

## استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباع المتحققة "دراسة ميدانية"

أمين منصور وافي

الجامعة الإسلامية - غزة

تاريخ الاستلام 02/07/2015 تاريخ القبول 10/08/2015

### ملخص:

هدفت الدراسة إلى تعرف استخدامات النساء الفلسطينيات للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة من المشاهدة أثناء الحصار على قطاع غزة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي وأداة الاستبانة، وعينت النساء في قطاع غزة، وبنيت الدراسة على أدبيات نظرية الاستخدامات والإشباع، ومن أهم نتائجها، أن حجم المشاهدة للقنوات الفضائية جاء متوسطاً، والفترة الزمنية المفضلة للمشاهدة فترة الظهيرة، وتفضل النساء مشاهدة القنوات الفضائية ومنها القنوات الفلسطينية عن غيرها من القنوات، واحتلت قناة الأقصى الفلسطينية المرتبة الأولى، وعلى صعيد الفضائيات العربية احتلت القنوات المصرية المرتبة الأولى عربياً، وعن أسباب التعرض جاءت الحاجة إلى التواصل مع الآخر ومعرفة ما يدور خارج الأراضي الفلسطينية، وعن الحاجات التي تلبيها الفضائيات جاء البحث عن حلول للقضايا الاجتماعية، وعن الدافع الأساسي للمتابعة أثناء الحصار على قطاع غزة، ومتابعة الأحداث ومعرفة الأخبار الداخلية والخارجية واستقاء المعلومات عن مجريات أمور الحصار على قطاع غزة .

### Abstract:

*The study aimed to identify the Palestinian woman uses of satellite channels and gratifications achieved by watching those channels during the blockade of Gaza Strip. The study used the survey method and the questionnaire instrument and took woman in Gaza strip as a sample. The study was built on the uses and gratifications theory literature. The most important results showed that the size of watching satellite channels was average and the preferred period for watching satellite channels was the afternoon. Woman preferred watching Palestinian satellite channels rather than other channels. The Palestinian satellite channel Al-Aqsa became first while amongst the other Arab channels, the Egyptian channels ranked first. The reason for watching such channels was the need to communicate with the other and to know what is going outside the Palestinian territories. The*

*study showed that the needs met by watching satellite channels was to look for solutions to social issues and the primary motivation of watching satellite channels during the blockade of Gaza was the follow up of current events and the knowledge of internal and external news and get more information about the course of events regarding the Gaza Strip blockade.*

#### مقدمة:

تعتبر المرأة الفلسطينية العنوان المشرق في تاريخ القضية الفلسطينية؛ فهي قاهرة الأعداء ومربية الأجيال، ولعبت دوراً مهماً في الدفاع عن المشروع الوطني، وساهمت في تأسيس الأطر والاتحادات الشعبية والجمعيات والمنظمات الحكومية وغير الحكومية، بل وشاركت جميع مناحي الحياة الفلسطينية إلى جانب الرجل، وكان لها دور بارز في النهوض بالقضية الفلسطينية والحفاظ على التراث والثوابت الوطنية وتعزيز صمود الشعب الفلسطيني.

إن وجود المرأة في مراحل النضال الفلسطيني كان مميزاً في جميع المراحل النضالية للشعب الفلسطيني، فمنذ الانتداب الإنجليزي على فلسطين واجه المجتمع الفلسطيني تحديات كبيرة على صعيد الوجود وبدت ملامح الاقتلاع والاستيطان تظهر بشكل واضح وخاصة لمن كان يوجد على الأرض الفلسطينية، وعمت الثورات والاحتجاجات جميع المناطق الفلسطينية واشترك في هذه الأعمال جميع فئات المجتمع الفلسطيني، وكانت مشاركة المرأة مميزة من خلال القيام بجميع المهام المنزلية وتحمل مسؤولية العمل في الحقول أثناء تصدى الرجال لأعمال العصابات الصهيونية التي كانت تعيث في الأرض الفلسطينية فساداً أمام أعين الانتداب الإنجليزي.

لقد شكل الحصار المفروض على قطاع غزة من قبل الاحتلال الصهيوني أكبر المشكلات التي واجهها قطاع غزة والشعب الفلسطيني بشكل عام، خلال مسيرته في السنوات الماضية، والذي كان أشد وقسوة خلال السنوات الأخيرة، حيث وصل إلى أسوأ حالاته وخاصة بعد الانقسام الداخلي بين شطري ما تبقى من الوطن المحتل. وقد القى الحصار بظلاله على أوضاع المرأة في الأراضي الفلسطينية وخاصة في قطاع غزة حيث ازدادت معاناتها، وقد تمثل ذلك في الجوانب المعيشية والحياتية والنفسية، حتى وصل الأمر إلى تهديد الاستقرار الأسري بشكل خاص.

أما آثار الحصار على قطاع غزة فكانت كبيرة وكان أخطرها التأثيرات النفسية وخاصة على المرأة التي تمثل الركن الأهم في المجتمع، حيث بينت الدراسات ازدياداً كبيراً في بعض التصرفات الناتجة عن الضغوط النفسية، فقد بلغت نسبة العصبية عند النساء الفلسطينيات نسبة عالية لم تعهدها الأراضي الفلسطينية من قبل؛ فالنساء العصبيات بلغت في إحدى الإحصائيات 70%، كما أن الحصار أثر على الواقع الاجتماعي للمرأة فباتت ما نسبته 79% من النساء الفلسطينيات يملن إلى الخوف والعزلة وعدم الأريحية داخل الأسرة لافتقارها للأمن والاستقرار الناتج عن آثار الحصار، كما أنها تصبو في كثير من الأحيان إلى إيجاد وسائل بديلة عن الوسائل التقليدية حتى لو كانت لا

### استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباع المتحققة

تناسبها ولا تناسب إمكانيتها، مما يعكس شعوراً بالضيق والخوف والقلق من المستقبل الذي تجهل تفاصيله (البليسي، 2013).

مما لا شك فيه أن الجانب الصحي والاجتماعي والتعليمي والثقافي تأثر بالحصار بشكل كبير وبدأ ذلك واضحاً من خلال الأمراض وسوء التغذية وكل ذلك أثر على دورها ومكانتها ، وأضحت المرأة تتحمل بفعل الحصار مهام كبيرة منها إداريه ومنها تنظيمية تساعد نصفها الآخر في التدبير في إدارة شؤون الأسرة في ظل شح الإمكانيات وعدم القدرة على الإيفاء بحاجات الأسرة ومتطلباتها في ظل الحصار الذي فرض على قطاع غزة من قبل الاحتلال الصهيوني ومن قبل بعض المؤسسات الدولية التي باركت وشرعت هذا الحصار . والمتتبع لمسيرة المرأة الفلسطينية وتاريخها خلال مسيرتها، يجدها شريكة للرجل في الكفاح والمقاومة بجميع أشكالها؛ من أجل تحرير الأرض والمجتمع من الاحتلال وتحقيق الاستقلال ، ومن جهة أخرى نجدها تتحمل العبء الأكبر من خلال قيامها مقام الرجل في تدبير شؤون الأسرة والحفاظ على تماسكها في ظل الحصار الصهيوني على قطاع غزة، لذا جاءت هذه الدراسة لتتعرف استخدامات المرأة للقنوات الفضائية أثناء حصار غزة على أساس أهمية القنوات الفضائية كوسيلة اتصال لدى النساء .

#### أولاً- الدراسات السابقة:

من خلال البحث والاطلاع، وما وقع بين يدي الباحث من التراث الإنساني في الدراسات الإعلامية في هذا الموضوع سيتم عرض الدراسات الآتية : أشارت دراسة العويمر (2013) إلى تنامي مستوى الثقافة والوعي السياسي لدى المواطن الأردني .إن الإذاعة والتلفزيون الأردني لم يسلط الضوء بشكل مكثف على الأحداث والتطورات والنزاعات والصراعات، بالرغم من تنوع الأحداث السياسية داخل الأردن . وكذلك ارتفاع نسبة البرامج السياسية المقدمة من خلال الإذاعة، بالمقارنة مع التلفاز حيث بلغت 24% أسبوعياً بالنسبة للإذاعة، والتلفاز كانت 14% أسبوعياً.

وتوصلت دراسة Meadows and Kerrie (2011) إلى أن قطاعي التلفزيون والإذاعة المحلية تقومان بمساهمة كبيرة لتنظيم الصحة العقلية الأهلية بمساعدة الحضور على تكوين فهم أفضل، وضبط القضايا التي تؤثر على الرفاه الاجتماعي والعاطفي لهم. وتقترح الدراسة فرصاً لوكالات الرعاية الصحية لأخذها بعين الاعتبار؛ وذلك لإمكانية تجنيد البث الإذاعي والتلفزيون المحلي في حملات الصحة العقلية. وكذلك تعزز الدراسة الادعاء بأن وسائل الإعلام السائدة تحتاج إلى أن تكون أكثر وعياً بعدم الرضا المتزايد مع عدم القدرة على التواصل مع فئات الجمهور .

