اسم المجلة	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات IJMCR.		
pISSN	2812-4812	eISSN	2812-4820
الموقع الالكتروني	https://ijmcr.journals.ekb.eg/		
البريد الالكتروني	ijmcr@srtaeg.org ijmcr.editor@gmail.com		
الناشر	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون، المشهرة برقم ٢٧١١ لسنة ٢٠٢٠، بجمهورية مصر العربية.		
العنوان	برج اللواء جلال توفيق (الدور الرابع)، امام شركة الكهرباء، ميدان مشعل، المنصورة، الدقهلية، مصر.		
المجلد	(٢٠٢١)	العدد	(١)
رقم المقالة	(١)		
العنوان	مدى اعتماد الشباب السعودي على الصحف الورقية والإلكترونية في متابعتهم لقضية قيادة المرأة (دراسة ميدانية على عينة شباب منطقة جازان).		
السادة المؤلفين	أ.د. وليد عبد الفتاح عبد الفتاح النجار. أستاذ الصحافة الإلكترونية بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية – جامعة المنصورة		

مدى اعتماد الشباب السعودي على الصحف الورقية والإلكترونية في متابعتهم لقضية قيادة المرأة
(دراسة ميدانية على عينة شباب منطقة جازان)

إعداد
أ.د. وليد عبد الفتاح عبد الفتاح النجار
أستاذ الصحافة الإلكترونية بقسم الإعلام
كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

الكلمات الرئيسية	الصحف الورقية - الصحف الإلكترونية - قيادة المرأة.

مقدمة

رغم اهتمام الإنسان بالمعلومات منذ القدم يسود هذا العصر "تكنولوجيا المعلومات". بمعنى أننا نعيش عصراً يختلف بصورة كيفية عن ذي قبل. إذ أن المعرفة والمعلومات في هذا العصر صارت صناعة تستقطب استثمارات ضخمة لجمع المعلومات وتحويلها من صورتها الخام إلى خدمات معلوماتية. كما صارت المنتجات في هذا العصر معتمدة بدرجة أكبر مما مضى على المعلومات وتكنولوجيا المعلومات المتقدمة. وتغيرت مصادر القوة والنفوذ في العالم من ملكية المواد الاستراتيجية، كالنفط واليورانيوم والإنتاج الصناعي، إلى ملكية المعلومات التي أصبحت مصدراً للقوة والتقدم. ووفقاً لإحصائيات البنك الدولي فإن أكثر من (٦٤٪) من الثروة العالمية يتمثل في رأس المال البشري.

وبذلك يتميز عصر المعلومات الحالي باستثمار العقل البشري في مجال المعلومات، واستخدام الحاسبات الآلية في جمعها ومعالجتها، واستخدام الإنترنت كوسيلة لنقلها وتبادلها.

تعتبر قضية قيادة المرأة للسيارات من القضايا التي وجدت حيزا كبيرا من المناقشة، في كل وسائل الاعلام بمختلف انواعه، وقد اولت الصحافة السعودية اهتماما كبيرا بهذا الموضوع وافردن له مساحات واسعة وبمختلف اشكال التغطية، وقد ساهمت هذه التغطية في بلورت راي عام وسط الجمهور السعودي.

ويعزي اهتمامنا بدراسة معالجة الصحافة الالكترونية والورقية لقضية قيادة المرأة للسيارات وخاصة وسط جمهور الشباب إلى أنهم أكثر الفئات استخداماً للإنترنت. فمن الإحصاءات المتوافرة أن (٧٢٪) من طلبة الجامعة يستخدمون الإنترنت، ويشترك حوالي (٨٧٪) منهم في خدمة الإنترنت. ولذا فإن طلبة الجامعة أكثر عرضة للمشكلات المرتبطة باستخدام الإنترنت وخاصة الاستخدام المفرط

له. وثمة عوامل عديدة تكمن وراء تزايد احتمال تعرض الطلبة لمشكلات الاعتماد على الإنترنت أو فرط استخدامه، ومن أهمها توافر خدمة الإنترنت، إلى جانب شيوع استخدامه، خاصة في ظل انخفاض تكلفته (محمد بن صالح الخليفي، ٢٠٠٢).

وحيث ان تكنولوجيا الاتصال الحديثة شكلت المنطلق الأساس في ثورة وسائل الإعلام الجماهيري في العصر الحديث، حيث أتاحت المزاوجة بين وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية وهو ما انعكس على شكل الاتصال، ومحتواه، وأساليبه الإنتاجية، وهو ما مكن الأشخاص والمؤسسات والدول من إرسال واستقبال المعلومات عبر أي مسافة، وأي زمان، وأي مكان.

في ظل ذلك حرصت المؤسسات الصحفية على إنشاء مواقع إلكترونية لها على شبكة الإنترنت، وهو ما مهد لظهور الصحف الإلكترونية التي تقوم على تعدد الوسائط، وتتيح لمستخدميها إمكانية البحث داخلها، وحفظ وطباعة صفحاتها.

وبذلك تعتبر الصحف الإلكترونية جزءا من مفهوم أوسع وأشمل هو النشر الإلكتروني، الذي لا يعني فقط مجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي الإلكتروني وأدواته (desktop publishing DTP“” أو أنظمة computer-TO- Plate)، بل يمتد حقل النشر الإلكتروني ليشمل أيضا النشر عبر الإنترنت on line publishing أو توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصالية عن بعد TELECOMMUNICATION، أو تقنية الوسائط المتعددة، وغيرها من النظم الاتصالية التي تعتمد شبكة الحاسبات.

وكما هو معروف فإن أنظمة النشر الإلكتروني تعتمد على التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معا بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة.

والصحافة الإلكترونية كمصطلح جاء ترجمة لأكثر من تعبير من اللغة الأجنبية مثل (Electronic News Paper- Electronic Edition, On line Journalism, Electronic Journalism, Virtual News Paper, Digital News Paper, Paperless News Paper, Interactive News Paper. (بيل، جيتس، ١٩٩٨).

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي, نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال, حيث انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة, وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع, ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات, واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها, وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية

والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة, التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث, وخلقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة, وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

وهذه المواقع هي عبارة عن صفحات ويب على شبكة الإنترنت، يخصص بعضها للإعلان عن السلع والخدمات أو لبيع المنتجات، والبعض الآخر عبارة عن صحيفة إلكترونية تتوفر فيها للكتاب إمكانية للنشر، وللزوار كتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها، وفرصة للنقاش بين المتصفحين، وكذلك مواقع للمحادثة (الدردشة), وهناك المدونات لشخصية التي يجعلونها أصحابها كمحفظة خاصة يدونون فيها يومياتهم, ويضعون صورهم ويسجلون فيها خواطرهم واهتماماتهم.

ومن هذه المواقع محركات البحث وبوابات ويب ومراجع حرة والمدونات ومواقع الصحف والمجلات ومواقع الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية ومواقع اليوتيوب.

حتى ظهرت شبكات التواصل الاجتماعية مثل: (الفيسبوك – تويتر – مايسبيس – لايفبوون – هايفايف – أوركت – تاجد – ليكندإن – يوتيوب وغيرها)، التي أتاح البعض منها مثل: (الفيسبوك) تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة

الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين، وهذا بدوره ساعد الى تطور مفهوم الصحافة الإلكترونية وانتشارها بشكل كبير وأصبحت من أكثر وسائل الإعلام تطرقا الى القضايا المختلفة نظرا لجمهورها الكبير. (عامر فتحي حسين، ٢٠١١).

مشكلة الدراسة

تلعب الصحافة الصحف الورقية والإلكترونية دور كبير في إيصال المعلومات والأخبار وكل ما هو جديد للجمهور الذين يتابعونها. ومما لا شك فيه فإن الصحافة الورقية والإلكترونية تشغل حيزا كبير في حياة الكثيرين وتعتبر بالنسبة لهم المصدر الذي يحصلون منه على التوضيح لمختلف القضايا. وفي الآونة الأخيرة وبعد ممارسة المرأة السعودية لحقها القانوني في قيادة السيارة ظهرت عدت تساؤلات حول الدور الذي يمكن أن تلعبه الصحافة الورقية والإلكترونية اتجاه قيادة المرأة السعودية للسيارة. ومن هنا ظهرت مشكلة البحث والتي تتمثل في السؤال التالي:

ما مدى اعتماد الشباب السعودي على الصحف الورقية والإلكترونية في متابعتهم لقضية قيادة المرأة السعودية؟

أهمية الدراسة

١. أهمية دراسة قضايا المرأة لاسيما في ظل الأوضاع الراهنة حيث مكنت التطورات التكنلوجية الحاصلة في العالم من تداخل الثقافات المختلفة والأفكار المتنوعة.

٢. أهمية دور الصحافة الورقية والإلكترونية باعتبارها وسيلة إعلامية مهمه ومن أكثر الوسائل الإعلامية فاعلية وتفاعلية.
٣. مساعدة متخذي القرار على أهمية دور وسائل الإعلام في مساعدة الاجراءات الوطنية في تفعيل وتوجيه الصحافة الورقية والإلكترونية إلى ما يخدم الوطن.
٤. تزويد المكتبة السعودية بدراسات تحمل في طياتها العديد من النتائج التي تفيد وتستفيد منها الجهات المختلفة.

