قبلي على صحيفة الاستقصاء الخاصة بالدراسة الميدانية، شملت 10 مبحوثات من النساء الفلسطينيات من غزة ممن تزيد أعمارهن عن 18 عامًا فأكثر, ويُجدنّ القراءة بغض النظر عن كونهنّ حاصلات على شهادات علمية أو لم يكملن تعليمهنّ المدرسي أو العالي، للتأكد من وضوح الأسئلة وفهمها وقدرة المبحوثين على التعامل معها، بهدف تفادي الغموض والأخطاء؛ حيث تم إضافة سؤال جديد و تعديل أحد الأسئلة بناء على ذلك.
- تم صياغة أسئلة صحيفة الاستقصاء بطريقة تمكن الباحثة من التأكد من صدق إجابات المبحوثين، ومن ثم استبعاد الاستمارات التي احتوت ازدواجية في الإجابات.
- تم تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة بشكل واضح ودقيق.

---

[1] عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأساليبه وأدواته (ص106).

- **صدق المحكمين (الصدق الظاهري)**

يقصد بصدق المحكمين "هو أن تختار الباحثة عدداً من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة"[1]، حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (7) متخصصين من أعضاء هيئة التدريس في أقسام الصحافة والإعلام بجامعات قطاع غزة وأسماء المحكمين•، وقد استجابت الباحثة لآراء المحكمين وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية.

أ. صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد تم حساب الاتساق الداخلي للاستبيان وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه.

ب. نتائج الاتساق الداخلي:

يوضح جدول (1.3) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبيان والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول (1.3) يوضح معامل الارتباط بين كل فقرة من الفقرات والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه

#	الفقرة	معامل بيرسون الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig)
	الاشباعات المتحققة من استخدام الصحافة النسائية في فلسطين		
.1	التعرف على قضايا المرأة وحقوقها في القانون والانتهاكات الممارسة ضدها	0.784	*0.000
.2	اكتساب الخبرة بكيفية التعامل مع الزوج والأبناء	0.883	*0.000
.3	الشعور بالثقة بدور المرأة في المجتمع	0.759	*0.000
.4	التعرف على المعلومات والخبرات	0.741	*0.000
.5	تلبية الفضول والتعرف على الحداثة والتطورات التكنولوجية والعلمية وغيرها	0.793	*0.000
.6	الاسترخاء والهروب من الواقع وضغوط العمل والحياة الروتينية والعاطفية	0.878	*0.000
.7	التسلية والترفيه وقضاء الوقت	0.796	*0.000
.8	أخرى	0.743	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

---

[1] الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان (ص105).

• انظر الملحق رقم (2)

2) **إجراءات الثبات Reliability:**

أما ثبات أداة الدراسة فيعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريبا لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات، وقد أجرى الباحثة خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية نفسها بطريقتين هما: معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) كطريقة أولى لقياس الثبات وطريقة التجزئة النصفية (Split-Half Coefficient) حيث تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون بين معدل الأسئلة الفردية الرتبة ومعدل الأسئلة الزوجية الرتبة لكل محور وقد تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان براون للتصحيح (Spearman-Brown Coefficient) حسب المعادلة التالية: معامل الثبات = $\frac{2ر}{1+ر}$ حيث ر معامل الارتباط والجدول (1.4) يبين النتائج :

جدول (1.4): معامل الثبات ألفا كرونباخ ومعامل طريقة التجزئة النصفية للاستبانة.

	معامل ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية	
		معامل الارتباط	معامل الارتباط المصحح
الاشباعات المتحققة من استخدام الصحافة النسائية	**0.833**	**0.793**	**0.884**

- الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الثبات الكلي يساوي (0.833), وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات تطمئن الباحثة إلى تطبيقها على عينة الدراسة, كما أن قيم معاملات الارتباط المعدل(سبيرمان براون) (Spearman Brown) مرتفعة ودالة إحصائيًا, وبذلك تكون الاستبانة في صورتها النهائية كما هي في الملحق (1) قابلة للتوزيع، وبذلك يكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات استبانة الدراسة، مما يجعلها على ثقة تامة بصحة الاستبانة، وصلاحيتها لتحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة، واختبار فرضياتها

3) **المعالجات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:**

تم تفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي "Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)" .

- **تم استخدام الأدوات الإحصائية الآتية:**

– النسب المئوية، والتكرارات، والوزن النسبي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما، ويتم الاستفادة منها في وصف عينة الدراسة المبحوثة .

- طريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وطريقة (Split-Half Coefficient) للتحقق من الثبات ومعامل التصحيح (CoefficientSpearman Brown) .
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)؛ لقياس درجة الارتباط، ويقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين، وقد تم استخدامه لحساب الاتساق الداخلي، والصدق البنائي للمقياس ، والعلاقة بين المتغيرات.
- اختبار T في حالة عينتين (Independent Samples T-Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Analysis of Variance - ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات، أو أكثر من البيانات.
- اختبار LSD للمقارنات المتعددة البعدية
- اختبار العلاقة بين المتغيرات(Chi Square test) لمعرفة العلاقة بين المتغيرات الترتيبية.

ثاني عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:

1- **الاستخدامات:** وتعني استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين في ظل ظروف ومؤثرات فردية أو بيئية أو مجتمعية.

2- **الدوافع:** أي ما يدفع ويحفز المرأة الفلسطينية على استخدام الصحافة النسائية في فلسطين, إن كانت دوافع منفعية تدفع المرأة إلى اختيار المضمون الذي تريد التعرض له بهدف معين, أو دوافع لتعرض المرأة للصحافة النسائية في فلسطين بدون هدف مسبق.

3- **الحاجات:** حاجات المرأة الفلسطينية لاستخدام للصحافة النسائية في فلسطين تنبع من دوافعها للاستخدام, إن كانت حاجات هذه المرأة معرفية, أو عاطفية, أو شخصية, أو اجتماعية, أو هروبية.

4- **الاشباعات:** وهي النتائج التي تتبع عملية استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين بعد شعورها بدافع نابع من احتياجها لهذا الاستخدام بغية وصولها إلى نتائج خاصة.

5- **الصحافة المتخصصة:** "هي الصحافة التي تعنى بجانب واحد من اهتمامات القراء في التطلع نحو المعرفة والاستزادة منها، وهي ليست صحافة للعامة أو المجتمع كله وإنما قاصرة على قطاع معين من القراء ومن الصعب حصر أنواع التخصصات، إذ أنه يتوزع على كافة أنواع المعرفة وكل فرع من هذه الفروع يتفرع منه فروع أصغر ومن ثم تتولد

جزئيات أدق"[1]، وهي صحافة تصدر مستقلة عن الصحيفة اليومية إلى جانب الصفحات والأبواب المتخصصة بالمرأة في الصحف اليومية.

6- **الصحافة النسائية:** تعني "النشاط الصحفي الذي يقوم على أساس إصدار الجرائد والمجلات التي توجه إلى جمهور يتسم بالتجانس هو قطاع النساء وتحمل مضموناً نسائياً متجانساً متخصصاً بقضايا المرأة[2]".

7- **المرأة:** هي الأنثى الراشدة التي تجاوز عمرها 18 عامًا حسب القوانين الدولية لحقوق الإنسان, وتجيد القراءة بغض النظر عن شهاداتها العلمية.

ثالث عشر: تقسيم الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول، تناول **الفصل الأول** الجوانب المنهجية للدراسة، بينما تناول **الفصل الثاني** "الصحافة النسائية وقضايا المرأة الفلسطينية" واشتمل على ثلاثة مباحث؛ الأول: الصحافة المتخصصة.. المفهوم والأهداف والأنواع، والثاني: الصحافة النسائية.. النشأة والتطور، أما الثالث فقد تحدث عن قضايا المرأة في الصحافة النسائية الفلسطينية.

أما **الفصل الثالث** ويحتوى على مبحثين، الأول: تحليل نتائج الدراسة والفرضيات، أما المبحث الثاني: فقد ضم أهم النتائج والتوصيات، وملاحق الدراسة ومراجعها.

([1]) عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة (ص12).

([2]) السراج، دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة: دراسة تحليلية وميدانية (ص89).

الفصل الثانـي

الصحافة النسائية

الفصل الثاني

الصحافة النسائية وقضايا المرأة

وتناول هذا الفصل التعرف على مفاهيم الصحافة المتخصصة وأهدافها وأنواعها، إلى جانب التطرق إلى تعريفات الصحافة النسائية ونشأتها وتطورها، وكذلك الحديث عن قضايا المرأة الفلسطينية في الصحافة النسائية في فلسطين.

ويشتمل على الفصل على ثلاث مباحث:

المبحث الأول: الصحافة المتخصصة.. المفهوم والأهداف والأنواع

المبحث الثاني: الصحافة النسائية.. النشأة والتطور.

المبحث الثالث: قضايا المرأة في الصحافة النسائية الفلسطينية

المبحث الأول:

الصحافة المتخصصة .. المفهوم والأهداف والأنواع

تمهيد:

تعد الصحافة المتخصصة أحد مصادر المعرفة، فالصحيفة اليوم عليها أن تلبي احتياجات القارئ في المعرفة العامة والخاصة، ومن هذا المنطلق ظهر دور الصحافة المتخصصة في المجتمع.

وتعد الصحافة المتخصصة وسيلة لمواجهة المنافسة القوية القائمة مع وسائل الإعلام الحديثة وخاصة التلفزيون والانترنت وتشكل في الوقت ذاته جوهر الثقافة العامة التي يحصل عليها القارئ من الصحف[1].

والصحافة المتخصصة من سمات الأعمال الصحفية منذ نشأتها الأولى حيث بدأت بعد ظهور الطباعة في القرن الخامس عشر متخصصة في أخبار النبلاء والسياسيين أو أنباء الأسواق وحركة المال والبورصة، ومع التقدم الصناعي والتكنولوجي دخلت الصحافة طور المرحلة الشعبية فأصبحت تهتم بكل ما يهم الناس.

لذا فالصحافة المتخصصة ليست وليدة العصر الحديث كما يعتقد البعض ولكن التقدم العلمي والتطور النوعي في السكان وتعدد الثقافات والاهتمامات وانتشار التعليم أدى إلى نمو دور الصحافة المتخصصة ووظيفتها حتى أصبحت على درجة متقدمة في كافة الميادين[2].

أولاً: مفهوم الصحافة المتخصصة:

لقد تعددت مفاهيم الصحافة المتخصصة وفق رؤية ودراسة عدد من الباحثين والمختصين والتي يمكن إجمالها في:

تعرف على أنها الصحيفة او المجلة التي تصدر دورياً وتحصر اهتمامها على موضوع واحد من فروع التخصصات التي تستجيب لقطاع معين من القراء والمهتمين ويكون نشاط هذا المطبوع في جمع التحليلات والأخبار وكتابة المقالات والتحقيقات التي تتخصص بهذا الموضوع

([1]) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص 13).

([2]) عبد المجيد وعلم الدين، فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة الالكترونية (ص55).

المحدد من جوانب مختلفة، وقد تحتوي المطبوعة على نسبة قليلة جداً من الأخبار أو المقالات في موضوع آخر ولكنه في الغالب على تماس مع الشريحة المهتمة بهذا الفرع"[1].

وفي تقرير دولي هام لمنظمة اليونسكو والذي يعترف بازدهار الصحافة المتخصصة في الوقت الذي تزايد به مصاعب الصحافة العامة حيث أكد على أهميتها بأنها: "أكثر من مجرد نقل المعلومات إذ تهيئ منبراً للمناقشة ولنشر الأفكار والمبتكرات وتبادل الخبرات والتجارب، وقد تسعى مثل هذه الدوريات إلى التأثير على متخذي القرارات أو لتعزز الإبداعية في كثير من المجالات مثل "السياسة والآداب والفنون والأعمال والتجارة وعلوم الطبيعة والتكنولوجيا، ويخدم قطاع كبير من هذه الدوريات الاهتمامات الثقافية والترويحية عن طريق إشباع الحاجات الفنية والأدبية لجماعات متنوعة من القراء"[2].

وهي: "الصحيفة أو المجلة أو الدورية التي تبذل أكبر قدر من اهتمامها لفرع واحد من الفروع والتخصصات التي تهم بها نوع محدد من القراء بحيث يدور كل نشاطها حول جمع الأخبار والتحليلات وكتابة المقالات والتحقيقات التي تدور حول هذا الفرع وقد توجه الصحيفة المتخصصة نسبة محدودة من اهتمامها الى موضوع غير الموضوع الذي تخصصت فيه، كأن تكون مجلة تُعنى بالأدب وتكتب موضوعاً واحداً من بين عشرات المواضيع عن السياسة وهذا الاستثناء لا ينفي عن الصحيفة اعتبارها متخصصة[3].

ويعرفها صلاح عبد اللطيف: "هي الصحافة التي تعنى بجانب واحد من اهتمامات القراء في التطلع نحو المعرفة والاستزادة منها، وهي ليست صحافة للعامة أو المجتمع كله وإنما قاصرة على قطاع معين من القراء ومن الصعب حصر أنواع التخصصات، إذ أنه يتوزع على كافة أنواع المعرفة وكل فرع من هذه الفروع يتفرع منه فروع أصغر ومن ثم تتولد جزئيات أدق"[4].

ويبين مفهوم الصحافة المتخصصة أنها تقوم على ركنين أساسيين هما:

- المادة الصحفية المتخصصة.
- الجمهور المتخصص من القراء.

([1]) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص ص34-35).

([2]) أبو زيد، الصحافة المتخصصة (ص4).

([3]) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص37).

([4]) عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة (ص12).

ثانياً: نشأة الصحافة المتخصصة:

ظهرت الصحافة المتخصصة لأول مرة في فرنسا عام 1665م عندما صدرت مجلة "العلماء" وكان ذلك في عصر النهضة، وتزامن هذا الظهور مع عصر الصحافة عموماً، ولكن الظهور الحقيقي كان في بدايات القرن التاسع عشر فقد أصدرت "الليفيغارو" ملاحق توزع مجاناً وتخصصت في الأزياء وتصميمها ورسوماتها، وقد اتبعت الصحف الفرنسية الأخرى النهج إلى أن صدرت مجلة أسبوعية متخصصة في الشؤون النسائية والأزياء، باسم (France Marie) واحتلت المكانة الأولى في الصحافة النسائية وقد كانت تطبع 300 ألف نسخة بطباعة فاخرة جداً من حيث الورق والألوان.

وفي بريطانيا كانت صحيفة "التايمز" هي الرائدة في نشر وتحليل الأعمال وسوق المال وحركة السفن والإعلانات التجارية وكان ذلك منذ نشأتها عام 1785م، وكانت رائدة في نشر تقارير الشؤون العسكرية حيث استخدمت عام 1808م أول مراسل حربي لجبهات القتال[1].

وعرفت مصر والوطن العربي الصحافة في أول الأمر كصحافة متخصصة، ففي مصر كانت أول جريدة ظهرت 1828م باسم (جورنال الخديوي)، وكانت تقوم على خدمة الحاكم وحده حتى أن اسمها ارتبط به، وعندما انتشرت الصحافة وتطورت بعد ذلك في مصر في عهد الاحتلال البريطاني نمت معها الصحافة المتخصصة بمفهومها الحديث، فظهرت جريدة "مرآة الأحوال" كجريدة متخصصة تصدر باللغة العربية في "الاستانة" عاصمة الدولة العثمانية، وتخصصت في نشر فرمانات الوالي وتعيين حكام الولايات وذلك في عام 1854م[2].

ويؤرخ الباحثون للصحافة الأردنية المتخصصة بأن أول صحيفة صدرت مع انطلاق الثورة العربية الكبرى، فقد أصدر الأمير عبد الله بن الحسين أول نشرة باسم "الحق يعلو" عام 1920م، وفي قطر بادرت وزارة التربية والتعليم القطرية إلى إصدار صحيفة عن مدراس الوزارة إضافة إلى مجلات وصحف مدرسية وكان ذلك مع بداية استقلال الدولة عام 1960م، في الإمارات كانت صحيفة (صوت العصافير) والتي صدرت عام 1973م وكانت شبابية كتبت بخط اليد وتم تداولها بين الأصدقاء والمعارف[3].

([1]) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص53).

([2]) هارون، ملخص مادة الصحافة المتخصصة (ص12).

([3]) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص ص59-61).

ثالثاً: عوامل انتشار الصحافة المتخصصة:

أسهم التطور العام في الحياة الإنسانية مساهمة كبيرة في تطور الصحف فجاء ظهور الصحافة المتخصصة كتطور لصناعة الصحافة والإعلام وتنمية التوجه نحو قطاع محدد لتلبية رغباته، وتتحدد العوامل التي ساعدت على انتشار الصحافة المتخصصة في[1]:

أ. **انتشار التعليم:** أدى الانتشار الواسع للتعليم في المجتمعات الإنسانية والحض عليها من قبل الحكومات لما يمكن أن يحققه من ازدهار للمجتمعات إلى انتشار الوعي وارتقاء التفكير الإنساني وزيادة التخصص في العلوم وأساليب المعرفة.

ب. **أثر الصراع الفكري:** ظهور التيارات الفكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة في العالم بعد الحرب العالمية الأولى وما تبعها من تباين في أشكال أنظمة الحكم الدولية، أدى إلى انعكاس تلك المفاهيم على الصحافة نفسها في مناصرة هذا التيار والدعوة له، أو مناهضة ذاك التيار أو مهاجمته وبهذا أصبحت الصحافة مختلفة ومتميزة عن بعضها.

ت. **التقدم الآلي التقني:** يعتبر القرن العشرين مؤثراً بشكل كبير على الصحافة ويعود السبب إلى التقدم التقني والآلي الذي جاء كنتيجة للتطور الصناعي المستند إلى الشركات الكبرى كما نمت المدن نمواً هائلاً قاد إلى تحسين وسائل الاتصالات والمواصلات بتقليص المسافات بصورة مذهلة، كما أدت الاكتشافات والاختراعات التقنية العديدة إلى إحداث تأثيرها على مادة الجريدة وشكل إخراجها وبالتالي تخصصها وانتشارها.

ث. **النمو السكاني:** انعكس النمو السكاني المتزايد وما خلفه من مصادر وأخبار متنوعة على العمل الصحفي القدرة على تزويد الصحيفة بأنباء جديدة بما خلفه التزايد السكاني والحوادث المرتبطة به، فالحوادث والمرور والاقتصاد والتطور العلمي يسير بزخم وتشكل مواضيع تحقيقات صحفية تهم قطاعات واسعة في داخلها فئات مختصة بمواد متخصصة.

ج. **حرية الصحافة:** واجهت الصحافة تحديات كبيرة انعكست على طبيعة نقل الأخبار وإمكانية تهيئة الظروف لها وحتى طبيعة النظرة المجتمعية لها وقد تم تخطي كل العقبات التي واجهتها، مما دفع للمطالبة بحرية الصحافة حتى في المجتمعات التي لا تتصف بالحرية فهي تعد منبراً للكلمة الحرة، وقد ساعدت هذه العوامل على ظهور الصحافة المتخصصة لأنها ظاهرة اجتماعية لا تعتمد على شيء واحد وإنما تقوم على عدة عوامل مجتمعة.

([1]) شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية (ص ص113-116).

ح. **النمو الاقتصادي الكبير وتحسن المستوى المعيشي للسكان:** لعب النمو الاقتصادي الضخم في أوائل القرن العشرين في أمريكا دوراً هاماً في إنعاش صناعة المجلات والدوريات وشهدت هذه الحقبة خطوات رئيسية في توسيع الشركات المتحدة والقدرة على إنتاج السلع على نطاق واسع للمستهلك.

خ. **ظهور الصحافة الشعبية "صحافة البنس"**: في الثلاثينيات من القرن التاسع عشر دخل أسلوب وشكل جديد على الصحافة والصحف ألا وهي صحف صغيرة ذات أسلوب خفيف تركز على قضايا الجريمة والجنس والشائعات المتداولة بدلاً من التركيز على القضايا السياسية الجادة وكانت تُباع بنس واحد.

د. **دخول المرأة إلى عالم الصحافة:** دخلت المرأة إلى عالم الصحافة عام 1831م عندما أصدرت آن رويال وهي في الحادية والستين مطبوعات "بول براي، والصيادة"، وفي عام 1850م بدا العمل الصحفي يقبل المرأة في صفوفه ومن أبرز صحفيات القرن التاسع عشر في أمريكا "آن رويال ونيلي بالاي"، فقد بدأت المرأة في البحث عن مجالات تكون أكثر ملائمة لها مثل الاهتمام بقضايا المرأة والتعبير عن مشاكلها واحتياجاتها.

ذ. **التطور المتسارع في وكالات الأنباء والمراسلين الصحفيين:** ساعدت وكالات الأنباء على ظهور الصحافة المتخصصة بما تقدمه من تدفق إخباري في كافة المجالات بحيث أصبح أمام الصحيفة التي تشترك في الحصول على أخبار وكالات الأنباء حرية اختيار الأخبار التي تستخدمها وفقاً لتخصصها أو اتجاهها السياسي ويشار إلى أن وكالة رويترز عندما أنشئت عان 1862م بدأت بتوزيع الأخبار الخاصة بالمال والتجارة.

ر. **ظهور التلفزيون وتنوع برامج الإذاعة:** يرى بعض الباحثين الإعلاميين أن ظهور التلفزيون عام 1941م وتطور الوظيفة الإعلامية لمحطات الإذاعة أدى إلى نمو المجلات المتخصصة، فقد استطاع المعلنون الوصول إلى الجمهور الكبير من خلال التلفزيون والإذاعة بطريقة أقل تكلفة وأكثر فعالية.

ز. **بروز الاهتمامات والأنشطة الفردية الصحفية:** تعتبر المحاولات التي قام بها أفراد أو مؤسسات خاصة لإنشاء صحف من العوامل التي ساعدت على انتشار الصحافة المتخصصة وخاصة في الدول الليبرالية، وعادة ما يقوم الأفراد أو المؤسسات بإنشاء هذه الصحف او المجلات لأسباب تجارية أو مهنية بقدر ما تسمح به قوانين الصحافة في الدول التي تصدر عنها.

س. **انحسار الاهتمام بالصحف العامة وتضخم الأبواب أو الملاحق داخل الصحف:** اهتمت دور النشر منذ أوائل القرن العشرين بإصدار سلاسل صحفية ولما كانت هذه السلاسل تهدف إلى الربح فإن اقتصارها على الصحف اليومية أدى إلى خسارتها مما جعلها تتجه لإصدار دوريات ومجلات متخصصة [1].

رابعاً: أهمية الصحافة المتخصصة:

تعود أهمية الصحافة المتخصصة تبعاً لأهمية التخصص في حياتنا، وإقبال القراء على المعرفة المتخصصة بازدياد، الأمر الذي دفع العديد من المؤسسات الصحفية والإعلامية إلى إصدار الصحف أو الصفحات المتخصصة، وفرضت الصحافة المتخصصة أهميتها نظراً لوجود جسور بين الإعلام ومختلف العلوم، ويؤكد التقرير الدولي لمنظمة اليونسكو أهمية الصحافة المتخصصة لأنها: "أكثر من مجرد نقل المعلومات إذ تهيئ منبراً للمناقشة ولنشر الأفكار والمبتكرات ولتبادل الخبرات والتجارب، وقد تسعى مثل هذه الدوريات إلى التأثير على متخذي القرارات أو لتعزيز الإبداعية في كثير من المجالات مثل السياسة والآداب والفنون والأعمال والتجارة وعلوم الطبيعة والحياة التكنولوجيا ووسائل الاتصال، ويخدم قطاع كبير من هذه الدوريات الاهتمامات الثقافية والترويجية عن طريق إشباع الحاجات الفنية والأدبية لجماعات متنوعة من القراء"[2].

خامساً: أنواع الصحافة المتخصصة:

مع ازدياد الحاجة إلى معلومات أكثر دقة في مجالات الحياة المختلفة وبروز الحاجة إلى مطبوعات متخصصة لتلبية حاجات الناس وتحقيق رغباتهم، ظهرت الصحافة المتخصصة وتعددت ألوانها وأنواعها تبعاً لحاجات القراء وميولهم الشخصية وهناك نوعان من هذه الصحافة[3]:

1- الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء فالصحيفة النسائية أو الطبية أو الاقتصادية تقدم مادة صحيفة متخصصة لقراء متخصصين.

2- الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام من القراء، كالصحيفة الرياضية أو الفنية، وتقدم مادة صحفية متخصصة لجمهور عام غير متخصص، ويدخل في هذا النوع

([1]) عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة (ص ص31-37).

([2]) المرجع السابق (ص66).

([3]) حافظ، دراسات في الصحافة المتخصصة، دراسة تحليلية ميدانية بالتطبيق على جريدة الحوادث (ص155).

من الصحافة غالبية الصفحات المتخصصة في الصحف العامة مثل الجرائد اليومية والمجلات الأسبوعية.

سادساً: مستويات الصحافة المتخصصة[1]:

أ. هذا النوع من الصفحات المتخصصة ينتشر في الجرائد اليومية والمجلات الأسبوعية العامة فهذه الصفحات موجهة للقارئ العادي، الذي غالباً ما يحصل على ثقافته من خلال ما تنشره الصحف اليومية والأسبوعية من معلومات حول مجالات النشاط الإنساني المتعددة كالسياسة والاقتصاد والاجتماع والأدب والعلم والفكر والدين، وقد صارت هذه المعلومات التي تنشرها الصفحات المتخصصة تشكل جوهر الثقافة العامة التي يحصل عليها القارئ للصحف.

ب. صحف متخصصة أسبوعية أو شهرية، فهي تقدم مادتها للقارئ متوسط الثقافة الذي لا يكتفي بما تنشره الصحف العامة اليومية أو الأسبوعية.

ج. الصحف العلمية المتخصصة قد تكون شهرية أو فصلية أو نصف سنوية، وهي صحف تتابع نشر أحدث البحوث والدراسات الجديدة التي وصل إليها التطور في كل تخصص وهذه الصحف موجهة إلى القارئ ذي الثقافة العالية، وتكاد تكون بديلاً عن الكتاب ود أخذت هذه الصحف في الانتشار بحيث صارت تغطي معظم النشاطات الإنسانية المعاصرة فتجد مثلاً صحفاً تتخصص في الطب أو الهندسة أو القانون أو الشؤون الاقتصادية، أو الزراعة أو الفن أو الفكر أو الأدب أو الإعلام.

ويزداد بمرور الوقت نمو هذه الصحف بحيث دخلت مرحلة "تخصص التخصص" فلم يعد يكفي مثلاً وجود صحيفة متخصصة في الإعلام، وإنما صارت هناك صحف متخصصة في الصحافة وأخرى في الراديو وثالثة في التلفزيون ورابعة في السينما وخامسة في المسرح، وسادسة في الكتاب وسابعة في الإعلان وثامنة في العلاقات العامة.

سابعاً: سمات الصحافة المتخصصة:

وتتميز الصحافة المتخصصة بعدة سمات تمثلت في[2]:

1- صحافة جادة تعرض الموضوعات بعمق، وتكون هادفة بطبيعتها وتهتم بالكيف أكثر من اهتمامها بالكم.

([1]) سليمان، الصحافة المتخصصة، إشكاليات الواقع وآفاق المستقبل (ص59).

([2]) الحسن، الصحافة المتخصصة (ص53).

2- تعتمد بشكل أساسي على أساليب الكتابة العلمية من استخدام البحث والتحليل المتعمق والتفسير والوصول إلى نتائج مسببة منطقياً وعقلياً بناء على سند علمي صحيح.

ونتيجة للتطورات التي شهدها العالم من جراء انتشار التعليم والصحافة وظهور النشر للكتب والبحوث اتسعت المجالات التي يطلبها القراء من المجالات السياسية والثقافية والعلمية وقد توجب على الصحافة مواكبة هذه الحاجة للاستجابة للرغبات إضافة إلى الاهتمامات التي تحرص الصحافة على التعبير عنها وبهذا برزت الحاجة إلى ظهور الصحافة المتخصصة لتلبية الرغبات والاحتياجات للقراء على اختلاف شرائحهم.

