

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عمار ثليجي الاغواط

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة

قسم علوم الإعلام و الإتصال

دور الإنستغرام في الترويج للمنتوجات المحلية

دراسة ميدانية على عينة من حرفيات الأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال

تخصص إتصال و علاقات عامة

اعداد الطالبين:

للهم إيمان جعيو

للهم لمياء قاسمي

تحت إشراف:

للهم د. المداني حجاج

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۴۳۸

شكر وتقدير

قال تعالى: ﴿وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ﴾ [سورة لقمان،

الآية 12]

لحمد الله عز وجل الذي ووفقتنا في إتمام هذا البحث العلمي
نقدم بخزييل الشكر والتقدير إلى الأسناذ الدكتور المشرف

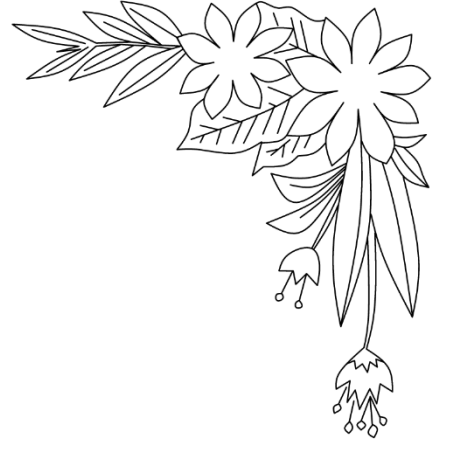
الملداني حجاج

على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهبت

في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة

كما نقدم بخزييل الشكر إلى أعضاء اللجنة المناقشة الموقرة

لمياء / إيمان



إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

تحية لأول بطلة في حياتي وأول حب هي أمي أنت النعمة والخير والكل

اللهم أمي حبيبي اللهم قلبها وعمها وسعادتها

إلى قدوتي ومثلي الأعلى الذي أحسن تربيتي وضحي براحمته

من أجل إسعادي أبي العزيز حفظه الله وأطال عمه

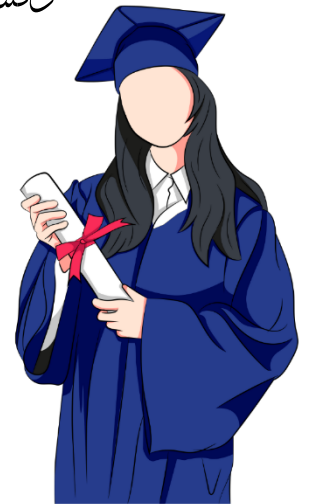
إلى توأم روحي إخوتي أدامكم الله سندا لي

إلى صديقتي عمري ملياء شريكتي في كل الانشامات

وقسوة الأزمات لم تفارقني يوما ولم تفلت يدي أبدا

ما كان الأمر سهلا ولكن قد فعلناها

إلى كل من منى نجاحي ها أنا قد فعلناها



إيمان





إهداء

"اقرأ باسم ربك الذي خلق خلق الإنسان من علقٍ اقرأ وربك الأكرم الذي علم بالقلم علم الإنسان ما لم يعلم"

وبعد:

اللهم إني أعوذ بك من العمي والحصر كما أعوذ بك من السلاطة والهدر، وأعوذ بك من النكف لما لا أحسن، كما أعوذ بك من العجب بما أحسن أعدني ربي من حص رعي ومن نفس أعالجها علاجاً... ومن عجب أتبه به غرورا وخوفا يملأ النفس اختلاجاً أهدي ثمرة جهدي إلى من قال فيهما سبحانه وتعالى ﴿وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبإذن الدين إحساناً إما يبلغن عندك الكبر أحدهما أو كلاهما فلا تقل لهما أف ولا تنههما وقل لهما قولاً كريماً﴾ [سورة الإسراء، الآية 23]

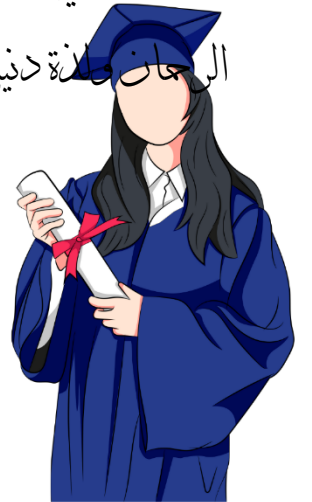
إلى والدي الكريم الذي كان سنداً لي وعونا طيلة مشوارتي الدراسي

