



بسم الله الرحمن الرحيم

∞∞∞∞

تم رفع هذه الرسالة بواسطة / مني مغربي أحمد

بقسم التوثيق الإلكتروني بمركز الشبكات وتكنولوجيا المعلومات دون أدنى

مسئولية عن محتوى هذه الرسالة.

ملاحظات: لا يوجد





جامعة عين شمس
كلية الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

استخدام منظمات الطفولة في مصر للتسويق الإلكتروني لأنشطتها وعلاقته بوعي المراهقين بقضايا الطفولة

رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول علي درجة الماجستير في دراسات الإعلام وثقافة
الأطفال
من قسم الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد:

إيناس السيد الشبراوي

إشراف

د/ هناء عبدالله عبداللطيف

مدرس الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال
كلية الدراسات العليا للطفولة
جامعة عين شمس

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال
كلية الدراسات العليا للطفولة
جامعة عين شمس

٢٠٢٢

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ

وَالْمُؤْمِنُونَ ﴾

(التوبة: ١٠٥)

إهداء

إلي ذلك الجبل الشامخ، القمة العالية، نور طريقي، سندي.. واتكأي .. وقوتي..
والدي .. وصديقي الأول.

إلي تلك المعطاءة، التي تحملت كل الظروف حتي تراني أقف في هذا المكان، إلي تلك
المتابرة.. الحاضرة دائماً .. الداعمة.. والصديقة الأقرب لقلبي ..أمي الرائعة

إلي الحبيب...والزوج...ورفيق الدرب ... الداعم الأول (إبراهيم) الذي ما بخل علي
بتشجيع أو دعم ، ف وراء كل رجل عظيم امرأة عظيمة وأنا أقول ورائي ذاك العظيم
زوجي

شكر وتقدير

اللهم لك الحمد حتي ترضي، ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا، ولك الحمد على كل حال وفي كل حين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

أبدأ شكري خالصاً لله عز وجل علي نعمته وهدايته وتوفيقه لي لإتمام هذا البحث المتواضع، وأسأل الله أن اكون قد وفقت، فإن أصبت فذلك بتوفيق من الله، وأن أخطأت فلي أجر من اجتهد وأخطأ وعلي الله قصد السبيل.

ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان إلي أستاذي ومعلمي الفاضل/ **الأستاذ الدكتور محمد معوض إبراهيم** أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا جامعة عين شمس، الذي غمرني برعايته وسعة صدره بكل تواضع وصبر، وأتاح لي الكثير من وقته وجهده، في الإشراف علي هذا العمل ، فأرشدني بملاحظاته السديدة وتوجيهاته الرشيدة، فكان لتوجيهاته الأثر الأكبر في إخراج هذه الرسالة بهذه الصورة، فكان لي نعم المشرف والأستاذ، وهذه الكلمات لاتفي حقه من الشكر علي صبره وكرمه، فلك مني أستاذي كل الشكر والدعوات أن يمتعك الله بالصحة والعافية، وأن يجعلك سبباً في إسعاد كل من يقصد بابك.

وبمشاعر الإعتراز والتقدير أتقدم بالشكر إلي أستاذتي **الدكتورة/ هناء عبداللطيف** مدرس الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس، فكانت لمشاركتها أثر كبير في إتمام هذه الرسالة فلها جزيل الشكر والعرفان.

كما أتوجه بالشكر وكل كلمات الإمتنان الصادقة إلي أستاذي الفاضل / **الأستاذ الدكتور محمود حسن إسماعيل** أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا جامعة عين شمس، الذي تفضل مشكوراً بقبول مناقشة الرسالة، فأنا علي علم ويقين بأن ملاحظاته القيمة والنافعة لها أثر بالغ في إثراء وإغناء وتجويد رسالتي، واطهارها بالشكل اللائق والمناسب، فجزاك الله كل خير وأسأل الله أن يمتعك بالصحة والعافية.

