



شبكة المعلومات الجامعية  
التوثيق الإلكتروني والميكرو فيلم

# بسم الله الرحمن الرحيم



**MONA MAGHRABY**



شبكة المعلومات الجامعية  
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



# شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



**MONA MAGHRABY**



شبكة المعلومات الجامعية  
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

# جامعة عين شمس التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

## قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها  
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغييرات



## يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار



**MONA MAGHRABY**



كلية البنات للآداب والعلوم والتربية

قسم الاجتماع - شعبة الإعلام

استخدام المرأة في الصعيد لوسائل التواصل الاجتماعي كمنصات إعلانية

دراسة ميدانية

دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الآداب - اجتماع - تخصص إعلام

مقدمة من:

إسلام أحمد حكيم أحمد

المعيدة بقسم الاجتماع - شعبة الإعلام

إشراف

أ.د عبد الرحيم أحمد سليمان درويش

أ.د فاطمة يوسف القليني

أستاذ الإعلام

أستاذ علم الاجتماع

جامعة بني سويف

كلية البنات - جامعة عين شمس

د.نرمين سيد حنفي محمود قاسم

مدرس الإعلام

كلية البنات - جامعة عين شمس

"٢٠٢٠"

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



صدق الله العظيم

سورة طه (الآية ١١٤)



كلية البنات للآداب والعلوم والتربية

إدارة الدراسات العليا

تاريخ موافقة مجلس الكلية على تشكيل لجنة الحكم والمناقشة

فحص رسالة ماجستير في الآداب / / م وتتكون من،

مناقشة

١. الأستاذ الدكتور/ فاطمة يوسف القليني
٢. الأستاذ الدكتور/ وائل إسماعيل عبد الباري
٣. الأستاذ الدكتور/ محمد حسام الدين محمود
٤. الأستاذ الدكتور/ عبد الرحيم أحمد سليمان

تاريخ موافقة مجلس الكلية على التوصية بمنح الطالب درجة

الماجستير في الآداب / / م.

أ.د/ وكيلة الكلية

مدير الإدارة:

الموظف المختص:



كلية البنات للآداب والعلوم والتربية

قسم الاجتماع - شعبة الإعلام

اسم الطالبة: إسلام أحمد حكيم أحمد

الدرجة العلمية: ماجستير في الآداب، اجتماع - تخصص إعلام

القسم التابع له: علم الاجتماع

الكلية: البنات للآداب والعلوم والتربية

الجامعة: عين شمس

سنة التخرج: ٢٠١٥

سنة المنح: ٢٠٢٠



كلية البنات للآداب والعلوم والتربية

قسم الاجتماع - شعبة الإعلام

## رسالة ماجستير

اسم الطالب: إسلام أحمد حكيم أحمد

عنوان الرسالة: استخدام المرأة في الصعيد لوسائل التواصل الاجتماعي كمنصات إعلانية

" دراسة ميدانية "

اسم الدرجة: رسالة ماجستير في الآداب " اجتماع - تخصص إعلام "

لجنة الإشراف:

أ.د/ فاطمة يوسف القليني: أستاذ الاجتماع، كلية البنات، جامعة عين شمس

أ.د/ عبد الرحيم أحمد سليمان درويش: أستاذ الإعلام، كلية الإعلام، جامعة بني سويف

د/ نرمين سيد حنفي محمود قاسم: مدرس إعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس

تاريخ البحث / /

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ

ختم الإجازة

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس الكلية

# إهداء

إلى من ربط طاعته " عز وجل " .....بطاعتها إلى روح والدي رحمه  
الله، ووالدتي حفظها الله وأطال في عمرها  
إلى أخي، وأخواتي حفظهم الله ورعاهم وسدد خطاهم

ابنتكم

إسلام احمد حكيم أحمد

# شكر وتقدير

كل الحمد، والشكر لله عز وجل الذي وفقني في مسيرتي التعليمية، وألهمني الصبر للوصول لهذه المرحلة، وإنهاء رسالتي للماجستير، ولكن وصولي لهذه المرحلة لم يكن إلا بوجود أساتذتي الأجلاء، والذين كانوا بمثابة العائلة.

فأتوجه بخالص شكري، وتقديري إلى أمي قبل أن تكون أساتذتي بكلية البنات جامعة عين شمس؛ الأستاذة الدكتورة/ فاطمة القليني؛ فهي السند فلا أنسى وقوفها بجانبني، وخوفها عليّ في مشكلاتي الخاصة فهي أم بكل ما تعني الكلمة من معنى، وفيما يخص الجانب العلمي فهي نعم الأستاذة؛ والمعلم، والموجه دُمت لي الأم، والدعم، والسند.