إلى روح أمي الزكية الطاهرة مرحمها الله

إلى زوجي واخوتي كل باسمهم إلى أمي الثانية

إلى صديقتاتي وعلى رأسهم "إيمان جعيو" التي قاسمتني هذا العمل أنت صدفة أيامي ونعمة

الرحمان ولادة دينتي وأجل أشتائي وإلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي



ملخص الدراسة:

حاولت هذه الدراسة البحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد موقع الانستغرام في ترويج المنتجات المحلية اليدوية للمرأة الماكثة بالبيت ودوافع استخدامها لصفحة الانستغرام في الترويج لمنتجاتها المحلية باستخدام المنهج الوصفي والعينة القصدية بحيث استخدمت لاستجوابهن أداة الاستبيان لجمع البيانات ومن خلالها توصلنا إلى نتائج أهمها:

- أسباب امتلاكهن الانستغرام سرعته في نشر الصور وهو وسيلة فعالة في توسيع مجال العمل

- نسبة اهتمامهن لصفحاتهن على الانستغرام كان هناك تناقض كبير وتذبذب في الرأي ربما لقلة بعض المبحوثات الآتيان

- كثرة المناسبات والحفلات التي تتطلب الحلويات ودورات التعليمية المكثفة في الولاية التي ساعدت البنات على اكتساب الحرفة

الكلمات المفتاحية:

الانستغرام- الترويج- المنتجات المحلية

STUDY SUMMARY:

THIS STUDY ATTEMPTED TO INVESTIGATE THE ROLE OF SOCIAL NETWORKING SITES, SPECIFICALLY THE INSTAGRAM SITE, IN PROMOTING LOCAL HANDMADE PRODUCTS FOR WOMEN STAYING AT HOME, AND THE MOTIVES FOR USING THE INSTAGRAM PAGE IN PROMOTING THEIR LOCAL PRODUCTS USING THE DESCRIPTIVE APPROACH AND THE INTENTIONAL SAMPLE, SO THAT THE QUESTIONNAIRE TOOL WAS USED TO COLLECT DATA, AND THROUGH IT WE REACHED THE MOST IMPORTANT RESULTS:

THE REASONS FOR THEIR OWNERSHIP OF INSTAGRAM IS ITS SPEED IN PUBLISHING PHOTOS, AND IT IS AN EFFECTIVE WAY TO EXPAND THE FIELD OF WORK

- THE PERCENTAGE OF THEIR INTEREST IN THEIR INSTAGRAM PAGES, THERE WAS A GREAT CONTRADICTION AND FLUCTUATION IN OPINION, PERHAPS DUE TO THE LACK OF SOME OF THE FOLLOWING RESPONDENTS

- THE LARGE NUMBER OF EVENTS AND PARTIES THAT REQUIRE SWEETS AND INTENSIVE EDUCATIONAL COURSES IN THE STATE THAT HELPED GIRLS ACQUIRE THE CRAFT

KEY WORDS:

INSTAGRAM - PROMOTION - LOCAL PRODUCTS

فهرس المحتويات

| | |
|--|------------------------------------|
| | شكر وتقدير |
| | إهداء |
| | ملخص الدراسة |
| | فهرس المحتويات |
| | قائمة الجداول |
| أ | مقدمة |
| الفصل الأول : الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة | |
| 20 | إشكالية الدراسة: |
| 20 | الفرضيات |
| 21 | تحديد المفاهيم |
| 24 | الدراسات السابقة |
| 26 | أسباب اختيار الموضوع |
| 28 | صعوبات الدراسة |
| الفصل الثاني : موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام | |
| 30 | تمهيد |
| 31 | مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي |
| 31 | نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي |
| 32 | أنواع شبكات التواصل الاجتماعي |
| 33 | خصائص شبكات التواصل الاجتماعي |

| | |
|--|--|
| 34 | دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي |
| 36 | موقع التواصل الاجتماعي للانستغرام |
| الفصل الثالث : الصناعة التقليدية الفنية بولاية الأغواط | |
| 41 | تمهيد |
| 42 | الصناعة التقليدية الفنية بولاية الأغواط |
| 42 | دور مهام الغرفة |
| 42 | المزايا التي تقدمها الغرفة للحرفي |
| 43 | تطور الحرف التقليدية في الجزائر 1962-2011 |
| 44 | الحرف والصناعة التقليدية ودورها في التنمية |
| 45 | الحرف الشائعة في ولاية الأغواط |
| 47 | تحديات ومعوقات أنشطة الصناعات والحرف التقليدية |
| الفصل الرابع : الجانب التطبيقي | |
| 49 | المنهج الوصفي |
| 49 | نوع العينة |
| 50 | مجالات الدراسة |
| 50 | أداة جمع البيانات |
| 71 | نتائج الدراسة |
| 74 | خاتمة |
| | قائمة المصادر والمراجع |
| | الملاحق |