ثامناً: وظائف الصحافة المتخصصة:

تتعدد وظائف الصحافة المتخصصة وتنطبق عليها وظائف الصحافة بشكل عام، فكما هو حال الصحافة العامة التي تهتم بالإعلام والتثقيف والتسلية فالصحافة المتخصصة تقوم بنشر المعلومات والتحليلات حسب تخصصها سواء أكانت صحافة نسائية أو رياضية أو أدبية، ومن أبرز وظائف الصحافة المتخصصة[1]:

1. تقديم الأخبار والمعلومات النادرة والدقيقة حول مواضيع محددة تهم فئة معينة من القراء سواء كانوا متخصصين أو لهم اهتمامات حول هذه الموضوعات بما يحقق لهم الفائدة ويدخل في هذا النوع من الأخبار ما تنشره الصحف والمجلات المتخصصة في مجال العلوم والتكنولوجيا والفكر والأدب.
2. المساعدة على التربية والتثقيف خاصة في مجال المرأة والأطفال من خلال استغلال الوقت بشكل مفيد للقارئ بما تقدمه من أفكار مبتكرة وجديدة وهذا يؤدي لتوسيع مدارك القارئ وحثه على التفكير والإبداع، وتشجع الرغبة في الابتكار لدى النشء.
3. تزويد القراء بآخر تطورات التخصص محلياً وعالمياً من خلال نشر أحدث الدراسات والبحوث والأخبار.
4. تقديم المتخصصين في مجال محدد للقراء والتعريف بهم وبأفكارهم واختراعاتهم وهذا لا يلغي دور المحرر الصحفي الذي يقدم المادة ويحررها بالشكل الفني الملائم للنشر.
5. ابتداع أساليب فنية حديثة في الإخراج الصحفي والشكل العام لدورية تتناسب وذوق القراء، وتتميز الصحافة المتخصصة باستجابتها العالية لذوق وبيئة المجتمع الذي تصدر فيه مراعية الظروف الدينية والاجتماعية والتربوية.

([1]) عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة (ص22).

تاسعاً: مجالات الصحافة المتخصصة:

ظهرت صحف ومجلات ودوريات متخصصة موجهة لقطاع معين وقد تنوعت مجالاتها[1]:

1- **صحافة موجهة إلى عمر معين:** اهتم هذا النوع من الصحف بفئات عمرية محددة تبعاً للمراحل العمرية فظهرت صحافة الأطفال التي اعتمدت تقسيمات علمي النفس والاجتماع للمراحل العمرية للطفولة وهكذا إلى أن تصل إلى صحافة الشباب وكذلك ظهرت الصحف التي تخاطب كبار السن وحاجاتهم واهتماماتهم لتقدم لهم البرامج والنصائح الغذائية والصحية والرياضية.

2- **الصحف السياسية:** تعد الأخبار والتحليلات السياسية هي المادة الأساسية للصحف العامة والتي تصدر إما يومية أو أسبوعية أو شهرية أو فصلية إلا أن هناك صحفاً متخصصة بالشأن السياسي تحليلاً وبحثاً وقد اتجهت بعض الدوريات إلى تناول الموضوع السياسي وقد ظهرت الصحف ذات الطابع السياسي الخاص مثل الصحف التابعة للفصائل اليمينية واليسارية، ويرى بعض الباحثين أن الصحف الحزبية لا تعتبر صحفاً متخصصة ولكنها تخدم وتروح لاتجاهات سياسية محددة وهي بهذا المعنى يمكن اعتبارها متخصصة وكذلك الحال للصحف الرسمية التي تنشر القوانين والمراسيم الحكومية.

3- **الصحف الأدبية:** كانت الصحف في بداية نشأتها تهتم شكل كبير بالأنشطة الأدبية واعتدت في لفتها الأساليب البلاغية في كتابة المقالات وإعداد التقارير وكان الأدب اسما أو شعاراً لكثير من الصحف، وتزايدت الصحف والمجلات الأدبية في العقود الماضية مع ظهور الاتحادات والروابط الأدبية والجمعيات الفكرية .

4- **الصحف الدينية:** تعد الصحافة الدينية أقدم أنواع الإعلام المتخصص، وكانت دور العبادة من أوائل الأماكن التي علقت فيها الأخبار وتداول خلالها الأفراد الرأي واستمعوا للتعليمات الدينية والدنيوية، وقد اهتمت الكنائس بالصحف وإصدار المجلات التي تترجم الإنجيل وتتحدث عن مواعظه، وقد ظهرت الصحافة الدينية في الوطن العربي كجزء من مقاومة الاستعمار وتحفيز الهمم لمقارعته الاستناد إلى الدين الإسلامي.

5- **صحافة المرأة والرجل:** يهتم هذا النوع من الصحف "الرجل والمرأة" والتركيز على الشؤون الخاصة بهما، وقد ظهرت صحف نسائية تخاطب النساء والفتيات وتتمحور مادة المجلة على اهتمامات النساء من العناية بالبشرة إلى الأزياء والنصائح الطبية والمسلكية للنساء،

([1]) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص ص61-64).

وكذلك ظهرت صحف ودوريات تهتم بشؤون الرجل خاصة بالصحة والرياضة وبناء الشخصية.

6- **صحف الهوايات:** انتشر هذا النوع من الصحف المتخصصة في غالبية دول العالم فظهرت صحف ومجلات متعددة تتحدث عن الهوايات كالرياضة وأصبح هناك صحف تهتم بنوع واحد من الرياضة كالسباحة أو كرة القدم، وعمدت هذه الصحف والمجلات إلى نقل الأخبار والتحليلات وصولاً إلى التدريب وإعطاء النصائح للأفراد والجماعات حول كيفية ممارسة هذه الهواية كلعب الشطرنج أو الكشافة.

7- **الصحف الاقتصادية والمال والأعمال:** انتشر هذا النوع بحكم التطور الاقتصادي ازدياد اهتمام الأفراد والجماعات بالشأن الاقتصادي فقد ظهرت العديد من الدوريات التي تنقل أخبار المال والأعمال والأسواق المالية والتجارية، ويعد هذا النوع إحدى أدوات النشاط الاقتصادي مثل سوق الأسهم والسندات وهرت صحف اقتصادي عالمية لها قراء عبر القارات مثل "الفاينانشل تايمز البريطانية" و"الأهرام الاقتصادية المصرية"[1].

8- **صحف الدعاية والإعلانات:** اتسعت في العقود الأخيرة نوعيات المطبوعات الدعائية بشكل أوسع وأصبحت من الاستثمارات الكبرى، وكانت هذه الدوريات تصدر عن شركات كبرى أو مصانع ومؤسسات تجارية لتهتم بنشاط هذه المؤسسات، فقد برزت في العالم دوريات تهتم بالإعلان بشكل هام أو تتخصص بنوع واحد من السلع مثل العقارات أو السياحة، وتعتبر صحيفة "المحيط " من النماذج المنتشرة في الوطن العربي ولديها طبعات عربية.

9- **الصحف المهنية أو الوظائف المختلفة:** أصدرت التجمعات النقابية والاتحادات العمالية وكذبك النقابات المختلفة دورياتها المتعددة لتغطية أنشطتها وتلبية احتياجات أعضائها فقد عملت نقابة المحامين مثلا على اصدرا دوريات لآخر التعديلات القانونية أو قرارات المحاكم العليا، ودرجت في الفترة الأخيرة دوريات تتحدث عن فرص العمل المتاحة أو إعلانات لطالبي العمل في مختلف التخصصات.

10- **صحف الحوادث والجرائم** المثيرة: ونقصد هنا الصحف الأكثر إثارة لدى الجمهور عن اغرب الجرائم وتفاصيلها وكذلك التحليلات المثيرة وفي كثير من الأحيان لا يتم التأكد من صحة المعلومات ولكن الجمهور يقبل عليها، وقد انتشرت هذه الصحف في أوروبا وامتدت إلى باقي الدول فمثلاً صدرت في مصر "الحرية" وهي ما تقترن بالفضائح والإثارة.

([1]) عبد اللطيف، مجلة الأهرام الاقتصادي، دراسة فنية وتاريخية 1950م-1984م (ص93).

11- **الصحف والدوريات العلمية:** عملت المؤسسات العلمية ومراكز البحث العلمي على إصدار دوريات إما شاملة أو متخصصة في العلوم المختلفة، وتعتبر الجامعات ومراكز البحث العامة والخاصة أهم منتجي هذا النوع من الدوريات.

12- **الصحافة الفنية:** ظهرت هذه الصحافة في أوروبا كأي نوع من أنواع الصحف وامتدت إلى بقية بلدان العالم وتلقى هذه المجلات والدوريات قبولاً لدى القراء كأخبار الفنانين، وفي الوطن العربي اشتهرت الصحافة الفنية في لبنان ومصر أكثر من غيرها من الدول[1].

([1]) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص ص61-64).

المبحث الثاني:

الصحافة النسائية.. النشأة والتطور

تمهيد:

تعد الصحافة النسائية من أشكال الصحافة المتخصصة التي تحمل ملامح وميول اهتمام الصحفيات بقضايا المرأة والأسرة الطفل، وتؤدي دوراً مهماً في حل المشاكل المطروحة بصفة عامة من خلال جذب انتباه النساء بالأسلوب المحبب، وتوازن الموضوعات وتنوعها وشمولها وتحقق بذلك جميع احتياجات النساء واهتماماتها، ويكون دورها في التوعية مرتبطاً بتطور المرأة وتقدمها الاجتماعي، والثقافي والتعليمي، لكونها عنصراً فعالاً في المجتمعات الحديثة لها كيانها الخاص ومن أجل مشاركتها في مجالات الحياة المختلفة فقد ظهرت في بادئ الأمر صفحات خاصة بالمرأة في الصحف اليومية والمجلات العامة ثم اتسعت دائرة الاهتمام ليكون هناك صحافة نسائية متخصصة[1].

والصحافة النسائية من الصحافة المتخصصة التي ارتبطت بتطور المرأة وتقدمها الاجتماعي والثقافي والإنساني فقد حملت في نشأتها الأولى على عاتقها حمل هموم المرأة ومعاناتها، فكانت تسعى هدف ورسالة تعمل جادة على ضرورة تحقيقها؛ لإنقاذ المرأة من الواقع المتردي الذي خلقته التقاليد الجامدة والاستعمار الغربي؛ وكانت الصحافة النسائية تحمل مشروعاً للنهوض بالمرأة وترقيتها.

نشأت الصحافة النسائية في العالم العربي بعد فترة من نشأة الصحافة، وكانت بداية نشأتها تعبيراً عن آمال المرأة ومساعيها للمطالبة بحقوقها التي هضمتها بعض التقاليد الاجتماعية التي كانت بعيدة عن الشريعة الإسلامية.

أولاً: نشأة الصحافة النسائية:

سبقت المجتمعات الغربية المجتمعات العربية في إصدار المجلات والصحف النسائية، فكانت أول مجلة نسائية أمريكية صدرت في عام 1831م وكانت مجلة "الصيادة The Huntress" أصدرتها الصحفية (Ane Royal)، وقد فتحت باب الحقل الصحفي للمرأة بشكل عام فظهرت (Jan Gray Swiss Helm) كأشهر صحفية في القرن التاسع عشر ورغم

([1]) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص71).

الإمكانيات والظروف الاجتماعية السائدة فقد كانت مضطرة للعمل تحت اسم مستعار وهو (Ivelly Bly).

وكانت تهتم هذه المجلات وما صدر بعدها بشؤون المرأة كالأزياء والموضة ومنها ما عنيت بالتربية والأسرة ومن قم تعددت اهتمامات المجلات النسائية من الموضة إلى تسريحات الشعر والماكياج وترتيب البيت والاعتناء بالحديثة ومنها وما عنيت بالطعام وإعداده وقيمته الغذائية[1].

وعلى صعيد الصحافة النسائية العربية فقد عرفت المرأة العربية الصحافة مبكراً قبل الدعوة لتحرير المرأة واهتمت في بداياتها بنقد السلوكيات السلبية التي كانت تضر بالمجتمع وتنبيه المرأة إلى دورها الصحيح في بناء الأسرة والمجتمع، وكانت بداية ظهور الصحافة النسائية في العالم العربي في أواخر القرن التاسع عشر في وقت كانت الصحافة المسائية في فرنسا وأوروبا قد قطعت مراحل متقدمة وكثر عدد الصحافيات حتى بلغ عددهم في فرنسا في تلك الفترة 237 صحفية تكتب في مختلف الصحف[2]، كان البداية بعدما نشرت مجلة "الجنان" لمحررها سليم البستاني أول مقالة صحفية خطها قلم نسائي لـ"مريانا المراش" 1848م–1919م، وكانت بعنوان "شامة الجنان"، وكتبت "جنون القلم" عام 1871م.

وفي مصر أنشأت "هند نوفل" في مدينة الإسكندرية عام 1892م، مجلة حملت اسم "الفتاة"، وأولت عنايتها لكافة اهتمامات المرأة وفقاً لظروف العصر الذي ظهرت فيه والدفاع عن حقوق المرأة والتعبير عن وجهة نظرها[3]، ثم أسست لبيبة هاشم مجلة "فتاة الشرق" 1906م، وهي من المجلات المثابرة في عالم الصحافة قبل منتصف القرن العشرين، وعُرفت على أنها "مجلة أدبية، تاريخية، وروائية"، ثم الكاتبة بلسم عبد الملك والتي أسست "المرأة المصرية" وتفيدة علام "أمهات المستقبل"، ومنذ عام 1908م توالت أسماء الكاتبات والصحافيات انتهاءً بالكاتبة فاطمة اليوسف التي أسست أول مجلة سياسية في العالم العربي عام 1925م وهي مجلة روزاليوسف والتي لا تزال تصدر إلى الآن.

وإذا كان لمصر فضل السبق في ظهور الصحافة النسائية في نهاية القرن التاسع عشر فإن القرن العشرين شهد منذ بداياته الأولى ظهور الصحافة النسائية في سائر الدول العربية إذ حظي لبنان بالمرتبة الثانية في ظهور الصحافة النسائية فظهرت مجلة "الحسناء" التي تمثل

---

(1) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص ص78–79).

(2)عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة (ص ص56–57).

(3) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص72).

أولى الصحف النسائية أصدرها "جرجي نقولا باز" في عام 1909م فلم يكن المجتمع وقتها يتقبل أن تكتب النساء في الصحافة مما جعل عدداً منهنّ ينشرن بعض الموضوعات التي يعبرنّ فيها عن آرائهنّ بأسماء مستعارة في المجلات المختلفة[1].

أما سوريا فكانت الثالثة من حيث الترتيب حيث صدرت عام 1910 "مجلة العروس" لصاحبتها ماري عبده عجمي، وقد ساهمت المرأة في تحرير عدد من الصحف بأسمائهنّ الحقيقية[2]، وشهدت الصحافة العراقية اهتماماً مبكراً بقضايا المرأة في الصحف العامة حيث دعت إلى تعليمها والمطالبة بحقوقها وظهرت أول مجلة باسم "ليلى" لصاحبتها "بولينا جون عام 1923م، وفي تونس ظهرت الصحافة النسائية عام 1936م بصدور مجلة "ليلى" التي شارك في تحريرها عدد من عضوات الاتحاد الإسلامي لنساء تونس واتحاد نساء تونس، وفي الأردن صدرت مجلة "فتاة الغد" عام 1950م عن جمعية الفتاة ورأس تحريرها بهية خليل[3].

وعلى مستوى الخليج العربي فقد كان لظهور البترول أثره الكبير على كل نواحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية حيث ساعدت عائدات النفط في الإسراع بخطى التنمية في هذه البلاد وغيرت من نمط الحياة الاجتماعية واهتمت دول لمنطقة بوسائل الإعلام الجماهيرية التي شهدت في الستينات والسبعينات وما تلاها من سنوات تطوراً كبيراً من حيث الإمكانيات والوسائل وكان للصحافة نصيب كبير من هذا التطور، حيث استقدم الخليجيون الكوادر البشرية المصرية واللبنانية التي توالت إصدار العديد من الصحف والمجلات التي توافرت لها إمكانيات طباعية وتكنولوجية عالية خاصة في الثمانينات، ومن بين هذه الصحف مجلات المرأة التي تتميز بسعة الانتشار والمستوى الفني المتقدم تحريراً وإخراجاً مثل "أسرتي" والتي تعد أول مجلة نسائية خليجية وظهرت في الكويت عام 1965م حيث لبت احتياجات الأسرة العربية والخليجية من خلال المكاتب العديدة والمراسلين بمعظم أقطار العالم العربي بالإضافة إلى التقنية الطباعية العالية[4].

ويغلب على هذه المجلات في البداية الاقتباس من المصادر الأوروبية سواء في قصصها أو موضوعاتها وهو ما تغير في المجلات اللاحقة حيث اتجهت المجلات الى التعريب والتمصير كما توجهت لجمهور أوسع من حدود الجماعات الضيقة فتراجعت الأخبار المحلية

---

(1) كامل، القائمات بالاتصال في الصحافة العربية (ص1).

(2) عبد الرحمن، الصحفيات والإعلاميات العربيات (ص ص 10-11).

(3) حارص، وعبد العزيز، تراجع أداء الصحفيين والصحفيات العرب، الأسباب والمظاهر والمخاطر (ص89).

(4) إبراهيم، الصحافة النسائية في الوطن العربي (ص141).

التي لا تهم إلا جمهوراً محدوداً قبل أخبار الزواج والميلاد، وأخذت المجلات على عاتقها تثقيف نساء الطبقات الوسطى والعليا والدفاع عن مصالحهن، وكان الجهد التعليمي موجهاً للشؤون المنزلية تعبيراً عن الإجماع حول أولويات المرأة وواجباتها[1].

ومع بداية الصحافة النسائية تبلورت أيديولوجية تؤكد على دور المرأة كأم وزوجة وربة بيت، وتحاول طرح واجبات المرأة وكذلك حقوقها التي كان يقصد بها في أغلب الأحيان الحق في التعليم والاستقلال داخل إطار الأسرة وظلت الشؤون المنزلية والأسرية محوراً لاهتمام المجلات النسائية فيما سبق ميزها عن المجلات الأدبية والعلمية[2].

وتنوعت اهتمام الصحافة النسائية في ذلك الوقت بين الاهتمامات التقليدية للمرأة من ناحية وبين مناقشة قضاياها والمطالبة بحقوقها الشرعية من ناحية أخرى ومن القضايا التي ناقشتها الصحافة النسائية في مصر تعليم المرأة أما في لبنان فكانت الصحافة النسائية تدعو لترقية المرأة ثقافياً والاهتمام بالأمور الأسرية بينما اقتصرت الصحافة في سوريا على التركيز على تلك الموضوعات النسائية التي كثرت فيها النصائح الزوجية والبيئية والملاحظات الخاصة بتربية الأطفال وإعداد الطعام واختيار الملابس، هذا واتسمت الصحافة خلال هذه الفترة بالمبادرات الفردية وارتباط تلك الصحف بأصحابها وخلال فترة العشرينات من القرن العشرين امتد تيار الصحافة النسائية ليشمل العراق[3].

ثانياً: الصحافة النسائية في فلسطين:

إن للصحافة النسائية في فلسطين بصمة تميزها عن غيرها من صحافة المرأة في الوطن العربي، نظراً للظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي لازال يعيشها الشعب الفلسطيني، ومن خلال البحث في التراث الثقافي في فلسطين لم نجد على مدى تاريخ الصحافة الفلسطينية أية صحيفة أو مجلة تهتم بشؤون المرأة والأسرة إلا من بعض الكتابات النسائية في الصحف والمجلات التي صدرت آنذاك ومنها مجلة "الأصمعي" لصاحبها حنا العيسى فقد اشترك في تحرير هذه المجلة التي صدر عددها الأول في القدس عام 1908م بعض الأقلام النسائية مثل "اسعاف النشاشيبي، ومنانة الصيداوي"، وقد أولت هذه المجلة مشكلة تعليم المرأة أهمية خاصة فطالب محررها بتعليم المرأة كي تستطيع تربية أولادها ومشاركة زوجها الرأي والأفكار[4].

---

(1) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص72).

(2) شكري، الصحافة النسائية لن تحذف من التاريخ (ص17).

(3) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص75).

(4) سليمان، تاريخ الصحافة الفلسطينية 1876م-1976م (ص95).

وللصحافة النسائية الفلسطينية خصوصيتها النابعة من وضع الشعب الفلسطيني والظروف التي يمر بها، تلك الظروف تجعلها قد لا تكون متخصصة شانها شأن مثيلاتها في الدول العربية الأخرى خاصة أن الأسرة الفلسطينية تعيش تحت ظروف الاحتلال، لذلك قد لا تتناول مجلة المرأة الفلسطينية تلك الموضوعات العادية عن المرأة والطفل والتربية الأسرية والحضانة والعلاقة بين الزوجين ومشاكل المراهقة ومرحلة الشباب واختيار شريك العمر، فهذا لن يكون مقبولاً منها في وقت يكون الأب فيه معتقلاً أو شهيداً والأم مناضلة والأبناء يشاركون في مقاومة المحتل، لذا كان لزاماً على هذه الصحافة أن تكتب عن غياب الأب المعتقل واستشهاد الابن ونضال الأم[1].

لذا نجد أن الصحافة النسائية في فلسطين ولدت مع ازدياد حركة المقاومة والمد النضالي الفلسطيني، ويمكن تقسيمها إلى عدة أنواع أهمها: الصحف والمجلات التي تصدرها المنظمات الفلسطينية، أو التي تصدرها لجان العمل النسائي الفلسطيني داخل الأرض الفلسطينية، أو المجلات التي يصدرها أفراد ومن أبرز هذه المجلات[2]:

1) **صوت المرأة الفلسطينية:** وهي نشرة كان يصدرها الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية، صدر العد الأول منها في 25 أبريل عام 1967م، وكان العدد الأول مكون من ثماني صفحات في حجم المجلات مطبوعة على ورق صحف وقد طبعت بمطابع دار الثقافة الحديثة بالقاهرة، وكانت الصفحة الأولى من النشرة تتضمن اسمها "صوت المرأة الفلسطينية"، والجهة الصادرة لها، وكلمة العدد التي كتبتها سميرة أبو غزالة ثم فهرس العدد، أما الصفحة الثانية فضمت ثلاثة موضوعات "تحية للمرأة المناضلة في خانيونس، و"نوافذ على التاريخ" الى جانب فقرة "همسة" عن دور الأم في حياة أبنائها، واحتل الحوار مع رئيس منظمة التحرير الفلسطينية "أحمد الشقيري" الصفحتين الثالثة والرابعة أجرته السيدة نبيلة النمر، وتحدث عن دور المرأة الفلسطينية في النضال من أجل تحرير فلسطين، أما الخامسة فجاء موضوع "حكايات من المؤتمرات النسائية" وكان حول مؤتمر الطفولة العالمي الذي انعقد في استوكهولم عام 1966م، وخصصت الصفحتين السادسة والسابعة لتغطية نشاط الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية بكافة فروعه، والصفحة الأخيرة ضمت ثلاثة موضوعات وهم "قاموس المرأة" ويحمل معلومات عن النساء المسلمات الأوائل ودورهن في الدعوة الإسلامية وحمايتها، وعمود بعنوان "خواطر".

([1]) إبراهيم، الصحافة النسائية في الوطن العربي (ص97).

([2]) المرجع السابق (ص98).

وتعتبر هذه النشرة محاولة متواضعة للتعبير عن المرأة الفلسطينية ودورها في دعم قضية فلسطين، وجاءت تضم الفنون الصحفية المختلفة من مواد إخبارية تركزت حول نشاط الاتحاد العام للمرأة والحديث والمقال والتحقيق الصحفي، ورغم المستوى المتواضع تحريرياً وإخراجياً إلا أنها تمثل جهداً لا بأس به قامت بمهمته بعض عضوات اتحاد المرأة الفلسطينية فرع القاهرة وعلى رأسهن السيدة سميرة أبو غزالة، وكانت هذه النشرة هي المحاولة الأولى لإصدار مطبوع يعبر عن النساء ويكون بمثابة صوت المرأة الفلسطينية.

وكان توزيع النشرة محدود فلا يكن يزيد عن خمسة آلاف نسخة توزع على أفرع الاتحاد المختلفة وقد تعرضت النشرة بعد ذلك لصعوبات كثيرة حالت دون انتظامها ثم توقفت بعد نكسة 1967م، والاحتلال الصهيوني للضفة الغربية وقطاع عزة.

2) **مجلة الفلسطينية الثائرة**[1]: وقد صدرت هذه المحلة في شهر فبراير 1970م في عمان بالأردن بعد نكسة 1967م بثلاث سنوات، وكانت تصدر عن اتحاد المرأة الفلسطينية في الأردن، وتندرج هذه المجلة تحت إطار الصحف والنشرات التي تصدرها الاتحادات الشعبية والمهنية الفلسطينية، وهي كشكل من أشكال صحافة المقاومة الفلسطينية، وهي من ذلك النوع الذي يغلب عليه صفة عدم الانتظام والاستمرار تبعاً للظروف التي يمر بها الشهب الفلسطينية والاتحادات النسائية على وجه الخصوص، فهي مجلة شهرية تهتم بشؤون المرأة.

3) **مجلة الفلسطينية:** وهي المحاولة الثالثة لإصدار مجلة تعبر عن المرأة الفلسطينية وتكون لسان حال الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية، وقد صدر العد الأول في يناير 1988م عن الأمانة العامة للاتحاد، وكانت تصدرها مؤسسة بيسان للصحافة والنشر والتوزيع ومقرها نيقوسيا بقبرص، وأشرف على تحرير العدد الأول جهاد الكبيسي، وجاء العدد الأول على مستوى جيد من التحرير والإخراج والطباعة واكتملت له عناصر المجلة وعكست واقع المرأة الفلسطينية، **وهناك ملاحظات على المضمون التحريري للعدد الأول وهي:**

- جاءت الفلسطينية مختلفة عن غيرها من مجلات المرأة والأسرة العربية فهي مجلة ذات خصوصية مميزة "خصوصية المرأة الفلسطينية: التي نزلت إلى ميدان المعركة مشاركة في صناعة الانتفاضة الفلسطينية فلم تهتم بالزينة أو الماكياج أو الموضة وإنما تزينت بالكوفية الفلسطينية ورفعت العلم الفلسطيني.
- ترتب على هذه المجلة اختفاء أبواب المرأة التقليدية التي تحرض على مجلات المرأة والأسرة من أبواب الأزياء والتجميل والمشاكل العاطفية.

([1]) إبراهيم، الصحافة النسائية في الوطن العربي (ص ص100-101).

- المجلة ذات مضمون جاد وهادف وهي مجلة ثورية استطاعت بحق أن تكون معبرة عن واقع وحال المرأة الفلسطينية المهمومة بقضايا وطنها المحتل.
- اقتربت المجلة في عددها الأول كثيراً من تحقيق الهدف منها كمنبر يعبر عن المرأة الفلسطينية والعربية.
- قلة عدد الكاتبات أو المحررات قياساً إلى عدد الكُتاب من الرجال، ولا يعني ذلك غياب المرأة الفلسطينية ككاتبة او محررة عن العدد الأول فكانت هناك كلمة العدد التي كتبتها رئيسة الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية وتحقيق فريال عبد الرحمن وحوار فتحية العسال الذي أجرته ميسون شعث، وتقرير المرأة والأرض في ظل الاحتلال الإسرائيلي التي كتبته عبلة الدجاني.
- عكست موضوعات المجلة وطرحت صورة المرأة الفلسطينية المجاهدة الثائرة المشاركة في الدفاع عن قضية بلدها سواء كان من خلال المواجهات اليومية في الانتفاضة أو المناضلة بالقلم والكلمة.
- حاولت أن تكون مجلة لكل الأسرة، فكان للرجل والطفل في موضوعاتها نصيب حتى وإن لم يكن هناك أبواب خاصة بهما، كما واعتمدت المجلة من حيث المصدر على المصافحين في المقام الأول ثم المندوبون أو المحررون.
- اللغة المكتوبة بها مواد المجلة التحريرية لغة سهلة غير مركبة ومباشرة، وامتازت صياغتها بالدقة شواء المقدمات أو المتون وكذلك العناوين الواضحة.
- يأتي فن المقال الصحفي في مقدمة الفنون الصحفية التي تعتمد عليها المجلة في عرض مضمونها وتليها الأشكال الأدبية "قصة قصيرة وشعر" ثم التقرير الصحفي وخاصة الإخباري منه ويليها الحديث ثم التحقيق والأخبار[1].

4) **مجلة صمود المرأة:** وهي من المجلات التي تصدر في الأراضي المحتلة والتي يصدرها اتحاد لجان العمل النسائي الفلسطيني، وقد كانت تسيطر روح الانتفاضة على مضمون وشكل العدد من الغلاف الأول وحتى الأخير وصدرت في عام 1988م.

5) **مجلة المرأة:** وهي من المجلات التي تصدر عن مركز الدراسات النسوي بالقدس وقد صدر العدد الأول منها في مارس 1991م وهرباً من ملاحقة سلطات الاحتلال ولا تقع تحت طائلة قانون النشر الإسرائيلي أثبت على غلافها أنها نشرة تصدر لمرة واحدة، وهي مجلة جادة وهادفة

([1]) إبراهيم، الصحافة النسائية في الوطن العربي (ص ص100-102).

مثلها مثل مجلات المرأة والأسرة الفلسطينية الصادرة عن منظمات وهيئات وثيقة الصلة بمنظمة التحرير الفلسطينية وهي عالية المستوى وتخاطب كل أفراد الأسرة وتتنازل اهتمامات مختلفة.

