**دوافع استخدام الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين للمواقع الإلكترونية النسائية العربية**

**دراسة ميدانية**

**د. عبد الصادق حسن**

**مدرس الإعلام بمعهد الجزيرة العالي للإعلام بجمهورية مصر العربية وأستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين**

**ملخص**

سعت الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية بالتطبيق على عينة من الطالبات في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات، وهدفت الدراسة إلى تعرف عادات وأنماط تعرض الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية العربية النسائية ودوافع التعرض والإشباعات المتحققة من هذا التعرض ، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على إلى التعرف على للمواقع الإلكترونية النسائية العربية النسائية التي تفضلها الطالبات الجامعيات واتجاهاتهن نحو هذه المواقع والمضامين التي تعرضها هذه المواقع .

وقد استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي بتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامها 300 مفردة من المحافظات الخمس بمملكة البحرين ، وقد اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وقد ، كما استخدم البرنامج الإحصائي SPSS لمعالجة الاختبارات الإحصائية مثل اختبار F-test ، ومعامل اختبار بيرسون، بالإضافة إلى النسب والتكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

**وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها :**

* + أوضحت النتائج بأن غالبية المبحوثات يتابعن المضامين النسائية على المواقع الإلكترونية النسائية العربية نادراً بنسبة (51.33 %)، بينما يشاهدها أحياناً بنسبة (33.00 %)، ويشاهدها بشكل دائم بنسبة (15.00%).
  + أوضحت النتائج العامة أن أهم للمواقع الإلكترونية النسائية العربية التي تشاهدها الطالبات الجامعيات – بالترتيب - جاءت على النحو التالي : سيدتي نت بنسبة (59.33 %)، رجيم بنسبة (22.33 %) ،عالم حواء بنسبة 15.33 % ، حياتي الجديدة بنسبة (15.00 %)، أنوثتي (11.67 %) ، عالم الإنوثة (11.33 %) ، بنات نت بنسبة (5.00 %) ، موسوعة الجمال بنسبة (11.00%) ، لمطبخ الخليجي بنسبة (5.67 %) ، زفة العروس (4.33%)، زفة العروس (4.00%) ، ومواقع أخرى مثل حياتي الجديدة وهي النسائية ، وزواج دوت نت (2.67 %).
  + تمثلت دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية فيما يلي : "التسلية وتمضية وقت الفراغ" في مقدمة العبارات المتعلقة بدوافع تعرض الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية بمتوسط حسابي (2.47)، يليها دافع " التعلم والثقافة بوجه عام" بمتوسط حسابي (2.41)،"التعرف على أحدث الموضات والأزياء والمجوهرات" بمتوسط حسابي (2.36)، أتعلم مهارات جديدة " بمتوسط حسابي (2.35)، " بحكم التعود " بمتوسط حسابي (2.31) ،" ترشدني في حل المشكلات التي تواجهني" بمتوسط حسابي (2.29)، " التعرف على حقوقي وواجباتي " بمتوسط حسابي (2.17).
  + توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام.
  + توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا في معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام.

The motives of the use of university Female students in the Kingdom of Bahrain for the Arab women websites

This study concentrated in " through the theory of Uses and Gratifications, this study aims at identifying university Female students 's habits, Patterns, and Motivations of watching Arab women websites, identifying the Women 's satisfactions that are fulfilled by using these sites, identifying the Arab women websites and the most contents favored by university Female students and investigating thier attitudes towards the Arab women websites.

the researcher used the survey method applying on Simple Random Sample of 400 university Female students from the Fifth Governorates in the Kingdom of Bahrain, As well as the questionnaire was developed for application on the study sample included many of questions related to the objectives of the study, The researcher used in the stage of the statistical treatment (SPSS) for making the required statistical tests as ( (F) test and Person, in addition to the ratio, simple and complex schedules and values of arithmetic average and standard deviation.

The researcher also discussed the field study in five researchers: General characteristics for samples of the study, motives of using Arab women websites and relations of using and its relation with other variables and stage of using of Arab women websites Content and what the spectators prefer.

The study revealed many of results, among the most important results were the following:

* 7.8% of the respondents the women content in the Arab women websites always, 46.2% occasionally, and 46% rarely.
* The results showed that the most important public websites that you Arab university female students prefer were as follows: Saydaty Net by (59.33%), regeem by (22.33%), the Women World by 15.33%, my new life by (15.00%), femininityby (11.67%), the world of femininity (11.33%), Girls Net (5.00%), Encyclopedia of beauty by (11.00%), a kitchen (GCC) by (5.67%), hype bride (4.33%), hype bride (4.00%) , and other sites, such as my new life, a female, and marriage NET (2.67%).
* (31.8%), the content prefered by university Female students were health and family (15.5%), flower Gulf (15.5%) , Manal Kichen program (15%), other programs (14.8%), the family and society (11%), Style (6.8%), Kalam Nawaem rate (4.3%).
* There is a significant relationship between the rate of exposure of university Female students to Arab women websites and motives of this exposure.   
  - There is a significant relationship between Exposure of university Female students to Arab women websites and its Gratification.

**المقدمـــــــــــــة**

يحتل الإعلام في الوقت الحالي مكانة وأهمية مؤثرة خاصة وأنه مع تعدد وسائل الاتصال وكثرة المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت ، أصبحت هذه المواقع تجذب الجماهير وتؤثر فيهم، بالإضافة إلى التطور التكنولوجي الكبير الذي امتد أثره إلى كل وسائل الإعلام، فجعلها أكبر قوة وأعظم تأثيراً.

وقد أحدثت الانترنت ثورة فى مجال الاتصال فمن خلالها يستطيع الجمهور الحصول على المعلومات والإطلاع على المواقع الاخبارية ومواقع الجرائد و المجلات ، كما انه يستطيع القيام بالتعرف على العديد من المعلومات حول مختلف القضايا والموضوعات في المجتمع ، وتحميل ملفات صوت وملفات صورة والاستماع للإذاعات ومشاهدة مقاطع من برامج تلفزيونية , فالانترنت وسيلة اتصال عابرة للحدود تسمح بتبادل المعلومات و الاتصال من خلال مجموعة من اجهزة الحاسب الآلى المتصلة ببعضها البعض .

لقدأصبحت المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت تتجه نحو التخصص، لذا فهي لا تتوقف عن زيادة مصادر معلوماتها ، في الوقت الذي يتزايد فيه التوجه نحو المواقع الإلكترونية المتخصصة في الأخبار والإعلام السياسي والثقافي والتعليمي والديني...الخ.، ومع إنتشار الإنترنت في الوطن العربي في السنوات الأخيرة تحولت هذه الظاهرة إلى ظاهرة اجتماعية وسياسية عامة مما دفع بالعديد من الباحثين إلى دراستها كظاهرة لها آثارها الاجتماعية والنفسية والثقافية ، والسياسية وتتبع هذه الآثار في أنماط تفكير وسلوك المشاهدين واتجاهاتهم وفي مقدمتهم الشباب المثقف والمتعلم ، ودراسة طبيعة الدور السياسي والتوجيهي الذي تلعبه هذه المواقع في التنشئة السياسية لهم وما قد تغرسه في شخصيتهم من قيم وسلوكيات تؤثر في حياتهم ، ، وقد أدى هذا التطور في شبكة الإنترنت إلى ظهور العديد من المواقع الإلكترونية المتخصصة ومنها المواقع الإلكترونية النسائية التي تهتم بكل قضايا المرأة المختلفة في كل المجالات..

وقد أشار العديد من الباحثين والمتخصصين إلى التعددية الإعلامية التي تشهدها منطقة الخليج العربي خاصة، والمنطقة العربية بصفة عامة، والمتمثلة في تعدد المواقع الإلكترونية، مما يتيح للمرأة العربية التعرف على مزيد من المعلومات والمعارف والافكار والخبرات والتي تسهم إلى رفع مستواهم السياسي، وتعمل على تهيئة عقولهم وأذهانهم، وتساعد في تكوين آرائهم حول مختلف القضايا في العالم بصفة عامة، والعالم العربي ومنطقة الخليج بصفة خاصة (حبيب ،أيمن محمد ، 1997 ، ص8 ) ، بل تسابقت هذه المواقع أيضاً على إنشاء المواقع الإلكترونية الخاصة بالمرأة، الأمر الذي قاد في بعض الأحيان إلى زيادة عدد المواقع والباقات لاستقطاب أكبر عدد من جمهور النساء المتابعات لهذه المواقع والمضامين النسائية التي تعرض من خلالها (الزهراني ،محمد عبدالله الكبشي ،2009 ، ص 21 ).

وقد انعكست هذه الروح التنافسية على طبيعة المواد والمضامين النسائية التي تحاول ان تبعث بها كل موقع إلكتروني إلى جمهورها المستهدف من السيدات، حيث سعت المواقع الإلكترونية الى إيجاد آليات جذب وابتكار أنماط برامجية ، واستخدم اساليب عرض ومعالجة جديدة من أجل ان تستحوذ على جمهور المشاهدات وتجعلهن يفضلنها على غيرها من المواقع الأخرى، وذلك في ضوء حاجة المرأة العربية بصفة عامة، والبحرينية بصفة خاصة الى المزيد من المعلومات عن القضايا والموضوعات التي تهمها (العزوي ، عبدالله على ، 2008 ، ص 24 ) .

وقد تزايد تأثير المواقع الإلكترونية على المرأة العربية بصفة عامة ، والطالبات الجامعيات بصفة خاصة، نتيجة للتطور الهائل الذي طرأ على أدوار هذه المواقع في إطار تزاوج ثورتي الإتصال والمعلومات، مما أدى لإنحسار دور الأسرة والمدرسة في التوعية الأسرية، حيث حل محلها المواقع الإلكترونية ، وأصبحت هذه المواقع بمثابة المؤسسة التربوية والتعليمية ، التي تستمد الطالبات الجامعيات معضم معلوماتها عن مختلف القضايا الأسرية والمجتمعية (كامل ،نجوى، [www.scw-gov.bh/media/PD](http://www.scw-gov.bh/media/PD)).

وتسعى هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو المضامين النسائية في للمواقع الإلكترونية النسائية العربية من خلال التعرف على أنماط وعادات تعرض الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية ، ودوافع هذا التعرض، والإشباعات المترتبة على هذا التعرض.

**الدراسات السابقة :**

**1- دراسة نسرين حسن ، 2013 حول تكامل دور الصحف والتليفزيون مع مؤسسات المجتمع المدني في تنمية الثقافة السياسية للمرأة بالتطبيق على محافظتي المنيا والقاهرة.**

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور كل من الصحف والتليفزيون في تعزيز الثقافة السياسية الديمقراطية للمرأة ودورها في الترويج للقيم السياسية السلبية وكذلك التعرف على دور مؤسسات المجتمع المدني في تنمية القيم السياسية الديمقراطية للمرأة ودورها في الترويج للقيم السياسية السلبية بالإضافة إلى تحديد مدى التوافق والتكامل بين الصحف والتليفزيون ومؤسسات المجتمع المدني في تنمية الثقافة السياسية للمرأة ، واستخدم الباحث منهجي المسح والمنهج المقارن وقد إعتمدت الباحثة في تطبيق الدراسة على أدوات تحليل المضمون والإستبيان ودليل المقابلة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : سجلت صحيفة الوفد أكثر الصحف تناولا للموضوعات محل الدراسة من حيث حجم مواد الصحيفة المنشورة والتي بلغت (36.5%)من إجمالي الموضوعات ، وكشفت نتائج الدراسة تقدم موضوع محاكمات رموز النظام السابق على الموضوعات محل الدراسة بنسبة (39.5%) في حين تراجعت الموضوعات المتعلقة بالمرأة بفارق كبير ، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن القيم السياسية الإيجابية ممثلة في قيمتي المقاومة والمساوأة جاءت كأكثر القيم التي تعزيزها في البرامج محل الدراسة مقابل الترويج للقيم السياسية السلبية وأكثرها الإكراه والتدرج.

**2- دراسة Zhengjia Liu& Lulu Rodriguez، 2012 " الدوافع النفسية والاجتماعية لاستخدام طالبات الجامعة لمجلات الموضة"**

سعت الدراسة إلى التعرف على الدوافع النفسية والاجتماعية لاستخدامات طالبات الجامعة لمجلات الموضة ، بالتطبيق على عينة قوامها 264 مفردة من طالبات الجامعة بشنغهاي بالصين ، واستخدم الباحثان الاستبيان الإلكتروني للحصول على المعلومات ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : تمثلت عادات قراءة مجلات الموضة فيما يلي : أقرأ مجلة واحدة كل شهرين أو كل ثلاثة أشهر بنسبة 72.9 % ، أقرأ مجلة واحدة شهرياً بنسبة 18.2% ، أقرأ مجلة أو أكثر شهرياً بنسبة 8.9 % ، وكشفت الدراسة وجود علاقة بين الدوافع النفسية مثل تعزيز صورة الجسد والاستعداد للمستقبل وبين استخدامات طالبات الجامعة لمجلات الموضة، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن طالبات الجامعة تستخدم مجلات الموضة لتحقيق إشباعات استهلاكية معينة مثل : امتلاك السلع الفاخرة التي تشير إلى النجاح في الحياة بمتوسط حسابي 2.70، تعطيني شعوراً بتحقيق الذات بمتوسط 3.72، تعطيني مظهراً أنيقاً وعصريا بمتوسط 3.28، .تعطيني متعة غريبة بالخروج عن امألوف بمتوسط 3.63 ، من المفيد لي إنفاق المال في شيء يحقق الجاذبية بالنسبة لي بمتوسط 3.12..

