

(الباب الثاني)

الإطار الميداني

الفصل الأول : إجراءات الدراسة الميدانية.

الفصل الثاني : نتائج الدراسة الميدانية.

الفصل الثالث : تقويم الدراسة الميدانية.

الفصل الأول: إجراءات الدراسة الميدانية.

في الباب السابق قامت الباحثة بالحديث عن الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية مبينة أركانها وضوابطها وخصائصها ؛ ولأن الباحثة لا تستطيع الوقوف على واقع الدعوة إلى الله في المواقع النسائية إلا من خلال الدراسة الميدانية يأتي هذا الباب للإجابة بشكل أكبر وأكثر دقة على تساؤلات البحث. وقد جاءت الدراسة الميدانية قائمة على المنهج الوصفي بنوعيه: المنهج المسحي الذي يتحقق من خلال أداة البحث الاستبيان، والمنهج التحليلي: الذي يتحقق من خلال أداة البحث الملاحظة.^(١)

١- أدوات الدراسة وتصميمها:

يتم جمع معلومات الدراسة من خلال أداتي البحث : الاستبيان والملاحظة ؛ لجمع بيانات كمية وكيفية للإجابة على تساؤلات البحث.

أ) الاستبيان:

وهو عبارة عن استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة المترابطة والمتسلسلة، والتي يتم الإجابة عليها وتعبئتها من قبل المجيب، من أجل جمع المعلومات والبيانات حول مشكلة البحث.^(٢)

وأبرز مراحل تصميم الاستبيان وتوزيعها التي تمت مراعاتها كما يلي:

- ١- اختيار الطريقة المناسبة لكتابة الأسئلة وفقاً لطبيعة الموضوع؛ أسئلة مباشرة وغير مباشرة، وعامة وخاصة، وتمت مراعاة أن تكون الأسئلة واضحة ودقيقة، وغير طويلة، ومحقة للهدف منها.^(٣)

(١) تم التعريف بهذه المناهج في مقدمة البحث ص (١٠).

(٢) انظر: أساليب البحث العلمي في ميدان العلوم الإدارية /ص ١٣٧ ، تأليف: ظاهر كلالدة ، محفوظ جوده ، مؤسسة زهران ، الأردن ، عمان ، ١٩٩٧ م.

(٣) جاء الاستبيان مجيباً على الأسئلة التالية من تساؤلات الجانب الميداني للدراسة كما يلي:

- ما مدى إقبال النساء على المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية؟
- ما مدى استفادة النساء من المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية؟
- ما مدى اهتمام النساء بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية؟
- ما تصور النساء لما يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية؟

- ٢- اختيار الطريقة المناسبة لكتابة الإجابات وفقاً لطبيعة الموضوع؛ إجابات مغلقة وذات خيارات محددة.
- ٣- تصميم الاستبانة وإخراجها إخراجاً أولياً؛ وراعت في ذلك ضوابط كتابة الأسئلة وإجاباتها.
- ٤- اختبار الاستبانة، من حيث: سلامة المدلول اللفظي، وصدق وثبات الاستبانة؛ عن طريق أخذ آراء المحكمين والتحليل الإحصائي^(١).
- ٥- انشاء موقع خاص بالاستبانة على الشبكة العنكبوتية،^(٢) وإعادة تصميم الاستبانة وإخراجها إخراجاً نهائياً طبقاً لنتائج اختباراتها، مع مراعاة أن يكون الموقع بتصميم جذاب وبألوان نسائية بغرض رفع نسبة المجيبين على الاستبانة.
- ٦- انشاء صفحة خاصة لحفظ النتائج تلقائياً على ملف خاص بها، يتم فتحه بواسطة برنامج: (Access) تمهيداً لتحليلها بواسطة برنامج (spss)، وتم حماية صفحة النتائج باسم مستخدم وكلمة مرور.^(٣)
- ٧- توزيع رابط الموقع على عينة البحث وهن مستخدمات المواقع الخمسة -قيد الدراسة- عن طريق القائمة البريدية للمشاركات بكل موقع بالتعاون مع أصحاب المواقع، مع مراعاة ارفاق رسالة شخصية تبين للمجيب الهدف من الاستبانة.^(٤)

ب) الملاحظة:

وهي: «سلوك يعتمد على حواس السمع والبصر في التركيز على الظواهر أو الأحداث المختلفة، بهدف تفسيرها، ومعرفة أسبابها، وكيفية الوصول إلى القوانين التي تحكمها».^(٥)

(١) انظر: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية/٣٤٣-٣٤٦.

(٢) موقع اللؤلؤة، www.loolooa.com

(٣) انظر نموذج الاستبيان إلكترونياً في ملحق رقم (١) ونموذج صفحة ادخال البيانات في ملحق رقم (٢).

(٤) انظر: نموذج الرسالة في ملحق رقم (٣)، والنموذج الكامل للاستبيان في ملحق رقم (٤).

(٥) أساليب ومناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية/١٨١، للدكتور أحمد الصبّاب، مكتبة مصباح، جدة، الطبعة الأولى، ١٤١٠هـ.

والملاحظة أداة من أدوات البحث العلمي تجمع بواسطتها المعلومات التي تمكن الباحث من الإجابة عن أسئلة البحث واختبار فروضه.

وفي هذه الدراسة اتبعت الباحثة الملاحظة المباشرة وبالمشاركة ؛ حيث تقوم الباحثة بملاحظة واقع المواقع النسائية من خلال الاتصال المباشر بالشبكة العنكبوتية، بالإضافة إلى الاندماج معها اندماجاً يمكنها من ادراك الظاهرة المراد ملاحظتها .

وهذا يقتضي أن تكون الباحثة عضوة في المواقع قيد الدراسة، مما يجعل كمية المعلومات التي تحصل عليها الباحثة بواسطة الملاحظة أكثر منها في بقية أدوات البحث، فالملاحظ هنا يلاحظ الواقع بأنماطه المختلفة، ويقوم بتسجيل الملاحظات التي تشمل على كل مايمكن أن يصف الواقع ويشخصه .

وبناء على ذلك قامت الباحثة بتصميم استمارة تضم أهداف البحث،^(١) وتحت كل هدف ما يحققه من وحدات تحليلية والتي تتضمن بدورها عدداً من القيم المتنوعة، ومن ثم تلاحظ الباحثة عينة المواقع وتضع علامة (√) أمام القيمة التي تلاحظها. مع توفير فراغ في الاستمارة تسجل فيه الباحثة ملاحظته من قيم أخرى ذات صلة بالهدف المحدد، وتم تعبئة هذه الاستمارة أسبوعاً متدرجاً من كل شهر على مدى عام كامل، بدءاً من شهر رجب ١٤٢٩هـ وانتهاءً بشهر جمادى الثاني ١٤٣٠هـ، مما يمكن الباحثة من الإجابة على تساؤلات الدراسة.^(٢)

(١) اتبعت الباحثة الخطوات العلمية لتصميم الاستمارات وهي بعض مائت الإشارة إليه عند تصميم الاستبيان، وقد جاءت استمارة الملاحظة مجيبة على الأسئلة التالية من تساؤلات البحث:

- ما مدى الاهتمام بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية؟
- ما موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية؟
- من هم القائمون بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية؟
- ما وسائل الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية وأساليبها؟
- ما العوامل المؤثرة في نجاح الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية؟
- ما معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية؟ وما سبل التغلب عليها؟

(٢) انظر: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية/٤٠٦-٤١٨. وانظر نموذج الاستمارة في ملحق رقم(٥).

٢- تحكيم أدوات الدراسة:

قامت الباحثة بعرض الاستبيان واستمارة الملاحظة بعد الانتهاء من تصميمهما على عدد من الأساتذة المحكمين ممن لهم اهتمام بالدراسات الوصفية وإطلاع على بعض جوانب الموضوع، وقد أخذت الباحثة بتوجيهاتهم وآرائهم في مدى ملائمة أسئلة الاستمارات وتحقيقها لأهداف البحث؛ وهم:

م	الاسم	الدرجة العلمية	التخصص	جهة العمل
١	أ.د. سليمان العيد	أستاذ	دعوة واحتساب ، كلية الدعوة والإعلام	رئيس قسم الثقافة الإسلامية وعضو هيئة التدريس ، كلية التربية. جامعة الملك سعود.
٢	أ.د. نوال المسيري	أستاذ	تخصص عام: خدمة اجتماعية تخصص دقيق: تنظيم مجتمع	عضو هيئة التدريس في كلية الخدمة الاجتماعية
٣	د. خالد القرشي	أستاذ	دعوة واحتساب، كلية الدعوة والإعلام	عضو هيئة التدريس في قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية
٤	د. ابراهيم عابد	أستاذ مساعد	دعوة واحتساب	عضو هيئة التدريس في قسم الدراسات الإسلامية ، كلية المعلمين ، جامعة الطائف.
٥	د. الجوهرة الطريفي	أستاذ مساعد	دعوة واحتساب، كلية الدعوة والإعلام	عضو هيئة التدريس في قسم الدعوة والاحتساب، في مركز دراسة الطالبات ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية
٦	د. عائدة الحجيل	أستاذ مساعد	تخصص عام: خدمة اجتماعية تخصص دقيق: خدمة جماعة	عضو هيئة التدريس في كلية الخدمة الاجتماعية
٧	د. عفاف العشوي	أستاذ مساعد	تخصص عام: خدمة اجتماعية، تخصص دقيق خطيوط اجتماعي.	عضو هيئة التدريس في كلية الخدمة الاجتماعية
٨	د. مساعد الحيا	أستاذ مساعد	قسم الاعلام ، كلية الدعوة والإعلام	عضو هيئة التدريس في كلية الدعوة والاعلام ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية

٢- صدق أداة الدراسة:

صدق أداة الدراسة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه،^(١) كما يقصد بالصدق: « شمول الاستمارة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها»^(٢). وقد قامت الباحثة بالتأكد من صدق أداة الدراسة -الاستبيان-^(٣) من خلال:

أ - الصدق الظاهري للأداة :

للتعرف على مدى صدق أداة الدراسة في قياس ما وضعت لقياسه تم عرضها على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات، وبلغ عدد المحكمين ثمانية من الجنسين، وجاء تفصيلهم في الصفحة السابقة. وفي ضوء ذلك قامت الباحثة بإعداد أداة هذه الدراسة والملحقين رقم (١) و(٤) يوضحان الاستبيان في صورته النهائية.

ب - صدق الاتساق الداخلي للأداة :

قامت الباحثة بتحليل (٥٠) استبانة وهو ما يمثل ٥٪ من العينة الأصلية (١٠٠٠) لقياس الصدق والثبات.

وللتأكد من تماسك العبارات بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه تم قياس صدق الاتساق الداخلي للأداة من خلال بيانات المبحوثين بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه كما هو مبين في الجداول رقم (١) (٢) (٣) (٤).

(١) المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية/٤٢٩.

(٢) البحث العلمي، مفهومه، وأدواته، وأساليبه/١٧٩.

(٣) تم قياس الصدق والثبات للاستبيان وذلك لأنه لا يمكن قياس الصدق والثبات لاستمارة الملاحظة فالصدق والثبات يستخرج للمقاييس التي تكون عباراتها ذات اتجاه واحد مثال: (موافق بشده، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشده).

جدول رقم (١)

معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات: مامدى زيارتك للمواقع النسائية بالدرجة الكلية للمحور

المحور	م	معامل الارتباط
ما مدى زيارتك للمواقع النسائية التالية؟	١	** ٠,٤٦
	٢	** ٠,٤٦
	٣	** ٠,٤٦
	٤	** ٠,٧٨
	٥	** ٠,٦٤

** دالة عند ٠,٠١

* دالة عند ٠,٠٥

ويتضح من الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط موجبة وذات دلالة إحصائية .

جدول رقم (٢)

معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات: مامدى تفضيلك للمواد التالية: بالدرجة الكلية للمحور

المحور	م	معامل الارتباط
ما مدى تفضيلك للمواد التالية؟	١	* ٠,٣٣
	٢	** ٠,٥٥
	٣	** ٠,٦٢
	٤	** ٠,٥٦
	٥	** ٠,٥٥
	٦	** ٠,٤٣
	٧	** ٠,٥٨
	٨	** ٠,٥٨
	٩	* ٠,٣٢
	١٠	** ٠,٦٥

** دالة عند ٠,٠١

* دالة عند ٠,٠٥

ويتضح من الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط موجبة وذات دلالة إحصائية .

جدول رقم (٣)

معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات مألوف يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في تصورك بالدرجة الكلية للمحور

المحور	م	معامل الارتباط
ما الذي يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في تصورك	١	** ٠,٧١
	٢	** ٠,٤٩
	٣	** ٠,٦٣
	٤	** ٠,٨٣
	٥	** ٠,٦٣
	٦	** ٠,٤٦
	٧	** ٠,٤٣
	٨	** ٠,٦٤

** داله عند ٠,٠١

* داله عند ٠,٠٥

ويتضح من الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط موجبة وذات دلالة إحصائية .

جدول رقم (٤)

معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات
التغلب على معوقات الدعوة في المواقع النسائية بالدرجة الكلية للمحور

المحور	م	معامل الارتباط
التغلب على معوقات الدعوة في المواقع النسائية	١	**٠,٨١
	٢	**٠,٦٦
	٣	**٠,٨٤
	٤	*٠,٣٠
	٥	*٠,٣٥

** داله عند ٠,٠١

* دالة عند ٠,٠٥

ويتضح من الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط موجبة وذات دلالة

إحصائية .

ج - ثبات المقياس بطريقة ألفا كرونباخ :

تم إجراء الثبات بطريقة ألفا كرونباخ والتي تعتمد على تباينات أسئلة الاستبيان،
وتشترط أن تقيس البنود سمة واحدة فقط، ولذلك قامت الباحثة بحساب معامل الثبات
لكل بعد على إنفراد .

جدول رقم (٥)

قيم معاملات الثبات لكل محور من محاور الاستبيان

المحور	عدد الاستجابات	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
ما مدي زيارتك للمواقع النسائية	٥٠	٥	٠,٤٤
ما مدى تفضيلك للمواد التالية	٥٠	١٠	٠,٦٩
ما الذي يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في تصورك	٥٠	٨	٠,٧٢
التغلب على معوقات الدعوة إلى الله	٥٠	٥	٠,٦١

يتضح من الجدول رقم (٥) أن قيم معامل الثبات للمحاور (مدى تفضيلك للمواد ، الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في تصورك ، التغلب على معوقات الدعوة إلى الله) مرتفعة مما يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات ماعدا المحور (زيارتك للمواقع النسائية) منخفض نوعا ما.

٤- مجتمع أداة الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة يأتي كما يلي:

- أ- المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية.
 - ب- جمهور المستخدمين لشبكة المعلومات العالمية.
- وتهدف هذه الدراسة إلى تعميم نتائجها على المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية.

عينة الدراسة:

- لضبط عينة الدراسة من المواقع النسائية وتحديد ما تم مراعاة الضوابط التالية:
- ١- أن تكون المواقع النسائية - قيد الدراسة والملاحظة - من المواقع التي تتسم بالتجديد والتحديث المستمرين.
 - ٢- أن تكون المواقع النسائية من المواقع التابعة لدول مجلس التعاون الخليجي التي يدخل ضمن اهتماماتها الدعوة إلى الله .
 - ٣- أن يكون تقويم المواقع النسائية لمدة عام واحد، على أن تتم عملية التقويم من خلال أداة البحث الملاحظة، ومن خلال جمهور المستخدمين للشبكة العالمية من خلال الاستبيان.
- ولتحقيق هذا الأمر قامت الباحثة أولاً بمحصر أبرز المواقع النسائية على شبكة المعلومات العالمية بواقع أكثر من ثلاثين موقعاً، جاءت متفاوتة في حجمها ونسبة زيارتها وتجدها، وبناءً على ضوابط اختيار عينة الدراسة جاءت الدراسة تشتمل على المواقع التالية:

- ١- شبكة مواقع عالم حواء (يزورها يومياً أكثر من ٣٠٠ ألف زائرة).

- ٢- موقع : لها أون لاين (يزوره يومياً أكثر من ١٢ ألف زائرة).
- ٣- موقع : واحة المرأة (منذ افتتاح الموقع في سنة ١٤٢١ هـ الموافق لسنة ٢٠٠٠ م تجاوز عدد زيارات الموقع ١٨ مليون زيارة).
- ٤- موقع : لك (تجاوز عدد الزوار ١٤ مليون زائر خلال ثلاث سنوات منذ انطلاقة الموقع).
- ٥- موقع : دعوتها (وهو من المواقع التي أنشئت حديثاً، ويقدم خدمة دعوية متميزة متخصصة في الدعوة النسائية للمهتمين والمهتمات في الدعوة إلى الله بما يخدم شأن المرأة في المجتمع المسلم).

وذلك لما يلي:

- ١- أنها من أبرز المواقع النسائية الخليجية التي تتسم بالتجديد والتحديث المستمرين.
- ٢- أنها جاءت متنوعة ومختلفة من حيث : أقسامها وزواياها، وطرحها ومعالجتها للموضوعات، ومن حيث اهتمامها بالدعوة إلى الله .
- ٣- أنها تملك أعلى معدلات زيارة من بين سائر المواقع النسائية ؛ مما يساعد على تحقيق أهداف البحث، والإجابة على تساؤلاته.
- ٤- أنها جاءت شاملة لمواقع وأقسام متفرعة، إذ تشمل شبكة مواقع عالم حواء -وحدها- (١٢) موقعاً متنوعاً، مما يعطي الدراسة مجالاً أوسع لتحقيق أهدافه.

أما بالنسبة لاختيار عينة البحث من جمهور المستخدمين لشبكة المعلومات : فقد تم تحديد عينة عشوائية من مستخدمات المواقع النسائية بواقع (٢٠٠) استبانة لكل موقع، وبمجموع كلي (١٠٠٠) استبانة.

وبحمد الله تجاوزت الإجابات (١٦٦٦) إجابة على الاستبانة، وذلك كما يلي:

(٤٧٢) استبانة من عضوات شبكة عالم حواء.

(٤٠٣) استبانة من عضوات موقع لها أون لاين.

(٢١٣) استبانة من عضوات موقع لك.

(٤٥٨) استبانة من عضوات موقع واحة المرأة.

(١٢٠) استبانة من عضوات موقع دعوتها.

وقد تم الاكتفاء بـ (٩٢٠) استبانة بواقع: (٢٠٠) استبانة لكل موقع باستثناء موقع دعوتها (١٢٠) استبانة لعدم اكتمال العدد المطلوب رغم استفاد الطرق التي ترفع من معدل الإجابة على الاستبيان.^(١)

٥- أسلوب رصد البيانات وتحليلها إحصائياً:

بعد الانتهاء من تعبئة استمارات الملاحظة، واكمال العدد المطلوب من الاستبيانات تم حصر التكرارات والنسبة المئوية لكل فقرة ، مع عمل الرسوم البيانية لها وذلك بالاستعانة بأحد مراكز البحوث لتحليلها عبر برنامج (spss). وقد جاءت نتائج التحليل الإحصائي كما يلي.

(١) وذلك كما يلي:

- ١- تم إرسال الاستبانة إلى القائمة البريدية للمشاركين في الموقع كما هو الحال في بقية المواقع الأخرى قيد الدراسة إلا أن العدد لم يتجاوز (٣٠) استبانة.
 - ٢- قمت بمخاطبة أصحاب الموقع-جزاهم الله خيراً- وتمت الموافقة على وضع بنر إعلاني على الصفحة الرئيسية لمدة تزيد عن الخمسة أشهر مع جهودهم الواضحة في الدعوة إلى زيارة الموقع والتعريف بالاستبانة إلا أن العدد لم يتجاوز (١٢٠) استبانة.
- ولأن المدة الدراسية للرسالة قد شارفت على النهاية فقد تم الاكتفاء بالعدد الموجود بموافقة مجلس قسم الدعوة.

الفصل الثاني: نتائج الدراسة الميدانية.

المبحث الأول : نتائج أداة البحث (الاستبيان) :

قامت الباحثة بارسال ملف البيانات الذي تم حفظه على برنامج (Access) إلى المحلل الإحصائي من أجل التحليل العام والتفصيلي لمدخلات أفراد العينة، مع الأخذ بالاعتبار أن العينة (٩٢٠) استبانة ، بواقع (٢٠٠) استبانة لكل موقع باستثناء موقع دعوتها (١٢٠) استبانة.

أولاً: النتائج العامة للمعالجة الإحصائية للاستبانات:

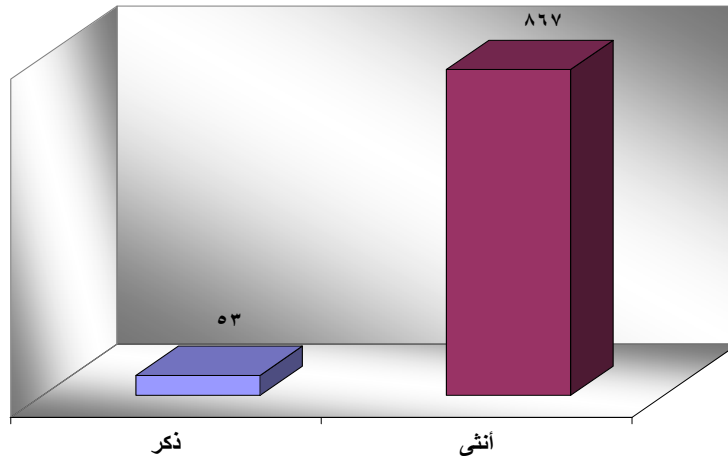
أولاً: المعلومات الشخصية:

نوع الجنس:

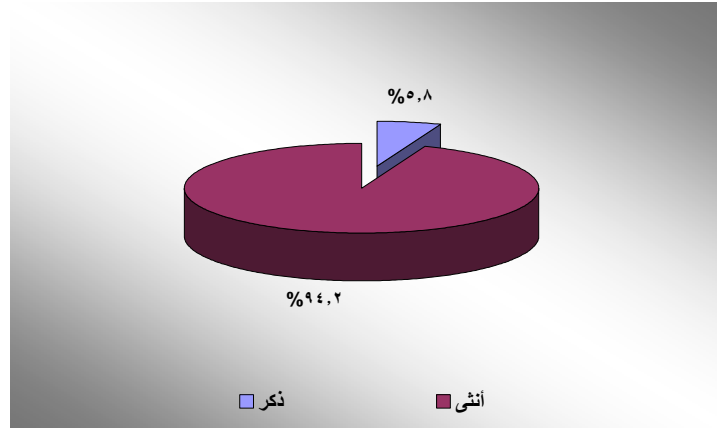
جدول (١) توزيع أفراد الدراسة وفقاً لنوع الجنس

النسبة %	العدد	الجنس
٥,٨	٥٣	ذكر
٩٤,٢	٨٦٧	أنثى
%١٠٠	٩٢٠	المجموع

شكل (١-١) توزيع أفراد الدراسة وفقاً لنوع الجنس



شكل (٢-١) توزيع أفراد الدراسة وفقاً لنوع الجنس

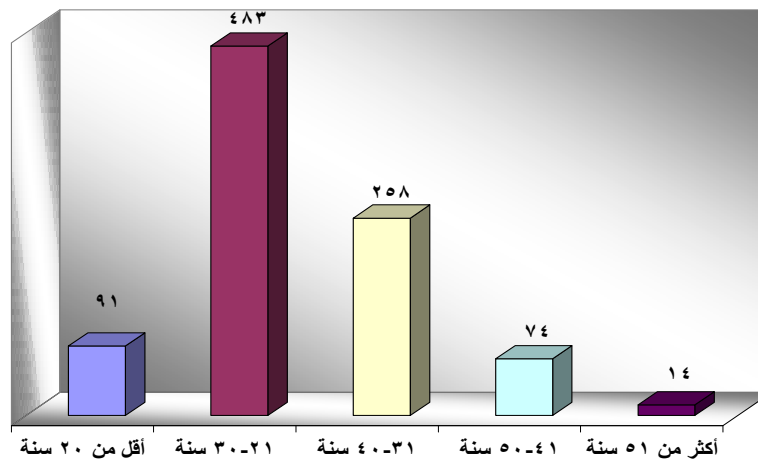


العمر:

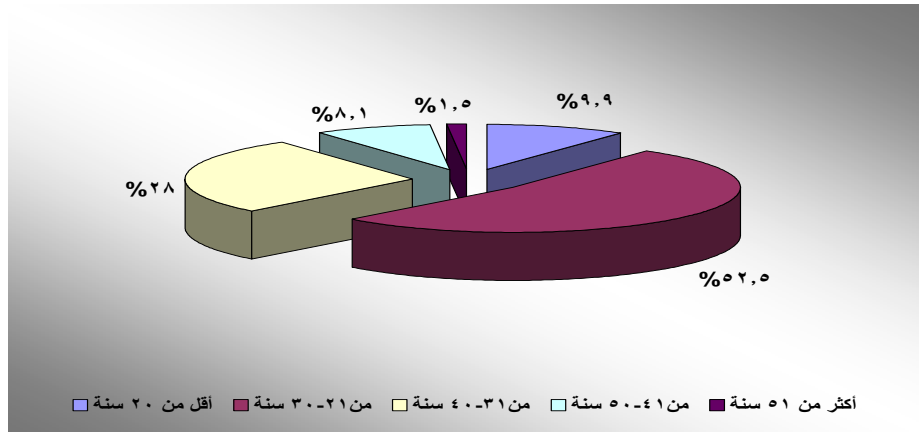
جدول (٢) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للعمر

العمر	العدد	النسبة %
أقل من ٢٠ سنة	٩١	٩,٩
٢١-٣٠ سنة	٤٨٣	٥٢,٥
٣١-٤٠ سنة	٢٥٨	٢٨
٤١-٥٠ سنة	٧٤	٨,١
أكثر من ٥١ سنة	١٤	١,٥
المجموع	٩٢٠	١٠٠ %