وهناك عدة ملاحظات على مضمون هذه المجلة التحريري ومنها:

- امتازت مادة هذه المجلة بالتنوع والموازنة بين الاهتمامات الجادة للمرأة الفلسطينية وباهتمامات المرأة التقليدية مثل التجميل والمطبخ والنواحي الصحية والمشاكل العاطفية والحظ والأبراج، وجاءت تلبي جميع الاحتياجات وترضي كل الأذواق ففيها الموضوعات الاجتماعية والثقافية والدينية والطبية والسياسية.
- اهتمت المجلة بالجوانب التراثية حفاظاً على الهوية الفلسطينية فقدمت التحقيقات والدراسات التي تتناول جوانب مختلفة من التراث مثل تحقيق يوم الحصاد، وتقرير إخباري عن يوم التراث الفلسطيني.
- عكست موضوعات المجلة صورة المرأة السياسية المناضلة والمجاهدة والمثقفة والعاملة في الحقول والمهتمة ببيتها وأطفالها وزوجة الشهيد والأسير والمبعد.
- توافرت للمجلة الكوادر البشرية التي شكلت هيئة تحريرها ومعظمها من النساء مثال: "سهام غزالة، وعبير شحادة، وحليمة جوهر، وصبحية عوض، ومها الكردي وغيرهن الكثير".
- كان التقرير الصحفي بأنواعه المختلفة خاصة "الخدمات المباشرة" هو أكثر الفنون الصحفية تكراراً ومن ضمنها التقارير الإخبارية ويأتي بعدها التحقيقات الصحفية ثم مواد الرأي.

6) **مجلة زيتونة بلدنا:** وهي مجلة يصدرها اتحاد الجمعيات النسائية التطوعية في القدس وصدر العدد الأول في أيلول 1991م في 95 صفحة، وتكونت أسرة التحرير من ثمانية أعضاء، والمجلة متواضعة المستوى تحريراً وإخراجاً وجاءت لتكون صوتاً لاتحاد الجمعيات النسائية التطوعية، ورغم ذلك فهي محاولة لا بأس بها، فقد أوضحت أسرة التحرير في كلمة العدد الأول الهدف من إصدار المجلة وهي أن تكون معبرة عن أماني وطموحات المرأة الفلسطينية ملتزمة بقضاياها مهتمة بإنتاجها الفكري والأدبي إلى جانب مناقشة أهم المشكلات التي تعاني منها المرأة الفلسطينية في الأراضي المحتلة[1].

ومن أبرز مجلات المرأة والأسرة الأهلية في فلسطين[2]:

- **مجلة فتاة فلسطينية:** وهي مجلة أسبوعية نسائية اجتماعية ثقافية أصدرها أفراد، صدر العدد الأول منها في 1 يونيو 1971م، وكان عدد صفحاتها يتراوح ما بين 50-60

([1]) إبراهيم، الصحافة النسائية في الوطن العربي (ص ص 102-104).

([2]) المرجع السابق (ص ص 105-106).

صفحة، صدر منها أربعة أعداد فقط، وكان صاحب الامتياز والمحرر المسئول توفيق نصار ومقرها نابلس وقد أغلقت بعد اعتقال صاحبها[1].

- **مجلة عبير**: صدرت في فبراير 1986م بالقدس، وتعبر من أولى المجلات المتخصصة كما أنها أول مجلة محلية تعنى بشؤون المرأة والأسرة، وصاحب الامتياز والمحرر المسئول عطا الله محمد نجار، وكانت أسبوعية تصدر شهرياً بصفة مؤقتة عن دار النورس الفلسطينية للصحافة والنشر وعدد صفحاتها 82 صفحة وكانت تصدر ملاحق خاصة مثل الملحق الذي أصدرته بمناسبة مجزرة الأقصى، وكانت توزع هدايا مع المجلة تتمثل في بعض اللوحات كما كانت تصدر كتاباً شهرياً يوزع مجاناً مع المجلة ومن أمثال هذه الكتب "ثلاثية أطفال الحجارة لنزار قباني، وكتاب للشاعر محمود درويش وسميح القاسم.

وتعد هذه المجلة صوت المرأة الفلسطينية بحق فقد قدمت صورة صادقة لمعاناة الأسر الفلسطينية في الداخل كما كانت تعيش نضال أفرادها ضد المحتل الغاشم وما يتعرضون له من قتل وتشريد واعتقال وعبرت بصدق وواقعية عن انتفاضة الشعب الفلسطيني كما قامت بدور المحافظة على الهيبة الفلسطينية ولم تنسى الدور التربوي والتثقيفي والترفيهي لمحلة المرأة والأسرة، وكانت توزع المجلة 21 ألف نسخة وساهم في ذلك ما كانت تقدمه من هدايا وكتيبات ومسابقات مختلفة.

- **مجلة بلقيس**: وتعد أحدث المجلات الفلسطينية التي تهتم بشؤون المرأة والأسرة والتي تصدر في الأرض المحتلة، وقد صدر العدد الأول منها في أكتوبر 1994م، وهي مجلة نسائية ثقافية شهرية تصدر عن شركة أبواب القدس للدعاية والنشر، وتطبع في مطبعة الشرق العربية بالقدس، ومكونة من 82 صفحة وهي ذات مستوى إخراجي وتحريري جيد وإن كانت تحاكي مثيلاتها من مجلات المرأة والأسرة العربية في سائر اهتماماتها التقليدية، فلم يكن لها تلك الخصوصية التي ميزت غيرها من مجلات المرأة الفلسطينية السابقة لكنها حرصت على أن تظهر كمجلة فلسطينية من حيث الغلاف والاهتمام بالموضوعات المحلية للمرأة والأسرة الفلسطينية[2].

([1]) عبد الله، واقع الصحافة الفلسطينية في الضفة والقطاع (1967م-1987م) (ص25).

([2]) إبراهيم، الصحافة النسائية في الوطن العربي (ص ص105-107).

ثالثاً: تطور الصحافة النسائية:

تطورت الصحافة النسائية لتلبي حاجات المرأة من جميع الجوانب وتتناول كافة القضايا والمجالات التي تهم المرأة من ناحية اهتماماتها الجمالية ودورها في المجتمع، وتربية أطفالها وإعداد بيتها وتقديم الإرشادات الصحة والعلمية لها وإحاطتها بما يجري في المجتمعات الأخرى، وكانت الصحافة النسائية أكثر أنواع الصحف المتخصصة تسارعاً في الظهور فالتطور المتسارع لدور المرأة ومكانتها جعل منها هدفاً للمؤسسات الصحفية والإعلامية.

وطرحت الصحافة النسائية في مصر الدعوة إلى التوسع في تعليم المرأة وإشراكها في التعليم العالي أسوة بالبنين والسعي لتحرير المرأة من قيود العادات والتقاليد، وفي لبنان استمرت الصحافة النسائية في الحث على ترقية المرأة أدبياً وعلمياً وبث روح التربية الاستقلالية وتحسين الحياة العائلية هذا إلى جانب الاهتمامات التقليدية مثل التدبير المنزلي وشؤون الأسرة والتي ظهرت في مجلة ليلى العراقية التي قادت حملة لتحرير المرأة في العراق[1].

في فترة الثلاثينات من القرن العشرين شهدت ظهور الصحافة النسائية في بلاد المغرب العربي وخاصة تونس حيث كانت الدولة الخامسة في إصدار المجلات النسائية وتميزت هذه المرحلة بجدية وأهمية القضايا المطروحة بالصحافة النسائية خاصة تلك التي تتعلق بحقوق المرأة ففي مصر اهتمت الصحافة النسائية بخلق وعي نسائي بين القراء والقارئات وإقناع المواطنين بمكانة المرأة وما تؤديه من دور هام في البلاد كما خلقت الصحافة النسائية أدباً نسائياً له طابعه الخاص ونبهت الصحافة النسائية في لبنان إلى مخاطر التخلي عن التقاليد وأكدت ضرورة الاهتمام بتعليم المرأة وعالجت الصحافة النسائية بالعراق قضايا تحرير المرأة وبعض المشكلات الاجتماعية المرتبطة بها مثل إجبار الفتيات على الزواج والمطالبة بتخفيض المهور وكذلك الدعوة إلى نزول المرأة لميدان العمل هذا ولم تقتصر الصحافة النسائية العربية على معالجة قضايا المرأة بل تطرقت إلى القضايا والأحداث السياسية كذلك، وفي فترة الأربعينات من القرن العشرين صدر عدد كبير من الصحف النسائية إلا أنها اتسمت في معظمها بالاهتمام بالأمور التقليدية للمرأة كفن التجميل والاهتمام بالمظهر وصحة الأم والطفل، وفي فترة الخمسينيات من القرن العشرين دخلت دول عربية جديدة مجال الصحافة النسائية كالأردن[2].

([1]) عبد الرحمن، الصحفيات والإعلاميات العربيات (ص --ص10-11).

([2]) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص 83).

استفادت المجلات النسائية من التطور التكنولوجي وتميزت بالإخراج الفني وجود الطبع خاصة، لأن الشكل والألوان لهما أهمية خاصة في موضوعاتها لاسيما عند تناول الأزياء أو تسريحات الشعر بعرض نماذج واقعية منها[1].

وقد شهدت المجلات النسائية المتخصصة نهضة شاملة عقب نهاة الحرب العالمية الثانية حيث اتسع المجال أمام المجلات المسائية مع نجاح حركات تحرير المرأة في بلدان كثيرة واحتلال المرأة مواقع مؤثرة عديدة خاصة في غرب أوروبا وشرقها وفي الولايات المتحدة الأمريكية، ودخلت المجلات النسائية في السنوات الأخيرة مرحلة "تخصص التخصص" بمعنى وجدت مجلات نسائية تختص في مجال واحد فقط من مجالات اهتمام المرأة مثل "الموضة، والأناقة، والطبخ، والماكياج، والطفل"[2].

- **الصحافة النسائية المعاصرة[3]:**

لقد شهدت فترة الستينات من القرن العشرين ظهور الصحافة النسائية في دول عربية جديدة أبرزها ليبيا والكويت التي تعد رائدة الصحافة النسائية في منطقة الخليج، من حيث السبق في الإصدار وقد غلب على هذه الفترة وبشكل ملحوظ التيار التقليدي المتأثر بالأفكار الغربية في مجلات المرأة والأسرة العربية ومن الأمثلة على ذلك مجلة هي الصادرة عن دار أخبار اليوم والتي كانت تنشر أزياء ومأكولات لا تتناسب مع ظروف وأوضاع المرأة العربية، وشهدت هذه المرحلة تأثر المجلات النسائية بالأيديولوجيات السياسية الحاكمة كما حدث في سوريا وتونس.

وتميزت فترة السبعينيات من القرن العشرين بقلة صدور الصحف النسائية في منطقة وادي النيل والمشرق العربي بينما بدأت تصدر في دول الخليج العربي خلال هذا العقد بشكل اكبر ولعل ذلك يرجع إلى الأجواء السياسية في كلتا المنطقتين حيث كان الخطر الصهيوني والانشغال بمواجهة هذا الخطر بينما الأجواء الخليجية كانت أكثر استقراراً ونمواً اقتصادياً بسبب تدفق عائدات البترول على المنطقة.

وقد اتسمت القضايا التي طرحتها الصحافة النسائية خلال هذه الفترة بالاعتدال حيث اهتمت بالقضايا الاجتماعية التي تؤثر على أوضاع الأسرة كما برزت قضايا هامة مثل تحديد النسل والطلاق وآثاره والعنف مع الأطفال بالإضافة إلى ظهور قضايا ذات خصوصية مثل واقع

([1]) إبراهيم، الصحافة المتخصصة في الوطن العربي (ص 118).

(2) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص ص72-73).

([3]) عبد الرحمن، الصحفيات والإعلاميات العربيات (ص ص12- 13).

المرأة الفلسطينية في مجلة "الفلسطينية الثائرة"، ويلاحظ في هذه الحقبة اعتماد بعض المحلات النسائية على الهبات والمعونات من الأنظمة الحاكمة سواء في داخل الوطن أو خارجه.

وتعتبر فترة الثمانينات من القرن العشرين فترة التجارب المتميزة في تاريخ الصحافة النسائية العربية اذ شهدت هذه الفترة عدة محاولات تطويرية في مجال الصحافة النسائية العربية ففي مصر صدرت مجلة "نون" التي طرحت رؤى جديدة غير تقليدية، ومجلة الفلسطينية التي عبرت عن واقع المرأة الفلسطينية المهمومة بقضايا وطنها المحتل، ومجلة عفاف اللبنانية التي اختلفت عن سائر المجلات التجارية وتميزت بشخصية مستقلة عن غيرها كنموذج لمجلة الأسرة المسلمة.

وتميزت فترة التسعينات من القرن العشرين بقلة عدد الإصدارات النسائية مقارنة بالعقود السابقة وكان التأكيد على شعار المرأة والأسرة والعائلة العربية هو المسيطر خلال هذه الفترة لتأكيد على أن المجلة تتوجه لكل أفراد الأسرة وأبرزها مجلة نصف الدنيا التي صدرت عام 1990م, وخلال هذه الحقبة ظهرت مجلات تقليدية صرفة تتوجه أساساً إلى طبقة بعينها وهي الطبقة المرفهة ومنها مجلة "هي، والجميلة" السعوديتين.

وترى الباحثة أنه يزداد نمو وتطور الصحافة النسائية نظراً لتطور الأنشطة النسائية في مختلف المجالات وسائر الأمور التي تهم المرأة في أي مكان، وأهمية الدور الذي تلعبه هذه الصحف في إمداد جمهور المرأة بالمعلومات المختلفة عما يدور حولها عن طريق جذب انتباهها وتوجيه اهتمامها نحو الموضوعات والقضايا المجتمعية الملحة.

- **ماذا تريد المرأة أن تقرأ؟**[1]:

المرأة بطبيعتها أكثر تركيزاً على ذاتها، فهي تقضي وقتاً طويلاً في محلات التجميل، ولا تبخل بشيء على ملابسها وماكياجها، كما تشغلها كثيراً مسألة الصحة والمرض، لأنهما يرتبطان بأمر جوهري في حياتها ألا وهو "جمالها"، وعملياً المرأة تتحمل داخل الأسرة قدراً كبيراً من المسؤولية أكثر من الرجل، فهي غالباً ما تتولي ميزانية الأسرة، فتختار أنواع الأطعمة وتشكيلة الأثاث وديكوره، كما وتختار ملابسها وملابس أبنائها وزوجها، وتختار المسرحية التي تشاهدها الأسرة وكيفية قضاء عطلة نهاية الأسبوع، وإجازة الصيف وتختار الهدايا للأقارب والأصدقاء.

---

(1) أبو زيد، الصحافة المتخصصة (ص ص103-105).

رابعاً: مجالات الصحافة النسائية:

حُصرت التغطية الصحفية للشؤون النسائية في المجالات الآتية[1]:

1- **شؤون الموضة والأزياء والأناقة:** دور الصحافة النسائية لا يقف عن المتابعة المستمرة لابتكارات بيوت الأزياء المحلية والعالمية فحسب إنما يمتد إلى اختيار التصميمات المناسبة للقارئات، فهناك الكثير من الصحف والمجلات النسائية تشرك المرأة في الاختيار ويتم ذلك عن طريق استطلاع رأي القارئات في هذه الموضة، كما أنها تستطيع أن ترشد المرأة إلى أصلح الأقمشة والأسعار.

2- **شؤون التجميل:** الصحافة النسائية تساعد المرأة في اكتشاف احدث أنواع الماكياج المناسب لشخصيتها وبشرتها وعمرها، وهذه الصحف تقدم الإرشادات والتعليمات التي تغني المرأة في حالات كثير عن خدمات محلات التجميل.

3- **شؤون الطعام والطبخ:** التغطية الصحفية لشؤون الطعام والطبخ لا تقف عند مجرد إرشاد المرأة إلى كيفية طهي بعض الأطعمة وإنما تساعدها في اختيار اقل الأطعمة تكلفة وأكثرها فائدة للجسم، وعرض طرق جديدة للطبخات الحديثة.

4- **شؤون الأثاث والديكور:** تؤدي الصحافة النسائية دور خبير الأثاث ومهندس الديكور بالنسبة للقارئات، ولذا يتطلب من الصحافة النسائية أن تستعين بفريق متخصص من خبراء الأثاث ومهندسي الديكور حتى تستطيع إرشاد قراء الصحيفة إلى أثاث مناسب لإمكانياتها المادية، وملائمة للحياة العصرية في الوقت ذاته، وعليها مواكبة الابتكارات الجديدة التي يتقدمها معارض الأثاث والديكور حول العالم[2].

5- **شؤون الزواج وعلاقة الرجل بالمرأة:** الصحافة النسائية تضع جل اهتمامها في عرض المشكلات التي تواجه علاقة المرأة بالرجل في المجتمع بهدف تعزيز التفاهم بين الطرفين، ومهمة هذه المجلات أن تساعد الرجل على فهم المرأة ومراعاة ظروفها، وكذلك المرأة عليها أن تنظر للرجل كشريك أساسي في الحياة.

6- **شؤون المرأة العاملة:** أصبح مطلوب من الصحافة النسائية تشجيع المرأة على ارتياد مجالات عمل جديدة تثبت فيها أنها جديرة بهذا العمل وعرض نماذج ناجحة للنساء العاملات، فهذه المجلات تقدم نصائح للمرأة العاملة في التعامل مع رئيسها في العمل وأبنائها في البيت والاعتناء بنفسها وتقديم وصفات للطعام وآخر صيحات الموضة والأزياء.

---

(1) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص ص74-78).

(2) أبو زيد، الصحافة المتخصصة (ص ص105-107).

خامساً: واجبات الصحافة النسائية اتجاه المرأة[1]:

أ. على الصحفي عند الكتابة في موضوع عن المرأة؛ أن يراعي القيم والأخلاق والأعراف الاجتماعية بالنسبة للمرأة في المجتمع الذي ينتمي إليه.

ب. ضرورة مشاركة المرأة ومساهمتها في المجتمع والتمتع بحقوقها في التعليم والعمل ودورها في بناء المجتمع وان تكون المواضيع المطروحة محفزة للمرأة على القيام بواجباتها في المجتمع الذي تعيشه فيه دون الانتقاص من حقوقها كامرأة.

ج. تثقيف المرأة توعيتها في مجالات رعاية بيتها وأبنائها وأسرتها.

د. تقديم النصائح والإرشادات بالأسس العلمية الصحيحة في التعامل مع المواقف المختلفة وذلك من خلال التحارب والخبرات ونصائح علماء النفس والتربية بما يعين المرأة على استخلاص العبر والدروس والاستفادة منها.

هـ. دعوة المرأة إلى التمسك بالقيم والتقاليد النافعة لها ولحياتها الأسرية وحتى العملية والتخلص من التقاليد التي تضرها.

و. أن تكون الموضوعات الصحفية معيناً لها على الفهم والتعاون بين الرجل والمرأة باعتبارهما عنصريين مكملين لبعضهما البعض في المجتمع.

ز. تسليط الأضواء على النساء المتميزات والتعريف بهن في المجتمع حتى يكن قدوة لغيرهن من النساء.

ح. التعريف بالمنظمات النسائية ذات العمال الهادفة والاهتمام بقضاياها وأنشطتها وبرامجها من أجل المرأة.

ط. التركيز على الموضوعات الطبية والعلمية والاجتماعية والسياسية والتغذية والقانونية وتربية الأسرة وعلن النفس المتعلقة بما يهم المرأة حتى يصبح عندها الوعي الكافي للتعامل مع القضايا ليومية التي قد تواجهها.

سادساً: التحديات التي تواجه الصحافة النسائية:

هناك الكثير من العوائق والصعوبات والتحديات التي رافقت الصحافة النسائية العربية منذ نشأتها ولا يزال معظمها قائماً حتى اليوم ويمكننا ان نميز بين نوعين من التحديات[2]:

---

(1) شكري، الصحافة النسائية لن تحذف من التاريخ (ص33).

([2]) عبد الرحمن، الصحفيات والإعلاميات العربيات (ص ص14-15).

1- **تحديات اجتماعية ثقافية:** تعزى إلى الموروثات التاريخية التي تكرس فكرة النقص الأنثوي ودونية المرأة واعتبارها مخلوقاً يفتقر إلى العقلانية والتوازن ولا تزال هذه الموروثات تؤثر بصور عديدة علنية وخفية على العقل الجمعي في المجتمعات العربية مما ينعكس بصورة سلبية على السياسات الإعلامية تجاه المرأة العربية وقضايا.

ويشير المشهد الراهن إلى وجود أربعة تيارات فكرية تتحكم في السياسات الإعلامية العربية تجاه المرأة وقضاياها وهي التيار التقليدي الذي يستمد مشروعيته من الموروثات الثقافية والذي يرجع إلى دعوات الرواد أمثال رفاعة الطهطاوي وقاسم أمين الذين طالبوا بتحرير المرأة ضمن حركة الإحياء القومي والتيار النسوي الوافد من الغرب الذي يحصر نضال المرأة في أطر معزولة عن حركة المجتمع ويدعو إلى تحطيم النظام الأوروبي ثم التيار العولمي الذي يستفيد من المرأة كعنصر استهلاكي ومادة إعلانية جذابة وكقوة رخيصة غير مؤمنة.

ولقد انعكست هذه التيارات على مواقف الإعلام العربي وفي قلبه الصحافة النسائية من قضايا المرأة ولا تزال الغلبة للتيار السلفي الذي يستثمر مقولاته ويكرسه التيار العالمي أما التيار الاجتماعي التحرري الذي يعبر عن نفسه في التيارات المعاصرة التي تنادي بضرورة تمكين المرأة من الحصول على حقوقها المجتمعية من خلال إدماجها في كافة الأنشطة السياسية والاقتصادية والثقافية لا يزال هذا التيار يجاهد كي ينتزع لنفسه موقعاً لائقاً في الإعلام النسائي العربي مقروءا ومسموعا ومرئياً.

2- **تحديات مهنية:** تتعلق بالعمل الصحفي والإعلامي عموماً والصحافة النسائية على وجه الخصوص وتشمل علاقات العمل داخل المؤسسات الصحفية وتأثيرها على السياسات التحررية تجاه قضايا المرأة وأدوارها وهموم الصحفيات العربيات.

يشير المشهد الإعلامي العربي الراهن إلى وجود العديد من القيود المهنية التي تؤثر بصورة سلبية على الأداء المهني للصحافيات والسياسات التحررية تجاه قضايا المرأة وتتعلق بسيطرة الطابع السلطوي الأحادي الجانب على علاقة القيادات الإعلامية بالمحررين والمحررات وغياب عنصر المشاركة والتشاور، وتشير الدراسات إلى افتقار معظم الإعلاميات العربيات للوعي الثقافي والمجتمعي مما أدى إلى إسهامهن بوعي أو بدون في إعادة النتائج والقيم المعيقة للتطور وقد لوحظ أن السياسات الإعلامية الخاصة بالمرأة والأسرة لم يطرأ عليها أية تغييرات إيجابية خلال فترة تولي القيادات النسائية حقل الإعلام.

تعاني الإعلاميات العربيات من الصورة التقليدية السائدة لدى رؤسائهم عن المرأة العاملة في مجال الإعلام اذ يعتبرونها أقل من المستوى القدرات المهنية من زملائها الرجال، فإن كثرة الضغوط النفسية والمهنية وعدم التشجيع يصيب الإعلاميات بالإحباط والسلبية.

من خلال تتبع مسيرة الصحافة النسائية في الوطن العربي لوحظ اعتمادها على الجهود الفردية خصوصاً في بدايات صدورها غير أن ذلك لم يحل دون اهتمامها بطرح الكثير من القضايا الجوهرية مثل التعليم والعمل والسفور والمشاركة السياسية والاجتماعية، وقد اتسمت معظم المجلات النسائية بظاهرة قصر العمر بسبب اعتمادها على الأفراد وقلة الإمكانيات المادية مما أدى إلى صعوبة استمراريتها، كما واعتمدت الصحافة النسائية في بدايتها على مواد الرأي خصوصاً المقالات والقصص القصيرة وقد استمر هذا الوضع حتى نهاية الأربعينيات ثم ظهرت بعد ذلك مختلف الفنون التحريرية مثل التحقيق الصحفي والتقارير الصحفية والخدمات والحوارات والأحاديث الصحفية.

سابعاً: الانتقادات الموجهة للصحافة النسائية:

يقول الكاتب إبراهيم الخصاونة[1]: هناك العديد من المجلات العربية تعد نماذج متميزة بأنواعها الجذابة البراقة في تناسقها وتناسبها وترتيبها وحسن اختيار ألفاظها لكنها همشت المرأة وركزت بشكل واضح على الجوانب ذات الصلة المباشرة بعواطف المرأة على حساب الجوانب الأخرى، وتجاهلت الصحافة مواضيع تطوير وضع المرأة ومكانتها، كما أنها رسمت صورة للمرأة مهتمة بأناقتها وشكلها على حساب وعيها وتعليمها، ثم قضايا المرأة بصورة خاصة كالأمومة واحتلت الأزياء وتفسير الأحلام المساحة الكبرى من اهتمام هذه المحلات والصحف.

ومن أبرز الانتقادات الموجهة للصحافة النسائية[2]:

1. التركيز على الشرائح العليا في المجتمع من المتعلمات ونساء المدن الكبرى وسيدات المجتمع المترفهات، في وقت يتم فيه تهميش وتجاهل قطاعات نسائية كبيرة وهن نساء الريف والقرى والعاملات في المهن المختلفة.
2. غياب الروابط الفعلية بين القائمين على تحرير هذه الصفحات وبين قرائها الحقيقيين من النساء والرجال والشباب، نظراً للهوة التي تفصل بين المحررين والكتاب وجمهورهم وعدم تقدير المعاناة الحقيقية لمشاكلهم، وتكون موضوعاتها في واد والقراء في واد آخر.

---

(1) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص 85).

(2) المرجع السابق (ص ص 86-87).

3. التركيز على تغطية أخبار المشاهير من الفنانان وسيدات المجتمع وعدم القيام بدور خبري ملموس يخدم الاحتياجات النسائية والأسرية ويلبيها بصورها المختلفة.
4. الاهتمام بالقضايا التقليدية للمرأة والتي تتضمن الأزياء والطهي والأكلات والديكور، أي أنها تتعامل مع المرأة على أنها أنثى فقط، ولم تهتم بالنواحي الفكرية والعقلية واحتياجاتها وأدوارها الأخرى في المجتمع.
5. طرح قضايا لا تتعلق بمشكلات وقضايا المرأة والأسرة العربية الحقيقية مثل : "رعاية القطط والكلاب، وطيور الزينة وغيرها من الأمور الهامشية.
6. اتسمت المعالجات الصحفية بالسطحية والسرعة وعدم الدقة في استكمال العنصر الفنية في التحرير الصحفي لها.
7. سطحية المادة المقدمة للطفل العربي وقصورها في تلبية احتياجاته.
8. طرح نماذج من الأزياء والديكور لا تناسب المرأة العربية.
9. عدم توافر أعداد كافية من المحررين والمحررات المؤهلين للعمل في الصحافة النسائية، وهذا ما جعل الصحافة النسائية والأسرية في العالم العربي بلا قضية.
10. المضمون المطروح لا يناقش قضايا اهتمام المرأة العربية بقدر ما هو استهلاك لمساحات في اتجاهات دعائية واستهلاكية، فقد قصرت اهتمامها على مخاطبة أنوثة المرأة ومشاكلها دون الاقتراب الحقيقي من واقعها وقضاياها.
11. عدم تأهيل ووعي القيادات الصحفية في المجلات العربية بقضايا المرأة والأسرة وخاصة تلك التي تصدرها مؤسسات كبرى وتابعة للدولة.
12. نسبة كبيرة من المحررين والمحررات دخلت إلى مجال الصحافة النسائية مكرهة، أو كانت هذه المجلات هي الفرصة الوحيدة أمامهم للعمل الصحفي وهذا ما أثر على أدائهم الصحفي فيأتي هذا الأداء روتينياً ليس فيه ابتكار وإبداع.
13. غياب الجانب التنموي في المعالجات الصحفية واتسامه بالندرة والسطحية فمن النادر أن تهتم هذه الصفحات بتنمية المرأة وتدريبها وثقافتها[1].
14. انعدام التأهيل للعمل بالصحافة النسائية حيث يقل الاهتمام بالدراسات المتخصصة في الإعلام، ولا يتم تنظيم دورات للعاملين بها إلا نادراً[2].

([1]) شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية (ص66).

([2]) إبراهيم، الصحفي المتخصص (ص ص121-122).

ومن الانتقادات التي عرضتها د. راجية قنديل من خلال دراسة عنوانها "قضايا المرأة في الصحافة النسائية العربية" كانت على النحو الآتي[1]:

أ. ضعف ملحوظ في مستوى الأداء المهني لعدد من الصحف والمجلات النسائية، وانخفاض معدلات الجودة، في بعضها الآخر، يصل أحياناً إلى حد العجز عن تحمل أعباء القيام بالأدوار الوظيفية الحيوية للصحافة في تشكيل رأي عام نشط وفاعل وواعٍ بقضايا المرأة، وتقديم صور واقعية تعكس إنجازاتها وتناقش همومها ومشاكلها وتعبر عن ذاتيتها، وتقدم مضموناً يشبع احتياجاتها المعرفية والثقافية والإعلامية ويربطها بقضايا المجتمع.