قائمة الجداول

| | |
|----|---|
| 52 | الجدول رقم (01): يوضح السن للمبحوثات |
| 53 | الجدول رقم (02): يوضح المستوى الدراسي للمبحوثات |
| 54 | الجدول رقم (03): يوضح المحالة الاجتماعية للمبحوثات |
| 55 | الجدول رقم (04): يوضح امتلاك المبحوثات لحساب انستغرام |
| 56 | الجدول رقم (05): يوضح أسباب إختيار هذا التطبيق |
| 57 | الجدول رقم (06): يوضح معدل تصفحك للانستغرام |
| 58 | الجدول رقم (07): يوضح نسبة الاهتمام بالصفحة على الانستغرام |
| 59 | الجدول رقم (08): يوضح الحرفة التي تمارسها |
| 61 | الجدول رقم (09): يوضح فاعلية الترويج عبر الإنستغرام |
| 62 | الجدول رقم (10): يوضح أهمية الانستغرام مقارنة بالبطاقة الإشهارية |
| 63 | الجدول رقم (11): يوضح إستخدام الانستغرام في المجال التسويقي |
| 64 | الجدول رقم (12): يوضح أقدمية ممارسة هاته الحرفة |
| 65 | الجدول رقم (13): يوضح عدد المتابعين على الصفحة في الإنستغرام |
| 66 | الجدول رقم (14): يوضح نسبة طلبات الزبائن عبر الإنستغرام |
| 67 | الجدول رقم (15): يوضح قبول كل طلبات التي يتفق عليها الزبون |
| 68 | الجدول رقم (16): يوضح مساعدة الإنستغرام في مجال العمل |
| 69 | الجدول رقم (17): يوضح نسبة الطلبات المتجهة نحو البلدان الأخرى |
| 70 | الجدول رقم (18): يوضح قدرة الإنستغرام على إيصال إلى الهدف المرغوب |

مقدمة

إن ظهور المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي غيرت مضمون وشكل الأنشطة الاقتصادية التي كانت مرتبطة بحدود الزمان والمكان، أصبحت بفعل الأنترنت والتكنولوجيات للإعلام والاتصال أنشطة الكترونية تتم في جزء كبير منها عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث تعد هاته الشبكة من أحدث منتوجات التكنولوجيات وأكثرها شعبية رغم أن هذا الموقع أنشأ في الأساس للتواصل الاجتماعي للأفراد والتي كسرت حواجز البعد الزماني والمكاني ومنها من يستخدمها كوسيلة وأداة من أدوات التسويق ويملك حساب على الانستغرام الذي أصبح يهتم بالأنشطة التسويقية والصناعات اليدوية حيث أصبحت ضرورة لكسب العيش لهاته الفئات التي يعتمدن عليها كمصدر رزق لهم ولعائلاتهم لذا سنحاول في دراستنا هاته معرفة دور الانستغرام في ترويج المنتوجات اليدوية التي تروجها فئة النساء خاصة المرأة الماكثة في البيت عبر هذا الموقع.

الفصل الأول :
الإطار المنهجي
والمفاهيمي للدراسة

إشكالية الدراسة:

رسمت المرأة بشكل عام والمرأة الماكثة بالبيت على وجه الخصوص لنفسها طريقا يمكنها من إعادة اعتبارها داخل المجتمع وإبراز نجاحها في مختلف الميادين وفي شتى المجالات وكذا قدرتها على إنشاء مشاريع خاصة بمنتجاتها المصنوعة يدويا لتبرز فيها مدى قدرتها على العطاء ولإعطاء فكرة عن الصورة التقليدية لدور المرأة الماكثة في البيت بدون عمل أو أي دخل كان، تلك الصورة المرسخة لدى فئة من المجتمع كقيامها بالأعمال المنزلية وتكريس نفسها في سبيل الأسرة الصغيرة فقط.