كما يشرفني أيضاً ان أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لأستاذتي الفاضلة **الدكتورة / جيهان سعد المعبي** أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة، علي تفضل سيادتها بالموافقة علي مناقشتها هذه الرسالة و تحملها مشقة وعناء السفر، لكي تشاركني هذا اليوم فجزاها الله عني خير الجزاء.

مستخلص الدراسة

عنوان الدراسة: استخدام منظمات الطفولة في مصر للتسويق الإلكتروني لأنشطتها وعلاقته بوعي المراهقين بقضايا الطفولة.

إسم الباحثة: إيناس السيد الشبراوي

جهة الدراسة: كلية الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام منظمات الطفولة في مصر للتسويق الإلكتروني لأنشطتها وعلاقته بوعي المراهقين بقضايا الطفولة، الدراسة تنتمي للدراسات الوصفية استخدمت منهج المسح بالعينة وتم تطبيق صحيفة إستبيان إلكترونية علي عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من جمهور المراهقين المتابعين لمواقع منظمات الطفولة في مصر، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

- (١) جاءت متابعة منظمات حقوق الإنسان في الترتيب الأول ، يليها في الترتيب الثاني منظمات حقوق الطفل ، ثم منظمات حقوق المرأة في الترتيب الثالث.
- (٢) أوردت نتائج الدراسة التحليلية أن مواقع منظمات حقوق الطفل التي يفضل المبحوثون متابعتها جاءت كالتالي: " منظمة حقوق الطفل " في الترتيب الأول ، وجاء في الترتيب الثاني " منظمة الامم المتحدة للطفولة (اليونيسيف)" ، بينما جاء في الترتيب الثالث " المجلس القومي للأمم والطفولة "، وجاء في الترتيب الأخير " المجلس العربي للطفولة والتنمية ".
- جاء " التتمر " في مقدمة القضايا التي يحرص المبحوثون علي متابعتها بمواقع منظمات الطفولة، ثم جاء في الترتيب الثاني "التحرش " ، بينما جاء في الترتيب الثالث " العنف ضد الأطفال " وجاء في الترتيب الرابع والأخير " عمالة الأطفال ".

الكلمات المفتاحية: keywords:

- التسويق الإلكتروني digital marketing
- منظمات الطفولة Childhood Organizations
- قضايا الطفولة Childhood issues

Abstract

The use of childhood organizations in Egypt for electronic marketing of their activities and its relationship to adolescents' awareness of childhood issues

The study aims to identify the relationship between the use of children's organizations in Egypt for e-marketing for their activities and its relationship to adolescents' awareness of childhood issues. The study belongs to descriptive studies, as it relies on the media survey method. (16-18) years equally between universities (Ain Shams - Suez Canal - Sinai), and data were collected through an electronic questionnaire form, as well as a measure of awareness of childhood issues for adolescents in Egyptian universities The study reached several results, the most important of which are:

1) Follow-up of human rights organizations came in the first rank, followed by children's rights organizations in the second rank, then women's rights organizations in the third rank.

“Bullying” came at the forefront of the issues that the respondents are keen to follow up on the websites of children's organizations, then came in the second place “harassment”, while “violence against children” came in the third place, and in the fourth and last place came “child labor”.

keywords:

- Digital Marketing
- Childhood Organizations
- Childhood issues

قائمة المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
الآية	أ
الإهداء	ب
شكر وتقدير	جـ
ملخص الدراسة	د
ABSTRACT	هـ
فهرس المحتويات	و
قائمة الجداول	ك
قائمة الملاحق	ن
مقدمة الدراسة	١
الفصل الأول : الإطار المنهجي والنظري للدراسة	
أولاً: مشكلة الدراسة	٤
ثانياً: أهمية الدراسة	٢٧
ثالثاً: أهداف الدراسة	٢٨
رابعاً: نظريات الدراسة	٢٩
خامساً : التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة	٣٤
سادساً : متغيرات الدراسة	٣٥
سابعاً : مصطلحات الدراسة	٣٥
ثامناً: تساؤلات الدراسة	٣٦