وأشارت دراسة ميادة مهنا (2009) إلى تصدر السمات الإيجابية لصورة المرأة الفلسطينية في صحف الدراسة (مناضلة صامدة - ناجحة - مميّزة - مربية أجيال )، اهتمت صحف الدراسة بالمرأة

المناضلة مثل (الأسيرة - الشهيدة - المصابة.)، ولم تعكس صحف الدراسة الواقع الفعلي للمرأة فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية لقضايا المرأة، وأظهرت الدراسة أن ظروف الاحتلال والانقسام والرقابة السياسية على الصحف والظروف المتعلقة بالثقافة السائدة في المجتمع، تتحكم بشكل كبير في تشكيل الخطاب الإعلامي للمرأة. وأظهرت دراسة عبد الرحمن مطهر (2009) انخفاض نسبة مشاهدة المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية، فيما تصدرت الأفلام الرومانسية قائمة التفضيل للهروب من الملل وشغل الفراغ، والتخلص من الملل جاء في مقدمة إشباع المرأة اليمنية المتحققة من متابعيتها لقنوات الأفلام العربية بنسبة (50.5%)، يليه التسلية والشعور بالسعادة والمتعة بنسبة (33%). وبينت دراسة شيرين عوض (2008) "عدم مشاهدة المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية الفلسطينية بعدم وصول إرسال تلك القنوات إليهن بوضوح، وعدم اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بإنتاج وعرض مواد وبرامج متنوعة تحتاج إليها المرأة الفلسطينية. وتوصلت دراسة مابا البيضا (2008) إلى أن معظم المبحوثات القنوات الفضائية العربية عبر خدمة الاشتراك بالشركة (كابل) بنسبة 51.1% يليه عبر الإرسال الفضائي 48.9%، وجد أن من أكثر الأماكن التي تشاهد فيها المبحوثات في الحضر والريف القنوات العربية الفضائية هي المنزل ثم عند الأصدقاء والأقارب. وأشارت دراسة نهى العبد (2006) إلى أن مشاهدة المبحوثات المصريات للقنوات الفضائية جاء دائماً بنسبة (48.3%)، ويوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات طبقاً لمستوياتهن التعليمية المختلفة في الإشباع الاجتماعي المتحققة لهن جراء تعرضهن للقنوات الفضائية. وتوصلت دراسة حازم البنا (2006) "إلى ارتفاع نسبة مشاهدة المرأة المصرية للدراما العربية في القنوات الفضائية بنسبة (51.8%)، وكذلك وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كل من الدوافع الطوقسية والإشباع شبة التوجيهية وشبه الاجتماعية من جهة، وبين الدوافع النفعية من جهة أخرى. وأوضحت دراسة هدية شمعون (2008) " أن كم كبير من الإعلاميات الفلسطينيات يفقدن عملهن نتيجة لكثير من الإشكاليات المجتمعية، وتواجهه الإعلاميات عقبات كبيرة في مجال العمل على الصعيد الداخلي والخارجي؛ بسبب غياب الأمن المهني والوظيفي والاستقرار، وتوجد تفرقة بين الجنسين من قبل القائمين على الوسائل الإعلامية على أساس النوع الاجتماعي، وأكدت الدراسة أهمية توعية المجتمع بأهمية الدور الذي تقوم به الإعلاميات. وبينت دراسة سمر شاهين (2008) أن الصحف الفلسطينية لا يوجد بها خطة إعلامية واضحة المعالم فيما يتعلق بتناول قضايا المرأة، وأظهرت الدراسة أن تغطية الصحف الفلسطينية لقضايا المرأة كان موسمياً وارتبط بالمناسبات مثل: عيد الأم، وعيد المرأة، والمناسبات الوطنية التي لها علاقة بالمرأة الفلسطينية.

### استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباعات المتحققة

وتوصلت دراسة وسام نصر (2006) إلى أن حملات التوعية في الراديو والتلفزيون اتبعت إستراتيجية التكامل في عرض رسائل حملات التوعية من حيث نوع الوسيلة والوقت والفترة الزمنية وفي الوقت نفسه تبين وبفارق نسبي كبير أن التلفزيون هو الوسيلة المفضلة لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة ، وكذلك استهدف 50% من الحملات -موضع الدراسة- الرجل والمرأة، وهذا ينم عن وعي القائمين على تخطيط الحملات بضرورة إشراك الرجل مع المرأة في تحمل مسؤوليات الرعاية الصحية. فيما يتعلق بالوسيلة المفضلة لمتابعة إعلانات التوعية، فقد كان التلفزيون هو الوسيلة المفضلة لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة وبفارق كبير مقارنة مع الراديو. أما بالنسبة لعدم استفادة بعض المبحوثات من حملة التوعية فيعزى إلى عدم بثها في مواعيد منتظمة. وأشارت دراسة فوزية العلى ( 2005 ) إلى أن معظم أفراد العينة تشاهد القنوات الفضائية الوطنية ، وأسباب التفضيل يعود إلى احتواء هذه القنوات على برامج للمرأة و قدرة هذه القنوات على عكس الواقع المحلي والخليجي بما يلبي احتياجاتها ويحقق إشباعاتها، وأن أهم الاحتياجات التي تعتمد عليها المرأة من القنوات الوطنية هي القضايا المحلية والقضايا الاجتماعية وتربية الأطفال والتسلية والترفيه.

وأوضحت دراسة أشرف جلال حسن (2005) أنه بالرغم من احتلال الدراما المصرية للريادة على خريطة الدراما العربية ، إلا أنها تقدم المرأة بصورة سلبية لا تتناسب مع مكانتها، وفي الغالب تقدم المرأة أدواراً هامشية أو ثانوية وحين تقدم أدواراً رئيسية، فهي تقدم بشكل لا يتوافق مع مكانتها في المجتمع وتقدم الأدوار التقليدية. وبينت دراسة باريان (2004) أن هناك توجهاً وإقبالاً من قبل المرأة السعودية للاستفادة من وسائل الإعلام في مجال التنقيف الصحي. كما أن جميع وسائل الإعلام حققت نسبة إشباع عالية في مجال التنقيف الصحي للمرأة السعودية، وكانت أكثر المجالات التي حصلت فيها المرأة على التنقيف التنبيه في مجال أمراض الأطفال ثم توعية الأطفال ثم الإسعافات الأولية، وأن هنالك علاقة بين المتغيرات الديمغرافية واستخدام وسائل الإعلام للتنقيف .

وأشارت دراسة أبو بكر الوصيف (2004) إلى أن أهم دوافع مشاهدة التلفزيون الليبي لدى الليبيات التسلية بنسبة (89.6%)، والإلمام بالأحداث المحلية بنسبة (79.3%) ، والإلمام بأحوال المرأة في العالم بنسبة (72.3%)، وأهم الإشباعات المتحققة هي التسلية بنسبة (91.8%).

وأثبتت دراسة حسام سلامة (2003) "تصدر المضمون الاجتماعي في معالجة قضايا المرأة، مقارنة بالقضايا والمضامين الأخرى مثل المشاركة السياسية والمشاركة في مختلف مجالات الإنتاج، ومعظم الأفكار التي تدور حولها الأفلام التي تعالج قضايا المرأة هي أفكار تبث قيماً مادية بل وغير مرغوب فيها اجتماعياً، وتغلب من شأن المادة وتقل من قيمة العمل.

وأظهرت دراسة عائشة الغابشي (2002) أن دوافع إقبال المرأة العمانية على مشاهدة التلفزيون العماني الإلمام بالأحداث المحلية، والتعلم والثقافة، والتسلية وقضاء وقت الفراغ، بالإضافة إلى دفع الإلمام بكيفية

المساهمة في خدمة المجتمع، أما دوافع مشاهدة المرأة العمانية إلى القنوات الفضائية فمعرفة الأخبار المحلية بنسبة (69.8%)، وزيادة المعرفة بالمجالات التي تهم المرأة .

وأشارت دراسة بيناز السميوي (2002) إلى أن نسبة النساء العاملات في مجال الإذاعة والتلفزيون في فلسطين بلغت 20% مقابل 80% رجال، في حين بلغت نسبة النساء العاملات في الإعلام الحكومي إلى الإعلام الخاص 36% قطاع حكومي، و 64% قطاع خاص، ونسبة النساء العاملات في تلفزيون فلسطين بقطاع غزة والضفة المحتلة بلغت 46% .

وتوصلت دراسة عائشة الغابيشي (2002) إلى أن عينة الدراسة تفضل مشاهدة القنوات الفضائية العربية مثل: قنوات MBC، والجزيرة، ابوظبي، ودبي، والكويت، والفضائية المصرية، والقناة اللبنانية LBC، والشارقة، تحقق مشاهدة القنوات الفضائية للمرأة العمانية بعض الإشباعات مثل معرفة الإخبار والإحداث العالمية والمحلية وخاصة العمانية، وتساعد في معرفة ما يدور حولها من أحداث، وتربطها مع العالم الخارجي وتوفر لها كل المعلومات اللازمة للاتصال.

وبينت دراسة آمنة خليفة (2001) ضرورة زيادة البرامج المحلية وزيادة الإنتاج المحلي للتلفزيون في دولة الإمارات، وخاصة البرامج التي تتناول المشكلات والقضايا التي تعاني منها المرأة في الإمارات، وضرورة ارتباط القضايا الثقافية بالواقع الاجتماعي

وأظهرت دراسة مركز شؤون المرأة ( 2000 ) " أن صورة المرأة في قطاع غزة صورة نمطية سلبية تابعة للرجل، وهي في الغالب مقهورة ممنوعة باكية؛ بسبب الظروف الصعبة التي تعيشها من جراء الاحتلال والمعاناة، والمساحات التي تفرد لقضايا المرأة في كافة وسائل الإعلام غير كافية، وهذا ما يساعد في بقاء الصورة النمطية السلبية للمرأة الفلسطينية، وتغيب القضايا الاجتماعية والتنموية والثقافية المرتبطة بالمرأة. وتوصلت دراسة بيناز البط راوي ( 1995 ) إلى قيام الجامعات والمعاهد بإنشاء أقسام ومراكز تدريب لمواكبة متطلبات العمل الإعلامي، و قدرة الإعلاميات الفلسطينيات على القيام بالعمل الإعلامي المرئي والمسموع في وسائل الإعلام الفلسطينية والعربية والدولية والعمل على تكرار التجارب الناجحة والاستفادة منها في تطوير عمل الإعلاميات .

وتوصلت دراسة أمانى فهمي ( 1997 ) إلى أن هناك علاقة بين التعرض الانتقائي للمرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية ودوافع استخدام هذه القنوات والإشباعات التي تتحقق منها.