شكل (٢-١) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للعمر



شكل (٢-٢) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للعمر

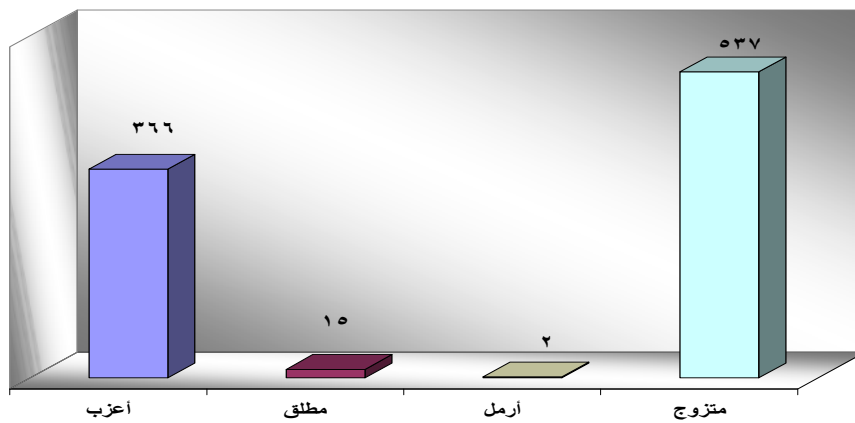


الحالة الاجتماعية:

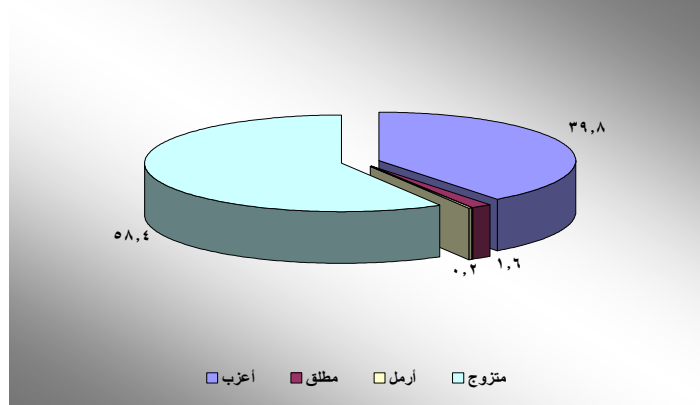
جدول (٣) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة %
أعزب	٣٦٦	٣٩,٨
مطلق	١٥	١,٦
أرمل	٢	٠,٢
متزوج	٥٣٧	٥٨,٤
المجموع	٩٢٠	١٠٠%

شكل (١-٣) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية



شكل (٢-٣) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية

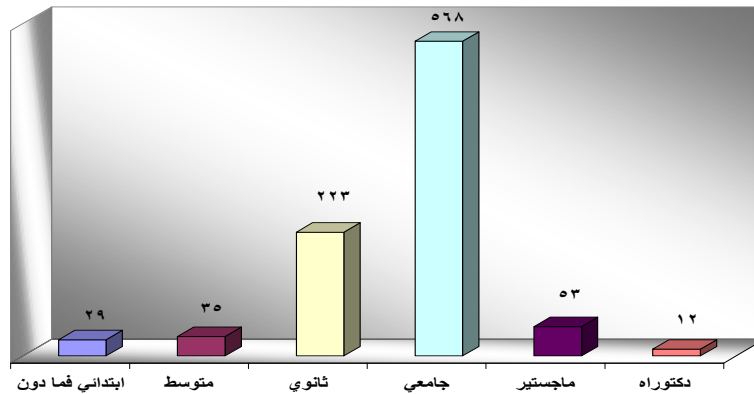


المستوى التعليمي:

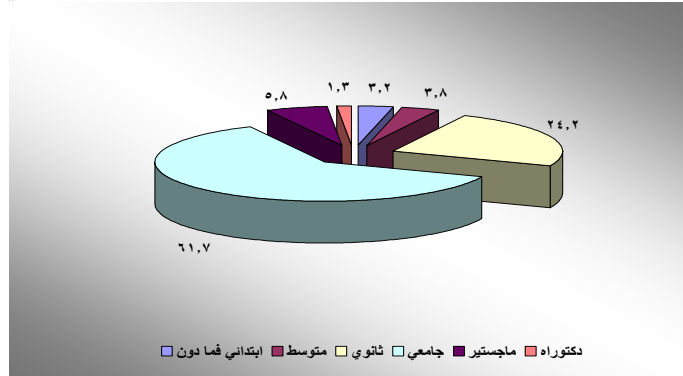
جدول (٤) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي

النسبة %	العدد	المستوى التعليمي
٣,٢	٢٩	ابتدائي فما دون
٣,٨	٣٥	متوسط
٢٤,٢	٢٢٣	ثانوي
٦١,٧	٥٦٨	جامعي
٥,٨	٥٣	ماجستير
١,٣	١٢	دكتوراه
١٠٠%	٩٢٠	المجموع

شكل (١-٤) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي



شكل (٤-٢) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي

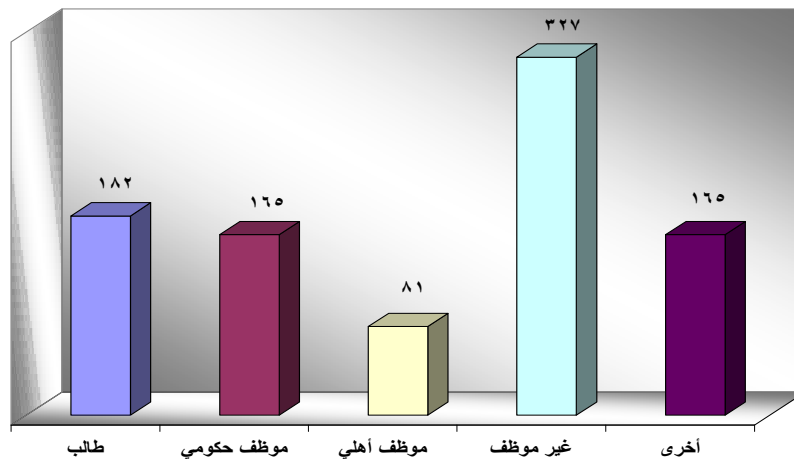


المهنة:

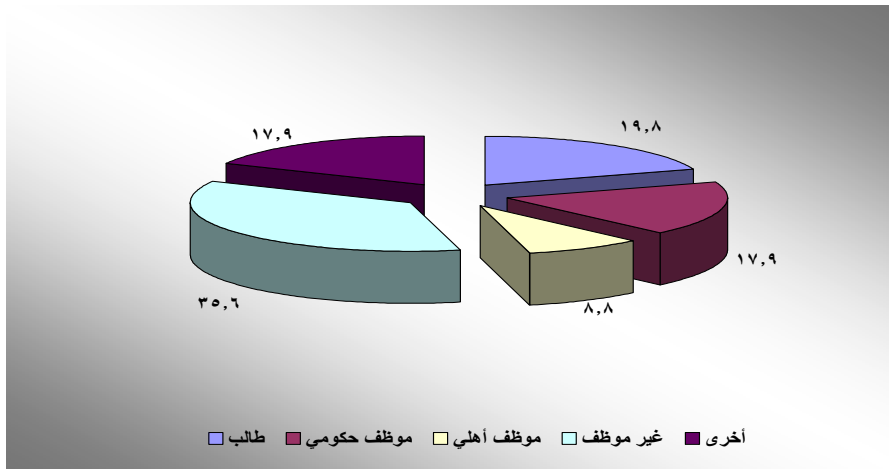
جدول (٥) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للمهنة

المهنة	العدد	النسبة %
طالب	١٨٢	١٩,٨
موظف حكومي	١٦٥	١٧,٩
موظف أهلي	٨١	٨,٨
غير موظف	٣٢٧	٣٥,٦
أخرى	١٦٥	١٧,٩
المجموع	٩٢٠	%١٠٠

شكل (٥-١) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للمهنة



شكل (٢-٥) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للمهنة



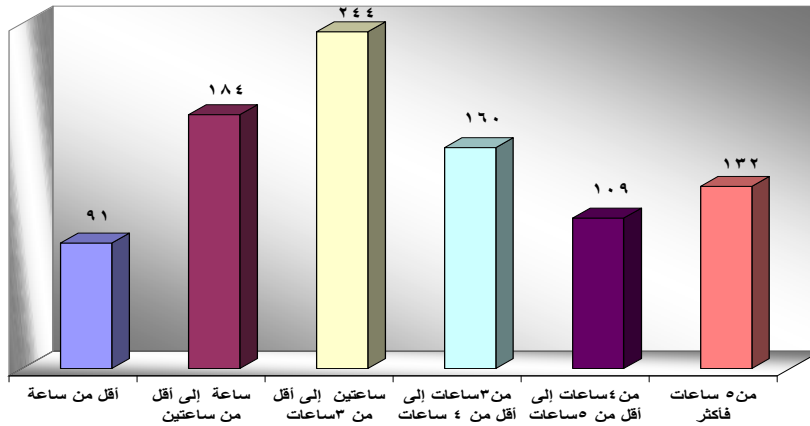
ثانياً: موقف النساء من المواقع النسائية:

١- ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد:

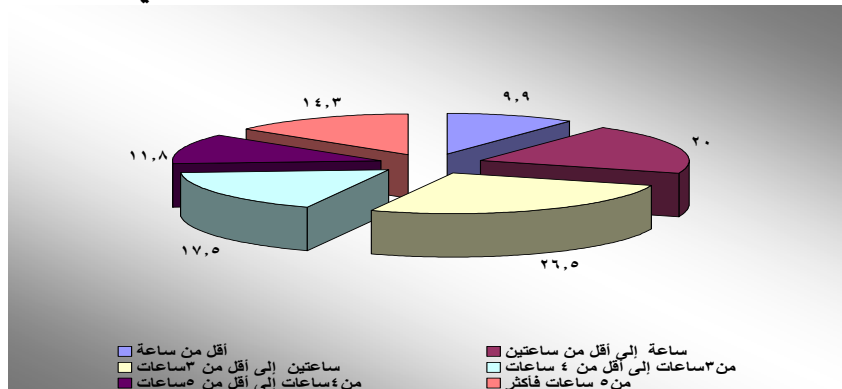
جدول (١) يوضح ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد

النسبة %	العدد	ساعات تصفحك للانترنت في اليوم الواحد
٩,٩	٩١	أقل من ساعة
٢٠	١٨٤	ساعة إلى أقل من ساعتين
٢٦,٥	٢٤٤	ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات
١٧,٥	١٦٠	٣ ساعات إلى أقل من ٤ ساعات
١١,٨	١٠٩	٤ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات
١٤,٣	١٣٢	٥ ساعات فأكثر
%١٠٠	٩٢٠	المجموع

شكل (١-٦) يوضح ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد



شكل (٢-٦) يوضح ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد

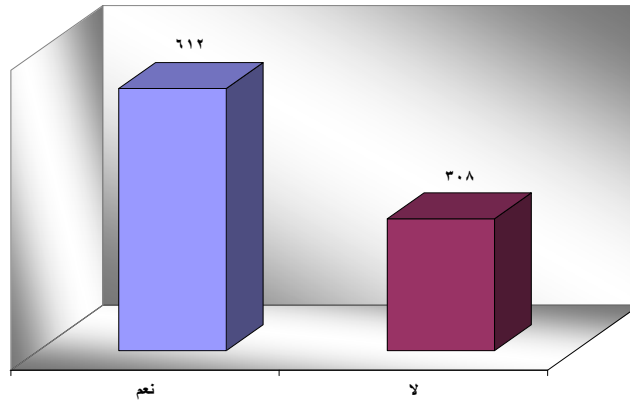


٢- هل تتصفح المواقع النسائية يومياً:

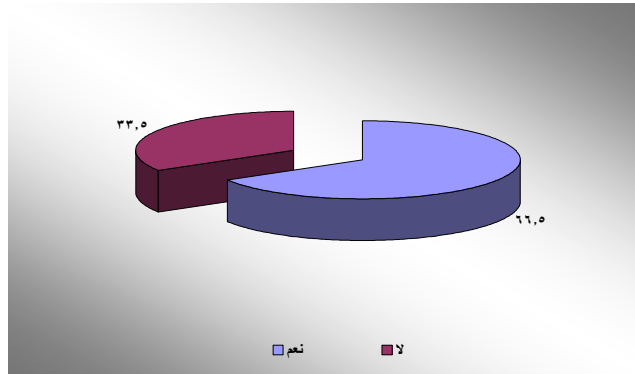
جدول (٧) يوضح مدى تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية يومياً

هل تتصفح المواقع النسائية يومياً	العدد	النسبة %
نعم	٦١٢	٦٦,٥
لا	٣٠٨	٣٣,٥
المجموع	٩٢٠	١٠٠%

شكل (٧-١) يوضح مدى تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية يومياً



شكل (٧-٢) يوضح مدى تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية يومياً

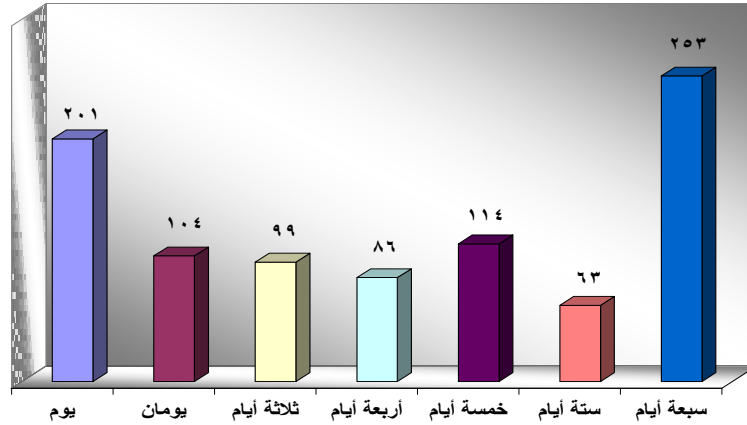


٣- أيام تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في الأسبوع:

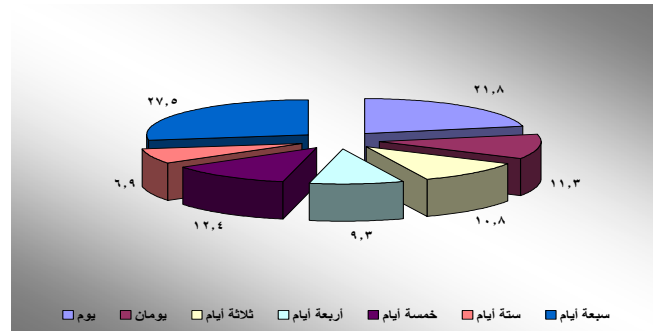
جدول (٨) يوضح أيام تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في الأسبوع

النسبة %	العدد	أيام تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في الأسبوع
٢١,٨	٢٠١	يوم
١١,٣	١٠٤	يومان
١٠,٨	٩٩	ثلاثة أيام
٩,٣	٨٦	أربعة أيام
١٢,٤	١١٤	خمسة أيام
٦,٩	٦٣	ستة أيام
٢٧,٥	٢٥٣	سبعة أيام
%١٠٠	٩٢٠	المجموع

شكل (٨-١) يوضح أيام تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في الأسبوع



شكل (٨-٢) يوضح أيام تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في الأسبوع

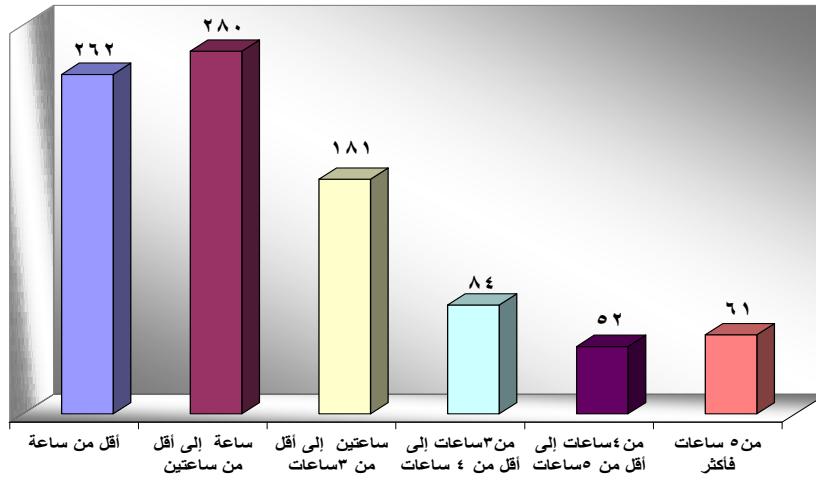


٤ - ساعات تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في اليوم الواحد:

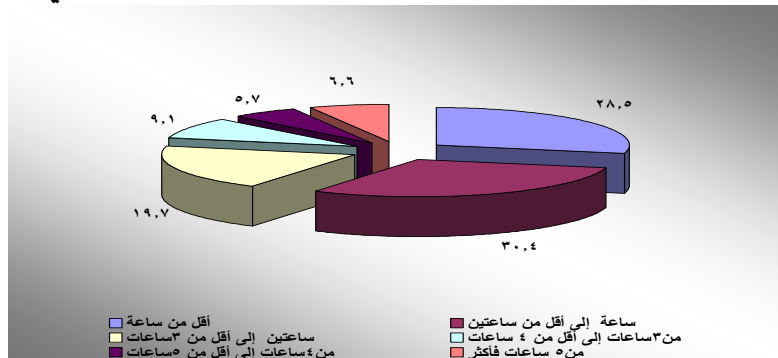
جدول (٩) يوضح ساعات تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في اليوم الواحد

النسبة %	العدد	ساعات تصفحك للمواقع النسائية في اليوم الواحد
٢٨,٥	٢٦٢	أقل من ساعة
٣٠,٤	٢٨٠	ساعة إلى أقل من ساعتين
١٩,٧	١٨١	ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات
٩,١	٨٤	٣ ساعات إلى أقل من ٤ ساعات
٥,٧	٥٢	٤ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات
٦,٦	٦١	٥ ساعات فأكثر
١٠٠ %	٩٢٠	المجموع

شكل (٩-١) يوضح ساعات تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في اليوم الواحد



شكل (٩-٢) يوضح ساعات تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في اليوم الواحد



* العلاقة بين المعلومات الشخصية وساعات وأيام التصفح:

وقد قامت الباحثة بالنظر في مدى علاقة المعلومات الشخصية كالجنس والعمر والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي والمهنة بساعات التصفح وأيامه؛ لقياس معدل زيارة الانترنت أولاً وزيارة المواقع النسائية ثانياً من المتصفحين لمعرفة أهمية الدعوة إلى الله فيها والفئة المستهدفة وغير ذلك مما يمكن استخلاصه من التأمل في النتائج التالية:

(أ) العلاقة ما بين المعلومات الشخصية وما بين ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت

في اليوم الواحد:

جدول رقم (١٠)

يوضح ما إذا كان هناك علاقة ما بين الجنس والعمر والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي والمهنة وما بين ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد

اتجاه الدلالة	مستوى الدلالة	٥ ساعات فأكثر	٤ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات	٣ ساعات إلى أقل من ٤ ساعات	ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات	ساعة إلى أقل من ساعتين	أقل من ساعة	ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد	
غير دالة	٠,٧١	٨	٥	١٠	١٠	١٤	٦	ذكر	الجنس
		١٢٤	١٠٤	١٥٠	٢٣٤	١٧٠	٨٥	أنثى	
دالة	٠,٠١	١١	١١	٢٧	١٦	١٤	١٢	أقل من ٢٠ سنة	العمر
		٧٧	٦٠	٨٤	١٢٠	٩٩	٤٣	٢١-٣٠ سنة	
		٣٦	٢٨	٣٩	٧٤	٥٢	٢٩	٣١-٤٠ سنة	
		٨	١٠	٨	٢٤	١٧	٧	٤١-٥٠ سنة	
		-	-	٢	١٠	٢	-	أكثر من ٥١ سنة	

دالة	٠,٠٠	٦٨	٥١	٧٧	٧٢	٦١	٣٧	أعزب	الحالة الاجتماعية
		٥	١	١	٥	٣	—	مطلق	
		—	—	١	١	—	—	أرمل	
		٥٩	٥٧	٨١	١٦٦	١٢٠	٥٤	متزوج	
دالة	٠,٠٤	١	٢	٧	٦	٦	٧	ابتدائي فما دون	المستوى التعليمي
		٨	—	٢	١٠	٩	٦	متوسط	
		٢٩	٢٩	٣٥	٥٨	٥٢	٢٠	ثانوي	
		٨٥	٧٥	١٠٧	١٥٢	١٠٠	٤٩	جامعي	
		٨	٣	٨	١٣	١٥	٦	ماجستير	
		١	—	١	٥	٢	٣	دكتوراه	
غير دالة	٠,٧١	٢٦	٢٢	٣٧	٤٧	٣٨	١٢	طالب	المهنة
		٢١	١٦	٣٠	٤٠	٣٥	٢٣	موظف حكومي	
		١٥	٨	١١	٢٠	٢٠	٧	موظف أهلي	
		٤٦	٤٣	٥٦	٩٨	٥٥	٢٩	غير موظف	
		٢	٢٠	٢٦	٣٩	٣٦	٢٠	أخرى	

ب) العلاقة ما بين المعلومات الشخصية وما بين أيام تصفح المواقع النسائية في الأسبوع:

جدول رقم (١١)

يوضح ما إذا كان هناك علاقة ما بين الجنس والعمر والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي والمهنة وما بين أيام تصفح المواقع النسائية في الأسبوع

اتجاه الدلالة	مستوى الدلالة	سبعة أيام	ستة أيام	خمسة أيام	أربعة أيام	ثلاثة أيام	يومان	يوم	ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد	
دالة	٠,٠٠	٨	—	٥	٣	٥	٦	٢٦	ذكر	الجنس
		٢٤٥	٦٣	١٠٩	٨٣	٩٤	٩٨	١٧٥	أنثى	
دالة	٠,٠٣	٣١	٧	٩	٥	١٠	٤	٢٥	أقل من ٢٠ سنة	العمر
		١٤٢	٢٦	٦٨	٤٥	٥٤	٥١	٩٧	٢١-٣٠ سنة	
		٦٣	٢٥	٣٠	٢٦	٢٥	٤٠	٤٩	٣١-٤٠ سنة	
		١٤	٥	٦	٩	١٠	٦	٢٤	٤١-٥٠ سنة	
		٣	—	١	١	—	٣	٦	أكثر من ٥١ سنة	
غير دالة	٠,٢٠	١١٠	٢١	٣٦	٢٩	٤١	٣٨	٩١	أعزب	الحالة الاجتماعية
		٤	—	١	١	١	١	٧	مطلق	
		—	—	—	—	—	١	١	أرمل	
		١٣٩	٤٢	٧٧	٥٦	٥٧	٦٤	١٠٢	متزوج	

دالة	٠,٠٢	٦	٣	١	٣	١	٦	٩	ابتدائي فما دون	المستوى التعليمي
		٥	١	٤	٥	—	٨	١٢	متوسط	
		٦٠	١٣	٢٦	٢٢	٢٦	٢٤	٥٢	ثانوي	
		١٧٢	٤٢	٧٦	٥١	٦٨	٥٤	١٠٥	جامعي	
		٨	٣	٦	٥	٣	١١	١٧	ماجستير	
		٢	١	١	—	١	١	٦	دكتوراه	
دالة	٠,٠٤	٥٣	١٢	١٨	١٤	٢٠	٢٣	٤٢	طالب	المهنة
		٤٠	٦	١٦	١٦	١٦	٢٣	٤٨	موظف حكومي	
		١٧	٨	٩	٨	١٠	٩	٢٠	موظف أهلي	
		١١٣	٢٣	٤٦	٣٢	٢٨	٣١	٥٤	غير موظف	
		٣٠	١٤	٢٥	١٦	٢٥	١٨	٣٧	أخرى	

ج) العلاقة ما بين المعلومات الشخصية وما بين ساعات تصفح أفراد الدراسة للمواقع

النسائية في اليوم الواحد:

جدول رقم (١٢)

يوضح ما إذا كان هناك علاقة ما بين الجنس والعمر والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي والمهنة وما بين ساعات تصفح المواقع النسائية في اليوم الواحد

اتجاه الدلالة	مستوى الدلالة	٥ ساعات فأكثر	٤ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات	٣ ساعات إلى أقل من ٤ ساعات	ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات	ساعة إلى أقل من ساعتين	أقل من ساعة	ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد	
دالة	٠,٠٠	٢	١	١	٥	٨	٣٦	ذكر	الجنس
		٥٩	٥١	٨٣	١٧٦	٢٧٢	٢٢٦	أنثى	
غير دالة	٠,٥٠	٥	٤	٩	٢٤	١٩	٣٠	أقل من ٢٠ سنة	العمر
		٣٧	٢٥	٤٥	٩٠	١٥٨	١٢٨	٢١-٣٠ سنة	
		١١	١٦	٢٦	٤٨	٨١	٧٦	٣١-٤٠ سنة	
		٧	٧	٤	١٥	١٨	٢٣	٤١-٥٠ سنة	
		١	-	-	٤	٤	٥	أكثر من ٥١ سنة	
غير دالة	٠,١٠	٣٠	٢٣	٢٢	٦٥	١٠٤	١٢٢	أعزب	الحالة الاجتماعية
		-	-	١	٢	٥	٧	مطلق	
		-	-	-	-	١	١	أرمل	
		٣١	٢٩	٦١	١١٤	١٧٠	١٣٢	متزوج	
غير دالة	٠,١٢	٢	٢	٤	٤	٥	١٢	ابتدائي فما دون	المستوى التعليمي

		٢	٤	٤	٤	١١	١٠	متوسط	
		١٣	١١	٢١	٥١	٦٩	٥٨	ثانوي	
		٤٠	٣٣	٥٢	١١٤	١٨٠	١٤٩	جامعي	
		٤	٢	٢	٤	١٣	٢٨	ماجستير	
		—	—	١	٤	٢	٥	دكتوراه	
غير دالة	٠,٠٨	١١	٨	١١	٣١	٥٩	٦٢	طالب	المهنة
		١٥	١٠	١٢	٣٢	٤٣	٥٣	موظف حكومي	
		٥	٣	٨	١١	٢٥	٢٩	موظف أهلي	
		٢٢	٢٦	٣٢	٧٦	١٠١	٧٠	غير موظف	
		—	٥	٢١	٣١	٥٢	٤٨	أخرى	

٥- ما مدى زيارة أفراد العينة للمواقع قيد الدراسة:

