

أساليب تسوية المواقع النسائية للقضايا الاجتماعية

دراسة تحليلية على المواقع النسائية

إعداد

صفية يحيى محمد عبدالغفار

ملخص دراسة بالعربية

تهدف الدراسة تحليل المواقع النسائية ورصد المضامين والقضايا المطروحة بها، ومعرفة اساليب التسويق القضايا الاجتماعية، حيث تتميز القضايا لاجتماعية بطابع خاص فهي تخاطب الفكر والسلوك العادات والتقاليد المجتمع بقضايا المرأة ، حيث استهدفت استخدام أسلوب المقارنه ما بين المواقع ، حيث توصلت لاهم النتائج اعتمد موقع مجلس القومى للمرأة الاسلوب التقليدى بالكتابة واستخدام اللغة الفصحى التى تصعب الفهم للمرأة البسيطة مما أثر على تفاعل الموقع ،على عكس موقع فتكات الذى تميز بالانتشار وتفاعل بعدد طرح مضامين وقضايا مثيره للمرأة وتهمها بشكل مؤثر لها مردود .

ABSTARACT

The study aims to analyzewomen'swebsites, the ontents and issues presented in them,and know the methods of marketing use the method of comparison between website. social

The official website women depend on compiecx writing wish difficult understand on simple woman,on reflex public websites The most popular and interactive because it adopted the style of simplicity.

المقدمة

ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين، الذي أطلقوا عليه الإعلام الجديد، والإعلام البديل، الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة . (١)

إلى جانب دورها على الصعيد الاجتماعي، ومساهمتها في تطوير الوضع الاجتماعي، وتجاوز النماذج الجاهزة والقوالب الجامعة بشكل تدريجي في العلاقات الاجتماعية، دون أن يؤدي ذلك إلى اهتزاز البنية الاجتماعية وإحداث شروخ فيها(٢).

فلقد أحدثت مواقع الالكترونية تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهم الجمهور، واستطاعت هذه المواقع أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة الاجتماعية.

انتصار عبد الرزاق، ، والساموك صفد ، الإعلام الجديد، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، ٢٠١١.

أولاً: موضوع الدراسة و أهميته :

تمثل المواقع النسائية على شبكة الانترنت ساحة للحوار حول القضايا المختلفة، يمكن من خلالها تبادل المعلومات والآراء والأفكار والخبرات بين المشاركين فيها، وتختلف أنواع هذه المواقع باختلاف القضايا التي يهتم كل موقع بمناقشتها إلا أنها تتفق جميعا في بعض السمات العامة.

ومع انتشار المواقع على شبكة الانترنت، بدأت تلك المواقع النسائية في الظهور شيئا فشيئا، وقد زادت أعداد هذه المواقع النسائية التي تهتم بمناقشة مختلف قضايا المرأة بشكل ملحوظ بالإضافة الى زيادة أعداد المشاركات بها.

ولما كانت هذه المواقع النسائية تمثل مجالا مهماً في إطار التحوار بشكل قضايا المرأة الاجتماعية، وبما يدعم تعددية الاتجاهات والآراء، لذلك يتلخص موضوع الدراسة في دراسة أساليب تسويق المواقع النسائية للقضايا الاجتماعية وانعكاساتها وإدراكها للمرأة الصعيدية.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة، التي تحاول رصد أهم الموضوعات والقضايا الاجتماعية التي تطرحها بعض هذه المواقع النسائية وأساليب تسويقها ومعرفة الدور الذي تقوم به في تنمية وإدراك المرأة الصعيدية.

ثانياً: الدراسات السابقة :

من خلال مسح التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة، لاحظت الباحثة محدودية الدراسات التي تناولت الجوانب المتعلقة بدراسة أساليب تسويق المواقع النسائية الإلكترونية للقضايا الاجتماعية وانعكاساتها وإدراكها للمرأة الصعيدية دراسة تحليلية.