وبينت دراسة المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية (1983) أن المرأة المصرية تهتم بالشكل أكثر مما تهتم بالجوهر، وأن اهتمام المرأة ينحصر بشكل أساسي في الحياة الأسرية أو العاطفية، ويتركز اهتمامها في رعاية الزوج والأبناء وشؤون البيت، والمرأة بعيدة تمام البعد عن الاهتمام بالقضايا المجتمعية المهمة أو الشؤون السياسية أو العالم الخارجي، من منطلق أن ذلك إنما يخص الرجل أكثر مما يخص المرأة.

### موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

- 1- لم نجد أيًا من الدراسات السابقة تناولت استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة أثناء حصار قطاع غزة.
- 2- تتفق هذه الدراسة مع معظم من الدراسات السابقة من حيث انتمائها للدراسات الوصفية واستخدامها منهج المسح ونظرية الاستخدامات والإشباع وأداة الاستبانة.
- 3- تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة من حيث حجم عينة الدراسة، كما أنه لم تطبق أي من الدراسات السابقة على المرأة الفلسطينية أثناء حصار قطاع غزة.

### ثانيًا - مشكله الدراسة:

يمكن تحديد مشكلة الدراسة في معرفة استخدامات المرأة الفلسطينية أثناء الحصار على قطاع غزة للقنوات الفضائية في تلبية احتياجاتها والإشباع المتحققة، وخاصة الحصول على المعلومات والمعرفة والترفيه والمعلومات، والدور الذي يمكن أن تقوم به وتؤديه تلك القنوات في تزويد المرأة الفلسطينية بما يدور حولها من أحداث أثناء الحصار، والضغوط النفسية والسيكولوجية التي تمارس عليها؛ لكي تلبي احتياجاتها ورغباتها وإشباعاتها المتنوعة، وكذلك معرفة دوافعها التي تساهم في تحمل أعباء المعيشة في ظل الحصار، وكذلك قدرتها على اتخاذ القرارات المناسبة لمواجهة مشكلات المجتمع وتحقيق أهدافها المختلفة في ظل الحصار الخانق على قطاع غزة.

### ثالثًا - أهمية الدراسة :

يمكن تحديد أهمية الدراسة في النقاط التالية.

- 1- قلة الدراسات التي تناولت استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء الحصار على غزة والإشباع المتحققة .
- 2- غياب المعلومات عن نوعية البرامج المفضلة لدى المرأة، وأسباب التفضيل أثناء الحصار على غزة.
- 3- الاطلاع على نوعيه القنوات المفضلة لدى المرأة الفلسطينية أثناء الحصار وسبب التفضيل.
- 4- الدراسة ستحدد الدور التي تقوم به القنوات الفضائية في إمداد المرأة بالمعرفة والمعلومات المختلفة أثناء الحصار على غزة.
- 5- الدراسة ستفتح المجال لتحديد الحاجات المختلفة للمرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة.
- 6- الدراسة ستزود صانع القرار الفلسطيني بمشكلات المرأة الفلسطينية وهمومها، ومدى اهتمام القنوات الفضائية بها أثناء الحصار على قطاع غزة .

#### رابعاً- أهداف الدراسة و تساؤلاتها:

ويمكن صياغة أهداف الدراسة في التساؤلات الآتية:

- 1- ما طبيعة استخدام المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية بشكل عام والفلسطينية بشكل خاص أثناء الحصار على قطاع غزة ؟
- 2- ما حجم الوقت الذي تقضيه المرأة الفلسطينية في متابعة القنوات الفضائية؟ وما نوعية البرامج التي تتعرض لها أثناء الحصار على قطاع غزة ؟
- 3- ما أهداف استخدام المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية وما حجم المشاهدة وارتباط ذلك بنوعية البرامج المقدمة أثناء الحصار على قطاع غزة ؟
- 4- ما مدى اهتمام المرأة ببرامج النساء المقدمة في الفضائيات أثناء الحصار على قطاع غزة ؟
- 5- ما مدى اهتمام القنوات الفضائية الفلسطينية ببرامج النساء أثناء الحصار على قطاع غزة؟
- 6- ما ترتيب القنوات الفضائية وفقاً لتلبية الحاجات والرغبات والإشباع المتحققة منها أثناء الحصار؟
- 7- ما آثار استخدام المرأة لتلك البرامج على الصعيد النفسي والاجتماعي والسلوكي أثناء الحصار على غزة؟
- 8- ما القناة الفلسطينية المفضلة التي تعتمد عليها المرأة الفلسطينية في تلبية احتياجاتها الوطنية أثناء الحصار على غزة والتي تعتمد عليها كمصدر للمعلومات ؟
- 9- ما ترتيب القنوات الفضائية حسب اهتمامها بموضوع قضايا فك الحصار عن غزة ؟
- 10- ما تقييم المرأة الفلسطينية لدور القنوات الفضائية في فك الحصار عن قطاع غزة؟
- 11- ما مقترحات المرأة الفلسطينية لتطوير أداء القنوات الفضائية لفك الحصار عن قطاع غزة؟

#### خامساً- نوع البحث ومنهجه وأداته:

##### أ- نوع الدراسة :

تنتمي هذا الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تستهدف توصيف خصائص موقف معين محدد وتصويره وتقديمه؛ بهدف الحصول على معلومات وبيانات وحقائق متعلقة بالظاهرة أو المشكلة -موضوع الدراسة- ( حسين، سمير، 1996، 113ص.).  
وتسعى الدراسة الحالية للتعرف على استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة أثناء الحصار على قطاع غزة .

##### ب- منهج الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي، حيث يعتبر منهج المسح جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة -موضوع البحث- من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع



### استخدامات المرأة الفلسطينية للفتوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباع المتحققة

البحث لفترة زمنية كافية للدراسة؛ بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في تخصص معين، أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة. ( حسين، 1995، 147). واعتمدت على أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، والمتمثل في هذه الدراسة في المرأة الفلسطينية .

#### ج: أداة الدراسة :

استخدام الباحث أداة صحفية الاستقصاء عن طريق المقابلة في جمع بيانات الدراسة، وهي أداة تساعد الباحث على دراسة الآراء والاتجاهات، والوقوف على الأبعاد المتعددة للظاهرة -موضوع الدراسة- ومعالجتها إحصائياً. وقد احتوت استمارة الإستبانة على خمس وحدات، ضمت مجموعة من المتغيرات، وقد راعى الباحث الإجراءات المنهجية اللازمة من حيث بناء الصحيفة ووضع أسئلتها، مع مراعاة أن تغطي جميع أهداف الدراسة، ثم قام الباحث بعرضها على مجموعة من المحكمين\*، ثم قام بإجراء التعديلات اللازمة، بحيث تم التعديل لتتوافق مع أهداف المبحوثين ومستوياتهم.

#### سادساً-عينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من النساء الفلسطينيات في قطاع غزة، وقد تم اختبار عينة عشوائية تتكون من 400 امرأة من مجتمع الدراسة وتم توزيع أداة الدراسة عليهم وقد تم استرداد 350 استبانة، وبعد تفحص الاستبانات لم يستبعد أي منهما؛ نظراً لتحقيق الشروط المطلوبة للإجابة، والجدول التالية تبين خصائص عينة الدراسة وسماتها كما يلي:

#### السمات العامة للدراسة:

تحتوي هذه الوحدة على مجموعة من المتغيرات التي تحدد سمات عينة الدراسة وهي:

جدول رقم (1) يوضح السمات العامة للدراسة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية
الحالة الاجتماعية	عزباء	145	41.4
	متزوجة	189	54.0
	مطلقة	6	1.7
	أرملة	10	2.9
المجموع			100.0
منطقة السكن	مدينة	224	64.0
	مخيم	91	26.0
	قرية	35	10.0
المجموع			100.0
المحافظة	شمال غزة	68	19.4
	غزة	105	30.0

### أمين وافي

18.6	65	الوسطى	
21.4	75	خان يونس	
10.6	37	رفح	
100.0	350	المجموع	
28.0	98	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
19.7	69	دبلوم	
42.3	148	بكالوريوس	
10.0	35	دراسات علنا	
100.0	350	المجموع	
9.4	33	أقل من 20 سنة	الفئة العمرية
30.0	105	20 إلى 25 سنة	
19.4	68	من 25 سنة إلى 30 سنة	
13.7	48	من 30 إلى 35 سنة	
10.0	35	من 35 إلى 40 سنة	
11.1	39	من 40 إلى 45 سنة	
6.3	22	أكثر من 45 سنة	
100.0	350	المجموع	
42.9%	69	ربه منزل	المهنة
34.3%	56	موظفة	
15.7%	25	طالبة	
100.0	350	المجموع	

### أ- الحالة الاجتماعية:

يبين جدول رقم (1) أن 41.4 % من عينة الدراسة " غير متزوجات " ، و 54.0 % من عينة الدراسة " متزوجات " ، و 1.7 % من عينة الدراسة " مطلقات " ، و 2.9 % من عينة الدراسة " أرامل "

### ب-منطقه السكن:

يبين جدول رقم (1) أن 64.0 % من عينة الدراسة يسكن في " مدنه " ، و 26.0 % من عينة الدراسة يسكن في " مخيم " ، و 10.0 % من عينة الدراسة يسكنون في " قرية " .

#### ج- المحافظة:

يبين جدول رقم (1) أن 19.4 % من عينة الدراسة من محافظة " شمال غزة " ، و 30.0 % من عينة الدراسة من محافظة " غزة " ، و 18.6 % من عينة الدراسة من محافظة " الوسطى " ، و 21.4 % من عينة الدراسة من محافظة " خان يونس " ، و 10.6 % من محافظة " رفح " .

#### د-المستوى التعليمي:

يبين جدول رقم (1) أن 28.0 % من عينة الدراسة المستوى التعليمي لهم " ثانوي فأقل " ، و 19.7 % من عينة الدراسة المستوى التعليمي لهم " بكالوريوس " ، و 42.3 % من عينة الدراسة المستوى التعليمي لهم " بكالوريوس " ، و 10.0 % من عينة الدراسة المستوى " دراسات علنا " .