هذه الصورة النمطية على المرأة الماكثة بالبيت والتي من شأنها أن تقلل من قيمتها الاجتماعية فالكثيرات منهن دفع بالعديد من النساء إلى السعي وراء خلق مصدر مادي للربح عبر إنشاء بعض المشاريع الصغيرة بمساعدة هيئات وصية مثل غرفة الصناعة التقليدية. ويعتبر موقع التواصل الاجتماعي Instagram من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارا واستخداما حسب العديد من الدراسات فهو يتيح إمكانية التفاعل وفتح قنوات اتصال والترويج للبيع فالمرأة الجزائرية عموما والأغواطية خصوصا التي أصبحت تستعين بالانستغرام في التسويق لأعمالها اليدوية من صناعة الحلويات، الخياطة، الحلاقة، وغيرها مستغلة بذلك هذا الموقع بالذات لنشر ما تقوم به من أعمال والإعلان عنها والترويج لها عبر الصفحات ليتم التعرف عليها من قبل الجمهور

سؤال الإشكالية:

كيف يساهم الانستغرام في الترويج للمنتجات المحلية للمرأة الماكثة بالبيت بالأغواط؟

الفرضيات:

- تستعين المرأة الماكثة بالبيت الانستغرام للترويج لمنتجاتها المحلية بالأغواط.
- يهتم مرتادو مواقع التواصل الاجتماعي بالترويج للمنتجات المحلية للمرأة الماكثة بالبيت عبر الانستغرام.

-تحديد المفاهيم:

التعريف النظري للانستغرام:

إنه عبارة عن خدمة تواصل اجتماعي، ومشاركة صور ومقاطع فيديو وهي شركة أمريكية مملوكة لشركة Facebook تم إنشاؤها من طرف (كيفن سيستروم) و(مايك كرايغر) وتم إطلاق هذا التطبيق عام 2010 حصريا على Los أي على أجهزة أبل ومن ثم تم إصداره لأجهزة Android وذلك بعد عام ونصف

ويتيح هذا التطبيق للمستخدمين تحميل الصور ومقاطع الفيديو، التي من الممكن تعديلها باستخدام عوامل التصفية والترشيح المختلفة الموجودة في التطبيق، ويتم تنظيم الصور باستخدام العلامات ومعلومات الموقع.

ويمكن للمستخدم أن يشارك منشوراته في الحساب علانية ويمكن أن يخصصه فقط مع المتابعين الموافق عليهم مسبقا، ويمكن للمستخدمين الإعجاب بصور الآخرين ومتابعة المستخدمين الآخرين.¹

التعريف الإجرائي للانستغرام:

يعرف الانستغرام بأنه أحد منصات التواصل الاجتماعي لمشاركة الصور والفيديوهات والوسائل من الهواتف الذكية كالفايس بوك وتويتر كما هو موقع مجاني يمكن لأي شخص فتح حساب عليه والقيام بنشر صور وقصص وقد شهد الانستغرام ضجة كبيرة في الآونة الأخيرة وذلك نظرا للتحسينات التي طرأت عليه، حيث أصبحت كل الشركات المتخصصة في التسويق الإلكتروني لديها حسابات على الانستغرام وتقوم بمشاركة صور لنشاطات الشركة مع متابعيها على الانستغرام بشكل مستمر.

¹ مرجع محمد عباس، مسار ملخص انستغرام للمبتدئين.

التعريف النظري للترويج:

هو التنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ للمعلومات وتسهيل بيع السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة.

كما عرفه (كلوتر) على أنه:

النشاط الذي يتم ضمن أي جهد تسويقي وينطوي على عملية اتصال إقناعي ليس في حد ذاته سوى عملية اتصال بحيث يشتمل على عناصر الاتصال التالية: المرسل، الرسالة، وسيلة الاتصال، المرسل إليه إلى جانب نتيجة الاتصال في شكل تغذية مرتدة.²

التعريف الإجرائي للترويج:

هو أحد عناصر المزيج التسويقي وهو مصطلح كثيرا ما يستخدم في مجال التسويق، وهناك تحديد لخمس عناصر للمزيج الترويجي أو الخطة الترويجية، هذه العناصر هي البيع الشخصي والإعلان وتنشيط المبيعات والتسويق المباشر والدعاية ويجدد المزيج الترويجي مقدار الاهتمام الذي يجب أن يحظى به كل من الفئات الفرعية الخمسة ومقدار الأموال التي يجب أن تخصص لميزانية كل فئة منها كما أن هناك ثلاثة أهداف رئيسية للترويج وهي:

1/ تقديم المعلومات للمستهلكين والأشخاص الآخرين.

2/ زيادة الطلب.

3/ تحقيق التميز للمنتج.

التعريف النظري للمنتج:

المنتج هو أي شيء مادي ملموس أو غير ملموس يقدم من قبل المنتج إلى المستهلك بهدف إشباع حاجاته ورغباته وقد يكون المنتج ماديًا أو خدميًا ويرتبط بالمنتج كل من القيمة والرضا والجودة والتنوع.