الدراسات التي تناولت المواقع عبر الانترنت والتسويق الإلكتروني :

شمل هذا المحور الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت بالموضوعات التي تتعلق بالمواقع الإلكترونية وجاءت هذه الدراسات كما يلي:-

١- دراسة حسين ابو عمر على بعنوان التسويق الالكتروني للخدمات المجتمعية لشركات الاتصالات المصرية ودوره في إثراء الجودة المدركة نحو رضا الجمهور في مصر : (دراسة تحليلية وميدانية ٢٠١٩)^(١)

استهدفت الدراسة التعرف على دور التسويق الالكتروني في ترويج الخدمات المجتمعية التي تقدمها شركة الاتصالات في مصر وبالتالي معرفة إلى أى مدى رضا عملاء الشركات من الجمهور عن جودة الخدمات المجتمعية وأيضاً التعرف على دوافع استخدام التسويق الالكتروني ومدى أهميته في الأونه الأخيرة وهل هو أفضل طريق للتسويق مقارنة بوسائل التسويق التقليدية ومعرفة درجة تفاعل الشباب مع التسويق الالكتروني ومدى تأثيرها عليهم وإلى أي درجة تجذبهم.

توصلت الدراسة أنه جاءت نتيجة اعلي نسب المواقع الالكترونية التي يستخدمها المبحوثين عينة الدراسة في التواصل مع شركات الاتصالات المصرية.

٢-دراسة (روزا Rose) وآخرون، بعنوان تصميم وإدارة المنتديات الاليكترونية^(٢) 2010

استهدفت هذه الدراسة التعرف على كيفية تصميم وإدارة المنتديات الاليكترونية، واهتمت بالتعرف على العوامل المؤثرة على استخدام المنتديات السياسية من خلال دراسة نموذج الديمقراطية الالكترونية، وتم إجراؤها باستخدام أسلوب الملاحظة المباشرة وتحليل مضمون مشاركاتهم وإجراء استبيان رأى عينة من هؤلاء المشاركين، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن هناك خمسة عوامل تؤثر في استخدام المنتديات السياسية تتمثل في: أنشطة المشاركين في هذه المنتديات،

١ حسين ابو عمر على ، التسويق الالكتروني للخدمات المجتمعية لشركات الاتصالات المصرية ودوره في اثراء الجودة المدركة نحو رضا الجمهور في مصر : (دراسة تحليلية وميدانية)، رسالة دكتوراه ، جامعة المنصورة ، كلية الاداب ، قسم الاعلام، ٢٠١٩

1Rose, J and J molka – Danielsen " eparticipation : Designing and Managing political Discussion forums " social science computer Review 2010.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

والعناصر التي تتم مناقشتها، بالإضافة إلى العناصر المتعلقة بالمضمون، ووضوح الهدف من المشاركة في هذه المنتديات، وتقييم مدى تحقيق هذه الأهداف.

٣- دراسة Rohlinger بعنوان منتديات الإنترنت والسلوك الأمريكي 2009⁽¹⁾

تضمنت هذه الدراسة استقصاء رأي ١٣٤ مبحثاً من المشتركين في منتديات الحوار عبر الإنترنت في الولايات المتحدة، وتوصلت هذه الدراسة إلى إتاحة مساحة حرة لتبادل الآراء والأفكار بين الأفراد والجماعات وزيادة المشاركة في الحوار، بالإضافة إلى الانتقال من مرحلة التحديات الافتراضية إلى أرض الواقع، وتنشيط مشاركة الأفراد من خلال هذه المنتديات.

٤- لورا Lura Bierman بعنوان منتديات النسائية وتنمية المرأة في العمل^(٢)

استهدفت هذه الدراسة معرفة دور المنتديات النسائية في مساعدة المرأة على إيجاد فرص عمل، وتحسين دخلها، والنهوض بها، و تحسين أوضاعها الاجتماعية، وتوصلت إلى نجاح هذه المنتديات في تحقيق ذلك بسبب إقبال المرأة على المشاركة، لنشر الوعي، وتوضيح الاتجاهات، والتعبير عن الآراء و الأفكار والاتجاهات بحرية تامة، وأوضحت نتائجها أن عوامل تسهم في نجاح المنتديات أهمها وضوح ثقافة المنظومة التابع لها، وتنوع القضايا والموضوعات التي تقوم بطرحها، والتزام قواعد وأخلاقيات الحوار في المشاركات بين الأعضاء، كما توصلت إلى إمكانية استخدام هذه المنتديات في تنمية الموارد البشرية.