#### هـ-السن:

يبين جدول رقم (1) أن 9.4 % من عينة الدراسة تراوحت أعمارهم " أقل من 20 سنة " ، و 30.0 % من عينة الدراسة تراوحت أعمارهم " 20 إلى 25 سنة " ، و 19.4 % من عينة الدراسة تراوحت أعمارهم " من 25 سنة إلى 30 سنة " ، و 13.7 % من عينة الدراسة تراوحت أعمارهم " من 30 إلى 35 سنة " ، و 10.0 % من عينة الدراسة تراوحت أعمارهم " من 35 إلى 40 سنة " و 11.1 % من عينة الدراسة أعمارهم " من 40 إلى 45 سنة " ، و 6.3 % أكثر من 45 سنة

#### و- المهنة:

يبين جدول رقم (1) أن 51.4 % من عينة الدراسة مهنتهن " ربه منزل " ، و 25.4 % من عينة الدراسة مهنتهن " موظفة " ، و 23.1 % من عينة الدراسة مهنتهن " طالبات " .

#### طرق جمع البيانات:

اعتمد الباحث على نوعين من البيانات

##### 1-البيانات الأولية.

وذلك بالبحث في الجانب الميداني بتوزيع استبانات لدراسة بعض مفردات البحث وحصر المعلومات اللازمة في موضوع البحث وتجميعها، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج SPSS (Statistical Package for Social Science) الإحصائي واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى دلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم الدراسة.

##### 2-البيانات الثانوية:

وتمت مراجعة الكتب و الدوريات و المنشورات الخاصة أو المتعلقة بالموضوع -قيد الدراسة-، والتي تتعلق بدراسة استخدام المرأة الفلسطينية للقنات الفضائية خلال الحصار على غزة ، وأي

## أمين وافي

مراجع قد يرى الباحث أنها تسهم في إثراء الدراسة بشكل علمي، وبنوي الباحث من خلال اللجوء للمصادر الثانوية في الدراسة، التعرف إلى الأسس و الطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت و تحدث في مجال الدراسة .

**أداة الدراسة :**

وقد تم إعداد الاستبانة على النحو التالي:

- 1- إعداد استبانة أولية من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات.
- 2- تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين والذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وتعديل وحذف ما يلزم.
- 3- إجراء دراسة اختباره ميدانية أولية على الاستبانة وتعديل حسب ما يناسب.
- 4- توزيع الاستبانة على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة ، وقد تم تقسيم الاستبانة إلى جزأين كما يلي:

**الجزء الأول :** يتكون من معلومات تتعلق بالشخص الذي قام بتعبئة الاستبانة .

**الجزء الثاني:** يتناول مدى استخدام المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية خلال الحصار على غزة، وقد كانت الإجابات على كل فقرة من فقرات الفقرة الأخيرة مكونة من 5 إجابات حيث الدرجة " 1 " تعني لا أوافق مطلقاً والدرجة "5" تعني موافق بشدة كما هو موضح بجدول رقم (7).

جدول رقم(7): مقياس الإجابات

درجة الموافقة	لا أوافق مطلقاً	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشده
الدرجة	1	2	3	4	5

**صدق الاستبانة وثباتها:**

صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه (العساف، 1995: 429) ، كما يقصد بالصدق " شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها"(عبيدات وآخرون 2001، 179) ، وقد قام الباحث بالتأكد من صدق أداة الدراسة كما يلي:

❖ **صدق فقرات الاستبانة :** تم التأكد من صدق فقرات الاستبانة بطريقتين.

### 1- الصدق الظاهري للأداة ( صدق المحكمين)

قام الباحث بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الآداب بالجامعة الإسلامية متخصصين في الصحافة والإعلام والإحصاء. واستناداً إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين، حيث تم تعديل صياغة العبارات وحذف أو إضافة بعضها الآخر منها.

## استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباع المتحققة

### 2- صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة

تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة على عينة الدراسة الاستطلاعية البالغ حجمها 25 مفردة، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له كما يلي. جدول رقم (8) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور والمعدل الكلي لفقراته ، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05) ، حيث إن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من 0.05 وقيمة  $r$  المحسوبة أكبر من قيمة  $r$  الجدولية والتي تساوي 0.396، وبذلك تعتبر الفقرات صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (8) الصدق الداخلي للفقرات :حجم رضاك عن أداء القنوات الفضائية اتجاه القضايا الآتية

مسلسل	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1-	تغطيه أحداث القضية الفلسطينية	0.610	0.001
2-	تغطيه أحداث مناطق النزاع في العالم	0.631	0.001
3-	تغطيه أحداث الربيع العربي	0.809	0.000
4-	تغطيه أحداث التظاهرات الثقافية	0.845	0.000
5-	نشر ثقافة التواصل مع الآخر	0.699	0.000
6-	نشر الأفكار الديمقراطية وحقوق الإنسان	0.698	0.000
7-	نشر القيم والعادات النبيلة	0.655	0.000
8-	نشر القيم الدينية	0.432	0.031
9-	تغطيه أحداث المنطقة العربية	0.640	0.001
10-	نشر الأفكار الابتكاريه والابداعيه	0.743	0.000
11-	تغطيه أوضاع الناس أثناء الحصار	0.511	0.009
12-	مناقشة أوضاع الناس المعيشية المختلفة	0.468	0.018
13-	الاهتمام بالآثار الناتجة عن حصار قطاع غزة	0.824	0.000
14-	تغطيه قوافل التضامن مع المحاصرين	0.678	0.000
15-	تغطيه فعاليات محاربة الحصار في الخارج	0.775	0.000

قيمة  $r$  الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية "23" تساوي 0.396

### ثبات فقرات الاستبانة Reliability:

أما ثبات أداة الدراسة فيعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات (العساف، 1995: 430). وقد أجرى الباحث خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية نفسها بطريقتين هما: طريقة التجزئة النصفية، ومعامل ألفا كرونباخ.

**1- طريقة التجزئة النصفية Split-Half Coefficient:** تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون بين معدل الأسئلة الفردية الرتبة ومعدل الأسئلة الزوجية الرتبة لكل بعد، وقد تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان براون للتصحيح (Spearman-Brown Coefficient) حسب المعادلة التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{r^2}{r+1} \text{ حيث } r \text{ معامل الارتباط وقد بين جدول رقم (9) يبين أن هناك معامل}$$

ثبات كبير نسبياً لفقرات الاستبانة مما يطمئن الباحث على استخدام الاستبانة بكل طمأنينة

## 2- طريقة ألفا كرونباخ s Alpha.Cronbach:

استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة كطريقة ثانية لقياس الثبات، وقد يبين جدول رقم (9) أن معاملات الثبات مرتفعة مما يطمئن الباحث على استخدام الاستبانة بكل طمأنينة.

جدول رقم (9) معامل الثبات (طريقة التجزئة النصفية)

التجزئة النصفية					عنوان المحور
عدد الفقرات	معامل الارتباط	معامل الارتباط المصحح	القيمة الاحتمالية	معامل كرونباخ ألفا	
15	0.754	0.860	0.000	0.887	حجم رضاك عن أداء القنوات الفضائية اتجاه بعض القضايا

قيمة  $r$  الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية "23" تساوي 0.396

## المعالجات الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Science (SPSS) وفيما يلي مجموعة من الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

1- تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، حسب مقياس ليكرت الخماسي (1 لا أوافق مطلقاً، 2 لا أوافق، 3 محايد، 4 أوافق، 5 أوافق بشدة)، ولتحديد طول فترة مقياس ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (4=1-5)، ثم تقسيمه على عدد فترات المقياس الخمسة للحصول على طول الفقرة أي (0.8=5/4)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (وهي الواحد الصحيح)؛ وذلك لتحديد الحد الأعلى للفترة الأولى وهكذا. وجدول رقم (10) يوضح أطوال الفترات كما يلي:

استخدامات المرأة الفلسطينية للقنات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباع المتحققة

جدول رقم (10)

الفترة	1.80-1	2.60-1.80	3.40-2.60	4.20-3.40	5.0-4.20
درجة الموافقة	لا أوافق مطلقاً	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشده
الوزن	1	2	3	4	5

- 2- تم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف إلى الصفات الشخصية لمفردات الدراسة وتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.
- 3- المتوسط الحسابي Mean؛ وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي ( كشك ، 1996 ، 89).
- 4- تم استخدام الانحراف المعياري (Standard Deviation) للتعرف إلى مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي، ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس ( إذا كان الانحراف المعياري واحداً صحيحاً فأعلى فيعني عدم تركيز الاستجابات وتشتتها).
- 5- اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- 6- معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق الفقرات.
- 7- معادلة سبيرمان براون للثبات.
- 8- اختبار كولومجروف-سمرنوف لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي أم لا ( 1- Sample K-S ).
- 9- اختبار t لمتوسط عينة واحدة One sample T test لمعرفة الفرق بين متوسط الفقرة والمتوسط الحيادي "3" .

اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف-سمرنوف (1- Sample K-S))

سنعرض اختبار كولمجروف-سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا؟ وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً. ويوضح الجدول رقم (11) نتائج الاختبار حيث أن القيمة الاحتمالية لكل محور أكبر من 0.05 (  $sig. > 0.05$  )، وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويجب استخدام الاختبارات المعلمية.

أمين وافي

جدول رقم (11) اختبار التوزيع الطبيعي (1-Sample Kolmogorov-Smirnov)

عنوان المحور	عدد الفقرات	قيمة Z	القيمة الاحتمالية
حجم رضاك عن أداء القنوات الفضائية اتجاه بعض القضايا	15	0.497	0.966

### المبحث الثاني:

نتائج استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشاعات المتحققة .