² محمد عباس، الترويج والاتصالات التسويقية، جامعة المنارة، ص 1.

فالمنتج هو عبارة عن شيء يعرض في السوق بغرض البيع بما يحمله من حزمة المنافع والقيم المادية والمعنوية التي يحصل عليها المستهلك مقابل ما يدفعه من ثمن لقاءها ويشترط بالمنتج أن يكون قادرا على إشباع الحاجات ويلبي للرغبات لدى المستهلك مما تدفعه لاقتنائه. فالمستهلك أو المنتفع النهائي عندما يشتري المنتج فإنه في الحقيقة يشتري منافع تحقق له إشباعا ورضا.³

التعريف الاجرائي للمنتج:

هو لفظة عامة تشمل كل ما يضع أو ينتج بغرض البيع والتسويق للأفراد والمستهلكين بهدف ارضائهم وإشباع حاجياتهم الذاتية وبصفة عامة هو أي شيء يمكن تقديمه للسوق قد يلبي رغبة أو حاجة. وفي البيع بالتجزئة تسمى المنتجات بالسلع. بينما في التصنيع، يتم شراء المنتجات كمواد خام وبيعها كسلع تامة الصنع. وتنقسم المنتجات إلى أنواع من بينها المنتجات الاستهلاكية ومنتجات خاصة ومنتجات صناعية ومنتجات ملائمة... الخ.

التعريف النظري للحرف:

إن التطرق إلى موضوع الصناعة التقليدية والحرف يتطلب تحديدا لمفهومها وخصائصها من أجل توضيح معالمها وتحديد مجالات تدخلها فضلا على أن عملية التعريف تفيد بمعرفة أحد خطوط التنمية في البلاد فمن خلالها تقوم الدولة بتحديد نموذج أو شكل من أشكال التنمية الاقتصادية الذي ستعتمده فتعرف على أنها كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين فيه الحرفي أحيانا بالآن لصنع أشياء نفعية أو تزينية ذات طابع حرفي، وتكتسي طابعا فنيا يسمح بنقل مهارة عريقة وتنقسم حسب وظيفة منتجاتها إلى نوعين صناعة تقليدية فنية تزينية وصناعة تقليدية استعمالية وظيفية...⁴

³ بعطوش عبد الله، بوراس أحمد، بلوج بوالعيد، موساوي عبد النور، أساليب تطوير المنتجات في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة شركة عتاد التكديس والحمولة German، جامعة قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، السنة الجامعية 2008، ص 03.

⁴ بربح كلثوم، دور الصناعات الحرفية والتقليدية في تنمية السياحة في المدن الصحراوية، دراسة حالة مدينة تماسين، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة، السنة 2020، ص 43.

التعريف الإجرائي للحرف:

الحرف اليدوية أو الصناعات التقليدية هي الصناعات المعتمدة على اليد أو باستخدام الأدوات البسيطة دون استعمال آلات حديثة ومتطورة كما أن الحرف هي موروثات شعبية يسيطر عليها طابع الإهمال لعدم تدوين عناصرها أو تسجيلها وندرة الأبحاث والدراسات التي تتناولها فهذه الحرف التي لا تزال تحتزن موروثا من الناحية العملية والنظرية نتيجة لتصوير الواقع وتدوين ما تبقى في ذاكرة الأفراد.

الدراسات السابقة:

تعتبر مرحلة جمع المعلومات في الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع عمود أساسي في البحوث ومنبعها لها وعلى هذا الأساس تم فحص بعض الدراسات والمذكرات التي تصب في إطار دراستنا وبالتالي اعتمدنا على دراستين:

الدراسة الأولى:

بعنوان "دور موقع التواصل الاجتماعي في التسويق من خلال استخدامها كوسيلة للإعلان دراسة حالة، المملكة العربية السعودية، للباحثين: إبراهيم الخضر المدني محمد وأمينة عبد القادر كانت الإشكالية كالتالي: هل هناك دور لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإعلان بصورة فعالة إذا تم استخدامها كوسيلة للإعلان؟ وأدرجت تحت هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

- هل هناك دور لانتشار الهاتف الذي في زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- هل هناك دور لتوفير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في زيادة معدل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
- وتمثلت فرضيات البحث في:
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلانية له دور في انتشار الإعلان الإلكتروني.

- توجد علاقة بين توفير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومعدل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

- توجد علاقة بين انتشار الجوال الذكي وازدياد معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وقد تم استخدام المنهج المسحي وذلك من خلال عينة من الطلاب والموظفين في جامعة الجوف وطرح استبيان يجيب على فروض البحث وقد توصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

* الوسائل الالكترونية أكثر كفاءة من التقليدية في نشر الإعلان التجاري.

* تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالتفاعلية مما جعلها ذات كفاءة عالية في نشر الإعلان.

الدراسة الثانية:

بعنوان "الآثار الاجتماعية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي دراسة حالة على عينة من الشباب في دولة الكويت د. فاطمة السالم كانت الإشكالية كالاتي: ما هي الآثار الاجتماعية والنفسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب؟ وأدرجت تحت هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

* كيف يستخدم الشباب (عينة الدراسة) مواقع التواصل الاجتماعي؟

* ما دوافع الشباب الكويتي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

* ما مدى ارتباط الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي؟

* ما هي أبرز خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب؟

وتمثلت فرضيات البحث في:

- توجد دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والرضا العام عن الحياة.

- توجد دلالة إحصائية بين متغير معدل استخدام مواقع التواصل وبين معدل الارتباط بها.

- توجد دلالة إحصائية بين معدل الرضا عن النفس ومعدل الرضا عن الحياة.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للشباب وبين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

اعتمدت الدراسة على أسلوب الاستبانة المباشرة أي من خلال المقابلات الشخصية وتعبئة الاستبيان ورقي وقد تم توزيعها على الشباب الكويتي في أماكن تواجدهم. وقد توصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1/ وأشارت النتائج وجود ارتباط عكسي ضعيف بين المتغيرين P و n وتبين العلاقة العكسية بين المتغيرين أنه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انخفض مؤشر الرضا العام عن الحياة

2/ وأثبتت النتائج وجود ارتباط إحصائي قوي ($p=...$, $n=0$) مما يؤكد فرضية الدلالة الإحصائية على وجود ارتباط بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين الارتباط بها وتشير العلاقة أنه كلما ارتفع معدل ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع معدل الارتباط بتلك الوسائل.

3/ توجد علاقة بين معدل الرضا عن النفس ومعدل الرضا عن الحياة تم اختيار بين متغير (الرضا عن النفس) ومتغير (الرضا العام عن الحياة) بإجراء اختبار معامل ارتباط (بيرسون) للتحقق من الدلالة الإحصائية وأثبتت النتائج وجود ارتباط إحصائي قوي إذا تشير النتائج أنه كلما ارتفع معدل الرضا عن النفس زاد معدل الرضا العام عن الحياة فكلما كان الشخص راضي عن نفسه كلما ارتفع لديه الشعور بالرضا العام عن الحياة.

أسباب اختيار الموضوع:

1-1 / أسباب ذاتية:

* الاهتمام والميل الشخصي للموضوع الذي تأتي من الأثر الكبير الذي لعبه موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام في حياة النساء الماكثات في البيت.

* الرغبة الشخصية في الغوص في مجال الترويج خاصة في طابعه الإلكتروني الحديث.

* استكمال الدراسة ونيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة.

1-2/ أسباب موضوعية:

* إمكانية البحث في الموضوع ككل باعتباره موضوعا مهما وكذا فتح المجال للطلبة الجامعيين للبحث أكثر من زوايا أخرى.

* الدور الفعال الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تأدية المرأة لهذا الدور.

* التوجه الكثيف والاهتمام المتزايد بالترويج عبر مواقع الانستغرام حسب الكثير من الدراسات.

* قلة الدراسات التي تكلمت عن هذا الجانب حسب إمكانيات وقدرات الباحثين.

أهداف الدراسة:

يقول أحمد بدر عن أهداف البحث العلمي: "هو وسيلة للاستعلام المنتظم والدقيق الذي يقوم به الباحث بغرض اكتشاف معلومات أو علاقات جديدة بالإضافة إلى تطوير أو تصحيح أو تحقيق المعلومات الموجودة فعلا"...على أن يتبع هذا الفحص والاستلام الدقيق خطوات المنهج العلمي"⁵.

وحسب مروان عبد المجيد إبراهيم فإن الهدف من الدراسة قد يكون ناجعا من الرغبة في تفسير الظواهر التي يشاهدها في الطبيعة أو لبعض الظواهر الاجتماعية والسياسية أو اللغوية أو غير ذلك.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في الجوانب التالية:

* أهمية المرأة الماكثة في البيت ومساهمتها في الاقتصاد المحلي.

* مجال الترويج يعد من أهم الموضوعات لهذه العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

⁵ حجاج مداني، قيم العمل في ظل الاستقرار الوظيفي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع تنظيم وعمل، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2019.