ب. ركزت كثير من الصحف النسائية والمجلات اهتمامها على قضايا لا تشكل أولوية للمرأة المعاصرة، ويقتصر الاهتمام في معظمها على المضمون الخفيف، بينما تغيب عن صفحاتها كثير من القضايا الحيوية الهامة.

ج. يتراجع بشدة في الصحافة النسائية المضمون السياسي الجاد، ورسائل التوعية السياسية ونادراً ما يتم تناول الحقوق السياسية للمرأة على صفحات المرأة في الصحف العامة والمجلات النسائية المتخصصة.

د. هناك هُوَّة عميقة بين واقع المرأة وصورتها التي تعكسها الصحافة العربية بصفة عامة والمجلات النسائية بصفة خاصة.

هـ. مازال مضمون الصحافة النسائية العربية يعكس النظرة للمرأة وأدوارها كأنثى وزوجة مع إهمال مشاركتها في المجال العام أو مشكلاته كامرأة عاملة، وكشريك في الإنتاج، أو في اتخاذ القرار السياسي، ومختلف جوانب الخلق والإبداع الفكري والفني، ومن ثَمَّ لا يعكس الرأي العام النسائي.

ثامناً: المطلوب من الصحافة النسائية المتخصصة:

كشفت المعلومات والبيانات التي تضمنتها كل من النتائج الخاصة بالتناول الصحفي لقضايا المرأة في الصحافة النسائية العربية، ودراسات الرأي العام والإعلام، عن[2]:

1- أهمية سرعة اتخاذ خطوات إيجابية نحو مزيد من التفعيل للدور الوظيفي للصحافة النسائية، وضرورة توفير ضمانات رفع كفاءة الأداء بالنسبة لوظيفة تنمية الوعي الاجتماعي، وربط المرأة بقضايا المجتمع.

([1]) قنديل، قضايا المرأة في الصحافة النسائية العربية (موقع الكتروني).

([2]) المرجع السابق.

2- أهمية أن تتجاوز الصحافة إشباع الاحتياجات الإعلامية لجمهور القراء، إلى استهداف تشكيل رأي عام نسائي واعٍ ومستنير، وتبني أفكار جديدة تسمح بتحسين نوعية الحياة، وإحداث تغييرات في المواقف التقليدية، وإعادة صياغة الصور الذهنية.

3- ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا القومية للمرأة باعتبارها قضايا الرجل والأسرة والمجتمع بأسره، وإتباع أساليب التخطيط العلمي في كافة الخطوات والمراحل، ويستلزم أن تكون البداية بحسن استثمار مستحدثات التكنولوجيا في مجال الإعلام والمواصلات والمعلومات والعمل على توفير قاعدة بيانات واقعية معاصرة منظمة؛ وإتباع الأساليب العلمية في كافة مراحل التخطيط والتصميم والخطوات التنفيذية كذلك.

4- تغليب المضمون الجاد على حساب المواد الخفيفة والذي يترتب عليه إعادة تشكيل رأي عام نسائي مدرك لقضايا مجتمعه ملم بها قادر على إعادة صياغة عقل وفكر المرأة العربية.

تاسعاً: الكتابة الصحفية للشؤون النسائية:

إن الكتابة الصحفية للشؤون النسائية تخضع لاعتبارين هما[1]:

أ. الصحافة النسائية هي "صحافة القارئة العادية"، خاصة أن غالبية القارئات ينتمينّ إلى الطبقة المتوسطة، كما ان أكثرهنّ من متوسطي التعليم والثقافة، وهذا الأمر يفرض على الصحافة النسائية ضرورة الالتزام بالأسلوب البسيط والتعبير الواضح، والعرض المباشر للأنباء والمعلومات والآراء والأفكار، بمعنى أن الصحافة النسائية يمكنها استخدام كافة الفنون الصحفية التي تعرفها الصحافة العامة شريطة أن تلتزم المعالجة الصحفية بأسلوب مبسط وواضح وعرض مباشر للأفكار.

ب. الصحافة النسائية تركز اهتمامها على الشؤون الخاصة بالمرأة مثل شؤون المنزل ورعاية الأسرة، وشؤون الزواج والأناقة والجمال بالإضافة الى مشكلات المرأة، كما ويغلب على الصحافة النسائية طابع "الخدمات" فهي تقدم للمرأة أحدث الأطعمة وطرق طهيها وأحدث صيحات الموضة والأزياء والمكياج والعطور والأثاث والديكور، لذا خصوصية الشؤون النسائية وطابع الخدمات الذي يميز الصحافة النسائية يتطلب ضرورة الاستعانة بفنون صحفية متميزة في الكتابة الصحفية.

([1]) أبو زيد، الصحافة المتخصصة (ص ص108).

وبناء عليه يمكن أن نميز ثلاثة فنون صحفية تنفرد بها الكتابة الصحفية للشؤون النسائية وهي[1]:

1) **تقرير المادة المدعمة بالصور**: يقوم البناء الفني على قالب الهرم المقلوب، وهو القالب الذي يضم مقدمة وجسم فقط، بحيث تشمل المقدمة على العناصر الرئيسية للحدث، أما جسم التقرير فيشمل على تفاصيل الحدث ويتميز هذا التقرير بأن المقدمة تشتمل على جميع معلومات التقرير في حين يشتمل الجسم على الصور المصاحبة له فقط، وهذا النوع من التقارير الصحفية يستخدم كثيراً في الموضوعات المتعلقة بعروض الأزياء أو أدوات التجميل أو الأثاث والديكور.
2) **تقرير الصور المتتابعة**: يقوم هذا البناء الفني على قالب المستطيلات المتساوية، فهو يتكون من جسم فقط، ولا توجد به مقدمة، فإن عنوان التقرير يلعب دور العنوان والمقدمة معاً، ويضم هذا التقرير عدة صور متتابعة بحيث تختص كل صورة بجانب معين من جوانب الحدث ويقوم التعليق على الصور بدور الشرح والتفسير لأبعاد الصورة ودلالاتها، ويستخدم في كتابة الشؤون الخاصة بعروض الموضة والأزياء والتسريحات الجديدة.
3) **التقرير المباشر للخدمات النسائية**: وهذا النوع من التقارير يلبي احتياجات الصحافة النسائية باعتبارها "صحافة خدمات"، ويقوم على تقديم الإرشادات والنصائح المباشرة للقارئة في مجالات اهتماماتها المختلفة، كما ويقوم هذا البناء على قالب الهرم وينقسم إلى ثلاثة أجزاء "مقدمة وجسم وخاتمة"؛ وتقتصر المقدمة على إبراز الهدف الرئيسي للتقرير بحيث تجذب انتباه القارئة إلى أهمية الخدمة التي يقدمها التقرير، أما جسم التقرير فيضم عدداً من الفقرات كلٍ منها تعالج فكرة معينة وتشرح جانباً من الموضوع، بينما الخاتمة تتضمن تلخيصاً للهدف الرئيسي للموضوع وتركز على إبراز جانب واحد من الموضوع يُعتقد بأهميته الكبيرة عن غيره، بالإضافة إلى دعوة القارئة إلى إتباع سلوك معين يتناسب والحقائق الجديدة التي يقدمها الموضوع.

عاشراً: أساليب إخراج ومضمون الصحافة النسائية:

تقدم المجلات النسائية في العالم العربي –من ناحية المضمون– كل ما يهم المرأة في كافة المجالات سواء ما تتعلق بأناقتها والأزياء وتسريحات الشعر أو تربية الطفل والأمور الخاصة بالزواج والخطوبة وترتيب البيت والموضوعات الخاصة بالديكور والتطريز وكذلك ما

([1]) أبو زيد، الصحافة المتخصصة (ص ص109–124).

يتعلق بالمطبخ وإعداد الوجبات الغذائية كما تشترك سائر الصحف والمجلات في نشر أخبار الأبراج والنجوم، ويلاحظ كذلك أن المجلات النسائية العربية تشترك جميعها في الاستعانة بما تنشره المجلات النسائية الغربية وكثيراً ما تنقل عنها من صور ومقالات وأخبار وهذا ما يؤخذ عليها إلى حد أن بعض المجالات تحاول أن تكون نسخة عربية من بعض المجلات الأوروبية.

وتتشابه الصحف والمجلات النسائية في فنونها الصحفية وتختلف درجات التباين فيما بينها من نوع الطباعة والورق وفق الإمكانيات المالية والاقتصادية للصحيفة أو المجلة، وعادة ما تصدر المجلة المسائية شأنها في ذلك شأن المجلات والدوريات المتخصصة عن دار نشر صحفية ضخمة، وتشترك سائر المجلات النسائية الحديثة في أسلوب واحد من ناحية الإخراج الصحفي ومضمون المادة الصحفية التي تقدمها، فهي تعتمد على الورق المصقول المتعدد الألوان وتستخدم الصورة الملونة والرسوم وتأخذ معظم المجلات النسائية أحجاماً متقاربة، وعادة ما يكون الغلاف مطبوعاً بالأوفست وعليه صورة جمالية، وتستخدم مساحة كبيرة من البياض لراحة عين القارئ[1].

وتذكر بعض المراجع الإعلامية أن المجلات النسائية في بدايتها لم تكن تهتم بالإخراج الصحفي وكانت معظمها تصدر في حجم الكتاب، وتُقسم إلى عمودين، ولا تسرف في العناوين الصور، ولم تعرف المجلات النسائية فنون الإخراج الصحفي إلا في الثلاثينات[2].

---

(1)عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة (ص ص60-61).

(2)السيسي، فنون التحرير والإخراج في مجلة حواء (ص72).

المبحث الثالث: قضايا المرأة في الصحافة النسائية الفلسطينية

تمهيد:

تعد الصحافة النسائية في فلسطين حالة نوعية ونادرة تختلف عن باقي الدول العربية والدولية، نظراً للظروف السياسية التي تعيشها فلسطين، والحالة النضالية والثورية التي تعيشها المرأة الفلسطينية خاصة، فهي "زوجة الشهيد والأسير، والمرأة العاملة التي تكد من أجل توفير حياة كريمة لأطفالها، لذا لابد أن تكون هذه الصحافة فريدة من نوعها، لا تُقارن بواقع الصحافة النسائية –في أي إقليم عربي أو دولي– والتي تهتم بأناقة المرأة وديكور بيتها وضرورة معايشة الموضة والعصر.

إن الأوضاع السياسية التي تسود المجتمع الفلسطيني جعلت من الصحافة النسائية سياسية أيضاً, فقضايا العنف تُربط بالجانب السياسي, وقضايا الانتخابات أو العلاقات الاجتماعية أو أي قضايا خاصة بالمرأة كلها تُربط بالجانب ذاته، مما غلب على الصحافة النسائية الجانب السياسي الجاد بعيداً عن الترفيه والبحث عن الكماليات.

والصحافة النسائية رغم قلتها فهي تتناول القضايا المهمة التي تتعلق بالمرأة في المجتمع الفلسطيني, وهي الصحافة الوحيدة في العالم العربي التي تغيّب القضايا التقليدية للمرأة كالطبخ والأزياء, ولكن نقطة الضعف فيها تكمن في عملية المعالجة لهذه القضايا.

تتعدد قضايا المرأة الفلسطينية واحتياجاتها اليومية، والتي تتبارى الصحافة بكافة أشكالها في تلبيتها، فالمرأة الفلسطينية لا تبحث عن أحدث صيحات الموضة أو الماكياج أو الطبخ بقدر احتياجها إلى الاستقرار السياسي وتحقيق الوحدة الوطنية وتحرير الوطن، وفي هذا المبحث ترصد الباحثة آراء الإعلاميات المتخصصات في الصحافة النسائية في فلسطين، للكشف عن عناصر الضعف والقصور التي تعتري الصحافة النسائية وأسباب غيابها وقلة مطبوعاتها وصولاً لآليات لمعالجة هذا القصور والارتقاء بالصحافة النسائية الفلسطينية لتلبي احتياجات وتطلعات المرأة الفلسطينية.

تقييم الإعلاميات المتخصصات لواقع الصحافة النسائية في فلسطين:

تقول المحررة في "مجلة السعادة" والمتخصصة في تغطية شؤون المرأة الفلسطينية **ديانا المغربي**[1]: إن الصحافة النسائية غائبة في المجتمع الفلسطيني، تكاد لا تظهر إلا في المواسم التي تُحييها بعض المطبوعات المتخصصة بشؤون المرأة، وأصبحت وسائل الإعلام الفلسطينية المختلفة تتعامل مع المرأة كحدث إعلامي وخبر هامشي، وما يدلل على ذلك هو قلة المطبوعات النسائية التي تصدر عن مؤسسات أهلية، وأغلبها تعمل ضمن مشاريع وملفات موسمية لا ترتقي إلى طموح وآمال وتطلعات المرأة الفلسطينية.

وتبين المغربي: الصحافة تتعامل مع قضايا المرأة كتغطيات عادية وتكون سطحية وأحياناً تميل إلى النخبوية، فهي تركز على النخبة النسوية في فلسطين وإنجازاتها، وإغفال دور المرأة الفلسطينية المناضلة والعاملة التي أثبتت مع مرور الوقت أنها محور الارتكاز لتميز الصحافة النسائية في فلسطين عن غيرها من الدول العربية، وتعرج على الصفحات المتخصصة في الصحافة اليومية العادية: لاشك أن هناك بعض الصفحات المتخصصة في الصحف اليومية الفلسطينية لكنها لا تلبي تطلعات واحتياجات المرأة الفلسطينية وتتعامل مع قضايا المرأة كأخبار سطحية وكأنها "تأدية واجب" تسير على خطى بعض الصحف عندما تحتفل بيوم المرأة العالمي أو احياء اتفاقية العنف ضد المرأة، لكن هناك غياب واضح لدور المرأة المناضلة التي تبحث عن التميز في الأداء وإيجاد بصمة لها في المجتمع.

وتركز على الفجوة بين الصحفي المتخصص والمرأة الفلسطينية، خاصة مع وجود الصحافة الحزبية التي جعلت من الصحافة النسائية أداة لزيادة الانتماء للحزب، فهناك وسائل إعلامية ومطبوعات صدرت عن مؤسسات حزبية تفرض عليها الطابع الحزبي سواء كان إسلامي أو ليبرالي، وهذا ما خلق الفجوة بين الصحفي وقضايا المرأة، فقد أوجدت هذه المؤسسات صحفي متخصص لا يؤمن بالقضية التي يعمل من أجلها سوى أنها تخدم بها حزبه السياسي.

وتكشف عن عوامل القوة في الصحافة النسائية الفلسطينية في أنها تركز على الجانب المشرق من قضايا المرأة الفلسطينية وليست المظلومية والعنف، وهناك الكثير من الأمثلة النسائية التي أوجدت لها بصمة على الساحة الفلسطينية في انجازاتها وأجبرت الكثير من وسائل الإعلام الفلسطينية على التركيز عليها وإفراد مساحة لهذا الإنجاز النسائي، كما أن الصحافة

---

(1) ديانا المغربي، محررة وإعلامية في مجلة السعادة، ريما سلمان، (مقابلة شخصية: 1 أبريل 2017م)، الساعة 11:00 صباحاً.

النسائية ركزت على القاعدية في الحديث عن قضايا المرأة ومطالبها، فهناك الكثير من المطبوعات والوسائل المختلفة وضعت المرأة العاملة والمربية والطموحة محط الاهتمام وتبنى عليها قاعدة العمل في قضايا المرأة وليست النخبة، وهذا ما جعل الصحافة النسائية قوية مقارنة بالصحافة النسائية العربية.

وترجع أسباب قلة المطبوعات النسائية في فلسطين إلى غياب التمويل اللازم لإنتاج هذه المطبوعات، فأغلب المطبوعات تصدر عن المؤسسات الأهلية ضمن مشاريع ممولة دولياً، كذلك حزبية المؤسسات التي تصدر عنها هذه المطبوعات، مما جعل الاهتمام بقضايا المرأة يفتر وتغيب المشاريع التطويرية للمرأة الفلسطينية، فالصحافة النسائية في فلسطين تعمل ضمن أجندات سياسية وحزبية واضحة تخدم شريحة واحدة ألا وهي "النخبة السياسية والوطنية والاجتماعية" لذا فهي لا تلبي طموح المرأة الفلسطينية ولا تعطيها المكانة التي تليق بها.

وتنقد المحررة المغربي الصحافة النسائية في فلسطين قائلة: إن غياب الجهود النسائية المشتركة أضعف من فاعلية الاهتمام بقضايا المرأة، فهناك ست مطبوعات تصدر عن مؤسسات وأجندات مختلفة لا يوجد بينهم أدنى تواصل للتباحث في احتياجات المرأة الفلسطينية، وكذلك تركز الاهتمام على الإعلام الجديد الذي أغفل بصورة واضحة قضايا المرأة الفلسطينية وركز اهتمامه على الأوضاع السياسية والاقتصادية والوطنية، كما أن المرأة الفلسطينية أصبحت في الصحافة النسائية مجرد مشاريع موسمية على الأغلب مخرجاتها لا تصب في صالح المرأة وطموحاتها، إلى جانب أن الصحافة النسائية في بعض وسائل الإعلام ركزت على مظلومية وضعف المرأة الفلسطينية باعتبارها الحلقة الأضعف في المجتمع الفلسطيني.

وعن مجلة السعادة قالت: السعادة هي مجلة اجتماعية أسرية بالدرجة الأولى لكنها أولت اهتمام كبير بالمرأة الفلسطينية منذ صدور العدد الأول، وطرحت جميع القضايا التي تهم المرأة في التعامل مع مجتمعها وزوجها وأبنائها، وتقديم النصائح والإرشادات، فلم تأخذ طابع الجدية والرسمية بل جمعت بين الترفيه والتسلية والجدية والنصح والإرشاد، كما وركزت على المرأة القوية الناجحة والطموحة التي ترعي أسرتها وأبنائها في غياب زوجها الشهيد أو الأسير، وشكلت حالة نوعية بتميزها رغم الصعاب التي مرت بها.

أما سكرتير تحرير مجلة الغيداء التي تصدر عن مركز شؤون المرأة في غزة **سمر الدريملي**[1] فقالت: في ظل توجه الصحافة العالمية إلى التخصص نجد أن فلسطين لازالت

(1) سمر الدريملي، سكرتير تحرير مجلة الغيداء، ريما سلمان، (مقابلة شخصية: 8 أبريل 2017م)، الساعة 10:20 صباحاً.

تُحجم الصحافة المتخصصة وخاصة "الصحافة النسائية" وما يدلل على ذلك قلة المطبوعات والوسائل الإعلامية المتخصصة بقضايا المرأة الفلسطينية، فالمطبوعات لا تزيد على عدد أصابع اليد، وكذلك الفضائيات والإذاعات والمواقع الالكترونية، وإن وجدت هذه الوسائل الإعلامية إلا أنها لا تلبي احتياجات المرأة الفلسطينية، فنجد الخلط والدمج بين القضايا والأزمات الفلسطينية متطلبات المرأة الفلسطينية، فأصبح التعامل مع هذه القضايا بشكل سطحي لا يقارن بحجم مشاكل المرأة الفلسطينية اليومية.

وتكشف عن مواطن الضعف والقصور في الصحافة النسائية بأنها صحافة جادة بعيدة عن احتياجات المرأة ورغباتها، وعدم وصولها إلى جميع النساء في فلسطين حتى وإن كانت مجانية، كما أن تغطيات قضايا المرأة موسمية، فتزيد كثافتها في وقت محدد من العام وتغيب في الوقت الباقي، كذلك عدم وعي وإدراك المرأة الفلسطينية لدورها ومركزها في المجتمع الفلسطيني فلازالت تخضع للعادات والتقاليد والموروث الثقافي والاجتماعي، فكثير من المجلات والصحف الفلسطينية تجد صعوبة من حصر الصور والبيانات الخاصة بالمرأة الفلسطينية لرفض المرأة وأسرتها التعامل مع الإعلام الفلسطيني بشتى أنواعه.

وتحدثت عن عوامل القوة في الصحافة النسائية الفلسطينية: أوجدت الصحافة النسائية إعلاميات فلسطينيات أثبتنّ أنفسهنّ في حقل الإعلام وحصلنّ على جوائز عالمية، كذلك أظهرت الصحفي المتخصص المؤمن بقضايا المرأة واحتياجاتها، والذي يسعى لسبر غور هذه المتطلبات ويلقي الضوء عليها من أجل توفير جيش من المساندين لقضايا المرأة الفلسطينية.

وعن "مجلة الغيداء" ومضمونها الصحفي تقول: "الغيداء" مجلة جادة تهتم بقضايا المرأة الفلسطينية السياسية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية، فقد انطلقت من منطلق المعنى الحقيقي للصحافة النسائية الفلسطينية التي تتحدث عن المرأة الفلسطينية المناضلة والثائرة والصابرة، وتعبر عن همومها وتلبي احتياجاتها الاجتماعية والقانونية والنفسية، كما وتربط المرأة بكافة الأزمات الفلسطينية باعتبارها جزء أساسي من المجتمع ويقع على كاهلها الاهتمام ببنائه.

وتضع الدريملي آليات لمعالجة قصور تغطية الصحافة النسائية لقضايا المرأة الفلسطينية مؤكدة على ضرورة توعية المرأة الفلسطينية بقضاياها، والعمل على تغيير الصورة النمطية للمرأة الفلسطينية التي قولبها فيه الإعلام الفلسطيني، وضرورة إلحاق الصحفيين المتخصصين في الصحافة النسائية في دورات تدريبية وورش عمل لخلق نوع من التواصل والإيمان العميق بالقضايا التي يتبناها هذا الصحفي، وإفراد مساحة أكبر لقضايا المرأة الفلسطينية في الصحف

اليومية وتناول هذه القضايا بكافة الفنون الصحفية وعدم الاقتصار على الخبر الهامشي أو المقال النقدي، والعمل على زيادة عدد الوسائل الإعلامية المتخصصة بالمرأة الفلسطينية.

وترى الصحفية المتخصصة في شؤون المرأة منى خضر[1]: إن الصحافة النسائية الفلسطينية نوعية في مضمونها الصحفي، فهي ليست نمطية في التعامل مع قضايا المرأة كالصحافة العادية، فهي تولي المرأة الفلسطينية اهتماماً خاصاً، وتسعى لتلبية احتياجاتها الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والقانونية، ولا تغفل أي جانب من هذه الجوانب، لذا ينفي عنها جانب الموسمية والنخبوية كما يصفها البعض، وتبين: تركز الصحافة النسائية الفلسطينية على الجانب المشرق من المرأة "المناضلة والمعطاءة والمبدعة" وليست "الشاكية والباكية" التي تصفها بها وسائل الإعلام العادية، فقد اتجهت الصحافة النسائية في الآونة الأخيرة إلى الدمج بين الجدية والترفيه والتسلية وتوفير كل ما يحتاجه المرأة من أساسيات وكماليات ضمن أبواب ثابتة، فنجد أن "الغيداء" غيرت من أسلوب تبويبها واتجهت إلى الترفيه والتسلية لتخفيف حدة الجمود في بعض الموضوعات، وكذلك "السعادة" التي أفردت مساحات كبيرة للمرأة تتحدث عن المطبخ والديكور ووسائل إيجابية في التعامل مع الأبناء والأسرة، وقالت: الصحافة النسائية الفلسطينية العصرية بطابعها المميز لم تختلف عن سابقتها من المجلات والصحف، فقد جمعت بين النضال والثورة والكفاح وبين أساليب رعاية الأبناء وتربيب البيت والتعرف على أخر صيحات الموضة والديكور والماكياج.

وتنتقد خضر الصحافة النسائية الفلسطينية في تحجيم موضوعاتها ومضامينها خاصة أن المطبوعات والإذاعات تصدر عن مؤسسات نسوية فلسطينية "الغيداء" عن مركز شؤون المرأة، و"السعادة" عن مؤسسة الثريا و"صوت النساء" عن طاقم شؤون المرأة، وهذا ما يجعلها تقنن من الملفات والقضايا فلا تلبي احتياجات ومتطلبات المرأة الفلسطينية.

وتشير إلى الإيجابيات: الصحافة النسائية الفلسطينية أوجدت العديد من المحلات السياسيات والاقتصاديات والاجتماعية والقانونيات، لذا أوجدت الصحفي والمتحدث المتخصص المؤمن بقضايا المرأة ويعبر عنها بمسؤولية عالية، كما أنها ركزت على المرأة الفلسطينية المبدعة التي وضعت لها بصمة مميزة في جميع المجالات، فبعدما كانت تركز على المرأة المظلومة والمكلومة والضعيفة، سلطت الضوء على المرأة التي شاركت في صنع القرار السياسي وصاحبة المشاريع الناجحة والمعلمة التي حصلت على جوائز دولية لنشاطاتها المميزة.

---

(1) منى خضر، صحفية متخصصة في شؤون المرأة، ريما سلمان، (مقابلة شخصية: 10 أبريل 2017م)، الساعة 1:30 مساءاً.

ومن جانبه فقد تحدث **د. أمين وافي**[1]، المتخصص في الإعلام الفلسطيني في لقاء صحفي أجرته معه صحيفة فلسطين عن نشأة وتطور الصحافة النسائية في فلسطين: إن فلسطين عرفت الصحافة في وقت مبكر جداً, فقد ظهرت فيها منذ العصر العثماني, كما أن الصحافة الفلسطينية في فترة الاحتلال البريطاني والشتات كانت فيها بعض التجارب النسائية, والتي كانت مزدهرة, ولعبت دوراً في القضية الوطنية، أما في عهد الاحتلال فكانت هناك تجارب نسائية أيضاً لكنها كانت قليلة وحاولت أن تثبت وجودها بين وسائل الصحافة المختلفة, أما في عهد السلطة الفلسطينية, فلم تعط الصحافة النسائية الأهمية التي تستحقها.

وأوضح أن المشكلة تكمن في إطار أن الصحافة النسائية تعتمد على التمويل الخارجي, والذي غالباً ما يكون غير ثابت, الأمر الذي لا يتيح المجال لاستمراريتها, أو تجعل صدورها بشكل غير موسمي وعلى المحك، مشيراً إلى أن المجتمع الفلسطيني يمتلك إمكانيات العمل في الصحافة النسائية، وذلك يتضح من خلال تواجد أعداد كبيرة من الإعلاميات المهنيات المدربات على أعلى المستويات, والقادرات على إنتاج صحافة نسائية متميزة.

وبيّن أن الأقلام موجودة, والخبرة كذلك, بالإضافة إلى الجو العام الملائم, مردفاً بقوله: "المجتمع الفلسطيني أصبح أكثر تفهماً لدور المرأة في جميع مناحي الحياة, ولكن المشكلة تبقى في التمويل, بالإضافة إلى تدهور سوق الصحافة المكتوبة على مستوى العالم الذي أثر بشكل سلبي على الصحافة النسائية في العالم بأسره, فكيف ببلد صغير كفلسطين وقطاعٍ أصغر كقطاع غزة؟، لافتاً إلى أن المشكلة لها أكثر من جانب غير التمويل, فبعض المجلات النسائية تعالج في كثير من الأحيان قضايا تثير إشكاليات داخل المجتمع الفلسطيني, وليس عليها توافق وهذا لا يرضي الجميع.

ونوه إلى أن اقتصار الإعلام النسوي على التمويل الخارجي وضعه في مشكلة عدم الثبات وعدم الاستمرارية، كما أنه تسبب بجعله ضمن مضمار الاتهام "بأنه يتبنى وجهات نظر غير متفق عليها في المجتمع الفلسطيني"، وهذا أدى إلى النظر لبعض المؤسسات على أن بها أفكار تغريبية, كإطلاق الحريات للمرأة وأفكار أخرى المجتمع الفلسطيني غير مؤهل لاستيعابها، وهذا أثار حفيظة الكثير من الجهات داخل المجتمع, بأنها تلبي أجندات وأفكاراً خارجية.

وشدد على أنه لإيجاد صحافة نسائية لها تأثير, فإن "الحكومات المتتالية, ووزارة الثقافة, ووزارة شؤون المرأة, الجهات المختصة بالنساء والمجتمع, والأحزاب السياسية" مطالبة بالقيام

---

(1) أمين وافي، أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الإسلامية، ريما سلمان، (مقابلة شخصية: 2 مايو 2017م)، الساعة 12:30 مساءاً.

بدورها في هذا المجال, بالإضافة إلى المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، وأضاف: "الأمر يحتاج إلى وقفة حقيقية, تتضمن عقد ورشات عمل وندوات لبحث المشكلة وتحديد الأسباب ووضع المقترحات", مستدركاً: جميع الأطراف مطالبة بحل هذه المشكلة, فمعظم الأحزاب السياسية لها أطر نسائية يمكن تطويرها من خلال الإعلام، والمستقبل يبشر بخير ومتعلق بمشاركة نسائية بالحياة العامة والقضايا المختلفة والخلافية.

وأكد أنه يمكن تطوير الصحافة النسائية من خلال الأطر النسائية داخل الحركات والأحزاب الفلسطينية, فأين المانع أن تدعم هذه الأحزاب والحركات التيارات النسائية الموجودة فيه؟ متمماً: لذلك نحن بحاجة إلى وقفة حقيقية وبحث وتضافر آراء المختصين من خلال ورشات عمل وندوات تبحث عن حجم المشكلة وتحاول إيجاد حلول لها، ولكن بشكل عام هذا الأمر يمكن معالجته بالبحث عن مصادر تمويل داخلية, من خلال سوق الإعلانات, أو مصادر أخرى تخرجها من مأزق الجانب التمويلي.