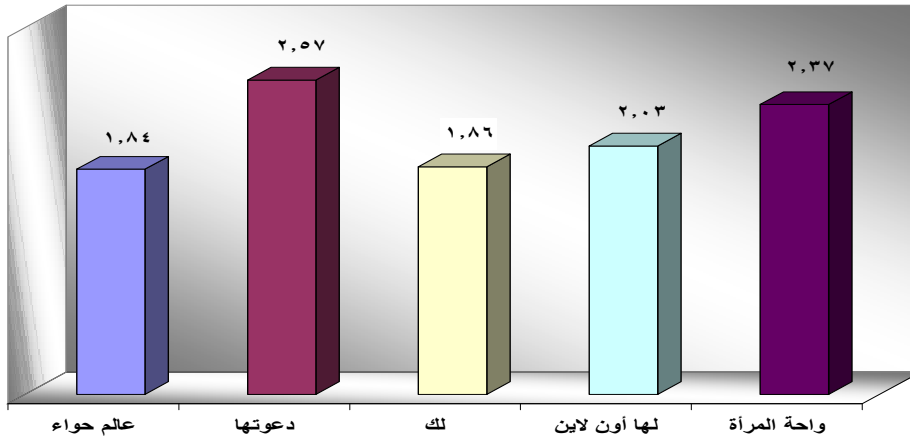
جدول رقم (١٣)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لمدى زيارة أفراد الدراسة للمواقع النسائية التالية

م	ما مدى زيارتك للمواقع النسائية التالية	دائماً ١	أحياناً ٢	لا أزوره ٣	المتوسط
١	موقع عالم حواء	٣١٠	٤٥١	١٥٩	١,٨٤
		٣٣,٧	٤٩	١٧,٣	
٢	موقع دعوتها	١١٢	١٧٦	٦٣٢	٢,٥٧
		١٢,٢	١٩,١	٦٨,٧	
٣	موقع لك	٣٤٦	٣٥٤	٢٢٠	١,٨٦
		٣٧,٦	٣٨,٥	٢٣,٩	
٤	موقع لها أون لاين	٢٤٣	٤٠٨	٢٦٩	٢,٠٣
		٢٦,٤	٤٤,٣	٢٩,٢	
٥	موقع واحة المرأة	١٦٩	٢٤٤	٥٠٧	٢,٣٧
		١٨,٤	٢٦,٥	٥٥,١	

شكل رقم (١٠)

يوضح مدى زيارة أفراد الدراسة للمواقع النسائية

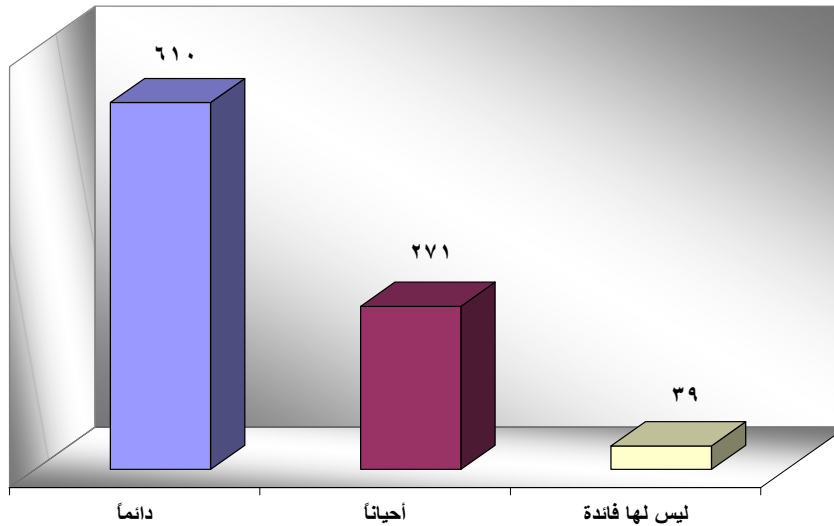


٦- ما مدى استفادتك من المواقع النسائية:

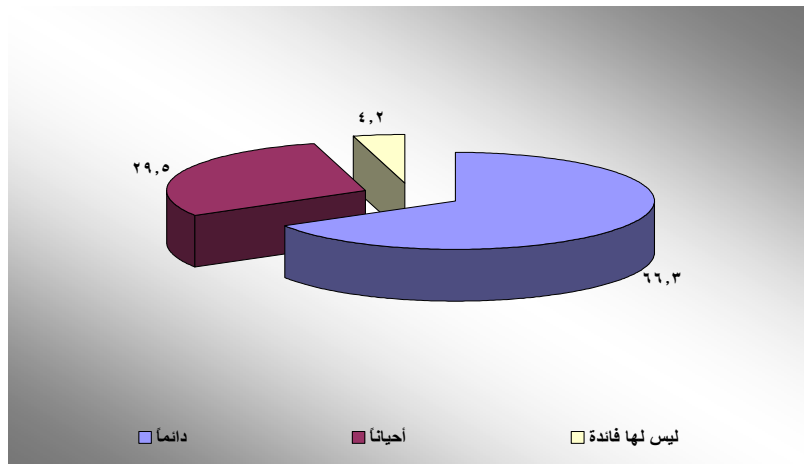
جدول (١٤) يوضح مدى استفادة أفراد الدراسة من المواقع النسائية

ما مدى استفادتك من المواقع النسائية	العدد	النسبة %
دائماً	٦١٠	٦٦,٣
أحياناً	٢٧١	٢٩,٥
ليس لها فائدة	٣٩	٤,٢
المجموع	٩٢٠	١٠٠%

شكل (١١-١) يوضح مدى استفادة أفراد الدراسة من المواقع النسائية



شكل (١١-٢) يوضح مدى استفادة أفراد الدراسة من المواقع النسائية



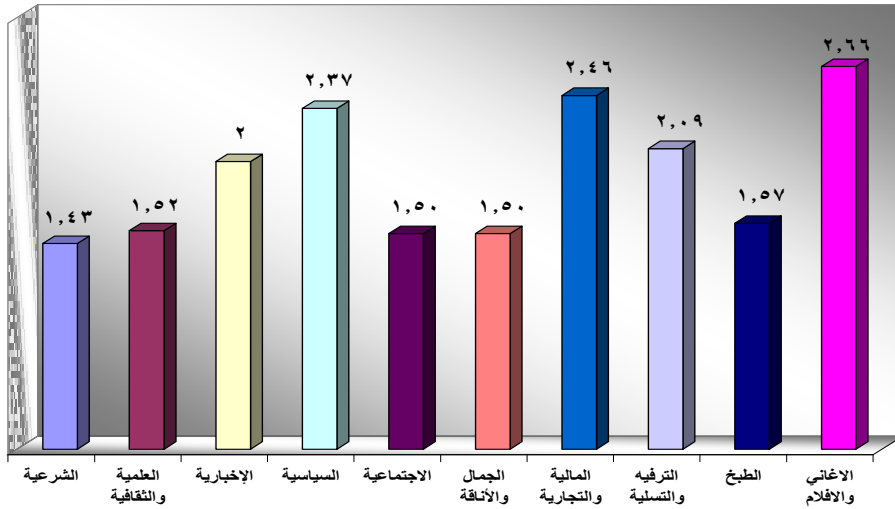
٧- مامدى تفضيلك للمواد التالية:

جدول رقم (١٥)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لمدى تفضيل أفراد الدراسة للمواد التالية

م	ما مدى تفضيلك للمواد التالية	دائماً ١	أحياناً ٢	لا أفضلها ٣	المتوسط
١	المواد الشرعية	٥٦١	٣٢٠	٣٩	١,٤٣
		٦١	٣٤,٨	٤,٢	
٢	المواد العلمية والثقافية	٤٩٨	٣٦٠	٦٢	١,٥٢
		٥٤,١	٣٩,١	٦,٧	
٣	المواد الإخبارية	٢٧٦	٣٦٦	٢٧٨	٢
		٣٠	٣٩,٨	٣٠,٢	
٤	المواد السياسية	١٦٦	٢٤٠	٥١٤	٢,٣٧
		١٨	٢٦,١	٥٥,٩	
٥	المواد الاجتماعية	٥١٤	٣٥٥	٥١	١,٥٠
		٥٥,٩	٣٨,٦	٥,٥	
٦	مواد الجمال والأناقة	٥٣٤	٣١٠	٧٦	١,٥٠
		٥٨	٣٣,٧	٨,٣	
٧	المواد المالية والتجارية	١٥١	١٩٧	٥٧٢	٢,٤٦
		١٦,٤	٢١,٤	٦٢,٢	
٨	مواد الترفيه والتسلية	٢٢٨	٣٧٩	٣١٣	٢,٠٩
		٢٤,٨	٤١,٢	٣٤	
٩	مواد الطبخ	٥١٦	٢٨٤	١٢٠	١,٥٧
		٥٦,١	٣٠,٩	١٣	
١٠	مواد الأغاني والأفلام	١٠٣	١١١	٧٠٦	٢,٦٦
		١١,٢	١٢,١	٧٦,٧	

شكل رقم (١٢) يوضح مدى تفضيل أفراد الدراسة للمواد التالية

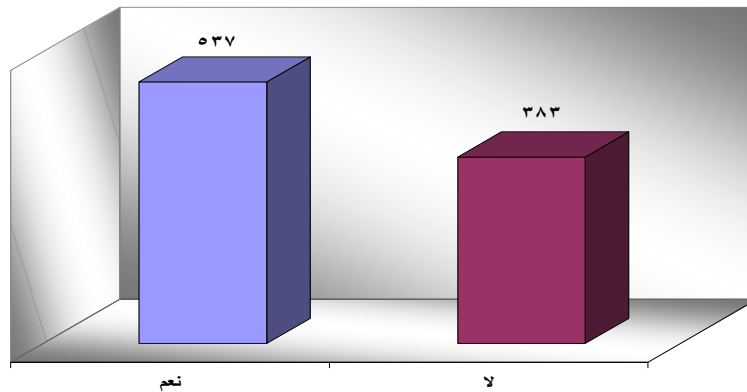


٨- هل تقومين بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية:

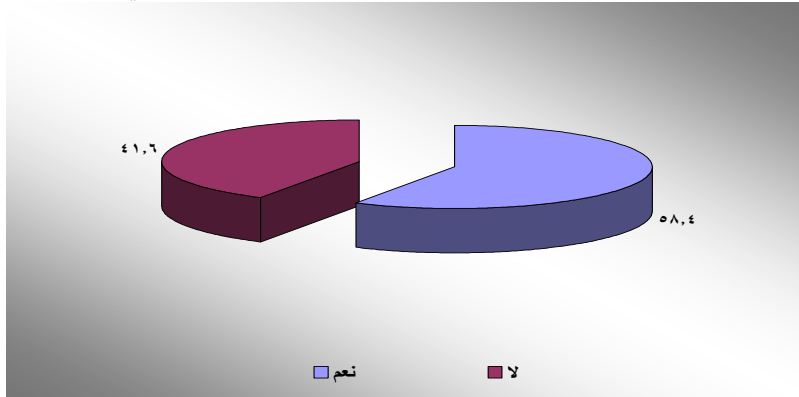
جدول (١١) يوضح مدى قيام أفراد الدراسة بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية

هل تقومين بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية	العدد	النسبة %
نعم	٥٣٧	٥٨,٤
لا	٣٨٣	٤١,٦
المجموع	٩٢٠	%١٠٠

شكل (١٣-١) يوضح مدى قيام أفراد الدراسة بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية



شكل (١٣-٢) يوضح مدى قيام أفراد الدراسة بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية

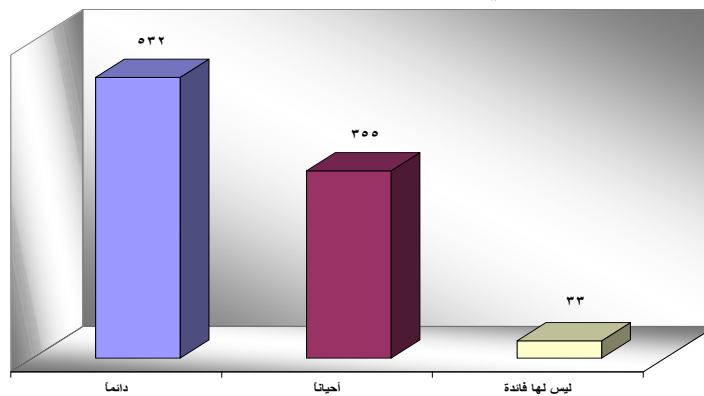


٩- ما مدى استفادتك من الموضوعات الدعوية التي تطرح في المواقع النسائية:

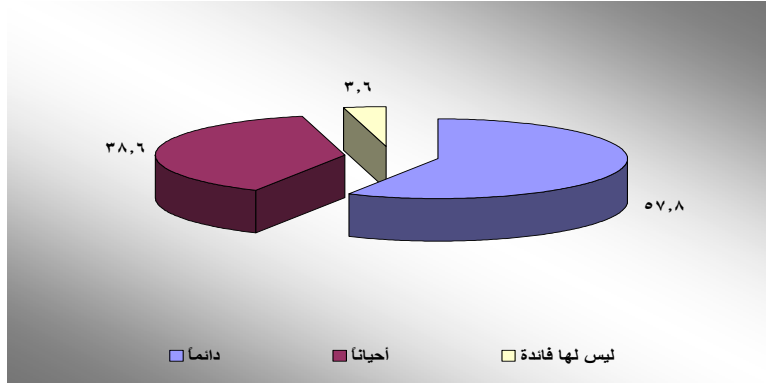
جدول (١٧) يوضح مدى استفادة أفراد الدراسة من الموضوعات الدعوية التي تطرح في المواقع النسائية

النسبة %	العدد	ما مدى استفادتك من الموضوعات الدعوية التي تطرح في المواقع النسائية
٥٧,٨	٥٣٢	دائماً
٣٨,٦	٣٥٥	أحياناً
٣,٦	٣٣	ليس لها فائدة
١٠٠%	٩٢٠	المجموع

شكل (١٤-١) يوضح مدى استفادة أفراد الدراسة من الموضوعات الدعوية التي تطرح في المواقع النسائية



شكل (٢-١٤) يوضح مدى استفادة أفراد الدراسة من الموضوعات الدعوية التي تطرح في المواقع النسائية



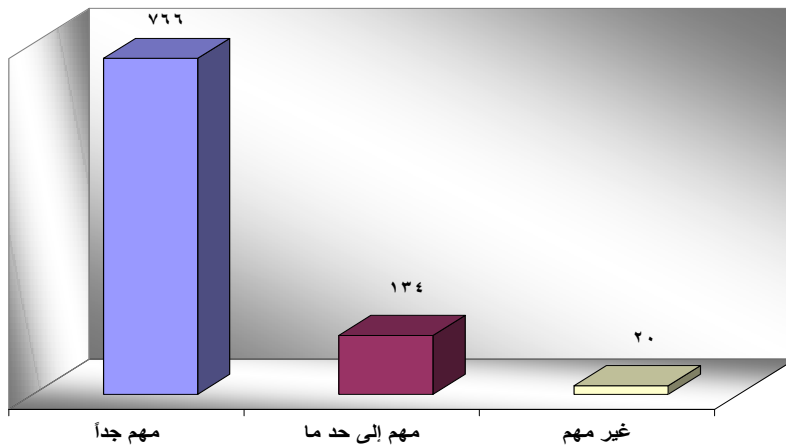
١٠- ما مدى أهمية طرح موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بالنسبة لك:

جدول (١٨)

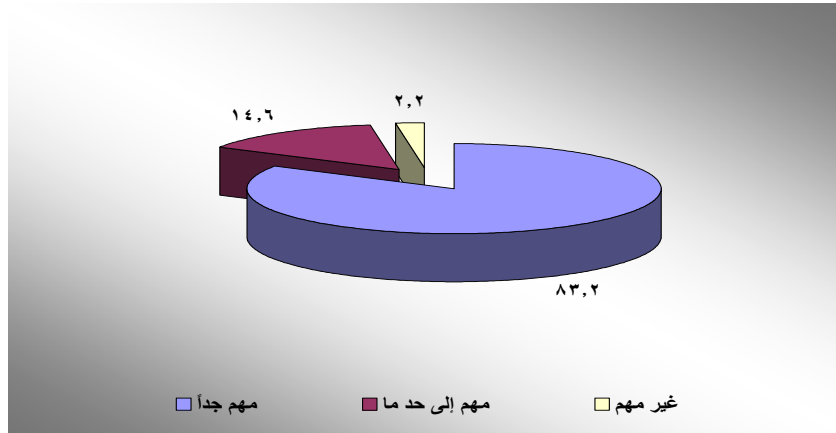
يوضح مدى أهمية طرح موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بالنسبة لأفراد الدراسة

النسبة %	العدد	ما مدى أهمية طرح موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بالنسبة لك
٨٣,٢	٧٦٦	مهم جداً
١٤,٦	١٣٤	مهم إلى حد ما
٢,٢	٢٠	غير مهم
١٠٠ %	٩٢٠	المجموع

شكل (١-١٥) يوضح مدى أهمية طرح موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بالنسبة لأفراد الدراسة



شكل (٢-١٥) يوضح مدى أهمية طرح موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بالنسبة لأفراد الدراسة



١١- ما الذي يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في تصورك؟

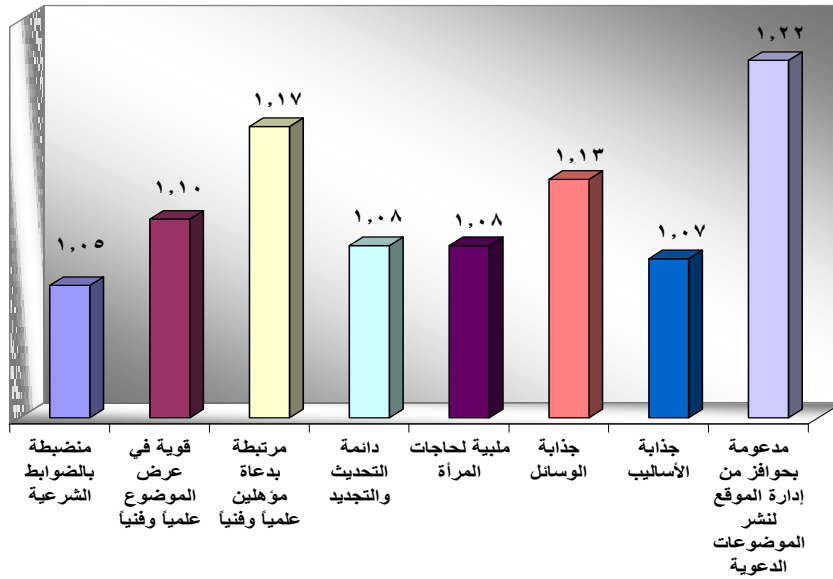
جدول رقم (١٩)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لرأي أفراد الدراسة عن ما يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية

م	ما الذي يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في تصورك	مهم جداً ١	مهم إلى حد ما ٢	غير مهم ٣	المتوسط
١	منضبطة بالضوابط الشرعية	٨٨٠	٣٣	٧	١,٠٥
	%	٩٥,٧	٣,٦	٠,٨	
٢	قوية في عرض الموضوع علمياً وفنياً	٨٣٦	٧٦	٨	١,١٠
	%	٩٠,٩	٨,٣	٠,٩	
٣	مرتبطة بدعاة مؤهلين علمياً وفنياً	٧٨٦	١١٠	٢٤	١,١٧
	%	٨٥,٤	١٢	٢,٦	
٤	دائمة التحديث والتجديد	٨٥٤	٥٧	٩	١,٠٨
	%	٩٢,٨	٦,٢	١	
٥	ملبية لحاجات المرأة	٨٥٨	٥٣	٩	١,٠٨
	%	٩٣,٣	٥,٨	١	

م	ما الذي يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في تصورك	مهم جداً ١	مهم إلى حد ما ٢	غير مهم ٣	المتوسط
٦	جاذبة الوسائل	٨١٦	٨٦	١٨	١,١٣
	%	٨٨,٧	٩,٣	٢	
٧	جاذبة الأساليب	٨٥٦	٥٥	٩	١,٠٧
	%	٩٣	٦	١	
٨	مدعومة بحوافز من إدارة الموقع لنشر الموضوعات الدعوية	٧٦٩	١٠٣	٤٨	١,٢٢
	%	٨٣,٦	١١,٢	٥,٢	

شكل رقم (١١) يوضح ما يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية



١٢- ما مدى أهمية النقاط التالية في التغلب على معوقات الدعوة إلى الله في

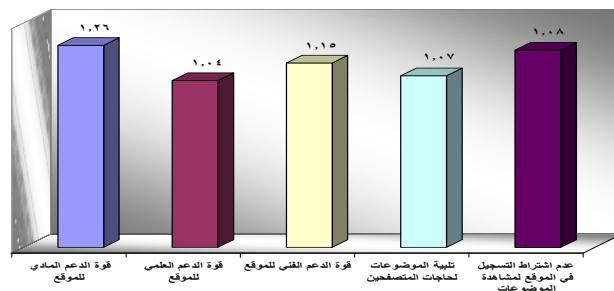
المواقع النسائية؟

جدول رقم (٢٠)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لرأي أفراد الدراسة عن أهمية النقاط التالية في التغلب على معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية

م	ما مدى أهمية النقاط التالية في التغلب على معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية	مهم جداً ١	مهم إلى حد ما ٢	غير مهم ٣	المتوسط
١	قوة الدعم المادي للموقع	٧١٨	١٦٥	٣٧	١,٢٦
		٧٨	١٧,٩	٤	
٢	قوة الدعم العلمي للموقع	٨٨٣	٣٣	٤	١,٠٤
		٩٦	٣,٦	٠,٤	
٣	قوة الدعم الفني للموقع	٧٩٣	١١٦	١١	١,١٥
		٨٦,٢	١٢,٦	١,٢	
٤	تلبية الموضوعات لحاجات المتصفحين	٨٦٠	٥٧	٣	١,٠٧
		٩٣,٥	٦,٢	٠,٣	
٥	عدم اشتراط التسجيل في الموقع لمشاهدة الموضوعات	٧٧١	٨٦	٦٣	١,٢٣
		٨٣,٨	٩,٣	٦,٨	

شكل رقم (١٧) يوضح أهمية النقاط التالية في التغلب على معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية



ثانياً : النتائج التفصيلية للمعالجة الاحصائية للاستبانات:

أولاً: المعلومات شخصية:

نوع الجنس:

جدول (٢٢) توزيع أفراد الدراسة وفقاً لنوع الجنس

الجنس	عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحة المرأة	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
ذكر	١٥	٧,٥ %	٢٠	١٦,٧ %	٦	٣ %	١١	٥,٥ %	١	٠,٥ %
أنثى	١٨٥	٩٢,٥ %	١٠٠	٨٣,٣ %	١٩٤	٩٧ %	١٨٩	٩٤,٥ %	١٩٩	٩٩,٥ %
المجموع	٢٠٠	١٠٠ %	١٢٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %

العمر:

جدول (٢٣) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للعمر

العمر	عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحة المرأة	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
أقل من ٢٠ سنة	١٥	٧,٥ %	٢٣	١٩,٢ %	١٣	٦,٥ %	٣٢	١٦ %	٨	٤ %
٢١-٣٠ سنة	٩٩	٤٩,٥ %	٥٢	٤٣,٣ %	١٢١	٦٠,٥ %	١١٧	٥٨,٥ %	٩٤	٤٧ %
٣١-٤٠ سنة	٦٨	٣٤ %	٢٨	٢٣,٣ %	٥٣	٢٦,٥ %	٣٨	١٩ %	٧١	٣٥,٥ %
٤١-٥٠ سنة	١٢	٦ %	١٦	١٣,٣ %	١٣	٦,٥ %	٩	٤,٥ %	٢٤	١٢ %
أكثر من ٥١ سنة	٦	٣ %	١	٠,٨ %	-	-	٤	٢ %	٣	١,٥ %
المجموع	٢٠٠	١٠٠ %	١٢٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %

الحالة الاجتماعية:

جدول (٢٤) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحدة المرأة	
	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد
أعزب	٣٩,٥ %	٧٩	٥٢,٥ %	٦٣	٣٥ %	٧٠	٥١,٥ %	١٠٣	٢٥,٥ %	٥١
مطلق	٢ %	٤	٢,٥ %	٣	١ %	٢	١ %	٢	٢ %	٤
أرمل	—	—	—	—	—	—	١ %	٢	—	—
متزوج	٥٨,٥ %	١١٧	٤٥ %	٥٤	٦٤ %	١٢٨	٤٦,٥ %	٩٣	٧٢,٥ %	١٤٥
المجموع	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	١٢٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠

المستوى التعليمي:

جدول (٢٥) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحدة المرأة	
	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد
ابتدائي فما دون	٢,٥ %	٥	٢,٥ %	٣	٣,٥ %	٧	٢ %	٤	٥ %	١٠
متوسط	٥ %	١٠	٣,٣ %	٤	٤ %	٨	٤ %	٨	٢,٥ %	٥
ثانوي	٢٦,٥ %	٥٣	٢٣,٣ %	٢٨	٢٠,٥ %	٤١	٢٥,٥ %	٥١	٢٥ %	٥٠
جامعي	٥٨,٥ %	١١٧	٦٠,٨ %	٧٣	٦٦ %	١٣٢	٦٢ %	١٢٤	٦١ %	١٢٢
ماجستير	٦,٥ %	١٣	٥ %	٦	٤,٥ %	٩	٦,٥ %	١٣	٦ %	١٢
دكتوراه	١ %	٢	٥ %	٦	١,٥ %	٣	—	—	٠,٥ %	١
المجموع	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	١٢٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠

المهنة:

جدول (٢١) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للمهنة

المهنة	عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحة المرأة	
	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد
طالب	٢٠ %	٤٠	٥,٨ %	٧	٢٣ %	٤٦	١٨ %	٣٦	١٨ %	٣٦
موظف حكومي	١٧ %	٣٤	٣٠ %	٣٦	١٧ %	٣٤	٢٧,٥ %	٥٥	١١,٥ %	٢٣
موظف أهلي	٢٠,٥ %	٤١	٢٧,٥ %	٣٣	١٣ %	٢٦	١٢ %	٢٤	٢٠,٥ %	٤١
غير موظف	٧ %	١٤	١٥ %	١٨	٧,٥ %	١٥	١٠ %	٢٠	٧ %	١٤
أخرى	٣٥,٥ %	٧١	٢١,٧ %	٢٦	٣٩,٥ %	٧٩	٣٢,٥ %	٦٥	٤٣ %	٨٦
المجموع	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	١٢٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠

ثانياً: موقف النساء من المواقع النسائية:

١ - ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد:

جدول (٢٧) يوضح ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد

ساعات تصفحك للانترنت في اليوم الواحد	عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحة المرأة	
	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد
أقل من ساعة	١٠ %	٢٠	١٦,٧ %	٢٠	٥,٥ %	١١	٩,٥ %	١٩	١٠,٥ %	٢١
ساعة إلى أقل من ساعتين	١٦,٥ %	٣٣	٢٦,٧ %	٣٢	١٣ %	٢٦	١٨ %	٣٦	٢٨,٥ %	٥٧
ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات	٣١ %	٦٢	١٧,٥ %	٢١	٢٨ %	٥٦	٢٧ %	٥٤	٢٥,٥ %	٥١