2 Rohlinger, D A and J , BROWN " Democracy ,Internet forums and the American Behavior , 2009.action.

1. - Lura Bierman women's networks : A career development intervention or impediment 2005 p 207-224

ثالثاً: مشكلة الدراسة :

في ضوء مراجعة نتائج الدراسات السابقة والدراسة الاستطلاعية تتحدد مشكلة هذه الدراسة في الحاجة إلى معرفة الدور الذي تقوم به المواقع النسائية لإدراك المرأة الصعيدية لقضاياها الاجتماعية، وذلك من خلال رصد أهم الموضوعات والقضايا التي يتم تناولها من خلال هذه المواقع ومعرفة أساليب التسويق المستخدمة في عرض القضايا الاجتماعية، ومعرفة أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع النسائية في عرضها القضايا .

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بشكل عام إلى تحديد أساليب تسويق المواقع النسائية للقضايا الاجتماعية وانعكاساتها وإدراكها للمرأة الصعيدية وللوصول لهذا الهدف الرئيسي تحاول الدراسة تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية

(١) أهداف الدراسة التحليلية:

- ١- الكشف عن طبيعة المواقع النسائية على شبكات الانترنت واللغة المستخدمة.
- ٢- معرفة طبيعة القضايا التي يتم طرحها من خلال هذه المواقع والاستراتيجية المعتمد عليها.
- ٣- رصد المضمون المقدم من خلال المواقع النسائية، وأساليب عرض هذه المضمين.
- ٤- معرفة أهم الأدوات التفاعلية التي تعتمد عليها هذه المواقع مع جمهورها والخدمات التي تقدمها.

رابعاً: تساؤلات الدراسة :

(١) تساؤلات الدراسة التحليلية: وتشتمل على نوعين من التساؤلات:

- **التساؤلات الخاصة بالمضمون :**

- ١- ما نوعية القضايا المطروحة بمواقع الدراسة خلال فترة التحليل؟

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

٢- ما أهم القضايا الاجتماعية التي تناولتها مواقع الدراسة خلال فترة التحليل؟

٣- ما المضمون المقدم بهذه المواقع؟

٤- ما الأسلوب الاخبارى المعتمد عليه فى عرضه؟

٥- ما الإستراتيجية المعتمدة فى تسويق القضايا الاجتماعية؟

٦- ما اللغة المستخدمة فى عرض القضايا الاجتماعية بمواقع الدراسة؟

سادساً:التصميم المنهجي للدراسة:

[١] نوع الدراسة:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية Descriptive Studies وهى التى تستهدف وصف وتصوير وتحليل خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول فى أسبابها أو التحكم فيها، وبغض النظر عن وجود فروض محددة مسبقاً.^(١) حيث يهدف هذا البحث إلى وصف وتصوير المضمون المقدم من خلال المواقع النسائية عبر الانترنت، وتحليل هذا المضمون بهدف التعرف على القضايا الاجتماعية المطروحة، وأساليب تسويقها، فضلاً عن تقييم خصائص هذا المضمون من حيث ملاءمته للمرأة .

[٢] منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على :

- منهج المسح الاعلامي :

١- محمد عبد المجيد، للبحث العلمي فى الدراسات الإعلامية، ط ١ ، عالم الكتب

٢٠٠٠، ص١٥٨

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

وهو المنهج الرئيس لدراسة الجمهور ووسائل الاعلام فى إطارها الوصفي والتحليلي^(١) كما يساعد هذا المنهج على وصف وتوثيق الأوضاع الحالية للظاهرة موضوع الدراسة، وتفسير أسبابها، ودراسة العلاقة بين متغيرين أو أكثر من متغيراتها، والإجابة على تساؤلات الدراسة^٢، حيث استخدمت الباحثة هذا المنهج وصف المضمون المقدم من خلال المواقع النسائية، ورصد أهم القضايا والموضوعات التي يتم تناولها.