**3- دراسة السواح ، داليا مصطفي ، 2012 " أنماط حياة المراة في الإعلان التليفزيوني : دراسة تطبيقية علي الإعلانات التجارية المقدمة في القنوات الفضائية العربية والاجنبية".**

تهدف الدراسة إلى التعرف علي أنماط التي تعكسها إعلانات القنوات الفضائية محل الدراسة ، والتعرف علي مدي استخدام المرأة في تصوير تلك الأنماط في الإعلان،   
والكشف عن إيجابية أو سلبية الصور التي تعكسها الأنماط الحياتية للمرأة في تلك الإعلانات،   
والكشف عن أهم مؤثرات القرار الشرائي في الإعلان، و عتمدت الدراسة في اختيار العينة علي الطريقة العشوائية المنتظمة وذلك للرغبة في تمثيل أكبر قدر ممكن من آراء السيدات في العينة والتي يبلغ قوامها 400 مفردة وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : وجود وجود علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثات لاعلانات القنوات الفضائية وتقديرهن للإعلان، . ووجود علاقة إيجابية بين معدل تعرض مفردات العينة واتخاذ القرار الشرائي حيث الباحثة أن نسبة 38.9% بتكرار 84 مفردة ممن يشاهد التلفاز لمدة تتراوح بين ساعتين إلي قل من أربع ساعات يوميا قد قمن بشراء خدمة قد تم مشاهدة إعلاناتها في التلفزيون .كما كشفت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين معدل تعرض مفردات العينة لإعلانات القنوات الفضائية والاعتماد علي الإعلام لاتخاذ القرار الشرائي،كما كشفت الدراسة أيضاً وجود علاقة دالة إحصائيا بين المعدل المعتدل لمشاهدة لإعلانات القنوات الفضائية وتقدير الجمهور لوسائل الجذب في الإعلان.

**4- دراسة جلبي ، منى صبحي ، 2011 "الأبعاد التربوية لمضمون البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات العربية الخاصة: دراسة تحليلية".**

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع المرأة العربية ومشكلاتها المعاصرة، والوقوف على مدى ارتباط مضامين تلك البرامج ،و التعرف على مضامين البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات العربية الخاصة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن هناك قصوراً واضحاً في الرسالة الإعلامية التي تنتهجها الفضائيات العربية الخاصة إزاء الدور الثقافي والتربوي المفترض تحقــقها كوظائف أساسية للإعلام الهادف ، وكشفت الدراسة عن غياب مفهوم المسؤولية الإجتماعية للإعلام الفضائي، وبدا ذلك واضحاً في المعالجات الإعلامية لقضايا المرأة والأسرة، والقضايا المجتمعية، والتي تصطدم في أحيان كثيرة بالقيم والهوية والثقافة التي تدين بها المجتمعات العربية والإسلامية،  وكشفت الدراسة أيضاً أن قناة الجزيرة على الرغم من كونها قناة خبرية في المقام الأول؛ فقد أولت اهتماماً لقضايا المرأة وأفردت لها أكثر من برنامج أسبوعي .أن برنامج (للنساء فقط) في مجمله وفي حدود العينة أيضاً تناول قضايا وموضوعات للمرأة في المجال الأسري والمجتمعي، وعلى مستوى الأمة والعالم بنسب متفاوتة، مما يشير إلى أن هناك وعياً لدى القائم بالإتصال بأهمية تلك الموضوعات .

**5- دراسة الغزاوي، آمال**. **"استخدامات المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة والإشباعات المتحققة منها"،2010.**

سعت الدراسة الى التعرف استخدامات المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة والإشباعات المتحققة منها، وكذلك التعرف على المضامين وتأثيراتها على المجتمعات العربية، وقد اجريت الدراسة على عينة قوامها 300 مفردة شملت ثلاث دول عربية (مصر- السعودية- الكويت) ، **وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج ، من أهمها :** ان 64% ممن يشاهدون المسلسلات التركية دون سن 33 سنة، وأن 88% من العينة يشاهدون مسلسل (نور التركي)، وأن 66% يشاهدون أكثر من مسلسل أجنبي مدبلج.، وكشفت الدراسة عن ذلك آراء المشاهدين والنقاد في بعض استطلاعات وسائل الاعلام والتي أكدت أنها حققت أعلي نسبة مشاهدة لتقارب العادات التركية مع العادات العربية، والتعرف علي مدي استخدامات المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة وخاصة التركية منها والاشباعات المتحققة منها والايجابيات والسلبيات التي يرونها في تلك المسلسلات بما تحمله من قيم وعادات وتقاليد قد تتعارض أو تتفق مع القيم والأعراف السائدة في المجتمعات العربية.

**6- دراسة الجبن ،بدور ابراهيم." استخدامات المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية"، 2009.**

سعت الدراسة الى التعرف على استخدامات المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية الحاجات والدوافع والاشباعات المتحققة من تلك البرامج، حيث طبقت الدراسة على عينه قوامها 300 امرأة سعودية تم اختيارهن من سبع بليات من مناطق مدينة الرياض ، **وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها :**ان القنوات الفضائية تعد من المصادر الإعلامية المهمة التي تتمتع بانتشار ومتابعة واسعة لدى المرأة السعودية ، كما اظهرت نتائج الدراسة أرتفاعاً كبيراً وملحوظاً في نسبة المشاهدة اليومية المنتظمة لهذه الوسائل بين النساء في المجتمع السعودي ، كما كشفت ان غالبية أفراد عينة الدراسة من غير المتزوجات يشاهدن البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية بنسبة 93,7% ، اظهرت نتائج الدراسة أيضاُ أن البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية تشبع بشكل متقارب لدى المرأة السعودية الحاجات المعرفية والاجتماعية ، ثم الاحتياجات النفسية والرغبة في تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس.

**7- دراسة مطهر ، بشار عبد الرحمن."استخدامات المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية والإشباعات المتحققة"، 2009.**

سعت الدراسة الى معرفة أنماط تعرض المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية والأسباب التي تدفع المرأة اليمنية إلى استخدام قنوات الأفلام العربية والإشباعات المتحققة لدى المرأة اليمنية جراء التعرض لقنوات الأفلام العربية، ومعرفة تأثير مجموعة من المتغيرات التي تؤثر على علاقة تعرض المرأة اليمنية بقنوات الأفلام العربية والإشباعات المتحققة لها كالسن، المستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية، تعتمد هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها (200) مبحوثة من جمهور المرأة اللاتي يمتلكن أطباقاً لاستقبال القنوات الفضائية ويتعرضن لقنوات الأفلام ، وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج ، من أهمها :أظهرت ان المشاهدة بصفة منتظمة (أحياناً) نسبة (46.5) ، يليها بصفة منتظمة (نادراً) بنسبة (28،5%)، ثم بصفة منتظمة (دائماً) بنسبة (25%) ، كما كشفت ان الفترة المسائية من أكثر الأوقات مشاهدة لدى المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية حيث بلغت نسبتها (52.5%)، يليها فترة السهرة بنسبة (26.5%).

**8- دراسة جاسم ، وجدان. "استخدام المرأة البحرينية للقنوات الفضائية للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققة "،2008.**

سعت الدراسة الى التعرف على حقيقة العلاقة بين الطالبات الجامعيات والفضائيات والدوافع والاستخدامات والاشباعات المتحققة ، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، وتعتمد على منهج المسح، وتمثل مجتمع الدراسة هنا النساء البحرينيات من كافة محافظات مملكة البحرين الخمس اللاتي تمتلك أسرهن أجهزة استقبال البث الفضائي، ولقد تم أخذ 400 مفردة من كل محافظة، واستخدمت الباحثة صحائف الاستقصاء كأداة الجمع البيانات في هذه الدراسة ،وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج ، من أهمها :تبلغ نسبة البحرينيات اللاتي يشاهدن القنوات الفضائية بصفة دائمة 42,8% من إجمالي عينة البحث، في حين تبلغ نسبة اللاتي يشاهدن الفضائيات بصفة أحيانا 48,5%، أما نسبة من يشاهدن القنوات الفضائية بصفة نادرة فقد بلغت 8,8% ،هناك قنوات حظيت بكثافة مشاهدة تتراوح ما بين 40-30% وهي : قناة البحرين الفضائية بنسبة 39,8%، بالنسبة إلى القنوات التي حظيت بكثافة مشاهدة تتراوح ما بين 30-20% فكانت : LBC 29%، الفضائية الكويتية 28,3%، ابوظبي 27,5%، القطرية 25,5%، الإمارات 22,2%.

**9- دراسة البيضا ، مايا. " دوافع استخدام المرأه اللبنانية للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة "، 2008.**

سعت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام المرأة اللبنانية للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة، وأجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة عمدية غير إحتمالية بلغ قوامها 360 مفرده من المبحوثات اللبنانيات فى الحضر والريف من ثلاثة مناطق من محافظة الشمال المتمثلة فى (طرابلس, القلمون, عكار)، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها **:**تشاهد معظم المبحوثات القنوات الفضائية العربية عبر خدمة الاشتراك بالشركة (كابل) بنسبة 51.1% ، يليه عبر الإرسال الفضائى 48.9%. ، كما كشفت الدراسة أنه من أكثر أسباب تفضيل المبحوثات للقنوات الفضائية الأجنبية، لأن برامجها تناسب ميولهن، واهتماماتهن، ولحداثة الأفلام المعروضة ، وكشفت أن من أكثر الأماكن التى تشاهد فيها المبحوثات من العينة فى الحضر والريف القنوات العربية الفضائية هى: المنزل ثم عند الأصدقاء والاقارب، ثم العمل، يليه النادى. ، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات حسب مكان الاقامة (الحضر والريف)، فى دوافع تعرضهن للقنوات العربية الفضائية.

**10- دراسة المناصير ، مريم علي. " تأثير مشاهدة برامج التليفزيون على زيادة الوعي الصحي لدى المرأة البحرينية "، 2008.**

سعت الدراسة إلى التعرف على معرفة مدى حرص الطالبات الجامعيات للبرامج المقدمة عبر تلفزيون مملكة البحرين، وكذلك معرفة حجم مشاهدة الطالبات الجامعيات للبرامج الصحية ومدى حرصها على مشاهدة مضمون البرامج الصحية المقدمة، والتعرف على درجة وعي المرأة البحرنينة حول موضوعات الصحة العامة و الاختلافات المعرفية ، وقد اجريت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من نساء مملكة البحرين موزعة على المحافظات الخمس ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : ان قرابة نصف عينة الدراسة يشاهدون التلفزيون بكثافة عالية، وان ثلث العينة متوسطى المشاهدة لبرامج التليفزيونية، وان البرامج الدينية أكثر البرامج مشاهدة للمرأة البحرينية بنسبة 100 % من المبحوثات يشاهدن تلفزيون البحرين ، وان مانسبته 89% يتابعون البرامج الصحية بتلفزيون البحرين ، ان الامهات اكثر حرصاً في متابعة البرامج الصحية ، كما توجد علاقة ارتباطية بين مدى حرص المرأة البحرنية على مشاهدة البرامج الصحية في تليفزيون البحرين ومدى استفادتها من مضمون هذه البرامج.

**11- دراسة العبد ، نهي عاطف. "استخدامات المرأة العربية للقنوات الفضائية"،2007.**

سعت الدراسة التعرف على عادات وانماط مشاهدة المرأة العربية للقنوات الفضائية بأنواعها ، ودوافع مشاهدة المرأة العربية للقنوات الفضائية، والمضامين التي تقبل المرأة العربية على مشاهدتها ، وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج ، من أهمها : أنه اهم فترات المشاهدة المفضلة لدى المبحوثات عينة الدراسة هي : فترة المساء (42,1%)، فترة العصر والسهرة (44,8%)، فترة العصر (29,3%)، فترة المساء (11,2%)، الفترة الصباحية (8,4%)، وفترة الضحي والظهيرة (6,3%) ، كما كشفت الدراسة إلى أنه اهم القنوات الفضائية التي تشاهدها المبحوثات عينة الدراسة : قناة MBC1 (83,3%)، دبي (95,3%)، LBC (46,5%)، ودريم1 (42,3%) ، كما أوضحت النتائج وجود فروق بين المبحوثات عينة الدراسة من المناطق الجغرافية المختلفة في مشاهدتهن للقنوات الفضائية التالية : MBC، دبي، دريم1، الراي، ابوظبي، المستقبل، الفضائية المصرية ، المحور، والمنار.

**12- دراسة** **دسوقي ،سامية. " إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية ", 2005.**

سعت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية، و أجرت الباحثة دراسة ميدانية علي جمهور النساء في محافظة القاهرة بالاعتماد على عينة عشوائية طبقية قوامها 396 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها :ارتفاع نسبة تعرض المبحوثات لمشاهدة التليفزيون يوميا بنسبة 57.7 % ، وارتفاع نسبة المشاهدة اليومية للتليفزيون حسب الظروف 48 % ، حازت البرامج البيئية علي أعلي نسبة من نوعية البرامج التي تقدم معلومات عن القضايا البيئة ومشكلاتها بنسبة 52 % ، كما كشفت عن انخفاض مشاهدة المبحوثات للبرامج والمواد التي تتناول البيئة وقضاياها في التليفزيون، حيث تشاهد معظمهن تلك البرامج أحيانا بنسبة 52.8 % ، كما أظهرت أنه من أهم مجالات الاستفادة من البرامج والمواد البيئة، تقديم معلومات عن قضايا البيئة ومشكلاتها بالترتيب.