٣ ساعات إلى أقل من ٤ ساعات	٢٤	% ١٢	٢٦	% ٢١,٧	٤١	% ٢٠,٥	٣٦	% ١٨	٣٣	% ١٦,٥
٤ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات	٢٦	% ١٣	١١	% ٩,٢	٢٤	% ١٢	٢٩	% ١٤,٥	١٩	% ٩,٥
٥ ساعات فأكثر	٣٥	% ١٧,٥	١٠	% ٨,٣	٤٢	% ٢١	٢٦	% ١٣	١٩	% ٩,٥
المجموع	٢٠٠	% ١٠٠	١٢٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠

٢- هل تتصفح المواقع النسائية يومياً:

جدول (٢٨) يوضح مدى تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية يومياً

هل تتصفح المواقع النسائية يومياً	عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحدة المرأة	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
نعم	١٣٠	% ٦٥	٥٣	% ٤٤,٢	١٧٣	% ٨٦,٥	١٣٠	% ٦٥	١٢٦	% ٦٣
لا	٧٠	% ٣٥	٦٧	% ٥٥,٨	٢٧	% ١٣,٥	٧٠	% ٣٥	٧٤	% ٣٧
المجموع	٢٠٠	% ١٠٠	١٢٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠

٣- أيام تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في الأسبوع:

جدول (٢٩) يوضح أيام تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في الأسبوع

أيام تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في الأسبوع	عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحدة المرأة	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
يوم	٥٠	% ٢٥	٥١	% ٤٢,٥	١٨	% ٩	٤٠	% ٢٠	٤٢	% ٢١
يومان	٢٤	% ١٢	١٥	% ١٢,٥	١٥	% ٧,٥	٢٦	% ١٣	٢٤	% ١٢
ثلاثة أيام	٢٣	% ١١,٥	١٧	% ١٤,٢	١١	% ٥,٥	٢١	% ١٠,٥	٢٧	% ١٣,٥

أربعة أيام	٢٢	% ١١	٦	% ٥	١٦	% ٨	٢٠	% ١٠	٢٢	% ١١
خمسة أيام	٢٩	% ١٤,٥	٩	% ٧,٥	٢٨	% ١٤	١٩	% ٩,٥	٢٩	% ١٤,٥
ستة أيام	١١	% ٥,٥	٦	% ٥	١٧	% ٨,٥	١٦	% ٨	١٣	% ٦,٥
سبعة أيام	٤١	% ٢٠,٥	١٦	% ١٣,٣	٩٥	% ٤٧,٥	٥٨	% ٢٩	٤٣	% ٢١,٥
المجموع	٢٠٠	% ١٠٠	١٢٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠

٤ - ساعات تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في اليوم الواحد:

جدول (٣٠) يوضح ساعات تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في اليوم الواحد

ساعات تصفحك للانترنت		عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحدة المرأة
العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد
٦١	% ٣٠,٥	٥٥	% ٤٥,٨	٢٥	% ١٢,٥	٥٦	% ٢٨	٦٥	% ٣٢,٥	أقل من ساعة
٦٧	% ٣٣,٥	٣٣	% ٢٧,٥	٥٦	% ٢٨	٥٩	% ٢٩,٥	٦٥	% ٣٢,٥	ساعة إلى أقل من ساعتين
٤٢	% ٢١	١٤	% ١١,٧	٥٣	% ٢٦,٥	٣٥	% ١٧,٥	٣٧	% ١٨,٥	ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات
١٥	% ٧,٥	٦	% ٥	٢٨	% ١٤	٢١	% ١٠,٥	١٤	% ٧	٣ ساعات إلى أقل من ٤ ساعات
٥	% ٢,٥	٥	% ٤,٢	١٩	% ٩,٥	١٤	% ٧	٩	% ٤,٥	٤ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات
١٠	% ٥	٧	% ٥,٨	١٩	% ٩,٥	١٥	% ٧,٥	١٠	% ٥	٥ ساعات فأكثر
٢٠٠	% ١٠٠	١٢٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠	٢٠٠	% ١٠٠	المجموع

٥- ما مدى زيارة أفراد العينة للمواقع قيد الدراسة:

(الجدول هنا موجود في ملف مستقل بمسمى الجداول عرضي)

٦- ما مدى استفادتك من المواقع النسائية:

جدول (٣٢) يوضح مدى استفادة أفراد الدراسة من المواقع النسائية

واحدة المرأة		لها أون لاين		لك		دعوتها		عالم حواء		ما مدى استفادتك من المواقع النسائية
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	
٦٣ %	١٢٦	٦٦,٥ %	١٣٣	٧٩,٥ %	١٥٩	٤٥ %	٥٤	٦٩ %	١٣٨	دائماً
٣٣ %	٦٦	٢٩,٥ %	٥٩	١٩ %	٣٨	٤٥,٨ %	٥٥	٢٦,٥ %	٥٣	أحياناً
٤ %	٨	٤ %	٨	١,٥ %	٣	٩,٢ %	١١	٤,٥ %	٩	ليس لها فائدة
١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	١٢٠	١٠٠ %	٢٠٠	المجموع

٧- مامدى تفضيلك للمواد التالية:

(الجدول هنا موجود في ملف مستقل بمسمى الجداول عرضي)

٨- هل تقومين بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية:

جدول (٣٤) يوضح مدى قيام أفراد الدراسة بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية

هل تقومين بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية		عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحدة المرأة	
العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
١١٤	٥٧ %	٦٠	٥٠ %	١٤٧	٧٣,٥ %	١١٦	٥٨ %	١٠٠	٥٠ %		نعم
٨٦	٤٣ %	٦٠	٥٠ %	٥٣	٢٦,٥ %	٨٤	٤٢ %	١٠٠	٥٠ %		لا
٢٠٠	١٠٠ %	١٢٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %		المجموع

٩- ما مدى استفادتك من الموضوعات الدعوية التي تطرح في المواقع النسائية:

جدول (٣٥)

يوضح مدى استفادة أفراد الدراسة من الموضوعات الدعوية التي تطرح في المواقع النسائية

ما مدى استفادتك من الموضوعات الدعوية التي تطرح في المواقع النسائية		عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحدة المرأة	
العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
١٢٧	٦٣,٥ %	٥٧	٤٧,٥ %	١٢٦	٦٣ %	١١٠	٥٥ %	١١٢	٥٦ %		دائماً
٦٧	٣٣,٥ %	٥٥	٤٥,٨ %	٧٠	٣٥ %	٨٢	٤١ %	٨١	٤٠,٥ %		أحياناً
٦	٣ %	٨	٦,٧ %	٤	٢ %	٨	٤ %	٧	٣,٥ %		ليس لها فائدة
٢٠٠	١٠٠ %	١٢٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %		المجموع

١٠- ما مدى أهمية طرح موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بالنسبة

لك:

جدول (٣٦)

يوضح مدى أهمية طرح موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بالنسبة
لأفراد الدراسة

ما مدى أهمية طرح موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بالنسبة لك		عالم حواء		دعوتها		لك		لها أون لاين		واحدة المرأة	
العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
١٧٢	٨٦ %	١٠٦	٨٨,٣ %	١٧٢	٨٦ %	١٦٢	٨١ %	١٥٤	٧٧ %		
٢٥	١٢,٥ %	١١	٩,٢ %	٢٦	١٣ %	٣٢	١٦ %	٤٠	٢٠ %		
٣	١,٥ %	٣	٢,٥ %	٢	١ %	٦	٣ %	٦	٣ %		
٢٠٠	١٠٠ %	١٢٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %	٢٠٠	١٠٠ %		

١١- ما الذي يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في تصورك؟

(الجدول هنا موجود في ملف مستقل. يسمى الجدول عرضي)

١٢ - ما مدى أهمية النقاط التالية في التغلب على معوقات الدعوة إلى الله في

المواقع النسائية؟

(الجدول هنا موجود في ملف مستقل بمسمى الجداول عرضي)

المبحث الثاني: نتائج أداة البحث (الملاحظة):

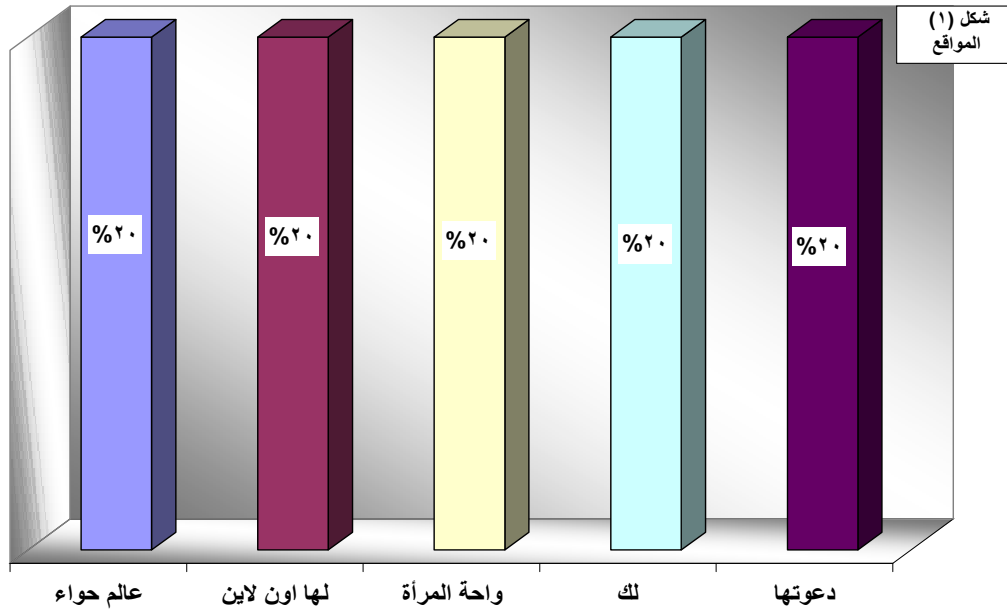
سأبين فيما يلي التكرارات والنسب المئوية لكل فقرة من فقرات الاستمارة وفق محاورها وذلك للمواقع الخمسة جميعاً وسأعرض الرسوم البيانية لها، ثم سأعرض نتائج كل موقع من المواقع الخمسة - قيد الدراسة - بالتفصيل.

وأبدأ بعرض المواقع التي تمت عليها الملاحظة وذلك كما يلي:

جدول رقم (١)

يوضح أسماء المواقع التي تمت عليها الملاحظة

م	المواقع	النسبة %
١	عالم حواء	٢٠%
٢	لها أون لاين	٢٠%
٣	واحة المرأة	٢٠%
٤	لك	٢٠%
٥	دعوتها	٢٠%



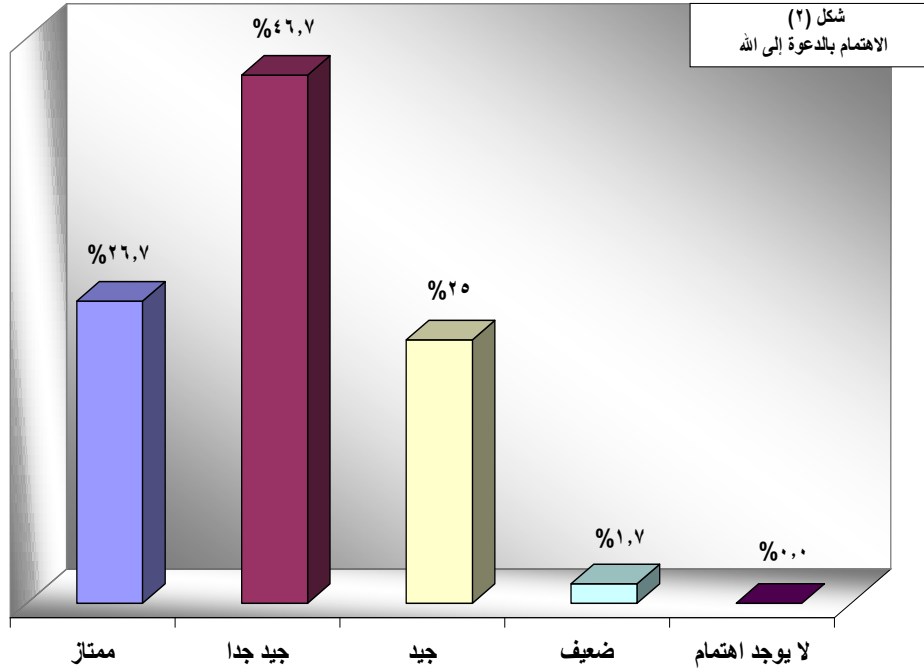
أولاً: النتائج العامة للمعالجة الإحصائية لاستثمارات الملاحظة:

أولاً: الاهتمام بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (٢)

الاهتمام بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية

م	الاهتمام بالدعوة إلى الله	النسبة %
١	ممتاز	٢٦,٧ %
٢	جيد جداً	٤٦,٧ %
٣	جيد	٢٥ %
٤	ضعيف	١,٧ %
٥	لا يوجد اهتمام	—

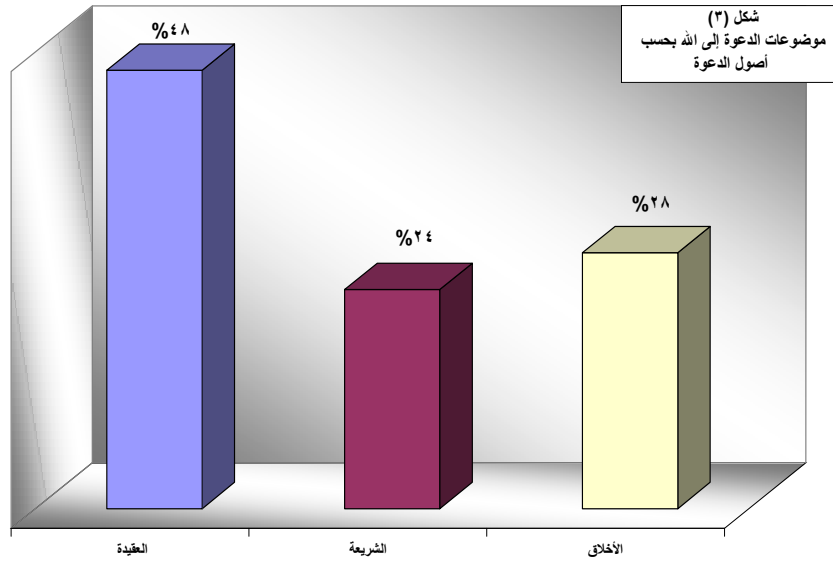


ثانياً: موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (٣)

(أ) تصنيف خاص بحسب أصول الدعوة

م	الموضوعات بحسب أصول الدعوة	النسبة %
١	العقيدة	٤٨ %
٢	الشريعة	٢٤ %
٣	الأخلاق	٢٨ %

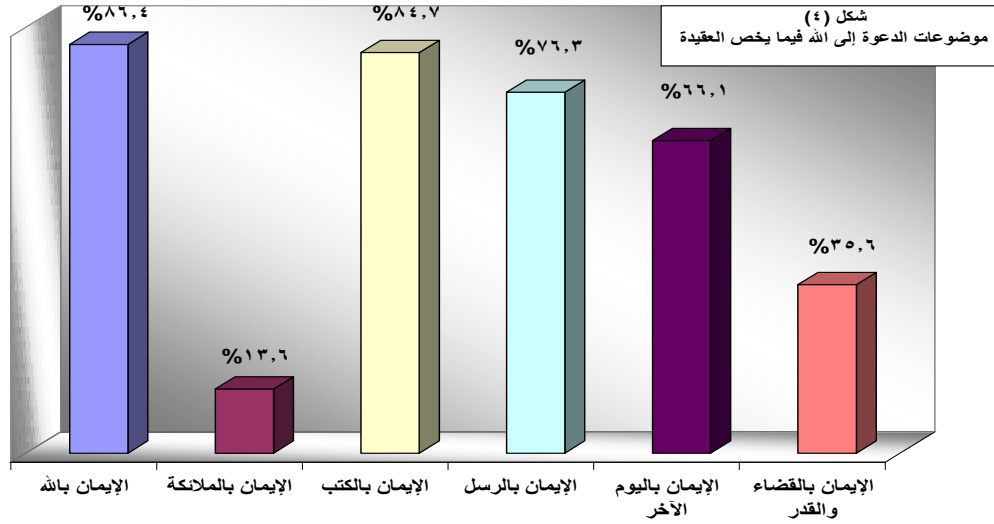


جدول رقم (٤)

موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية فيما يخص العقيدة

م	موضوعات الدعوة إلى الله فيما يخص العقيدة	النسبة %
١	الإيمان بالله	٨٦,٤ %
٢	الإيمان بالملائكة	١٣,٦ %
٣	الإيمان بالكتب	٨٤,٧ %
٤	الإيمان بالرسول	٧٦,٣ %

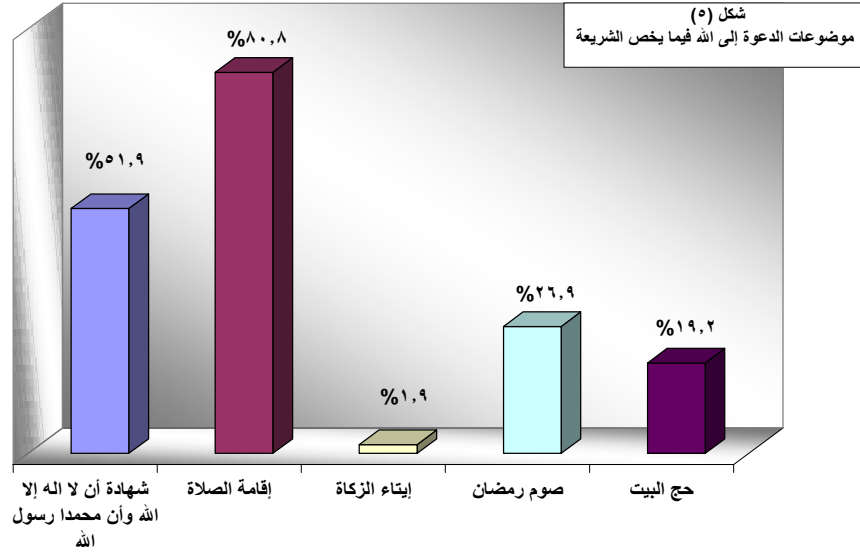
٥	الإيمان باليوم الآخر	٦٦,١ %
٦	الإيمان بالقضاء والقدر	٣٥,٦ %



جدول رقم (٥)

موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية فيما يخص الشريعة

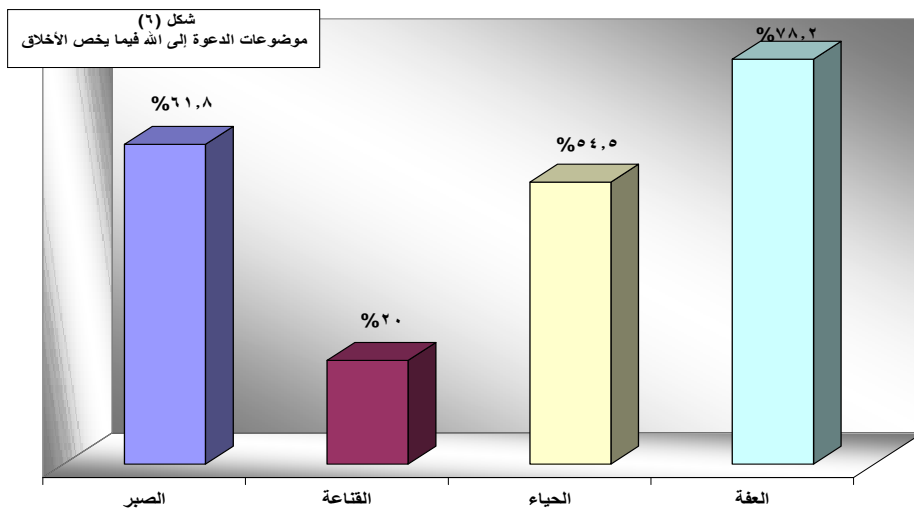
م	موضوعات الدعوة إلى الله فيما يخص الشريعة	النسبة %
١	شهادة أن لا إله إلا الله وأن محمدا رسول الله	٥١,٩ %
٢	إقامة الصلاة	٨٠,٨ %
٣	إيتاء الزكاة	١,٩ %
٤	صوم رمضان	٢٦,٩ %
٥	حج البيت	١٩,٢ %



جدول رقم (٦)

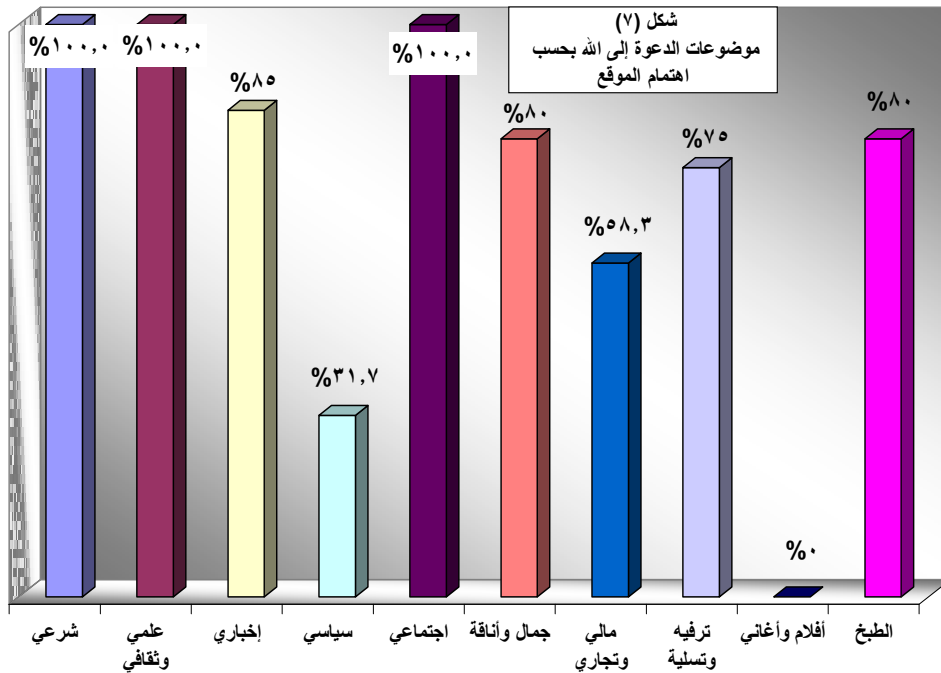
موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية فيما يخص الأخلاق

م	موضوعات الدعوة إلى الله فيما يخص الأخلاق	النسبة %
١	الصبر	٦١,٨%
٢	القناعة	٢٠%
٣	الحياء	٥٤,٥%
٤	العفة	٧٨,٢%



جدول رقم (٧)
(ب) تصنيف عام بحسب اهتمام الموقع:

م	موضوعات الدعوة إلى الله بحسب اهتمام الموقع	النسبة %
١	شرعي	١٠٠%
٢	علمي وثقافي	١٠٠%
٣	إخباري	٨٥%
٤	سياسي	٣١,٧%
٥	اجتماعي	١٠٠%
٦	جمال وأناقة	٨٠%
٧	مالي وتجاري	٥٨,٣%
٨	ترفيه وتسليه	٧٥%
٩	أفلام وأغاني	-
١٠	الطبخ	٨٠%

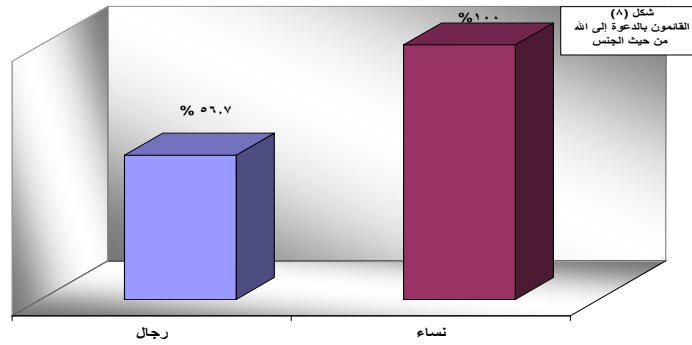


ثالثاً: القائمون بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (٨)

القائمون بالدعوة من حيث الجنس

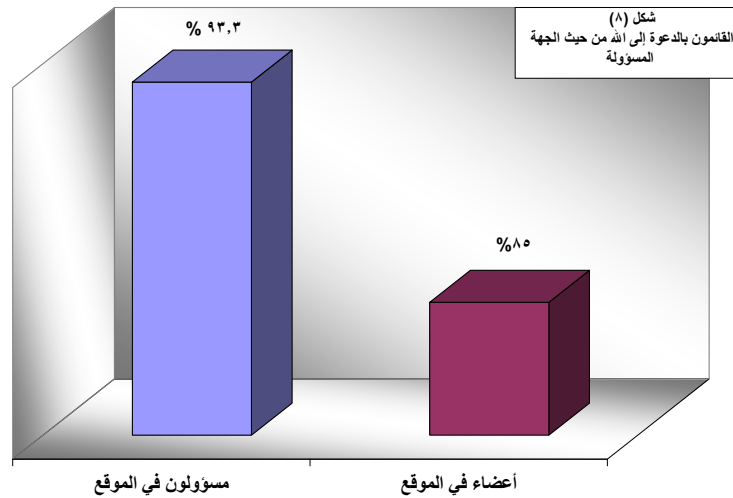
م	القائمون بالدعوة إلى الله من حيث الجنس	النسبة %
١	رجال	٥٦,٧ %
٢	نساء	١٠٠ %



جدول رقم (٩)

القائمون بالدعوة إلى الله من حيث الجهة المسؤولة

م	القائمون بالدعوة إلى الله من حيث الجهة المسؤولة	النسبة %
١	مستولون في الموقع	٩٣,٣ %
٢	أعضاء في الموقع	٨٥ %