أهداف الدراسة

١. التعرف على تحديد خصائص عينة البحث.
٢. التعرف على تحديد مدى تعرض عينة البحث للصحافة الورقية والإلكترونية.
٣. التعرف على الكشف أشهر الصحف الورقية الإلكترونية التي تتعرض لها العينة.
٤. التعرف على بيان مدى تطرق الصحافة الورقية والإلكترونية السعودية لقضية قيادة المرأة للسيارات.
٥. التعرف على الكشف عن مدى معالجة مواقع الصحافة الورقية والإلكترونية لقضية قيادة المرأة للسيارات.
٦. التعرف على الوصول إلي أهم الجوانب التي تركز عليها الصحافة الورقية والإلكترونية في مجال قضية قيادة المرأة للسيارات
٧. التعرف على معرفة أفضل مواقع الصحافة الإلكترونية من حيث تطرقها لمعالجة قضية قيادة المرأة للسيارات.

الدراسات السابقة

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاث محاور وهي:

المحور الأول/ دراسات تتعلق بالصحف الالكترونية:

١- **طارق الناصر، حاتم سليم علاونة، (٢٠١٤):** "الصحافة الإلكترونية المتخصصة ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعي الأردني".

هدفت الدراسة الى التعرف على المضامين والخصائص التحريرية والإخراجية والخدمات الإلكترونية التي تقدمها المواقع الإلكترونية المتخصصة، وما الدور الذي تقوم به في تشكيل معارف الشباب الجامعي الأردني والإشباعات التي يحققونها منها وذلك من خلال دراسة موقع تربية نيوز.

المنهج المستخدم في الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح الإعلامي.

مجتمع الدراسة: الصحف الإلكترونية الأردنية المتخصصة التي تعرض على شبكة الإنترنت.

عينة الدراسة: العينة العمدية وتتمثل بموقع تربية نيوز المتخصص بالشؤون التربوية والأكاديمية.

نتائج الدراسة: بينت أن موقع تربية نيوز احتل المرتبة الأولى من بين المواقع الإلكترونية المتخصصة، وأسهم في تشكيل المعارف لدى الشباب الجامعي، ورفع مستوى المعرفة في القضايا التعليمية، وأن الموقع ينشر كماً كبيراً من المعلومات ضمن موضوع تخصصه، وميل الشباب للوصول لهذه المعلومات التي غالباً ما تمس مختلف شرائح المجتمع.

توصيات الدراسة: الاهتمام بالصحف الإلكترونية المتخصصة، وإيجاد صحف إلكترونية متخصصة في الموضوعات التي تهم الشاب، المساهمة في بث موضوعات لحل قضايا الشباب ومشكلاتهم، تحفيز الشباب على المساهمة الفاعلة في مجتمعاتهم، والتركيز على نشر الموضوعات المتخصصة بشكل أكبر، الاهتمام بالموضوعات المتعلقة بالقطاعات التربوية والتعليمية المختلفة وليس فقط على الجامعات والمدارس، التركيز على الأحاديث والتحقيقات الصحفية، زيادة التركيز على الموضوعات التعليمة والتربوية العربية والدولية، زيادة الموضوعات المحلية المتعلقة بأقاليم الشمال والوسط والجنوب، استخدام خصائص الصحافة الإلكترونية المختلفة، تطوير وسائل وأدوات التواصل والتشارك مع الجماهير.

٢- **رباب رأفت محمد الجمال، (٢٠١٣):** "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي".

هدفت الدراسة إلى التعرف على حدود وطبيعة تأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي.

المنهج المستخدم في الدراسة: تنتمي الدراسة للدراسات الوصفية واعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني

مجتمع الدراسة: يتمثل في فئة الشباب السعودي

عينة الدراسة: العينة العشوائية متعددة المراحل من الشباب السعودي

نتائج الدراسة: استخدام الشباب لشبكة الانترنت مرتفع وأكد الجميع بنسبة ١٠٠٪ استخدامها لها، أكد معظم العينة بنسبة ٨٦.٣٣٪ أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت

بانتظام، معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية، مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما.

توصيات الدراسة: إجراء المزيد من الدراسات عن فرضيات كل من نموذج التلقي ونموذج المجال العام وتطبيقاتهما في مجال الدراسات الميدانية على فئة الشباب، إجراء المزيد من البحوث حول النسق القيمي للشباب، وعلاقته بوسائل الإعلام الجديد، ورصد التأثيرات المحتملة لاعتمادهم على تلك الوسائل الالكترونية، الانتباه لخطورة تأثير وسائل الإعلام الالكترونية، تكثيف الدراسات النظرية والعملية والميدانية لرصد ظاهرة إدمان الانترنت ومعرفة مدى انتشارها في المجتمع وآثارها على الشباب بشكل خاص في أدائهم العلمي وحياتهم الأسرية، دعم التوعية الأسرية والإعلامية بالمخاطر الاجتماعية والأخلاقية الناجمة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وضع برامج إعلامية توعويه للشباب لترشيد استخدام تلك الشبكات، وإصدار نشرة إعلامية إرشادية جامعية، توزع داخل الجامعة لنشر الوعي لدى الشباب بضرورة الاستفادة من الانترنت بشكل إيجابي .

٣- **مجدي محمد عبد الجواد الداغر، (٢٠١١):** "معالجة الصحافة العربية لقضايا التسامح والتواصل مع الآخر".

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة معالجة الصحافة العربية اليومية لقضايا التسامح والتواصل مع الآخر.

المنهج المستخدم في الدراسة: تنتمي إلى مجموعة البحوث الوصفية واعتمدت بشكل أساسي على منهج المسح للمضمون.

مجتمع الدراسة: الصحف العربية.

عينة الدراسة: الأهرام القاهرية-الرياض السعودية-الحياة اللندنية-الشرق الأوسط الدولية.

نتائج الدراسة: أكدت الدراسة أن وسائل الإعلام بذاتها لا تصنع الصورة أو تغير منها، وإنما توجد مؤسسات أخرى تعمل في هذا الاتجاه وتسعى إلى تحقيقه، وأن المجتمعات عامة تعمل على تقديم المواد والمعلومات الخام التي يتم منها تشكيل الصورة النمطية للمجتمع، وتتلقف وسائل الإعلام هذه المواد وتشكلها في مواد إعلامية مناسبة يتم الاعتماد عليها في صناعة، أو تغيير، أو تعديل، أو تأكيد الصورة الذهنية للأفراد والمجتمعات والدول والمؤسسات بما في ذلك الآخر.

توصيات الدراسة: توصي بضرورة أن تعمل الصحافة العربية على تنمية الوعي لدى المواطنين من خلال ترسيخها للقيم والمبادئ الإيجابية التي تؤدي إلى البناء الاجتماعي في المجتمع وتؤكد هويته وتهض بدور المواطن في تفاعله مع الأحداث والقضايا التي ترتبط بمصلحة الوطن،

وتقبل الآخر مهما كان مختلفاً، تطبيقاً لمبدأ التسامح على كافة مستوياته الدينية والسياسية والاجتماعية، والثقافية محلياً، وعربياً، ودولياً.

٤- **حماد غريب المطيري، (٢٠١١)**: "اتجاهات الشباب الجامعية الكويتي نحو الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو مطالعة الصحافة الورقية مقارنة بالإلكترونية.

المنهج المستخدم في الدراسة: اعتمدت على المنهج المسحي المقارن.

مجتمع الدراسة: جامعة الكويت وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا.

عينة الدراسة: العينة العشوائية من طلاب جامعة الكويت وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا.

نتائج الدراسة: أن المنزل المكان المفضل للاطلاع على الصحف الورقية، ارتفاع مستوى التحديات التي تواجه الصحف الورقية الكويتية من الصحف الإلكترونية، مستقبل الصحافة الإلكترونية الكويتية متوسط، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجالات دوافع وأسباب قراءة الصحافة الإلكترونية والورقية بالنسبة لمتغير الجنس لصالح الذكور.

توصيات الدراسة: زيادة الموضوعات في الصحف الورقية التي تنمي القيم الدينية والروحية مقارنة بالموضوعات الأخرى كالفنية والرياضية، قيام الصحف الإلكترونية والورقية بإجراء استطلاعات الرأي التي يتم من خلالها التعرف على حاجات ورغبات القراء المتابعين لها، أن تستخدم الصحف الورقية وسائل جذب متعددة حتى تستطيع أن تصمد وتنافس الصحف الإلكترونية.

٥- **طلال ناصر العزاوي، (٢٠١١)**: "اتجاهات الشباب العربي نحو الصحافة الإلكترونية".

وهدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو الصحافة الإلكترونية بمجالاتها المختلفة وأدواتها المتعددة.

المنهج المستخدم في الدراسة: تعتبر من الدراسات الوصفية واعتمد فيها المنهج المسحي المقارن.

مجتمع الدراسة: جامعات بغداد ودمشق وعمان.

عينة الدراسة: العينة العشوائية من طلبة الجامعات في بغداد ودمشق وعمان.

نتائج الدراسة: ظهور الصحافة الإلكترونية لم يلغي نظيرتها الورقية ولكن قصلت من جمهور الصحافة الورقية، لا يمكن الجزم بأن الصحافة الإلكترونية هي المصدر الرئيس للمعلومات لدى

الأفراد أو أي وسيلة إعلامية أخرى، يمكن القول بتعدد مصادر المعلومات لدى الفرد، تنفرد الصحافة الإلكترونية عن الورقية بمزايا، لم تكتمل الصحافة الإلكترونية كصحافة مستقلة بذاتها، ساعدة الصحافة الإلكترونية الفرد في التنفيس والتعبير عن الرأي، تساهم الصحافة الإلكترونية في خلق التغيير المجتمعي والتأثير في الرأي وخلق رأي عام من خلالها.