**13- دراسة عبود ، ريم." استخدامات طالبات الجامعة فى مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والاشباعات المتحققة "، 2004.**

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات طالبات الجامعة فى مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والاشباعات المتحققة ، وأجرت الباحثة الدراسة الميدانية على عينة من طالبات الجامعة من مصر وسوريا من مستخدمات الانترنت ونتائجها، وأجرت الباحثة دراسة ميدانية لعينة عمدية قوامها 400 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها :إرتفاع نسبة المبحوثات اللآتى يتعرضن للتليفزيون بشكل عام بنسبة 8ر75%، ويحتل بذلك مرتبة متقدمة بين وسائل الإتصال ، ويعتبر من أكثر وسائل الإتصال شيوعا، كما كشفت أن التليفزيون يأتى في المرتبة الأولى من حيث وسائل الإتصال التي تستخدمها المبحوثات ، ثم الانترنت ، فالفضائيات. ، وكشفت عن ارتفاع نسبة المبحوثات اللاتى يستخدمن الانترنت فى فترة السهرة الى 40% و63% ، وارتفاع نسبة المبحوثات اللاتى يفضلن اللغة العربية للتعامل مع شبكة الإنترنت الى 51% .

**14- دراسة شرف ،جيهان. " اساليب تغطية القضايا قى برامج المرأة المذاعة على الهواء فى القنوات الفضائية العربية "، 2004.**

سعت الدراسة إلى التعرف على اساليب تغطية القضايا قى برامج المرأة المذاعة على الهواء فى القنوات الفضائية العربية ، وأجرت الباحثة دراسة مسحية باستخدام أداة تحليل المضمون على عينة من برامج الرأى فى الفترة من اول يناير 2003م حتى مارس 2003م، قوامها 9 برامج. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن نسبة أعلى مشاركة جماهيرية بلغت فى برامج الرأى التى تبث عبر القنوات الفضائية غير الحكومية المتخصصة الممثلة فى الجزيرة 70و95% ، كما كشفت أن هناك توازن بين عدد الضيوف والجمهور المشارك فى البرنامج، حيث ان تبادل الاسئلة بين الضيوف والجمهور المشارك يتيح الفرصة لتبادل الخبرات وهو هدف برامج الرأى ، وأن هناك علاقة بين عدد الضيوف المشاركين وزمن حلقات البرنامج حيث أن بعض البرامج تتناول اكثر من قضية داخل الحلقة الواحدة ممايستدعى استضافة خبير أو أكثر لكل قضية، وبالتالى يتم فرض مساحة زمنية أكبر تسمح بمعالجة القضية المطروحة ، كشفت الدراسة أيضاً أنه كلما زادت المساحة الزمنية المخصصة، زادت القضية المطروحة للنقاش اهمية وبالتالى يزداد عدد الجمهور المشارك فى البرنامج سواء بالرأى او المعلومة او الاستفسار او سرد تجربة شخصية من منطلق القضية المطروحة.

**15- دراسة الوصيف، ابو بكر." استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباعات المتحققة"، 2004.**

سعت الدراسة الى التعرف على مدى تعرض المرأة الليبية للتلفزيون والدوافع الإشباعات التي تحققت، على عينة قوامها 420 مفردة من السيدات الليبيات اللاتي أعمارهن 16 سنة فأكثر ، وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج ، من أهمها : تشاهد (86%) من المبحوثات عينة الدراسة القنوات الفضائية وأهم القنوات الفضائية العربية المشاهدة هي قنوات : MBC1 (79,8)، قناة هي (46,5%)، إقرأ (45,5%)، دبي (38,5%)، وروتانا (35,7%) ، وأن أهم القنوات الفضائية الأجنبية المشاهدة هي قنوات: CNN (50,9%)، BBC (41,8%)، فاشون (23,7%)، وقنوات شبكة Show Time (16,4%) ، كما كشفت أن أهم دوافع مشاهدة التليفزيون الليبي لدى مبحوثات عينة الدراسة هي : التسلية (89,6%)، الإلمام بالأحداث المحلية (79,3%)، بحكم التعود (76,6%)، الإلمام بأحوال المرأة في العالم (72,3%)، والإلمام بالمعلومات المفيدة في تربية الأبناء (70,9%).

**16- دراسة سمهان ،ماهيتاب محمد أحمد." دوافع إستخدام المرأة الصعيدية للتلفزيون المصري والإشباعات المتحققة"،2003.**

سعت الدراسة الى التعرف على استخدام المرأة الصعيدية المصرية للتلفزيون المصري والاشباعات المتحققة، واجريت الدراسة على عينة قوامها 400مفردة من محافظتي المنيا وسوهاج من الحضر والريف،

وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج ، من أهمها :تشاهد المبحوثات عينة الدراسة القنوات التالية- بالترتيب:- القناة الأولى (90,5%)، القناة الثانية (72,8%)، والقناة السابعة (65,8%) ، كما كشفت عن ارتفاع نسبة الإشباعات المتحققة عند (75%) من المبحوثات ، وتزداد نسبة إشباعات المضمون عن إشباعات العملية, وتتمثل أهم هذه الإشباعات في الشعور بالراحة والسعادة وزيادة المعرفة بالأحداث الجارية في مصر والعالم ، كما توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثات عينة الدراسة لقنوات التلفزيون المصري والإشباعات المتحققة لديهن.

**17- دراسة الحسيني ، أماني. " دور التليفزيون المصري في تنمية الوعي البيئي لدى المرأة ",2003.**

سعت الدراسة إلى التعرف على دور التليفزيون المصري في تنمية الوعي البيئي لدى المرأة، وهدفت الدراسة إلى اختبار العلاقة الارتباطية بين تعرض المرأة لبرامج البيئة في التليفزيون المصري في القنوات الأولى والثانية والثالثة و وحصولها على معلومات عن البيئة بصفة عامة, وذلك بهدف الوقوف على مدى اعتمادها على التليفزيون كمصدر للمعرفة عن المشكلات البيئية، بالتطبيق على عينة عشوائية تتكون من 120 سيدة من مراحل تعليمية مختلفة، ومن مناطق سكنية متعددة في المستوى الاجتماعي من القاهرة الكبرى ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمر السيدة، والاعتماد الكمي على التليفزيون للحصول على معلومات عن البيئة ، ولم تثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العمر والاتجاه نحو تفضيل أشكال وقوالب برامجية معينة , إلا أنه اتضح أن مستوى التعليم يؤثر في هذا الاتجاه ، كما كشفت الدراسة كلما زاد عدد البرامج البيئية التي تشاهدها السيدات , كلما قل وعيهن بالبيئة، واتضح أيضاً أنه كلما زاد معدل مشاهدة التليفزيون المصري ، كلما زاد تصور السيدات لحلول للمشكلات البيئية .

**18- دراسة سابق ،أحمد. "دورالصحافة المصرية اليومية في تشكيل الوعي الديني بقضايا المرأة "، 2003.**

سعت الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة المصرية اليومية في تشكيل الوعي الديني بقضايا المرأة لدى الشباب، واجرى الباحث دراسة وصفية لتحليل المعالجات التي قدمتها الصحافة المصرية اليومية (الأهرام، الأخبار، الجمهورية، الوفد) بشأن المرأة ودورها في تشكيل الوعي الديني بقضايا المرأة لدى الشباب في الفترة من يناير 2001م حتي 31 ديسمبر 2001 ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها :ظهور الاختلاف في حجم الاهتمام بتناول قضايا المرأة في الصحافة المصرية اليومية الصباحية من فترة لأخرى، وذلك في إطار أولويات القضايا الاجتماعية المطروحة في المجتمع ، كما اتضح من عينة الصحف اليومية الصباحية خلال فترة الدراسة أنها أكثر اهتماماً بالموضوعات التقليدية للمرأة المصرية، خاصة فيما يتعلق بالزي والموضة والجمال الذي يتماشي مع الفكر الغربي، ونتائج ثوراته العلمية ، كما غلب النمط الخبري التقريري على حساب الأنماط الفنية الأخرى في المعالجات المتعلقة بقضايا المرأة.

**19- دراسة الغابشي ،عائشة. " استخدام المرأة العمانية لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة "، 2002.**

استهدفت الدراسة التعرف على استخدامات المرأة العمانية في الحضر والريف لوسائل الإعلام العمانية ( إذاعة- وتليفزيون- وصحفومجلات ) والإشباعات المتحققة لهن مع الوضع في الاعتبار بعض المتغيرات التي تؤثر على عينة طبقية عشوائية قوامها (400) مفردة من الحضر والريف بالتساوي ، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج ، من أهمها :- أوضحت النتائج أن ( 62,5% ) من المبحوثات تستمعن لإذاعات سلطنة عمان أقل من ساعة و(20,5%) تستمعن من ساعة إلى أقل من ساعتين، وهناك (1,3%) من العينة ليس لديهن وقت محدد للاستماع وتتركز في الحضر ، وكشفت أن أهم الإذاعات العربية التي تستمع إليها المبحوثات : إمارات FM ، MBC FM، دبي FM، الكويت FM ، كما كشفت أن أهم دوافع المبحوثات في الحضر والريف للاستماع هي : دوافع الإلمام بالأحداث المحلية بنسبة (59,3%) ثم دافع التعلم والثقافة بنسبة (48,6%) يليها دافع التسلية والترفيه (33,4%).

**20- دراسة المصرى ،نادية. " دور الأتصال فى المشاركة السياسية للمرأة المصرية دراسة ميدانية تحليلية"، 2000**.

سعت الدراسة إلى التعرف على دور الاتصال فى المشاركة السياسية للمرأة المصرية، وأجرت الباحثة دراسة ميدانية لمعرفة دور الاتصال فى المشاركة السياسية للمرأة المصرية بالتطبيق على عينة عشوائية طبقية قوامها 400 مفردة **، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن** الصحف جاءت فى مقدمة الوسائل التى تلعب دوراً متميزاً فى إقناع المرأة بالمشاركة السياسية من خلال حثها على مباشرة حقوقها السياسية ، كما جاءت صحيفة الوفد فى مقدمة الصحف الحزبية التى يقبل الجمهور على قراءتها ، يليها صحيفة الشعب ، ثم صحيفة الأحرار، ثم صحيفة الأهالى ، كما جاءت الأسرة فى مقدمة الجماعات المرجعية التى تلجأ إليها المبحوثات فى حالة الحاجة إلى المشورة ، ثم الأصدقاء ، ثم الزملاء.

**التعليق على الدراسات السابقة :-**

* تناولت الدراسات السابقة العلاقة بين وسائل الإعلام وقضايا المرأة، حيث ركزت هذه الدراسات على تناول القضايا التي تهم المرأة من زوايا مختلفة، فمنها ما اهتم باستخدام المرأة لوسائل الإعلام بصفة عامة ومنها ما تناول استخدام المرأة لوسائل الإعلام بغرض الحصول على معلومات في مجال معين مثل : المجتمع المدني (نسرين حسن ، 2013) ، مجلات الموضة (Zhengjia Liu& Lulu Rodriguez ، 2012) ، المسلسلات المدبلجة (امال الغزاوي،2010)، البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية (بدور الجين، 2008)، الوعي الديني ( احمد سابق، 2003).
* اهتمت الدراسات المتعلقة بالمرأة بدور وسائل الإعلام والمرأة بصفة عامة ، ولم يتناول أي منها علاقة الطالبات الجامعيات في منطقة الخليج العربي بالمواقع النسائية الإلكترونية العربية باستثناء دراسة (ريم عبود ، 2004) والتي ركزت على الطالبات المصريات والسوريات ، ولم تتناول أي من هذه الدراسات علاقة الطالبات الجامعيات بالمواقع الإلكترونية النسائية العربية ، ودراسة (Zhengjia Liu& Lulu Rodriguez ، 2012) عن الطالبات الجامعيات في الصين ) ، حيث لم يجد الباحث أي دراسة – في حدود ما اطلع عليه – أي دراسة عن الطالبات الجامعيات في البيئة الخليجية وخصوصاً الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين .
* اعتمدت الدراسات السابقة على منهج المسح بشقين الوصفي والتحليلي، وجاءت بعض الدراسات ميدانية فقط او اعتمدت على الجانب التحليلي فقط، او اعتمدت على كليهما معاً.
* تعددت انواع العينات المستخدمة في الدراسات السابقة، بما يتلائم مع طبيعة كل دراسة على حدة، فنجد ان من هذه الدراسات ما استخدم العينة العشوائية الطبقية ( عائشة الغابشي، 2002)، عينة عشوائية متعددة المراحل ( اماني الحسيني 2003)، العمدية (مايا البيضا، 2008).
* تعددت المداخل النظرية المستخدمة في الدراسات السابقة،واعتمدت معضم الدراسات على مدخل الاستخدامات والإشباعات، واعتمد بعضها على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام ( احمد سابق، 2003)، ( اماني الحسيني، 2003).
* لاحظ الباحث ان هناك تنوعاً في استخدام ادوات جمع البيانات من الدراسات السابقة، ولاحظ الباحث ان معضم الدراسات اعتمدت على اداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، واعتمد بعضها على اداة الاستبيان وتحليل المضمون ( احمد سابق، 2003).
* اتت دراسة المواقع الإلكترونية بصفة عامة في بعض الدراسات محصورة في باب أو فصل مضافة إلى غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى كالصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون أو وسائل الاتصال الالكترونية الأخرى .

**استفادة الباحث من الدراسات السابقة :-**

يمكن تحديد اوجه استفادة الباحث من الدراسات السابقة في النواحي الاتية :

* بلورة وصياغة المشكلة البحثية وتحديدها .
* تحديد تساؤلات الدراسة وأهدافها وفروضها بالاعتماد على الاستخدامات والإشباعات .
* ساعدت الدراسات السابقة في توفير إطاراً معرفياً عتمد عليه الباحث في تحديد الإطار النظري للدراسة والذي يعتمد على مدخل الاستخدامات والإشباعات، بالاضافة الى الجزء الذي يتناول المواقع الإلكترونية النسائية العربية.
* استفاد الباحث من الدراسات السابقة في التعرف على آلية استخدام وتوظيف مدخل الاستخدامات والاشباعات لخدمة الدراسة، كما أفادت في التعرف على بعض الجوانب المنهجية التي اعتمدت عليها ، وتحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق، وتحديد العينة، بالإضافة صياغة الفروض والأهداف والتساؤلات التي ساهمت في استخلاص النتائج التي أفرزتها الدراسة ، بالتطبيق الطالبات الجامعيات.