الموضوع	رقم الصفحة
تاسعاً : فروض الدراسة	٣٧
عاشرًا :مجتمع وعينة الدراسة	٣٨
حادي عشر : نوع ومنهج الدراسة	٣٩
ثاني عشر : أدوات الدراسة	٣٩
ثالث عشر : حدود الدراسة	٤١
رابع عشر: إجراءات الصدق والثبات لأدوات الدراسة	٤١
خامس عشر : أساليب المعالجة الإحصائية للبيانات	٤٢
الفصل الثاني : الإطار المعرفي للدراسة	
- تمهيد	٤٤
منظمات الطفولة في مصر والتسويق الإلكتروني لأنشطتها	٤٥
تعريف المنظمة	٤٥
ماهية منظمات الطفولة	٤٦
وظائف المنظمات	٤٧
أنواع المنظمات	٤٧
أهداف المنظمات	٤٨
أنشطة المنظمات	٤٨
منظمات الطفولة في مصر	٥٠
منظمة الأمم المتحدة للأطفال (اليونيسيف)	٥٠

الموضوع	رقم الصفحة
المركز النموذجي للطفولة المبكرة	٥٣
مركز حقوق الطفل المصري	٥٤
المجلس القومي للطفولة والامومة	٥٦
التسويق الإلكتروني للمنظمات عبر المواقع الإلكترونية	٦١
تمهيد	٦١
مفهوم التسويق الإلكتروني	٦٢
أهداف التسويق عبر المواقع الإلكترونية	٦٣
أنواع التسويق عبر المواقع الإلكترونية	٦٣
مزايا التسويق الإلكتروني للمنظمات	٦٥
طرق التسويق الإلكتروني	٦٦
كيفية تأسيس المواقع الإلكترونية	٦٧
مميزات الاتصال عبر المواقع الإلكترونية	٦٧
ترويج الخدمات عبر الأنترنت	٦٨
عناصر التسويق الأساسية عبر الأنترنت	٦٩
المتطلبات الأساسية للتسويق الإلكتروني في المنظمات	٧٠
المشكلات التي تواجه التسويق الإلكتروني	٧٣
ثانيًا: المواقع الإلكترونية وتشكيل وعي المراهقين	٧٥
تمهيد	٧٥
ماهية الوعي	٧٧

الموضوع	رقم الصفحة
الوعي الاجتماعي	٧٧
الوعي الثقافي والتكنولوجي	٧٩
تشكيل وعي المراهقين	٨٠
أبعاد الوعي الاجتماعي والثقافي لدى المراهقين	٨١
متطلبات الوعي في مرحلة المراهقة	٨٤
المواقع الإلكترونية ودورها في تنمية وعي المراهق	٨٦
مهام المواقع الإلكترونية في تنشئة المراهق	٩٠
ثالثاً: قضايا الطفولة	٩٢
تمهيد	٩٢
أولاً: التنمر	٩٣
ثانياً: التحرش الجنسي بالأطفال	٩٥
ثالثاً: عمالة الأطفال	٩٦
رابعاً: إدمان الألعاب الإلكترونية	٩٩
خامساً: التدخين وتعاطي المخدرات	١٠١
سادساً: العنف ضد الأطفال	١٠٢
سابعاً: الأطفال والصراع المسلح	١٠٦
الفصل الثالث: نتائج الدراسة	
أولاً: نتائج الدراسة الميدانية	١١١
ثانياً: إختبار صحة فروض الدراسة	١٢٨

الموضوع	رقم الصفحة
خاتمة الدراسة	١٣٤
النتائج	١٣٤
توصيات الدراسة	١٣٨
الأفكار البحثية التي يمكن أن تثيرها الدراسة	١٣٩
قائمة المراجع	١٤١
ملاحق الدراسة	١٥٢