- الأسلوب المقارنة : واستخدمت الباحثة هذا الأسلوب للمقارنة بين المواقع النسائية عينة الدراسة التحليلية، من خلال المعالجة الاحصائية للبيانات.

[٣] أدوات جمع البيانات :

تمثل عملية القياس وجمع البيانات المرحلة الأساسية في الإجراءات التطبيقية للدراسة، حيث يتوقف على سلامتها صحة ودقة نتائج الدراسة، وقد اعتمدت الباحثة على الأدوات التالية:

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على الأدوات الآتية:

١- **تحليل مضمون:** استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لتقديم وصف

صريح لما تتناوله مواقع التسويق الإلكترونية محل الدراسة وصفاً موضوعياً وكمياً.

٢- **فئات التحليل:**

تهدف استمارة تحليل المضمون إلى توفير إطار محدود لتسجيل المعلومات التي تساعد إلى التعرف على الموضوعات^٣ التي تتناولها مواقع التسويق الإلكتروني،

٢- سمير محمد حسين : دراسات فى مناهج البحث العلمي : بحوث الإعلام ، ط٢، عالم الكتب

٢٠٠٦، ص١٣١.

^٣ (١) شيماء ذو الفقار، مناهج بحث والأستخدامات الأحصائية فى الدراسات الاعلامية ، الطبعة الاولى القاهرة :الدار المصرية اللبنانية ٢٠٠٩، ص١٠٩.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

ووفقاً للدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث على عينة من مواقع الدراسة، يساعد تحديد الفئات بدقة على تحقيق أهداف الدراسة والخروج بمؤشرات كمية وكيفية، تتيح عمل مقارنات بين مواقع الدراسة.

٣- المقابلة المقننة :

قامت الباحثة باستخدام المقابلة المقننة مع مسؤولي المواقع النسائية بهدف التعرف على المواقع النسائية، حيث الدراسة أول من وضحت مفهوم وطبيعة المواقع النسائية فلم تعرف من قبل أى دراسات سابقة فهي وليد التكنولوجيا والجيل الحديث.

[٤] مجتمع الدراسة:

▪ **مجتمع الدراسة التحليلية:** تمثل مجتمع الدراسة المواقع النسائية الالكترونية.

[٥] عينة الدراسة:

أولاً: العينة الدراسة التحليلية :

لجأت الباحثة إلى العينة العمدية Purposive Sample لاختيار المواقع محل الدراسة وقد تم وضع مجموعة من المحددات على أساسها تم اختيار المواقع عينة الدراسة، وهذه المحددات هي:

- اختيار مواقع رسمية تمثل المرأة وأيضاً طفل واختيار مواقع غير رسمية خاصة، واختيار ثلاثة مننديات أكثر انتشار على مواقع الالكترونية.
- أن يكون للمؤسسات نشاط تسويقي واضح.
- أن تهتم المواقع بالقضايا الاجتماعية الخاصة بالمرأة الصعيدية.
- أن تكون المواقع مختلفة في طريقة عرضها للقضايا ومعالجتها.
- أن تكون مختلفة في تصنيفها من حيث النوع والأيدلوجية والتصميم والأهداف.

وتتمثل عينة التحليلية للدراسة في ستة مواقع نسائية:

موقع مجلس القومي: هو موقع حكومي تابع لسلطات الدولة يمثل المرأة

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

موقع مجلس الأمومة والطفولة : هو موقع حكومي مسئول عن قضايا الاسره
موقع لها وجوه اخرى: موقع خاص برئاسة الصحفية رنين عفيفي صاحب تيار
النسوى أسس الموقع سنة ٢٠١٢، بتمويل ذاتي .

منتدى فتكات: هو منتدى نسائي مصري، أنشأه مجموعة من النساء
المصريات على رأسهم غادة الصايغ المدير التنفيذي للموقع، وذلك في شهر يونيو
٢٠٠٧، وهذه الشركة متخصصة في تقديم مجموعة من الخدمات للمواقع
ومشروعات الإنترنت، استطاع المنتدى خلال ثلاث سنوات أن يحصل على المركز
الأول على جميع المنتديات المصرية والعربية وذلك لتمييزه عن غيره من المواقع
النسائية الأخرى.