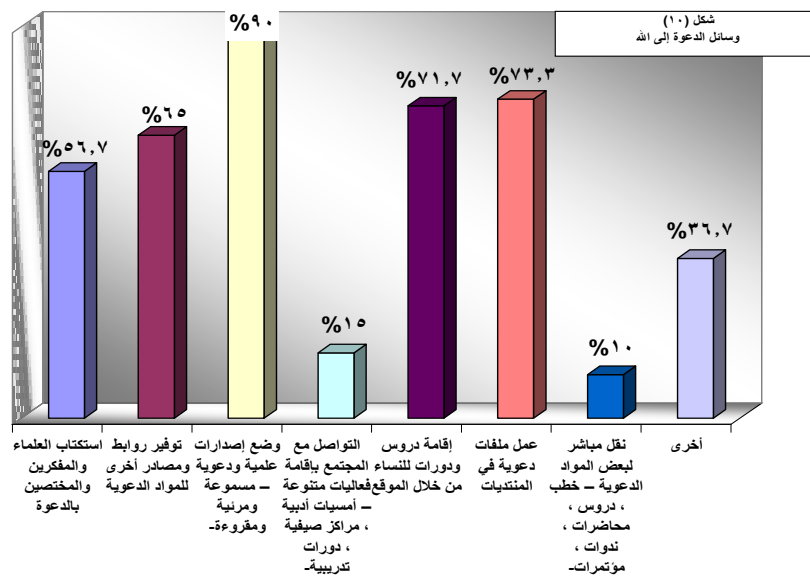


رابعاً: وسائل الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية :

جدول رقم (١٠)

وسائل الدعوة إلى الله في المواقع النسائية

م	وسائل الدعوة إلى الله	النسبة %
١	استكتاب العلماء والمفكرين والمختصين بالدعوة	٥٦,٧%
٢	توفير روابط ومصادر أخرى للمواد الدعوية	٦٥%
٣	وضع إصدارات علمية ودعوية - مسموعة ومرئية ومقروءة-	٩٠%
٤	التواصل مع المجتمع بإقامة فعاليات متنوعة - أمسيات أدبية ، مراكز صيفية، دورات تدريبية-	١٥%
٥	إقامة دروس ودورات للنساء من خلال الموقع	٧١,٧%
٦	عمل ملفات دعوية في المنتديات	٧٣,٣%
٧	نقل مباشر لبعض المواد الدعوية - خطب ، دروس ، محاضرات ، ندوات، مؤتمرات-	١٠%
٨	أخرى: (شريط إعلانات للمواد والأخبار الدعوية، إقامة فعاليات متميزة ومسابقات للعضوات في المناسبات، إصدار مجلة إلكترونية، تخصيص منتدى للإعلان عن الفعاليات النسائية الدعوية، تسميع مباشر للقرآن عبر برامج التراسل الفوري، تخصيص منتدى للناشطة، تعدد المنتديات)	٣٦,٧%

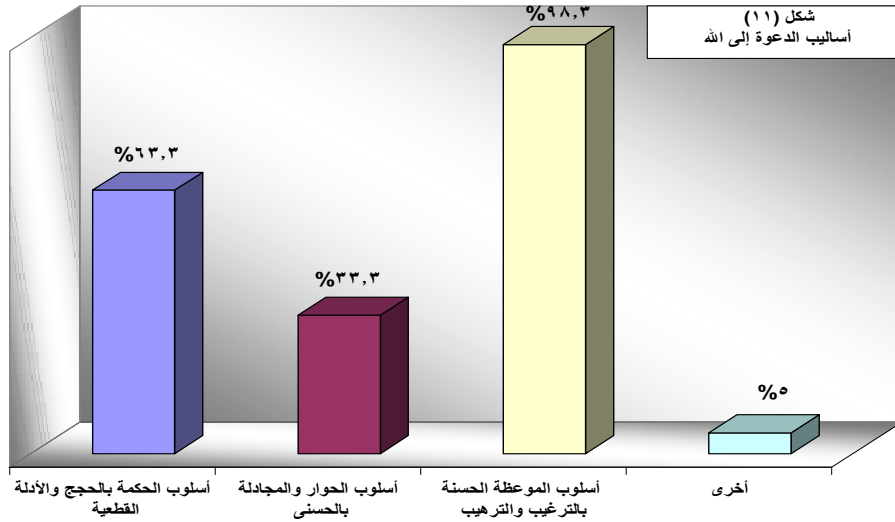


خامساً: أساليب الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (١١)

أساليب الدعوة إلى الله في المواقع النسائية

م	أساليب الدعوة إلى الله	النسبة %
١	أسلوب الحكمة بالحجج والأدلة القطعية	٦٣,٣%
٢	أسلوب الموعظة الحسنة بالترغيب والترهيب	٩٨,٣%
٣	أسلوب الحوار والمجادلة بالحسنى	٣٣,٣%
٤	أخرى: (ندوات، نقاشات)	٥%



سادساً: العوامل المؤثرة في نجاح الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة

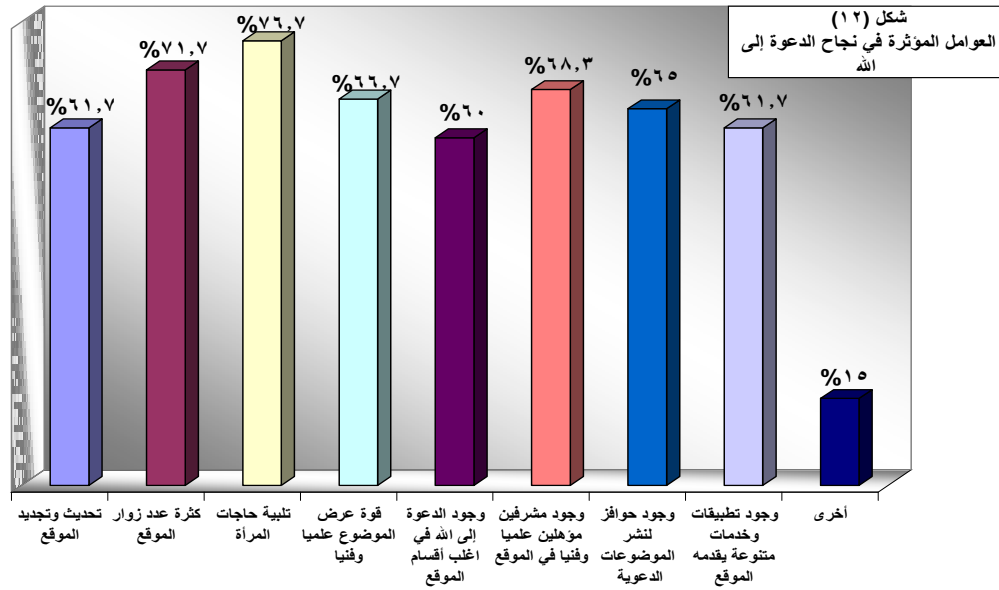
المعلومات العالمية

جدول رقم (١٢)

العوامل المؤثرة في نجاح الدعوة إلى الله

م	العوامل المؤثرة في نجاح الدعوة إلى الله	النسبة %
١	تحديث وتجديد الموقع	٦١,٧%
٢	كثرة عدد زوار الموقع	٧١,٧%
٣	تلبية حاجات المرأة	٧٦,٧%

٤	قوة عرض الموضوع علميا وفنيا	%٦٦,٧
٥	وجود الدعوة إلى الله في اغلب أقسام الموقع	%٦٠
٦	وجود مشرفين مؤهلين علميا وفنيا في الموقع	%٦٨,٣
٧	وجود حوافز لنشر الموضوعات الدعوية	%٦٥
٨	وجود تطبيقات وخدمات متنوعة يقدمه الموقع	%٦١,٧
٩	أخرى: (تعدد المنتديات، جودة الموضوعات، تغطية الفعاليات الدعوية، تفاعل الأعضاء، متابعة الأخبار النسائية في وسائل الإعلام، طرح موضوعات جديدة، التخصص في الموضوعات النسائية)	%١٥

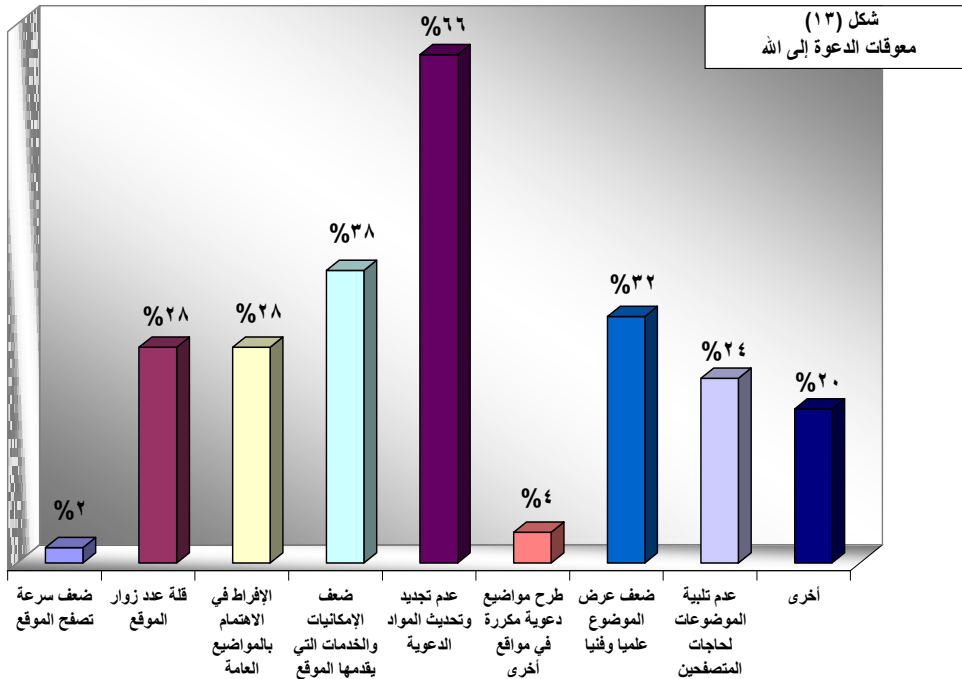


سابعاً: معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (١٣)

معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية

م	معوقات الدعوة إلى الله	النسبة %
١	ضعف سرعة تصفح الموقع	٢%
٢	قلة عدد زوار الموقع	٢٨%
٣	الإفراط في الاهتمام بالمواضيع العامة	٢٨%
٤	ضعف الإمكانيات والخدمات التي يقدمها الموقع	٣٨%
٥	عدم تجديد وتحديث المواد الدعوية	٦٦%
٦	طرح مواضيع دعوية مكررة في مواقع أخرى	٤%
٧	ضعف عرض الموضوع علمياً وفنياً	٣٢%
٨	عدم تلبية الموضوعات لحاجات المتصفحين	٢٤%
٩	أخرى: (عدم تفاعل الأعضاء، قلة الموضوعات الدعوية، تشتيت الجهود الدعوية بكثرة المنتديات الدعوية، عدم مراعاة ملائمة الوقت للموضوعات، اشتراط التسجيل لمشاهدة الموضوعات، التكلف في اللغة)	٢٠%



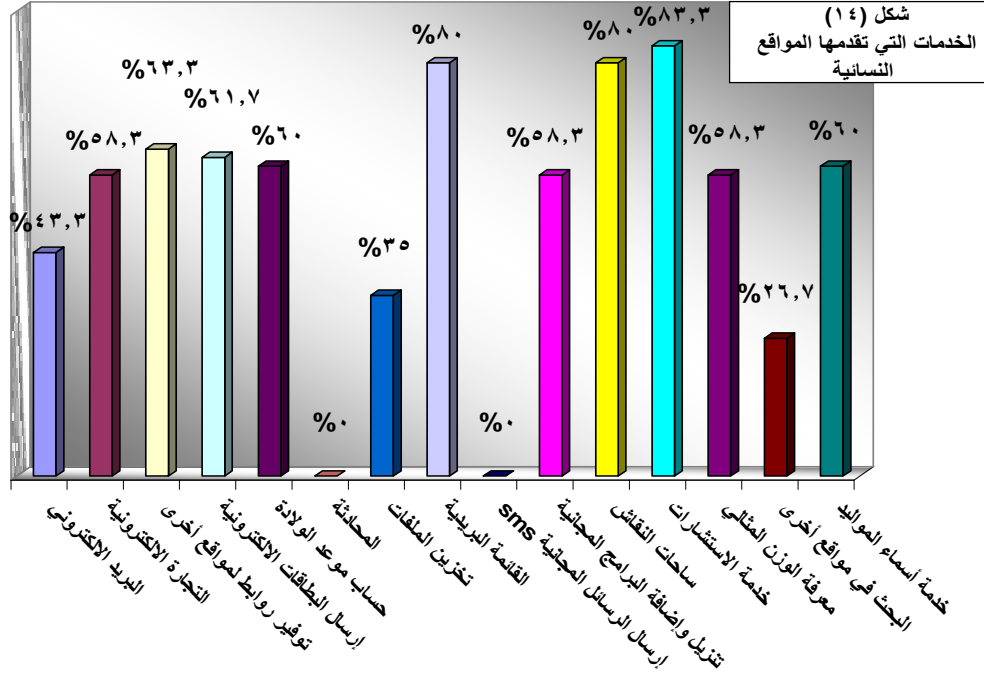
ثامناً: الخدمات التي تقدمها المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (١٤)

الخدمات التي تقدمها المواقع النسائية

م	الخدمات التي تقدمها المواقع النسائية	النسبة %
١	البريد الالكتروني	٤٣,٣%
٢	التجارة الالكترونية	٥٨,٣%
٣	توفير روابط لمواقع أخرى	٦٣,٣%
٤	إرسال البطاقات الالكترونية	٦١,٧%
٥	حساب موعد الولادة	٦٠%
٦	المحادثة	—
٧	تخزين الملفات	٣٥%
٨	القائمة البريدية	٨٠%
٩	إرسال الرسائل المجانية sms	—
١٠	تزييل وإضافة البرامج المجانية	٥٨,٣%
١١	ساحات النقاش	٨٠%
١٢	خدمة الاستشارات	٨٣,٣%
١٣	معرفة الوزن المثالي	٥٨,٣%
١٤	البحث في مواقع أخرى	٢٦,٧%
١٥	خدمة أسماء المواليد	٦٠%
١٦	أخرى: (بلوتوث دعوي، البحث في القرآن، برنامج محول القياسات، استطلاعات، حوارات حية، توافيق دعوية، العمل التطوعي، رسائل (sms) تفاعلية برسوم، وظائف للمرأة، مركز تحميل للصور، دردشة (vip) برسوم، إخبار صديق، عروض بوربوينت، اختبري نفسك، مدونات، شريط أخبار للفعاليات الدعوية، مجموعات بريدية، محرك بحث، تخزين ملفات برسوم، خدمات المرأة كحساب مراحل الحمل، كتب مجانية، ملفات دعوية،	٧٨,٣%

	<p>خلفيات، حاسبة الزكاة، الترجمة الفورية، حالة الطقس، التقويم، سوق البورصة، الساعة الإسلامية، محول الوحدات، أدوات الصحة والرشاقة، ألعاب، تكرات</p>	
--	--	--



ثانياً : النتائج التفصيلية للمعالجة الإحصائية لاستمارات الملاحظة:

أولاً: الاهتمام بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:
تم استخدام المقياس الخماسي: (ممتاز، جيد جداً، جيد، ضعيف، لا يوجد اهتمام)
لقياس درجة الاهتمام بالدعوة إلى الله في المواقع الخمسة قيد الدراسة.

جدول رقم (١٥)

التوزيع التكراري للاهتمام بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية

م	الاهتمام بالدعوة إلى الله	المواقع				
		عالم حواء	لها أون لاين	واحة المرأة	لك	دعوتها
١	ممتاز	ت	٦	٤	٣	١
	%	%١٦,٧	%٥٠	%٣٣,٣	%٢٥	%٨,٣
٢	جيد جداً	ت	٨	٥	٨	٤
	%	%٦٦,٧	%٢٥	%٤١,٧	%٦٦,٧	%٣٣,٣
٣	جيد	ت	٢	٣	١	٦
	%	%١٦,٧	%٢٥	%٢٥	%٨,٣	%٥٠
٤	ضعيف	ت	صفر	صفر	صفر	١
	%	%	صفر	صفر	صفر	%٨,٣
٥	لا يوجد اهتمام	ت	صفر	صفر	صفر	صفر
	%	%	صفر	صفر	صفر	صفر

ثانياً: موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية: في هذا المحور تم رصد موضوعات الدعوة إلى الله في شبكة المعلومات العلمية من خلال المواقع الخمسة وذلك : بحسب أصول الدعوة ؛ العقيدة والشريعة والأخلاق ، مع بيان ذلك بالتفصيل بحسب كل فقرة من فقرات أصول الدعوة ولكل موقع بشكل منفصل.

جدول رقم (١٦)

التوزيع التكراري لموضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية بحسب أصول الدعوة

م	الموضوعات بحسب أصول الدعوة	%	المواقع			
			عالم حواء	لها أون لايين	واحة المرأة	لك دعوتها
١	العقيدة	%	٤٨,٩	٤٤,٧	٥٤,٣	٣٢,٨
٢	الشريعة	%	٢١,٧	٢٥,٥	٢٠,٤	٣٥,٤
٣	الأخلاق	%	٢٩,٣	٢٩,٨	٢٥,٤	٣١,٨

جدول رقم (١٧)

موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية فيما يخص العقيدة

م	موضوعات الدعوة إلى الله فيما يخص العقيدة	%	المواقع			
			عالم حواء	لها أون لايين	واحة المرأة	لك دعوتها
١	الإيمان بالله	%	٩١,٧	٨٣,٣	٨٣,٣	٨٣,٣
٢	الإيمان بالملائكة	%	٨,٣	٨,٣	٣٣,٣	٨,٣
٣	الإيمان بالكتب	%	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠
٤	الإيمان بالرسول	%	٩١,٧	٧٥	١٠٠	٩١,٧

٥	الإيمان باليوم الآخر	%	%٩١,٧	%٤١,٧	%٩١,٧	%٨٣,٣	%١٨,٢
٦	الإيمان بالقضاء والقدر	%	%٦٦,٧	%١٦,٧	%٥٨,٣	%٣٣,٣	صفر

جدول رقم (١٨)

موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية فيما يخص الشريعة

م	موضوعات الدعوة إلى الله فيما يخص الشريعة	%	المواقع			
			عالم حواء	لها أون لاين	واحة المرأة	لك دعوتها
١	شهادة أن لا اله إلا الله وأن محمدا رسول الله	%	%٦٦,٧	%٢٨,٦	%٤١,٧	%٢٥
٢	إقامة الصلاة	%	%١٠٠	%٧١,٤	%٨٣,٣	%٣٣,٣
٣	إيتاء الزكاة	%	صفر	%١٤,٣	صفر	صفر
٤	صوم رمضان	%	%٢٥	%٤٢,٩	%٢٥	%٣٣,٣
٥	حج البيت	%	%٨,٣	%٢٨,٦	%٢٥	%٢٢,٢

جدول رقم (١٩)

موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية فيما يخص الأخلاق

م	موضوعات الدعوة إلى الله فيما يخص الأخلاق	%	المواقع			
			عالم حواء	لها أون لاين	واحة المرأة	لك دعوتها

١	الصبر	%	%١٠٠	%٥٠	%٦٣,٦	%٦٦,٧	%٣٠
٢	القناعة	%	%٤٠	%٣٣,٣	%١٨,٢	%٨,٣	صفر
٣	الحياء	%	%٦٠	%٥٨,٣	%٧٢,٧	%٥٨,٣	%٢٠
٤	العفة	%	%٧٠	%٧٥	%٦٣,٦	%٨٣,٣	%١٠٠

جدول رقم (٢٠)

موضوعات الدعوة إلى الله

في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية بحسب اهتمام الموقع

م	موضوعات الدعوة إلى الله بحسب اهتمام الموقع	%	المواقع				دعوتها
			عالم حواء	لها أون لاين	واحة المرأة	لك	
١	شرعي	%	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
٢	علمي وثقافي	%	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
٣	إخباري	%	%١٠٠	%١٠٠	%٥٨,٣	%٦٦,٧	%١٠٠
٤	سياسي	%	%٨,٣	%١٠٠	%٤١,٧	%٨,٣	صفر
٥	اجتماعي	%	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
٦	جمال وأناقة	%	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	صفر
٧	مالي وتجاري	%	%١٠٠	صفر	%٩١,٧	%١٠٠	صفر
٨	ترفيه وتسلية	%	%٩١,٧	%٩١,٧	%٩١,٧	%١٠٠	صفر
٩	أفلام وأغاني	%	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر
١٠	الطبخ	%	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	صفر

ثالثاً: القائمون بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (٢١)

القائمون بالدعوة إلى الله

في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية من حيث الجنس

م	القائمون بالدعوة إلى الله من حيث الجنس	%	المواقع			
			عالم حواء	لها أون لاين	واحة المرأة	لك دعوتها
١	رجال	%	%١٦,٧	%١٠٠	%٨,٣	%٦٦,٧
٢	نساء	%	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

جدول رقم (٢٢)

القائمون بالدعوة إلى الله

في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية من حيث الجهة المسؤولة

م	القائمون بالدعوة إلى الله من حيث الجهة المسؤولة	%	المواقع			
			عالم حواء	لها أون لاين	واحة المرأة	لك دعوتها
١	مسؤولون في الموقع	%	%٧٥	%١٠٠	%١٠٠	%٩١,٧
٢	أعضاء في الموقع	%	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%٢٥

رابعاً: وسائل الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية :

جدول رقم (٢٣)

وسائل الدعوة إلى الله

في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية

م	وسائل الدعوة إلى الله	%	المواقع			
			عالم حواء	لها أون لاين	واحة المرأة	لك دعوتها
١	استكتاب العلماء والمفكرين والمختصين بالدعوة	%	%١٦,٧	%١٠٠	%٣٣,٣	%٣٣,٣
٢	توفير روابط ومصادر أخرى للمواد الدعوية	%	%٩١,٧	%٥٨,٣	%٧٥	%٨٣,٣
٣	وضع إصدارات علمية ودعوية - مسموعة ومرئية ومقروءة-	%	%١٠٠	%٩١,٧	%٦٦,٧	%٩١,٧
٤	التواصل مع المجتمع بإقامة فعاليات متنوعة ...	%	%٨,٣	%٥٨,٣	صفر	%٨,٣
٥	إقامة دروس ودورات للنساء من خلال الموقع	%	%٧٥	%٩١,٧	%٩١,٧	%١٠٠
٦	عمل ملفات دعوية في المنتديات	%	%١٠٠	%٦٦,٧	%١٠٠	%١٠٠
٧	نقل مباشر لبعض المواد الدعوية ...	%	%٨,٣	%٣٣,٣	صفر	%٨,٣
٨	أخرى	%	%٢٥	%٨٣,٣	%٢٥	%١٦,٧

خامساً: أساليب الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (٢٤)

أساليب الدعوة إلى الله

في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية

م	أساليب الدعوة إلى الله	%	المواقع			
			عالم حواء	لها أون لاين	واحدة المرأة	لك دعوتها
١	أسلوب الحكمة بالحجج والأدلة القطعية	%	%٥٨,٣	%٥٠	%٥٠	%٧٥
٢	أسلوب الموعظة الحسنة بالترغيب والترهيب	%	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%٩١,٧
٣	أسلوب الحوار والمجادلة بالحسنى	%	%٨,٣	%٤١,٧	%٨,٣	%٣٣,٣
٤	أخرى	%	صفر	%٨,٣	صفر	%٨,٣

سادساً: العوامل المؤثرة في نجاح لدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (٢٥)

العوامل المؤثرة في نجاح

الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية

م	العوامل المؤثرة في نجاح الدعوة إلى الله	%	المواقع			
			عالم حواء	لها أون لاين	واحة المرأة	لك دعوتها
١	تحديث وتجديد الموقع	%	٩١,٧	٨,٣	٧٥	٨٣,٣
٢	كثرة عدد زوار الموقع	%	١٠٠	٥٨,٣	١٠٠	١٠٠
٣	تلبية حاجات المرأة	%	١٠٠	٦٦,٧	١٠٠	١٦,٧
٤	قوة عرض الموضوع علميا وفنيا	%	٣٣,٣	٨٣,٣	٧٥	٦٦,٧
٥	وجود الدعوة إلى الله في اغلب أقسام الموقع	%	٨,٣	٧٥	٨٣,٣	٣٣,٣
٦	وجود مشرفين مؤهلين علميا وفنيا في الموقع	%	٢٥	١٠٠	٥٠	٨٣,٣
٧	وجود حوافز لنشر الموضوعات الدعوية	%	٩١,٧	٦٦,٧	٨٣,٣	٨٣,٣
٨	وجود تطبيقات وخدمات متنوعة يقدمه الموقع	%	٨٣,٣	٦٦,٧	٥٨,٣	١٠٠
٩	أخرى	%	١٦,٧	٨,٣	صفر	١٦,٧

سابعاً: معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (٢٦)

معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية

م	معوقات الدعوة إلى الله	%	المواقع			
			عالم حواء	ها أون لاين	واحة المرأة	لك دعوتها
١	ضعف سرعة تصفح الموقع	%	٨,٣%	صفر	صفر	صفر
٢	قلة عدد زوار الموقع	%	صفر	٥٠%	صفر	٨٣,٣%
٣	الإفراط في الاهتمام بالمواضيع العامة	%	٩١,٧%	١٢,٥%	صفر	٢٥%
٤	ضعف الإمكانيات والخدمات التي يقدمها الموقع	%	٨,٣%	٥٠%	٣٠%	صفر
٥	عدم تجديد وتحديث المواد الدعوية	%	١٦,٧%	٧٥%	٧٠%	٧٥%
٦	طرح مواضيع دعوية مكررة في مواقع أخرى	%	١٦,٧%	صفر	صفر	صفر
٧	ضعف عرض الموضوع علمياً وفنياً	%	٨٣,٣%	صفر	٤٠%	١٢,٥%
٨	عدم تلبية الموضوعات لحاجات المتصفحين	%	صفر	٥٠%	صفر	صفر
٩	أخرى	%	صفر	٥٠%	٤٠%	٢٥%

ثامناً: الخدمات التي تقدمها المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية:

جدول رقم (٢٧)

الخدمات التي تقدمها المواقع النسائية في شبكة المعلومات العالمية

م	الخدمات التي تقدمها المواقع النسائية	%	المواقع			
			عالم حواء	لها أون لاين	واحة المرأة	لك دعوتها
١	البريد الالكتروني	%	%١٦,٧	%١٠٠	%١٠٠	صفر
٢	التجارة الالكترونية	%	%١٠٠	صفر	%٩١,٧	%١٠٠
٣	توفير روابط مواقع أخرى	%	%٨٣,٣	صفر	%٣٣,٣	%١٠٠
٤	إرسال البطاقات الالكترونية	%	%٣٣,٣	%١٠٠	%٧٥	%١٠٠
٥	حساب موعد الولادة	%	%١٠٠	%١٠٠	صفر	%١٠٠
٦	المحادثة	%	صفر	صفر	صفر	صفر
٧	تخزين الملفات	%	%٥٨,٣	%٨,٣	%٨,٣	%١٠٠
٨	القائمة البريدية	%	%٨,٣	%١٠٠	%٩١,٧	%١٠٠
٩	إرسال الرسائل المجانية sms	%	صفر	صفر	صفر	صفر
١٠	تنزيل وإضافة البرامج المجانية	%	%٧٥	%٨٣,٣	%٤١,٧	%٩١,٧
١١	ساحات النقاش	%	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	صفر
١٢	خدمة الاستشارات	%	%٧٥	%١٠٠	%٧٥	%٦٦,٧
١٣	معرفة الوزن المثالي	%	%٩١,٧	%١٠٠	صفر	%١٠٠
١٤	البحث في مواقع أخرى	%	%٨٣,٣	صفر	صفر	%٥٠
١٥	خدمة أسماء المواليد	%	%٩١,٧	%١٠٠	%١٠٠	%٨,٣
١٦	أخرى	%	%٥٨,٣	%٩١,٧	%٩١,٧	%٨٣,٣

الفصل الثالث: تقويم الدراسة الميدانية.