كما أتقدم بخالص شكري وتقديري ومحبتي إلى أستاذي الدكتور/ عبد الرحيم أحمد سليمان درويش فدائمًا يعاملني معاملة الأب لابنته لا معاملة الأستاذ للطالب فأنا ابنته العلمية، والتي يعتني بها، ويعلمها فلم يتأخر لحظة في مساعدتي، وتقديم المعلومات لإنجاز هذا العمل فلم يبخل عليّ بالوقت، ولا بالجهد، ولم يقتصر الأمر على الجانب العلمي بل امتدت نصائحه، وتوجيهاته للجوانب الاجتماعية، والثقافية، والدينية فجزاك الله عني خير الجزاء.

إلى مثلي الأعلى، وقدوتي وملجأني بعد الله في وقت الشدة إلى أختي، وأستاذتي دكتورة/ نرمين سيد حنفي، فكل كلمات الحب، والتقدير لا تُعبر عن مدى حُبي لحضرتك. فعلى الرغم من مشقة السفر، والغربة إلا أنك كنتِ دائمة التواصل، والاطمئنان على حياتي الخاصة قبل العلمية، والتي كان أساسها إصرار حضرتك على أن أكون باحثة متميزة قبل أن يكون العمل كذلك. أدام الله عليّ وجودك أستاذتي الغالية.

وكل الشكر، والتقدير إلى الأخلاق المتجسدة في إنسان إلى أستاذي، ومعلمي الأستاذ الدكتور/ وائل إسماعيل عبد الباري، والذي لم يتأخر في السؤال المستمر للاطمئنان على إنجاز عملي، ورسالتي، لحضرتك كل الشكر على تفضلك بقبول مناقشة رسالتي، والتي تعيدني قبل أن تضيف للرسالة

كما أتوجه بكل الشكر، والتقدير إلى الأستاذ الدكتور/ محمد حسام الدين محمود أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة على قبوله، وتفضله بجزء من وقته لمناقشة رسالتي، وبالطبع هي إثراء للرسالة فجزاك الله عني خير الجزاء.

كل الشكر لأساتذتي بقسم الاجتماع على دعمهم الدائم لي حفظهم الله، ورعاهم جميعًا.

كل كلمات الشكر لا تفي حق والدي رحمه الله، لأنه كان وما زال بروحه الداعم لي للوصول لهذه المرحلة. فكانت كل أمنياتي أن يعيش معي هذه الأوقات لكي أرى الفرحة في عينيه، لكنه قضاء الله.

فقد ذهب، وترك لي الأم، والأب معًا، أمي فكل كلمات الحب، والشكر، والتقدير لا تفي ذرة من حقل. أدامك الله علينا نعمة. فأنا، وإخوتي نحيا بوجودك بجانبنا، وبدعائك لنا حفظ الله صحتك، وأطال في عمرك. إلى أبي الثاني... إلى أخي الغالي... محمد حكيم أكن لك كل الحب، والتقدير فذمت سندي، وملجئي أنت وزوجتك وأولادك فكل كلمات الشكر لا تفي ذرة من تحملك، ودعمك، وتشجيعك.

كما أتوجه بخالص شكري إلى من تكتمل حياتي، وسعادتي بهن، وبأولادهن إلى إختي أماني، وإيمان.

والشكر كل الشكر إلى أختي التي لم تلدها أمي إلى د/إيمان صابر شاهين، والتي كنت دائمة الإزعاج لها في الأسئلة، والاستشارات، ولن تبخل عليّ بأي مساعدة، ولم تتضجر يومًا.

وما زال الشكر موصول إلى من دعموني، ووقفوا بجانبني، إخوتي بل، وأكثر من ذلك د/ إلهام، د/هناء، ولاء، فاطمة، ميار، سلمى وأخص بالذكر د/ إلهام نظرًا لتعبها هي، وأهلها، واستضافتهم لي لإنجاز هذه الرسالة، وأوراقها، بل وقيامها بإتمام الأوراق. لكم مني كل الحب، والشكر، والتقدير، ولن أنسى في شكري من ساعدني في العمل الميداني فكل الشكر، والتقدير لأستاذ إبراهيم كمال، وهيام محمد، وجميع أفراد العينة، ولكل من ساعدني في إخراج هذا العمل.

فكل الشكر، والتقدير إلى أهلي، وأصدقائي، وزملائي على ما قدموه لي من دعم، ومساندة طوال فترة الدراسة، فكلما تي لا تكفي حُبي لكم فلكم مني كل الحب، والتقدير.