منتدى عالم حواء: هو منتدى سعودي تم تدشينه منذ عام ٢٠٠٤م، وتم إنشاء منتدى
مصري تابع له هو منتدى عالم حواء مصر وذلك عام ٢٠٠٦م. ويضم المنتدى عدد
من الأقسام الرئيسية .

منتدى سيدتي: سيدتي نت" هو الموقع الإلكتروني لـ "مجلة سيدتي" الرائدة في كل
ما يخص المرأة العربية والعائلة. أسسها هشام ومحمد علي حافظ، وتصدر عن
الشركة السعودية.

[٦] الإطار الزمني للدراسة:

فقد استغرقت فترة الدراسة للمواقع ستة أشهر منذ ١ نوفمبر ٢٠١٨
والى ١مايو ٢٠١٩، قامت الباحثة بحصر شامل لجميع الموضوعات
عددها ٣٣٥٣.

[٧] إجراءات الصدق و الثبات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب، ثم
معالجتها وتحليلها واستخلاص النتائج النهائية باستخدام برنامج " الحزم الإحصائية

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

للعلوم الاجتماعية " SPSS " Statistical Package Of Social Science

واستعان الباحث بالمعاملات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

* النسب المئوية والتكرارات واختبار معامل ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات الاستمارة.

* معامل ارتباط بيرسون لقياس قوة العلاقة بين متغيرين.

* معامل ارتباط الرتب لسبيرمان لقياس قوة الارتباط للبيانات الوصفية .

[٨] أهم نتائج الدراسة التحليلية

جدول رقم (١) يشير لسمات التفاعلية للمواقع الالكترونية بالعينة

سمات الموقع					العنوان الالكتروني	المواقع
عدد العضويات المشاركة حسب احصائية الموقع	أدوات التفاعلية	الخدمات الإضافية	دورية التحديث	العنوان الالكتروني		
١٠٠٢٩٦٤ ٧	اضافة ايقونة فيس وانستجرام تويتر يوتيوب	أرشيف خدمة البحث على الموقع	أسبوعيا	https://ncw.gov.eg/ar/	المجلس القومي للمرأة	
٤٠٠٠	هاتف	أرشيف خدمة البحث على الموقع	شهريا	http://www.nccm-egypt.org/index_ara.html	المجلس القومي للأمومة والطفولة	

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

٥٠٠٠٠	اضافة ايقونة فيس وانستجرام تويتر يتيوب	أرشيف خدمة البحث على الموقع	يومياً	https://wlahawogohokhra.com	ولها وجوه أخرى
١٠٠٠٠	اضافة ايقونة فيس تويتر يتيوب	أرشيف خدمة البحث على الموقع	يومياً	https://www.fatakat.com	فتكات
١،٤٨٣،٤٨٩	غرفة دردشة	أرشيف خدمة البحث على الموقع	يومياً	https://www.hawaaworld.com/	عالم حواء
٢،٤٨٣،٤٨٩	اضافة ايقونة فيس وجوجل بلاس وانستجرام تويتر يتيوب	أرشيف خدمة البحث على الموقع	يومياً	https://www.sayidaty.net/category/tags/منتدى	سيدتي-نت

جدول رقم (٢) يوضح اللغة التي تستخدم المواقع النسائية

اللغة المستخدمة				المواقع	
الإجمالي	مزيج من الاثنين	العامية	الفصحى		
٢٤٠	١٠	٣٠	٢٠٠	ك	المجلس القومي للمرأة
%٧،١٦	%٢،٣٢	%٢،٣٤	%١٢،٢	%	
١٤٠	٢٠	٢٠	١٠٠	ك	المجلس القومي للأمومة والطفولة
%٤،١٨	%١٤،٢٩	%١٤،٢٩	%٦،٠٩	%	
٤٣٠	٤٠	٦٠	٣٣٠	ك	ولها وجوه أخرى
%١٢،٨	%٩،٢٨	%٤،٦٨	%٢٠،١	%	
١٢٢٦	٢١٧	٥٣٦	٤٧٣	ك	فتكات
%٣٦،٦	%٥٠،٣	%٤١،٨	%٢٨،٨	%	