#### 1- مشاهدة المرأة للقنوات الفضائية

يبين جدول رقم (12) أن 66.0% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية ، بينما 14.6% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية أحياناً، و19.4% من عينة الدراسة لا يشاهدون القنوات الفضائية.

جدول رقم (12) مشاهدة المرأة للقنوات الفضائية

مشاهدة المرأة للقنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	231	66.0
لا	51	14.6
أحياناً	68	19.4
المجموع	350	100.0

2-إذا كانت الإجابة بنعم أو أحياناً فانتقلي إلى سؤال رقم ( 3 ) وإذا كانت ب ( لا ) فما أسباب عدم المشاهدة؟.

يبين جدول رقم (13) أن عينة الدراسة تعتقد أن أسباب عدم المشاهدة هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي: عدم وجود وقت لدى المشاهدة يوزن نسبي 49.0 % وقد احتل المرتبة الأولى، برامج الفضائيات لاتهمني؛ لأنها تختلف مع قيمي وعقيدتي يوزن نسبي 37.3 % وقد احتل المرتبة الثانية، لأنني اعتمد على وسائل إعلام أخرى يوزن نسبي 13.7 % وقد احتل المرتبة الثالثة

جدول رقم (13) أسباب عدم المشاهدة

أسباب عدم المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
عدم وجود وقت لدى للمشاهدة	25	49.0
برامج الفضائيات لاتهمني لأنها تختلف مع قيمي وعقيدتي	19	37.3
لاني اعتمد على وسائل إعلام أخرى	7	13.7
المجموع	51	100.0



### 3- حجم المشاهدة اليومية

يبين جدول رقم (14) أن 30.4% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية " أقل من ساعة " ، و 42.5% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية " أقل من ساعتين " ، و 14.7% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية " أقل من ثلاث ساعات " ، و 4.0% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية " أقل من أربع ساعات " ، و 8.4% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية " أربع ساعات فأكثر " .

جدول رقم (14) حجم المشاهدة اليومية

حجم المشاهدة اليومية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	91	30.4
أقل من ساعتين	127	42.5
أقل من ثلاث ساعات	44	14.7
أقل من أربع ساعات	12	4.0
أربع ساعات فأكثر	25	8.4
المجموع	299	100.0

### 4- الفترة الزمنية المفضلة للمشاهدة أثناء الحصار على غزة:

يبين جدول رقم (15) أن 12.4% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات المفضلة لديهم أثناء الحصار على غزة وقت " الصباحية " ، و 35.5% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات المفضلة لديهم أثناء الحصار على غزة وقت " الظهر " ، و 26.4% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات المفضلة لديهم أثناء الحصار على غزة وقت " المسائية " ، و 25.8% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات المفضلة لديهم أثناء الحصار على غزة وقت " السهرة " .

جدول رقم (15) الفترة الزمنية المفضلة للمشاهدة أثناء الحصار على غزة

الفترة الزمنية المفضلة للمشاهدة أثناء الحصار على غزة	التكرار	النسبة المئوية
الصباحية	37	12.4
الظهر	106	35.5
المسائية	79	26.4
السهرة	77	25.8
المجموع	299	100.0

### 5- القنوات الفضائية المفضلة للمرأة:

يبين جدول رقم (16) أن عينة الدراسة تعتقد أن القنوات الفضائية المفضلة لديهم هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي: القنوات الفضائية العربية يوزن نسبي 51.5 % وقد

#### أمين وافي

احتلت المرتبة الأولى، القنوات الفضائية الفلسطينية يوزن نسبي 45.2 % وقد احتلت المرتبة الثانية، القنوات الأجنبية يوزن نسبي 3.3 % وقد احتل المرتبة الثالثة.

جدول رقم (16) القنوات الفضائية المفضلة للمرأة

القنوات الفضائية المفضلة للمرأة	التكرار	النسبة المئوية
القنوات الفضائية الفلسطينية	154	51.5
القنوات الفضائية العربية	135	45.2
القنوات الأجنبية	10	3.3
المجموع	299	100.0

#### 6- إذا كانت إجابتك (القنوات الفضائية الفلسطينية) فما القناة الفلسطينية المفضلة لك؟

يبين جدول رقم (17) أن عينة الدراسة تعتقد أن القنوات الفضائية الفلسطينية المفضلة لديهم هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي: فضائية الأقصى يوزن نسبي 48.7% وقد احتلت المرتبة الأولى، الفضائية الفلسطينية يوزن نسبي 11.0 % وقد احتلت المرتبة الثانية، فضائية القدس يوزن نسبي 10.4 % وقد احتل المرتبة الثالثة، فضائية عوده يوزن نسبي 8.4 % وقد احتلت المرتبة الرابعة، فضائية مكس (max) يوزن نسبي 5.8 % وقد احتلت المرتبة الخامسة، فضائيات أخرى يوزن نسبي 15.6 % .

جدول رقم (17) القناة الفلسطينية المفضلة للمرأة الفلسطينية

القناة الفلسطينية المفضلة لك	التكرار	النسبة المئوية
فضائية الأقصى	75	48.7
الفضائية الفلسطينية	17	11.0
فضائية القدس	16	10.4
فضائية عوده	13	8.4
فضائية مكس (max)	9	5.8
فضائية فلسطين اليوم	0	0.0
أخرى	24	15.6
المجموع	154	100.0

#### 7- أسباب تفضيلك للقنوات الفضائية الفلسطينية (يمكن اختيار أكثر من أجا به)

يبين جدول رقم (18) أن عينة الدراسة تعتقد أن أسباب تفضيلك للقنوات الفضائية الفلسطينية هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي:

وجود برامج تلائم جميع أفراد المجتمع يوزن نسبي 28.76 % وقد احتل المرتبة الأولى، وجود برامج محلية تلبي حاجاتي المختلفة يوزن نسبي 21.74 % وقد احتل المرتبة الثانية،

#### استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشبعات المتحققة

وجود برامج تعكس واقع البيئة الفلسطينية وملاحها يوزن نسبي 20.07% وقد احتل المرتبة الثالثة، وجود برامج متنوعة يوزن نسبي 16.05% وقد احتل المرتبة الرابعة، وجود برامج تعالج هموم المرأة الفلسطينية وواقعها يوزن نسبي 13.38% وقد احتل المرتبة الخامسة

جدول رقم (18) أسباب تفضيلك للقنوات الفضائية الفلسطينية

أسباب تفضيلك للقنوات الفضائية الفلسطينية	التكرار	النسبة المئوية
وجود برامج تلائم جميع أفراد المجتمع	86	28.76
وجود برامج محلية تلبي حاجاتي المختلفة	65	21.74
وجود برامج تعكس واقع البيئة الفلسطينية وملاحها	60	20.07
وجود برامج متنوعة	48	16.05
وجود برامج تعالج هموم المرأة الفلسطينية وواقعها	40	13.38
المجموع	299	100.0

8- القناة الفضائية التي تعتمد عليها المرأة الفلسطينية في تلبية حاجاتها المختلفة أثناء الحصار:

يبين جدول رقم (19) أن عينة الدراسة تعتقد أن القناة الفضائية التي تعتمد عليها المرأة الفلسطينية في تلبية حاجاتها المختلفة أثناء الحصار على غزة هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي:

قناة الأقصى يوزن نسبي 50.17% وقد احتلت المرتبة الأولى، قناة القدس يوزن نسبي 15.72% وقد احتلت المرتبة الثانية، قناة فلسطين الفضائية يوزن نسبي 12.71% وقد احتلت المرتبة الثالثة، قناة فلسطين اليوم يوزن نسبي 9.03% وقد احتلت المرتبة الرابعة، قناة ماكس (max) يوزن نسبي 6.02% وقد احتلت المرتبة الخامسة.

جدول رقم (19) القناة الفضائية التي تعتمد عليها المرأة الفلسطينية في تلبية حاجاتها المختلفة أثناء

الحصار على غزة

القناة الفضائية التي تعتمد عليها المرأة الفلسطينية في تلبية حاجاتها المختلفة أثناء الحصار على غزة	التكرار	النسبة المئوية
قناة الأقصى	150	50.17
قناة القدس	47	15.72
قناة فلسطين الفضائية	38	12.71
قناة فلسطين اليوم	27	9.03
قناة ماكس (max)	18	6.02
قناة الكتاب الفضائية	11	3.68
قناة عودة	8	2.68
المجموع	299	100.0

**9- القنوات الفضائية العربية المفضلة للمرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة (يمكن الترتيب حسب الأهمية):**

يبين جدول رقم (20) أن عينة الدراسة تعتقد أن القنوات الفضائية العربية المفضلة للمرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي: القنوات المصرية واحتلت المرتبة الأولى، القنوات اللبنانية والسورية واحتلت المرتبة الثانية، القنوات الخليجية وقد احتلت المرتبة الثالثة، القنوات العراقية احتلت المرتبة الرابعة، قنوات المغرب العربي واحتلت المرتبة الخامسة، القنوات العربية التي تبث من الخارج وقد احتلت المرتبة الخامسة.

**جدول رقم (20) القنوات الفضائية العربية المفضلة للمرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة**

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	القنوات الفضائية العربية المفضلة للمرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة
1	24.95	250	القنوات المصرية
2	23.35	234	القنوات اللبنانية والسورية
3	18.86	189	القنوات الخليجية
4	12.28	123	القنوات العراقية
5	10.78	108	القنوات المغرب العربي
6	9.78	98	القنوات العربية التي تبث من الخارج
	100.0	1002	المجموع

• الإجابات لاختيار من متعدد

**10- القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية المفضلة للمرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة (حسب الأهمية):**

يبين جدول رقم (21) أن عينة الدراسة تعتقد أن القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية المفضلة للمرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي:

Bbc عربي وقد احتلت المرتبة الأولى، فرنس24 وقد احتلت المرتبة الثانية، قناة روسيا اليوم وقد احتلت المرتبة الثالثة، قناة العالم الإيرانية وقد احتلت المرتبة الرابعة، سكاي نيوز عربي وقد احتلت المرتبة الخامسة، القناة التركية وقد احتلت المرتبة السادسة، القناة الصينية وقد احتلت المرتبة السابعة، Dw الألمانية وقد احتلت المرتبة الثامنة، الحرة الأمريكية وقد احتلت المرتبة الأخيرة.

استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباعات المتحققة

جدول رقم (21) القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية المفضلة للمرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية المفضلة للمرأة الفلسطينية
1	17.51	256	Bbc عربي
2	15.80	231	فرنس24
3	14.50	212	قناة روسيا اليوم
4	12.93	189	قناة العالم الإيرانية
5	12.11	177	سكاي نيوز عربي
6	11.63	170	القناة التركية
7	7.05	103	القناة الصينية
8	4.65	68	Dw الألمانية
9	3.83	56	الحرّة الأمريكية
	100.0	1462	المجموع الكلي

• الإجابات اختيار من متعدد

10- نوعيه البرامج والمواد الإعلامية التي يتم التعرض لها أثناء الحصار على غزة (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

يبين جدول رقم (22) أن عينة الدراسة تعتقد أن نوعية البرامج والمواد الإعلانية التي يتم التعرض لها أثناء الحصار على غزة هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي:

نشرات الأخبار والمواد الخيرية يوزن نسبي 15.71% وقد احتل المرتبة الأولى، البرامج الدينية والإرشادية يوزن نسبي 14.38% وقد احتل المرتبة الثانية، البرامج الثقافية والعلمية يوزن نسبي 9.73% وقد احتلت المرتبة الثالثة، ويعدّها جاءت كالتالي : الأفلام والمسلسلات يوزن نسبي 8.41% وقد احتل المرتبة الخامسة، البرامج النسائية يوزن نسبي 7.96% وقد احتلت المرتبة السادسة ، برامج الطهي والموضة يوزن نسبي 7.52% وقد احتلت المرتبة السابعة، البرامج الوثائقية يوزن نسبي 7.08% وقد احتلت المرتبة الخامسة، البرامج الصحية يوزن نسبي 6.19% وقد احتلت المرتبة السادسة، البرامج الاجتماعية يوزن نسبي 4.65% وقد احتلت المرتبة السابعة، برامج المسابقات يوزن نسبي 4.20% وقد احتلت المرتبة السابعة، البرامج المنوعة يوزن نسبي 3.54% وقد احتلت المرتبة الثامنة، البرامج الرياضية واللياقة البدنية يوزن نسبي 1.77% وقد احتلت المرتبة التاسعة.

## أمين وافي

جدول رقم (22) نوعية البرامج والمواد الإعلامية التي يتم التعرض لها أثناء الحصار على غزة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	نوعية البرامج والمواد الاعلانية التي يتعرض لها أثناء حصار غزة
1	15.71	142	نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية
2	15.38	130	البرامج الدينية والإرشادية
3	9.73	88	البرامج الثقافية والعلمية
4	8.85	80	البرامج الترفيهية والتسلية
5	8.41	76	الأفلام والمسلسلات
6	7.96	72	البرامج النسائية
7	7.52	68	برامج الطهي والموضة
8	7.08	64	البرامج الوثائقية
9	6.19	56	البرامج الصحية
10	4.65	42	البرامج الاجتماعية
11	4.20	38	برامج المسابقات
12	3.54	32	البرامج المنوعة
13	1.77	16	البرامج الرياضية واللياقة البدنية
	100.0	904	المجموع

• الإجابات اختياري من متعدد

## 12- سبب التعرض للفتنات الفضائية أثناء الحصار على غزة:

يبين جدول رقم (23) أن عينة الدراسة تعتقد أن سبب التعرض للفتنات الفضائية أثناء الحصار على غزة هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي: التواصل والاتصال مع الآخر في ظل الإغلاق والحصار يوزن نسبي 62.5 % وقد احتلت المرتبة الأولى، وتدعيم القيم والعادات السائدة في المجتمع يوزن نسبي 15.1 % وقد احتلت المرتبة الثانية، اكتساب المهارات يوزن نسبي 12.7 % وقد احتلت المرتبة الثالثة، الاستفادة من الوظائف التي تقدمها الفضائيات يوزن نسبي 9.7 % وقد احتلت المرتبة الثالثة.

جدول رقم (23) سبب التعرض للفتنات الفضائية أثناء الحصار على غزة

النسبة المئوية	التكرار	سبب التعرض للفتنات الفضائية أثناء الحصار على غزة
62.5	187	التواصل والاتصال مع الآخر في ظل الإغلاق والحصار
15.1	45	تدعيم القيم والعادات السائدة في المجتمع
12.7	38	اكتساب المهارات
9.7	29	الاستفادة من الوظائف التي تقدمها الفضائيات
0.0	0	أخرى
100.0	299	المجموع

### 13- سبب اختيار المرأة الفلسطينية لقنواتها المفضلة والتي تلبي احتياجاتها أثناء الحصار على غزة (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

يبين جدول رقم (24) أن عينة الدراسة تعتقد أن سبب اختيار المرأة الفلسطينية لقنواتها المفضلة والتي تلبي احتياجاتها أثناء الحصار على غزة هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي:

لوجود برامج تحتوي على معلومات تحتاج إليها في حياتها اليومية وتلامس واقعها بشكل مباشر يوزن نسبي 23.81% وقد احتلت المرتبة الأولى، لوجود برامج تحاكي الهم الوطني الفلسطيني والعربي والإسلامي يوزن نسبي 20.04% وقد احتلت المرتبة الثانية، لوجود برامج محليه تناقش القضايا التي تلبي رغباتها الظاهرة والكامنة يوزن نسبي 19.05% وقد احتلت المرتبة الثالثة، بها برامج كثيرة ومتنوعة عن المرأة يوزن نسبي 13.29% وقد احتلت المرتبة الرابعة، لوجود برامج تحاكي واقع المرأة وتطلعاتها أثناء الحصار يوزن نسبي 12.70% وقد احتلت المرتبة الخامسة، لوجود برامج ترفيه وتسليه تحاكي حاجات المرأة ورغباتها أثناء الحصار) يوزن نسبي 11.1% وقد احتل المرتبة السادسة.

جدول رقم (24) سبب اختيار المرأة الفلسطينية لقنواتها المفضلة والتي تلبي احتياجاتها أثناء الحصار على غزة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	سبب اختيار المرأة الفلسطينية لقنواتها المفضلة والتي تلبي احتياجاتها أثناء الحصار على غزة
1	23.81	120	لوجود برامج تحتوي على معلومات تحتاج إليها في حياتها اليومية وتلامس واقعها بشكل مباشر
2	20.04	101	لوجود برامج تحاكي الهم الوطني الفلسطيني والعربي والإسلامي
3	19.05	96	لوجود برامج محليه تناقش القضايا التي تلبي رغباتها الظاهرة والكامنة
4	13.29	67	بها برامج كثيرة ومتنوعة عن المرأة
5	12.70	64	لوجود برامج تحاكي واقع المرأة أثناء الحصار وتطلعاتها
6	11.11	56	لوجود برامج ترفيه وتسليه تحاكي حاجات المرأة أثناء الحصار ورغباتها
	100.0	504	المجموع

• الإجابات اختيار من متعدد

### 14- الحاجات والرغبات التي تلبيها القنوات الفضائية المفضلة لدى المرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

يبين جدول رقم (25) أن عينة الدراسة تعتقد أن الحاجات والرغبات التي تلبيها القنوات الفضائية المفضلة لدى المرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة هي من الأكثر أهمية إلى الأقل كما يلي:

#### أمين وافي

القضايا والمشكلات الاجتماعية بوزن نسبي 16.84% وقد احتلت المرتبة الأولى، الموضة والأزياء بوزن نسبي 15.79% وقد احتلت المرتبة الثانية، التوعية السياسية بوزن نسبي 13.68% وقد احتلت المرتبة الثالثة، التوعية الثقافية بوزن نسبي 12.63% وقد احتلت المرتبة الرابعة، تربية الأطفال بوزن نسبي 11.84% وقد احتلت المرتبة الخامسة، التوعية الأسرية بوزن نسبي 11.58% وقد احتلت المرتبة السادسة، اكتساب الخبرات المهنية والعلمية بوزن نسبي 11.32% وقد احتلت المرتبة السابعة، التوعية الصحية بوزن نسبي 6.32% وقد احتلت المرتبة الثامنة.

جدول رقم (25) الحاجات والرغبات التي تلبّيها القنوات الفضائية المفضلة لدى المرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة:

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الحاجات والرغبات التي تلبّيها القنوات الفضائية المفضلة لدى المرأة الفلسطينية أثناء الحصار على غزة
1	16.84	128	القضايا والمشكلات الاجتماعية
2	15.79	120	الموضة والأزياء
3	13.68	104	التوعية السياسية
4	12.63	96	التوعية الثقافية
5	11.84	90	تربية الأطفال
6	11.58	88	التوعية الأسرية
7	11.32	86	اكتساب الخبرات المهنية والعلمية
8	6.32	48	التوعية الصحية
	100.0	760	المجموع

• الإجابات اختياري من متعدد

#### 15- أهداف تعرض المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء الحصار على غزة (اختيار متعدد)

يبين جدول رقم (26) أن عينة الدراسة تعتقد أن أهداف تعرض المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء الحصار على غزة هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي: التواصل مع الآخرين والاستفادة من التجارب الأخرى أثناء الحصار) يوزن نسبي 22.67% وقد احتل المرتبة الأولى، الحصول على المعلومات بوزن نسبي 18.67% وقد احتلت المرتبة الثانية، تعلم مهارات جديدة واكتساب خبرات في شتى المجالات بوزن نسبي 13.83% وقد احتلت المرتبة الثالثة، التسلية والترفيه والترويح عن النفس بوزن نسبي 12.83% وقد احتلت المرتبة الرابعة، التفقه في القضايا الدينية والدينية بوزن نسبي 12.00% وقد احتلت المرتبة الخامسة، المشاركة في القضايا المطروحة بوزن نسبي 10.67% وقد احتلت المرتبة السادسة، التواصل مع الآخر



#### استخدامات المرأة الفلسطينية للقنات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباع المتحققة

لتعويض الحصار المفروض عليها من قبل الاحتلال بوزن نسبي 9.33% وقد احتلت المرتبة السابعة.