المبحث الأول: تقويم نتائج أداة البحث الاستبيان :

بالنظر لنتائج التحليل الإحصائي العام والخاص للاستبيانات نجد مايلي:

أولاً: المعلومات الشخصية:

بيّنت نتائج الدراسة العامة في نوع الجنس أن عدد الذكور الذي يتصفحون المواقع النسائية ٥٣ رجلاً بنسبة ٥,٨٪ ، وأن النساء عددهن ٨٦٧ امرأة بنسبة ٩٤,٢٪. وهو ماثبت وجود الرجال في المواقع النسائية وأن حضورهم فيها ربما كان واضحاً وحيوياً كما تبين للباحثة ذلك عبر الملاحظة. وأن النسبة الأعلى للعمر الأكثر إجابة على الاستبيان كان لعمر ٢١-٣٠ سنة بنسبة ٥٢,٥٪، والأدنى كانت لمن هم أكثر من ٥١ سنة بنسبة ١,٥٪، وهذا يبين أن سن الشباب هو الأعلى تصفحاً للشبكة العنكبوتية. أما الحالة الاجتماعية فكانت النسبة الأعلى لمن كان متزوجاً بواقع ٥٨,٤٪ ، والنسبة الأدنى لمن كان أرملاً بواقع ٠,٢٪. وفي المستوى التعليمي جاءت النسبة الأعلى لمن كان جامعياً بنسبة ٦١,٧٪ ، والنسبة الأدنى لمن يحمل شهادة الدكتوراه بنسبة ١,٣٪. وفي المهنة النسبة الأعلى كانت لمن كان متفرغاً وغير ملتحق بوظيفة بنسبة ٣٥,٦٪ ، والأدنى لمن كان موظفاً وظيفه أهلية بنسبة ٨,٨٪، وهو ما يناسب طبيعة الشبكة التي تتطلب وقتاً أطول للتجول في أفنانها.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية في نوع الجنس للمجيبين على الاستبيان أن عدد الذكور الذين يتصفحون موقع دعوتها أكثر من غيره من المواقع الأخرى بنسبة ١٦,٧٪ ، وأقل نسبة لتصفح الرجال كان لموقع واحة المرأة بنسبة ٠,٥٪.

أما عدد النساء الأكبر فكان لموقع واحة المرأة بنسبة ٩٩,٥٪ ، والأدنى لموقع دعوتها بنسبة ٨٣,٣٪ .

وفي العمر تبين أن أعلى نسبة تصفح لمن هم أقل من ٢٠ سنة كانت لموقع دعوتها

بمقدار ١٩,٢ ٪ ، وأن الأقل كانت لموقع واحة المرأة بنسبة ٤ ٪.

أما عمر ٢١-٣٠ سنة فكانت النسبة الأعلى منهم تتصفح موقع لك بنسبة ٦٠,٥ ٪ ، والأقل يتصفحون موقع دعوتها بنسبة ٤٣,٣ ٪.

أما من هم في عمر ٣١-٤٠ سنة فالأكثر تصفحاً لموقع واحة المرأة بنسبة ٣٥,٥ ٪ ، والأقل تصفحاً لموقع لها أون لاين بنسبة ١٩ ٪.

ومن هم في عمر ٤١-٥٠ سنة فالأكثر تصفحاً لموقع دعوتها بنسبة ١٣,٣ ٪ ، والأقل تصفحاً لموقع لها أون لاين بنسبة ٤,٥ ٪.

أما من هم أكثر من ٥١ سنة فيتصفحون عالم حواء بنسبة ٣ ٪ وهي الأكثر، وبنسبة صفر ٪ لموقع لك وهي الأقل.

أما في الحالة الاجتماعية لأفراد العينة فكانت النسبة الأعلى لمن كان أعزباً في تصفح موقع دعوتها بنسبة ٥٢,٥ ٪ والأدنى لتصفح موقع واحة المرأة بنسبة ٢٥,٥ ٪ .

أما من كان مطلقاً فالنسبة الأعلى لموقع واحة المرأة بنسبة ٢,٥ ٪ ، والأدنى لموقعي لك ولها أون لاين بنسبة ١ ٪.

أما من كان أرملاً فلم يتم رصد إلا إجابتين فقط من موقع لها أون لاين بنسبة ١ ٪.

وأما المتزوجين فالأكثر يتصفحون موقع واحة المرأة بنسبة ٧٢,٥ ٪ ، والأقل يتصفحون دعوتها بنسبة ٤٥ ٪.

أما المستوى التعليمي فالنسبة الأعلى لمن هم في المستوى الابتدائي فمادون يتصفحون واحة المرأة بنسبة ٥ ٪ ، والأدنى لموقع لها أون لاين بنسبة ٢ ٪.

ولمن هم في المرحلة المتوسطة كانت النسبة الأعلى لمن يتصفحون موقع عالم حواء بنسبة ٥ ٪ ، والأدنى يتصفحون موقع واحة المرأة بنسبة ٢,٥ ٪.

ولمن هم في المرحلة الثانوية كانت النسبة الأعلى من موقع عالم حواء بنسبة ٢٦,٥ ٪ ، والنسبة الأدنى من موقع لك بمقدار ٢٠,٥ ٪ .

أما المرحلة الجامعية فكانت الأعلى لموقع لك بنسبة ٦٦ ٪ ، والأدنى لمن يحملون هذه الشهادة في موقع عالم حواء بنسبة ٥٨,٥ ٪.

وحملة الماجستير أكثر تواجداً في موقع عالم حواء وموقع لها أون لاين بنسبة ٦,٥٪ ، وأقل في موقع لك بنسبة ٤,٥٪ .

أما حملة الدكتوراه فالأكثر في موقع دعوتها بنسبة ٥٪ ، والأقل بنسبة صفر٪ في موقع لها أون لاين .

أما في المهنة فالطلاب أكثر تواجداً في موقع لك بنسبة ٢٣٪ ، والأقل في موقع دعوتها بنسبة ٥,٨٪ .

والموظفين الحكوميين أكثر تواجداً في موقع دعوتها بنسبة ٣٠٪ ، والأقل بنسبة ١١,٥٪ في موقع واحة المرأة .

أما الموظفين في القطاع الأهلي فأكثر تواجداً في موقع دعوتها بنسبة ٢٧,٥٪ ، والأقل بنسبة ١٢٪ في موقع لها أون لاين .

وغير الموظفين فالأكثر تواجداً في موقع دعوتها بنسبة ١٥٪ ، والأقل في موقع واحة المرأة وموقع عالم حواء بنسبة ٧٪ .

وهذه النسب مفيدة جداً لأصحاب المواقع النسائية في معرفة الفئة التي يخاطبونها ومن ثم اختيار الموضوعات والأساليب والوسائل المناسبة لهم .

ثانياً : موقف النساء من المواقع النسائية:

١ - ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد:

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن أعلى تصفح لأفراد الدراسة للشبكة العنكبوتية في اليوم الواحد كان من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات وذلك بنسبة ٢٦,٥٪ ، وأقلها لمن يتصفح الشبكة لأقل من ساعة بنسبة ٩,٩٪ . وهناك عدد كبير نوعاً ما يصلون إلى حد الإدمان الالكتروني في تصفح الشبكة لأكثر من خمس ساعات بنسبة ١٤,٣٪ .

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن أكثر من يتصفحون الشبكة لأقل من ساعة هم من موقع دعوتها بنسبة ١٦,٧٪ وأقلهم من موقع لك بنسبة ٥,٥٪ .

أما أكثر من يتصفحون الشبكة من ساعة إلى أقل من ساعتين فهم من موقع واحة المرأة بنسبة ٢٨,٥٪ ، وأقلهم من موقع لك بنسبة ١٣٪ .

أما من يتصفحون الانترنت في اليوم بواقع ساعتين إلى ثلاث ساعات فالأكثر من

موقع عالم حواء بنسبة ٣١٪، والأقل من موقع دعوتها بنسبة ١٧,٥٪. وفيمن يتصفح الشبكة من ٣ ساعات إلى أقل من ٤ ساعات في اليوم فالنسبة الأعلى من موقع دعوتها بنسبة ٢١,٧٪، والأدنى من موقع عالم حواء بنسبة ١٢٪. وفيمن يتصفح الشبكة من ٤ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات في اليوم فالنسبة الأعلى من موقع لها أون لاين بواقع ١٤,٥٪، والأدنى من موقع دعوتها بنسبة ٩,٢٪. أما من يتصفحون لأكثر من ٥ ساعات فالأعلى لمن هم من موقع لك بنسبة ٢١٪، والأدنى من موقع دعوتها بنسبة ٨,٣٪.

٢- هل تتصفح المواقع النسائية يومياً:

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن أفراد الدراسة يزورون المواقع النسائية يومياً بنسبة ٦٦,٥٪، في حين أجابت العينة بلا بنسبة ٣٣,٥٪. وهذه النسبة المرتفعة تبين أن الإقبال على المواقع النسائية كبير بدليل التصفح اليومي لها وإذا تأملنا هذه النسبة مع نسب المتصفحين للشبكة عموماً ونسب المتصفحين للمواقع النسائية في اليوم الواحد نلاحظ أن العدد كبير مقارنة بغيره. وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن أعلى نسبة لمن يتصفح المواقع النسائية يومياً هم من المحييين من موقع لك بنسبة ٨٦,٥٪، وأقلهم من موقع دعوتها بنسبة ٤٤,٢٪ وهذه النسب كبيرة تبين مدى الإقبال على زيارة المواقع النسائية يومياً. أما من أجابوا بالرفض وعدم زيارة المواقع النسائية يومياً فأكثرهم بنسبة ٥٥,٨٪ من موقع دعوتها، وأقلهم بنسبة ١٣,٥٪ من موقع لك.

٣- أيام تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في الأسبوع:

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن النسبة الأعلى للتصفح في الأسبوع كانت لسبعة أيام بنسبة ٢٧,٥٪، وأن الأقل كان لتصفح المواقع النسائية خلال ستة أيام في الأسبوع بنسبة ٦,٩٪، والنتائج بينهما تتراوح وتميل للارتفاع وهو ما يوافق النسب العالية للتصفح اليومي للمواقع النسائية.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن النسبة الأعلى لمن يتصفح المواقع النسائية يوم واحد في الأسبوع كانت من موقع دعوتها بنسبة ٤٢,٥٪، والأقل بنسبة ٩٪.

من المحيين من موقع لك.

أما من يتصفحون المواقع النسائية يومان في الأسبوع فكانت الأعلى من موقع لها أون لاين بنسبة ١٣٪، والأقل من موقع لك بنسبة ٧,٥٪.

أما من يتصفحون المواقع النسائية ثلاثة أيام في الأسبوع فالأعلى من موقع دعوتها بنسبة ١٤,٢٪، والأقل من موقع لك بنسبة ٥,٥٪.

أما من يتصفحون المواقع النسائية أربعة أيام في الأسبوع فالأعلى من موقعي عالم حواء وواحة المرأة بنسبة ١١٪ والأقل بنسبة ٥٪ من موقع دعوتها.

أما من يتصفحون المواقع النسائية خمسة أيام في الأسبوع فالأعلى من موقعي عالم حواء وواحة المرأة بنسبة ١٤,٥٪، والأقل بنسبة ٧,٥٪ من موقع دعوتها.

أما من يتصفحون المواقع النسائية ستة أيام في الأسبوع وهي النسبة الأقل في النتيجة العامة فالأعلى من موقع لك بنسبة ٨,٥٪، والأقل بنسبة ٥٪ من موقع دعوتها.

أما من يتصفحون المواقع النسائية كامل الأسبوع فالنسبة الأعلى من موقع لك بنسبة ٤٧,٥٪، والأدنى من موقع دعوتها بنسبة ١٣,٣٪.

ومما سبق نلاحظ أن أعلى نسبة كانت تصفح المواقع النسائية على مدار الأسبوع بنسبة ٤٧,٥٪ من المحيين على الاستبانات من موقع لك.

٤ - ساعات تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في اليوم الواحد:

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن أعلى ساعات تصفح المواقع النسائية في اليوم الواحد كان من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة ٣٠,٤٪، وأن أقلها ما كان من ٤ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات بنسبة ٥,٧٪.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن أكثر من يتصفحون المواقع النسائية في اليوم الواحد لأقل من ساعة هم من موقع دعوتها بنسبة ٤٥,٨٪، وأقلهم من موقع لك بنسبة ١٢,٥٪.

كما بيّنت أن أكثر من يتصفحون المواقع النسائية في اليوم الواحد بمقدار ساعة إلى أقل من ساعتين هم من موقع عالم حواء بنسبة ٣٣,٥٪، والأقل من موقع دعوتها بنسبة ٢٧,٥٪.

أما أكثر من يتصفحون المواقع النسائية في اليوم الواحد بمقدار ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات فمن موقع لك بنسبة ٢٦,٥٪ ، والأقل بنسبة ١١,٧٪ من موقع دعوتها.

أما أكثر من يتصفحون المواقع النسائية في اليوم الواحد بمقدار ثلاث ساعات إلى أقل من ٤ ساعات فكانوا من موقع لك بنسبة ١٤٪ ، وأقلهم من موقع دعوتها بنسبة ٥٪.

وفيمن يتصفحون المواقع النسائية في اليوم الواحد لأربع ساعات إلى أقل من خمس ساعات فالأكثر من موقع لك بنسبة ٩,٥٪ ، والأقل من موقع عالم حواء بنسبة ٢,٥٪.

أما أكثر من يتصفحون المواقع النسائية في اليوم الواحد لأكثر من ٥ ساعات فمن موقع لك بنسبة ٩,٥٪ ، والأقل بنسبة ٥٪ لموقع عالم حواء وموقع واحة المرأة.

ونلاحظ مما سبق أن المجيبين من موقع لك يتصفحون المواقع النسائية لوقت أطول من غيرهم ، ففي الساعات الأكثر نلاحظ أن موقع لك يمتلك حصة أعلى من غيره في التصفح اليومي للمواقع النسائية.

* العلاقة بين المعلومات الشخصية وساعات وأيام التصفح:

مما لاشك فيه أن للمعلومات الشخصية علاقة وتأثيراً كبيراً على الإجابة على الاستبيان؛ وفيما يلي اجتهدت الباحثة في الربط بين المعلومات الشخصية وبين ساعات وأيام تصفح الشبكة عموماً والمواقع النسائية خصوصاً للوقوف على أهمية الدعوة إلى الله فيها ، ومقدار الوقت الذي يمضيه المدعوين على الشبكة من النساء والرجال على اختلاف أعمارهم.

أ) العلاقة ما بين المعلومات الشخصية وما بين ساعات تصفح أفراد الدراسة للانترنت في اليوم الواحد:

بيّنت نتائج الدراسة أن النسبة الأعلى لتصفح الذكور للشبكة العنكبوتية في اليوم هي من ساعة إلى أقل من ساعتين، أما الإناث فحدهن الأعلى لتصفح الشبكة في اليوم الواحد من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات.

وعند النظر لنتائج العمر نلاحظ أن الشباب يمضون وقتاً أطول في التصفح اليومي للشبكة فمعدلات زيارة الشبكة لأقل من ساعة هي أقل المعدلات ، وترتفع النسب للأعمار بين ٢١-٤٠ سنة في التصفح لأكثر من ساعتين وحتى خمس ساعات فأكثر.

أما الحالة الاجتماعية فالعزاب يمضون وقتاً أطول فالعدد الأعلى لمن يتصفحون من ثلاث ساعات إلى أقل من ٤ ساعات في اليوم.

في حين أن المتزوجين أدنى من ذلك فالأغلب يتصفحون الشبكة من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم.

وفي النظر لنتائج المستوى التعليمي نلاحظ أن أغلب الجامعيين يمضون من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات في تصفح الشبكة في اليوم، وبارتفاع المستوى التعليمي يقل وقت التصفح للشبكة في اليوم.

وفي نتائج المهنة نلاحظ أن أغلب الطلاب يمضون من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم وتقاربها في النتيجة من يتصفحون لأدنى من ذلك أو أعلى بساعة، وهم بذلك يماثلون غير الموظفين في النتائج.

وبهذا نلاحظ أن المعدل المتوسط للتصفح للجنسين ولكافة الأعمار ولمختلف الحالات الاجتماعية والمستوى التعليمي والمهنة هو من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم.

ب) العلاقة ما بين المعلومات الشخصية وما بين أيام تصفح المواقع النسائية في الأسبوع:
بيّنت نتائج الدراسة أن أغلب الذكور من أفراد العينة يتصفحون المواقع النسائية بمعدل يوم واحد في الأسبوع.

أما الإناث فالأغلب يتصفحون المواقع النسائية على مدار الأسبوع. وعند النظر لأعمار أفراد العينة نلاحظ أن من هم أقل من ٢٠ سنة إلى ٤٠ سنة الأغلب يتصفحون المواقع النسائية يومياً على مدار الأسبوع. أما من تزيد أعمارهم فوق ذلك فالأغلب منهم من يتصفحها يوم واحد في الأسبوع.

أما العزاب والمتزوجون فهم على حد سواء يتصفحون المواقع النسائية يومياً على مدار الأسبوع في الغالب.

وبالنظر للمستوى التعليمي نلاحظ أن الغالب في عدد أفراد العينة من يتصفحون المواقع النسائية يومياً وهم أصحاب الثانوي والجامعي.

ثم من يتصفحونها يوماً واحداً في الأسبوع وهم من يحملون الابتدائي فمادون والمتوسط والماجستير والدكتوراه.

وفي المهنة نلاحظ أن الطلاب على طرفين غالبين إما أن يتصفحون المواقع النسائية يومياً وهو العدد الأعلى أو يتصفحونه يوماً واحداً وهو أقل بقليل من ذلك. ويقاربهم في ذلك الموظفون ، أما غير الموظفين فالأغلب يتصفحون المواقع النسائية يومياً.

ومما سبق نلاحظ أن التصفح اليومي للمواقع النسائية يحظى بأعداد أكثر من أفراد العينة على تنوع مشاربهم وأعمارهم وواقعهم.

ج) العلاقة ما بين المعلومات الشخصية وما بين ساعات تصفح أفراد الدراسة للمواقع النسائية في اليوم الواحد:

بيّنت نتائج الدراسة أن غالب الذكور يتصفحون المواقع النسائية لأقل من ساعة في اليوم ويأتي هذا مطرداً مع أن غالبهم لا يتصفحون المواقع النسائية لأكثر من يوم في الأسبوع في النتائج السابقة.

أما الاناث فهن يتصفحن المواقع النسائية في الغالب يومياً كما مر بنا سابقاً إلا أن هذا التصفح لا يزيد في الغالب عن ساعة إلى أقل من ساعتين أو أقل من ذلك ، مما يوحي بمتابعة يومية سريعة للمستجدات على ساحة المواقع النسائية .

وبالنظر للعمر نلاحظ أن الشباب من بين ٢١-٤٠ سنة يتصفحون المواقع النسائية من ساعة لأقل من ساعتين وهذا أيضاً يأتي متناسباً مع التصفح اليومي للمواقع النسائية الذي ظهر من النتائج السابقة.

أما الحالة الاجتماعية فيبدو أن ليس لها تأثيراً في عالم التصفح العنكبوتي إذ تتقارب أعداد العزاب والمتزوجين في التصفح ما بين ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم، وقليل من المتزوجين يمضون أكثر من ٤ ساعات أو ٥ ساعات في التصفح اليومي للمواقع النسائية.

أما في المستوى التعليمي فالغالب لا يمضي أكثر من ساعتين في اليوم لتصفح المواقع النسائية ، وترتفع أعداد حملة الماجستير والدكتوراه في التصفح لأقل من ساعة في اليوم.

وفي المهنة تتراوح أعداد أفراد العينة الغالبة في التصفح لأقل من ساعة إلى ساعتين. ومما سبق نلاحظ أن الساعات الغالبة لتصفح المواقع النسائية في اليوم الواحد هي من ساعة إلى أقل من ساعتين وهذا يأتي متناسباً في أن الغالب هو التصفح اليومي للمواقع النسائية في الأسبوع في النتائج السابقة.

٥- ما مدى زيارة أفراد العينة للمواقع قيد الدراسة:

بينت نتائج الدراسة العامة أن أكثر أفراد العينة يزورون موقع عالم حواء أحياناً بنسبة ٤٩٪ ، ودائماً بنسبة ٣٣,٧٪.

أما موقع دعوتها فإن الغالب أن أفراد العينة لا يزورونه بنسبة ٦٨,٧٪، ونسبة الذي يزورونه دائماً ١٢,٢٪.

وموقع لك فقد جاء الاختيار دائماً وأحياناً متقارباً ؛ فالذين يزورون الموقع دائماً نسبتهم ٣٧,٦٪، والذين يزورونه أحياناً نسبتهم ٣٨,٥٪.

أما موقع لها أون لاين فيتم زيارته أحياناً بنسبة ٤٤,٣٪ ولا يزار بنسبة ٢٩,٢٪. وموقع واحة المرأة فالغالب لا يزورونه بنسبة ٥٥,١٪ ، وأحياناً بنسبة ٢٦,٥٪.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن الذين يزورون موقع عالم حواء دائماً أغلبهم من زوار هذا الموقع ممن أجابوا على الاستبيان بنسبة ٥٣٪، وزوار هذا الموقع من المواقع الأخرى تعد مرتفعة فأعضاء موقع لك يزورون موقع عالم حواء أحياناً بنسبة ٦٣٪ ولا يزورونه بنسبة ٢٣٪، أما أعضاء موقع لها أون لاين فيزورونه أحياناً بنسبة ٤٧,٥٪ ودائماً بنسبة ٣٤٪، أما أعضاء موقع واحة المرأة فيزورونه أحياناً بنسبة ٤٧٪ ودائماً بنسبة ٤٢٪، وأعضاء موقع دعوتها يزورون موقع عالم حواء أحياناً بنسبة ٤٨٪ ولا يزورونه بنسبة ٣٢٪.

أما موقع دعوتها فالغالب عدم زيارته من المواقع الأخرى، فأعضاء موقع عالم حواء لا يزورونه بنسبة ٦٠,٥٪. وأعضاء موقع لك لا يزورونه بنسبة ٨٧,٥٪، أما أعضاء موقع لها أون لاين فلا يزورون الموقع ٧٩٪، وأحياناً بنسبة ١٧,٥٪. أما أعضاء موقع واحة المرأة فلا يزورون الموقع بنسبة ٧٦٪، وأحياناً بنسبة ١٤٪ وزوار الموقع نفسه يزورون موقعهم أحياناً بنسبة ٤٦٪ ودائماً بنسبة ٣٣٪.

أما موقع لك فإن الذين يزورون الموقع من أعضاء عالم حواء أحياناً بنسبة ٣٩٪ ودائماً بنسبة ٣٢٪، ومن موقع دعوتها لا يزورونه بنسبة ٤٦٪ وأحياناً بنسبة ٤٢٪، أما أعضاء الموقع نفسه فزيارتهم دائمة للموقع بنسبة ٩٠٪، وأما أعضاء موقع لها أون لاين فيزورون موقع لك أحياناً بنسبة ٥٥٪ ولا يزورونه بنسبة ٢٦,٥٪، وأعضاء موقع واحدة المرأة يزورون موقع لك أحياناً بنسبة ٤٩,٥٪ ودائماً بنسبة ٢٥٪ ولا يزورونه بنسبة ٢٥,٥٪.

أما موقع لها أون لاين فأعضاء موقع عالم حواء يزورونه أحياناً بنسبة ٤٤,٥٪، ودائماً بنسبة ٣٢٪. ومن موقع دعوتها أحياناً بنسبة ٥٣٪ ولا يزورونه بنسبة ٣٣٪، وأعضاء موقع لك لا يزورونه بنسبة ٥٢,٥٪ وأحياناً بنسبة ٤١,٥٪، أما أعضاء الموقع نفسه فيزورونه دائماً بنسبة ٥٦٪ وأحياناً بنسبة ٤٣٪. وأعضاء موقع واحدة المرأة يزورون موقع لها أون لاين أحياناً بنسبة ٤٣,٥٪ ولا يزورونه بنسبة ٣٨٪.

أما موقع واحدة المرأة فأعضاء عالم حواء لا يزورونه بنسبة ٤٢٪، ودائماً بنسبة ٣٠,٥٪، ومن موقع دعوتها لا يزورونه بنسبة ٧٤٪، وأعضاء موقع لك لا يزورونه بنسبة ٨٠٪، أما أعضاء موقع لها أون لاين فلا يزورونه بنسبة ٧٨٪، في حين أن أعضاء الموقع أنفسهم يزورونه أحياناً بنسبة ٥٤٪ ودائماً بنسبة ٣٧٪.

ومما سبق نلاحظ أن أعضاء المواقع النسائية يزورون ويتصفحون المواقع النسائية الأخرى بين الفينة والأخرى، إلا أن الملاحظ أن أعضاء موقع لك في الغالب لا يزورون المواقع الأخرى - قيد الدراسة - وترتفع نسبة زيارتهم لموقع لك بشكل دائم مما يطرح تساؤلات حول أسباب ذلك والذي قد يرجع بعضها إلى تحقيق الموقع الكفاية الاحتياجية للمتصفح في كافة الجوانب مما يصرف المتصفح أو العضو عن البحث في المواقع الأخرى.

٦- ما مدى استفادتك من المواقع النسائية:

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن أكثر أفراد العينة يجدون فائدة في المواقع النسائية ؛ فنسبة ٦٦,٣٪ منهم يستفيدون دائماً ونسبة ٢٩,٥٪ يستفيدون منها أحياناً. ولم ترى ما نسبته ٤,٢٪ من العينة أن للمواقع النسائية فائدة.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن أعلى نسبة لمن يجد فائدة في المواقع النسائية هم أعضاء موقع لك بنسبة ٧٩,٥ ٪ ، وهذا يأتي متناسباً مع النتائج السابقة التي تبين حرص أعضاء الموقع على الزيارة الدائمة لموقعهم.