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

٧٨٧	١١٤	٣٣٥	٣٣٨	ك	عالم حواء
%٢٣,٥	%٢٦,٥	%٢٦,٢	%٢٠,٦	%	
٥٣٠	٣٠	٣٠٠	٢٠٠	ك	سيدتي-نت
%١٥,٨	%٦,٩٦	%٢٣,٤	%١٢,٢	%	
٣٣٥٣	٤٣١	١٢٨١	١٦٤١	ك	الإجمالي
١٠٠	١٢,٨٥	٣٨,٢١	٤٨,٩٤	%	

حيث تشير نتائج الجدول رقم (١) إلى أن معظم المواقع قد اعتمدت على اللغة الفصحى فقد جاءت نسبة استخدام المجلس القومي للمرأة لها (١٢,٢%) مقابل (٢,٣٤%) لاستخدامها للغة العامية، وكذلك موقع المجلس القومي للأمم و الطفولة حيث اعتمد على اللغة الفصحى بنسبة (٦,٠٩%) مقابل (١٥%) للغة العامية، اعتمدت موقع فتكات على المزيج ما بين الفصحى والعامية بنسبة ٥٠%، واعتمدت موقع عالم حواء على استخدام اللغة العامية والمزيج ما بين اللغتين بالتساوى .

(٣)الاستمالات التي تضمنها محتوى المادة المنشورة

الاستمالات التي تضمنها محتوى المادة المنشورة				المواقع
الإجمالي	الاثنان معا	عاطفية	عقلية	
٢٤٠	١٠	٢٠	٢١٠	ك
%٧,١٦	%٧,٧٥	%١,٤٤	%١١,٤٣	%
١٤٠	٦	١٤	١٢٠	ك
%٤,١٨	%٤,٦٥	%١,٠١	%٦,٥٣٢	%
٤٣٠	١٠	٢٢٠	٢٠٠	ك
%١٢,٨	%٧,٧٥	%١٥,٩	%١٠,٨٩	%
١٢٢٦	٢٦	٧٠٠	٥٠٠	ك
%٣٦,٦	%٢٠,٢	%٥٠,٥	%٢٧,٢٢	%

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

٧٨٧	٦٧	٢١٣	٥٠٧	ك	عالم حواء
%٢٣,٥	%٥١,٩	%١٥,٤	%٢٧,٦	%	
٥٣٠	١٠	٢٢٠	٣٠٠	ك	سيدتي- نت
%١٥,٨	%٧,٧٥	%١٥,٩	%١٦,٣٣	%	
٣٣٥٣	١٢٩	١٣٨٧	١٨٣٧	ك	الإجمالي
%١٠٠	٣,٨٦	٤١,٣٦	٥٤,٧٨	%	

حيث يتضح من الجدول رقم (٢) أن:

- جاء موقع مجلس القومي للمرأة في الترتيب المواقع لاستخدامه الاستمالات المنطقية في التسويق الإلكتروني بواقع ٢١٠ مرة من إجمالي ٢٤٠ مرة بنسبة بلغت (١١,٤٣%)، يليه موقع لها وجه اخرى بواقع ٢٠٠ من ٤٣٠ بنسبة بلغت (١١%)، وجاء في صدارة موقع حواء بنسبة ٢٨% ثم موقع فتكات ٢٧% ثم سيدتي ١٨%.

- جاء موقع منتدى فتكات في صدارة الترتيب لاستخدامها الاستمالات الوجدانية في التسويق الإلكتروني بواقع ٧٠٠ مرة من إجمالي ١٢٦٢ مرة بنسبة بلغت (٥١%)، ثم تساوى موقع لها وجوه أخرى مع منتدى سيدتي بالترتيب ١٦%.

كما يتضح من المؤشرات الآتي:

- حرصت المواقع الإلكترونية النسائية على استخدام الاستمالات المنطقية والوجدانية في التسويق الإلكتروني في آن واحد في معظم الموضوعات.

- استخدمت المواقع الإلكترونية الاستمالات الوجدانية من خلال أسلوبين الترغيب والتخويف مستعينة عرض الصور وانتقاء الألفاظ والتعبيرات الجذابة لشد انتباه المرأة لقضاياها الاجتماعية.