* إعطاء فرص عمل للنساء الماكثات في البيت وتشجيعهم في الغوص في هذا المجال.

صعوبات الدراسة:

1/ قلة المراجع في هذا الموضوع في حدود عملنا وامكانياتنا.

2/ امتناع بعض الحرفيات عن الاجابة على الاستبيان.

3/ صعوبة التنقل وذلك راجع لأننا بدون وسيلة تنقل.

4/ حرارة الجو.

الفصل الثاني:

موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام

تمهيد:

يعد الإنسان كائن اجتماعي ولا يستطيع أن يعيش بمفرده ولهذا الأمر فكان نجاح مواقع التواصل الاجتماعي هو نجاح كبير نتيجة لرغبة الإنسان في التواصل مع غيره وبالتالي تعريف شبكات التواصل الاجتماعي لها أهمية كبيرة في الربط بين الإنسان والعالم الخارجي وتعد عملية التواصل هي العملية الخاصة بالربط بينهم مما يساهم في أن يكون الإنسان على قدر كبير من التعاون وهذا ما يساهم في أن يكون للإنسان حياة سهلة للجميع ولقد بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية في الظهور حديثا لتتيح للمستخدمين الفرصة بوضع ومشاركة الملفات على الموقع وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين فيما فتح موقع "my space" آفاقا واسعة لهذا النوع من المواقع وقد حققت نجاحا هائلا منذ إنشائه عام 2003 وبعد ذلك توالى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي لكن العلاقة الفارقة كانت ظهور موقع "Facebook.com" الذي يمكن مستخدميه من تبادل المعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة أمام الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية.

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

1/ تعريف: شبكات التواصل الاجتماعي:

هناك عدة تعريف لشبكات التواصل الاجتماعي فذكر منها ما يلي: عرفها البعض: أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية¹.

وعرفها البعض الآخر: بأنها مقهى اجتماعي يجتمع في بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك نستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجيا أينما كنت².

* ويرى الباحث أن: شبكات التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات.

2/ نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأ مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام 1955 للربط بين زملاء الدراسة وموقع six.degress.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة للمجموعة من الأصدقاء.

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين أعوام 1999 و2001.

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع ماي سبايس My space الأمريكي الشهير يعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية

¹ د. شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر بالإلكتروني على الانترنت، دار العالم العربي، ط1، 2011م.

² د. دنيا عبد العزيز فهمي، الحماية الجنائية من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، دار النهضة العربية، 2018م، ص20.

على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك والذي بدأ أيضا في الانتشار الموازي مع ماي سبايس حتى قام فايسبوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فايسبوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 115 مليون مستخدم على مستوى العالم.¹

3/ أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

نتيجة لانتشار العديد من الشبكات الخاصة بالتواصل الاجتماعي فإنه هناك صعوبة في حصر جميع الشبكات الخاصة بذلك النشاط التواصل الاجتماعي إلا أنه بالرغم من تعدد تلك الشبكات يظل هناك بعض الشبكات تعد هي الأبرز في هذا المجال ألا وهي:

1/ **الفيس بوك**²: هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يسمح للمستخدمين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع وتكوين روابط وصدقات من خلاله كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح أفق جديدة للتعريف بهويتهم للمجتمع.

2/ **تويتر**³: هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي، مخصص لإرسال تغريدات صغيرة كان لها شديد الأثر في الأحداث التي جرت على الساحة في الآونة الأخيرة ويصل حجم الرسائل النصية الصغيرة التي يرسلها برنامج تويتر إلى 140 حرفا للرسالة الواحدة.

3/ **اليوتيوب**⁴: برز اسم اليوتيوب في عالم الانترنت ليصبح بين عشية وضحاها أكبر مستضيف لملفات الفيديو المنتجة على المستوى الشخصي في العالم ويدخل في كبريات الشركات التقنية ذات الوجود المؤثر في عالم الانترنت على المستوى العالمي لقد بدأ يوتيوب

¹ مصطفى يوسف كافي، المرجع سبق ذكره، ص110-111.
² د. ايهاب خليفة، مواقع التواصل الاجتماعي (أدوات التغيير العمرية بحر الأنترنيت، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، 2016م، ص114.
³ مرجع سابق، ص118.
⁴ د. عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصدقة الالكترونية، دار النشر والتوزيع، عمان، 2010، ص193.

كمقدم لخدمة مشاركة الملفات الشخصية وامتدت اليوم لتصبح من كبريات خدمات الفيديو الترفيهية في العالم.