توصيات الدراسة: قيام مؤسسات المجتمع التربوية والثقافية والاجتماعية بدورها في وضع الخطط الكفيلة لمستقبل أفضل وواعد للشباب، تدريب وتطير صحفي الكتروني قادر على تقديم محتوى إعلامي الكتروني مستقل بذاته، تطوير وتنظيم المحتوى الإعلامي للمواقع الإعلامية على الإنترنت وتكون متخصصة في شتى المجالات، تعزيز العلاقة التبادلية بين المواقع الصحفية الإلكترونية ومتصفحيها، توخي الحذر في نقل الأخبار من وكالات الأنباء العالمية، إيجاد المناخ والآليات المناسبة والموارد الكافية وسبل التعاون الملائمة لتحسين انتشار الإنترنت عبر العالم العربي كواسطة أساسية وأولية لانتشار صحافة الإنترنت العربية.

٦- **موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي، (٢٠١٠):** "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني".

وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني.

المنهج المستخدم في الدراسة: استخدم الباحثان منهج المسح الاجتماعي.

مجتمع الدراسة: كلية الآداب بجامعة الأزهر بفلسطين

عينة الدراسة: عينة طبقية عشوائية من طلبة كلية الآداب

نتائج الدراسة: تأثير وسائل الإعلام على الوعي الاجتماعي لعينة الدارسة ويمثل الراديو المرتبة الأولى، أهمية دور وسائل الإعلام في التأثير على الوعي الاجتماعي، الفقر والبطالة من أهم القضايا التي تهم أفراد العينة، تأثيرها في فهم قضايا الشباب ومشاكلهم من خلال وسائل الإعلام، أهمية دور البرامج التي يشاهدها الشباب لتنمية معرفتهم ببعض القضايا الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، الأسرة من أهم الوسائل المساندة لوسائل الإعلام في تنمية الوعي الاجتماعي، مساهمة وسائل الإعلام في إضافة معارف جديدة لدى عينة الدراسة، مشاكل الشباب والمراهقين من أهم القضايا التي تجذب انتباه الشباب في وسائل الإعلام.

توصيات الدراسة: تقديم برامج هادفة في وسائل الإعلام، وضع آليات واستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المادة الإعلامية غير الهادفة والتي تستهدف قيم ومفاهيم المجتمع، أن تكون قادرة

على طرح العديد من المشاكل الشبابية بشكل متميز، تعميق وعي الجمهور بمضامين الغزو الإعلامي وسلبياته على الفرد، العمل على تطوير برامج واقعية، تفعيل دور الجامعات والمؤسسات غير الحكومية في الإسهام في التخطيط والتنفيذ والتقويم للبرامج الإعلامية التوعوية الهادفة سياسيا واجتماعيا وثقافيا.

٧- **أديب أحمد الشاطري (٢٠٠٩):** "تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية".

وهدفت الدراسة الى التعرف على تكنولوجيا الاتصال وتأثيرها في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية، وإن كانت هناك تأثيرات لها فما هي وكيف ستكون؟

المنهج المستخدم في الدراسة: استخدم الباحث منهجين في الدراسة المنهج المقارن والمنهج الوصفي

مجتمع الدراسة: الصحافة الإلكترونية في الجمهورية اليمنية.

عينة الدراسة: اعتمد الباحث على عينات قصدية في الدراسة.

نتائج الدراسة: ضعف اهتمام صحف العينة لاستخدام الوسائط المتعددة، تباين في استخدام الإعلان الإلكتروني في الصحف الإلكترونية، تباينت صحف العينة في تقديم الخدمات التفاعلية التي توجدها لزوارها.

أولت عينة البحث الصور الصحفية اهتماما يتقدم على غيره من الأنواع الأخرى، ضعف مستوى الخدمات الإعلامية الداعمة التي توفرها صحف العينة، تولي صحف العينة نشر الأخبار المحلية والعربية المرتبة الأولى في اهتماماتها.

٨- **بدر عبد العزيز أبانمي، (٢٠٠٩): "الاعلام الجديد".**

وهدفت الدراسة إلى التوصل لمفهوم واضح لماهية الاعلام الجديد، والتعرف على اوجه استخدامه خاصة بما يتعلق بشبكة الانترنت ووصف واقع اشكاله والتعرف على أوجه الشبه والاختلاف بين الاعلام الجديد والاعلام التقليدي وهدفت الى التعرف على أبرز المضامين التي تقدمها وسائل الاعلام الجديدة.

وخلصت الدراسة الى النتائج التالية:

١. ان وسائل الاعلم الجديدة لا يمكن ان تلغي وسائل الاعلام التقليدية، بل تستفيد منها
٢. فيما تتعلق بالأطر القانونية والتنظيمية للإعلام الجديد في المستقبل، فقد اخذت آراء المبحوثين في هذا الجانب رأيين:

- الرأي الاول: يرى ضرورة عدم تقييد الاعلام الجديد بأي أطر قانونية بقصد السيطرة على الاعلام
- الرأي الثاني: يرى ضرورة وضع ضوابط وقوانين تحدد وتضبط هذا الاعلام.

٩- دراسة مجدي عادل، (٢٠٠٩): "دور الاعلام الجديد في نقل الخبر".

وهدفت الدراسة الى التعرف على دور الأنترنت والمواقع الالكترونية والتطبيقات الاعلامية في نقل الخبر للمتلقي ومدى جماهيريتها مقارنة بالأعلام التقليدي وخلصت الدراسة الى ان الاعلام الجديد أصبح له دورا واسع وجماهيرية مقارنة بالأعلام التقليدي في نقل الخبر وعلى نطاق أوسع واشمل.

١٠- ساسية بن حيلة، سميرة نتاري (٢٠٠٦): "واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية في ظل قانون الإعلام ١٢/٠٥ دراسة حالة لصحيفة TSA الجزائرية".

وهدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر في ظل قانون الإعلام ١٢/٠٥.

المنهج المستخدم في الدراسة: تندرج ضمن الدراسات المسحية واعتمدت على منهج دراسة الحالة.

مجتمع الدراسة: صحيفة TSA الجزائرية.

عينة الدراسة: مجموع الأفراد والصحفيين العاملي في مؤسسة TSA.

نتائج الدراسة: لم تشكل الصحافة الإلكترونية بديل عن الصحافة المطبوعة وحافظة على مكانتها لدى جمهورها، تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر تحديات منها عدم وجود إطار قانوني ينظم ممارساتها وعدم توفر الإمكانيات التقنية المادية والكوادر البشرية، قانون الإعلام ١٢/٠٥ يشكل عائق أمام تطور الصحافة الإلكترونية.

توصيات الدراسة: يجب وضع إطار تشريعي وتنظيمي ينظم العمل الصحفي الإلكتروني، قانون الإعلام الحالي يحتاج إلى إنشاء وصياغة مواد تنظيمية توضح حدود الممارسة الصحفية في الصحافة الإلكترونية وتضمن الحقوق والحريات للصحفيين العاملين بهذا المجال.

المحور الثاني/ دراسات تتعلق بالصحف الورقية

١- ياسر سليم، (٢٠١٧): "مستقبل الإعلان في الصحافة الورقية في ظل تنامي الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي".

وبينت الدراسة التي كانت مجتمع بحثها الشركات السعودية، أن المبحوثون يرون أن الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي أقوى أثراً من الإعلان في الصحف الورقية بنسبة ٤٦.٣٪، كما يرون أن الإعلان على الشبكات الاجتماعية أسهل في وصوله للعميل منه في الصحف الورقية بنسبة ٥١.٣٪.

وأوضحت الدراسة أن المبحوثون يوافقون على أن الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي يحقق انتشاراً جغرافياً أعلى من الإعلان في الصحافة الورقية بنسبة ٤٥٪، كما يوافق المبحوثون على أن الحملات الإعلانية على شبكات الإعلام الاجتماعي أقل تكلفة منها في الصحافة الورقية بنسبة ٥٢.٥٪.

وأبانت الدراسة أن المبحوثون يعتقدون أن الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي يصل إلى شرائح أكثر تنوعاً منه في الصحافة الورقية بنسبة ٤٧.٥٪، كما أن الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي يحقق قدراً من الاستمرارية (نطاق زمني أكثر) عن الإعلان في الصحافة الورقية بنسبة ٤٥٪.

وأثبتت الدراسة أنه يمكن التحكم في تعديل الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي عنه في الصحافة الورقية بنسبة ٥٢.٥٪، وأن إعلان شركتهم على شبكات الإعلام الاجتماعي يمكّن من الاستفادة من آراء وتعليقات المتابعين أكثر من الإعلان في الصحافة الورقية بنسبة ٦٣.٨٪. وأظهرت الدراسة أن غالبية أفراد العينة يميلون إلى أن الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي أكثر مرونة لشركتهم منه في الصحافة الورقية بنسبة ٦١.٣٪، وأيد ما نسبته ٥٨.٨٪ من أفراد العينة أنه يمكن تحديد الشريحة المستهدفة عند الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي بحسب اهتماماتهم، بينما يصعب ذلك في الإعلان بالصحافة الورقية.

وكشفت الدراسة أن أفراد عينة الدراسة كانت استجابتهم "إلى حد ما" على أن عملاء شركتهم لديهم ثقة في إعلانات الصحافة الورقية أكثر من ثقتهم في الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي بنسبة ٤٣.٨٪، كما أظهر المبحوثون أن إعلانات الصحافة الورقية مازالت تخاطب شريحة من عملاء شركتهم لا يستخدمون شبكات الإعلام الاجتماعي بنسبة ٥٠٪. وأكدت الدراسة أن ما نسبته ٤٣.٨٪ من أفراد العينة يؤكدون بأن الإعلان في الصحافة الورقة تأثر

سلبياً بظهور الصحف الإلكترونية، وأن ما نسبته ٣٨.٨٪ من أفراد العينة موافقون على أنهم يتجهون في شركتهم إلى شبكات الإعلام الاجتماعي لسهولة التعديل أو التغيير أو حتى حذف الإعلان بعد النشر.