**الإطار النظري للدراسة : مدخل الاستخدامات والإشباعات :**

ويعد مدخل الاستخدامات والإشباعات نقطة تحول مهمة في الدراسات الإعلامية ؛ حيث أن الجمهور هو الذي يختار وسائل الإعلام أو رسائل معينة لإشباع حاجات معينة لديه (عبد الحميد ،مها صلاح ، 2004) ، ويعتبر محاولة لتغيير طرق استخدام الأفراد لوسائل الإتصال لإشباع احتياجاتهم وتحقيق اهدافهم ، وقد بدأ في الدراسات الإعلامية وسط الاهتمام الإعلامي والإجتماعي بدراسة الإتصال الجماهيري في أربعينات القرن العشرين)1992 ، p. 282 Robert L.Health and Jennigs Brgant) ، ويهدف مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى محاولة شرح وتفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم ومن ثم فإن الجمهور يحظى بأهمية كبيرة في هذا المدخل (المدني ،أسامة غازي ، 2009 ، ص 614).

**دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة :**

تعتبر دوافع التعرض والإشباعات المتحققة من الفروض الأساسية التي يقوم عليها تلك المدخل ، ويفترض هذا المدخل أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام تنتج أساساً عن الحاجات الأساسية والاجتماعية لأفراد الجمهور ، وتؤدي إلى توقعات يمكن إشباعها من استخدام وسائل الإعلام وترتبط مفهيمها بالمتغيرات الديموجرافية المتعدد مثل السن ، والجنس ، والموطن ، ومستوى التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي ، ولذلك يرتبط تأثير وسائل الإعلام بهذه المتغيرات (النجار ،وليد عبد الفتاح ، 2009 ، ص 142) .

**وبوجه عام** تقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض إلى فئتين هما :

1. **دوافع منفعية :** حيث يقوم الفرد باختيار المضمون الذي يتعرض له ، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجاته من المعلومات والمعرفة ، وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار التعليمية والثقافية ويندرج تحت هذا النوع من الدوافع الحاجة إلى مراقبة البيئة .
2. **دوافع طقوسية :** وفيها يقوم الفرد بالتعرض لوسائل الإعلام بدون قصد مسبق وذلك بهدف تمضية الوقت الاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات والتواصل الاجتماعي وتنعكس هذه في البرامج الخيالية (عمارة ، نائلة إبراهيم ، 1996 ، ص 106 ) .

ويفرق لورانس وينر بين نوعين من الإشباعات هما :

1. **إشباعات المحتوى :** تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام ، وتنقسم إلى نوعين :

* النوع الأول هي إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات .
* النوع الثاني هي إشباعات اجتماعية ، ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية (نصار ، سهام ، 2002 ،، ص 241 ) .

1. **إشباعات العملية :** وتنتج عن عملية الاتصال والإرتباط بوسيلة محددة ، ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل ، وتنقسم الى نوعين :

* النوع الأول هي إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر ، والدفاع عن الذات ، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة .
* النوع الثاني هي إشباعات شبه إجتماعية وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام ، وتزيد مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة (wenner ، 1988 ، p . p . 171 - 193 ) .
* **علاقة مدخل الاستخدامات والإشباعات بموضوع الدراسة:**

يهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات بتفسير الاستهلاك الإعلامي انطلاقا من الاحتياجات اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي لوسائل الإعلام إلى إشباعها، حيث يفترض من مدخل الاستخدامات والإشباعات أن الفروق الفردية بين أعضاء الجمهور تجعلهم يختارون رسائل مختلفة التحقق لهم إشباعات مختلفة، وبذلك تسعى الدراسة الحالية – انطلاقا من مدخل الاستخدامات والإشباعات- لاختبار فروضه حول دوافع استخدامات الطالبات الجامعيات للمضامين النسائية في للمواقع الإلكترونية النسائية العربية سواء كان هذا الاستخدام بدافع نفعي أو طقوسي ، والإشباعات المتحققة في ضوء مجموعة من المتغيرات ، أو المتغيرات الديموغرافية مثل نوع الجامعة والتخصص العلمي والسنة الدراسية..الخ ، وكذلك التعرف على الاستخدام النشط من قبل الطالبات الجامعيات البحرينيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية وذلك انطلاقاً من الفرض الرئيس لمدخل الاستخدامات والإشباعات والقائل بأن الجمهور هو الذي يختار وسائل الإعلام أو رسائل معينة لإشباع حاجات معينة لديه ، ومن ثم فإن الطالبات الجامعيات يستخدمن المواقع الإلكترونية النسائية العربية لتحقيق حاجات معينة .

**مشكلة الدراسة :-**

تبرز وسائل الإعلام كأدوات أساسية لتزويد الجماهير بالمعلومات والأفكار حول القضايا المختلفة، وقد بات اعتماد الفرد عليها أمرًا أساسيا في تزويده بما يحتاج إليه من معلومات ومعارف لاسيما إذا كانت هذه المعلومات غير مدركة أو غير محسوسة، بالنسبة لهم، وهو ما يسهم في زيادة إدراكهم لهذه القضايا ويساعد في اتخاذ قراراتهم المختلفة، حيث اكد (ولتر ليمان) على أن وسائل الإعلام هي التي تشكل الصورة الذهنية عن العالم الخارجي بأذهان الجماهير (أحمد ،جمال عبدالعظيم ، 2007 ، ص 149) ، حيث تعد وسائل الإعلام - ومنها المواقع الإلكترونية - المصدر الرئيس للمعلومات لدى المرأة ، كما أن تأثيرها كبير على كافة أفراد الجمهور، كما أشارت العديد من الدراسات- وسواء كانت المعلومات التي يكتسبها الأفراد قليلة أو كثيرة، فإنه يحصل غالبا على كمية منها عن طريق وسائل الإعلام، ومن هذا يكون تأثير وسائل الإعلام عامة، والمواقع الإلكترونية خاصة على المعرفة والاتجاهات والسلوك من عدة مجالات، فالجمهور لا يجلس في وضع سلبي أمام ما يشاهده أو ما يحدث من حوله (خالد فهد عثمان السناسن ، 2007 ، ص 4).

وتعد المواقع الإلكترونية النسائية إحدى الدوات التكنولوجية الحديثة التي تتيح للمرأة العربية بصفة عامة والطالبات الجامعيات بصفة خاصة فرصة التواجد عبر شبكة الإنترنت بما يسمح لهن بالتعبير بكل حرية عن آرائهن وتوجهاتهن وأفكارهن وأتاحة الفرصة لمتابعة كل ما هو جديد في عالم المرأة من مختلف النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية والثقافية ، وتتيح فرصة التواصل بين المرأة في مختلف دول العالم والتفاعل معهن وإتاحة الفرصة أمامها للتعبير عن آرائها في مختلف القضايا الموجودة في المجتمع ، فهي تساعد على نشر المعلومات بصورة أسرع والتي لا تنشرها وسائل الإعلام التقليدية .

وقد أظهرت العديد من الدراسات الميدانية في مختلف المجتمعات تنامياً في استخدام الإنترنت عن زيادة في حجم وانماط التعرض للمواقع الإلكترونية المتخصصة، فقد شهدت السنوات الأخيرة تنوعاً كبيراً في المواد الإعلامية التي تبثها هذه المواقع، حيث أصبحت المواقع الإلكترونية تعنى وعلى نحو كبير بقضايا المرأة وأهتماماتها، وتحرص على تقديم الكثير من المضامين النسائية التي تتسق وطبيعة هذه الإهتمامات، ولذا فمن الطبيعي ان تجد هذه الإهتمامات من المضامين النسائية إقبالاً لدى المرأة لمتابعة هذه المضامين، رغبة منها لتلبية إحتياجاتها تجاه القضايا والمشكلات التي تحتاج لمعرفة الكثير من الجوانب حولها (فوزية عبدالله العلي ،2005 ، ص 536).

وقد لاحظ الباحث أن هناك نقصاً واضحاً في البحوث التي أجريت حول علاقة المرأة بالمواقع الإلكترونية بصفة عامة ، وندرة الأبحاث التي أجريت حول علاقة استخدام الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين بالمواقع الإلكترونية النسائية في مملكة البحرين ، وذلك في ضوء الاستخدام المتزايد لشبكة الإنترنت في مملكة البحرين ، حيث اهتمت الدراسات السابقة بعلاقة الجمهور العام أو جماهير نوعية مثل الشباب والمراهقين بالمواقع الإلكترونية ولم تتم دراسة علاقة هذا القطاع من الجمهور والمتمثل بالطالبات الجامعيات بالمواقع الإلكترونية من قبل ، لذلك يرى الباحث أن هناك موقفاً مشكلاً يتمثل في غياب المعلومات عن دوافع تعرض الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين للمواقع الإلكترونية النسائية ؛ ولذلك تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة الطالبات الجامعيات بالمواقع الإلكترونية النسائية العربية ودوافع هذا التعرض والإشباعات المتحققة منه.

وفي ضوء ذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التعرف على انماط وحجم تعرض الطالبات الجامعيات للمضامين النسائيةالعربية في للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ، وعلاقة هذا التعرض بدوافع تعرضن لهذه المواقع، والاشباعات التعلقة بهذا التعرض .

**أهمية الدارسة :-**

**تستمد هذه الدراسه أهميتها من مايلي :-**

1. قلة الدراسات التي اجريت على الطالبات الجامعيات – وبصفة خاصة البحرينيات - وعلاقتها بوسائل الإعلام بصفة عامة، والمواقع الإلكترونية بصفة خاصة، وذلك في حدود ما اطلع عليه الباحث .
2. أهمية الدور الذي تقوم به الطالبات الجامعيات في نمو المجتمع البحريني وتطوره، مما يلقي بضرورة الاهتمام بأجراء دراسات علمية عن الطالبات الجامعيات وعلاقتها بالمواقع الإلكترونية العربية، والتعرف على قضاياها ومشكلاتها، مما يساعد على توفير قدر من المعلومات عن أبعاد تلك العلاقة تفيد مماسيوفر القائمين بالاتصال في هذا المجال اتخاذ قرارات صائبة في تحديد شكل ونوعية المضامين النسائية، حتي تلائم احتياجات المرأة العربية بوجه عام والبحرينية بوجه خاص .
3. تعتمد هذه الدراسة من تطبيقاتها على إحدى نظريات الاتصال وهي نظرية الاستخدامات والإشباعات.
4. التطور المتلاحق في مجال المواقع الإلكترونية، وسعيها نحو جذب الجمهور بمختلف فئاته، ومنها المرأة بطبيعة الحال، والحاجة الماسة نحو دراسة هذا الجمهور المتمثل في المرأة البحرينية، يساعد هذه المواقع على تقدير سياستها وبرامجها الموجهة الى المرأة .
5. تكتسب الدراسة أهمية خاصة، في ظل مايثار من نقد موجه المواقع الإلكترونية ، وكثرة الآراء والموضوعات والقضايا المقدمة بها ، وبالتالي تفيد هذه الدراسة في معرفة علاقة الطالبات الجامعيات بما يقدم من خلال هذه المواقع من مضامين وموضوعات وشخصيات تقدم هذه الموضوعات ، وأهمية موقع دون الآخر بالنسبة لهم .

**أهداف الدارسة :-**

يعد تحديد أهداف الدراسة من الخطوات الأساسية في سبيل الوصول إلى نتائج متكاملة وصحيحة، ويتمثل تحديد هدف الدراسة في تساؤل رئيسي تنبئق منه عدة تساؤلات فرعية، وتساعد عملية التحديد الدقيق لأهداف الدراسة في وضع تساؤلات الدراسة وتصميم صحيفة الإستقصاء في مرحلة لاحقة، وإن كان هناك قصور ما في تحديد أهداف الدراسة بدقة تخرج صحيفة الإستقصاء مشوشة وغيرمتكملة الجوانب ( Iecd, Iouis H. & Parker, Richard A ،1992 ، P.37).

**و تسعى هذه الدراسة الى التعرف على مجموعة من القضايا تتمثل فيما يلي:**

1. رصد طبيعة تعرض الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية العربية .
2. رصد طبيعة تعرض الطالبات الجامعيات للمضامين النسائية في للمواقع الإلكترونية النسائية العربية .
3. التعرف على المواقع الإلكترونية العربية المفضلة لدي المرأة البحرينية في المواقع الإلكترونية العربية.
4. التعرف على دوافع تعرض الطالبات الجامعيات للمضامين النسائية في للمواقع الإلكترونية النسائية العربية .
5. التعرف على أفضل المضامين النسائية لدى المرأة البحرينية في للمواقع الإلكترونية النسائية العربية .
6. التعرف على اتجاهات الطالبات الجامعيات تجاه المضامين النسائية المقدمة في المواقع الإلكترونية العربية.
7. التعرف على الإشباعات المتحققة لدى الطالبات الجامعيات ، من متابعتها للمضامين النسائية في للمواقع الإلكترونية النسائية العربية .

**تساؤلات الدراسة :**

1. ما طبيعة تعرض الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ؟
2. ما طبيعة تعرض الطالبات الجامعيات ، للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ؟
3. ما المواقع الإلكترونية النسائية العربية المفضلة لدي الطالبات الجامعيات ؟
4. ماهي دوافع تعرض الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ؟
5. ماهي أفضل المضامين النسائية لدى الطالبات الجامعيات في المواقع الإلكترونية النسائية العربية ؟
6. ماهي اتجاهات الطالبات الجامعيات تجاه المضامين النسائية المقدمة في المواقع الإلكترونية النسائية العربية ؟
7. ما الإشباعات المتحققة لدى الطالبات الجامعيات من متابعتها المضامين النسائية المقدمة في المواقع الإلكترونية النسائية العربية ؟
8. **فروض الدراسة :-**
9. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام".
10. " توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا في معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام".
11. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والاشباعات المترتبة".
12. توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقا للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق بدوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ".