الفصل الثالث

استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية

المستوى التصنيفي المعتمد في الدراسة:

لتحديد المستوى التصنيفي المعتمد في الدراسة ،فقد تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرت الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (4=1−5)، ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (0.80=4/5)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي واحد صحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول الآتي[1]:

جدول (3.1) يوضح المستوى التصنيفي المعتمد في الدراسة

طول الخلية	الوزن النسبي المقابل له	درجة الموافقة
من 1 – 1.80	من 20% –36%	قليلة جدا
أكبر من 1.80 – 2.60	أكبر من 36% – 52%	قليلة
أكبر من 2.60 – 3.40	أكبر من 52%– 68%	متوسطة
أكبر من 3.40 – 4.20	أكبر من 68%– 84%	كبيرة
أكبر من 4.20 – 5	أكبر من 84 %–100%	كبيرة جدا

ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمدت الباحثة على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للأداة ككل، ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حدد الباحثة درجة الموافقة حسب المستوى التصنيفي المعتمد للدراسة.

(1) التميمي، فاعلية استخدام نظام إدارة الجودة (آيزو 9001) في تطوير أداء الوحدات الإدارية في وزارة التربية والتعليم في الأردن من وجهة نظر العاملين فيها ودرجة رضاهم عن هذا النظام (ص42).

المبحث الأول: مناقشة نتائج الدراسة وفرضياتها

يستعرض هذا المبحث عدة محاور أساسية هي: استخدام الصحافة النسائية في فلسطين، أسباب عدم استخدام الصحافة النسائية في فلسطين، والصحف النسائية المستخدمة، والمدة الزمنية لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين، وترتيب المجلات والصحف النسائية حسب الاستخدام لها، وطريقة الحصول على الصحافة النسائية، والفترات التي يفضل فيها استخدام الصحافة النسائية، والمدة التي يتم قضائها أثناء استخدام الصحافة النسائية، وطبيعة التأثر باستخدام الصحافة النسائية، ودرجة تأثير استخدام الصحافة النسائية على السلوك والثقافة الحياتية.

أولاً: أنماط استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة الفلسطينية

1- استخدام الصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.2) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة استخدام الصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.2): استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية

استخدام الصحافة النسائية	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	**298**	**74.5**
أحيانا	**60**	**15**
لا	**42**	**10.5**
المجموع	**400**	**100.0**

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 74.5% من عينة الدراسة هن من اللواتي يستخدمنّ الصحافة النسائية, بينما ما نسبته 15.0% هن من اللواتي أحياناً يستخدمنّ الصحافة النسائية, بينما ما نسبته 10.5% هنّ من اللواتي لا يستخدمنّ الصحافة النسائية.

وتشير هذه النتيجة إلى أن غالبية المبحوثات يستخدمن ويتابعنّ الصحافة النسائية، وهذه النتيجة تربط ارتباط كبير بفئة المؤهل العلمي التي أظهرت أن 49.5% هنّ من حملة الشهادة الجامعية، وبالتالي هنّ من يقرأن الصحف والمجلات النسائية، وهذا يؤكد ما توصلت إليه الدراسة في أن النسبة الأكبر من المبحوثات يتابعنّ الصحافة النسائية الفلسطينية.

2- أسباب عدم استخدام الصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.3) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة أسباب عدم استخدام الصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.3): أسباب عدم استخدام المرأة الفلسطينية الصحافة النسائية في فلسطين

أسباب عدم استخدام الصحافة النسائية	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
الاعتماد على وسائل إعلامية أخرى	**36**	**85.7**	**1**
أسعارها غير مناسبة	**27**	**64.3**	**2**
مضيعة للوقت	**15**	**35.7**	**3**
عدم الاقتناع بجدواها وأهميتها	**9**	**21.4**	**4**
لا أحب القراءة	**8**	**19.0**	**5**
أخرى	**4**	**9.5**	**6**

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 42 .

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 85.7% من اللواتي لا يستخدمن الصحافة النسائية سبب عدم استخدامهن يرجع إلى الاعتماد على وسائل إعلامية أخرى, بينما ما نسبته 64.3% يرجع إلى أن أسعارها غير مناسبة, بينما ما نسبته 35.7% يرجع إلى أنها مضيعة للوقت, بينما ما نسبته 21.4% يرجع إلى عدم الاقتناع بجدواها وأهميتها, بينما ما نسبته 19.0% يرجع إلى أنه لا يحببن القراءة, بينما ما نسبته 9.5% يرجع إلى أسباب أخرى.

وتعكس هذه النتائج تراجع استخدام النساء للصحافة النسائية المطبوعة خاصة بينما توجد متابعة للقضايا النسائية على وسائل الإعلام الأخرى، وتتفق هذه الدراسة مع دراسة عبد العزيز (2008م) في "أن 96% من قراء المجلات النسائية حسب العينة المستهدفة، يعتمدن على مصادر أخرى للثقافة والمعرفة العامة أهمها التليفزيون والصحف غير المتخصصة"[(1)].

ويرجع د. أسامة علي أسباب عدم قراءة المجلات والصحف إلى: "عدم وجود الوقت الكافي وتفضيل وسيلة على أخرى، إلى جانب مشكلات التوزيع واللغة، ومحتوى الصحف والمحلات وعدم الرغبة في القراءة"[(2)].

---

(1) عبد العزيز، الواقع السلبي لمجلات المرأة وكيفية تطويرها.

(2) علي، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء (ص68).

3- الصحف النسائية المستخدمة:

يبين الجدول (3.4) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة الصحف النسائية المستخدمة.

جدول (3.4): الصحف النسائية المستخدمة من قبل عينة الدراسة

الصحف النسائية المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
مجلة السعادة	**162**	**45.3**	**1**
مجلة الغيداء	**124**	**34.6**	**2**
صحيفة نساء من اجل فلسطين	**86**	**24.0**	**3**
مجلة ينابيع	**73**	**20.4**	**4**
صحيفة صوت النساء	**62**	**17.3**	**5**
الصفحات النسائية في الصحف الفلسطينية	**52**	**14.5**	**6**
أخرى	**34**	**9.5**	**7**
المجموع	**593**		

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 358 .

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 45.3% من مستخدمات الصحف النسائية يستخدمن مجلة السعادة, بينما ما نسبته 34.6% يستخدمن مجلة الغيداء, بينما ما نسبته 24.0% يستخدمن صحيفة نساء من أجل فلسطين, بينما ما نسبته 20.4% يستخدمن مجلة ينابيع, بينما ما نسبته 17.3% يستخدمن صوت النساء, بينما ما نسبته 14.5% يستخدمن الصفحات النسائية في الصحف الفلسطينية, بينما 9.5% يستخدمن مجلات وصحف أخرى.

وتُرجع الباحثة ارتفاع نسبة قراء "مجلة السعادة والغيداء ونساء من أجل فلسطين" إلى أنها تصدر من غزة ونسخها متواجدة في المكتبات والمؤسسات العامة والخاصة وباستطاعة المرأة الفلسطينية قراءها أو اقتنائها، أما ضعف استخدام المبحوثات لصوت النساء بسبب عدم وصولها إلى قطاع غزة، أو عدم انتظام إصدارها كما في مجلة ينابيع، والتقصير الواضح من الصحف اليومية لإفراد مساحة لموضوعات المرأة والتي قد تكون ضمن صفحات "المجتمع والناس".

وتؤكد الصحفية ديانا المغربي: "زاد عدد قراء مجلة السعادة وتوزيعها في الفترة الأخيرة نظراً لانتظام صدروها، وسهولة الحصول عليها وتداولها بين النساء والأسر الفلسطينية خاصة أنها تصدر من قطاع غزة"[1].

4- المدة الزمنية لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.5) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة المدة الزمنية لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.5): المدة الزمنية لاستخدام الصحافة النسائية

المدة الزمنية لاستخدام الصحافة النسائية	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
من عامين إلى أقل من أربعة أعوام	**149**	**41.6**	**1**
أربعة أعوام فأكثر	**108**	**30.2**	**2**
من عام إلى أقل من عامين	**65**	**18.2**	**3**
أقل من عام	**36**	**10.1**	**4**
المجموع	**358**	**100.0**	

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 41.6% من مستخدمات الصحافة النسائية يستخدمنها من حوالي عامين إلى أقل من أربعة أعوام, بينما ما نسبته 30.2% يستخدمنها أربعة أعوام فأكثر, بينما ما نسبته 18.2% يستخدمنها من عام إلى أقل من عامين, بينما ما نسبته 10.1% يستخدمنها من أقل من عام .

وترى الباحثة أن اهتمام النساء بمتابعة قضاياهم قد ظهر في الآونة الأخيرة خاصة مع طرح بعض المجلات والصفحات المتخصصة للقضايا الهامة التي تلبي طموح المرأة كالتعليم والمشاركة السياسية والمجتمعية، وتَصدُر بعض النساء الفلسطينيات أرقى المناصب المحلية والعربية والدولية، وحصول بعضهنّ على جوائز دولية بسبب نشاطاتهنّ الاجتماعية والسياسية والإنسانية والفكرية والثقافية.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة رحمي (2017م): "38.7% من المبحوثات يستخدمنّ المواقع الالكترونية الإخبارية منذ أربعة أعوام فأكثر، بينما 25.6%

(1) ديانا المغربي، محررة وإعلامية في مجلة السعادة، ريما سلمان، (اتصال هاتفي: 10 يونيو 2017م)، الساعة 1:00 مساءً.

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"[1].

5- ترتيب المجلات والصحف النسائية حسب الاستخدام لها:

يبين الجدول (3.6) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة ترتيب المجلات والصحف النسائية حسب الاستخدام لها.

جدول (3.6): ترتيب المجلات والصحف النسائية حسب الاستخدام

المجلات والصحف	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
مجلة السعادة	5.10	85.17	1
مجلة الغيداء	4.80	80.16	2
صحيفة نساء من اجل فلسطين	4.20	70.14	3
مجلة ينابيع	3.70	61.79	4
صحيفة صوت النساء	3.50	58.45	5
الصفحات النسائية في الصحف الفلسطينية	3.30	55.11	6

تبين من الجدول السابق أن المجلة الأكثر استخدام كانت مجلة السعادة وجاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي قدره 85.17%, وفي المرتبة الثانية مجلة الغيداء بوزن نسبي قدره 80.16%, وفي المرتبة الثالثة صحيفة نساء من اجل فلسطين بوزن نسبي قدره 70.14%, وفي المرتبة الرابعة مجلة ينابيع بوزن نسبي قدره 61.79%, وفي المرتبة الخامسة صحيفة صوت النساء بوزن نسبي قدره 58.45%, وفي المرتبة الأخيرة الصفحات النسائية في الصحف الفلسطينية بوزن نسبي قدره 55.11%.

وتعزو الباحثة عدم اهتمام المبحوثات بقراءة المجلات والصفحات النسائية في الصحف اليومية السابقة الذكر لأنها لا تصدر في قطاع غزة ونادراً ما تتواجد في المكتبات والمؤسسات، أما الصفحات المتخصصة بالمرأة فهي موسمية في كثير من الأحيان ولا تظهر اهتمامها بقضايا المرأة إلا في المناسبات الخاصة بالمرأة.

(1) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إلى دراسة تربان (2012م): "أن المبحوثات يتابعنّ مجلة الغيداء بنسبة 100%"[1].

6- طريقة الحصول على الصحافة النسائية:

يبين الجدول (3.7) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة طريقة الحصول على الصحافة النسائية.

جدول (3.7): طريقة الحصول الصحافة النسائية

المجلات والصحف	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
عن طريق المحلات التجارية	123	34.4	1
عن طريق أقارب أو أصدقاء	84	23.5	2
عن طريق إحدى المؤسسات	63	17.6	3
عبر اشتراك دوري مع المؤسسة الصحفية	45	12.6	4
عبر الموقع الالكتروني عبر الانترنت	31	8.7	5
أخرى	12	3.4	6
المجموع	358	100.0	

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 34.4% من مستخدمات الصحافة النسائية يحصلن عليها عن طريق المحلات التجارية, بينما ما نسبته 23.5% عن طريق أقارب أو أصدقاء, بينما ما نسبته 17.6% عن طريق إحدى المؤسسات, بينما ما نسبته 12.6%عبر اشتراك دوري مع المؤسسة الصحفية, بينما ما نسبته 8.7%عبر الموقع الالكتروني عبر الانترنت, بينما ما نسبته 3.4%عبر طرق أخرى .

وهذا يرتبط بالنتيجة السابقة في أن بعض المجلات والصحف النسائية المتخصصة تكون متواجدة أما في المكتبات العامة أو في المؤسسات التي تصدر عنها هذه المجلات والصحف.

وتعزو الباحثة ضعف الحصول عليها عن طريق الموقع الالكتروني الخاص بها لأن إدارة الصحيفة لا تضع المجلة بنظام PDF على الموقع حتى يتم بيعها وتداولها، وبعد انتهاء النسخ من الأسواق يتم إنزالها على الموقع الالكتروني الخاص بها أو بالمؤسسة الصادرة عنها.

(1) تربان, الصحف النسائية ودورها في ترتيب أولويات المرأة الفلسطينية نحو قضاياها المختلفة، دراسة حالة لمجلة الغيداء وقرائها.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة عبد العزيز (2008م): "تداوم 17% من العينة على شراء مجلة واحدة على الأقل من هذه المطبوعات، وتواظب 20% على قراءة مجلة واحدة على الأقل ولكن من خلال الاستعارة من المكتبات العامة أو الصديقات أو النسخ القديمة في محلات تصفيف الشعر"[1].

7- الفترات التي يفضل فيها استخدام الصحافة النسائية:

يبين الجدول (3.8) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة الفترات التي يفضل فيها استخدام الصحافة النسائية.

جدول (3.8): الفترات التي يفضل فيها استخدام الصحافة النسائية

المدة الزمنية لاستخدام الصحافة النسائية	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
لا يوجد فترة محدد	153	42.7	1
الفترة المسائية	98	27.4	2
الفترة الصباحية	71	19.8	3
فترة الظهيرة	36	10.1	4
المجموع	358	100.0	

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 42.7% من مستخدمات الصحافة النسائية لا يوجد لها فترة محدد للاستخدام, بينما ما نسبته 27.4% يفضلن الفترة المسائية, بينما ما نسبته 19.8% يفضلن الفترة الصباحية, بينما ما نسبته 10.1% يفضلن فترة الظهيرة .

تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إلى دراسة رحمي (2017م): "أن ما نسبته 44.3% من المبحوثات لا يوجد لديهنّ وقت محدد يفضلنه لاستخدام المواقع الالكترونية الإخبارية، بينما تختلف مع نفس الدراسة في تفضيل الفترة المسائية والصباحية إذ أن ما نسبته 23.3% يفضلن الاستخدام صباحاً، و22.6% يفضلون استخدامها مساً في حين أن 7.5% يفضلون استخدامها في وقت الظهيرة"[2].

(1) عبد العزيز، الواقع السلبي لمجلات المرأة وكيفية تطويرها.

(2) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

وتختلف مع دراسة العلي (2005م): "حصلت فترة المساء والسهرة على المرتبة الأولى من حيث مشاهدة القنوات الفضائية 62.5%، وتلتها فترة الظهيرة بنسبة 17.5%، والصباحية بنسبة 2%"[1].

وتتفق مع دراسة وافي (2015م): "الفترة الزمنية المفضلة للمرأة للمشاهدة هي فترة الظهيرة, وتفضل النساء مشاهدة القنوات الفضائية ومنها الفلسطينية عن غيرها من القنوات"[2].

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مطهر (2010م): "الأوقات التي تفضل فيها المرأة اليمنية مشاهدة قنوات الأفلام العربية هي فترة الراحة بنسبة (62%), تليها فترة انتهائها من عمل المنزل بنسبة (28.5%), ثم بحكم التعود بنسبة (25%)[3].

وترى الباحثة أن النتائج منطقية من حيث توقيت استخدام المبحوثات للصحافة النسائية حيث لا يوجد وقت محدد لاستخدامهنّ نتيجة لاختلاف واقعهنّ الاجتماعي والنفسي وتنوعهنّ، حيث أن المبحوثة تفضل استخدام الصحافة النسائية في الوقت الذي تكون فيه متفرغة وليس في وقت محدد.

8- المدة التي يتم قضاؤها في استخدام الصحافة النسائية:

يبين الجدول (3.9) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة المدة التي يتم قضائها أثناء استخدام الصحافة النسائية.

جدول (3.9): المدة التي يتم قضاؤها أثناء استخدام الصحافة النسائية

المدة التي يتم قضائها أثناء استخدام الصحافة النسائية	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
من ساعة إلى أقل من ساعتين	**184**	**51.4**	**1**
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	**98**	**27.4**	**2**
أقل من ساعة	**76**	**21.2**	**3**
المجموع	**358**	**100.0**	

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 51.4% من مستخدمات الصحافة النسائية مدة استخدامهن من ساعة إلى أقل من ساعتين, بينما ما نسبته 27.4% مدة استخدامهن من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات, بينما ما نسبته 21.2% مدة استخدامهن أقل من ساعة .

(1) العلي، استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية، دراسة ميدانية.

(2) وافي، استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباعات المتحقق، دراسة ميدانية.

(3) مطهر، استخدامات المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية والإشباعات المتحققة.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إلى دراسة رحمي (2017م): "أن ما نسبته 39% من المبحوثات يقضون أقل من ساعة يومياً في تصفح المواقع الالكترونية الإخبارية، بينما ما نسبته 29.2% تتراوح مدة استخدامهنّ من ساعة إلى أقل من ساعتين، فيما تقاربت باقي ساعات الاستخدام من ثلاث ساعات فأكثر ومن ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً"[(1)].

وتختلف مع دراسة العلي (2005م): "مدة المشاهدة من 3 ساعات وأقل من 5 ساعات تمثل الزمن الأكثر إقبالاً من قبل أفراد العينة، حيث نال المركز الأول بنسبة 57.5% ويليه أقل من 3 ساعات بنسبة 32.5%، ومن ثم أكثر من 5 ساعات بنسبة 10%"[(2)].

9- طبيعة التأثر باستخدام الصحافة النسائية:

يبين الجدول (3.10) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة طبيعة التأثر باستخدام الصحافة النسائية.

جدول (3.10): طبيعة التأثر باستخدام الصحافة النسائية

طبيعة التأثر باستخدام الصحافة النسائية	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
تأثير سلوكي	**286**	**79.9**	**1**
تأثير معرفي	**234**	**65.4**	**2**
تأثير وجداني	**211**	**58.9**	**3**

*** الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 358 .**

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 79.9% من مستخدمات الصحافة النسائية تأثرن من الناحية السلوكية, بينما ما نسبته 65.4% تأثرن من الناحية المعرفية, بينما ما نسبته 58.9% تأثرن من الناحية الوجدانية.

وتعكس هذه النتائج مدى تأثير الصحافة النسائية على المرأة الفلسطينية من ناحية قراءة السلوكيات وتقويمها خاصة في التعامل مع زوجها وأطفالها والمجتمع المحيط بها وهذا ما عملت عليه المجلات والصحف المسائية في فلسطين، وكذلك من جانب التأثير المعرفي بزيادة الخبرات والمعارف وتوسيع مداركها وفتح آفاق أمامها في حياتها وعملها وتعليمها، أما من الناحية الوجدانية؛ فيكون من خلال الشعر والقصص الذي تعكف الصحافة النسائية على نشره.

---

(1) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

(2) العلي، استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية، دراسة ميدانية.

ويؤكد د. صلاح عبد اللطيف على أهمية الصحافة النسائية من خلال أنها "أكثر من مجرد نقل المعلومات إذ تهيئ منبراً للمناقشة ولنشر الأفكار والمبتكرات ولتبادل الخبرات والتجارب، وقد تسعى إلى تعزيز الإبداع في كثير من المجالات مثل السياسة والآداب والفنون والأعمال والتجارة وعلوم الطبيعة والحياة التكنولوجيا"[1].

10- درجة تأثير استخدام الصحافة النسائية على السلوك والثقافة الحياتية:

يبين الجدول (3.11) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة درجة تأثير استخدام الصحافة النسائية على السلوك والثقافة الحياتية.

جدول (3.11): يوضح التكرارات والنسب المئوية لدرجة تأثير استخدام الصحافة النسائية على السلوك والثقافة الحياتية

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	76	132	66	49	35	358	3.46	69.20
%	21.2	36.9	18.4	13.7	9.8	100.0		

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 21.2% هن من اللواتي تأثر سلوكهن وثقافتهن الحياتية باستخدام الصحافة النسائية بدرجة عالية جداً, بينما ما نسبته 36.9% تأثرن بدرجة عالية, بينما ما نسبته 18.4% تأثرن بدرجة متوسطة, و13.7% تأثرن بدرجة منخفضة, بينما ما نسبته 9.8% تأثرن بدرجة منخفضة جداً, وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 69.20%, مما يشير على أن درجة التأثير على السلوك والثقافة الحياتية لاستخدام الصحافة النسائية كانت كبيرة.

وتعزو الباحثة تأثير الصحافة النسائية على سلوك وثقافة المرأة الحياتية بدرجة عالية إلى أن المجلات والصحف النسائية الفلسطينية حددت أهدافها منذ التأسيس وهي الارتقاء بمستوى المرأة من جميع النواحي الاجتماعية والنفسية والسياسية والثقافية، إلى جانب تقويم السلوكيات وتعزيز الايجابيات ونبذ المساوئ والسلبيات، خاصة أن الصحافة النسائية الفلسطينية لم تغفل أي جانب يهم المرأة فقد تحدثت عن طموحات المرأة وآمالها ومعاناتها.

([1]) عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة (ص66).

ثانياً: الدوافع والحاجات لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين:

يستعرض هذا الجزء عدة محاور أساسية هي: دوافع استخدام الصحافة النسائية في فلسطين، والحاجات التي تلبيها الصحافة النسائية، ودرجة تلبية الصحافة النسائية في فلسطين للاحتياجات.

1- دوافع استخدام الصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.12) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة دوافع استخدام الصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.12): دوافع استخدام الصحافة النسائية في فلسطين

دوافع استخدام الصحافة النسائية	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
التعرف على المشاكل المجتمعية وزيادة التماسك الاجتماعي	221	61.7	1
بحثاً عن المعلومات والأخبار	196	54.7	2
اكتساب الخبرة للتعامل مع الحياة الزوجية	177	49.4	3
زيادة الثقافة الحياتية في أمور الأسرة والطفل	148	41.3	4
التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات	120	33.5	5
الخبرات والمهارات	80	22.3	6
البعد عن العزلة والهروب من الروتين اليومي وضغط الحياة	73	20.4	7
الاطلاع على الإعلانات والتطورات والاختراعات والاكتشافات	58	16.2	8
التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ	43	12.0	9
أخرى	12	3.4	10
المجموع	907		

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 358 .

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 61.7% من عينة الدراسة يعتبرن أن أهم دوافع استخدام الصحافة النسائية هو التعرف على المشاكل المجتمعية وزيادة التماسك الاجتماعي, و54.7% يعتبرن البحث عن المعلومات والأخبار, و49.4% يعتبرن اكتساب الخبرة للتعامل مع الحياة الزوجية, بينما ما نسبته 41.3% يعتبرن زيادة الثقافة الحياتية في أمور الأسرة والطفل, و33.5% يعتبرن التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات, و 22.3% يعتبرن الخبرات والمهارات, و20.4% يعتبرن البعد عن العزلة والهروب من الروتين اليومي وضغط الحياة, بينما

ما نسبته 16.2% يعتبرن الاطلاع على الإعلانات والتطورات والاختراعات والاكتشافات, و12.0% يعتبرن التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ, و3.4% يعتبرن بأن هناك دوافع أخرى.

وتتفق هذه الدراسة في الترتيب مع ما توصلت إليه دراسة اليماني (2008م): "القضايا الخاصة بالتوعية بالمشاكل الاجتماعية كأهم دوافع متابعة المرأة المصرية لمجلة حواء وجاءت بنسبة 33.3%"[1].

ومع دراسة صادق (1999م): "أن الدافع الرئيسي لقراءة أبواب المرأة كان الحصول على المعلومات والنصائح والإرشادات ثم تلاه تدعيم الآراء والأفكار ثم دافع تأكيد المكانة والشعور بالأهمية"[2].

وتختلف هذه النتيجة في الترتيب مع ما توصلت إلى دراسة الغابشي (2002م): "من أهم دوافع إقبال السيدات على متابعة البرامج الحوارية؛ "دافع التعلم والثقافة، والتسلية وقضاء وقت الفراغ، والإلمام بالمعلومات المفيدة، ومعرفة موضوعات النقاش والإحساس بالانتماء للمجتمع"[3].

وترى الباحثة أن الصحافة النسائية الفلسطينية عملت على تحقيق جميع دوافع استخدام المرأة الفلسطينية لهذه الصحافة، خاصة أنها اشتملت على جميع الجوانب "الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والترفيهية، والعلمية، والثقافية".

2- الحاجات التي تلبيها الصحافة النسائية:

يبين الجدول (3.13) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة الحاجات التي تلبيها الصحافة النسائية.

---

(1) اليماني، دور الصحف النسائية المصرية في تحديد وترتيب أولويات اهتمام المرأة نحو القضايا المختلفة، دراسة تطبيقية مقارنة بين مجلتي حواء ونصف الدنيا.

(2) صادق، دور الصحافة النسائية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو القضايا النسائية، دراسة تحليلية ميدانية.

(3) الغابشي، دوافع استخدام المرأة العمانية لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة.

جدول (3.13): الحاجات التي تلبيها الصحافة النسائية

الحاجات التي تلبيها الصحافة النسائية	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
التعرف على قضايا المرأة وحقوقها في القانون والانتهاكات الممارسة ضدها	192	53.6	1
اكتساب الخبرة بكيفية التعامل مع الزوج والأبناء	176	49.2	2
الشعور بالثقة بدور المرأة في المجتمع	155	43.3	3
التعرف على المعلومات والخبرات	143	39.9	4
الاندماج مع الأسرة والأصدقاء والجماعات المتنوعة والمجتمع وقضاياه	122	34.1	5
تلبية الفضول والتعرف على الحداثة والتطورات التكنولوجية والعلمية وغيرها	109	30.4	6
الاسترخاء والهروب من الواقع وضغوط العمل والحياة الروتينية والعاطفية	73	20.4	7
التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ	60	16.8	8
أخرى	23	6.4	9
المجموع	1053		

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 358

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 53.6% من عينة الدراسة يعتبرن من الحاجات التي تلبيها الصحافة النسائية التعرف على قضايا المرأة وحقوقها في القانون والانتهاكات الممارسة ضدها, و49.2% يعتبرن اكتساب الخبرة بكيفية التعامل مع الزوج والأبناء, و43.3% الشعور بالثقة بدور المرأة في المجتمع, بينما ما نسبته 39.9% يعتبرن التعرف على المعلومات والخبرات, و34.1% الاندماج مع الأسرة والأصدقاء والجماعات المتنوعة والمجتمع وقضاياه, و30.4% يعتبرن تلبية الفضول والتعرف على الحداثة والتطورات التكنولوجية والعلمية وغيرها, و20.4% الاسترخاء والهروب من الواقع وضغوط العمل والحياة الروتينية والعاطفية, و16.8% التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ, و6.4% يعتبرون أنها تلبي حاجات أخرى.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة العلي (2005م): "أهم الاحتياجات التي تعتمد عليها المرأة من القنوات الفضائية هي القضايا والمشكلات الاجتماعية بنسبة 56% ويليها المشاكل النفسية 54% وتربية الأطفال 51.5%"[(1)].

(1) العلي، استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية، دراسة ميدانية.

ومع دراسة وافي (2015م): "إن الحاجات والرغبات التي تلبيها القنوات الفضائية للنساء الفلسطينيات هي البحث عن حلول للقضايا الاجتماعية في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية التوعية السياسية"[(1)].

ومع سلامة (2003م): "غلبة المضمون الاجتماعي على معالجة قضايا المرأة، مقارنة بالقضايا والمضامين الأخرى مثل المشاركة السياسية والمشاركة في مختلف مجالات الإنتاج"[(2)].

وترى الباحثة أن هذه النتائج تعكس اهتمام المرأة بالتوعية والتثقيف والتعليم ومعرفة الحقوق والواجبات لذا كانت في مقدمة حاجاتها أما التسلية وقضاء وقت الفراغ والهروب من الحياة الروتينية فكانت في مراتب متأخرة حسب إجابات المبحوثات.

3- درجة تلبية الصحافة النسائية في فلسطين للاحتياجات:

يبين الجدول (3.14) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة درجة تلبية الصحافة النسائية في فلسطين للاحتياجات.