قائمة الجداول

الصفحة	محتوي الجدول	رقم الجدول
٣٩	توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية	(١)
١١١	مدى متابعة المبحوثين لمواقع المنظمات الحقوقية وفقاً للنوع	(٢)
١١١	أنواع المنظمات التي يفضل المبحوثون متابعتها وفقاً للنوع	(٣)
١١٢	مدى متابعة المبحوثين لمواقع منظمات الطفولة في مصر وفقاً للنوع	(٤)
١١٣	عدد أيام متابعة المبحوثين لمواقع منظمات الطفولة في الأسبوع وفقاً للنوع	(٥)
١١٤	عدد ساعات متابعة المبحوثين لمواقع منظمات الطفولة يوميا وفقاً للنوع	(٦)
١١٥	مواقع منظمات الطفولة التي يفضل المبحوثون متابعتها وفقاً للنوع	(٧)
١١٦	أسباب استخدام المبحوثين لمواقع منظمات الطفولة وفقاً للنوع	(٨)
١١٨	القضايا التي يحرص المبحوثون علي متابعتها بمواقع منظمات الطفولة وفقاً للنوع	(٩)
١١٨	مدى متابعة المبحوثين للأنشطة التسويقية لمنظمات الطفولة في مصر وفقاً للنوع	(١٠)
١١٩	نوع الأنشطة التسويقية التي تجذب انتباه المبحوثين في مواقع منظمات الطفولة وفقاً للنوع	(١١)
١١٩	الأشكال التسويقية التي تجذب انتباه المبحوثين لمتابعة قضايا الطفولة بمواقع منظمات الطفولة وفقاً للنوع	(١٢)
١٢٠	تفاعل المبحوثين مع قضايا الطفولة التي تتناولها مواقع منظمات الطفولة في مصر وفقاً للنوع	(١٣)

الصفحة	محتوي الجدول	رقم الجدول
١٢١	أشكال تفاعل المبحوثين مع الأنشطة المقدمة في مواقع منظمات الطفولة وفقاً للنوع	(١٤)
١٢٢	أسباب انتشار مشكلات الطفولة في مصر من خلال استخدام المبحوثين لمواقع منظمات الطفولة وفقاً للنوع	(١٥)
١٢٢	مدى اسهام مواقع منظمات الطفولة في التوعية بقضايا الطفولة من وجهه نظر المبحوثين وفقاً للنوع	(١٦)
١٢٤	مدي وعي المبحوثين بقضايا الطفولة بعد استخدامهم لمواقع منظمات الطفولة وفقاً للنوع	(١٧)
١٢٦	الاشباعات المتحققة من استخدام المبحوثين لمواقع منظمات الطفولة وفقاً للنوع	(١٨)
١٢٨	نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان دلالة العلاقة بين توجد علاقة دالة احصائيا بين مدي متابعة المبحوثين للأنشطة التسويقية لمنظمات الطفولة ومستوي الوعي لديهم بقضايا الطفولة	(١٩)
١٢٨	نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان دلالة العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع منظمات الطفولة ومستوي الوعي بقضايا الطفولة	(٢٠)
١٢٩	نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان دلالة العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع منظمات الطفولة والاشباعات المتحققة منها	(٢١)
١٢٩	نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان دلالة العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع منظمات الطفولة والاشباعات المتحققة منها	(٢٢)
١٣٠	نتائج اختبار (ت) Test لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث النوع (ذكور - إناث) على مقياس مستوي وعي المبحوثين بقضايا الطفولة الناتج عن استخدامهم لمواقع منظمات الطفولة	(٢٣)

الصفحة	محتوي الجدول	رقم الجدول
١٣١	نتائج اختبار (ت) Test لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث نوع التعليم (حكومي-خاص) على مقياس مستوي وعي المبحوثين بقضايا الطفولة الناتج عن استخدامهم لمواقع منظمات الطفولة	(٢٤)
١٣١	تحليل التباين أحادي الاتجاه one- way ANOVA لبيان دلالة الفروق بين المبحوثين ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى (المرتفع - المتوسط - المنخفض) على مقياس مستوي وعيهم بقضايا الطفولة الناتج عن استخدامهم لمواقع منظمات الطفولة	(٢٥)