ويعتقد ما نسبته ٥٧.٥٪ من إجمالي عينة الدراسة أن الإعلام الجديد يمكن أن يكون بديلاً عن الصحافة الورقية، بينما باقي أفراد عينة الدراسة ويمثلون ما نسبته ٤٢.٥٪ من إجمالي العينة، يعتقدون أن الإعلام الجديد لا يمكن أن يكون بديلاً عن الصحافة الورقية وفي ضوء الدراسة أوصى الباحث الصحف الورقية أن تهتم بزيادة جمهور القراء وجذب أعداد جديدة في صف الصحافة الورقية، عن طريق عمل تحفيز للاشتراك في الصحف، وإثراء المحتوى بما يهم فئة الشباب، كما أوصى زيادة وتوثيق الصلة بين المؤسسة الصحفية والمعلنين، عن طريق تقديم خدمات نشر أخبارهم المهمة، ودعوتهم لحضور حفل سنوي تقيمه المؤسسة.

وأوصت الدراسة المعلنين بأهمية توزيع الحملات الإعلانية بأن تكون في الصحف الورقية وعلى شبكات الإعلام الاجتماعي للاستفادة من مزايا كل منهما، وكذلك في الوسائل الإعلانية الأخرى، كما أوصت بضرورة متابعة آراء الجمهور عن الشركة على شبكات الإعلام الاجتماعي، وعدم تجاهل تعليقات الجمهور على حسابات الشركة على شبكات الإعلام الاجتماعي.

ودعت الدراسة شبكات الإعلام الاجتماعي إلى تقديم ضمانات تحمي حقوق جمهورها إذا ما تعرض أحدهم للخداع من قبل الشركات المعلنة، واستحداث آلية للتعاون الإعلاني المشترك مع الصحف يستفيد منه الطرفان وكذلك الجمهور، وعمل مقاطع فيديو تعليمية لكيفية الإعلان عبر الشبكة.

وأوصت الدراسة المؤسسات التعليمية بالعمل على استحداث مواد في كليات الإعلام يدرس فيها الطلاب بشكل موسع كيفية التعامل مع شبكات الإعلام الاجتماعي، وتنظيم دورات للعاملين في مجال الإعلان داخل الشركات للتدريب على الإعلان في وسائل الإعلام الاجتماعي.

٢- دراسة عميرة (٢٠١٢): "مدى فاعلية الصحافة الورقية في ظل الصحافة الالكترونية".

حيث هدفت الدراسة للتعرف على واقع الصحافة الورقية في ظل ثورة المعلوماتية والانترنت ومدى قبوليتها لدى الجمهور في ظل هذه الثورة وخلصت الدراسة إلى:

- أن جمهور الصحافة الورقية يتضاءل وأصبح اقل قابلية لمتابعتها في ظل تطور الصحافة الالكترونية

- أن الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي تعد الاكثر جماهيرية لمتابعة الخبر وتحليله من خلال لتعليقات والإرشادات والإعجابات.

٣- مصطفى هلال محمد، (٢٠١١): "اعتماد النخبة المصرية على المواقع الإلكترونية للصحف المطبوعة في الحصول على المعلومات".

واستهدفت الدراسة التعرف على اعتماد النخبة المصرية على المواقع الإلكترونية للصحف المطبوعة (المصرية والعربية والأجنبية) للتعرف على أسباب وأهداف الاعتماد على هذه المواقع والآثار المعرفية والسلوكية المترتبة عن ذلك. كما استهدفت المقارنة بين المواقع الإلكترونية للصحف المطبوعة من حيث معدل التعرض، ودرجة الاعتماد عليها في الظروف العادية وفى أوقات الأزمات، وأسباب التفضيل ودرجة الثقة بها كمصدر للمعلومات، والأشكال التفاعلية التي تفضلها النخبة المصرية في هذه المواقع، ورؤية النخبة المصرية للعلاقة المستقبلية لكل من الصحيفة المطبوعة والإلكترونية.

وتأتى أهمية الدراسة في رصدها ودراستها للصحافة الإلكترونية التي تعد أحد الوسائل الإعلامية الجديدة، كما أنها تناولت شكل العلاقة المستقبلية بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية في ظل التحديات التي تواجهها الصحافة المطبوعة على صعيد بقائها واستمراريتها.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها أن دوافع استخدام أفراد النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية هي الفورية في نقل المعلومات عن الأحداث المختلفة، وتميزها بسرعة تحديث وتعديل وتجديد للخبر وتوفير الوقت والجهد والمال لمتابعتها؛ وكشفت الدراسة عن أن الموضوعات السياسية هي أهم الموضوعات التي يُقبل عليها قراء الصحافة الإلكترونية؛ كما أنها تُغنى عن الاعتماد على الصحف الورقية وتوفر وسائل لإبداء الرأي وتوفر أساليب للتفاعل مع النص سواء بالانتقال إلى موضوعات أخرى مرتبطة به أو باستخدام الوسائط المتعددة التي تدعم الخبر وتزيد من مصداقيته.

المحور الثالث/ دراسات تتعلق بقيادة المرأة للسيارة

١- ١ - خليفة الشـــامســـي، (٢٠١٤): "مدى معدلات الحوادث بين الرجال والنســـاء في دولة الامارات العربية المتحدة".

وكشفت الدراسة بأن نحو أربعة من بين خمسة أفراد (٧٧٪) يرون بأن نسبة التهور في القيادة قد ارتفعت بين سائقي الإمارات مقارنة بخمسة سنوات مضت. ووجدت الدراسة، التي شارك فيها ١,٠٠٧ سائقين من الإمارات، أن ٣٥٪ من المشاركين قد وقع لهم حادث تصادم، وكانت نسبة

الرجال المتورطين بحادث (٣٨٪) مقابل نسبة النساء (٢٧٪)، نافية الأمر الذي يقال بأن الرجال هم أفضل في القيادة من النساء.

كما أظهرت الدراسة بأن السائقين الشباب ضمن المرحلة العمرية من ١٨ إلى ٢٤ هم أكثر عرضة لحوادث التصادم. وإضافة إلى كونهم يقودون لفترة لا تتعدى ستة أعوام، أقرّ ٣٦٪ من السائقين الشباب بتعرضهم لحادث مروري، ويمكن ارجاع هذا الأمر جزئياً لما قاله ٤٣٪ منهم بأن ذهنهم يتشتت أثناء القيادة. ووفقاً لبيانات وزارة الداخلية في الإمارات، شهدت طرقات الإمارات خلال الأشهر الثمانية الأولى من العام الجاري ٣,١٧٠ حادث، تسببت بإصابة ٤٦٠٢ شخصاً و٤٦٣ حالة وفاة.

وأن المسببات الخمسة الأولى لحوادث الطرقات:

١. السرعة الزائدة (٦٨٪).
٢. عدم ترك مسافة أمان (٥٦٪).
٣. تشتت انتباه السائقين (٤٧٪).
٤. تغيير المسار باستمرار (٣٢٪).
٥. القيادة في المسار الخاطئ (١٨٪).

٢- سعد البويهي، (٢٠١٣): "دراسة مقارنة حول درجة الحوادث المرورية لدى النساء والرجال".

"لو قاد الرجال سياراتهم مثل النساء لكان لدينا عدد أقل من الضحايا على طرقاتنا", بهذه العبارة لخصت الدراسة نتائج إحصاءات حول مدى مسؤولية النساء اتجاه الحوادث المرورية في باريس عام ٢٠١٣، فخلصت الى ان ثلاثة أرباع الحوادث من نصيب الرجال.

وبحسب الأرقام فإن ١٥٤٢ امرأة هن "مسؤولات مفترضات عن ٦٣٢٩ من الحوادث المرورية التي تم رصدها في العاصمة الفرنسية.

وكما تختلف نسبة الحوادث بين الرجال والنساء فإنها تختلف أيضا من ناحية الأسباب. ففي حين تتسبب السرعة بالحوادث لدى الرجال بنسبة ٧٢٪، بلغت هذه النسبة لدى الجنس اللطيف ٢٨٪. أما الكحول والمخدرات فوضعت الرجال في الصدارة وبجدارة كمسببين للحوادث، وذلك بنسبة ٨٩٪ الى ١١٪ و٩١٪ الى ٩٪ على التوالي.

ووفقاً للدراسة النساء أكثر حرصاً خلال قيادة سياراتهن في أمور عدة تتعلق بـ "استخدام الهاتف وتناول الكحول والسرعة والسيطرة على التعب وحسن الإدراك والانتباه الى مكامن الخطر في القيادة".

من جانب آخر لم تذكر الإحصائية نسبة النساء اللواتي يقدن السيارات في فرنسا قياساً الى الرجال. وكما يبدو فان الدراسة لم تأخذ بعين الاعتبار اهتمام النساء بالنظر الى المرآة ووضع مساحيق التجميل أثناء قيادة السيارة، وهي أمور لا يقوم بها الرجال.

٣- محمد زياد ابو الهيجاء، (٢٠٠٨): "مسببات حوادث السير في الاردن".

وتتحدث الدراسة حول علاقة المرأة بالحوادث المرورية والتي قام بإعدادها الدكتور فهد بن عبد الكريم التركستاني من جامعة ام القرى في مكة المكرمة ان الكثير من السيدات يعبرن الشوارع العامة من دون تحسب للسيارات العابرة التي عادة ما يقودها اصحابها بسرعة عالية ما يسبب الحوادث الشنيعة لهن ومنهن طالبات المدارس والسيدات المتجهات للأسواق والمجمعات من شارع لآخر بينهما طرق رئيسية.