**مفاهيم الدراسة :-**

* + **المواقع الإلكترونية النسائية العربية :** يقصد بها المواقع الإلكترونية التي تهتم يالمضامين والقضايا النسائية .
  + **الدوافع** **:** عوامل انفعالية، حركية، فطرية، اومكتسبة شعورية أو لا شعورية، تثير نشاط الفرد للأداء والإنجاز، أو تحقيق غاية، وتنشأ داخل الفرد كنتيجة لخبرته السابقة.
  + **عادات الاستخدام :** عادات هي جمع عادة، وهو نمط من السلوك يقوم به الانسان، ويعود إلى فعله مراراً وتكراراً .
  + **انماط الاستخدام :** كلمة انماط جمع نمط، وهو الأسلوب أو الطريقة أو المذهب، بالتالي فأن أنماط المشاهدة تعني طرق واساليب متابعة المواقع الإلكترونية العربية.

**نوع الدراسة :-**

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية والتي تهدف إلى وصف الوقائع والظواهر وصفا دقيقا وتحدد خصائصها كيفا أو كما وتقوم بالكشف عن الصورة السابقة أو الحالية للظاهرة والتنبؤ بما سيكون عليه في المستقبل أو نتائج هذه الظاهرة (ابراهيم ،مراون عبد المجيد ،2000 ، ص 40).

وتركز البحوث الوصفية على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين، أو موقف معين، أو جماعة، أو فرد معين، وتكرارات حدوث الظاهرة المختلفة، كما أنها تستخدم من المرحلة العلمية من التخصصات المختلفة (حسين ،سمير ، 1976 ، ص 114).

حيث تسعى الدراسة إلى رصد أنماط وكثافة متابعة الطالبات الجامعيات - عينة الدراسة - للمضامين النسائية في المواقع الإلكترونية النسائية العربية ، ودوافع هذا التعرض، والإشباعات المترتبة على التعرض.

**منهج الدراسة :**

اعتمد هذا البحث على منهج الدراسات المسحية، وهي محاولة منظمة لجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها من خلال الوضع الراهن لموضوع ما، في بيئة محددة ووقت محدد، حيث أن هذه النوع من المنهج ينصب على الوقت الحاضر، كما أنه يهدف إلى الوصول للمعلومات وتصنيفها وتفسيرا وتعميميها حتى يمكن الاستفادة منا مستقبلا (صابر ، فاطمة ؛ خفاجة، ميرفت ، 2002 ، ص 89 ).

ويمثل منهج المسح الذي يمثل جهدا علميا للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة الإعلامية (حسين ، سمير ، 1992 ، ص 70 ) ، بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات الخاصة بتعرض الجمهور البحريني للقنوات الفضائية.

واعتمد الباحث على توظيف منهج المسح من أجل رصد النتائج المتعلقة بدوافع تعرض الطالبات الجامعيات - عينة الدراسة - للمواقع الإلكترونية النسائية العربية وأهم الإشباعات المتحققة لديهن من التعرض لتلك المواقع .

**مجتمع الدراسة :**

يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق أهداف الدراسة، وهو يمثل الجمهور المستهدف ( Target population )، الذي يهدف الباحث لدراسته، وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته (عاطف عدلي العبد ، نهي عاطف العبد ، 2007 ، ص 97 ) .

ويتمثل مجتمع الدراسة في الطالبات الجامعيات من كافة محافظات المملكة الخمس وهي **:** محافظة العاصمة،المحافظة الشمالية ، المحافظة الوسطى ، المحافظة الجنوبية ، محافظة المحرق.

**عينة الدراسة :-**

تعتمد هذه الدراسة على العينة العشوائية البسيطة ، والتي تمتاز بدقة تمثيلها للمجتمع الأصلي، وتسهل الحصول على درجة عالية من الدقة (العبد ،عاطف عدلي ، العبد ، نهى عاطف ،2009 ، ص 22) ، وقد قام الباحث بتطبيق دراسته على عينة قوامها 300 مفردة من الجامعات البحرينية الحكومية " جامعة البحرين " والجامعات الخاصة " جامعة المملكة والجامعة الأهلية.

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| المتغير | فئات المتغير | التكرار | النسبة المؤية |
| التخصص العلمي | الكليات النظرية | 185 | 61.67 |
| الكليات العملية | 115 | 38.33 |
| السنة الدراسية | الأولى | 32 | 1.07 |
| الثانية | 55 | 1.83 |
| الثالثة | 102 | 3.40 |
| الرابعة | 111 | 3.70 |
| نوع الجامعة | جامعة البحرين | 47.33 | 47.33 |
| جامعة المملكة | 23.33 | 23.33 |
| الجامعة الأهلية | 29.33 | 29.33 |
| محل الإقامة | المحافظة الشمالية | 130 | 43.33 |
| المحافظة الوسطى | 87 | 29.00 |
| المحافظة الجنوبية | 31 | 10.33 |
| محافظة المحرق | 33 | 11.00 |
| محافظة العاصمة | 19 | 6.33 |

**إداة جمع البيانات :-**

تم الاعتماد على صحيفة استقصاء مكونة من 23 سؤال ، لتطبيقها على عينة الدراسة، وذلك للحصول على اجابات لتساؤلات الدراسة، وتضمنت الأستبانة مجموعة من الاسئلة غطت خصائص عينة الدراسة، ومتابعة المواقع الإلكترونية، وطبيعتها والفترة الزمنية التي يتم فيها متابعة المواقع، إلى جانب أكثر المواقع استخداماً، وكذلك مجموعة اسئلة تتعلق بأسباب وعادات وأنماط مشاهدة المواقع الإلكترونية النسائية العربية، والإشباع المتحققه من مشاهدة هذه المواقع.

**اختبار الصدق والثبات :-**

1. **الصدق :**

يتسم المقياس أو الاداة بالصدق متي كانت صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، وهذا هو تعريف الصدق الذي اتفق علية الخبراء (عبدالحميد ، محمد ، 2004 ، ص 429 ) ، ولتحري الصدق والثبات قام الباحث بعرض صيحفة الاستبيان على مجموعة من المحكمين[[1]](#footnote-2)\*، وقد اكدو ان الصحيفة تقيس مايسعى الباحث للحصول عليه من بيانات، وقد قام الباحث باجراء التعديلات المصدقة من قبل المحكمين ، كما قام الباحث باختيار عينة قوامها 5% ، من العينة الاجمالية 400 مفردة، وعرض صحيفة الاستبيان عليها، وتم التأكيد من وضوح الاسئلة بالنسبة للمبحوثين والأخذ بمقترحاتهم في تعديل بعض الصياغات لتكون الأسئلة أكثر وضوحاً .

1. **الثبات :-**

قام الباحث بعد الأنتهاء من تصميم صحيفة الاستبيان باختيار عينة من مجتمع الدراسة الأصلي بنسبة 10%، واعاد الاختبار بعد أسبوع على نفس العينة وقد كانت نسبة الاتفاق 89%، وهي نسبة جيدة لتطبيق صحيفة الاستبيان .

**أسلوب المعالجة الإحصائية للبيانات:**

تم إستخدام الحاسب الآلي في تفريغ صحف الإستقصاء، وجدولتها بهدف التحليل وإختبار العلاقات محل الدراسة من خلال برنامج التحليل الإحصائي في العلوم الإجتماعية (spss)، **وتطبيق المعاملات الإحصائية التالية :**

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية .
2. المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري .
3. معامل إرتباط بيرسون ( Pearon Correlation Coefficien ) لدراسة شدة وإتجاه العلاقة الإرتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة ( Interval Or Ratio) ، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0,30 ، ومتوسطه مابين 0,30- 0,70 ، وقوية إذا زادت عن 0,70 .
4. اختبار ي Z- Test لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين .

5ـ تحليل التباين ذو البعد الواحد ( One Way Analysis Of Variance ) المعروف إختصاراً بإسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للغروق بين المتوسطات السحابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة ( Interval Or Ratio ).

6ـ الإختبارات البعدية شيفيه لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

وقد تم قبول نتائج الإختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%)، أي عند مستوى معنوية (0,05)، وعند درجة ثقة (99%) أي عند مستوى معنوية (0,001) .

**نتائج الدراسة الميدانية :**

**1- أكثر المواقع الإلكترونية العربية التي تحرص الطالبات الجامعيات على متابعتها :**

يوضح الجدول التالي رقم (2) أكثر المواقع الإلكترونية العربية التي تحرص الطالبات الجامعيات على متابعتها.

**جدول رقم (2)**

**توزيع المبحوثات طبقاُ لأكثر المواقع الإلكترونية العربية التي تحرص على متابعتها**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **المواقع الإلكترونية العربية** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
| **سيدتي نت** | **178** | **59.33** |
| **حياتي الجديدة** | **45** | **15.00** |
| **رجيم** | **67** | **22.33** |
| **عالم الإنوثة** | **34** | **11.33** |
| **بنات نت** | **15** | **5.00** |
| **عالم حواء** | **46** | **15.33** |
| **أنوثتي** | **35** | **11.67** |
| **موسوعة الجمال** | **33** | **11.00** |
| **المطبخ الخليجي** | **17** | **5.67** |
| **زفة العروس** | **13** | **4.33** |
| **زفة العروس** | **12** | **4.00** |
| **أخرى تذكر** | **8** | **2.67** |
| **ن = 300** | | |

* تدل بيانات الجدول السابق إلى عدة بتائج من أهمها :
* أوضحت النتائج العامة أن أهم للمواقع الإلكترونية النسائية العربية التي تتابعها الطالبات الجامعيات – بالترتيب - جاءت على النحو التالي : سيدتي نت بنسبة (59.33 %)، رجيم بنسبة (22.33 %) ،عالم حواء بنسبة 15.33 % ، حياتي الجديدة بنسبة (15.00 %)، أنوثتي (11.67 %) ، عالم الإنوثة (11.33 %) ، بنات نت بنسبة (5.00 %) ، موسوعة الجمال بنسبة (11.00%) ، لمطبخ الخليجي بنسبة (5.67 %) ، زفة العروس (4.33%)، زفة العروس (4.00%) ، ومواقع أخرى مثل حياتي الجديدة وهي النسائية ، وزواج دوت نت (2.67 %).

**2- مدى استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية :**

يوضح الجدول التالي رقم (3) مدى استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائيةالعربية .

**جدول رقم (3)**

**توزيع المبحوثات طبقا لمدى استخدامهن للمواقع الإلكترونية النسائية العربية**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **النسبة المئوية** | **التكرار** | **الاستخدام** |
| 15.00 | 45 | دائماً |
| 33.00 | 99 | أحياناً |
| 51.33 | 154 | نادراً |
| 100 | 300 | **المجموع** |

* **تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها :**
* أوضحت النتائج بأن غالبية المبحوثات يستخدمن المواقع الإلكترونية العربية نادراً بنسبة (51.33 %)، بينما يشاهدها أحياناً بنسبة (33.00 %)، ويشاهدها بشكل دائم بنسبة (15.00%) ، ويلاحظ أن الطالبات الجامعيات تقل نسبة مشاهدتهن للمواقع الإلكترونية ، وربما يرجع ذلك لتعرضهن لوسائل أخرى مثل مواقع التواصل الاجتماعي.

**3- أهم برامج المرأة المفضلة لدى الطالبات الجامعيات في القنوات الفضائية والتي تفضل متابعتها في المواقع الإلكترونية النسائية العربية :**

يوضح الجدول التالي رقم (4) أهم برامج المرأة المفضلة لدى الطالبات الجامعيات في القنوات الفضائية والتي تفضل متابعتها في المواقع الإلكترونية النسائية العربية.

**جدول رقم (4)**

**توزيع المبحوثات طبقا لأهم برامج المرأة المفضلة لدى الطالبات الجامعيات في القنوات الفضائية والتي تفضل متابعتها في المواقع الإلكترونية العربية (\*)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **البرامج** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
| مع جويل أحلى | 119 | 39.67 |
| قضايا المرأة | 54 | 18.00 |
| الأسرة والصحة | 58 | 19.33 |
| زهرة الخليج | 49 | 16.33 |
| مطبخ منال العالم | 51 | 17.00 |
| برنامج الأسرة والمجتمع | 39 | 13.00 |
| ستايل | 24 | 8.00 |
| كلام نواعم | 12 | 4.00 |

**(\*) يمكن اختيار أكثر من بديل**

* **تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها :**
* أوضحت النتائج العامة أن أهم برامج المرأة المفضلة لدى الطالبات الجامعيات في القنوات الفضائية والتي تفضل متابعتها في المواقع الإلكترونية العربية هي : برنامج مع جويل أحلى بنسبة (39.67 %)، برنامج الأسرة والصحة بنسبة (19.33%) ، برنامج قضايا المرأة بنسبة (18.00 %)، برنامج مطبخ منال بنسبة (17.00%)، برنامج زهرة الخليج بنسبة (16.33%)، برنامج الأسرة والمجتمع بنسبة (13.00%)، برنامج ستايل بنسبة (8.00%)، برنامج كلام نواعم بنسبة (4.00%).