ثم يأتي موقع عالم حواء في المرتبة الثانية بنسبة ٦٩ ٪، ثم موقع لها أون لاين بنسبة ٦٦,٥ ٪، ثم موقع واحة المرأة بنسبة ٦٣ ٪ ، ثم موقع دعوتها بنسبة ٤٥ ٪.

٧- مامدى تفضيلك للمواد التالية:

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن أفراد العينة يفضلون المواد الشرعية بالدرجة الأولى وبنسبة ٦١ ٪، يليها مواد الجمال والأناقة بنسبة ٥٨ ٪ ، ثم مواد الطبخ بنسبة ٥٦,١ ٪، ثم المواد الاجتماعية بنسبة ٥٥,٩ ٪ ، ثم المواد العلمية والثقافية بنسبة ٥٤,١ ٪، ثم المواد الإخبارية بنسبة ٣٠ ٪ ، ثم مواد الترفيه والتسلية بنسبة ٢٤,٨ ٪، ثم المواد السياسية بنسبة ١٨ ٪ ، ثم المواد المالية والتجارية بنسبة ١٦,٤ ٪ ، ثم مواد الأغاني والأفلام بنسبة ١١,٢ ٪ .

وهذه النتائج قريبة جداً مما لاحظته الباحثة في المواقع النسائية؛ فالموضوعات التي تحظى بالتحديث ومعدلات الزيارة الأكثر تأتي وفقاً لهذه النتائج.

ورغم التوجه الديني للمواقع النسائية -قيد الدراسة- إلا أن الباحثة لاحظت اهتمام بعض العضوات بمواد الأفلام والأغاني رغم عدم سماح المواقع بطرح مواد مثل هذه ؛ ولأجل معرفة نسبة ذلك تم ادراجها في المواد المفضلة ليعرف الدعاة إلى الله واقع النساء ومدى حاجتهن لموضوع دعوي يتعلق بهذا، ولهذا نلاحظ أن الذين يفضلون مواد الأغاني والأفلام دائماً نسبتهم ١١,٢ ٪، والذين يفضلونها أحياناً نسبتهم ١٢,١ ٪ وبعدها كلي ٢١٤ من أصل ٩٢٠ إجابة .

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن أعضاء موقع عالم حواء يفضلون مواد الجمال والأناقة أولاً ثم مواد الطبخ ثم المواد الشرعية والاجتماعية ثم المواد العلمية والثقافية ثم المواد الإخبارية ثم مواد الترفيه والتسلية ثم المواد السياسية ثم المواد المالية والتجارية ثم مواد الأغاني والأفلام.

أما زوار موقع دعوتها فيفضلون المواد الشرعية أولاً ثم المواد العلمية والثقافية ثم

المواد الاجتماعية ثم مواد الجمال والأناقة ثم المواد الإخبارية ثم مواد الطبخ ثم المواد السياسية ثم مواد الترفيه والتسلية ثم المواد المالية والتجارية ثم مواد الأغاني والأفلام .

أما أعضاء موقع لك فيفضلون مواد الطبخ أولاً ثم المواد الشرعية والمواد الاجتماعية ثم مواد الجمال والأناقة ثم المواد العلمية والثقافية ثم المواد الإخبارية ثم مواد الترفيه والتسلية ثم المواد السياسية ثم المواد المالية والتجارية ثم مواد الأغاني والأفلام.

أما أعضاء موقع لها أون لاين فيفضلون مواد الجمال والأناقة أولاً ثم المواد الشرعية ثم مواد الطبخ ثم المواد العلمية والثقافية ثم المواد الاجتماعية ثم المواد الإخبارية ومواد الترفيه والتسلية ثم المواد المالية والتجارية ثم المواد السياسية ثم مواد الأغاني والأفلام.

أما أعضاء موقع واحة المرأة فيفضلون مواد الجمال والأناقة أولاً ثم مواد الطبخ ثم المواد الشرعية ثم المواد الاجتماعية ثم المواد العلمية والثقافية ثم المواد الإخبارية ثم مواد الترفيه والتسلية ثم المواد السياسية ثم المواد المالية والتجارية ثم مواد الأغاني والأفلام.

ولو لاحظنا النتائج التفصيلية نجد أن مواد الجمال والأناقة ومواد الطبخ تأتي في قمة تفضيلات عينة الدراسة، وفي هذا دليل على أن مراعاة حاجات المرأة ضروري ومدخل للدعوة إلى الله من جوانب أخرى.

٨- هل تقومين بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية:

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن النسب متقاربة نوعاً ما في هذا السؤال؛ فلإجابة بنعم ٥٨,٤ ٪ ، ولإجابة بلا ٤١,٦ ٪.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن عدد الذين يقومون بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية من أعضاء موقع لك أكبر من غيرهم وذلك بنسبة ٧٣,٥ ٪، ثم يليهم أعضاء موقع لها أون لاين بنسبة ٥٨ ٪ ، ثم أعضاء موقع عالم حواء بنسبة ٥٧ ٪، ثم أعضاء موقعي دعوتها وواحة المرأة بنسبة ٥٠ ٪.

٩- ما مدى استفادتك من الموضوعات الدعوية التي تطرح في المواقع النسائية:

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن الفائدة دائمة بنسبة ٥٧,٨ ٪ ، وفي بعض الأحيان بنسبة ٣٨,٦ ٪.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن أكثر من يستفيدون دائماً من

الموضوعات الدعوية التي تطرح في المواقع النسائية هم أعضاء موقع عالم حواء بنسبة ٦٣,٥٪ وأعضاء موقع لك بنسبة ٦٣٪، ثم أعضاء موقع واحة المرأة بنسبة ٥٦٪، وأعضاء موقع لها أون لاين بنسبة ٥٥٪ ثم موقع دعوتها بنسبة ٤٧,٥٪.

١٠ - ما مدى أهمية طرح موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بالنسبة لك:

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن أعضاء العينة يرون أن طرح موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية مهم جداً بنسبة ٨٣,٢٪، ومهم إلى حد ما بنسبة ١٤,٦٪، وغير مهم بنسبة قليلة لا تتجاوز ٢,٢٪ وهو ما يمثل ٢٠ إجابة من أصل ٩٢٠.

وهذا يدعو إلى ضرورة تكثيف الجهود الدعوية لتلبية لحاجات المدعوين في المواقع النسائية خاصة ونحن نرى أن المدعوين يجدون فائدة كبيرة فيما يطرح من موضوعات.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن أكثر من يرى أهمية طرح الموضوعات الدعوية هم من موقع دعوتها بنسبة ٨٨,٣٪، ثم أعضاء موقع عالم حواء وموقع لك بنسبة ٨٦٪ ثم موقع لها أون لاين بنسبة ٨١٪ ثم موقع واحة المرأة بنسبة ٧٧٪.

ومن يراها مهمة إلى حد ما أعضاء واحة المرأة بنسبة ٢٠٪ ثم أعضاء موقع لها أون لاين بنسبة ١٦٪ ثم أعضاء موقع لك بنسبة ١٣٪ ثم أعضاء موقع عالم حواء بنسبة ١٢,٥٪ ثم موقع دعوتها بنسبة ٩,٢٪.

١١ - ما الذي يجب أن تكون عليه الدعوة إلى الله في المواقع النسائية في تصورك؟

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن من المهم جداً أن تكون الدعوة إلى الله في المواقع النسائية منضبطة بالضوابط الشرعية بنسبة ٩٥,٧٪، وأن تكون ملبية لحاجات المرأة بنسبة ٩٣,٣٪، وجذابة الأساليب بنسبة ٩٣٪، ودائمة التحديث والتجديد بنسبة ٩٢,٨٪، وقوية في عرض الموضوع علمياً وفنياً بنسبة ٩٠,٩٪، وجذابة الوسائل بنسبة ٨٨,٧٪، ومرتبطة بدعاة مؤهلين علمياً وفنياً بنسبة ٨٥,٤٪، ومدعومة بحوافز من إدارة الموقع لنشر الموضوعات الدعوية بنسبة ٨٣,٦٪.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن أعضاء موقع عالم حواء يرون أن من المهم جداً أن تكون الدعوة إلى الله في المواقع النسائية منضبطة بالضوابط الشرعية

وملبية لحاجات المرأة في المقام الأول ثم دائمة التحديث والتجديد وجذابة الأساليب في المقام الثاني ثم قوية في عرض الموضوع علمياً وفنياً وجذابة الوسائل في المقام الثالث ثم مرتبطة بدعاة مؤهلين علمياً وفنياً في المقام الرابع ثم مدعومة بحوافز من إدارة الموقع لنشر الموضوعات الدعوية في المقام الخامس.

وأعضاء موقع دعوتها يرون أن من المهم جداً أن تكون الدعوة إلى الله في المواقع النسائية منضبطة بالضوابط الشرعية أولاً ثم قوية في عرض الموضوع علمياً وفنياً ودائمة التحديث والتجديد ثم ملبية لحاجات المرأة وجذابة الأساليب ثم جذابة الوسائل ثم مرتبطة بدعاة مؤهلين علمياً وفنياً ثم مدعومة بحوافز من إدارة الموقع لنشر الموضوعات الدعوية.

أما أعضاء موقع لك فيرون من المهم جداً مراعاة أن تكون الدعوة إلى الله في المواقع النسائية منضبطة بالضوابط الشرعية ثم ملبية لحاجات المرأة ثم دائمة التحديث والتجديد وجذابة الأساليب ثم قوية في عرض الموضوع علمياً وفنياً ثم جذابة الوسائل ومدعومة بحوافز من إدارة الموقع لنشر الموضوعات الدعوية ثم مرتبطة بدعاة مؤهلين علمياً وفنياً.

وأعضاء موقع لها أون لاين يرون أن من المهم جداً أن تكون الدعوة إلى الله في المواقع النسائية منضبطة بالضوابط الدعوية وجذابة الأساليب ثم جذابة الوسائل ثم قوية في عرض الموضوع علمياً وفنياً وملبية لحاجات المرأة ثم دائمة التحديث والتجديد ثم مرتبطة بدعاة مؤهلين علمياً وفنياً ثم مدعومة بحوافز من إدارة الموقع لنشر الموضوعات الدعوية.

أما أعضاء واحة المرأة فيرون أن من المهم جداً أن تكون الدعوة إلى الله في المواقع النسائية دائمة التحديث والتجديد أولاً ثم منضبطة بالضوابط الشرعية وجذابة الأساليب ثم ملبية لحاجات المرأة ثم قوية في عرض الموضوع علمياً وفنياً ثم جذابة الوسائل ثم مرتبطة بدعاة مؤهلين علمياً وفنياً ومدعومة بحوافز من إدارة الموقع لنشر الموضوعات الدعوية.

١٢- ما مدى أهمية النقاط التالية في التغلب على معوقات الدعوة إلى الله في

المواقع النسائية؟

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن من المهم جداً في التغلب على معوقات الدعوة إلى الله قوة الدعم العلمي للموقع بنسبة ٩٦٪، ثم تلبية الموضوعات لحاجات المتصفحين بنسبة ٩٣,٥٪، ثم قوة الدعم الفني للموقع بنسبة ٨٦,٢٪، ثم عدم اشتراط التسجيل في

الموقع لمشاهدة الموضوعات بنسبة ٨٣,٨٪، ثم قوة الدعم المادي للموقع بنسبة ٧٨٪. وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن أعضاء موقع عالم حواء يرون أن من المهم جداً في التغلب على معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية تلبية الموضوعات لحاجات المتصفحين ثم قوة الدعم العلمي للموقع ثم قوة الدعم الفني للموقع ثم عدم اشتراط التسجيل في الموقع لمشاهدة الموضوعات ثم قوة الدعم المادي للموقع. أما أعضاء موقع دعوتها فيرون أن من المهم جداً قوة الدعم العلمي للموقع أولاً ثم تلبية الموضوعات لحاجات المتصفحين ثم قوة الدعم المادي للموقع وقوة الدعم الفني للموقع وعدم اشتراط التسجيل في الموقع لمشاهدة الموضوعات. وأعضاء موقع لك يرون أيضاً أن من المهم جداً في التغلب على المعوقات قوة الدعم العلمي للموقع ثم تلبية الموضوعات لحاجات المتصفحين ثم قوة الدعم الفني للموقع ثم عدم اشتراط التسجيل لمشاهدة الموضوعات ثم قوة الدعم المادي للموقع. أما أعضاء موقع لها أون لاين فيرون أيضاً أن من المهم جداً قوة الدعم العلمي للموقع في التغلب على معوقات الدعوة ثم تلبية الموضوعات لحاجات المتصفحين ثم قوة الدعم الفني للموقع ثم عدم اشتراط التسجيل لمشاهدة الموضوعات ثم قوة الدعم المادي للموقع. وأعضاء موقع واحة المرأة يرون أيضاً أن من المهم جداً قوة الدعم العلمي للموقع ثم تلبية الموضوعات لحاجات المتصفحين ثم عدم اشتراط التسجيل لمشاهدة الموضوعات ثم قوة الدعم الفني للموقع ثم قوة الدعم المادي للموقع.

* * *

المبحث الثاني: تقويم نتائج أداة البحث الملاحظة :

بالنظر لنتائج التحليل الإحصائي العام والخاص لملاحظة المواقع الخمسة قيد الدراسة نجد مايلي:

أولاً: الاهتمام بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية:

بيّنت نتائج الدراسة العامة أن الاختيار الأعلى للاهتمام بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية بشكل عام جاء جيد جداً بنسبة ٤٦,٧٪ تلاها اختيار الامتياز بنسبة وقدرها ٢٦,٧٪ ويقاربا اختيار جيد بنسبة ٢٥٪ أما ضعيف فجاء الاختيار الأخير بنسبة ١,٧٪ في حين لم يتم اختيار لا يوجد اهتمام لأي موقع في أي يوم من أيام الملاحظة. وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن الاهتمام بالدعوة إلى الله جاء ممتازاً في موقع لها أون لاين بنسبة ٥٠٪، يليه موقع واحة المرأة بنسبة ٣٣,٣٪، ومن ثم موقع لك بنسبة ٢٥٪، ومن ثم موقع عالم حواء بنسبة ١٦,٧٪، ومن ثم موقع دعوتها بنسبة ٨,٣٪.

وهذه النتائج تبين أن المواقع تتفاوت في درجة اهتمامها بالدعوة إلى الله وأن المواقع ذات الإمكانيات الكبيرة والأهداف الدعوية تملك قدراً أعلى من غيرها في القيام بالدعوة إلى الله؛ وعلى الرغم من هذا فموقع مثل لها أون لاين يستحق درجات أعلى من ذلك بالنظر إلى إمكانيات الموقع وأهدافه ولكن مما يعيق تفعيل ذلك ضعف التحديث والتجديد للمواد الدعوية في المنتديات وقلة التفاعل من قبل العضوات اللاتي يظهر أنهن من الفئة المتعلمة المثقفة لغلبة الخطاب الأدبي الرفيع واللغة البيانية الفصيحة مما يؤثر في نوعية زائرات الموقع وحصرها في فئة معينة.

كما كشفت الدراسة أن الموقع الأكثر شعبية بين النساء على الشبكة العنكبوتية بحسب العينة: عالم حواء، وحصل على جيد جداً بنسبة ٦٦,٧٪ في الاهتمام بالدعوة إلى الله، وقد لمست الباحثة جهوداً فعالة في مراقبة الموضوعات وتقييمها وحث العضوات على الالتحاق بالأنشطة الدعوية التي يقيمها الموقع على الرغم من سيطرة الموضوعات العامة على المنتديات والذي يعود إلى كثرة العضوات اللاتي يفقن المليون عضوة على اختلاف مشاربهن واهتماماتهن، ومن خلال هذه الدراسة استطاعت الباحثة الوقوف

على أقوى الأسباب التي تفعل العمل الدعوي والتي يقوم على التفاعل من قبل العضوات على مايطرح؛ فالموقع مشهور وقلما رأيت امرأة تدخل الشبكة لا تعرفه ؛ إلا أن مما يقلل من اهتمامه بالدعوة إلى الله غلبة الموضوعات النسائية البحتة .

كما كشفت الدراسة أن موقع لك حصل على جيد جداً وبنفس النسبة ٦٦,٧٪ وترى الباحثة أن ذلك يعود إلى أن موقع لك يقوم على قاعدة عريضة وكبيرة من العضوات المتفاعلات إضافة إلى جهود الموقع في الدعوة إلى الله والخدمات المتنوعة والتميزة التي يقدمها لزواره وخاصة فيما يتعلق بالخدمات التقنية، ويمتاز هذا الموقع بوجود نوافذ دعوية متخصصة في بوابة الموقع إضافة لما يوجد في المنتديات.

أما موقع واحة المرأة فحصل على جيد جداً بنسبة ٤١,٧٪ ثم ممتاز بنسبة ٣٣,٣٪ ومما ساعد الموقع على الحصول على هذه النسب المرتفعة وجود منتديات دعوية متنوعة ومتخصصة كثيرة قد لا توجد في مواقع أخرى ، لكن قلة تحديث الموضوعات وتجديدها أثر على زيادة النسبة أكثر من ذلك.

وبالنظر إلى أدنى نسبة والتي كانت من نصيب موقع دعوتها -رغم تخصصه في الدعوة النسائية- نلاحظ أنه لم يتم اختيار الامتياز إلا مرة واحدة وجاءت بنسبة ٨,٣٪ ، وهذا يرجع إلى ضعف خدمات الموقع وإمكانياته وعدم تحديث المواد الدعوية والتي يمر على وجودها على رأس الصفحة شهراً كاملاً وربما أكثر ، ولهذا السبب حصل الموقع على ضعيف عند تقييم الاهتمام بنسبة ٨,٣٪ ، وأعلى نسبة حصل عليها هي ٥٠٪ للاهتمام الجيد بالدعوة إلى الله؛ ولعل ذلك يعود إلى حداثة نشأة الموقع وعدم وجود ساحات النقاش التي تزيد من فاعلية العمل الدعوية، رغم تميز الموقع بوجود شريط إخباري متجدد للفعاليات والأنشطة الدعوية.

ثانياً: موضوعات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية:

في نتائج الدراسة العامة حصلت موضوعات الدعوة بحسب أصول الدعوة على النسب التالية :

حصلت موضوعات العقيدة على أعلى نسبة بمقدار ٤٨٪ تلتها موضوعات الأخلاق بنسبة ٢٨٪ وتليها موضوعات الشريعة بنسبة ٢٤٪.

وفي تفصيل الموضوعات بحسب أصول الدعوة :

جاءت النتائج متفاوتة ومبينة لأكثر الموضوعات حاجة للطرح والمناقشة؛ فقد كشفت الدراسة أن أكثر موضوعات العقيدة طرحاً في المواقع النسائية هي موضوعات الإيمان بالله بنسبة ٨٦,٤٪ وهذا طبيعي في مواقع مسلمة تقوم على الكتاب والسنة، إلا أن أقل الموضوعات طرحاً في هذا الجانب هو الإيمان بالملائكة بنسبة ١٣,٦٪ يليها موضوعات الإيمان بالقضاء والقدر بنسبة ٣٥,٦٪ على الرغم من أهمية هذه الموضوعات في تكامل البناء العقدي للمرأة المسلمة.

أما موضوعات الشريعة فجاءت إقامة الصلاة في المرتبة الأعلى بنسبة ٨٠,٨٪ ، وأدناها إيتاء الزكاة بنسبة ١,٩٪ يليها حج البيت بنسبة ١٩,٢٪ ، وصوم رمضان بنسبة ٢٦,٩٪ ولعل هذا يبين مدى الحاجة لطرح موضوعات تناقش هذه الجوانب وخاصة مع وجود جهل واضح بين النساء في مسائل الزكاة كوجوب الزكاة في المال إذا بلغ النصاب بلاخلاف بين العلماء، كما أن ضعف نسبة طرح موضوعات الحج والصوم قد يكون عائداً إلى هذه الموضوعات موسمية فلا تطرح إلا في مواسمها المعروفة.

أما موضوعات الأخلاق فجاءت العفة في أعلى الموضوعات طرحاً في المواقع النسائية بنسبة ٧٨,٢٪ ، وأدناها موضوعات القناعة على الرغم من حاجة النساء في هذا الزمن بالذات لهذا الموضوع مع غلبة الترف والإغراق في الكماليات وتأثير ذلك على الأسرة المسلمة.

أما موضوعات الدعوة بحسب اهتمام الموقع:

جاءت الموضوعات الشرعية والعلمية والثقافية والاجتماعية حاضرة على مدار السنة بنسبة ١٠٠٪، وأدنى الموضوعات طرحاً هي موضوعات الأغاني والأفلام فقد كشفت الدراسة أن هذه الموضوعات لا تحظى بالقبول ويتم منعها من قبل إدارة المواقع -قيد الدراسة- ولذلك حصلت على صفر٪ ، ويليهما الموضوعات السياسية بنسبة ٣١,٧٪ ، ثم يليها موضوعات المال والتجارة بنسبة ٥٨,٣٪ ولعل ذلك يعود إلى أن بعض المواقع لا تسمح بتفعيل التجارة الالكترونية في مواقعها مثل موقع لها أون لاين وموقع دعوتها.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية لموضوعات الدعوة بحسب أصول الدعوة:

أن أعلى نسبة في الاهتمام بموضوعات العقيدة كانت من نصيب موقع واحة المرأة بمقدار ٥٤,٣ ٪ ، وأدناها كان لموقع دعوتها بنسبة ٣٢,٨ ٪.

وأعلى نسبة في الاهتمام بموضوعات الشريعة فكانت من نصيب موقع دعوتها بمقدار ٣٥,٤ ٪ ، وأدناها لموقع واحة المرأة بنسبة ٢٠,٤ ٪.

وفي موضوعات الأخلاق جاءت أعلى نسبة من نصيب موقع دعوتها أيضاً بمقدار ٣١,٨ ٪ ، وأدناها لموقع واحة المرأة بنسبة ٢٥,٤ ٪.

والنتائج متقاربة لباقي المواقع كما توضح جداول النتائج.

أما تفصيل هذه الموضوعات فكما يلي:

في موضوعات العقيدة:

جاءت أعلى نسبة لموضوع الإيمان بالله من نصيب موقع عالم حواء بمقدار ٩١,٧ ٪ ، وأدناها بنسبة ٨٣,٣ ٪ لموقع لها أون لاين وموقع واحة المرأة وموقع لك على حد سواء. وهذه النسب تعد جيدة في تحقيق موضوع مهم كهذا الموضوع.

أما موضوع الإيمان بالملائكة فحصل موقع دعوتها على أعلى نسبة في طرح الموضوع بمقدار ٩,١ ٪ ، وحصلت بقية المواقع على نسب متساوية بمقدار ٨,٣ ٪. وهذه النسب تعد ضئيلة في مناقشة هذا الركن من أركان العقيدة ولعل هذا يعود إلى خفاء بعض مسائل هذا الركن على عامة المسلمين والحاجة إلى قدر من العلم المتخصص في العقيدة لبيان جوانبه.

وفي موضوع الإيمان بالكتب جاءت أكثر المواقع حاصلة على نسبة ١٠٠ ٪ في تحقيق هذا الجانب وهي موقع عالم حواء ولها أون لاين وواحة المرأة ولك ، وهذا يعود إلى تخصيصها نوافذ ومنتديات متخصصة في الاهتمام بكتاب الله والعناية به فهماً وتلاوة وحفظاً ، في حين أن موقع دعوتها لم تزد فيه النسبة عن ١٨,٢ ٪ وهذا يعود إلى صغر الموقع ومحدودية نوافذه وغياب المنتديات عنه.

وفي الإيمان بالرسول حصل موقع واحة المرأة على أعلى نسبة في الاهتمام بهذا الركن

بمقدار ١٠٠٪ وذلك يعود إلى توفير منتدى خاص بالذب عن رسول الله ﷺ والتعريف بسنته ﷺ. وفي مقابل ذلك حصل موقع دعوتها على أدنى نسبة بمقدار ١٨،٢٪ ويعود ذلك إلى غياب المنتديات كما ذكرت سابقاً، أما المواقع الأخرى فجاءت نتائجها متقاربة بنسبة ٩١،٧٪ لموقع عالم حواء وموقع لك ، ونسبة ٧٥٪ لموقع لها أون لاين ، وهذه النسب المرتفعة نوعاً ما يعود إلى كثرة الموضوعات التي تذب عن رسولنا الكريم ﷺ عقب الهجمات المتتالية لانتقاصه من قبل أعداء الدين، كما أن كثير من الموضوعات تأتي في هذا الجانب لبيان الأحاديث الموضوعة والمكذوبة على رسول الله ﷺ.

أما موضوعات الإيمان باليوم الآخر فجاءت أعلى نسبة من نصيب موقع عالم حواء بمقدار ٩١،٧٪ وذلك يعود إلى كثرة الموضوعات التي تذكر العضوات باليوم الآخر وتعظهن به وخاصة في المنتديات الاجتماعية ، كما حصل موقع واحة المرأة على نفس النسبة للسبب ذاته ولطرح هذه الموضوعات في بوابة الموقع. أما أدنى نسبة فكانت لموقع دعوتها بمقدار ١٨،٢٪ ، يليه موقع لها أون لاين بنسبة ٤١،٧٪.

وفي الركن الأخير من أركان العقيدة وهو الإيمان بالقضاء والقدر فقد جاءت أعلى نسبة لطرح هذا الموضوع من نصيب موقع عالم حواء بمقدار ٦٦،٧٪ ، وذلك لكثرة طرح هذه الموضوعات في منتديات تأخر الحمل والمشاكل الأسرية والتي تتسم بالتفاعل المميز في هذا الموقع ، وأدنى نسبة لطرح هذه الموضوعات كانت في موقع دعوتها حيث أنه لم يطرح أبداً في أيام ملاحظة الموقع ، كما تبين الدراسة أن طرح هذا الموضوع في موقع لها أون لاين يعد ضئيلاً وذلك بنسبة ١٦،٧٪.

أما موضوعات الشريعة:

جاءت الموضوعات التي تتعلق بشهادة أن لا إله إلا الله وأن محمداً رسول الله بنسبة ١٠٠٪ في موقع دعوتها وهذا يعود إلى تخصيص الموقع لنافذة خاصة تعرض أخبار وقصص المسلمين الحديثات، أما أدنى نسبة فكانت ٢٥٪ في موقع لك.