## قائمة المحتويات

| الصفحات | الموضوع                                     |
|---------|---|
| ٣٤ - ٩  | الفصل الأول: الإطار المنهجي                 |
| ٩       | مقدمة الدراسة وإطارها المنهجي               |
| ١٠      | الإطار المنهجي                              |
| ١٠      | أولاً: مشكلة الدراسة                        |
| ١٠      | ثانياً: أهداف الدراسة وتساؤلاتها            |
| ١١      | ثالثاً: أهمية الدراسة                       |
| ١٢      | رابعاً: مفاهيم الدراسة                      |
| ١٤      | خامساً: منهج الدراسة                        |
| ١٨      | سادساً: التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة |
| ٢٠      | سابعاً: صعوبات الدراسة                      |
| ٢١      | ثامناً: الدراسات السابقة                    |
| ٣٤      | ملخص الفصل                                  |

| الصفحات  | الموضوع   |
|----------|---|
| ٧٩-٣٥    | الفصل الثاني: "الإطار المعرفي والنظري " الإعلام الجديد والمرأة الصعيدية"            |
| ٣٥       | تمهيد   |
| ٣٥       | أولاً: الإعلام الجديد والجمهور النشط  |
| ٣٩       | ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي.. نشأتها وسماتها                                    |
| ٤٧       | ثالثاً: التسويق والتسويق الإلكتروني   |
| ٥٣       | رابعاً: الإعلانات التفاعلية   |
| ٥٨       | خامساً: المرأة ومواقع التواصل الاجتماعي   |
| ٦١       | سادساً: نظرية الشبكات الاجتماعية والنسوية السيبرانية                                |
| ٦١       | - نظرية الشبكات الاجتماعية  |
| ٦٩       | - النسوية السيبرانية  |
| ٧٩       | ملخص الفصل  |
| ١٥٨ - ٨٠ | الفصل: الثالث " المرأة الصعيدية ومجموعات الفيسبوك<br>"الدراسة الميدانية والتحليلية" |
| ٨٠       | تمهيد   |
| ٨٠       | ١- نتائج الدراسة التحليلية لمجموعات الفيسبوك  |
| ٨٠       | مجموعة حسناوات قوص  |

| الصفحات | الموضوع   |
|---------|---|
| ٨٧      | مجموعة تألقي مه هنو 4MH   |
| ٩٣      | مجموعة سوق العطور   |
| ١٠٠     | ٢- الدراسة الميدانية الخاصة بمشرفات المجموعات (الأدمن)  |
| ١٠٠     | خصائص المجموعات التي تم تحليلها بالدراسة الميدانية والفئات المستهدفة منها                               |
| ١٠٠     | أولاً: الأسباب  |
| ١٠٢     | ثانياً: سمات المجموعات  |
| ١٠٤     | ثالثاً: وسائل الترويج للمجموعات   |
| ١٠٦     | رابعاً: حماية المجموعات والفئات المستهدفة   |
| ١٠٧     | خامساً: تصورات مشرفة المجموعة (الأدمن) حول الشراء عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) والشراء التقليدي |
| ١٠٩     | سادساً: طبيعة المحتوى المنشور وطرق التفاعل والتواصل   |
| ١١٤     | سابعاً: أساليب الجذب في المنشورات ونوع المنتجات المُباعة وكيفية الحصول عليها                            |
| ١١٨     | ثامناً: الصعوبات التي تواجه مشرفات المجموعات في التسويق عبر الانترنت                                    |
| ١٢١     | تاسعاً: المجموعات المنافسة  |
| ١٢٣     | عاشراً: طرق التوزيع ومدى انتشار المجموعة  |

| الصفحات | الموضوع   |
|---------|---|
| ١٢٥     | إحدى عشر: الخصائص الديموغرافية للعيينة (مشرفات المجموعات)   |
| ١٢٦     | ٣- الدراسة الميدانية الخاصة بالمستهلكات   |
| ١٢٦     | أولاً: تصورات المستهلكات حول الشراء عبر الانترنت  |
| ١٢٧     | ثانياً: شكل المجموعات ومحتواها  |
| ١٣٠     | ثالثاً: أسباب متابعة المستهلكات لمجموعات الفيسبوك وعناصر الجذب بها                                |
| ١٣٣     | رابعاً: رؤية المستهلكات لتفاعل مشرفات المجموعات وتفاعل المستهلكات مع المحتوى المنشور              |
| ١٣٧     | خامساً: إجراءات الأمان للإشتراك في المجموعات  |
| ١٣٨     | سادساً: الشراء عبر الانترنت أو المكان الثابت online-offline واكتشاف أن مشرف المجموعة (الأدمن) رجل |
| ١٤١     | سابعاً: الثقة والمصادقية  |
| ١٤٢     | ثامناً: المشكلات التي تواجه المستهلكات في التعامل مع مجموعات الفيسبوك                             |
| ١٤٤     | تاسعاً: الخصائص الديموغرافية لعيينة الدراسة من المستهلكات   |
| ١٤٥     | ٤- مناقشة النتائج   |
| ١٥٥     | ملخص الفصل  |
| ١٥٦     | خاتمة الدراسة   |