جدول رقم (26) أهداف تعرض المرأة الفلسطينية للقنات الفضائية أثناء الحصار على غزة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	أهداف تعرض المرأة الفلسطينية للقنات الفضائية أثناء حصار غزة
1	22.67	136	التواصل مع الآخرين والاستفادة من التجارب الأخرى أثناء الحصار.
2	18.67	112	الحصول على المعلومات
3	13.83	83	تعلم مهارات جديدة واكتساب خبرات في شتى المجالات
4	12.83	77	التسلية والترفيه والترويح عن النفس
5	12.00	72	التفقه في القضايا الدينية والدنيوية
6	10.67	64	المشاركة في القضايا المطروحة
7	9.33	56	التواصل مع الآخر لتعويض الحصار المفروض عليها من قبل الاحتلال
	100.0	600	المجموع

• الإجابات اختياري من متعدد

#### 16- هي دوافع مشاهدة المرأة الفلسطينية للقنات الفضائية أثناء الحصار على غزة (رتب الدوافع حسب الأهمية من خلال إعطاء رقم 1 للأهم وهكذا:

يبين جدول رقم (27) أن عينة الدراسة تعتقد أن دوافع مشاهد المرأة الفلسطينية للقنات الفضائية أثناء الحصار على غزة هي من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية كما يلي: معرفه الأحداث الدائرة في العالم وقد احتلت المرتبة الأولى، معرفه قضايا المجتمع الفلسطيني وقد احتلت المرتبة الثانية، التواصل مع المجتمع الخارجي وقد احتلت المرتبة الثالثة، معرفه قضايا ومشكلات الفئات المختلفة في المجتمع وقد احتلت المرتبة الرابعة، تبني بعض الأفكار والمعتقدات والقيم التي تسهم في التطور والتنمية وقد احتلت المرتبة الخامسة، معرفه قضايا المرأة وقد احتلت المرتبة السادسة، معرفه قيم وعادات من الآخرين وقد احتلت المرتبة السابعة، الاستفادة من تحليل الأحداث وتفسيرها على الصعيد العربي والدولي وقد احتلت المرتبة الثامنة، التخلص من الشعور من الوحدة والملل وقد احتلت المرتبة التاسعة، تعلم أنماط ومهارات جديدة تساعد في الانتقال للأفضل وقد احتلت المرتبة العاشرة، المحافظة على العلاقات الاجتماعية وتنميتها وقد احتلت المرتبة الحادية عشرة، الاستفادة من المعرفة والمعلومات التي تعرض وقد احتلت المرتبة الثانية عشرة، معرفه شخصيات ونخب المجتمع وقد احتلت المرتبة الثالثة عشرة، التسلية والترفيه والترويح عن النفس وقد احتلت المرتبة الرابعة عشرة، الإثارة والمتعة وقد احتلت المرتبة الخامسة عشرة.

## أمين وافي

جدول رقم (27) دوافع مشاهدة المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء الحصار على غزة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	دوافع مشاهدة المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء الحصار على غزة
1	16.09	256	معرفه الأحداث الدائرة في العالم
2	15.15	241	معرفه قضايا المجتمع الفلسطيني
3	11.88	189	التواصل مع المجتمع الخارجي
4	10.94	174	معرفه قضايا ومشكلات الفئات المختلفة في المجتمع
5	10.56	168	تبنى بعض الأفكار والمعتقدات والقيم التي تسهم في التطور والتنمية
6	9.99	159	معرفه قضايا المرأة
7	6.35	101	معرفه قيم وعادات من الآخرين
8	4.97	79	الاستفادة من تحليل الأحداث وتفسيرها على الصعيد العربي والدولي
9	4.09	65	التخلص من الشعور من الوحدة والملل
10	3.02	48	تعلم أنماط ومهارات جديدة تساعد في الانتقال للأفضل
11	2.70	43	المحافظة على العلاقات الاجتماعية وتنميتها
12	1.89	30	الاستفادة من المعرفة والمعلومات التي تعرض
13	1.07	17	معرفه شخصيات ونخب المجتمع
14	0.75	12	التسليه والترفيه والترويح عن النفس
15	0.57	9	الإثارة والمتعة
	100.0	1591	المجموع

• الإجابات اختيار من متعدد.

### 17- حجم رضاك عن أداء القنوات الفضائية اتجاه القضايا الآتية:

تم استخدام اختبار T للعينه الواحدة (One Sample T test) لتحليل فقرات المحور المتعلق بحجم الرضا عن أداء القنوات الفضائية ، وتكون الفقرة إيجابية بمعنى أن أفراد العينة يوافقون على محتواها إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية والتي تساوي 1.98 (أو القيمة الاحتمالية أقل من 0.05 والوزن النسبي أكبر من 60 % )، وتكون الفقرة سلبية بمعنى أن أفراد العينة لا يوافقون على محتواها إذا كانت قيمة t المحسوبة أصغر من قيمة t الجدولية والتي تساوي 1.98- (أو القيمة الاحتمالية أقل من 0.05 والوزن النسبي أقل من 60 % )، وتكون آراء العينة في الفقرة محايدة إذا كان مستوى الدلالة لها أكبر من 0.05 ، ويبين جدول رقم ( 28 ) أن الوسط الحسابي لجميع فقرات المحور يساوي 3.85 والوزن النسبي يساوي 76.97% وهو أكبر من الوزن النسبي المحايد "60%" وقيمة t المحسوبة تساوي 14.669 وهي أكبر من قيمة t الجدولية

### استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباع المتحققة

والتي تساوي 1.97 ، وكذلك بلغت القيمة الاحتمالية 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يدل على أن هناك حجم رضا جيد عن أداء القنوات الفضائية .

جدول رقم (28) تحليل فقرات حجم الرضا عن أداء القنوات الفضائية

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة t	القيمة الاحتمالية
تغطيه أحداث القضية الفلسطينية	4.05	0.948	81.04	15.386	0.000
تغطيه أحداث مناطق النزاع في العالم	3.60	0.943	72.08	8.876	0.000
تغطيه أحداث الربيع العربي	5.04	5.284	100.73	5.340	0.000
تغطيه أحداث التظاهرات الثقافية	3.40	1.131	68.02	4.915	0.000
نشر ثقافة التواصل مع الآخر	3.89	0.771	77.71	15.917	0.000
نشر الأفكار الديمقراطية وحقوق الإنسان	3.77	1.246	75.31	8.515	0.000
نشر القيم والعادات النبيلة	3.63	1.238	72.60	7.054	0.000
نشر القيم الدينية	3.83	1.195	76.67	9.664	0.000
تغطيه أحداث المنطقة العربية	3.85	0.821	76.98	14.335	0.000
نشر الأفكار الابتكارية والإبداعية	3.51	1.135	70.21	6.232	0.000
تغطيه أوضاع الناس أثناء الحصار	3.93	0.889	78.54	14.449	0.000
مناقشة أوضاع الناس المعيشية المختلفة	3.69	1.325	73.75	7.190	0.000
الاهتمام بالآثار الناتجة عن حصار قطاع غزة	4.04	1.106	80.83	13.050	0.000
تغطيه قوافل التضامن مع المحاصرين	3.90	0.901	78.02	13.854	0.000
تغطيه فعاليات محاربة الحصار في الخارج	3.44	1.200	68.75	5.050	0.000
جميع الفقرات	3.85	0.801	76.97	14.669	0.000

### أهم نتائج الدراسة:

- 1- جاءت مشاهدة المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية، المشاهدة الدائمة بلغت 66%، والمشاهدة غير المنظمة بلغت 19،4%، وعدم المشاهدة بلغت 14،6%، وهذا يوضح مدى اعتماد النساء الفلسطينيات على الفضائيات في تلبية احتياجاتهن.
- 3- عدم مشاهدة النساء الفلسطينيات للفضائيات جاءت بسبب الانشغال في قضايا مختلفة، وخاصة عدم وجود وقت فراغ لديهن بنسبة 49% في المرتبة الأولى.