**4- أسباب استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية:**

يوضح الجدول التالي رقم (5) أسباب استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية

**جدول رقم (5)**

**توزيع المبحوثات طبقا لأسباب متابعة المضامين النسائية(\*)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **أسباب الاستخدام** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
| **يسعى لتقديم حلول للقضايا المثارة** | **125** | **41.67** |
| **يسمح بالمشاركة الجماهيرية وإبداء وجهات نظر النساء العاديات** | **89** | **29.67** |
| **يقدم حلول واقعية لمشاكل المرأة** | **96** | **32.00** |
| **إيقاعه سريع** | **81** | **27.00** |
| **يقدم القضايا النسائية بجرأة وصراحة كبيرة** | **71** | **23.67** |
| **يقدم موضوعات نسائية هامة** | **54** | **18.00** |
| **تقدمه مذيعة متميزة/ تتمتع بمصداقية عالية** | **49** | **16.33** |
| **يستضيف شخصيات جادة وتتمتع بالكفاءة** | **48** | **16.00** |
| **يقدم وجهات نظر مختلفة في القضايا المطروحة** | **19** | **6.33** |
| **يتميز بمصداقية عالية** | **9** | **3.00** |

**(\*) يمكن اختيار أكثر من بديل**

* **تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج ، من أهمها :**
* أوضحت النتائج العامة أن أهم أسباب استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية كالتالي : يسعى لتقديم حلول للقضايا المثارة بنسبة (41.67 %) ، يقدم حلول واقعية لمشاكل المرأة بنسبة (32.00%) يسمح بالمشاركة الجماهيرية وإبداء وجهات نظر النساء العاديات بنسبة (29.67%)، ، إيقاعه السريع بنسبة (27.00%) ، يقدم القضايا النسائية بجراءة وصراحة كبيرة بنسبة (23.67%) ، يقدم موضوعات نسائية هامة بنسبة (18.00%) ، تقدمه مذيعة متميزة/ تتمتع بمصداقية عالية بنسبة (16.33%) ، يستضيف شخصيات جادة وتتمتع بالكفاءة بنسبة (16.00%) ، يقدم وجهات نظر مختلفة في القضايا المطروحة بنسبة (6.33%) ، يتميز بمصداقية عالية احتل المرتبة العاشرة والأخيرة، بنسبة (3.00 %).

5**- طريقة استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية :**

يوضح الجدول رقم (6) طريقة استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية .

**جدول رقم (6)**

**توزيع المبحوثات طبقا لطريقة استخدامهن للمواقع الإلكترونية النسائية العربية**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المتوسط** | **لا** | | **نادراً** | | **أحياناً** | | **دائماً** | | **الاستخدام النشط** |
| **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** |
| 2.96 | 5.33 | 16 | 11.67 | 35 | 39.00 | 117 | 44.00 | 132 | لا أرغب بعمل شيء أثناء استخدام الموقع |
| 2.81 | 2.00 | 6 | 7.33 | 22 | 61.67 | 185 | 29.00 | 87 | أتناول الطعام |
| 2.65 | 24.67 | 74 | 19.33 | 58 | 35.33 | 106 | 20.67 | 62 | أتحدث مع أفراد أسرتي |
| 2.15 | 27.00 | 81 | 34.00 | 102 | 22.00 | 66 | 17.00 | 51 | أقوم بتأدية بعض الأعمال المنزلية |
| 2.05 | 48.67 | 146 | 19.76 | 59 | 14.33 | 43 | 17.00 | 51 | أقوم بالاتصال بالآخرين |
| 1.82 | 64.67 | 194 | 6.33 | 19 | 6.33 | 19 | 22.67 | 68 | أساعد أقاربي في تأدية واجباتهم التعليمية |

* **تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها :**
* جاءت عبارة " لا أرغب بعمل شيء أثناء استخدام الموقع " في مقدمة العبارات المتعلقة بالتعرض النشط للطالبات الجامعيات في متابعتها للمواقع الإلكترونية النسائية العربية بمتوسط حسابي (2.96) ، يليها عبارة " أتناول الطعام " بمتوسط حسابي (2.81) ، عبارة " أتحدث مع أفراد أسرتي " بمتوسط حسابي (2.65) ، وعبارة " أقوم بتأدية بعض الأعمال المنزلية " بمتوسط حسابي (2.15)، وعبارة " أقوم بالاتصال بالآخرين" بمتوسط حسابي (2.05) ، وجاءت عبارة "أساعد أقاربي في تأدية واجباتهم التعليمية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.82) .

**6- دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية**

**يوضح الجدول رقم (7) دوافع استخدام المبحوثات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية .**

**جدول رقم (7)**

**توزيع المبحوثات طبقا لدوافع استخدامهن للمواقع الإلكترونية النسائية العربية**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المتوسط** | **معارض** | | **محايد** | | **موافق** | | **االدوافع** |
| **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** |
| **2.47** | **12.67** | **38** | **30.33** | **91** | **56.67** | **170** | **التسلية وتمضية وقت الفراغ** |
| **2.41** | **18.00** | **54** | **38.00** | **114** | **44.00** | **132** | **التعلم والثقافة بوجه عام** |
| **2.36** | **28.33** | **85** | **29.33** | **88** | **42.33** | **127** | **التعرف على أحدث الموضات والأزياء والمجوهرات** |
| **2.35** | **28.67** | **86** | **28.67** | **86** | **42.67** | **128** | **أتعلم مهارات جديدة** |
| **2.31** | **26.67** | **80** | **35.33** | **106** | **37.67** | **113** | **بحكم التعود** |
| **2.29** | **37.00** | **111** | **34.33** | **103** | **28.33** | **85** | **ترشدني في حل المشكلات التي تواجهني** |
| **2.17** | **22.00** | **66** | **43.33** | **130** | **34.67** | **104** | **التعرف على حقوقي وواجباتي** |
| **2.09** | **27.00** | **81** | **39.33** | **118** | **33.33** | **100** | **التعرف على معلومات مفيدة في تربية الأبناء** |
| **2.07** | **35.33** | **106** | **15.67** | **47** | **50.00** | **150** | **تزيد مهاراتي في التوافق الزواجي** |
| **2.02** | **21.00** | **63** | **57.00** | **171** | **22.00** | **66** | **الإلمام بالمعلومات التي تساعدني في تدعيم علاقتي مع أسرتي** |
| **1.99** | **25.33** | **76** | **56.67** | **170** | **18.00** | **54** | **التعرف على طرق تنظيم وترتيب المنزل** |
| **1.88** | **31.33** | **94** | **36.33** | **109** | **32.00** | **96** | **التعرف على مشاكل وهموم الأسرة العربية** |
| **1.85** | **33.33** | **100** | **31.00** | **93** | **35.67** | **107** | **تزيد معرفتي بحقوق المرأة وحقوق الإنسان** |
| **1.81** | **36.00** | **108** | **31.33** | **94** | **32.33** | **97** | **التعرف على معلومات تهمني في مجال عملي وتخصصي** |
| **1.80** | **41.00** | **123** | **44.33** | **133** | **14.33** | **43** | **تعرفني كيفية التوفيق بين العمل والأسرة** |
| **1.74** | **30.33** | **91** | **41.00** | **123** | **28.67** | **86** | **معرفة موضوعات تصلح للنقاش مع الأخرين** |
| **1.65** | **54.67** | **164** | **38.00** | **114** | **7.00** | **21** | **تعرفني على كيفية وضع ميزانية الأسرة** |
| **1.59** | **50.67** | **152** | **24.33** | **73** | **25.00** | **75** | **الهروب من الواقع ومشاكل الحياة اليومية** |

* **تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها :**
* جاءت عبارة "التسلية وتمضية وقت الفراغ" في مقدمة العبارات المتعلقة بدوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية بمتوسط حسابي (2.47)، يليها دافع " التعلم والثقافة بوجه عام" بمتوسط حسابي (2.41)،"التعرف على أحدث الموضات والأزياء والمجوهرات" بمتوسط حسابي (2.36)، أتعلم مهارات جديدة " بمتوسط حسابي (2.35)، " بحكم التعود " بمتوسط حسابي (2.31) ،" ترشدني في حل المشكلات التي تواجهني" بمتوسط حسابي (2.29)، " التعرف على حقوقي وواجباتي " بمتوسط حسابي (2.17)،" التعرف على معلومات مفيدة في تربية الأبناء " بمتوسط حسابي (2.09) ، " تزيد مهاراتي في التوافق الزواجي" بمتوسط حسابي (2.07)، " الإلمام بالمعلومات التي تساعدني في تدعيم علاقتي مع أسرتي" بمتوسط حسابي (2.02)، " التعرف على طرق تنظيم وترتيب المنزل" بمتوسط حسابي (1.99)، " التعرف على مشاكل وهموم الأسرة العربية " بمتوسط حسابي (1.88)، " تزيد معرفتي بحقوق المرأة وحقوق الإنسان" بمتوسط حسابي (1..85)، " التعرف على معلومات تهمني في مجال عملي وتخصصي " بمتوسط حسابي (1.81)، " تعرفني كيفية التوفيق بين العمل والأسرة" بمتوسط حسابي (1.80)، " معرفة موضوعات تصلح للنقاش مع الأخرين " بمتوسط حسابي (1.74)، " تعرفني على كيفية وضع ميزانية الأسرة" بمتوسط حسابي (1.65)، وجاء دافع" الهروب من الواقع ومشاكل الحياة اليومية " في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.59).

**7- اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو المواقع الإلكترونية النسائية العربية .**

يوضح الجدول رقم (8) اتجاهات المبحوثات نحو في المواقع الإلكترونية النسائية العربية.

**جدول رقم (8)**

**توزيع المبحوثات طبقا اتجاهتهن نحو المواقع الإلكترونية النسائية العربية**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المتوسط** | **غير موافق على الإطلاق** | | **غير موافق** | | **موافق إلى حد ما** | | **موافق** | | **موافق جداً** | | **الاتجاهات** |
| **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** |
| 3.02 | 3.00 | 9 | 5.67 | 17 | 36.67 | 110 | 24.67 | 74 | 30.00 | 90 | أحاول معرفة وجهات النظر حول القضايا النسائية |
| 2.54 | 16.00 | 48 | 6.00 | 18 | 60.33 | 181 | 9.33 | 28 | 8.33 | 25 | أهتم بالموضوعات والقضايا الخاصة بالمرأة التي تثيرها المواقع الإلكترونية العربية. |
| 2.43 | 27.33 | 82 | 13.00 | 39 | 54.00 | 162 | 3.00 | 9 | 2.67 | 8 | أتابع تطورات القضايا النسائية المثارة في المواقع الإلكترونية العربية |
| 2.41 | 31.00 | 93 | 16.67 | 50 | 34.00 | 102 | 6.33 | 19 | 12.00 | 36 | أقوم بالبحث عن المزيد من المعلومات حول القضايا النسائية التي تثيرها المواقع الإلكترونية العربية |
| 2.29 | 32.67 | 98 | 5.33 | 16 | 15.00 | 45 | 34.67 | 104 | 12.33 | 37 | أتناقش مع الآخرين وأتبادل الآراء معهم حول القضايا النسائية |
| 1.54 | 40.33 | 121 | 12.33 | 37 | 25.33 | 76 | 6.67 | 20 | 15.33 | 46 | أشارك في الندوات التي تتناول القضايا النسائية المهمة |

* **تدل بيانات** الجدول **السابق على عدة نتائج من أهمها :**
* جاءت عبارة " أحاول معرفة وجهات النظر حول القضايا النسائية" في مقدمة العبارات المتعلقة باتجاهات الطالبات الجامعيات نحو المواقع الإلكترونية النسائية العربية بمتوسط حسابي (3.02) ، يليها " أهتم بالموضوعات والقضايا الخاصة بالمرأة التي تثيرها المواقع الإلكترونية العربية بمتوسط حسابي (2.54) ، "أتابع تطورات القضايا النسائية المثارة في المواقع الإلكترونية العربية " بمتوسط حسابي (2.43)، " أقوم بالبحث عن المزيد من المعلومات حول القضايا النسائية التي تثيرها المواقع الإلكترونية العربية بمتوسط حسابي (2.41) ،" أتناقش مع الآخرين وأتبادل الآراء معهم حول القضايا النسائية " بمتوسط حسابي (2.29) ،وجاءت عبارة " أشارك في الندوات التي تتناول القضايا النسائية المهمة " في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.54)

**8- الموضوعات التي تحرص الطالبات الجامعيات على متابعتها في المواقع الإلكترونية النسائية العربية:**

يوضح الجدول التالي رقم (9) أكثر المواقع الإلكترونية النسائية العربية التي تحرص الطالبات الجامعيات على متابعتها.

**جدول رقم (9)**

**توزيع المبحوثات طبقاُ لأكثر المواقع الإلكترونية العربية التي تحرص على متابعتها في المواقع الإلكترونية النسائية العربية**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الموضوعات** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
| **تطور وضع المرأة اجتماعياً وإقتصاديا** | **18** | **6.00** |
| **المشاركة السياسية للمرأة** | **23** | **7.67** |
| **تعليم المرأة** | **39** | **13.00** |
| **عمل المرأة** | **78** | **26.00** |
| **العلاقات الأسرية** | **91** | **30.33** |
| **الديكور والتدبير المنزلي** | **159** | **53.00** |
| **الأناقة والأزياء** | **165** | **55.00** |
| **قضايا الاحوال الشخصية** | **181** | **60.33** |
| **أخرى تذكر** | **12** | **4.00** |
| **ن = 300** | | |

* **تدل بيانات الجدول السابق إلى عدة بتائج من أهمها :**
* أوضحت النتائج العامة أن الموضوعات التي تحرص الطالبات الجامعيات على متابعتها في في المواقع الإلكترونية النسائية العربية جاءت على النحو التالي : قضايا الاحوال الشخصية بنسبة (60.33 %)، الأناقة والأزياء بنسبة (55.00%)، الديكور والتدبير المنزلي بنسبة (53.00%) ، العلاقات الأسرية بنسبة (30.33%) ، عمل المرأة بنسبة (26.00 %) ، تعليم المرأة سينما (تعليم المرأة %) ، المشاركة السياسية للمرأة (7.67 % ) ، و تطور وضع المرأة اجتماعياً وإقتصاديا بنسبة (6.00%) ، وموضوعات أخرى مثل الموضوعات الثقافية والسياسية بنسبة (4.00%).