جدول (3.14): درجة تلبية الصحافة النسائية في فلسطين للاحتياجات

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	93	108	74	51	32	358	3.50	70.00
%	26.0	30.2	20.7	14.2	8.9	100.0		

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 26.0% هن من اللواتي تلبي الصحافة النسائية احتياجاتهن بدرجة عالية جداً, بينما ما نسبته 30.2% هن من اللواتي تلبي احتياجاتهن بدرجة عالية, و20.7% بدرجة متوسطة, و14.2% بدرجة منخفضة, و8.9% تلبي احتياجاتهن بدرجة منخفضة جداً وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 70.00%, مما يشير على أن درجة تلبية الصحافة النسائية في فلسطين للاحتياجات كانت كبيرة.

وترتبط هذه النتيجة بسابقتها في أن الصحافة النسائية تلبي احتياجات المرأة الفلسطينية في جميع جوانب حياتها "الاجتماعية والاقتصادية والترفيهية والثقافية والعلمية"، فهي تعمل بطاقة كبيرة وبكوادر إعلامية مدربة ولديها الحس والموهبة الإعلامية التي تستشعر مطالب

---

(1) وافي، استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباعات المتحقق، دراسة ميدانية (ص34).

(2) سلامة، أخلاقيات تناول قضايا المرأة في السينما المصري، دراسة تحليلية (ص1593).

وآمال وطموحات المرأة الفلسطينية ومن ثم العمل على تلبيتها رغم قلة الإمكانيات المادية والفنية والتقنية.

ثالثاً: القضايا والمواضيع في الصحافة النسائية في فلسطين:

يستعرض هذا المبحث عدة محاور أساسية هي: الموضوعات التي يتم قراءتها في الصحافة النسائية، درجة تقييم الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين من ناحية تلبية الاحتياجات، ودرجة الثقة بالموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية، ودرجة الاستفادة من الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين.

1- الموضوعات التي يتم قراءتها في الصحافة النسائية:

يبين الجدول (3.15) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة الموضوعات التي يتم قراءتها في الصحافة النسائية.

جدول (3.15): الموضوعات التي يتم قراءتها في الصحافة النسائية

الموضوعات التي يتم قراءتها في الصحافة النسائية	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
الحياة الزوجية والأسرية	177	49.4	1
شئون المرأة والطفل	139	38.8	2
الأزياء والموضة	126	35.2	3
الجمال والمطبخ	121	33.8	4
الموضوعات الاجتماعية	89	24.9	5
الموضوعات الصحية	71	19.8	6
الموضوعات السياسية	60	16.8	7
الموضوعات الإنسانية	43	12.0	8
الموضوعات الثقافية	32	8.9	9
الموضوعات الأدبية	26	7.3	10
الموضوعات الدينية	22	6.1	11
الموضوعات الاقتصادية	17	4.7	12
التكنولوجية	12	3.4	13
أخرى	9	2.5	14

*** الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 358 .**

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 49.4% من عينة الدراسة يعتبرن أن أهم الموضوعات التي يتم قراءتها في الصحافة النسائية في فلسطين هي موضوعات الحياة الزوجية والأسرية, و38.8% يعتبرن موضوعات شئون المرأة والطفل, و35.2% يعتبرن موضوعات الأزياء والموضة, و24.9% يعتبرن موضوعات اجتماعية, و19.8% يعتبرن الموضوعات الصحية, و16.8% يعتبرن الموضوعات السياسية, و 12.0% يعتبرن موضوعات إنسانية, و8.9% يعتبرن الموضوعات الثقافية, و7.3% يعتبرن موضوعات أدبية, بينما ما نسبته 6.1% يعتبرن موضوعات اقتصادية, و 4.7% يعتبرن موضوعات اقتصادية, و3.4% يعتبرون موضوعات تكنولوجية, و 2.5% يعتبرن بأن هناك موضوعات أخرى.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة تربان (2012م): "تحرص المبحوثات على متابعة الموضوعات المتعلقة بالحياة الأسرية وجاءت في الترتيب الأول بنسبة 49.1%"[(1)].

ومع دراسة السراج (2014م): "احتلت قضايا العلاقات الزوجية والأسرية المرتبة الأولى في أجندة القضايا الاجتماعية للمرأة في ملحق الأسرة والمجتمع وقابلتها قضايا العنف ضد المرأة في مجلة نرجس"[(2)].

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة عواد (2018م): "القضايا السياسية حصلت على أعلى نسبة في الموضوعات التي طرحتها جريدة صوت النساء وتلك القضايا مرتبطة بشكل مباشر في مدى مشاركة النساء في الانتخابات والإدلاء بالصوت الانتخابي يليها قضايا النوع الاجتماعي"[(3)].

ومع ما توصلت إلى دراسة رحمي (2017م): "تفضل المبحوثات متابعة الموضوعات والمواد السياسية في المواقع الإلكترونية الإخبارية بنسبة 66.2%، وتلاها الموضوعات الاجتماعية بنسبة 63.2%، ومن ثم الصحية بنسبة 54.8%"[(4)].

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الحمداني (2012م): "احتلت الموضوعات الدينية المرتبة الأولى من بين الاهتمامات الأخرى للمرأة المسلمة في مجلة بنت الإسلام"[(5)].

---

(1) تربان, الصحف النسائية ودورها في ترتيب أولويات المرأة الفلسطينية نحو قضاياها المختلفة، دراسة حالة لمجلة الغيداء وقرائها.

(2) السراج، دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمام المرأة العراقية نحو القضايا العامة، دراسة تحليلية، ميدانية.

(3) عواد، قضايا المرأة في الصحافة النسائية الأهلية في فلسطين، دراسة مسحية من 2004م–2006م (ص75).

(4) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

(5) الحمداني، الصحافة النسائية الإسلامية في العراق، مجلة بنت الإسلام أنموذجاً.

ومع السيد (2015م): "جاءت الفتاوي الدينية في صدارة القضايا المتعلقة بالمرأة والتي تركز عليها برامج عينة الدراسة التحليلية بنسبة 22.2 % من إجمالي الموضوعات، وفي المرتبة الثانية جاء الاهتمام بالعلاقات الزوجية بنسبة 14.4%"[1].

وترى الباحثة أن هناك تفاوتاً كبيراً بين المبحوثات في اختيار الموضوعات التي يتابعونها عبر المجلات والصحف المتخصصة وكلاً حسب تخصصها وثقافتها وما يلبي طموحها واحتياجاتها في حياتها، فنجد هناك بعض النساء اللواتي يتابعن الموضوعات السياسية بسبب الظروف المتلاحقة التي يعيشها قطاع غزة وتفرض نفسها على المجلات والصحف المتخصصة، أما الموضوعات الاجتماعية فلها نصيب الأسد حيث تهتم هذه المطبوعات بتناول جميع الموضوعات الاجتماعية التي تلبي احتياجات المرأة الفلسطينية، وكذلك الموضوعات الرياضية والاقتصادية والترفيهية والصحية والدينية.

2- درجة تقييم الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين من ناحية تلبية الاحتياجات:

يبين الجدول (3.16) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة درجة تقييم الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين من ناحية تلبية الاحتياجات.

جدول (3.16): درجة تقييم الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين من ناحية تلبية الاحتياجات

المؤشرات	جيدة جداً	جيدة	متوسطة	رديئة	رديئة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	49	65	133	59	55	358	3.00	60.00
%	13.7	18.2	37.2	16.5	15.4	100.0		

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 13.7% هن من اللواتي تقييمهن للموضوعات المطروحة في الصحافة من ناحية تلبية الاحتياجات بدرجة جيدة جداً, بينما ما نسبته 18.2% تقييمهن بدرجة عالية, و37.2% تقييمهن بدرجة متوسطة, و16.5% تقييمهن بدرجة رديئة, و15.4% تقييمهن بدرجة رديئة جداً, وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 60.00%,

(1) السيد، معالجة الفضائيات العربية لقضايا المرأة السعودية وعلاقاتها بإدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي، دراسة تحليلية ميدانية.

مما يشير على أن درجة تقييم الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين من ناحية تلبية الاحتياجات كانت متوسطة.

وترى الباحثة أن هذه النتائج منطقية خاصة أنها تعكس تفاوت آراء المبحوثات في تقييمهم للموضوعات التي تطرحها الصحافة النسائية خاصة أن المجلات والصحف النسائية تختلف في رؤيتها وطريقة عرضها للموضوعات، فالسعادة تركز على الجانب الأسري الإنساني، وكل ما يهم المرأة الفلسطينية من الناحية الاجتماعية والاقتصادية والترفيهية والثقافية، أما صوت النساء والغيداء وينابيع فهي صحافة جادة تركز على المرأة الفلسطينية المناضلة وصاحبة القرار والتي تتبوأ المراكز العليا في المجتمع.

3- درجة الثقة بالموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية:

يبين الجدول (3.17) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة درجة الثقة الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.17): درجة الثقة بالموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	85	100	100	42	31	358	3.46	69.20
%	23.8	27.9	27.9	11.7	8.7	100.0		

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 23.8% هن من اللواتي ثقتهن بالموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين بدرجة عالية جداً, و27.9% ثقتهن بدرجة عالية, و27.9% ثقتهن بدرجة متوسطة, و11.7% ثقتهن بدرجة منخفضة, بينما ما نسبته 8.7% ثقتهن بدرجة منخفضة جداً, وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 69.20%, مما يشير على أن درجة الثقة بالموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية كانت كبيرة.

وتلاحظ الباحثة أن درجة الثقة الكبيرة تعكس اهتمام الصحافة النسائية في تقديم معلومات ومعارف هدفها المنفعة السلوكية والاجتماعية والنفسية والثقافية في قالب متزن يتناسب مع الشرع الإسلامي والعادات والتقاليد الفلسطينية.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه رحمي (2017م): "إن درجة ثقة المبحوثات بكل ما تقدمه المواقع الإلكترونية الإخبارية من معلومات كانت متوسطة بنسبة 66.2%، فيما

توزعت باقي درجات ثقة المبحوثات ما بين عالية بنسبة 18.4%، ومنخفضة بنسبة 15.4%"[1].

4- درجة الاستفادة من الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.18) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة درجة الاستفادة من الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.18): درجة الاستفادة من الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	99	110	62	51	36	358	3.51	70.20
%	27.7	30.7	17.3	14.2	10.1	100.0		

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 27.7% هن من اللواتي استفادتهن من الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين بدرجة عالية جداً, و30.7% استفادتهن بدرجة عالية, بينما ما نسبته 17.3% استفادتهن بدرجة متوسطة, و14.2% استفادتهن بدرجة منخفضة, و10.1% استفادتهن بدرجة منخفضة جداً, وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 70.20%, مما يشير على أن درجة الاستفادة من الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين كانت كبيرة.

وتختلف هذه الدراسة مع رحمي (2017م): "واستفادت المبحوثات من استخدامهنّ للمواقع الالكترونية والإخبارية الفلسطينية بدرجة متوسطة بنسبة 62%، فيما جاء بنسبة 23.9% بدرجة عالية، بينما انخفضت درجة استفادتهنّ بنسبة 14.1%"[2].

وتلاحظ الباحثة أن الوزن النسبي الذي يساوي 70.20%, يشير إلى أن درجة الاستفادة من الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين كانت كبيرة، خاصة أن هذه المطبوعات النسائية المتخصصة تحمل العديد من المعلومات والمعارف والسلوكيات التي من شانها أن ترتقي بالمرأة من جميع الجوانب وتقوم سلوكياتهنّ، وتعمل على تلبية طموحهنّ واحتياجاتهنّ.

---

(1) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

(2) المرجع السابق.

رابعاً: الاشباعات المتحققة من استخدام الصحافة النسائية في فلسطين:

يستعرض هذا الجزء عدة محاور أساسية هي: درجة الإشباع المتحققة من الصحافة النسائية في فلسطين، واستخدام الصحافة النسائية في فلسطين يُغني عن استخدام العالمية.

1- درجة الإشباع المتحققة من الصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.19) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة درجة الإشباع المتحققة من الصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.19): درجة الإشباع المتحققة من الصحافة النسائية في فلسطين

درجة الإشباع المتحققة من الصحافة النسائية	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
التعرف على قضايا المرأة وحقوقها في القانون والانتهاكات الممارسة ضدها	3.9	78.00	1
اكتساب الخبرة بكيفية التعامل مع الزوج والأبناء	3.86	77.20	2
الشعور بالثقة بدور المرأة في المجتمع	3.67	73.40	3
التعرف على المعلومات والخبرات	3.50	70.00	4
تلبية الفضول والتعرف على الحداثة والتطورات التكنولوجية والعلمية وغيرها	3.34	66.80	5
الاسترخاء والهروب من الواقع وضغوط العمل والحياة الروتينية والعاطفية	3.22	64.40	6
التسلية والترفيه وقضاء الوقت	3.09	61.80	7
أخرى	3.00	60.00	8

تبين من الجدول السابق أن درجة الإشباع المتحققة من الصحافة النسائية في فلسطين كان التعرف على قضايا المرأة وحقوقها في القانون والانتهاكات الممارسة ضدها وجاء في المرتبة الأولى بوزن نسبي 78.00%, ثم جاء في المرتبة الثانية اكتساب الخبرة بكيفية التعامل مع الزوج والأبناء بوزن نسبي 77.20%, وفي المرتبة الثالثة الشعور بالثقة بدور المرأة في المجتمع بوزن نسبي 73.40%, وفي المرتبة الرابعة التعرف على المعلومات والخبرات بوزن نسبي 70.00%, ثم جاء في المرتبة الخامسة تلبية الفضول والتعرف على الحداثة والتطورات التكنولوجية والعلمية وغيرها بوزن نسبي 66.80%, وجاء في المرتبة السادسة الاسترخاء والهروب من الواقع وضغوط العمل والحياة الروتينية والعاطفية بوزن نسبي 64.40%, ثم جاء في المرتبة السابعة التسلية والترفيه وقضاء الوقت بوزن نسبي 61.80%, وأخيراً جاءت الاشباعات الأخرى بوزن نبسي 61.00%.

وتتفق هذ النتيجة مع دراسة تربان (2012م): "إن المبحوثات يتابعنّ مجلة الغيداء بهدف الحصول على معلومات خاصة بالمشاكل التي تواجه المرأة في الترتيب الأول بنسبة 20.4%، وتمكينهنّ من فهم الأحداث وخلفياتها في المرتبة الثانية بنسبة 19.8%، وتلاها في الترتيب الثالث تدعيم فهم المرأة للمجتمع والناس بنسبة 19.2%، ثم للتعلم منها أشياء ومهارات جديدة نسبة 12.1%، ثم الشعور بالمكانة والاحترام بنسبة 10.6% ثم المساعدة في اتخاذ قرارات صائبة بنسبة 8.8% ومن ثم التخلص من الملل والتسلية بنسبة 5.9%، وتلاها إشباع الفضول بنسبة 3.2%"[1].

ومع دراسة الغابشي (2002م): "دوافع إقبال المرأة العمانية على مشاهدة تلفزيون سلطنة عمان هو الإلمام بالأحداث المحلية, والتعليم والثقافة, والتسلية وقضاء وقت الفراغ, والإلمام بالمعلومات المفيدة حول تربية الأبناء, ودافع الإحساس بالانتماء للمجتمع, والإلمام بأحوال المرأة"[2].

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إلى دراسة نصار (2002م): "جاءت مصفوفة الاشباعات النفعية وخصوصًا المعرفية التي لها صلة بمراقبة البيئة على التكامل الشخصي والتكامل الاجتماعي التي تقوم على الرغبة في الاندماج والتفاعل"[3].

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الوصيف (2004م): "أهم دوافع مشاهدة التلفزيون الليبي لدى المبحوثات عينة الدراسة التسلية بنسبة (89.6%)، الإلمام بالأحداث المحلية بنسبة (79.3%)، والإلمام بأحوال المرأة في العالم بنسبة (72.3%)"[4].

---

(1) تربان, الصحف النسائية ودورها في ترتيب أولويات المرأة الفلسطينية نحو قضاياها المختلفة، دراسة حالة لمجلة الغيداء وقرائها.

(2) الغابشي، دوافع استخدام المرأة العمانية لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة.

(3) نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والاشباعات المتحققة منها.

(4) الوصيف، دوافع استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباعات المتحققة.

2- استخدام الصحافة النسائية في فلسطين يغني عن استخدام الصحافة النسائية العالمية:

يبين الجدول (3.20) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة استخدام الصحافة النسائية في فلسطين يغني عن استخدام الصحافة النسائية العالمية.

جدول (3.20): درجة للاستغناء عن الصحافة النسائية العالمية باستخدام الصحافة النسائية في فلسطين

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	56	48	158	42	54	358	3.02	60.40
%	15.6	13.4	44.1	11.7	15.1	100.0		

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 15.76% هن من اللواتي تغنيهن الصحافة النسائية في فلسطين عن الصحافة النسائية العالمية بدرجة عالية جداً, بينما ما نسبته 13.4% تغنيهن بدرجة عالية, و 44.1% تغنيهن بدرجة متوسطة, بينما ما نسبته 11.7% تغنيهن بدرجة منخفضة, و 15.1% تغنيهن بدرجة منخفضة جداً, وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 60.40%, مما يشير على أن درجة الاستغناء عن الصحافة النسائية العالمية باستخدام الصحافة النسائية في فلسطين كانت متوسطة.

وتلك نتيجة منطقية خاصة أن الصحافة النسائية العالمية استحوذت على عقل ووجدان النساء الأوروبيات والعربيات بشكل عام والفلسطينيات على وجه الخصوص، وذلك للإمكانيات الفنية والمادية والتقنية التي توفرها هذه الصحافة وإفراد مساحة لها على مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الكترونية خاصة بها تكون سهلة الوصول ومحدثة على مدار الساعة، وتغدق عليها الكثير من الأموال من أجل جذب عدد أكبر من النساء في العالم، وهذه المميزات تجعل المرأة الفلسطينية تلتفت إلى الصحافة النسائية العربية والدولية وتستغني بها عن الصحافة النسائية الفلسطينية.

3- دوافع استخدام الصحافة النسائية العالمية:

يبين الجدول (3.21) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة لدوافع استخدام الصحافة النسائية العالمية.

جدول (3.21): دوافع استخدام الصحافة النسائية العالمية

دوافع استخدام الصحافة النسائية العالمية	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
التعرف على قضايا المرأة العالمية	**98**	**37.4**	**1**
المقارنة بين اهتمامات المرأة العربية والأجنبية	**76**	**29.0**	**2**
التعرف على مشاهير العالمية	**51**	**19.5**	**3**
التعرف على الموضة والمطابخ العالمية	**37**	**14.1**	**4**
المجموع	**262**	**100.0**	

* أخذت النسبة للذين يستغنون بدرجة عالية جدا وعالية ومتوسطة وعددهم 262

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 37.4% من عينة الدراسة يعتبرن أن دوافع استخدامهن للصحافة العالمية يرجع إلى التعرف على قضايا المرأة العالمية, و29.0% يعتبرن دافعهن المقارنة بين اهتمامات المرأة العربية والأجنبية, بينما ما نسبته 19.5% دافعهن التعرف على مشاهير العالمية, و4.1% دافعهن التعرف على الموضة والمطابخ العالمية.

وتتفق هذه الدراسة مع العباسي (1992م): "جاءت الموضوعات التي تختص بالتعرف على قضايا المرأة في العالم بالمرتبة الثالثة"[(1)].

وترى الباحثة أن الصحافة النسائية العالمية فرضت نفسها على الساحة العربية والفلسطينية والتي أصبحت محط اهتمام المرأة لاستيفاء المعلومات والخبرات والتعرف على الحداثة والتطور والموضة، لذا استحوذت على المرأة الفلسطينية بما تقدم من مضمون هادف وترفيهي.

خامساً: ايجابيات وسلبيات الصحافة النسائية في فلسطين:

يستعرض هذا المبحث عدة محاور أساسية هي: أبرز إيجابيات الصحافة النسائية، أبرز سلبيات الصحافة النسائية.

1- أبرز ايجابيات الصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.22) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة أبرز إيجابيات الصحافة النسائية في فلسطين.

(1) العباسي، معالجة المجلات النسائية المتخصصة لقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري، دراسة تحليلية.

جدول (3.22): أبرز إيجابيات الصحافة النسائية في فلسطين

ايجابيات الصحافة النسائية في فلسطين	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
معرفة الأخبار المحيطة	176	49.2	1
تطرح مواضيع تخص المرأة بشكل أكثر دقة وتعمق	146	40.8	2
دمج الفرد بشكل عام والمرأة خصوصاً في المجتمع	133	37.2	3
الحصول على المعارف والخبرات	114	31.8	4
الاطلاع على أخر صيحات الموضة النسائية وأصناف جديدة من الأكلات والتطورات والمخترعات الحديثة والمخترعات الحديثة في أمور المطبخ والعالم	102	28.5	5
تعدد سبل الحصول عليها ورقياً	88	24.6	6
استثمار وقت الفراغ	64	17.9	7
التسلية والإمتاع	48	13.4	8
توفر مواقع إلكترونية للصحف والمجلات الورقية عبر الانترنت مما يتيح التعرض لها في الوقت الذي نريده	41	11.5	9
أخرى	29	8.1	10
المجموع	765		

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 358

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 49.2% يعتبرن من أبرز إيجابيات الصحافة النسائية في فلسطين هي معرفة الأخبار المحيطة, و40.8% يعتبرن من إيجابياتها أنها تطرح مواضيع تخص المرأة بشكل أكثر دقة وتعمق, و37.2% يعتبرن أنها تطرح مواضيع لدمج الفرد بشكل عام والمرأة خصوصاً في المجتمع, و31.8% يعتبرن الحصول على المعارف والخبرات, و28.5% يعتبرن الاطلاع على أخر صيحات الموضة النسائية وأصناف جديدة من الأكلات والتطورات والمخترعات الحديثة والمخترعات الحديثة في أمور المطبخ والعالم, و24.6% يعتبرن تعدد سبل الحصول عليها ورقياً, و17.9% يعتبرن استثمار وقت الفراغ, و13.4% يعتبرن التسلية والإمتاع, و 11.5% يعتبرن أنها توفر مواقع إلكترونية للصحف والمجلات الورقية عبر الانترنت مما يتيح التعرض لها في الوقت الذي نريده, و8.1% يعتبرن وجود ايجابيات أخرى.

وترى الناشطة منى خضر أن: "من إيجابيات الصحافة النسائية الفلسطينية أنها عملت على دمج المرأة الفلسطينية بكل مستوياتها العلمية والفكرية بالمجتمع الفلسطيني من خلال دعم تواجدها في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، واطلاعها على كل ما يحيط بها من

ثقافات وخبرات، إلى جانب طرحها لمواضيع تهم المرأة الفلسطينية بهدف الارتقاء بسلوكياتها ومعلوماتها وتوسيع مداركها"[1].

وتختلف هذه النتيجة مع إبراهيم الخصاونة الذي اعتبرها من الانتقادات الموجهة للصحافة النسائية: "من سلبيات الصحافة النسائية التركيز على تغطية أخبار المشاهير من الفنانين وسيدات المجتمع وعدم القيام بدور ملموس يخدم الاحتياجات النسائية والأسرية ويلبيها بصورها المختلفة، والاهتمام بالقضايا التقليدية للمرأة والتي تتضمن الأزياء والطهي والأكلات والديكور، أي أنها تتعامل مع المرأة على أنها أنثى فقط، ولم تهتم بالنواحي الفكرية والعقلية واحتياجاتها وأدوارها الأخرى في المجتمع"[2].

وترتبط هذه النتيجة بنتائج سابقة أظهرت أن الصحافة النسائية الفلسطينية لا توفر نسخة الكترونية لحين ترويج النسخة المطبوعة في السوق المحلي لذا حصلت على أقل المراتب.

وتعزو الباحثة تدني نسب "استثمار وقت الفراغ والتسلية والإمتاع "إلى أن الصحافة النسائية بشكل عام هي صحافة تجمع بين الجدية وتحقيق المنفعة العامة للمرأة" فهي صحافة هادفة بعكس الصحافة الدولية والعربية التي تركز على الموضة والديكور وأخبار الفنانين والمشاهير.

2- أبرز سلبيات الصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.23) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة أبرز سلبيات الصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.23): أبرز سلبيات الصحافة النسائية في فلسطين

أبرز سلبيات الصحافة النسائية في فلسطين	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
ارتفاع أسعار المطبوعات الورقية للمجلات والصحف النسائية	236	65.9	1
صعوبة الحصول عليها ورقيا نظرا للظروف السياسية والاقتصادية	221	61.7	2
طرح مواضيع غريبة عن عادات المجتمع	148	41.3	3
لا تتناول جمع المواضيع الزوايا التي تهم المرأة الفلسطينية	121	33.8	4
طرح مواضيع تقليدية فاقدة لعنصري التجديد والإثارة	98	27.4	5

(1) منى خضر، صحفية متخصصة في شؤون المرأة، ريما سلمان، (اتصال هاتفي: 15 يوليو 2017م)، الساعة 9:00 صباحاً.

(2) الخصاونة، الصحافة المتخصصة (ص 85).

أبرز سلبيات الصحافة النسائية في فلسطين	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
مواضيعها المطروحة غير معمقة ولا يوجد فيها تحليلات	**73**	**20.4**	**6**
أخرى	**43**	**12.0**	**7**
المجموع	**704**		

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 358

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 65.9% يعتبرن من أبرز سلبيات الصحافة النسائية في فلسطين هي ارتفاع أسعار المطبوعات الورقية للمجلات والصحف النسائية, و61.7% يعتبرن صعوبة الحصول عليها ورقيا نظرا للظروف السياسية والاقتصادية, و41.3% يعتبرن طرح مواضيع غريبة عن عادات المجتمع, بينما ما نسبته 33.8% يعتبرن أنها لا تتناول جميع المواضيع والزوايا التي تهم المرأة الفلسطينية, و27.4% يعتبرن أنها تطرح مواضيع تقليدية فاقدة لعنصري التجديد والإثارة, و20.4% يعتبرن من سلبياتها مواضيعها المطروحة غير معمقة ولا يوجد فيها تحليلات, و12.0% يعتبرون وجود سلبيات أخرى.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أكدته سمر الدريملي: "عانت المجلات والصحف النسائية الفلسطينية من ارتفاع أسعار الورق والطباعة نتيجة الحصار الاقتصادي الخانق الذي أثر على إخراج وتصميم المجلات والصحف"[1]، وهذا ما جعل المجلات والصحف النسائية مدفوعة الأجر كمجلة السعادة وملحق نساء من أجل فلسطين وصوت النساء، أما الغيداء فهي توزع مجاناً للمؤسسات المعنية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه راجية قنديل: "ركزت كثير من الصحف النسائية والمجلات اهتمامها على قضايا لا تشكل أولوية للمرأة المعاصرة، ويقتصر الاهتمام في معظمها على المضمون الخفيف، بينما تغيب عن صفحاتها كثير من القضايا الحيوية الهامة، كما وتغفل خصوصية قضايا المرأة العربية، فتقع في فخ التبعية لأجندة الاهتمامات الغربية المغايرة تماماً لديننا وعاداتنا وتقاليدنا، وكذلك يحوي الحيز الأكبر من صفحات الصحف والمجالات النسائية العربية مضموناً استهلاكيّاً لا يواكب واقع المجتمع والمرأة والأسرة"[2].

(1) سمر الدريملي، سكرتير تحرير مجلة الغيداء، ريما سلمان، (اتصال هاتفي: 14 يوليو 2017م)، الساعة 11:30 صباحاً.

(2) قنديل، قضايا المرأة في الصحافة النسائية العربية (موقع الكتروني).

سادساً: تقييم الصحافة النسائية في فلسطين ومقترحات لتطويرها:

يستعرض هذا الجزء عدة محاور أساسية هي: درجة الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين، ودرجة تقييم الاستفادة من المعلومات والخبرات التي يتم الحصول عليها من الصحافة النسائية في فلسطين، ودرجة تقييم مهنية الصحفية الفلسطينية العاملة في الصحافة النسائية في فلسطين، ودرجة تأثير استخدام الصحافة النسائية في فلسطين على متابعة واستخدام الصحافة الشاملة أو وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، ومقترحات لتطوير تناول الصحافة النسائية في فلسطين حتى تصل لأكبر نسبة من جمهور المرأة الفلسطينية.

1- درجة الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.24) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة درجة الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.24): درجة الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	89	98	96	53	22	358	3.50	70.00
%	24.9	27.4	26.8	14.8	6.1	100.0		

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 24.9% هن من اللواتي ثقتهن بالصحافة النسائية بدرجة عالية جداً, و27.4% ثقتهن بدرجة عالية, و26.8% ثقتهن بدرجة متوسطة, و14.8% ثقتهن بدرجة منخفضة, بينما ما نسبته 6.1% ثقتهن بدرجة منخفضة جداً, وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 70.00%, مما يشير على أن درجة الثقة بالصحافة النسائية كانت كبيرة.