- 4- حجم المشاهدة من قبل النساء الفلسطينيات للقنوات الفضائية متوسط؛ بحيث إن غالبية النساء الفلسطينيات يشاهدن بمعدل أقل من ساعتين يومياً ونسبة 5,42% .
- 5- الفترة المفضلة للمشاهدة لدى النساء الفلسطينيات هي فترة الظهيرة في المرتبة الأولى ونسبة 5,35%، والمرتبة الثانية فترة المساء بنسبة 4,26% .
- 6- القنوات المفضلة لعينة الدراسة هي القنوات الفلسطينية ونسبة 2,45% في المرتبة الأولى، والقنوات العربية في المرتبة الثانية، والقنوات الأجنبية المرتبة الأخيرة.
- 7- النساء الفلسطينيات يفضلن من القنوات الفلسطينية، قناة الأقصى الفلسطينية ونسبة 7,48% في المرتبة الأولى، وقناة القدس في المرتبة الثانية، وقناة فلسطين الفضائية المرتبة الثالثة.
- 8- أسباب تفضيل النساء الفلسطينيات للقنوات الفضائية الفلسطينية يعود إلى وجود برامج تلبي وتلائم جميع أفراد العائلة في المرتبة الأولى بنسبة 28.76%.
- 9- قناة الأقصى الفضائية الفلسطينية أهم القنوات التي تلبي حاجات النساء الفلسطينيات ونسبة 50.17% في المرتبة الأولى وقناة القدس في المرتبة الثانية بنسبة 15.72%، وقناة فلسطين الرسمية في المرتبة الثالثة بنسبة 12.71% .
- 10- القنوات العربية الفضائية المفضلة للنساء الفلسطينيات، القنوات المصرية في المرتبة الأولى والقنوات السورية واللبنانية في المرتبة الثانية .
- 11- النساء الفلسطينيات يشاهدن القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية أثناء الحصار على قطاع غزة، حيث جاءت **BBC** عربي في المرتبة الأولى، وقناة فرنس 24 في المرتبة الثانية، وقناة روسيا اليوم في المرتبة الثالثة .
- 12- النساء الفلسطينيات يتعرضن للمواد الإعلامية التي تتلاءم مع أوضاعهن، حيث جاءت نشرات الأخبار والمواد الخيرية في المرتبة الأولى، والبرامج الدينية في المرتبة الثانية.
- 13- النساء الفلسطينيات أثناء الحصار على قطاع غزة يفضلن من القنوات الفضائية، البرامج الدينية والإرشادية في المرتبة الأولى، والبرامج الثقافية والعلمية في المرتبة الثانية.
14. أسباب تعرض النساء الفلسطينيات للقنوات الفضائية أثناء الحصار على قطاع غزة ، حاجات التواصل والاتصال مع الآخر في المرتبة الأولى بنسبة 62.5% .
- 15- أسباب اختيار النساء الفلسطينيات لقنواتهن المفضلة أثناء الحصار والتي تلبي رغباتهن وتحقق إشباعتهن، يعود إلى وجود برامج تحتوي على معلومات تحتاج إليها النساء الفلسطينيات في حياتهن وتلامس واقعهن في المرتبة الأولى بنسبة 23.81%، وكذلك لأنها تحاكي الهم الفلسطيني والعربي والإسلامي في المرتبة الثانية 20.04% .

#### استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباعات المتحققة

- 16- الحاجات والرغبات التي تلبّيها القنوات الفضائية المفضلة للنساء الفلسطينيات، والبحث عن حلول للقضايا الاجتماعية في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية التوعية السياسية .
- 17- أهداف التعرض لدى النساء الفلسطينيات للقنوات الفضائية أثناء الحصار على قطاع غزة، جاء هدف التواصل مع الآخرين والاستفادة من تجاربهم في المرتبة الأولى وينسب 22.67%، والحصول على المعلومات في المرتبة الثانية .
- 18- دوافع النساء الفلسطينيات في مشاهدة القنوات الفضائية أثناء الحصار على قطاع غزة، ومعرفة الأحداث الدائرة في العالم واستقاء الأخبار والمعلومات في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية معرفة قضايا المجتمع الفلسطيني .

#### أهم التوصيات:

توصي الدراسة بما يلي :

- 1- ضرورة قيام القنوات الفضائية الفلسطينية بدراسة واقع احتياجات النساء للتعرف إلى رغباتهن واحتياجاتهن والبرامج التي يرغبن بها ويفضلنها؛ وذلك من أجل تحقيق الإشباعات المطلوبة لديهن.
- 2- ضرورة التخطيط الجيد للبرامج من حيث المضمون والشكل، بحيث تستطيع أن تقابل احتياجات النساء الفلسطينيات، مثل: المضامين الاجتماعية، والسياسية، والتنقيفية؛ كونها من المجالات التي يمكن أن تلعب دوراً كبيراً في تنقيف المرأة وتوعيتها بشكل عام.
- 3- ضرورة الاهتمام بالنساء الفلسطينيات كفئة مهمة في المجتمع، والتي تشكل قطاعاً مهماً من المشاهدين من خلال تحديد البرامج الموجهة إليهن.
- 4- اختيار التوقيت المناسب لبث البرامج التي تعنى بها النساء الفلسطينيات، أي الوقت الذي تتعرض فيه النساء لأطول مدة ممكنة؛ من أجل تحقيق الهدف المرجو في مجال التنقيف والتوعية والقيام بالدور المناط بهن .
- 5- ضرورة اهتمام القنوات الفضائية بالبرامج الاجتماعية؛ لما لها من أهمية ، وخاصة البرامج التي تعالج قضايا الأسرة والمجتمع .

المصادر والمراجع :

- العويمر، وليد (2013). "دور الإذاعة والتلفاز الأردني في التنمية السياسية" المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية ، المجلد 6، العدد 3.
- البليسي ، ماجدة، (2013) أصوات تطالب بوقف تجارة الموت بعد ازدياد ضحاياها، بحث منشور على الموقع الإلكتروني التالي  
www.watcpal.org/sites/default/files/newsletters/349.pdf ، مجلة صوت النساء 2013
- Meadows and Kerrie, "The Role of Local Radio and Television in Enhancing Emotional and Social well- being" Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio media. 2011, Vol. 9 Issue2, p89-106
- حلس، موسى و مهدي ناصر (2010). "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني"، مجلة جامعة الأزهر ، غزة سلسلة العلوم الإنسانية ، المجلد 12، العدد 2 ، ص 135-180.
- أبو هريبد، نفين (2010). " دور وسائل الإعلام المسموعة والمرئية في تنشئة الشباب الفلسطيني في قطاع غزة" رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة .
- مهناءميادة، (2009)"صورة المرأة في الصحافة الفلسطينية" - رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام القاهرة .
- مركز شؤون المرأة (2009)، " صورة المرأة في وسائل الإعلام الفلسطينية" ( قطاع غزة - دراسة حالة) غزة فلسطين.
- مطهر عبد الرحمن(2009)"استخدامات المرأة اليمنية لقنوات الأفلام العربية والإشباع المتحققة"، دراسة علمية منشورة (الرياض: مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام).
- شاهين، سمر، (2008) "قضايا المرأة في الصحافة الفلسطينية"، دراسة تحليلية مقارنة ( رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس، فلسطين.
- عوض، شيرين(2008) "استخدامات المرأة الفلسطينية لوسائل الإعلام الفلسطينية والإشباع المتحققة: دراسة مسحية على قطاع غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية).

### استخدامات المرأة الفلسطينية للقنوات الفضائية أثناء حصار قطاع غزة والإشباعات المتحققة

البيضا مايا، "دوافع استخدام المرأة اللبنانية للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام في جامعة القاهرة، 2008).

عريقات، أحمد، ( 2008 ) ، " دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007" بحث ماجستير منشور، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام،.

شمعون، هداية، (2006)، واقع الإعلاميات الفلسطينيات في قطاع غزة . رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث العربية – جامعة الدول العربية – مصر .

نصر، وسام (2006). "دور حملات التوعية في الراديو والتلفزيون في التنقيف الصحي للمرأة المصرية" رسالة دكتوراه ، القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام، جامعة القاهرة. العبد، نهى( 2006 ) "استخدام المرأة العربية للقنوات الفضائية: دراسة ميدانية على عينة من الجاليات العربية في مصر"، دراسة علمية منشورة (القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، المجلد (8)، العدد 2).

البناء، حازم(2006) "استخدامات المرأة المصرية للدراما العربية التي تعرضها القنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها"، دراسة علمية منشورة (القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلد 7، العدد2).

العلی، فوزية، (2005)، "استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية"، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام \_ المؤتمر الأول، ط1، القاهرة.

حسن، اشرف، ( 2005 ). "صورة المرأة كما تعكسها الدراما في الفضائيات العربية"، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام المؤتمر الأول و الطبعة الأولى، القاهرة .

باريان، أحمد ريان (2004). " دور وسائل الإعلام في التنقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض " بحث ماجستير غير منشور، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود.

أبو بكر، الوصيف(2004)"استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباعات المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية).

سلامة، حسام(2003) "أخلاقيات تناول قضايا المرأة في السينما المصرية: دراسة تحليلية"، دراسة علمية منشورة (المؤتمر العلمي السنوي التاسع، الجزء الرابع، مايو).

الغابشي، عائشة (2002)"استخدام المرأة العمانية لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

- السميري، بيناز (2002) "واقع المرأة في العمل التلفزيوني والإذاعي في فلسطين"، دراسة علمية منشورة (فلسطين، مجلة رؤية، العدد 16).
- الغياشي، عائشة، (2002) "استخدام المرأة العمالية لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام و جامعة القاهرة .
- عبيدات، ذوقان، وعدس، عبد الرحمن، وعبد الخالق، كابد (2001م) "البحث العلمي، مفهومه، أدواته، وأساليبه". عمان: دار الفكر.
- خليفة، أمينة، (2001) "علاقة المرأة بالبرامج الثقافية بالتلفزيون"، مجلة شؤون اجتماعية، العدد 27، م.
- البطراوي، بيناز (1998) "واقع المرأة في العمل الإذاعي والتلفزيون في فلسطين"، مؤتمر بيجين (تغير الصورة السلبية والمهنية للمرأة في وسائل الإعلام المختلفة)، الصين.
- فهمي، أماني، (1997). "دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولي واشباعاتها". المجلة المصرية للبحوث الإعلامية، العدد الثاني
- العساف صالح حمد. (1995). "المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية". الرياض: مكتبة العبيكان.
- حسين، سمير (1996). "مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام"، القاهرة، عالم الكتب، 1996، ص 113.
- كشك، محمد بهجت. (1996م). مبادئ الإحصاء واستخداماتها في مجالات الخدمة الاجتماعية. دار الطباعة الحرة، الإسكندرية. مصر.
- المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية (1983) "صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام المصرية: دراسة في تحليل مضمون الصحافة النسائية"، دراسة علمية منشورة (مصر).