واشار الباحث الى ان الكثير من السيدات يركبن السيارات الفارهة مع السائق الخاص الذي عادة ما يكون عالما بأصول القيادة وأنظمة المرور، لكن تدخل المرأة بطريق غير مباشر في القيادة من خلال اصدار اوامرها للسائق من دون مقدمات او إلمام بقواعد السير يؤدي ذلك لارتباك السائق والتسبب في حوادث شنيعة.

وتشير الدراسة الى بعض ما يتعرض له سائقو سيارات الأجرة من بعض النساء اللاتي يأمرن السائق بالتوقف عند مشاهدتهن لمحل تجاري او مجمع للأسواق فيه ازياء او ملابس لافتة.

وتطرق الباحث في دراسته الى الكثير من التصرفات من بعض السيدات التي تسبب الحوادث منها فتح باب السيارة والخروج للتسوق من دون توخي الحذر من السيارات المارة في الطريق، وتشير الدراسة إلى اسباب اخرى لحوادث السير ومنها جدال المرأة مع زوجها اثناء قيادته السيارة، ما قد يفقده التركيز في القيادة ويتسبب في حادث مروري, وتطالب الدراسة بضرورة تثقيف المرأة مرورياً وتعريفها ببعض الأساسيات المرورية في الركوب مع السائق او الزوج اثناء قيادة السيارة وكيفية التعامل مع أطفالها داخل المركبة.

٤- ٤ - إبراهيم مصحب الدلبحي، (٢٠٠): "مدى وعي المرأة العراقية بلوائح وأنظمة المرور".

وقد اجريت الدراسة على عينة من النساء العراقيات اللاتي يقدن السيارات في حياتهم اليومية، وخلصت الدراسة إلى أن نسبة ٦٠٪ هم على دراية ومعرفة بأنظمة المرور فيما ان ٤٠٪ من السيدات يجهلن أنظمة ولوائح المرور.

التعليق على الدراسات السابقة

مما لا شك فيه ولضرورة البحث العلمي للتعرف الى ما خلصت اليه الدراسات السابقة تظهر أهمية الدراسات السابقة عند القيام بدراسة جديدة ذات نهج علمي سواء في الجامعات او المراكز البحثية

وبالنظر الى الدراسات السابقة نلاحظ أن:

- هناك تشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية حيث أن جميع الدراسات السابقة تطرقت إلى الإعلام الجديد بشكل عام والصحافة الإلكترونية بشكل خاص وهذا بدورة يتشابه مع أحد محاور موضوع الدراسة الحالية المتمثل في الصحافة الإلكترونية.
- تختلف الدراسات السابقة عن الدراسة الحالية من حيث مجتمع الدراسة حيث ستركز الدراسة الحالية على معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا قيادة المرأة في المملكة العربية السعودية وهذا لم تتطرق له أي من الدراسات السابقة.

تساؤلات الدراسة

١. ما خصائص عينة البحث؟
٢. ما مدى تعرض عينة البحث للصحافة الورقية والإلكترونية؟
٣. ما أشهر الصحف الورقية والإلكترونية التي تتعرض لها العينة؟
٤. ما مدى تطرق الصحافة الورقية والإلكترونية لقضية قيادة المرأة للسيارات؟
٥. ما مدى معالجة مواقع الصحافة الورقية والإلكترونية لقضية قيادة المرأة للسيارات؟
٦. ما أهم الجوانب التي تركز عليها الصحافة الإلكترونية (في مجال الثقافة)؟
٧. ما أفضل مواقع الصحافة الإلكترونية من حيث تطرقها لمعالجة قضية قيادة المرأة للسيارات؟

مصطلحات الدراسة

- **الصحافة الإلكترونية:** الصحف الالكترونية: يقصد بها الوسائل متعددة الوسائط والتي تنشر فيها الفنون الصحيفة كافة عبر الانترنت بشكل دوري ومتفاعل تصل الى القارئ من خلال شاشة الحاسوب الآلي سواء لها أصل مطبوع او ليس لها أصل مطبوع. (عبد العزيز، الزهراني، ١٤٣٠هـ).

- **قيادة المرأة للسيارات:** عرفها الباحث بأنها كل ما له علاقة بالقبول والرفض وفي مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية والرياضية لمسالة قيادة المرأة للسيارات.

- **الشباب السعودي:** يقصد الباحث شباب منطقة جازان سواء الطالب الدارس أو الخريج لمعرفة وجهة نظرهم في قضية قيادة المرأة للسيارة.

متغيرات الدراسة

- **المتغير المستقل:** الصحف الورقية والإلكترونية.
- **المتغير التابع:** قيادة المرأة ـ الشباب السعودي.
- **المتغير الوسيط:** البيانات الديموغرافية.

حدود الدراسة

- **حدود زمانية:** جرت الدراسة على الفصل الأول من العام الدراسي ١٤٤٠هـ، من الفترة الزمنية ١ـ٢٠١٨/١١/١٥م.
- **حدود بشرية:** شباب منطقة جازان.
- **حدود موضوعية:** اعتماد الشباب السعودي على الصحف الورقية والالكترونية في تناولها لقضية قيادة المرأة السعودية.

عينة الدراسة

تم اختيار عينة البحث بصورة عشوائية بسيطة من شباب منطقة جازان ويقصد بالعينة العشوائية هي منح جميع أفراد المجتمع فرصا متساوية في التمثيل للعينة، حيث تم اختيار ٦٣٠ مفرد لإجراء الدراسة. (أحمد بن مرسلي، ٢٠٠٥).

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى مصفوفة الدراسات الوصفية وتعرف بأنها هي البحوث التي تعرض خصائص ظاهرة ما كميا أو كيفا بناء على فروض مبدئية سابقة للدراسات أو بدونها بطرية أكثر دقة. (جمال راسم محمد، ١٩٩٠).

منهج الدراسة

أعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة، ويعرف بأنه المنهج الذي يستهدف وصف سمات أو أراء أو اتجاهات أو سلوكيات لعينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما، بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة. (جابر عبد الحميد جابر، احمد خيري كاظم، ١٩٧٣).

أداة الدراسة

استخدم الباحث الاستبيان كأداة للبحث وهو مجموعة من الأسئلة المتنوعة والتي ترتبط بعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها البحث. (أمجد قاسم، ٢٠١١).

إجراءات الصدق والثبات

١-اختبار الصدق

يعني الصدق أن الأداة تقيس بالفعل ما وضعت لقياسه كما أن صلاحية القياس يجب أن يحكم عليها بشكل مستقل من قبل العديد من الخبراء في هذا الحقل ولقياس صدق استشارة الاستقصاء، عرض الباحث الاستمارة على

مجموعة من الخبراء في مجال الإعلام للحكم على صلاحيتها، والتأكد من صلاحيتها وذلك على قياس متغيرات الدراسة لتحقيق أهدافها.

٢-اختبار الثبات:

يعرف الثبات بالانسجام الداخلي للبحث، بحيث لو تم التوصل إلى نفس النتيجة بعد تطبيق أداة البحت أكثر من مرة وعلى فترات متباعدة زمنياً، أو بواسطة باحثون آخرون وبنفس الأداة، يمكن حينها التوصل إلى مستوى ثبات عال لأداة البحث ولتحقيق الاستمارة، وقام الباحث بتطبيق الثبات على عينة ١٠٪ من عينة البحث ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى لمعرفة ثبات القياس، للحد من الأخطاء التي قد توجد فيها، وكانت نسبة الاتفاق بين التطبيق الأول والثاني ٩٤٪ وبالتالي يمكن تعميم النتائج على المجتمع.

الأساليب الإحصائية

بعد الانتهاء من جمع البيانات، تم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي، ومعالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "SPSS" وذلك باستخدام المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية المناسبة.

نتائج الدراسة الميدانية

الجدول (١) يوضح توزيع العينة حسب النوع

الفئة	التكرار	النسبة
ذكر	٤١٠	٦٥.١٪
أنثى	٢٢٠	٣٤.٩٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول أعلاه إلى توزيع العينة حسب النوع، حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (ذكر) وبنسبة (٦٥.١٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (انثى) وبنسبة (٣٤.٩٪) , و يتضح أن نسبة الذكور أعلي من الإناث وذلك لطبيعة المجتمع السعودي المحافظ حيث تصعب عملية توزيع الاستبيان علي الإناث حيث بلغت نسبة الذكور (٦٥.١٪) من إجمالي العينة ويليها نسبة الإناث بنسبة (٣٤.٩٪).

الجدول (٢) يوضح الفئة العمرية

الفئة	التكرار	النسبة
اقل من ١٨	١٤	٢.٢٪
من ١٨ سنة الى ٢٥ سنة	٢٨٨	٤٥.٧٪
من ٢٦ سنة الى ٣٠ سنة	١٣٠	٢٠.٦٪
من ٣١ سنة الى ٣٥ سنة	٨٢	١٣٪
من ٣٦ سنة ٤٠	١١٦	١٨.٤٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (٢) إلى الفئة العمرية لعينة الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (من ١٨ سنة الى ٢٥ سنة) وبنسبة (٤٥.٧٪) وجاء في الترتيب الثاني (من ٢٦ سنة إلى ٣٠ سنة) وبنسبة ٢٠.٦٪)، وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (من ٣٦ سنة إلى ٤٠) وبنسبة (١٨.٤٪).

وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (من ٣١ سنة إلى ٣٥ سنة) وبنسبة (١٣٪) وجاء في الترتيب الخامس فئة العينة (أقل من ١٨) وبنسبة (٢.٢٪) ونلاحظ أن الفئة الأعلى وقع في فئة العمر من ١٨ –٢٥ وهي بداية عمر الشباب وهم في الغالب طلاب بالجامعة وبطبيعة عمرهم فهم أكثر اهتماما بقضية قيادة المرأة للسيارات وشكلوا٤٥.٧٪من مجموع العينة واذا اضفنا لهم الفئة التي

تأتى في المرتبة الثانية في الترتيب وهي فئة من ٢٦-٣٠ والتي حازت علي ٢٠.٦٪ نجد أن الفئتان يشكلان أغلب أفراد العينة مما يعني اهتمام المجتمع السعودي بقضية قيادة المرأة للسيارات.

الجدول (٣) يوضح الموطن للمبحوثون

الفئات	التكرر	النسبة المئوية
ريف	١٧٤	٪٢٧.٦
حضر	٤١٨	٪٦٦.٣
بدو	٣٨	٪٦.١
المجموع	٦٣٠	٪١٠٠

يشير الجدول والشكل رقم (٣) الى موطن عينة الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (حضر) وبنسبة (٦٦.٣٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (ريف)، وبنسبة (٢٧.٦٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (بدو) وبنسبة (٦.١٪). ويتضح لنا أن الغالبية العظمي من عينة البحث من سكان الحضر والمدن وهم بطبيعة حياتهم الأكثر اهتماما بقضية قيادة المرأة للسيارات وجاء نسبتهم (٦٦.٣٪).

الجدول (٤) يوضح المستوي التعليمي لأفراد العينة

الفئات	التكرار	النسبة
ابتدائي	٨	٪١.٣
متوسط	١٠	٪١.٦
ثانوي	١٥٢	٪٢٤.١
جامعي	٤٢٠	٪٦٦.٧
فوق الجامعي	٤٠	% ٦.٣
المجموع	٦٣٠	٪١٠٠

يبين الجدول رقم (٤) المستوى التعليمي لفئة العينة، حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (جامعي) وبنسبة (٦٦.٧٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (ثانوي) وبنسبة (٢٤.١٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (فوق الجامعي وبنسبة (٦.٣٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (متوسط) وبنسبة (١.٦٪) وجاء في الترتيب الخامس فئة العينة (ابتدائي) وبنسبة (١.٣٪) ويتضح أن أغلب عينة الدراسة هم جامعيين.

الجدول (٥) يوضح توزيع مفردات العينة من حيث المهنة

الفئة	التكرار	النسبة
موظف	٢٢٦	٣٥,٩٪
عاطل	١٢٦	٢٠٪
متقاعد	١٨	٢,٩٪
عسكري	٧٢	١١.٤٪
طالب	١٨٨	٢٩.٨٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (٥) إلى مهن عينة الدراسة , حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (موظف) وبنسبة (٣٥.٩٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (طالب) وبنسبة (٢٩.٨٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (عاطل) وبنسبة (٢٠٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (عسكري) وبنسبة (١١.٤٪) وجاء في الترتيب الخامس فئة العينة (متقاعد) وبنسبة (٢.٩٪) حيث يتضح ان فئة الموظفين قد جاءت في المرتبة الاولي وهي شريحة تقع ضمن الطبقة الوسطي المستقرة ماليا ومهنيا والمتطلع للرفاهية مما يعني اهتمامها بقضية قيادة المرأة للسيارات كقضية تقع ضمن مجالات اهتمامها وقد حازت علي نسبة (٣٥.٩٪) تليها فئة الطلاب بنسبة (٢٩.٨٪) والفئتان تشكلان أغلبية افراد العينة.

الجدول (٦) يوضح توزيع مفردات العينة من حيث الحالة الاجتماعية

الفئة	التكرار	النسبة
أعزب	٣٤٠	٥٤٪
متزوج	٢٧٠	٤٢.٩٪
مطلق	١٠	١.٦٪
أرمل	١٠	١.٦٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (٦) إلى الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (أعزب) وبنسبة (٥٤٪)، وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (متزوج) وبنسبة (٤٢.٩٪) وجاء

في الترتيب الثالث فئة العينة (مطلق) وفئة العينة (أرمل) وبنسبة (١.٦٪) ويشير ذلك الى ارتفاع نسبة العزاب الي ٥٤٪ وهي نتيجة منطقية مع نتيجة فئة العمر في الجدول السابق رقم (٢).

الجدول (٧) يوضح مدى درجة استخدام العينة للصحافة الورقية

الفئة	التكرار	النسبة
دائماً	٥٤	٨.٦٪
غالباً	٩٤	١٤.٩٪
أحياناً	١٥٠	٢٣.٨٪
نادراً	٢٣٤	٣٧.١٪
أبداً	٩٨	١٥.٦٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (٧) إلى درجة استخدام العينة للصحافة الورقية , حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (نادرا) وبنسبة (٣٧.١٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (أحيانا) وبنسبة (٢٣.٨٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (غالبا) وبنسبة(١٤.٩٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (دائما) وبنسبة (٨.٦٪) , ويشير ذلك إلى ضعف مقرؤية الصحافة الورقية وبالتالي قلة الاعتماد عليها كمصدر معلومات أساسي في قضية الاعتماد عليها في مسألة قيادة المرأة للسيارات ونلاحظ ارتفاع نسبة نادرا بنسبة (٣٧.١٪) وأحيانا بنسبة (٢٣.٨٪)

الجدول (٨) يوضح مدى درجة استخدام عينة البحث للصحافة الالكترونية

الفئة	التكرار	النسبة
دائماً	٣١٢	٤٩.٥٪
غالباً	١٤٨	٢٣,٥٪
أحياناً	١٠٤	١٦.٥٪
نادراً	٥٤	٨.٦٪
أبداً	١٢	١.٩٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

الجدول رقم (٨) يشير إلى درجة استخدام عينة الدراسة على الصحافة الالكترونية , حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (دائما) وبنسبة (٤٩.٥٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة

(غالبا) وبنسبة (٢٣.٥٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (أحيانا) وبنسبة(١٦.٥٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (نادرا) وبنسبة (٨.٦٪) وجاء في الترتيب الخامس فئة العينة (ابدا) وبنسبة (١.٩٪) , ويدل ذلك على ارتفاع درجة الاعتماد علي الصحافة الالكترونية أكثر من الصحافة الورقية بشكل كبير وهذا يتناسب وطبيعة المرحلة وطبيعة الفئة العمرية

الجدول (٩) يوضح مدي اعتماد العينة علي الصحافة السعودية كمصدر للمعلومات عن قيادة المرأة

الفئة	التكرار	النسبة
اعتمد بشكل كبير	٢٠٢	٣٢.١٪
اعتمد بدرجة متوسطة	١٧٦	٢٧.٩٪
اعتمد بدرجة منخفضة	١٤٠	٢٢.٢٪
لا اعتمد عليها	١١٢	١٧.٨٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (٩) إلى مدى اعتماد عينة الدراسة على الصحافة السعودية كمصدر للمعلومات عن قيادة المرأة , حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (اعتمد بشكل كبير) وبنسبة (٣٢.١٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (اعتمد بدرجة متوسطة) وبنسبة (٢٧.٩٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (اعتمد بدرجة منخفضة) وبنسبة (٢٢.٢٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (لا اعتمد عليها) وبنسبة (١٧.٨٪) , ونلاحظ ارتفاع درجة الاعتماد علي الصحافة السعودية كمصدر للمعلومات عن قيادة المرأة السعودية حيث احرزت اعتمد بشكل كبير علي نسبة (٣٢.١٪) ثم تلتها اعتمد بشكل متوسط بنسبة (٢٧٪) ولعل مرد ذلك يعود الي أن السؤال لم يفرق بين الصحافة الورقية والالكترونية

الجدول (١٠) يوضح أوجه الاستفادة من الاعتماد على الصحافة السعودية حول مفهوم قيادة المرأة

الفئة	التكرار	النسبة
اعتمد بشكل كبير	١٧٨	٢٨.٣٪
اعتمد بدرجة متوسطة	٢٢٤	٣٥.٦٪
اعتمد بدرجة منخفضة	١٢٦	٢٠٪
لا اعتمد عليها	١٠٢	١٦.١٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول رقم (١٠) الى أوجه الاستفادة من درجات الاعتماد على الصحافة السعودية حول مفهوم قيادة المرأة , حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (اعتمد بدرجة متوسطة) وبنسبة (٣٥.٦٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (اعتمد بشكل كبير) وبنسبة (٢٨.٣٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (اعتمد بدرجة منخفضة) وبنسبة (٢٠٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (لا اعتمد عليها) وبنسبة (١٦.١٪).

ونلاحظ ارتفاع درجة الاستفادة والاعتماد علي الصحافة السعودية حول مفهوم قيادة المرأة حيث احرزت اعتمد بشكل كبير علي نسبة (٢٨.٣٪) ثم تلتها اعتمد بشكل متوسط بنسبة (٣٥.٦٪)

الجدول (١١) يوضح أهم الصحف التي تستخدمها عينة البحث

الفئة	التكرار	النسبة
سبق	٤١٢	٦٥.٤٪
عاجل	٦٤	١٠.٢٪
جازان اليوم	٢٨	٤.٤٪
اخبار ٢٤	٤٢	٦.٧٪
عين جازان	١٤	٢.٢٪
اخري	٧٠	١١.١٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (١١) إلى أهم الصحف التي تستخدمها عينة البحث , حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (سبق) وبنسبة (٦٥.٤٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (اخرى) وبنسبة (١١.١٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (عاجل) وبنسبة (١٠.٢٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (اخبار ٢٤) وبنسبة (٦.%) وجاء في الترتيب الخامس فئة العينة (عين جازان) وبنسبة (٢.٢٪).