وترى الباحثة أن من أسباب ارتفاع درجة الثقة بالصحافة النسائية هو اهتمام المجلات والصحف النسائية الفلسطينية بتدعيم المعلومات والخبرات بآراء الخبراء والمختصين في جميع المجالات التي تطرحها الصحافة كما أن المعلومات في المجلة تكون معلومة المصدر أما عن طريق "المندوب أو المراسل أو المحرر"، لذا يجدون فيها الثقة العالية.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة رحمي (2017م): "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%، ومنخفضة بنسبة 15.4%"[1].

2- درجة تقييم الاستفادة من المعلومات والخبرات التي يتم الحصول عليها من الصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.25) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة درجة تقييم الاستفادة من المعلومات والخبرات التي يتم الحصول عليها من الصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.25): درجة تقييم الاستفادة من المعلومات والخبرات التي يتم الحصول عليها من الصحافة النسائية في فلسطين

المؤشرات	مفيدة جداً	مفيدة	متوسطة	ضارة	ضارة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	66	101	98	63	30	358	3.30	66.00
%	18.4	28.2	27.4	17.6	8.4	100.0		

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 18.4% كان درجة تقيمهنّ مفيدة جداً وذلك للاستفادة من المعلومات والخبرات التي يتم الحصول عليها من الصحافة النسائية في فلسطين, بينما ما نسبته 28.2% تقييمهن للاستفادة بدرجة مفيدة, و27.4% تقييمهن للاستفادة بدرجة متوسطة, و 17.6% تقييمهن للاستفادة بدرجة ضارة, و8.4% تقييمهن للاستفادة بدرجة ضارة جداً, وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 66.00%, مما يشير على أن درجة تقييم الاستفادة من المعلومات والخبرات التي يتم الحصول عليها من الصحافة النسائية في فلسطين كانت متوسطة.

يشير إلى أن درجة الاستفادة من الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين كانت كبيرة، خاصة أن هذه الصحافة النسائية هدفها الأساسي تقديم المعلومات والمعارف وتقويم السلوكيات التي من شأنها أن ترتقي بالمرأة من جميع الجوانب وتعمل على تلبية احتياجاتها.

(1) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه رحمي (2017م): "غالبية استفادة المبحوثات من استخدامهنّ للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية بدرجة متوسطة بنسبة 62%، وجاء بنسبة 23.9% بدرجة عالية، بينما انخفضت درجة استفادتهنّ بنسبة 14.1%"[1].

3- درجة تقييم مهنية الصحفية الفلسطينية العاملة في الصحافة النسائية في فلسطين:

يبين الجدول (3.26) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة درجة تقييم مهنية الصحفية الفلسطينية العاملة في الصحافة النسائية في فلسطين.

جدول (3.26): درجة تقييم مهنية الصحفية الفلسطينية العاملة في الصحافة النسائية في فلسطين

المؤشرات	جيدة جداً	جيدة	متوسطة	رديئة	رديئة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	87	108	81	57	25	358	3.57	72.40
%	24.3	30.2	22.6	15.9	7.0	100.0		

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 24.3% هن من اللواتي بدرجة جيدة جداً تقييمهن لمهنية الصحفية الفلسطينية العاملة في الصحافة النسائية في فلسطين, و30.2% تقييمهن لمهنية الصحفية الفلسطينية بدرجة جيدة, و22.6% تقييمهن لمهنية الصحفية الفلسطينية بدرجة متوسطة, و 15.9% تقييمهن لمهنية الصحفية الفلسطينية بدرجة منخفضة, و7.0% هن من اللواتي تقييمهن لمهنية الصحفية الفلسطينية بدرجة منخفضة جداً, وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 72.40%, مما يشير على أن درجة تقييم مهنية الصحفية الفلسطينية العاملة في الصحافة النسائية في فلسطين كانت كبيرة.

ويؤكد د. أمين وافي: "أن المجتمع الفلسطيني يمتلك إمكانيات العمل في الصحافة النسائية، وذلك يتضح من خلال تواجد أعداد كبيرة من الإعلاميات المهنيات المدربات على أعلى المستويات, والقادرات على إنتاج صحافة نسائية متميزة"[2].

وترى الباحثة أنه من أسباب نجاح الصحافة النسائية في فلسطين هو اعتمادها على الصحافيات المدربات اللواتي يتمتعنّ بالموهبة والحسن الصحفي الإبداعي، فهنّ يعبرنّ عن آمال وطموحات المرأة الفلسطينية، ويقدمنّ للمرأة بأقلامهنّ الفائدة والمعلومة والتسلية والنصائح.

---

(1) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

(2) أمين وافي، أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الإسلامية، ريما سلمان، (مقابلة شخصية: 2 مايو 2017م)، الساعة 12:30 مساءاً.

4- درجة تأثير استخدام الصحافة النسائية في فلسطين على متابعة واستخدام الصحافة الشاملة أو وسائل الإعلام المرئية والمسموعة:

يبين الجدول (3.27) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة درجة تأثير استخدام الصحافة النسائية في فلسطين على متابعة واستخدام الصحافة الشاملة أو وسائل الإعلام المرئية والمسموعة.

جدول (3.27): درجة تأثير استخدام الصحافة النسائية في فلسطين على متابعة واستخدام الصحافة الشاملة أو وسائل الإعلام المرئية والمسموعة

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	51	59	152	66	30	258	3.10	62.00
%	14.2	16.5	42.5	18.4	8.4	100.0		

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 14.2% هن من اللواتي تأثر استخدامهن للصحافة الشاملة أو وسائل الإعلام المرئية والمسموعة بدرجة عالية جداً نتيجة استخدام الصحافة النسائية, و 16.5% تأثر استخدامهن بدرجة عالية, و 42.5% تأثر استخدامهن بدرجة متوسطة, بينما ما نسبته 18.4% تأثر استخدامهن بدرجة منخفضة, و8.4% تأثر استخدامهن بدرجة منخفضة جداً, وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 62.00%, مما يشير على أن درجة تأثير استخدام الصحافة النسائية في فلسطين على متابعة واستخدام الصحافة الشاملة أو وسائل الإعلام المرئية والمسموعة كانت متوسطة.

وترتبط هذه النتيجة مع نتيجة سابقة في أن الصحافة النسائية في فلسطين لم تُغنِ عن الصحافة النسائية العالمية خاصة مع استخدام الأخيرة إمكانياتها الفنية والتقنية الهائلة التي أتاحتها للمرأة العربية والفلسطينية لجذب انتباهها وشغف متابعتها باستمرار.

5- مقترحات لتطوير تناول الصحافة النسائية في فلسطين حتى تصل لأكبر نسبة من جمهور المرأة الفلسطينية:

يبين الجدول (3.28) تكرار ونسب أفراد عينة الدراسة وفقاً لمعرفة مقترحات لتطوير تناول الصحافة النسائية في فلسطين حتى تصل لأكبر نسبة من جمهور المرأة الفلسطينية.

جدول (3.28): مقترحات لتطوير تناول الصحافة النسائية في فلسطين حتى تصل لأكبر نسبة من جمهور المرأة الفلسطينية

مقترحات لتطوير تناول الصحافة النسائية في فلسطين حتى تصل لأكبر نسبة من جمهور المرأة الفلسطينية	التكرار	النسبة المئوية %	الترتيب
الصدق والدقة والموضوعية في المواد الصحفية التي تطرحها	249	69.6	1
تقليل سعر الطبعة الورقية للمجلات والصحف	231	64.5	2
التركيز على القضايا التي تلامس حياة المرأة في الصحافة النسائية	220	61.5	3
طرح مواضيع جديدة لافتة في الصحافة النسائية	188	52.5	4
تنوع المواد الصحفية التي تطرحها الصحافة النسائية	132	36.9	5
العمق والتحليل في المواضيع المطروحة في الصحافة النسائية	89	24.9	6
أخرى	39	10.9	7

* الإجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 358

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 69.6% من عينة الدراسة يقترحن لتطوير تناول الصحافة النسائية في فلسطين حتى تصل لأكبر نسبة من جمهور المرأة الفلسطينية الصدق والدقة والموضوعية في المواد الصحفية التي تطرحها, و64.5% يقترحن تقليل سعر الطبعة الورقية للمجلات والصحف, و61.5% يقترحن التركيز على القضايا التي تلامس حياة المرأة في الصحافة النسائية, و52.5% يقترحن طرح مواضيع جديدة لافتة في الصحافة النسائية, و36.9% يقترحن تنوع المواد الصحفية التي تطرحها الصحافة النسائية, و24.9% يقترحن العمق والتحليل في المواضيع المطروحة في الصحافة النسائية, و10.9% يقترحون أخرى.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة اللبابيدي (2016م): "جاء أعلى اقتراح لتطوير أداء وسائل الإعلام الجديد هو التأكد من صدق المعلومات قبل نشرها بنسبة 24.6%"[(1)].

ومع دراسة مرجان (2015م): من أهم مقترحات المبحوثين لتطوير تناول المواقع الالكترونية لقضية اللاجئين الاهتمام بالدقة والموضوعية في موضوعاتها بنسبة 35.2%"[(2)].

---

(1) اللبابيدي، دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا المرأة، دراسة ميدانية (ص126).

(2) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الالكترونية في اكتساب المعارف حول قضية اللاجئين (ص10).

وترى الباحثة أن أهم معايير العمل الإعلامي الموضوعية والدقة والمصداقية وتلك المعايير من شأنها تطوير أداء الصحافة النسائية ومنافسة الصحافة النسائية العربية والعالمية، وأن هذه المقترحات واجبة التطبيق في ظل منافسة الصحافة العربية والنسائية الدولية والتي تمتلك إمكانيات مادية وفنية وتقنية ضخمة، لذا يجب على الصحافة النسائية الفلسطينية أن تعمل على طرح قضايا وموضوعات تلامس حياة المرأة وتكون جاذبة لها، إلى جانب التنويع في الموضوعات وأن تواكب العصر وتُناقش بعمق وتحليل أكبر للخروج بنتائج إيجابية.

سابعاً: اختبار فروض الدراسة:

يستعرض هذا الجزء نتائج الفروض الخاصة بدراسة الدوافع والحاجات لاستخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين، ودرجة الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين، والاشباعات المتحققة من استخدام الصحافة النسائية في فلسطين.

الفرض الأول: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتأثيرها على سلوكياتها وثقافتها الحياتية.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " Chi Square ".

جدول (3.29) نتائج اختبار العلاقة "chi Square"

العلاقة بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتأثيرها على سلوكياتها وثقافتها الحياتية	قيمة الاختبار chi Square	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig.)
	22.343	8	0.000

- قيمة chi Square درجة حرية 8 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 15.50

من النتائج الموضحة في جدول (3.29) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار" Chi Square" أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$), وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (22.343), وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (15.50), مما يدلل على وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتأثيرها على سلوكياتها وثقافتها الحياتية.

بينت الدراسة ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتأثيرها على سلوكياتها وثقافتها

الحياتية، أي أنه كلما زاد استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين زاد تأثيرها على سلوكياتها وثقافتها في الحياة.

وتعزو الباحثة سبب ازدياد هذا التأثير إلى أن الصحافة النسائية في فلسطين لها طابعها الخاص يميزها عن غيرها من الصحافة في العالم، فهي صحافة هادفة تحمل أفكاراً بناءةً لتعزيز مكانة المرأة في المجتمع وإمدادها بالأساليب الصحيحة في تربية الأبناء وإرشادها إلى كيفية التعامل مع الأسرة والمجتمع المحيط، فهي تناقش جميع الجوانب الحياتية للمرأة "الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية إلى جانب الترفيه".

الفرض الثاني: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتلبية الاحتياجات.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " Chi Square ".

جدول (3.30) نتائج اختبار العلاقة " chi Square"

العلاقة بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتلبية الاحتياجات.	قيمة الاختبار chi Square	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية (.Sig)
	19.448	**8**	**0.000**

- قيمة chi Square درجة حرية 8 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 15.50

من النتائج الموضحة في جدول (3.30) تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار" Chi Square" أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$), وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (19.448), وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (15.50), مما يدلل على وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتلبية الاحتياجات.

أظهرت الدراسة ثبوت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتلبية احتياجاتها، أي أنه كلما زاد استخدام المرأة للصحافة النسائية في فلسطين عملت الصحافة النسائية على تلبية احتياجاتها.

وترى الباحثة أنه برغم قلة الإمكانيات الفنية والتقنية للصحافة النسائية في فلسطين مقارنة بالصحافة النسائية العالمية والعربية إلا أنها لازالت تعمل بكل طاقتها وجهد كوادرها الإعلامية على تلبية احتياجات المرأة الفلسطينية في جميع جوانب حياتها، وتلك أسباب رئيسة في نجاحها واستمرارها على الساحة الإعلامية الفلسطينية والعربية.

الفرض الثالث: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الثقة بالصحافة.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " Chi Square ".

جدول (3.31) نتائج اختبار العلاقة " chi Square"

العلاقة بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الثقة بالصحافة.	قيمة الاختبار chi Square	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية (.Sig)
	18.496	8	0.000

- قيمة chi Square درجة حرية 8 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 15.50

من النتائج الموضحة في جدول (3.31) تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار" Chi Square " أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$), وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (18.496), وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (15.50), مما يدلل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الثقة بالصحافة.

وتبدو هذه النتيجة منطقية خاصة أن الفرض يدلل على أنه مادامت الصحف والمجلات النسائية الفلسطينية تقدم محتوى جيد ويحمل فائدة ومنفعة للمرأة كلما زادت ثقة المرأة الفلسطينية بهذه الصحافة واعتمدت عليها كمصدر أساسي لديها للمعلومات.

الفرض الرابع: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الاستفادة منها

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " Chi Square ".

جدول (3.32) نتائج اختبار العلاقة " chi Square"

العلاقة بين درجة الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الاستفادة منها.	قيمة الاختبار chi Square	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية (.Sig)
	49.848	16	0.000

- **قيمة chi Square درجة حرية 16 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 26.29**

من النتائج الموضحة في جدول (3.32) تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار" Chi Square " أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$), وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (49.848), وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (26.29), مما يدلل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الاستفادة منها.

بينت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الاستفادة منها، فكلما زادت ثقة المبحوثات بالصحافة النسائية زادت درجة الاستفادة والإقبال عليها.

وترى الباحثة أنه إذا عملت الصحافة النسائية ضمن المعايير والأخلاقيات الإعلامية من تحري الدقة والموضوعية وتحقيق وظائف الإرشاد والتوجيه والترفيه والتثقيف فهذا بالطبع يعني درجة استفادة المرأة الفلسطينية من الصحافة النسائية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة رحمي (2017م): "وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة استفادة المرأة الفلسطينية من استخدام المواقع الالكترونية الإخبارية ودرجة الثقة في محتواها"[(1)].

الفرض الخامس: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة ثقة المرأة الفلسطينية بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الإشباع للحاجات

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " Chi Square ".

جدول (3.33) نتائج اختبار العلاقة " chi Square"

العلاقة بين درجة ثقة المرأة الفلسطينية بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الإشباع للحاجات.	قيمة الاختبار chi Square	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية (.Sig)
	64.219	16	0.000

- قيمة chi Square درجة حرية 16 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 26.29

من النتائج الموضحة في جدول (3.33) تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار" Chi Square " أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$), وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (64.219), وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (26.29), مما يدلل على وجود

(1) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المرأة الفلسطينية بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الإشباع للحاجات.

بينت الدراسة صحة الفرض القائم على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المرأة الفلسطينية بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الإشباع للحاجات، وتتفق مع دراسة عوض (2008م): "وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدامات المرأة لوسائل الإعلام الفلسطينية ومدى الإشباع المتحقق منها"[(1)].

الفرض السادس: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة تعزى للمتغيرات الشخصية(العمر, الحالة الاجتماعية, المؤهل العلمي, المهنة, مكان السكن).

وللإجابة على هذا الفرض تحققت الباحثة من 5 فرضيات وهي :

الفرضية الأولى: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة وفقا لمتغير العمر.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار "F – لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول (3.34): نتائج اختبار " F – للعينات المستقلة"وفقا لمتغير "العمر"

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الاختبار (F)	القيمة الاحتمالية (.Sig)
الاشباعات المتحققة	بين المجموعات	1.085	2	0.543	0.911	0.336
	داخل المجموعات	211.258	355	0.716		
	المجموع	212.343	357			

- **القيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية "2 , 295 " تساوي 3.02**

تبين من النتائج الموضحة في جدول (3.34) أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار" F – للعينات المستقلة ", والتي تساوي (0.336) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$), وقيمة الاختبار الحسابية (0.911) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي

(1) عوض، استخدامات المرأة الفلسطينية لوسائل الإعلام الفلسطينية والإشباعات المتحققة، دراسة مسحية على قطاع غزة.

(3.02), مما يدلل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة وفقا لمتغير العمر.

أظهرت الدراسة عدم صحة الفرض الذي يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثات للإشباعات المتحققة وفقاً لمتغير العمر.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الدجين (2009م): "عدم وجود فرق ذات دلالة إحصائية بين تأثير المتغيرات "العمر والمستوى التعليمي، ومتوسط الدخل، ووجود الأولاد" على حصول الإشباع من البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية"[1].

الفرضية الثانية: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة وفقا لمتغير الحالة الاجتماعية.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار "F – لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول (3.35): نتائج اختبار " F – للعينات المستقلة"وفقا لمتغير "الحالة الاجتماعية"

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الاختبار (F)	القيمة الاحتمالية (.Sig)
الاشباعات المتحققة	بين المجموعات	2.143	3	0.714	1.203	0.135
	داخل المجموعات	210.2	354	0.715		
	المجموع	212.343	357			

- **القيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية "3 , 294 " تساوي 2.63**

تبين من النتائج الموضحة في جدول (3.35) أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار" F – للعينات المستقلة ", والتي تساوي (0.135) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$), وقيمة الاختبار الحسابية (1.203) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.63), مما يدلل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية.

بينت الدراسة عدم صحة الفرض الذي يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثات للإشباعات المتحققة وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية، وترى الباحثة أن الصحافة النسائية الفلسطينية تخاطب النساء الفلسطينيات على جميع المستويات

(1) الدجين، استخدامات المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية، دراسة وصفية ميدانية.

العمرية والفكرية والثقافية، فهي تلبي احتياجات المرأة المتزوجة في كيفية التعامل مع زوجها وأسرتها والتوعية بحقوقها وواجباتها، وكذلك الفتيات في تثقيفهنّ وتقديم النصائح والإرشادات لهنّ، وكذا المطلقات والأرامل في توعيتهنّ بحقوقهنّ القانونية والشرعية.

الفرضية الثالثة: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة وفقا لمتغير المؤهل العلمي.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار "F – لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول (3.36): نتائج اختبار " F – للعينات المستقلة"وفقا لمتغير " المؤهل العلمي "

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الاختبار (F)	القيمة الاحتمالية (.Sig)
الاشباعات المتحققة	بين المجموعات	3.214	3	1.071	1.813	0.439
	داخل المجموعات	209.129	354	0.591		
	المجموع	212.343	357			

- **القيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية "3 , 294 " تساوي 2.63**

تبين من النتائج الموضحة في جدول (3.36) أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار" F – للعينات المستقلة ", والتي تساوي (0.439) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$), وقيمة الاختبار الحسابية (1.813) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.63), مما يدلل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة وفقا لمتغير المؤهل العلمي.

بينت الدراسة عدم صحة الفرض الذي يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثات للإشباعات المتحققة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي.

وتختلف هذه الفرضية مع ما توصلت إليه دراسة العبد (2006م): "وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات (عينة الدراسة) طبقاً لمستوياتهن التعليمية المختلفة في الاشباعات الاجتماعية المتحققة لهن جراء تعرضهن للقنوات الفضائية"[(1)].

وترى الباحثة أن ما تقدمه الصحافة النسائية فيه الفائدة والمنفعة للمرأة بجميع مؤهلاتها العلمية، فالجامعيات تساعدهنّ على حل المشاكل التي تواجههنّ عند الاندماج في سوق العمل،

(1) العبد، استخدامات المرأة العربية للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة.

وطالبات الثانوية في إرشادهنّ لفهم التخصصات العلمية، وكذلك غير المتعلمات في دعوتهنّ إلى الانضمام في محو الأمية لما للتعليم من دور كبير في تربية الأبناء والتعامل مع متطلبات الحياة العصرية.

الفرضية الرابعة: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة وفقا لمتغير المهنة.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار "F – لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول (3.37): نتائج اختبار " F – للعينات المستقلة"وفقا لمتغير " المهنة"

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الاختبار (F)	القيمة الاحتمالية (.Sig)
الاشباعات المتحققة	بين المجموعات	3.005	3	1.002	1.693	0.098
	داخل المجموعات	209.338	354	0.591		
	المجموع	212.343	357			

- القيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية "3 , 354 " تساوي 2.63

تبين من النتائج الموضحة في جدول (3.37) أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار" F – للعينات المستقلة ", والتي تساوي (0.098) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$), وقيمة الاختبار الحسابية (1.693) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.63), مما يدلل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة وفقا لمتغير المهنة.

بينت الدراسة عدم صحة الفرض الذي يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثات للإشباعات المتحققة وفقاً لمتغير المهنة.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة رحمي(2017م): "وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية والاشباعات المتحققة منها ومتغير المهنة"[1].

(1) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

وترى الباحثة أن النتيجة منطقية خاصة أن جميع المبحوثات باستطاعتهنّ قراءة وتصفح المجلات والصحف النسائية وشرائها من المكتبات أو الحصول عليها من المؤسسات الصادرة عنها بسهولة.

الفرضية الخامسة: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة وفقا لمتغير مكان السكن.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار "F – لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول (3.38): نتائج اختبار " F – للعينات المستقلة"وفقا لمتغير " مكان السكن"

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الاختبار (F)	القيمة الاحتمالية (.Sig)
الاشباعات المتحققة	بين المجموعات	3.124	4	0.781	1.317	0.068
	داخل المجموعات	209.219	353	0.593		
	المجموع	212.343	357			

- القيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية "4 , 353 " تساوي 2.40

تبين من النتائج الموضحة في جدول (3.38) أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار" F – للعينات المستقلة ", والتي تساوي (0.068) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$), وقيمة الاختبار الحسابية (1.317) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.40), مما يدلل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة وفقا لمتغير مكان السكن.

أظهرت الدراسة عدم صحة الفرض الذي يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثات للإشباعات المتحققة وفقاً لمكان السكن، وهذه النتائج منطقية خاصة أن مركز إصدار هذه المجلات والصحف النسائية والمؤسسات الصادرة عنها في غزة، لذا كان هناك سهولة في الحصول على هذه المطبوعات.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة رحمي (2017م): "وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام المرأة الفلسطينية والاشباعات المتحققة من المواقع الالكترونية وبين متغير المحافظة"[1].

(1) رحمي، استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها.

المبحث الثاني

أهم نتائج الدراسة وفرضياتها والتوصيات

توصلت الدراسة الميدانية إلى عدد من النتائج تمثلت في الآتي:

أولاً: نتائج الدراسة:

1. يستخدم 74.5% من عينة الدراسة الصحافة النسائية و15% من اللواتي يستخدمنها أحياناً، و85.7% من اللواتي لا يستخدمنّ الصحافة النسائية بسبب اعتمادهنّ على وسائل إعلامية أخرى، و35.7% يرجع لأسعارها غير المناسبة.
2. تستخدم 45.3% من المبحوثات مجلة السعادة، و34.6% مجلة الغيداء، و24% نساء من أجل فلسطين.
3. تستخدم 41.6% من الصحافة النسائية من حوالي عامين إلى أقل من أربعة أعوام، وما نسبته 30.2% يستخدمنها منذ أربعة أعوام.
4. جاءت مجلة السعادة في المرتبة الأولى من بين الصحف والمجلات الأكثر استخداماً بوزن نسبي قدره 85.17%، وفي المرتبة الثانية جاءت مجلة الغيداء بوزن نسبي 80.16%.
5. يحصل 34.4% من مستخدمات الصحافة النسائية الفلسطينية ليها عن طريق المحلات التجارية، و23.5% عن طريق الأقارب أو الأصدقاء.
6. 42.7% من مستخدمات الصحافة النسائية لا يوجد لها فترة محددة للاستخدام، وما نسبة 27.4% يفضلنّ الفترة المسائية، وأن 51.4% من مستخدمات الصحافة النسائية مدة استخدامهنّ من ساعة إلى أقل من ساعتين، وأن 27.4% منهنّ مدة استخدامهنّ من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات.
7. تتأثر 79.9% من مستخدمات الصحافة النسائية من الناحية السلوكية، و65.4% من الناحية المعرفية، و58.9% من الناحية الوجدانية، كما ويتأثر 36.9% سلوكهنّ وثقافتهنّ الحياتية باستخدام الصحافة النسائية بدرجة عالية ، و21.2% من اللواتي تأثرن بدرجة عالية جداً.
8. يعتبر 61.7% من عينة الدراسة أهم دوافع استخدامهنّ للصحافة النسائية هو التعرف على المشاكل المجتمعية وزيادة التماسك الاجتماعي، و54.7% يعتبرنّ البحث عن المعلومات والأخبار، و49.4% اكتساب الخبرة للتعامل مع الحياة الزوجية.

9. تعتبر 53.6% من عينة الدراسة من الحاجات التي تلبيها الصحافة النسائية هو التعرف على قضايا المرأة وحقوقها في القانون والانتهاكات الممارسة ضدها، و49.2% يعتبرنّ اكتساب الخبرة بكيفية التعامل مع الزوج والأبناء، و43.3% الشعور بالثقة بدور المرأة في المجتمع، ويؤكد 30.2% على أن الصحافة النسائية تلبي احتياجهنّ بدرجة عالية، و26% من اللواتي تلبي احتياجاتهنّ بدرجة عالية جداً.
10. يعتبر 49.4% من عينة الدراسة أهم الموضوعات التي يتم قراءتها في الصحافة النسائية في فلسطين هي موضوعات الحياة الزوجية والأسرية, و38.8% يعتبرنّ موضوعات شئون المرأة والطفل, و 35.2% يعتبرون موضوعات الأزياء والموضة.
11. تقييم 37.2% من المبحوثات الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية بدرجة متوسطة، و18.2% هن من اللواتي تقييمهنّ بدرجة عالية.
12. يثق 27.9% من المبحوثات بالموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين بدرجة عالية, و27.9% ثقتهنّ بدرجة متوسطة، و23.8% ثقتهنّ بدرجة عالية جداً.
13. تستفيد 30.7% من الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين بدرجة عالية، وما نسبته 27.7% هن من اللواتي استفادتهن بدرجة عالية جداً.
14. درجة الإشباع المتحققة من الصحافة النسائية في فلسطين من قبل عينة الدراسة جاء التعرف على قضايا المرأة وحقوقها في القانون والانتهاكات الممارسة ضدها في المرتبة الأولى بوزن نسبي 78.00%, ثم جاء في المرتبة الثانية اكتساب الخبرة بكيفية التعامل مع الزوج والأبناء بوزن نسبي 77.20%.
15. تغني 44.1% من المبحوثات الصحافة النسائية في فلسطين عن الصحافة النسائية العالمية بدرجة متوسطة، و15.76% تغنيهنّ بدرجة عالية جداً.
16. تعتبر 37.4% من عينة الدراسة دوافع استخدامهن للصحافة العالمية يرجع إلى التعرف على قضايا المرأة العالمية, و29.0% دافعهن المقارنة بين اهتمامات المرأة العربية والأجنبية.
17. تعتبر 49.2% من أبرز إيجابيات الصحافة النسائية في فلسطين هي معرفة الأخبار المحيطة, و 40.8% أنها تطرح مواضيع تخص المرأة بشكل أكثر دقة وتعمق، وأن 65.9% من أبرز سلبيات الصحافة النسائية في فلسطين هي ارتفاع أسعار المطبوعات الورقية للمجلات والصحف النسائية, و61.7% يعتبرن صعوبة الحصول عليها ورقياً نظراً للظروف السياسية والاقتصادية، و41.3% طرح مواضيع غريبة عن عادات المجتمع.

18. تثق 27.4% بالصحافة النسائية عالية, و 26.8% من ثقتهن بدرجة متوسطة.
19. وتقييم 28.2% للاستفادة من المعلومات والخبرات التي يتم الحصول عليها من الصحافة النسائية في فلسطين بدرجة مفيدة, و27.4% هن من تقييمهن للاستفادة بدرجة متوسطة.
20. تقييم 30.2% المهنية الصحفية الفلسطينية العاملة في الصحافة النسائية في فلسطين بدرجة جيدة، و 24.3% بدرجة جيدة.
21. تأثر 42.5% استخدامهن للصحافة الشاملة أو وسائل الإعلام المرئية والمسموعة نتيجة استخدام الصحافة النسائية بدرجة متوسطة، و 18.4% هن من تأثر استخدامهن بدرجة منخفضة.
22. يقترح 69.6% من عينة الدراسة لتطوير تناول الصحافة النسائية في فلسطين حتى تصل لأكبر نسبة من جمهور المرأة الفلسطينية الصدق والدقة والموضوعية في المواد الصحفية التي تطرحها، و64.5% يقترحن تقليل سعر الطبعة الورقية للمجلات والصحف, و 61.5% التركيز على القضايا التي تلامس حياة المرأة في الصحافة النسائية.