- استخدمت المواقع الإلكترونية الاستمالات المنطقية من خلال سرد التفاصيل التاريخية الخاصة بالقضية وسرد بعض قصص الخاصة بشخصيات مرت بمشكلات اجتماعية ودورها في التخلص منها، مع تقديم الأرقام والإحصائيات

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

الخاصة وتصريحات والمستندات القانونية التي تناقش القضايا الاجتماعية الخاصة
بالمرأة كما استخدمت بعض الحجج والمنطقية .

- انفراد موقع فتكات بأعلى معدلات استخدام الاستمالات المنطقية والوجدانية .

جدول رقم(٤) يوضح القضايا التي تناولها المواقع النسائية

المواقع	القضايا التي تناولها المواقع النسائية						
	سياسية	اجتماعية	اقتصادية	صحية	دينية	ثقافية	الإجمالي
المجلس القومي للمرأة	٨٠	٦٥	٢٠	٥٠	١٠	١٥	٢٤٠
%	١٩	٤	٦,١١٦	٧,٤٦٣	١٢,٢	٦,١٧٣	٧,١٥٧٨
المجلس القومي للأمم	٢٠	٥٤	١٩	٤٤	١	٢	١٤٠
%	٤,٨	٣,٣	٥,٨١	٦,٥٦٧	١,٢٢	٠,٨٢٣	٤,١٧٥٤
ولها وجوه أخرى	٤٥	٢٣٣	٢٦	٥٠	٣٢	٤٤	٤٣٠
%	١١	١٤	٧,٩٥١	٧,٤٦٣	٣٩,٠٢	١٨,١١	١٢,٨٢٤
فتكات	١٢٢	٥٣٣	٢٢٢	٢١٥	١٢	١٢٢	١٢٢٦
%	٢٩	٣٣	٦٧,٨٩	٣٢,٠٩	١٤,٦٣	٥٠,٢١	٣٦,٥٦٤
عالم حواء	١٣٥	٤٣٢	٢٥	١١١	٢٦	٥٨	٧٨٧
%	٣٣	٢٧	٧,٦٤٥	١٦,٥٧	٣١,٧١	٢٣,٨٧	٢٣,٤٧٢
سيدتي نت	١٢	٣٠٠	١٥	٢٠٠	١	٢	٥٣٠
%	٢,٩	١٩	٤,٥٨٧	٢٩,٨٥	١,٢٢	٠,٨٢٣	١٥,٨٠٧
الاجمالي	٤١٤	١٦١٧	٣٢٧	٦٧٠	٨٢	٢٤٣	٣٣٥٣
%	١٢,٣٤	٤٨,٢٢	٩,٧٥	١٩,٩٨	٢,٤٧	٧,٢٤	١٠٠

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

تفوقت موقع لها وجه اخرى فى عرض القضايا السياسية بنسبة ١١%، والقضايا الاجتماعية بنسبة ١٤%، والقضايا الاقتصادية بنسبة ٨% وقضايا الصحية ٧% والقضايا دينية ٣٩% وقضايا الثقافية ١٨% بالنسبة للموقع، اما المنتديات تفوقت على المواقع وجاء منتدى عالم حواء فى صدارة لعرضه القضايا السياسييه بنسبة ٣٣%. اما بالنسبة للقضايا الاجتماعية تفوقت منتدى فتكات بنسبة ٣٣% ثم عالم حواء بنسبة ٢٧%، وبالنسبة للقضايا الصحية تفوقت بمراحل منتدى فتكات بنسبة ٢٣% ثم سيدتى ٣٠%، اما فى القضايا الدينية تفوق منتدى حواء بنسبة ٣٢% ثم منتدى فتكات بنسبة ١٥%، اما القضايا الثقافية تفوقت منتدى فتكات بنسبة ٥٠%.