**9- استفادة المبحوثات المواقع الإلكترونية النسائية العربية.**

يوضح الجدول التالي رقم (10) استفادة المبحوثات من المواقع الإلكترونية النسائية العربية.

**جدول رقم (10)**

**توزيع المبحوثات طبقاً لاستفادتهن من المواقع الإلكترونية** **النسائية العربية**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المتوسط** | **معارض** | | **محايد** | | **موافق** | | **العبارة** |
| **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** |
| **2.44** | **18.67** | **56** | **32.00** | **96** | **49.33** | **148** | **تملء وقت الفراغ وتخلصني من الملل** |
| **2.41** | **17.33** | **52** | **40.00** | **120** | **42.67** | **128** | **استطيع تعلم مهارات جديدة مفيدة لي** |
| **2.29** | **24.00** | **72** | **32.00** | **96** | **44.00** | **132** | **تسليني وتشعرني بالسعادة** |
| **2.24** | **24.00** | **72** | **32.67** | **98** | **43.33** | **130** | **تزيد من ثقافتي ومعلوماتي العامة** |
| **2.21** | **30.67** | **92** | **20.00** | **60** | **49.33** | **148** | **تعرفني على أحدث الموضات والازياء والمجوهرات** |
| **2.12** | **30.00** | **90** | **31.33** | **94** | **38.67** | **116** | **تشعرني بالاسترخاء والراحة** |
| **2.07** | **26.67** | **80** | **40.67** | **122** | **32.67** | **98** | **ساعدتني على تدعيم علاقتي مع أسرتي** |
| **2.01** | **32.00** | **96** | **34.67** | **104** | **33.33** | **100** | **ساعدتني في ترتيب وتنظيم المنزل** |
| **1.91** | **16.67** | **50** | **42.33** | **127** | **41.00** | **123** | **ساعدتني على إيجاد موضوعات تصلح للنقاش مع الأخرين** |
| **1.72** | **37.33** | **112** | **33.00** | **99** | **29.67** | **89** | **استطعت حل الكثير من المشاكل التي تواجهني** |
| **1.61** | **40.33** | **121** | **35.33** | **106** | **24.33** | **73** | **زادت من معارفي حول مشاكل وهموم الأسرة العربية** |
| **1.41** | **65.00** | **195** | **14.67** | **44** | **20.33** | **61** | **ساعدتني على الهروب من مشاكل الحياة اليومية** |
| **1.39** | **45.00** | **135** | **34.33** | **103** | **20.67** | **62** | **تساعدني على تكوين علاقات اجتماعية ايجابية مع الأهل والأصدقاء** |
| **1.28** | **56.33** | **169** | **37.33** | **112** | **6.33** | **19** | **ساعدتني على التعرف على حقوقي وواجباتي** |
| **1.22** | **64.33** | **193** | **28.67** | **86** | **7.00** | **21** | **أرشدتني إلى معلومات مفيدة في تربية الأبناء** |
| **1.11** | **40.33** | **121** | **21.33** | **64** | **38.33** | **115** | **زادت من المعلومات التي تهمني في مجال عملي وتخصصي** |
| **1.07** | **50.33** | **151** | **14.00** | **42** | **35.67** | **107** | **تساعدني على تنظيم وقتي بين العمل والأسرة** |

* **تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها :**
* جاءت عبارة " تملء وقت الفراغ وتخلصني من الملل " في مقدمة العبارات المتعلقة بمدى استفادة الطالبات الجامعيات من المواقع الإلكترونية النسائية العربية بمتوسط حسابي (2.44)،يليها " استطيع تعلم مهارات جديدة مفيدة لي " بمتوسط حسابي (2.41)، " تسليني وتشعرني بالسعادة " بمتوسط حسابي (2.29)، " تزيد من ثقافتي ومعلوماتي العامة " بمتوسط حسابي (**2.24**) " تعرفني على أحدث الموضات والازياء والمجوهرات بمتوسط حسابي (2.21)،" تشعرني بالاسترخاء والراحة " بمتوسط حسابي (2.12)، " ساعدتني على تدعيم علاقتي مع أسرتي " بمتوسط حسابي (**2.07**)، " ساعدتني في ترتيب وتنظيم المنزل " بمتوسط حسابي (2.01)، " ساعدتني على إيجاد موضوعات تصلح للنقاش مع الأخرين " بمتوسط حسابي (1.91) ، " استطعت حل الكثير من المشاكل التي تواجهني " بمتوسط حسابي (1.72) ، " زادت من معارفي حول مشاكل وهموم الأسرة العربية " بمتوسط حسابي (1.61)، " ساعدتني على الهروب من مشاكل الحياة اليومية " بمتوسط حسابي (1.41)، " تساعدني على تكوين علاقات اجتماعية ايجابية مع الأهل والأصدقاء " بمتوسط حسابي (1.39)، " ساعدتني على التعرف على حقوقي وواجباتي " بمتوسط حسابي (1.28)، " أرشدتني إلى معلومات مفيدة في تربية الأبناء " بمتوسط حسابي (1.22) ،" زادت من المعلومات التي تهمني في مجال عملي وتخصصي " بمتوسط حسابي (1.11) ، وجاءت عبارة " تساعدني على تنظيم وقتي بين العمل والأسرة " في المرتبة بمتوسط حسابي (1.07).

**اختبار فروض الدراسة :**

**الفرض الأول**

**"توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام".**

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون

جدول رقم ( 11 )

العلاقة بين معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| مستوى الدلالة | العدد | قيمة معامل الارتباط " بيرسون " |
| .001 | 300 | .161 |

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة المستوى " بيرسون = .161" ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام ، فكلما زاد استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية، كلما زادت الدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام.

**الفرض الثاني :**

**" توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا في معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام".**

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون

جدول رقم (12 )

العلاقة بين معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونيةالنسائية العربية والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| مستوى الدلالة | العدد | قيمة معامل الارتباط " بيرسون " |
| .000 | 300 | .295 |

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة المستوى " بيرسون = .295" ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام ، فكلما زاد استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية كلما زادت الإشباعات المترتبة على هذا الاستخدام.

**الفرض الثالث :**

**" توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والاشباعات المترتبة".**

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون

جدول رقم ( 13 )

العلاقة بين دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| مستوى الدلالة | العدد | قيمة معامل الارتباط " بيرسون " |
| .000 | 400 | .555 |

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة متوسطة المستوى " بيرسون = .555" ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام ، فكلما زادت دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية كلما زادت الإشباعات المترتبة على هذا الاستخدام.

**الفرض الرابع :**

**" توجد فروق ذات دلالة احصائية طبقا للمتغيرات الديموغرافية فيما يتعلق بدوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ".**

للتحقق من صحة الفرض تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار " ت " تبعاً لاستجابة العينة حسب دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ، كما هو موضح من الجدول التالي :

**جدول رقم (14 )**

دلالة الفروق في دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية طبقاً لمتغير التخصص العلمي

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| نوع الجامعة | المتوسطات الحسابية | الانحرافات المعيارية | قيمة " ت" | درجات الحرية | مستوى الدلالة |
| التخصصات النظرية | 1.565 | .4884 | 2.241 | 298 | .026 |
| التخصصات العملية | 1.388 | .50121 |

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لمتغير التخصص العلمي فيما يتعلق بدوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية لصالح التخصصات النظرية بمتوسط حسابي 1.565 مقابل 1.388 ، حيث بلغت قيمة " ت " 2.241 " ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية .026 .

**جدول رقم (15)**

دلالة الفروق في استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية طبقاً لمتغير نوع الجامعة

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الدوافع | مصدر التباين | مجموع المربعات | متوسط المربعات | درجة الحرية | قيمة " ف" | مستوى المعنوية |
| دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية | بين المجموعات | 2.822 | 1.411 | 2 | 7.760 | .000 |
| داخل المجموعات | 72.178 | .182 | 297 |
| المجموع | 75.000 |  | 299 |

تشير بيانات الجدول السابق على عدة نتائج ، من أهمها :

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لمتغير الجنسية فيما يتعلق بدوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ، حيث بلغت قيمة " ف " 7.760 " ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية .000 .

وللتعرف على مصادر هذه الفروق تم استخدام اختبار LSD للمقارنات البعدية ، كما يوضحها الجدول التالي :

**جدول رقم (16)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| نوع الجامعة | | فروق المتوسطات | مستوى المعنوية |
| جامعة البحرين | الجامعة الأهلية | .028 | .917 |
| جامعة المملكة | .181 | .001 |
| الجامعة الأهلية | جامعة البحرين | .285 | .685 |
| جامعة المملكة | .210 | .746 |
| جامعة المملكة | جامعة البحرين | .181 | .001 |
| الجامعة الأهلية | .210 | .020 |

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طالبات جامعة البحرين وطالبات جامعة المملكة في دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية عند مستوى معنوية .001 ، وبين طالبات جامعة المملكة و طالبات جامعة البحرين عند مستوى معنوية .020.

**دلالة الفروق في دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية** **طبقاً لمتغير محل الإقامة**

**جدول رقم (17)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الدوافع | مصدر التباين | مجموع المربعات | متوسط المربعات | درجة الحرية | قيمة " ف" | مستوى المعنوية |
| دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية | بين المجموعات | 2.577 | 1.289 | 2 | 1.029 | .358 |
| داخل المجموعات | 497.013 | 1.252 | 297 |
| المجموع | 499.590 |  | 299 |

تشير بيانات الجدول السابق على عدة نتائج ، من أهمها :

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لمتغير محل الإقامة فيما يتعلق بدوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ، حيث بلغت قيمة " ف " 1.029 " ، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية .358 .

**دلالة الفروق في دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية طبقاً لمتغير السنة الدراسية**

**جدول رقم ( 18 )**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الدوافع | مصدر التباين | مجموع المربعات | متوسط المربعات | درجة الحرية | قيمة " ف" | مستوى المعنوية |
| دوافع استخدام الشباب الجامعي الخليجي بالجامعات الحكومية بمملكة البحرين | بين المجموعات | 9.383 | 4.692 | 2 | 8.063 | .000 |
| داخل المجموعات | 225.184 | .582 | 297 |
| المجموع | 234.567 |  | 299 |

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية طبقاً لمتغير السنة الدراسية ، حيث بلغت قيمة "ف" 8.063 ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية . . 000، وهي قيمة أقل من القيمة 05 .الدالة إحصائياً.

ولمعرفة مصدر التباين بين دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية طبقاً لمتغير السنة الدراسية ، أجرى الباحث الاختبارات البعدية بطريقة LSD على النحو التالي :

**جدول رقم (18 )**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| الفئة العمرية | | | فروق المتوسطات | مستوى المعنوية |
| السنة الأولى | | السنة الثانية | -.08310 | .317 |
| السنة الثالثة | -.52257 | .000 |
| السنة الرابعة | .08310 | .317 |
| السنة الثانية | | السنة الأولى | -.43947 | .001 |
| السنة الثالثة | .52257 | .000 |
| السنة الرابعة | .43947(\*) | .001 |
| السنة الثالثة | | السنة الأولى | -.31949 | .000 |
| السنة الثانية | -.50588 | .000 |
| السنة الرابعة | .31949 | .000 |
| السنة الرابعة | السنة الأولى | | -.18639 | .044 |
| السنة الثانية | | .50588 | .000 |
| السنة الثالثة | | .18639 | .044 |

تشير بيانات الجدول السابق رقم ( 18 ) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية طبقاً لمتغير السنة الدراسية ، وذلك بين الفئات الآتية : السنة الأولى والسنة الثالثة عند مستوى معنوية 000. ، وبين السنة الثانية وبين السنة الأولى والثالثة والرابعة عند مستوى معنوية 001 . ، .000 ، 001 . ، على الترتيب ، وبين السنة الثالثة وبين السنة الأولى والثانية والرابعة عند مستوى معنوية 000 . ، 000 . ، 000 . ، وبين السنة الرابعة وبين السنة الأولى والسنة الثانية والثالثة عند مستوى معنوية 044 . ، 000 . ، 044 . ، وهي فروق دالة إحصائياً ، وهي قيم أقل من القيمة 05 .الدالة إحصائياً .

**منافشة نتائج الدراسة :**

سعت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين للمواقع الإلكترونية النسائية العربية بالتطبيق على عينة قوامها 300 مفردة من الطالبات الجامعيات في الجامعات الحكومية والخاصة في مملكة البحرين ، وذلك من خلال استخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات والذي أفاد في التعرف من خلاله على دوافع استخدام دوافع استخدام الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ، والاستخدام النشط لتلك المواقع والإشباعات المترتبة على هذا الاستخدام ، ويمكن مناقشة نتائج الدراسة في ضوء النتائج التالية :

**أولاً : معدل استخدام الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين للمواقع الإلكترونية النسائية العربية:**

أظهرت نتائج الدراسة أن معدل استخدام الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ما يزال محدوداً ، حيث تشاهد نسبة 15% من المبحوثات هذه المواقع بصفة دائمة ، ويتابعها أكثر من نصف المبحوثات بصفة نادرة ، حيث توضح نتائج الدراسات أن القنوات الفضائية تعد من المصادر الإعلامية المهمة التي تتمتع بانتشار ومتابعة واسعة لدى المرأة في العالم العربي (بدور ابراهيم الجبن ، 2009) ، في حين تبلغ نسبة النساء البحرينيات اللاتي يشاهدن الفضائيات بصفة أحيانا 42,8 % ، وهو مايشير إلى أن القنوات الفضائية ما تزال تتصدر مقدمة الوسائل التي تعتمد عليها المرأة البحرينية في الحصول على المعلومات.