ثانياً: فرضيات الدراسة:

1. وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتأثيرها على سلوكياتها وثقافتها الحياتية.
2. وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين وتلبية الاحتياجات.
3. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الثقة بالصحافة.
4. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الاستفادة منها.
5. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المرأة الفلسطينية بالصحافة النسائية في فلسطين ودرجة الإشباع للحاجات.
6. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين للإشباعات المتحققة تعزى للمتغيرات الشخصية "العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، المهنة، ومكان السكن".

ثالثاً: التوصيات:

1. تدعو الدراسة القائمات بالاتصال في الصحافة النسائية الفلسطينية إلى الدقة والموضوعية والمصداقية وفق المعايير الأخلاقية للعمل الإعلامي والتي من شانها تطوير أداء الصحافة النسائية في فلسطين.
2. التركيز على القضايا التي تلامس حياة المرأة الفلسطينية في الصحافة النسائية لحرف بوصلتها عن شغف متابعة الصحافة النسائية العربية والعالمية.
3. طرح الموضوعات اللافتة للمرأة الفلسطينية في الصحافة النسائية الفلسطينية لمواجهة المنافسة الشرسة مع الصحافة النسائية العربية والعالمية التي تمتلك إمكانيات مادية وفنية وتقنية ضخمة.
4. ضرورة تطور الصحافة النسائية شكلاً ومضموناً وفق متطور يناسب القيم الدينية والحضارية للأمة الإسلامية عامة والمجتمع الفلسطيني خاصة.
5. توصي الدراسة القائمات بالاتصال في الصحافة النسائية الفلسطينية بمواكبة التطور التكنولوجي وإيجاد منابر الكترونية أسوة بالصحافة العربية والعالمية وتوفيرها على هذه المواقع حال إصدارها.
6. التنويع في المواد الصحفية التي تطرحها الصحافة النسائية الفلسطينية والتي تقوم على العمق والتحليل والتفسير، واختيار القصص ذات البعد الاجتماعي الإنساني والأخلاقي لدى المرأة الفلسطينية.
7. الارتقاء بالكادر الإعلامي العامل في الصحافة النسائية وتأهيليه للمشاركة الفاعلة في طرح قضايا المرأة والمجتمع الفلسطيني، وملامسة احتياجات المرأة الفلسطينية وطموحاتها.
8. تشجيع العمل الصحفي بين قطاع النساء من خلال تبني المواهب والتأكيد على رسالة وأهمية العمل الإعلامي لديهنّ.
9. وضع ضوابط محددة للعمل الصحفي في الصحافة النسائية مستمدة من تعاليم الدين الإسلامي الحنيف وتراث الأمة الإسلامية وحاضرها ومستقبلها.
10. ترسيخ ملامح المرأة الفلسطينية في الصحافة النسائية فكراً واهتماً وسلوكاً، ودعم ثقتها بنفسها وبأخلاقها ودينها وصحافتها التي تعمل على تلبية احتياجاتها رغم الصعوبات التي تواجهها.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

القرآن الكريم.

المراجع العربية:

إبراهيم، إسماعيل (1996م). *الصحافة النسائية في الوطن العربي*، ط1. القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.

إبراهيم، إسماعيل (2001م). *الصحفي المتخصص*، ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

أبو زيد، فاروق (1986م). *الصحافة المتخصصة*، ط1. القاهرة: عالم الكتب.

إسماعيل، محمود (2011م). *مناهج البحث الإعلامي*. ط 1، القاهرة: دار الفكر العربي.

بدر، أحمد (1998م) *منهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي*، القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.

البنا, حازم (2006م). استخدامات المرأة المصرية للدراما العربية التي تعرضها القنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 7(2)، جامعة القاهرة، القاهرة.

البهي، فؤاد وعبد الرحمن، سعد (1999م). *علم النفس الاجتماعي*، ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.

البيضا, مايا (2008م). *دوافع استخدام المرأة اللبنانية للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة* (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة, القاهرة.

تربان, ماجد (2012م). *الصحف النسائية ودورها في ترتيب أولويات المرأة الفلسطينية نحو قضاياها المختلفة، دراسة حالة لمجلة الغيداء وقرائها* (دراسة منشورة في مجلة ثقافات)، جامعة البحرية، مملكة البحرين، 1-43.

التميمي، فواز (2004م). *فاعلية استخدام نظام إدارة الجودة (آيزو 9001) في تطوير أداء الوحدات الإدارية في وزارة التربية والتعليم في الأردن من وجهة نظر العاملين فيها ودرجة رضاهم عن هذا النظام* (رسالة دكتوراه غير منشورة)، جامعة عمان، عمان.

الجرجاوي زياد. (2010م). *القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان*. ط2. غزة: مطبعة الجراح.

حارص، صابر وعبد العزيز، عزة (2008م). *تراجع أداء الصحفيين والصحفيات العرب*، الأسباب والمظاهر والمخاطر، ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

حافظ، أسماء (1998م). *دراسات في الصحافة المتخصصة، دراسة تحليلية ميدانية بالتطبيق على جريدة الحوادث*، ط1. القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الحسن، عيسى (2009م). *الصحافة المتخصصة*، ط1، عمان: دار زهران للنشر.

حسين، سمير. (2006م). *بحوث الإعلام*. ط2. القاهرة: عالم الكتب.

الحمداني، بشرى (2012م). *الصحافة النسائية الإسلامية في العراق، مجلة بنت الإسلام أنموذجاً* (دراسة منشورة في مجلة مداد للآداب)، ع2، الجامعية العراقية، بغداد.

الخصاونة، إبراهيم (2012م). *الصحافة المتخصصة*، ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

الدجين، بدور (2009م). *استخدامات المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية، دراسة وصفية ميدانية* (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الإمام، المملكة العربية السعودية.

رحمي، أشواق (2017م). *استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الالكترونية الإخبارية والإشباعات المتحققة منها* (رسالة ماجستير غير منشور)، الجامعة الإسلامية، غزة.

السراج، شكرية (2009م). التغطية الصحفية لموضوعات المرأة في الصحافة العراقية بعد أحداث 2003م، دراسة تحليلية في عينة من صحف بغداد (دراسة منشورة في *مجلة كلية الآداب*)، العدد 93، جامعة بغداد،466-484.

السراج، شكرية (2014م). دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمام المرأة العراقية نحو القضايا العامة، دراسة تحليلية، ميدانية، *مجلة الباحث الإعلامي*، جامعة بغداد، بغداد، 77-107.

سليمان، ماجدة (2010م). *الصحافة المتخصصة، إشكاليات الواقع وآفاق المستقبل*، ط1. القاهرة: دار العالم العربي.

سليمان، محمد (1987م). *تاريخ الصحافة الفلسطينية 1876م-1976م*-ج1، ط1. بيروت: مؤسسة بيسان للصحافة والنشر والتوزيع.

سلامة، حسام (2003م). *أخلاقيات تناول قضايا المرأة في السينما المصرية، دراسة تحليلية*، المؤتمر العلمي السنوي التاسع، ج4، القاهرة، ص1593.

السيد، أسماء (2015م). *معالجة الفضائيات العربية لقضايا المرأة السعودية وعلاقاتها بإدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي، دراسة تحليلية ميدانية* (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة.

السيسي، علية (1985م). *فنون التحرير والإخراج في مجلة حواء* (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة القاهرة، القاهرة.

شفيق، حسنين (2006م). *الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية*، ط1، القاهرة: دار النهضة.

شكري، إليس (1990م). *الصحافة النسائية لن تحذف من التاريخ*، دراسة منشورة في نشرة تضامن المرأة العربية، ع 3، بيروت.

شيرين، عوض (2008م). *استخدامات المرأة الفلسطينية لوسائل الإعلام الفلسطينية والإشباعات المتحققة، دراسة مسحية على قطاع غزة* (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد البحوث والدراسات العربية, القاهرة.

صادق، عادل (1999). *دور الصحافة النسائية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو القضايا النسائية، دراسة تحليلية ميدانية* (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة.

العباسي، أميرة (1992م). معالجة المجلات النسائية المتخصصة لقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري، دراسة تحليلية لمضمون مجلتي حواء ونصف الدنيا عام 1992م، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، القاهرة.

عبد الحميد, محمد (1993), *دراسة الجمهور في وسائل الإعلام*, ط1. القاهرة: عالم الكتب.

عبد الحميد، محمد. (1997م). *بحوث الصحافة*. ط2. القاهرة: عالم الكتب

عبد الرحمن، عواطف (2008م). *الصحفيات والإعلاميات العربيات*، ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

عبد العزيز, هبة (2008م). *الواقع السلبي لمجلات المرأة وكيفية تطويرها* (دراسة مقدمة لمحاضرة علمية في جامعة عين شمس) جامعة عين شمس، القاهرة.

عبد اللطيف، إبراهيم (1990م). *مجلة الأهرام الاقتصادي*، دراسة فنية وتاريخية 1950م-1984م (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة.

عبد اللطيف، صلاح (2002م). *الصحافة المتخصصة*، ط1. الإسكندرية: مطبعة الإشعاع الفنية.

عبد الله، حنان (2014م). *استخدامات المرأة الاماراتية الشابة لشبكات التواصل الاجتماعي، مدخل للاستخدامات والاشباعات* (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة ويلن جونج الاسترالية، دبي.

عبد الله، علي (1989م). *واقع الصحافة الفلسطينية في الضفة والقطاع (1967م-1987م)*، ط1. فلسطين: دائرة الثقافة في منظمة التحرير الفلسطينية.

عبد المجيد، ليلى وعلم الدين، محمود (2008م). *فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة الالكترونية*، ط1. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.

العبد, نهى (2006م). استخدام المرأة العربية للقنوات الفضائية: دراسة ميدانية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، *8*(2), جامعة القاهرة، القاهرة.

العبد، عاطف والعبد، نهى (2011م). *نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية*، د. ط. القاهرة: دار الفكر العربي.

عبيدات، ذوقان وآخرون. (2005م). *البحث العلمي مفهومه وأساليبه* وأدواته، ط8. عمان: دار الفكر للطباعة والنشر.

العلي، فوزية (2005). استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية، دراسة ميدانية، *مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، جامعة الشارقة، الشارقة.

عواد، صلاح الدين عواد (2008م). *قضايا المرأة في الصحافة النسائية الأهلية في فلسطين، دراسة مسحية من 2004م-2006م* (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

عويس، محمد. (2008م). *اتجاهات التغطية الإخبارية للشئون الخارجية في الصحف المصرية وعلاقتها بالمتغيرات الخاصة بالصحف: دراسة تطبيقية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الزقازيق، القاهرة.

الغابشي, عائشة (2002م). *استخدام المرأة العمانية لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة* (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة.

الغزاوي، آمال (2008م). استخدامات المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة والاشباعات المتحققة، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، 32، 1-70.

قنديل، راجية (3 أغسطس2011م). *قضايا المرأة في الصحافة النسائية العربية*، موقع جمعية الاتحاد الإسلامي، تاريخ الاطلاع 11 مارس2017م، الرابط التالي: www.Itihad.org

كامل، نجوى (1997م). *القائمات بالاتصال في الصحافة العربية*، ورقة عمل مقدمة إلى الدورة التدريبية للإعلام المحلي وقضايا المرأة في الصعيد، جامعة أسيوط، أسيوط.

اللبابيدي، ديما (2016م). *دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني واتجاهاته نحو قضايا المرأة، دراسة ميدانية* (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة.

مرجان، هاني (2015م). *اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الالكترونية في اكتساب المعارف حول قضية اللاجئين*، دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة.

المزاهرة, منال (2012م), *نظريات الاتصال*, ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

مطهر، بشار (2010م). استخدامات المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية والإشباعات المتحققة (دراسة منشورة *مجلة كلية الآداب*) جامعة صنعاء، صنعاء.

مكاوي، حسن، والسيد، ليلى. (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

مهنا، ميادة (2009م). *أطر تقديم صورة المرأة في الصحافة الفلسطينية، دراسة تحليلية مقارنة* (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة القاهرة، القاهرة.

موسى، وليد وعورتاني، بسام (2016م). *الصحافة النسوية وحرية الرأي والتعبير في فلسطين* (دراسة منشورة في المركز الفلسطيني للتنمية والحريات "مدى"، في إطار مشروع الدفاع عن حرية الرأي والتعبير خلال بيئة قانونية سليمة، رام الله.

الثريا للاتصال والإعلام (د.ت) تعريف بمجلة السعادة، تاريخ الاطلاع 5 يوليو 2017م، الرابط التالي: http://thoraya.net/

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2014م). إحصائيات بعدد النساء في قطاع غزة عام 2014م، تاريخ الاطلاع 4 أبريل 2017م، الرابط التالي: http://www.pcbs.gov.ps/

جمعية المرأة العاملة الفلسطينية للتنمية (د.ت). تعريف بمحلة ينابيع، تاريخ الاطلاع 27 يناير 2017م، الرابط التالي: http://www.mhpss.ps/ar/

طاقم شؤون المرأة، تعريف بصحيفة صوت النساء، تاريخ الاطلاع 16 مارس 2017م، الرابط التالي: http://www.watcpal.org/

مجلة الغيداء (د.ت). تعريف بمجلة الغيداء، تاريخ الاطلاع 2 يناير 2017م، الرابط التالي: http://site.wac.ps/ar/category/al-ghaiada/

مركز نساء من أجل فلسطين (د.ت). تعريف بصحيفة نساء من أجل فلسطين، تاريخ الاطلاع: 5 فبراير 2017م، الرابط التالي: http://www.womenfpal.com/

نصار، سهام (2002م). استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والاشباعات المتحققة منها، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، 3 (1)، 253-255 و 296-301.

نصر، وسام (2012م). استخدامات المرأة المصرية لشبكة الانترنت والإشباعات المتحققة لديها بالتطبيق على أحداث 25 يناير 2011م، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، 11(1)، 185-276.

هارون، وداد (2013م). *ملخص مادة الصحافة المتخصصة*، جامعة الجزيرة، كلية الإعلام وعلوم الاتصال، الإمارات العربية المتحدة.

وافي، أمين (2015م). *استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباعات المتحقق، دراسة ميدانية* (دراسة منشورة في مجلة جامعة الأزهر)، 17(2) (ب)، 1-34.

الوصيف, أبو بكر (2004م). *استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباعات المتحققة* (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

اليماني، غادة (2008م). دور الصحف النسائية المصرية في تحديد وترتيب أولويات اهتمام المرأة نحو القضايا المختلفة، دراسة تطبيقية مقارنة بين مجلتي حواء ونصف الدنيا، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، 22، 223-312.

المقابلات:

سمر الدريملي، سكرتير تحرير مجلة الغيداء، ريما سلمان، (مقابلة شخصية: 8 أبريل 2017م)، الساعة 10:20 صباحاً.

أمين وافي، أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الإسلامية، ريما سلمان، (مقابلة شخصية: 2 مايو 2017م)، الساعة 12:30 مساءاً.

ديانا المغربي، محررة وإعلامية في مجلة السعادة، ريما سلمان، (مقابلة شخصية: 1 أبريل 2017م)، الساعة 11:00 صباحاً.

منى خضر، صحفية متخصصة في شؤون المرأة، ريما سلمان، (مقابلة شخصية: 10 أبريل 2017م)، الساعة 1:30 مساءاً.

الملاحق

ملحق رقم (1)

صحيفة الاستقصاء

الجامعة الإسلامية – غزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كليـة الآداب
برنامج ماجستير الصحافة

استبيان دراسة بعنوان:
"استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين والإشباعات المتحققة"
"دراسة ميدانية على عينة من جمهور المرأة الفلسطينية في قطاع غزة"

أختي المرأة الفلسطينية في قطاع غزة
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته....

تجري الطالبة دراسة بعنوان "**استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية في فلسطين والإشباعات المتحققة**" كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في قسم الصحافة بالجامعة
الإسلامية، أرجو التكرم بالإجابة على أسئلة هذه الاستبانة بكل صدق وموضوعية, علماً بأن جميع المعلومات التي تتعلق بالإجابة على الأسئلة ستستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

ولكم جزيل الشكر والتقدير

الباحثة: ريما جمال سلمان

الوحدة الأولى: السمات العامة

1- العمر:

☐ من 18 عاماً إلى 30 عاماً

☐ من 30 إلى 40 عاماً

☐ من 40 إلى 50 عاماً

☐ من 50 عاماً فأكثر

2- الحالة الاجتماعية:

☐ عزباء ☐ متزوجة ☐ أرملة ☐ مطلقة

3- المؤهل العلمي:

☐ غير متعلم ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا

4- المهنة:

☐ عاملة ☐ طالبة ☐ ربة بيت ☐ لا تعمل

5- مكان السكن:

☐ محافظة غزة ☐ محافظة شمال غزة ☐ محافظة الوسطى

☐ محافظة خان يونس ☐ محافظة رفح

الوحدة الثانية: مدى وأنماط استخدامات المرأة الفلسطينية للصحافة النسائية

6- هل تستخدمين الصحافة النسائية في فلسطين؟

☐ نعم ☐ لا ☐ أحياناً

إذا كانت الإجابة "لا" أجيبي عن السؤال رقم (7) وتوقفي عن الإجابة مشكورة وسلمي الاستبيان، أما إذا كانت إجابتك "نعم" تخطى السؤال 7 وتابعي:

7- لماذا لا تستخدمين الصحافة النسائية في فلسطين؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ لا أعرف سبل الوصول إليها.

☐ مضيعة للوقت.

☐ عدم الاقتناع بجدواها وأهميتها.

☐ أسعارها غير مناسبة.

☐ أعتمد على وسائل إعلامية أخرى.

☐ لا أحب القراءة.

☐ أخرى اذكري:

.....

8- ما هي الصحف النسائية التي تستخدمينها؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ مجلة السعادة.

☐ مجلة الغيداء.

☐ صحيفة صوت النساء.

☐ مجلة ينابيع.

☐ صحيفة نساء من أجل فلسطين.

☐ الصفحات النسائية المتخصصة في الصحف الفلسطينية.

☐ أخرى

أذكري:.....

9- منذ متى تستخدمين الصحافة النسائية في فلسطين؟

☐ أقل من عام.

☐ من عام إلى أقل من عامين.

☐ من عامين إلى اقل من أربعة أعوام.

☐ أربعة أعوام فأكثر.

10- رتبي المجلات والصحف النسائية التالية تنازليًا حسب استخدامك لها من وجهة نظرك وذلك بإعطاء الرقم 1 للأهم والتدرج بباقي الأرقام للأقل أهمية:

☐ مجلة السعادة.

☐ مجلة الغيداء.

☐ صحيفة صوت النساء.

☐ مجلة ينابيع.

☐ صحيفة نساء من أجل فلسطين.

☐ الصفحات النسائية المتخصصة في الصحف الفلسطينية.

11-من أين تحصلين على الصحافة النسائية؟

- ☐ عبر اشتراك دوري مع المؤسسة الصحفية القائمة على المجلة أو الصحيفة النسائية.
- ☐ عن طريق محلات تجارية.
- ☐ عن طريق أقارب أو أصدقاء.
- ☐ عن طريق أحدى المؤسسات.
- ☐ عبر موقعها على الانترنت.
- ☐ أخرى

أذكري:.....

12-ما الأوقات المفضلة لديك عند استخدام الصحافة النسائية في فلسطين؟

☐ صباحًا (من 8- 12صباحًا) ☐ وقت الظهيرة (من 12- 4 مساءً)

☐ مساءً (من 4- 9 مساءً) ☐ الفترة المتأخرة من الليل (من 9 مساءً- 3 صباحًا)

☐ وقت الفجر (من 3- 8 صباحًا) ☐ لا يوجد وقت محدد

13-ما المدة التي تقضيها أثناء استخدامك للصحافة النسائية في فلسطين؟

☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى اقل من ساعتين

☐ من ساعتين إلى اقل من ثلاث ساعات ☐ ثلاث ساعات فأكثر

14-ما طبيعة تأثرك باستخدامك للصحافة النسائية في فلسطين؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ تأثير وجداني ☐ تأثير سلوكي ☐ تأثير معرفي

15-ما تأثير استخدامك للصحافة النسائية في فلسطين على سلوكياتك وثقافتك الحياتية؟

☐ عالية جدًا ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدًا

الوحدة الثالثة: الدوافع والحاجات لاستخدام الصحافة النسائية في فلسطين

16-ما دوافع استخدامك للصحافة النسائية في فلسطين؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ بحثاً عن المعلومات والأخبار.
- ☐ الخبرات والمهارات.
- ☐ التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ.
- ☐ التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.
- ☐ التعرف على المشاكل المجتمعية, وزيادة التماسك الاجتماعي.
- ☐ الاطلاع على الإعلانات والتطورات والاختراعات والاكتشافات.
- ☐ زيادة الثقافة الحياتية في أمور الأسرة والطفل.
- ☐ اكتساب الخبرة للتعامل مع الحياة الزوجية.
- ☐ البعد عن العزلة والهروب من الروتين اليومي وضغط الحياة.
- ☐ أخرى أذكري:

.....

17-ما هي الحاجات التي تلبيها لك الصحافة النسائية في فلسطين؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ التعرف على المعلومات والخبرات.
- ☐ تلبية الفضول والتعرف على الحداثة والتطورات التكنولوجية والعلمية وغيرها.
- ☐ التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ.
- ☐ الاسترخاء والهروب من الواقع وضغوط العمل والحياة الروتينية والعاطفية.
- ☐ الاندماج مع الاسرة والاصدقاء والجماعات المتنوعة والمجتمع وقضاياه.
- ☐ اكتساب الخبرة بكيفية التعامل مع الزوج والأبناء.
- ☐ الشعور بالثقة بدور المرأة في المجتمع.
- ☐ التعرف على قضايا المرأة وحقوقها في القانون, والانتهاكات الممارسة ضدها.
- ☐ أخرى أذكري: .....

18-ما درجة تلبية الصحافة النسائية في فلسطين لاحتياجاتك؟

☐ عالية جداً ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدًا

الوحدة الرابعة: القضايا والمواضيع في الصحافة النسائية في فلسطين

19-ما أهم الموضوعات التي تقرئيها في الصحافة النسائية في فلسطين؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ السياسية ☐ الاجتماعية ☐ شئون المرأة والطفل

☐ الأزياء والموضة ☐ الحياة الزوجية والأسرية

☐ الجمال والمطبخ ☐ الإنسانية ☐ الصحية

☐ الدينية ☐ الاقتصادية ☐ التكنولوجية

☐ الثقافية ☐ الأدبية ☐ أخرى أذكري:.....

20-كيف تقيمين الموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين من ناحية تلبيتها لاحتياجاتك؟

☐ جيدة جدًا ☐ جيدة ☐ متوسطة ☐ رديئة ☐ رديئة جدًا

21-ما درجة ثقتك بالموضوعات المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين؟

☐ عالية جداً ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدًا

22-ما درجة استفادتك من الموضوعات التي تتعرضين لها في الصحافة النسائية بفلسطين؟

☐ عالية جداً ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدًا

الوحدة الخامسة: الاشباعات المتحققة من استخدام الصحافة النسائية في فلسطين

23-اختاري من الجدول التالي احتياجاتك من الصحافة النسائية في فلسطين, وحددي درجة اشباع الصحافة النسائية في فلسطين لها:

الحاجات	بدرجة عالية جدًا	بدرجة عالية	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	بدرجة ضعيفة جدًا
التعرف على المعلومات والخبرات					
تلبية الفضول والتعرف على الحداثة والتطورات التكنولوجية والعلمية وغيرها					
التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ					
الاسترخاء والهروب من الواقع وضغوط العمل والحياة الروتينية والعاطفية					
الاندماج مع الاسرة والاصدقاء والجماعات المتنوعة والمجتمع وقضاياه					
اكتساب الخبرة بكيفية التعامل مع الزوج والأبناء					
الشعور بالثقة بدور المرأة في المجتمع					
التعرف على قضايا المرأة وحقوقها في القانون, والانتهاكات الممارسة ضدها					
أخرى أذكري:					

24- هل يغنيكِ استخدامك للصحافة النسائية في فلسطين عن استخدام الصحافة النسائية العالمية؟

نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

25- إذا كانت الإجابة بـ "نعم" فانتقلي إلى السؤال "26", وإذا كانت الإجابة بـ "لا" فأذكري دوافعك لاستخدام الصحافة النسائية العالمية وانتقلي إلى السؤال "26"؟

.....

.....

الوحدة السادسة: إيجابيات وسلبيات الصحافة النسائية في فلسطين

26- ما أبرز إيجابيات الصحافة النسائية في فلسطين من وجهة نظرك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ معرفة الأخبار المحيطة.
- ☐ الحصول على المعارف والخبرات.
- ☐ دمج الفرد بشكل عام والمرأة خصوصًا في المجتمع.
- ☐ التسلية والإمتاع.
- ☐ استثمار وقت الفراغ.
- ☐ تعدد سبل الحصول عليها ورقيًا.
- ☐ توفر مواقع إلكترونية للصحف والمجلات الورقية عبر الانترنت, مما يتيح لكي التعرض لها في الوقت الذي تريديه.
- ☐ تطرح مواضيع تخص المرأة بشكل أكثر دقة وتعمق.
- ☐ تطلعك على آخر صيحات الموضة النسائية, وأصناف جديدة من الأكلات, والتطورات والمخترعات الحديثة في أمور المطبخ والعالم.
- ☐ أخرى أذكري .....

27- ما أبرز سلبيات الصحافة النسائية في فلسطين من وجهة نظرك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ طرح مواضيع تقليدية فاقدة لعنصري التجديد والإثارة.
- ☐ ارتفاع أسعار المطبوعات الورقية للمجلات والصحف النسائية في فلسطين.
- ☐ مواضيعها المطروحة غير معمقة, ولا يوجد فيها تحليلات.
- ☐ لا تتناول جميع المواضيع الزوايا التي تهم المرأة الفلسطينية.
- ☐ طرح مواضيع غريبة عن عادات المجتمع.
- ☐ صعوبة الحصول عليها ورقيًا, نظرًا للظروف السياسية والاقتصادية في فلسطين.
- ☐ أخرى أذكري: .....

الوحدة السابعة: تقييم الصحافة النسائية في فلسطين ومقترحات لتطويرها

28-ما درجة ثقتك بالصحافة النسائية في فلسطين؟

☐ عالية جداً ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدًا

29-كيف تقيمين استفادتك من المعلومات والخبرات التي تحصلين عليها من الصحافة النسائية في فلسطين؟

☐ مفيدة جدًا ☐ مفيدة ☐ متوسطة ☐ ضارة ☐ ضارة جدًا

30-كيف تقيمين مهنية الصحفية الفلسطينية العاملة في الصحافة النسائية في فلسطين؟

☐ جيدة جدًا ☐ جيدة ☐ متوسطة ☐ رديئة ☐ رديئة جدًا

31-ما درجة تأثير استخدامك للصحافة النسائية في فلسطين على متابعتك واستخدامك للصحافة الشاملة أو وسائل الإعلام المرئية والمسموعة؟

☐ عالية جدًا ☐عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدًا

32-ما المقترحات من وجهة نظرك لتطوير الصحافة النسائية في فلسطين حتى تصل لأكبر نسبة من جمهور المرأة الفلسطينية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ الصدق والدقة والموضوعية في المواد الصحفية التي تطرحها.

☐ طرح مواضيع جديدة ولافتة في الصحافة النسائية في فلسطين.

☐ تنوع المواد الصحفية التي تطرحها الصحافة النسائية في فلسطين.

☐ تقليل سعر الطبعة الورقية للمجلات والصحف النسائية في فلسطين.

☐ العمق والتحليل في المواضيع المطروحة في الصحافة النسائية في فلسطين.

☐ التركيز على القضايا التي تلامس حياة المرأة في الصحافة النسائية في فلسطين.

☐ أخرى اذكري: .....

شكراً لتعاونكن معنا

ملحق رقم (2)

1-الدكتور أحمد الترك: أستاذ مساعد في قسم الصحافة بالجامعات الإسلامية بغزة.

2-الدكتور أحمد حماد: أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الأقصى.

3-الدكتور أيمن أبو نقيرة: أستاذ مساعد في قسم الصحافة بالجامعة الإسلامية بغزة.

4-الدكتور زهير عابد: أستاذ العلاقات العامة والإعلان المشارك بجامعة الأقصى.

5-الدكتور طلعت عيسى: أستاذ مشارك في قسم الصحافة بالجامعة الإسلامية بغزة.

6-محسن الإفرنجي: المحاضر في قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية.

7-الاحصائي محمد بربخ: معيد بكلية التجارة في قسم الاقتصاد والعلوم السياسية والإحصاء التطبيقي.