جدول رقم(٥) يوضح شكل الموضوعات المطروحة الخاصة بالقضايا التى تتناولها المواقع

المواقع	شكل الموضوعات المطروحة						
	خبر	مقال	تقرير	الاستفتاء	سؤال وجواب	فيديو	الإجمالي
المجلس القومي للمرأة	ك	٦٥	٩٨	٢١	٩	٢٢	٢٤٠
	%	٦,٤٢	٥,٤٥	١٠,٩	١٤,٥	١٥,٩	٧,١٥٧٨
المجلس القومي للأمومة والطفولة	ك	٣٤	٤٨	٤٢	٢	٨	١٤٠
	%	٣,٣٦	٢,٦٧	٢١,٨	٣,٢٣	٥,٨	٤,١٧٥٤
ولها وجه أخرى	ك	٨٢	٢٦٦	٣٢	٤	٢٢	٤٣٠
	%	٨,١	١٤,٨	١٦,٦	٦,٤٥	١٥,٩	١٢,٨٢٤
فتكات	ك	٤٠٠	٧٠٠	٣٢	٢٢	٤٠	١٢٢٦
	%	٣٩,٥	٣٩	١٦,٦	٣٥,٥	٢٩	٣٦,٥٦٤
عالم حواء	ك	٢٤٣	٣٨٣	٥٤	٢٢	٤٢	٧٨٧
	%	٢٤	٢١,٣	٢٨	٣٥,٥	٣٠,٤	٢٣,٤٧٢
سيدتي- نت	ك	١٨٨	٣٠٢	١٢	٣	٤	٥٣٠

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان يناير(المجلد الأول) ٢٠٢٥

١٥,٨٠٧	١٣,٩	٢,٩	٤,٨٤	٦,٢٢	١٦,٨	١٨,٦	%	
٣٣٥٣	١٥١	١٣٨	٦٢	١٩٣	١٧٩٧	١٠,١٢	ك	الاجمالي
١٠٠	٤,٥	٤,١٣	١,٨٤	٥,٧٥	٥٣,٥٩	٣٠,١٩	%	

اعتمدت المواقع الرسمية على أسلوب المقال لرصد القضايا الاجتماعية الخاصة للمرأة موقع مجلس القومى للمرأة عرض ٩٨ من واقع ٢٤٠ اما مجلس الأمومة والطفولة ٤٨ من واقع ١٤٠، اما موقع لها وجوه اخرى اعتمد أسلوب الفيديو ثم السؤال والجواب ،

اعتمدت منتدى فتكات على أسلوب الخبرى بنسبة ٤٠% ثم أسلوب المقال بنسبة ٣٩% ، اعتمد عالم حواء على أسلوب الأستفتاء بنسبة ٣٦%.

المراجع

اولا: المراجع العربية

- (١) انتصار عبد الرزاق، ، والساموك صفد ، الإعلام الجديد، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، ٢٠١١.
- (٢) حسين ابو عمر على ، التسويق الالكتروني للخدمات المجتمعية لشركات الاتصالات المصرية ودوره في اثراء الجودة المدركة نحو رضا الجمهور في مصر : (دراسة تحليلية وميدانية)، رسالة دكتوراه ، جامعة المنصورة ، كلية الاداب ، قسم الاعلام، ٢٠١٩.
- (٣) سمير محمد حسين : دراسات فى مناهج البحث العلمي : بحوث الإعلام، ط٢، عالم الكتب، ٢٠٠٦.
- (٤) شيماء ذو الفقار، مناهج بحث والأستخدامات الأحصائية فى الدراسات الاعلامية ، الطبعة الاولى القاهرة :الدار المصرية اللبنانية ٢٠٠٩.
- (٥) محمد عبد المجيد، للبحث العلمي فى الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ٢٠٠٠.
- (٦) نرمين زكريا ، الآثار النفسية والإجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الإجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ٢٠٠٩.

ثانيا: المراجع الأجنبية

- 7) Rose, J and J molka – Danielsen " eparticipation : Designing and Managing political Discussion forums " social science computer Review 2010.
- 8)
- 9) Rohlinger, D A and J , BROWN " Democracy ,Internet forums and the American Behavior , 2009.action.
- 10) Lura Bierman (women's networks : Acareer development intervention or impediment 2005 p 207-224.
- 11) Churchill , Gibert A. , & others , "Basic Marketing Research" , 5th ed. , Ohio: Thomson South-Western , 2004.