**ثانياً : دوافع استخدام الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين للمواقع الإلكترونية النسائية العربية :** أظهرت نتائج الدراسة أن الدوافع الطقوسية جاءت في مقدمة دوافع استخدام الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ، وجاء في مقدمة هذه الدوافع للتسلية وتمضية وقت الفراغ (الوصيف، ابو بكر ، 2004)، ويليها الدوافع النفعية والتي تشير إلى أن الطالبات الجامعات يستخدمن تلك المواقع لمتابعة الجديد في عالم المرأة مثل التعرف على أحدث الموضات والأزياء والمجوهرات ، في حين كشفت الدراسات أن دوافع استخدام المرأة للقنوات الفضائية يختلف عن دواقع استخدام المواقع الإلكترونية لأن برامجها تناسب ميولهن، واهتماماتهن، ولحداثة الأفلام المعروضة (مايا البيضا ، 2008) ، وفي الوقت نفسه كشفت إحدى الدراسات أن أهم دوافع المبحوثات للاستخدام المرأة لوسائل الإعلام هي : دوافع الإلمام بالأحداث ثم دافع التعلم والثقافة يليها دافع التسلية والترفيه (عائشة الغباشي ، 2002).

**ثالثاً : الاستخدام النشط للمواقع الإلكترونية النسائية العربية :**

أظهرت نتائج الدراسة أن الطالبات الجامعيات يحرصن على التركيز في متابعة الموقع الإلكترونية النسائية وجاء ذلك في المرتبة الأولى ، وجاءت بعض الأنشطة التي تحرص من خلالها الطالبات الجامعيات مثل تناول الطعام أو الحديث مع الأسرة أو تأدية بعض الأعمال المنزلية أو الاتصال بالآخرين أو مساعدة الأقارب في تأدية واجباتهم التعليمية .

**رابعاً : الإشباعات المترتبة على استخدام الطالبات الجامعيات في مملكة البحرين للمواقع الإلكترونية النسائية العربية:**

أظهرت نتائج الدراسة أن تملء وقت الفراغ وتخلصني من الملل في مقدمة العبارات المتعلقة بمدى استفادة الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ، وهو ما يتفق مع دوافع استخدام المواقع الإلكترونية النسائية حيث جاءت دوافع التسلية وتمضية وقت الفراغ في المرتبة الأولى ، ويتفق ذلك مع الإشباعات المتحققة من استخدام التليفزيون حيث تمثلت أهم هذه الإشباعات في الشعور بالراحة والسعادة وزيادة المعرفة بالأحداث الجارية في مصر والعالم (سمهان ،ماهيتاب محمد أحمد، 2003).

**خامساً : اختبار فروض الدراسة :**

كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة المستوى ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام ، وكشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة المستوى ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام ، كما كشفت الدراسة أيضاً عن وجود علاقة ارتباطية موجبة متوسطة المستوى ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية والاشباعات المترتبة من هذا الاستخدام ، ورصدت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقا للمتغيرات الديموغرافية " متغير التخصص العلمي ، نوع الجامعة والسنة الدراسية فيما يتعلق بدوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية ، وعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية طبقاً لمتغير محل الإقامة فيما يتعلق بدوافع استخدام الطالبات الجامعيات للمواقع الإلكترونية النسائية العربية .

**توصيات الدراسة :**

1. يوصي الباحث العمل على فتح موقع إلكتروني خاصة للمرأة البحرينية تطرح فيه رؤيتها الاعلامية ورسالتها الاجتماعية والوطنية بمشاركة الجمعيات الاهلية النسائية لمناقشة السبل الكفية لمعالجة مشاكل المرأة البحرينية والسبل الكفيلة لدفع جهود المرأة البحرينية.
2. كما يوصي الباحث بضرورة تخصيص برنامج خاص للمرأة في قناة البحرين الفضائية لمعالجة القضايا الشخصية وايجاد الحلول القانونية والتشريعية لضمان حقوق المرأة في مختلف القضايا القانونية والاحوال الشخصية .
3. يوصي الباحث باجراء الدراسات وبحوث الاستطلاع لمعرفة الأوقات المناسبة لبث المضامين النسائية والوقوف على البرامج التي ترى المرأة اهميتها في الوقت الحاضر.
4. خلق برامج مباشرة لطرح المشاكل والحلول للقضايا العالقة بالطالبات الجامعيات .
5. تطوير المضامين في المواقع الإلكترونية بصورة علمية مدروسة حسب متطلبات المرأة في العالم العربي بحث تلبي تلك المادة الاعلامية طموح ورغبات المرأة العربية وبطريقة تخاطب ثقافتها وعاداتها وميولها.

**المراجع:**

**أولاً : باللغة العربية :**

ابراهيم ،مراون عبد المجيد ، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، (عمان: الوراق، 2000).

أحمد ،جمال عبدالعظيم ، **العلاقة بين الاعتماد على وسائل الاعلام الجماهيري كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفي للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية لعام 2006،** (جامعة الزقازيق، كلية الآداب، مجلة كلية الآداب، صيف 2007).

1. البيضا ،مايا أحمد ، دوافع استخدام المرأه اللبنانيه للقنوات الفضائيه العربيه والاشباعات المتحققة ، **رسالة ماجستيرغير منشورة ،** (جامعة القاهره، كلية الإعلام) ، 2008م.
2. جاسم ،وجدان فهد ، استخدامات المرأة البحرينية للقنوات والاشباعات المتحققة، **رسالة ماجيستير غير منشورة** (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية، ، 2008).
3. الجبن ، بدور ، استخدامات المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في المواقع الإلكترونية العربية"، **دراسة ماجستير منشورة**،( جامعة محمد بن سعود الاسلامية، كلية الدعوة والإعلام ، 2009 ).
4. جلبي ، منى صبحي ، لأبعاد التربوية لمضمون البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات العربية الخاصة: دراسة تحليلية ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس : كلية البنات للعلوم والآداب ، 2001).
5. شرف ،جيهان محمود عبد الرازق ، اساليب تغطية القضايا قى برامج المرأة المذاعة على الهواء فى المواقع الفضائية العربية **، رسالة ماجستيرغير منشورة** ، ( جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2004) .

حبيب ،أيمن محمد **، تأثير الشبكات والمواقع الإلكترونية التلفزيونية التي تستقبلها منطقة الخليج العربي على تطوير الخدمة الإخبارية في التلفزيون السعودي**، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه عير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1997).

حسن ، سرين حسام الدين ، تكامل دور الصحف والتليفزيون مع مؤسسات المجتمع المدني في تنمية الثقافة السياسية للمرأة بالتطبيق على محافظتي المنيا والقاهرة : دراسة تحليلية ميدانية  ، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة المنيا :كلية الآداب ، 2013).

حسين ،سمير **، البحوث الإعلامية في الوطن العربي**، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام، بحوث ودراسات في الدعوة والإعلام، العدد الاول 1992.

ــــــــــــــــــ، **بحوث الإعلام الأسس والمبادئ**، ط 1، (القاهرة: عالم الكتب، 1976).

1. الحسيني ،أماني عمر ، دور التليفزيون المصري في تنمية الوعي البيئي لدى المرأة : دراسة ميدانية على عينة من السيدات في القاهرة الكبرى" ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ، العدد العشرون ، يوليو – سبتمبر2003م).
2. الزهراني ، محمد عبدالله الكبشي ، دوافع تعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة، دراسة ميدانية على عينة من أفراد المجتمع السعودي، **رسالة ماجستير غير منشورة** ( الرياض ، جامعة الأمام محمد بن سعود الإسلامية ، 2009).
3. سابق ،احمد محمد ، دور الصحافة المصرية اليومية في تشكيل الوعي الديني بقضايا المرأة - راسة تحليلية ميدانية **، رسالة ماجستيرغير منشورة** ( جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2003).
4. سمهان، ماهيتاب محمد احمد ، دوافع استخدام المرأة الصعيدية للتليفزيون المصري والإشباعات المتحققة، **رسالة ماجيستير غير منشورة** (جامعة المنيا : كلية الاداب، ، 2004).

السناسن ،خالد فهد عثمان ، **دور الصحافة السعودية في نشر المعرفة السياسية**، رسالة ماجستير غير منشورة (الرياض: جامعة الملك سعود، كلية الآداب 2007).

السواح ، داليا مصطفي ، أنماط حياة المراة في الإعلان التليفزيوني : دراسة تطبيقية علي الإعلانات التجارية المقدمة في المواقع الإلكترونية العربية والاجنبية، **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة حلوان : كلية الآداب ، 2012).

صابر ،فاطمة ؛ خفاجة، ميرفت **، أسس ومبادئ البحث العلمي**، (الإسكندرية: مطبعة ومكتبة الإشعاع الفنية، 2002).

العبد ، عاطف عدلي ، نهى عاطف العبد**، استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وتنفيذها**(القاهرة: دار الفكر العربي، 2009).

1. ــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــ ، **الرأي العام والفضائيات دراسة في ترتيب الاولويات** القاهرة , دار الفكر العربي، 2007.
2. عبد الحميد، مها صلاح ، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت **، رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2004) .
3. العبد، نهي عاطف ، استخدامات المرأة العربية للقنوات الفضائية" دراسة ميدانية ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد 8 ، العدد 2 ، إبريل ، 2007 )
4. عبدالحميد، محمد. **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية** ،القاهرة ، عالم الكتب ،2004 .
5. عبود، ريم اسماعيل ، استخدامات طالبات الجامعة فى مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والاشباعات المتحققة**، رسالة ماجستيرغير منشورة**  (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، 2004).
6. العزوي ،عبدالله على ، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية من المواقع الإلكترونية العربية والوعي السياسي لدي الشباب السعودي في الجامعات، **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة الأمام محمد بن سعود الاسلامية ، 2008).
7. العلي، فوزية عبدالله، استخدام المرأة الاماراتية للقنوات الفضائية ، دراسة ميدانية ، **بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ،2005 .**  ، ص 536.
8. عمارة ،نائلة إبراهيم ، **الشعور بالوحدة النفسية لدى الشباب الجامعي وعلاقته بالتعرض للتلفزيون** ، مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق ، العدد السادس عشر ، أكتوبر ، 1996) .
9. عيد ،سامية دسوقي ، دور وسائل اإعلام في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية**، رسالة ماجستيرغير منشورة** ( جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2005) .
10. الغابشي ،عائشة سعيد.، استخدامات المرأة العمانية لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة ، **ماجستيرغير منشورة** (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002 ).
11. الغزاوي ،آمال ، استخدامات المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة والاشباعات المتحققة منها، دراسة ميدانية، **مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق**،كلية الآداب ، العدد 51 ، إبريل ، 2010 ).
12. كامل، نجوى ، الاعلام والمرأة في الريف والحضر ، دراسة تطبيقية على مصر والبحرين ، متاح على الموقع الالكتروني :www.scw-gov.bh/media/PDF.
13. المدني ،أسامة غازي ، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباعات المتحققة منها **، مجلة كلية الآداب** **(**جامعة حلوان : ، العدد 26 ، 2009) .
14. المصرى ،نادية مصطفى عبده ، دور الأتصال فى المشاركة السياسية للمرأة المصرية دراسة ميدانية تحليلية**، رسالة ماجستيرغير منشورة** ، ( جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ,2000 ) .
15. مطهر، بشار عبد الرحمن ، استخدامات المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية والاشباعات المتحققة، **المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي** ( جامعة الملك سعود ، كلية الآداب ، 2009(
16. المناصير ،مريم علي حمد ، تأثير مشاهدة برامج التلفزيون على زيادة الوعي الصحي لدى المرأة البحرينية**، رسالة ماجيستير غير منشورة**،( الجامعة الاهلية ، كلية الآداب والعلوم والتربية، 2008 ).

النجار **،**وليد عبد الفتاح ، دوافع تعرض الشباب الجامعي للصور الصحفية بالصحف المصرية والإشباعات المتحققة منها ، مجلة بحوث التربية النوعية **(جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية ، ، العدد 15 ، 2009) .**

1. نصار ،سهام ، **استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباعات المتحققة منها** ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، العدد الأول ، يناير – مارس 2002.
2. الوصيف، ابو بكر ،استخدام المرأة للتليفزيون الليبي والإشباعات المتحققة، **رسالة ماجيستير غير منشورة** ( القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية، 2004 ).

**باللغة الإنجليزية :**

1. Iecd, Iouis H. & Parker, Richard A., 1992, **designing and conducting survey research**. (USA : Josssey Bass Publishers,).
2. Liu , Zhengjia; Lulu Rodriguez, 2012, [Psychological and Social Motives for Fashion Magazine Use Among Shanghai's Female College Students](http://web.ebscohost.com/ehost/viewarticle?data=dGJyMPPp44rp2%2fdV0%2bnjisfk5Ie46a9JtK21ULGk63nn5Kx95uXxjL6nsEe0pbBIr6meSrintlKyq55oy5zyit%2fk8Xnh6ueH7N%2fiVbevskiuq7JJs5zqeezdu33snOJ6u%2bvkgKTq33%2b7t8w%2b3%2bS7ULWrt0%2bur7Y%2b5OXwhd%2fqu37z4uqM4%2b7y&hid=127), **Journal of Magazine & New Media Research**, Summer, Vol. 13 Issue 2.
3. Robert L.Health and Jennigs Brgant, 1992, **Human communication theory and Research: concepts contexts and challenges,** News Jersey: publishers Hells dale and loncion.
4. Wenner: **The Nature of News gratifications in palmgreen**. p. wenner & Rosengreen (eds) uses and gratification research , the postten years . sage publication.

1. **\* أسماء المحكمين**

   *أ.د همت حسن عبد المجيد ، أستاذ الإعلام ، ورئيس قسم الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين .*

   *أ.د عصام نصر أستاذ الإعلام بجامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة.*

   *د. محمد خير بني دومي ، أستاذ الإعلام المساعد ، بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين .* [↑](#footnote-ref-2)