يتضح ارتفاع نسبة مقروئية سبق كصحيفة مفضلة لدي عينة البحث وهي نتيجة منطقية مع ما يلاحظه الباحث من انتشار لصحيفة سبق ويتفق مع النتيجة السابقة التي أشارت لارتفاع مقروئية الصحافة الالكترونية.

جدول (١٢) يوضح أهم الصحف الورقية التي تستخدمها عينة البحث

الفئة	التكرار	النسبة
عكاظ	٤٠٨	٦٤.٨٪
الوطن	١١٦	١٨.٤٪
الجزيرة	٢٤	٣.٨٪
اليوم	٥٠	٧.٩٪
الشرق الاوسط	٣٢	٥.١٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول(١٢) إلى أهم الصحف الورقية التي تستخدمها عينة البحث حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (عكاظ) وبنسبة (٦٤.٨٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (الوطن) وبنسبة (١٨.٤٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (اليوم) وبنسبة (٧.٩٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (الشرق الاوسط) وبنسبة (٥.١٪) وجاء في الترتيب الخامس فئة العينة (الجزيرة) وبنسبة (٣.٨٪) وتتضح ارتفاع نسبة قراء صحيفة عكاظ اذ بلغوا (٦٥٪) وتلتها الوطن بنسبة (١٨٪) ونلاحظ تدني نسبة قراء الشرق الاوسط بين السعوديين وذلك لقلة اهتمام الصحيفة بالموضوعات الداخلية اذ انها تركز علي الموضوعات الخارجية

جدول (١٣) يوضح مكان استخدام عينة البحث الورقية والالكترونية

الفئة	التكرار	النسبة
في المنزل	٤٨٠	٧٦.٢٪
في المقهى	٢٢	٣,٥٪
مع أصدقائي	٣٠	٤,٨٪
في العمل	٩٨	١٥.٦٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (١٣) إلى مكان استخدام عينة البحث الورقية والالكترونية , حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (في المنزل) وبنسبة (٧٦.٢٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (في العمل) وبنسبة (١٥.٦٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (مع اصدقائي) وبنسبة (٤.٨٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (في المقهى) وبنسبة (٣.٥٪) ونلاحظ ارتفاع نسبة القراءة في البيت

وذلك ما يتناسب وطبيعة الصحافة التي تحتاج في مطالعتها الي فراغ وتركيز وقد شكلت اغلب النسبة حيث بلغت (٧٦٪).

الجدول (١٤) يوضح المدة الزمنية التي تتابع فيها عينة البحث الصحف

الفئة	التكرار	النسبة
اقل من سنة	٣٢	٥.١٪
سنة	٢٤	٣.٨٪
سنتان	٣٦	٥.٧٪
اكثر من ثلاث سنوات	٢٠٨	٣٣٪
حسب الظروف	٣٣٠	٥٢.٤٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (١٤) إلى المدة الزمنية التي تتابع فيها عينة البحث الصحف , حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (حسب الظروف) وبنسبة (٥٢.٤٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (اكثر من ثلاث سنوات) وبنسبة (٣٣٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (سنتان) وبنسبة (٥%) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (اقل من سنة) وبنسبة (٥.١٪) وجاء في الترتيب الخامس (سنة) وبنسبة (٣.٨٪) ونلاحظ ارتفاع حسب الظروف حيث لم يحدد افراد العينة وقتا محددا للاطلاع وجاء ذلك بنسبة (٥٢.٤٪) وجاء بعده علي التوالي الذين يتابعون الصحف بنسبة (٣٣٪) مما يعني أن افراد العينة قد تعودوا علي الاطلاع علي الصحف.

الجدول (١٥) يوضح مدى موافقة العينة على أن الصحافة تتناول بوضوح قضية قيادة المرأة السعودية

الفئة	التكرار	النسبة
أوافق	٢٥٦	٤٠.٦٪
أوافق لحد ما	٢٧٠	٤٢.٩٪
لا أوافق	١٠٤	١٦.٥٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

الجدول (١٥) يوضح مدى موافقة عينة البحث على أن الصحافة تتناول بوضوح قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة نجد أن حيث جاء في الترتيب الاول فئة العينة (اوافق الى حد ما) وبنسبة (٤٢.٩٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (اوافق) وبنسبة (٤٠.٦٪) وجاء في الترتيب الثالث

فئة العينة (لا اوافق) وبنسبة (١٦.٥٪) حيث نلاحظ ان نسبة أوافق هي (٤٠.٦٪) ونسبة أوافق لحد ما هي(٤٢.٩٪) ونسبة لا أوافق هي (١٦.٥٪) ونلاحظ أن النسبة الأعلى في الجدول هي الثانية مما يعني أن عينة البحث تدرك انها ليست واثقة تماما من معالجة الصحافة للقضية.

الجدول (١٦) يوضح مدى موافقة العينة على أن الصحف تقدم معلومات كافية عن قيادة المرأة السعودية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بدرجة كبيرة جدا	١٤٦	٢٣.٢٪
موافق بدرجة كبيرة	٩٦	١٥.٢٪
موافق	١٦٨	٢٦.٧٪
موافق الى حد ما	١٣٤	٢١.٣٪
غير موافق	٨٦	١٣.٧٥
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

الجدول (١٦) يوضح مدى موافقة عينة البحث على أن نجد الصحافة تقدم معلومات كافية عن قيادة المرأة السعودية للسيارة , حيث جاء في الترتيب الاول فئة العينة (موافق) وبنسبة (٢٦.٧٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (موافق بدرجة كبيرة جدا) وبنسبة (٢٣.٢٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (موافق الى حد ما) وبنسبة (٢١.٣٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (موافق بدرجة كبيرة) وبنسبة (١٥.٢٪) وجاء في الترتيب الخامس (غير موافق) وبنسبة (١٣.٧٥٪) ويتضح أن نسبة الموافقة بدرجاتها المختلفة قد حازت علي النسبة الأعلى وشكلت الغالبية العظمي.

جدول (١٧) يوضح مدى موافقة عينة البحث على أن الصحافة تناولت قضية قيادة المرأة السعودية بموضوعية وحيادية

الفئة	التكرار	النسبة
أوافق	٢٦٠	٤١.٣٪
أوافق لحد ما	٢٦٤	٤١.٩٪
لا أوافق	١٠٦	١٦.٨٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (١٧) إلى مدى موافقة عينة البحث على أن الصحافة تناولت قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة بموضوعية وحيادية حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (اوافق الى حدما)

وبنسبة (٤١.٩٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة العينة (اوافق) وبنسبة (٤١.٣٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (لا اوافق) وبنسبة (١٦.٨٪) ويتضح ان تقارب نسبة من يوافقون ومن يوافقون لحدما علي ان الصحافة تقدم معلومات عن قضية قيادة المرأة بموضوعية وحيادية مما يعني رضا العينة عن تغطية الصحافة للقضية.

الجدول (١٨) يوضح مدى موافقة عينة البحث على الأسباب التي تجعلك تتابع قضية قيادة المرأة السعودية عبر الصحف

الفئة	التكرار	النسبة
تمدك بثقافة عامة	١٠٦	١٦.٨٪
تعرفك أخبار الجديدة في المجتمع السعودي	١٨٢	٢٨.٩٪
تساهم في تناول القضية من زواياها المختلفة	٨٠	١٢.٧٪
جميع ما سبق	١٩٨	٣١.٤٪
اخرى تذكر	٦٤	١٠.٢٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (١٨) مدى موافقة عينة البحث على أن الأسباب التي تجعلهم يتابعون قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة عبر الصحف جاء في الترتيب الأول فئة العينة (جميع ما سبق) وبنسبة (٣١.٤٪) وجاء الترتيب الثاني فئة العينة (تعرف الأخبار الجديدة في المجتمع السعودي) وبنسبة (٢٨.٩٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (تمدك بثقافة عامة) وبنسبة (١٦.٨٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (اخرى تذكر) وبنسبة (١٠.٢٪) ويدل ذلك أن عينة البحث ترى ان الصحافة تمدهم بثقافة عامة حول الموضوع , وتعرفهم بأخبار جديدة كما تساهم في تناول القضية من زوايا مختلفة وعبروا عن ذلك بإشارتهم لكل ما سبق وبنسبة بلغت (٣١.٤٪).

الجدول (١٩) يوضح مدى موافقة عينة البحث على أن المواضيع التي تتناولها الصحافة ترتبط ارتباط مباشر بقضية قيادة المرأة السعودية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بدرجة كبيرة جدا	١٠٨	١٧.١٪
موافق بدرجة كبيرة	٧٨	١٢.٤٪
موافق	٢٠٨	٣٣٪

الفئة	التكرار	النسبة
موافق الى حد ما	١٤٦	٪٢٣.٢
غير موافق	٩٠	٪١٤.٣
المجموع	٦٣٠	٪١٠٠

يشير الجدول (١٩) إلى مدى موافقة عينة البحث على أن المواضيع التي تتناولها الصحافة ترتبط ارتباط مباشر بقضية قيادة المرأة السعودية للسيارة جاء في الترتيب الاول فئة العينة (موافق) وبنسبة (٣٣٪) وجاء الترتيب الثاني فئة العينة (موافق الى حد ما) وبنسبة (٢٣.٢٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (موافق بدرجة كبيرة جدا) وبنسبة (١٧.١٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (غير موافق) وبنسبة (١٤.٣٪) وجاء في الترتيب الخامس فئة العينة (موافق بدرجة كبيرة) وبنسبة (١٢.٤٪) , لنلاحظ بعدها ارتفاع درجة الموافقة بمختلف مستوياتها مما يعني رضا العينة عن تغطية الصحافة لقضية قيادة المرأة.