أما إقامة الصلاة فقد تم طرح الموضوعات الخاصة بهذا الركن بنسبة ١٠٠٪ في موقع عالم حواء وموقع لك ، وكانت أدنى نسبة ٣٣،٣٪ لموقع دعوتها.

وفي إيتاء الزكاة لم يطرح هذا الموضوع في المواقع -قيد الدراسة- باستثناء موقع لها

أون لاين ونسبة ١٤،٣٪ ، وهذا ما يفسر تدني النسبة العامة لطرح هذا الموضوع والتي جاءت بنسبة ١،٩٪.

وفي صوم رمضان كانت أعلى نسبة لطرح هذا الموضوع في موقع لها أون لاين بمقدار ٤٢،٩٪ وأدناها لموقع دعوتها بمقدار ١١،١٪.

أما موضوعات الحج فكانت أعلى نسبة بمقدار ٢٨،٦٪ لموقع لها أون لاين وأدناها ٨،٣٪ لموقع عالم حواء.

وهذه النسب الضئيلة ترجع إلى أن أغلب هذه الموضوعات موسمية فلا تطرح إلا في أوقات معينة.

وفي موضوعات الأخلاق:

جاء موضوع الصبر على قمة الأخلاق التي يتم طرحها في موقع عالم حواء بنسبة ١٠٠٪ ، في حين لم يتم طرح هذا الموضوع إلا بنسبة ٣٠٪ في موقع دعوتها وهو ما يمثل أدنى نسبة لطرح هذا الخلق.

وفي موضوع القناعة جاءت أعلى نسبة لطرحه في موقع عالم حواء بمقدار ٤٠٪ في حين أنه لم يطرح في موقع دعوتها وهو ما يمثل صفر٪، على الرغم من أهمية هذا الموضوع للنساء.

وفي خلق الحياء جاءت أعلى نسبة من نصيب موقع واحة المرأة بمقدار ٧٢،٧٪ وأدناها لموقع دعوتها بنسبة ٢٠٪، وجاءت النسب لبقية المواقع متقاربة.

وحقق موضوع العفة مستوى عالياً في الطرح في المواقع الخمسة كلها فجاءت أعلى نسبة ١٠٠٪ من نصيب موقع دعوتها، وأدنى نسبة ٦٣،٦٪ لموقع واحة المرأة.

أما موضوعات الدعوة بحسب اهتمام الموقع:

فجاءت الموضوعات الشرعية والعلمية والثقافية والاجتماعية على أعلى مستوى بنسبة ١٠٠٪ في المواقع الخمسة كلها .

وجاءت موضوعات الجمال والأناقة والطبخ محقة ١٠٠٪ في المواقع كلها باستثناء موقع دعوتها التي لا تطرح مثل هذه الموضوعات.

وفي الموضوعات الإخبارية جاء موقع عالم حواء ولها أون لاين ودعوتها يطرح هذا

الموضوع بنسبة ١٠٠٪ وذلك لكون هذه الموضوعات يخصص لها نوافذ مستقلة يتم فيها متابعة ما يستجد من أخبار باستثناء موقع عالم حواء الذي يعتمد على جهود الأعضاء في هذا الشأن من خلال المنتديات.

أما الموضوعات السياسية فتبين أنها لا تحظى بالقبول أو الاهتمام في المواقع النسائية فهي لا تطرح بشكل ثابت ومتجدد إلا في موقع لها أون لاين ولذا جاءت النسبة ١٠٠٪ في حين أنها لا تطرح في موقع دعوتها بتاتاً مع ضعف النسبة في المواقع الأخرى بمقدار ٨,٣٪ في موقع عالم حواء وموقع لك.

وجاءت الموضوعات المالية والتجارية في موقع عالم حواء وموقع لك بنسبة ١٠٠٪ وذلك لسماحها بالتجارة الإلكترونية في منتدياتها ، ونسبة صفر٪ في موقع لها أون لاين ودعوتها لعدم سماحها بذلك.

أما موضوعات الترفيه والتسلية فجاءت بنسبة ١٠٠٪ في موقع لك وبنسب متساوية لبقية المواقع ٩١,٧٪ باستثناء موقع دعوتها صفر٪ والذي لا يطرح مثل هذه الموضوعات لتخصصه في موضوعات الدعوة.

ثالثاً: القائمون بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية:

في نتائج الدراسة العامة تبين أن ١٠٠٪ من القائمين بالدعوة إلى الله في المواقع النسائية هم من النساء وتنخفض هذه النسبة إلى قريب من النصف بمقدار ٥٦,٧٪ لجنس الرجال، واتضح أن ٩٣,٣٪ من القائمين بالدعوة إلى الله هم مسئولون في الموقع وأن ما نسبته ٨٥٪ هم من أعضاء الموقع، وهذا يبين أن تظافر الجهود في الدعوة إلى الله أمر مهم من كل الجهات المستولة.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن الرجال يقومون بجهد دعوي أكبر في موقع لها أون لاين بنسبة ١٠٠٪ ويعود هذا لجهود الموقع في استكتاب العلماء والدعاة بشكل دوري، يليه موقع دعوتها بنسبة ٩١,٧٪ في حين أن النسب تنخفض في موقع واحة المرأة ٨,٣٪ وموقع عالم حواء بمقدار ١٦,٧٪ ، وتتوسط النسبة في موقع لك بمقدار ٦٦,٧٪ وذلك لكون الموقع يسمح بمشاركة الرجل في المنتديات ويمكن أن تلاحظ ذلك بشكل واضح.

أما القائمون بالدعوة إلى الله من حيث الجهة المسئولة فكانت النسبة الأعلى ١٠٠٪ للمسؤولين في موقع لها أون لاين وموقع واحة المرأة ودعوتها ، في حين لا يظهر جهد المسؤولين الدعوي بشكل كبير في موقع عالم حواء فجاء بنسبة ٧٥٪، ويمثل ذلك موقع دعوتها إذ لا يظهر جهد الأعضاء بشكل كبير فقد جاء بنسبة ٢٥٪ وهو ما يتم رصده في سجل الزوار واستفساراتهم فالموقع لا يمنح عضوية لزواره، ولذا فإن المواقع الأربعة الباقية التي تتيح تسجيل عضوية في مواقعها جاءت نسبة المشاركة الدعوية من قبل الأعضاء ١٠٠٪ .

رابعاً: وسائل الدعوة إلى الله في المواقع النسائية:

في نتائج الدراسة العامة تبين أن أكثر وسائل الدعوة إلى الله استخداماً في المواقع النسائية كانت وضع إصدارات علمية ودعوية -مسموعة ومرئية ومقروءة- وذلك بنسبة ٩٠٪ ، يليها عمل ملفات دعوية في المنتديات بنسبة ٧٣,٣٪، يليها إقامة دروس ودورات للنساء من خلال الموقع بنسبة ٧١,٧٪، وهذه الوسائل يتم تفعيلها في ساحات النقاش من خلال أوجه كثيرة، وفي مقابل ذلك بينت الدراسة أن أقل الوسائل استخداماً هو النقل المباشر لبعض المواد الدعوية وذلك بنسبة ١٠٪، يليه التواصل مع المجتمع بإقامة فعاليات متنوعة بنسبة ١٥٪، وقد يعود هذا إلى الإمكانيات المحدودة لبعض المواقع.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن استكتاب العلماء والدعاة والمفكرين جاء بنسبة ١٠٠٪ في موقع لها أون لاين وموقع دعوتها لحرص هذين الموقعين على تخصيص نوافذ مستقلة لهذه الوسيلة في تبليغ الدعوة إلى الله، وهو ما ترى الباحثة أنها أجدى الوسائل في تلبية حاجات المرأة لقضاياها العلمية والفكرية المعاصرة.

كما تبين أن توفير روابط ومصادر أخرى للمواد الدعوية جاء متفاوتاً تبعاً لمنهج الموقع بالسماح للأعضاء بوضع روابط لمواقع أخرى أم لا ؛ فكانت أعلى نسبة لموقع عالم حواء بمقدار ٩١,٧٪ وأدناها لموقع دعوتها بنسبة ١٦,٧٪ ثم لموقع لها أون لاين بنسبة ٥٨,٣٪.

وفي وضع إصدارات علمية ودعوية جاء استخدام هذه الوسيلة بنسبة ١٠٠٪ في موقع عالم حواء وموقع دعوتها ، بنسبة ٩١,٧٪ في موقع لها أون لاين وموقع لك،

وبنسبة ٦٦,٧٪ في موقع واحدة المرأة، ويعود ارتفاع معدل استخدام هذه الوسيلة تبعاً لتعدد أوجه استخدامها مابين مسموع ومقروء ومرئي.

وفي التواصل مع المجتمع بإقامة فعاليات متعددة جاءت أعلى نسبة بمقدار ٥٨,٣٪ لموقع لها أون لاين لإقامته الدورية لندوات علمية وأدبية مع ترتيب لقاءات تبث بشكل مباشر وهو الموقع الوحيد الذي يستخدم تقنية البث الحي؛ ولذا جاءت النسب منخفضة في المواقع الأخرى بمقدار ٨,٣٪ في موقع عالم حواء، وصفر٪ في المواقع الأخرى.

أما إقامة الدروس والدورات للنساء من خلال الموقع فقد جاء استخدام هذه الوسيلة عالياً بمقدار ١٠٠٪ في موقع لك، يليه موقع لها أون لاين وموقع واحدة المرأة بنسبة ٩١,٧٪، وبنسبة ٧٥٪ في موقع عالم حواء، في حين لا تستخدم هذه الوسيلة في موقع دعوتها.

وفي وسيلة الملفات الدعوية التي تضم في صفحاتها عدداً كبيراً من الوسائل والأساليب المتنوعة جاء تفعيل هذه الوسيلة كبيراً بنسبة ١٠٠٪ في موقع عالم حواء وموقع واحدة المرأة وموقع لك، في حين تنخفض النسبة إلى ٦٦,٧٪ في موقع لها أون لاين، ولعدم وجود ساحات نقاش في موقع دعوتها فإن هذه الوسيلة لا تستخدم على الرغم من إمكانية تفعيلها بدون الحاجة للمنتديات.

النقل المباشر للمواد الدعوية وسيلة بيّنت الدراسة عدم تفعيلها بالقدر المأمول على الرغم من أهميتها وعظم تأثيرها ومدى حاجة النساء لها، فهي وسيلة تساعدن على القرار في البيت مع الاستفادة من الأنشطة العلمية والدعوية التي تقام في المساجد والمراكز المتخصصة، فقد جاءت أعلى نسبة لموقع لها أون لاين بمقدار ٣٣,٣٪، وبنسبة ٨,٣٪ في موقع عالم حواء وموقع لك، في حين لا تستخدم هذه الوسيلة في موقع واحدة المرأة وموقع دعوتها.

وفي الوسائل الأخرى تبين أن موقع لها أون لاين يحرص على استخدام وسائل غير ما ذكرت بنسبة ٨٣,٣٪، وهذه نسبة مرتفعة وجيدة في الحرص على ابتكار وسائل جديدة، في حين تقاربت النسب الأخرى بمقدار ٣٣,٣٪ لموقع دعوتها، و ٢٥٪ لموقع عالم حواء وموقع واحدة المرأة، و ١٦,٧٪ لموقع لك.

خامساً: أساليب الدعوة إلى الله في المواقع النسائية:

في نتائج الدراسة العامة تبين أن أسلوب الموعظة الحسنة بالترغيب والترهيب هو الأكثر استخداماً في الدعوة إلى الله في المواقع النسائية وذلك بنسبة ٩٨,٣٪ ، وهو ما يناسب طبيعة النساء وما جبلن عليه من رقة القلب، يليه أسلوب الحكمة بالحجج والأدلة القطعية بنسبة ٦٣,٣٪، واستخدام هذا الأسلوب بهذه النسبة الكبيرة يعد أمراً طيباً في الدلالة على أن المرأة اتجهت إلى الإقناع بالأدلة في تقرير موضوعات الدعوة، ومن ثم جاء أسلوب الحوار والمجادلة بالحسنى بنسبة ٣٣,٣٪ ، وهو الأقل متناسباً مع طبيعة المرأة في ضعفها عند الخصام، كما قال تعالى: ﴿أَوْمَنُ يَنْشُؤُا فِي الْحِلْيَةِ وَهُوَ فِي الْخِصَامِ غَيْرُ مُبِينٍ﴾^(١). ولذا جاء استخدام هذا الأسلوب قاصراً على الحوار الهادئ الهادف.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن أعلى نسبة لاستخدام أسلوب الحكمة بالحجج والأدلة القطعية جاء بمقدار ٨٣,٣٪ ، وذلك لأن السمة البارزة لهذا الموقع التخصص العلمي والمنهجية في الطرح، فغالب ما يطرح في الموقع عبارة عن بحوث وأوراق عمل ومقالات علمية محكمة تعتمد على التأصيل العلمي.

يليه موقع لك بنسبة ٧٥٪، ومن ثم تتقارب النسب ما بين ٥٨,٣٪ لموقع عالم حواء، و ٥٠٪ لموقع لها أون لاين وموقع واحة المرأة.

أما أسلوب الموعظة الحسنة بالترغيب والترهيب فجاء كبيراً بنسبة ١٠٠٪ في المواقع الأربعة : عالم حواء ، ولها أون لاين ، ولك ، وواحة المرأة، ونسبة ٩١,٧٪ في موقع دعوتها.

وفي أسلوب الحوار والمجادلة بالحسنى جاءت أعلى نسبة لموقع دعوتها بمقدار ٨٣,٣٪ وذلك لحرص الموقع على إقامة حوارات دورية مع دعاة متخصصين.

وتقل هذه النسبة إلى ٤١,٧٪ عند موقع لها أون لاين، وإلى ٣٣,٣٪ لموقع لك، في حين يتساوى استخدام هذا الأسلوب في موقع عالم حواء وموقع واحة المرأة بمقدار

(١) سورة الزخرف، الآية: (١٨).

٨,٣٪.

سادساً: العوامل المؤثرة في نجاح الدعوة إلى الله في المواقع النسائية:

في نتائج الدراسة العامة تبين أن تلبية حاجات المرأة أكثر العوامل تأثيراً في نجاح الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بنسبة ٧٦,٧٪ ، يليها كثرة عدد زوار الموقع بنسبة ٧١,٧٪ وذلك لأن كثرة عدد الزوار يعطي مجالاً أوسع للتفاعل بين الأعضاء وبين الدعاة. في حين أن أقل العوامل تأثيراً كان وجود الدعوة إلى الله في أغلب أقسام الموقع وهذا يؤكد أن التخصص في طرح الموضوعات الدعوية في الأقسام الإسلامية هو ما تنتهجه المواقع النسائية.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن تحديث وتحديد الموقع جاءت أعلى نسبة لهذا العامل من العوامل المؤثرة في نجاح الدعوة من نصيب موقع عالم حواء بمقدار ٩١,٧٪ ، في حين أن أقل نسبة لموقع دعوتها فلم يتم تحديث وتحديد الموقع طيلة السنة التي تمت فيها الملاحظة ولذلك فالنسبة جاءت صفر٪.

أما كثرة عدد زوار الموقع فجاء كبيراً بنسبة ١٠٠٪ لموقع عالم حواء وموقع واحة المرأة وموقع لك ، في حين أن عدد الزوار جاء متوسطاً في موقع لها أون لاين بنسبة ٥٨,٣٪ ، ولم تتم ملاحظة وقياس كثرة عدد الزوار في موقع دعوتها لأن الموقع لا يوفر قاعدة بيانات تظهر أعداد الزوار اليومية ولذلك جاءت النسبة صفر٪.

أما في تلبية حاجات المرأة فجاء كبيراً بنسبة ١٠٠٪ لموقع عالم حواء وموقع واحة المرأة وموقع لك، في حين جاء ذلك بنسبة ٦٦,٧٪ في موقع لها أون لاين، وبنسبة ١٦,٧٪ في موقع دعوتها.

وفي قوة عرض الموضوع علمياً وفنياً جاءت أعلى نسبة لموقع لها أون لاين بمقدار ٨٣,٣٪ وذلك لحرص الموقع على استكتاب العلماء والمختصين بالدعوة ، يليه موقع دعوتها وموقع لها أون لاين بنسبة ٧٥٪، ثم موقع لك بنسبة ٦٦,٧٪ ، وأخيراً موقع عالم حواء بنسبة ٣٣,٣٪ وذلك لغلبة مشاركات الأعضاء.

وفي وجود الدعوة إلى الله في أغلب أقسام الموقع جاء موقع دعوتها بنسبة ١٠٠٪ وذلك لتخصص الموقع ، يليه موقع واحة المرأة بنسبة ٨٣,٣٪ وذلك لكثرة المتدييات

المتخصصة بالدعوة، ثم موقع لها أون لاين بنسبة ٧٥٪ وذلك لطابعه المتدين، ثم موقع لك بنسبة ٣٣,٣٪ ، ثم ٨,٣٪ لموقع عالم حواء.

ومن العوامل المؤثرة في نجاح الدعوة إلى الله وجود مشرفين مؤهلين علمياً وفنياً في الموقع وقد جاءت بنسبة ١٠٠٪ لموقع لها أون لاين، وبنسبة ٨٣,٣٪ لموقع لك وموقع دعوتها، و ٥٠٪ لموقع واحة المرأة ، وبنسبة ٢٥٪ لموقع عالم حواء.

ومن العوامل كذلك وجود حوافز لنشر الموضوعات الدعوية وقد جاءت أعلى نسبة لموقع عالم حواء بمقدار ٩١,٧٪ ، ثم موقع واحة المرأة وموقع لك بنسبة ٨٣,٣٪ ، ثم موقع لها أون لاين بنسبة ٦٦,٧٪، ولم يتم رصد أي حوافز في موقع دعوتها ولذلك جاءت النسبة صفر٪ وقد يعود ذلك لعدم وجود أعضاء في الموقع.

أما وجود تطبيقات وخدمات متنوعة يقدمها الموقع والذي ترى الباحثة أهميتها في جذب الأعضاء والزوار فقد جاء موقع لك على القمة بنسبة ١٠٠٪ لحرص الموقع على التجديد واستقطاب أعضاء متميزين في الخدمات التقنية، يليه موقع عالم حواء بنسبة ٨٣,٣٪، ثم موقع لها أون لاين بنسبة ٦٦,٧٪، وموقع واحة المرأة بنسبة ٥٨,٣٪ ، في حين لم يتم رصد تطبيقات يقدمها موقع دعوتها ولذلك جاءت النسبة صفر٪.

سابعاً: معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية:

في نتائج الدراسة العامة اتضح أن عدم تحديد وتحديث المواد الدعوية يأتي على رأس معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية بنسبة ٦٦٪ ، يليه ضعف الإمكانات والخدمات التي يقدمها الموقع بنسبة ٣٨٪ والذي يصرف الزوار عن تكرار زيارة الموقع ، ثم ضعف عرض الموضوع علمياً وفنياً بنسبة ٣٢٪، في حين أن أقل معوقات الدعوة إلى الله في المواقع النسائية ضعف سرعة تصفح الموقع بنسبة ٢٪ وهذا طبيعي مع تطور خدمات تسريع الاتصال.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن ضعف سرعة تصفح الموقع جاء فقط من موقع عالم حواء بنسبة ٨,٣٪، وأن الإفراط في الاهتمام بالمواضيع العامة جاء كبيراً في موقع عالم حواء بنسبة ٩١,٧٪ ، ومنخفضاً بنسبة ٢٥٪ في موقع لك وبنسبة ١٢,٥٪ في موقع لها أون لاين ، ولم يتم رصد هذا المعوق في موقعي واحة المرأة

ودعوتها.

أما ضعف الإمكانات والخدمات التي يقدمها الموقع فقد جاء كبيراً في موقع دعوتها بنسبة ٩١,٧٪ ومتوسطاً بنسبة ٥٠٪ في موقع لها أون لاين، وبنسبة ٣٠٪ في موقع واحة المرأة، وقليلًا بنسبة ٨,٣٪ في موقع عالم حواء، وغير موجود في موقع لك. وفي عدم تحديد وتحديث المواد الدعوية جاء هذا المعوق بنسبة ١٠٠٪ في موقع دعوتها وقد لاحظت الباحثة أن الأقسام والموضوعات كانت تبقى بلا تحديث شهراً كاملاً وربما تزيد باستثناء المرصد الصحفي. وفي المواقع الأخرى جاء بنسبة ٧٥٪ في موقع لها أون لاين وموقع لك وبنسبة ٧٠٪ في واحة المرأة وبنسبة ١٦,٧٪ في موقع عالم حواء والذي يأتي تحديد موضوعاته بجهود واضحة من العضوات.

أما عن طرح مواضيع دعوية مكررة في مواقع أخرى فلم يتم رصد هذا المعوق إلا في موقع عالم حواء وبنسبة ضئيلة ١٦,٧٪.

وفي ضعف عرض الموضوع علمياً وفنياً جاءت النسبة كبيرة في موقع عالم حواء بمقدار ٨٣,٣٪، وأقل من ذلك بنسبة ٤٠٪ في موقع واحة المرأة، وبنسبة ١٢,٥٪ في موقع لك، و٨,٣٪ في موقع دعوتها، في حين لم يتم رصد هذا المعوق في موقع لها أون لاين.

أما عدم تلبية الموضوعات لحاجات المتصفحين فجاء في موقع دعوتها بنسبة ٦٦,٧٪ وبنسبة ٥٠٪ في موقع لها أون لاين، في حين لم يتم رصد ذلك في موقع عالم حواء وموقع واحة المرأة وموقع لك.

ثامناً: الخدمات التي تقدمها المواقع النسائية:

في نتائج الدراسة العامة تبين أن أكثر خدمة موجودة في المواقع النسائية هي خدمة تقديم الاستشارات بنسبة ٨٣,٣٪، يليها القائمة البريدية وساحات النقاش بنسبة ٨٠٪، ثم توفير روابط مواقع أخرى بنسبة ٦٣,٣٪، ثم إرسال البطاقات الإلكترونية بنسبة ٦١,٧٪، في حين أن خدمة البحث في مواقع أخرى جاءت بنسبة ٢٦,٧٪، وخدمة تخزين الملفات بنسبة ٣٥٪، ولا تتوفر خدمتي المحادثة (chat) وإرسال الرسائل المجانية (sms) في المواقع النسائية.

وقد كشفت الدراسة في نتائجها التفصيلية أن خدمة البريد الإلكتروني يقدمها موقع لها أون لاين وموقع واحة المرأة بنسبة ١٠٠٪ ، ولم يتم رصد هذه الخدمة في المواقع الأخرى إلا في موقع عالم حواء في بعض الأحيان بنسبة ١٦,٧٪.

أما التجارة الإلكترونية فهي في موقع عالم حواء وموقع لك بنسبة ١٠٠٪ وبنسبة ٩١,٧٪ في موقع واحة المرأة، ولا تقدم هذه الخدمة في موقعي لها أون لاين ودعوتها، وقد تبين لي من خلال الملاحظة المستمرة لهذه المواقع أن وجود هذه الخدمة يجذب العديد من النساء للتسوق، وهذا مما يرفع معدل زيارة الموقع ومن ثم إيصال الدعوة إلى الزائرات.

وفي خدمة توفير روابط لمواقع أخرى كانت النسبة ١٠٠٪ لموقع لك وموقع دعوتها، وبنسبة ٨٣,٣٪ في عالم حواء ، وبنسبة ٣٣,٣٪ في واحة المرأة ، وصفر في موقع لها أون لاين، ومن المهم توفير روابط للمواقع الإسلامية المتميزة سواء أكانت نسائية أو لا ، والتشديد في منع إضافة روابط لمواقع أخرى مما يحد من نشر الدعوة إلى الله كما أنه مما ينفر العضوات من الموقع لأن الموقع يصبح محدوداً في عالم سمته الأساسية الانفتاح.

إرسال البطاقات الإلكترونية من الخدمات الموجودة بشكل مباشر أو غير مباشر في المواقع النسائية وقد جاءت بنسبة ١٠٠٪ في موقع لها أون لاين وموقع لك، وبنسبة ٧٥٪ في موقع واحة المرأة، في حين لا تقدم هذه الخدمة في موقع دعوتها.

أما في حساب موعد الولادة فتقدم هذه الخدمة بنسبة ١٠٠٪ في موقع عالم حواء وموقع لها أون لاين ولك، ولا تقدم هذه الخدمة في موقع واحة المرأة وموقع دعوتها.

خدمة تخزين الملفات تقدمها موقع لك بنسبة ١٠٠٪ ، وبنسبة ٥٨,٣٪ في موقع عالم حواء ، وبنسبة ٨,٣٪ في موقع لها أون لاين وموقع واحة المرأة، ولا تقدم هذه الخدمة في موقع دعوتها.

القائمة البريدية من الخدمات المهمة وهي تقدم بنسبة ١٠٠٪ في موقع لها أون لاين وموقع لك وموقع دعوتها، وبنسبة ٩١,٧٪ لموقع واحة المرأة، وبنسبة ٨,٣٪ لموقع عالم حواء.

أما خدمة تنزيل وإضافة البرامج المجانية فجاء بنسبة ٩١,٧٪ في موقع لك ، وبنسبة ٨٣,٣٪ في موقع لها أون لاين، وبنسبة ٧٥٪ في موقع عالم حواء ، وبنسبة ٤١,٧٪ في موقع واحة المرأة ، ولا تقدم هذه الخدمة في موقع دعوتها. ساحات النقاش أو المنتديات موجودة في المواقع كلها بنسبة ١٠٠٪ باستثناء موقع دعوتها.

خدمة الاستشارات تقدم بنسبة ١٠٠٪ في موقع لها أون لاين وموقع دعوتها ، وبنسبة ٧٥٪ في موقع عالم حواء وموقع واحة المرأة، وبنسبة ٦٦,٧٪ في موقع لك. معرفة الوزن المثالي من الخدمات النسائية التي يقدمها موقع لها أون لاين وموقع لك بنسبة ١٠٠٪ ، وموقع عالم حواء بنسبة ٩١,٧٪ ، ولا تقدم هذه الخدمة في موقع واحة المرأة وموقع دعوتها.

أما خدمة البحث في مواقع أخرى فلا تقدم هذه الخدمة إلا بنسبة ٨٣,٣٪ في موقع عالم حواء ، وبنسبة ٥٠٪ في موقع لك.

خدمة تقديم أسماء للمواليد موجودة بنسبة ١٠٠٪ في موقع لها أون لاين وموقع واحة المرأة، وبنسبة ٩١,٧٪ في موقع عالم حواء، وبنسبة ٨,٣٪ في موقع لك، ولا تقدم هذه الخدمة في موقع دعوتها.