الجدول (٢٠) يوضح مدى موافقة عينة البحث على أن المواضيع التي تتناولها الصحف تساهم في تنوير وتبصير الرأي العام السعودي بقضية قيادة المرأة السعودية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بدرجة كبيرة جدا	١٢٠	٪١٩
موافق بدرجة كبيرة	١٣٦	٪٢١.٦
موافق	١٨٠	٪٢٨.٦
موافق الى حد ما	١١٦	٪١٨.٤
غير موافق	٧٨	٪١٢.٤
المجموع	٦٣٠	٪١٠٠

يوضح الجدول إلى مدى موافقة عينة البحث على أن المواضيع التي تتناولها الصحف تساهم في تنوير وتبصير الرأي العام السعودي بقضية قيادة المرأة السعودية جاء في الترتيب الأول فئة العينة (موافق) وبنسبة (٢٨.٦٪) وجاء الترتيب الثاني فئة العينة (موافق بدرجة كبيرة) وبنسبة (٢١.٦٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (موافق الى حد ما) وبنسبة (١٨.٤٪) وجاء في الترتيب الرابع فئة العينة (غير موافق) وبنسبة (١٢.٤٪)، ويشير ذلك إلى موافقة أغلبية العينة وبنسبة بلغت (٥١.٧)، والذين يوافقون إلي حدما بلغت نسبتهم ٣٦٪ مما يعني ثقة كبيرة في الصحافة ومعالجتها للقضية.

الجدول (٢١) يوضح مدى موافقة عينة البحث على أن الصحف تعمل على زيادة وعي الجمهور السعودي بقضية قيادة المرأة السعودية للسيارة

الفئة	التكرار	النسبة
موافق	٣٢٦	٥١.٧٪
موافق لحد ما	٢٢٨	٣٦.٢٪
لا أوافق	٧٦	١٢.١٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (٢١) إلى مدى موافقة عينة البحث على أن الصحف تعمل على زيادة وعي الجمهور السعودي بقضية قيادة المرأة السعودية للسيارة جاء في الترتيب الأول فئة العينة (موافق) وبنسبة (٥١.٧٪) وجاء الترتيب الثاني فئة العينة (موافق الى حد ما) وبنسبة (٣٦.٢٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (لا اوافق) وبنسبة (١٢.١٪).

ونلاحظ أنه ارتفعت نسبة الموافقة بدرجة كبيرة حيث موافق ٥١.٧٪ علي انها تعمل علي زيادة وعي الجمهور كما وافق الي حد ما (٣٦.٢٪).

الجدول (٢٢) يوضح مدى موافقة عينة البحث عما تتناوله الصحف السعودية من معلومات وأخبار بخصوص قيادة المرأة السعودية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق	٢٧٨	٤٤.١٪
موافق لحد ما	٢٣٨	٣٧.٨٪
لا أوافق	١١٤	١٨.١٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول (٢٢) إلى مدى موافقة عينة البحث عما تتناوله الصحف السعودية من معلومات وأخبار بخصوص قيادة المرأة السعودية حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (موافق) وبنسبة (٤٤.١٪) وجاء الترتيب الثاني فئة العينة (موافق الى حد ما) وبنسبة (٣٧.٨٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (لا اوافق) وبنسبة (١٨.١٪).

نلاحظ أنه ارتفعت نسبة الموافقة بدرجة كبيرة حيث موافق (٤٤.١٪) كما وافق الي حد ما (٣٧.٨٪) ويدل ذلك على رضاهم التام عن ما تقدمه الصحف السعودية حول قيادة المرأة.

الجدول (٢٣) يوضح الصحف الالكترونية السعودية عملت على تغطية قضية قيادة المرأة السعودية بشكل أكبر واوسع من الصحف الورقية السعودية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق	٣٨٠	٦٠.٣٪
موافق لحد ما	١٧٦	٢٧.٩٪
لا أوافق	٧٤	١١.٧٪
المجموع	٦٣٠	١٠٠٪

يشير الجدول إلى مدى أن الصحف الإلكترونية السعودية عملت على تغطية قضية قيادة المرأة السعودية بشكل أكبر وأوسع من الصحف الورقية السعودية حيث جاء في الترتيب الأول فئة العينة (موافق) وبنسبة (٦٠.٣٪) وجاء الترتيب الثاني فئة العينة (موافق الى حد ما) وبنسبة (٢٧.٩٪) وجاء في الترتيب الثالث فئة العينة (لا اوافق) وبنسبة (١١.%) حيث نلاحظ أنه ارتفعت نسبة الموافقة بدرجة كبيرة حيث موافق (٦٠.٣٪) كما وافق الي حد ما (٢٧.٩٪) ويدل ذلك على ان الصحف الإلكترونية عملت على تغطية قضية قيادة المرأة السعودية بشكل أكبر وأوسع من الصحف الورقية السعودية.

المراجع

١. ابانمي، بدر بن عبد العزيز (٢٠٠٩): الاعلام الجديد: "دراسة نوعية تحليلية لمفهومه وأشكاله وواقعه ومستقبله"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الرياض: جامعة الملك سعود.

٢. إبراهيم مصحب، الدلبحي (٢٠٠٠): "مدى وعي المرأة العراقية بلوائح وأنظمة المرور"، **مجلة التوثيق**، العدد ٢، بغداد.

٣. أحمد الشاطري (٢٠٠٩): "تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، العراق.

٤. أحمد بن مرسلي (٢٠٠٥): "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال"، **ديوان المطبوعات الجامعية**، الجزائر.

٥. أحمد عميرة (٢٠١٢): "**مدى فاعلية الصحافة الورقية في ظل الصحافة الالكترونية**"، فلسطين.

٦. أمجد قاسم (٢٠١١): "**كتاب التربية والثقافة**"، **منهجية البحث العلمي**.

٧. بيل، جيتس (١٩٩٨): "المعلوماتية بعد الإنترنت، طريق المستقبل، **عالم المعرفة**، العدد ٢٣١، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت.
٨. جابر عبد الحميد جابر، احمد خيري كاظم (١٩٧٣): "**مناهج البحث في التربية وعلم النفس**، دار النهضة العربية، القاهرة.
٩. حماد غريب المطيري (٢٠١١): "اتجاهات الشباب الجامعية الكويتي نحو الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية"، **رسالة الماجستير غير منشورة**، جامعة الكويت.
١٠. خليفة الشامسي (٢٠١٤): ""مدى معدلات الحوادث بين الرجال والنساء في دولة الامارات العربية المتحدة"، **المجلة العلمية**، جامعة الإمارات.
١١. خليل محمود (٢٠٠٠): "**الصحافة الإلكترونية: أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي**"، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
١٢. جمال راسم محمد (١٩٩٠): "**مناهج البحث في الدراسات الإعلامية**"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
١٣. رباب رأفت محمد الجمال (٢٠١٤): أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي – **دراسة ميدانية**، جامعة الملك عبد العزيز.
١٤. البويهي سعد (٢٠١٣): "دراسة مقارنة حول درجة الحوادث المرورية لدى النساء والرجال"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الصحافة والاعلام، الجامعة الإسلامية.
١٥. سميرة نتاري، ساسية بن حيلة (٢٠٠٦): "واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية في ظل قانون الإعلام": ١٢/٠٥ دراسة حالة لصحيفة TSA الجزائرية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
١٦. طارق زياد محمد الناصر، حاتم سليم علاونة (٢٠١٤): الصحافة الإلكترونية المتخصصة ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعي الأردني": دراسة تحليلية ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الاعلام، جامعة اليرموك، الاردن.
١٧. طلال ناصر أحمد العزاوي (٢٠١١): "اتجاهات الشباب العربي نحو الصحافة الإلكترونية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة بغداد.
١٨. عامر فتحي حسين (٢٠١١): "**وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك**"، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.

١٩. الزهراني عبد العزيز (١٤٣٠ هـ): " مقرونيه النصوص الاعلامية: دراسة مقارنة على عينة من المواد المنشورة في الصحف والمنتديات السعودية"، **رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بن سعود الإسلامية**، الرياض.

٢٠. عادل مجدي (٢٠٠٩): "دور الاعلام الجديد في نقل الخبر"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الجامعة المستنصرية، العراق.

٢١. مجدي محمد عبد الجواد الداغر (٢٠١١): "معالجة الصحافة العربية لقضايا التسامح والتواصل مع الآخر"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

٢٢. محمد بن صالح الخليفي (٢٠٠٢): "تأثير الإنترنت في المجتمع": دراسة ميدانية"، **عالم الكتب**، المجلد٢٢، العددان٦،٥، الكويت.

٢٣. ابو الهيجاء محمد زياد (٢٠٠٨): "مسببات حوادث السير في الأردن"، **دراسة ميدانية**، الجامعة الأردنية.

٢٤. مصطفى هلال محمد (٢٠١١): "اعتماد النخبة المصرية على المواقع الإلكترونية للصحف المطبوعة في الحصول على المعلومات"، **رسالة الماجستير غير منشورة**، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

٢٥. موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي (٢٠١٠): "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني"، **دراسة ميدانية**، جامعة فلسطين.

٢٦. ياسر سليم (٢٠١٧): "مستقبل الإعلان في الصحافة الورقية في ظل تنامي الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.