4/ المدونات الإلكترونية¹: هي مواقع الكترونية تدار محتوياتها وتعوض فيها الموضوعات المضافة إليها أو ما يعرف بإدخالات بترتيب زمني معكوس، وتسمح لزوار المدونة بالتعليق عليها.

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

من خصائص شبكات التواصل الاجتماعي أنها تتميز بمميزات مما يلي:

الملفات الشخصية: من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل الجنس-تاريخ الميلاد-البلد-الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا.

الأصدقاء والعلاقات: وهم الأشخاص الذين يتعرف عليهم لهدف محدد ومعين حيث تطلق مسمى صديق على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال وعلاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك².

ألبومات وصور: تتيح الشبكة الاجتماعية لمستخدمي إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء والاطلاع عليها³.

ألبومات وصور: تتيح الشبكة الاجتماعية لمستخدمي إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء والاطلاع عليها(2).

¹ د. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص19 وما بعدها.

² Techtargret.com margret mouse researches , "Instagram"

³ <https://computerhope.com> Computer hope (edited on 16/05/2020) Instagram

المجموعات: وتتمثل في مجموعات الاهتمام تحت اسم معين وأهداف محددة حيث توفر هذه الشبكة مساح تسمى بالمنتدى الحوارى المصغر وكذلك خاصية التتقيف أماما يعرف والأحداث ودعوة الأعضاء والتعرف عليهم.

الصفحات: كونت هذه الفكرة من طرف المشرفين على الفيس بوك واستعملتها كغرض تجارى بطريقة مميزة حيث تعمل على فتح الحملات الاعلانية الموجهة لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات الاقتصادية التي تعدد من طرف المستخدمين تقوم هذه الفكرة على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث حيث يقومون بتصفحها.

خاصية الفيديو: حيث بإمكان المشترك تحميل الفيديو والصور الخاصة على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية التسهيل للفيديو وإرساله كرسالة مرئية.

دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصا الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

المشاكل الأسرية: تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الخدمات الذي يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

الفراغ: يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمة ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينهما مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيس بوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل شبكات

التواصل الاجتماعي عامة أحد وسائل ملئ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم

البطالة: تعبر عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع.

الفضول: تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفر ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر¹.

التعارف وتكوين الصداقات: سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع الأفراد الذي هم من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى².

التسويق والبحث عن وظائف: في الواقع لم تعد هذه المواقع لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال كونها منخفضة التكاليف وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها³.

¹ محمد المنور، مرجع سابق، ص8.

² مشري مرسى، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد395، يناير 2012، ص157.

³ الوافي طيب ولول لطيفة، البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات متاح على:

<http://www.kankji.com/figh/fhles//cd>.

موقع التواصل الاجتماعي للانستغرام:

يعرف الانستغرام بأنه أحد منصات التواصل الاجتماعي التي تقوم بتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المستخدم على هذه المنصة كما يسمح الانستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى كالفيسبوك وتويتر¹.

-يعرض الانستغرام محتوى حساب المستخدم بتنسيق موجز يمكن استعراضه من خلال التمرير إلى الأسفل ويمكن استخدام منصة التواصل الاجتماعي هذه من خلال تطبيق خاص بالهواتف المحمولة أو من خلال موقع الكتروني متوفر على شبكة الانترنت يمكن الوصول إليه عبر النقر على الرابط².

تجدر الإشارة إلى أن استخدام الانستغرام من خلال موقع الالكتروني يعتبر استخداما محدودا حيث لا يمكن من خلال القيام ببعض العمليات الأساسية المتوفرة كتحميل الصور والفيديوهات ومشاركتها مع المستخدمين الآخرين حيث يكون ذلك ممكنا فقط من خلال استخدام التطبيق الخاص بالهواتف المحمولة.

تطبيق الانستغرام: يمكن استخدام تطبيق الانستغرام بشكل مجاني عبر الهواتف المحمولة التي تعمل باي نظام تشغيل الدويدياي أو (IOS) ويتيح التطبيق لمستخدميه إمكانية متسارعة الصور ومقاطع الفيديو مع المستخدمين الآخرين للتطبيق كما يمكن من خلاله التعليق على المشاركات المختلفة للمستخدمين وإبداء الإعجاب بها ويسمح للأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن 13 عام استخدام هذا التطبيق عبر هواتفهم من خلال تحميله والتسجيل كمستخدم جديد.

¹موقع إلكتروني : مقال what's Instagram على موقع شوهد يوم (2023/04/16)

<https://computerhope.com>.

² مقال عل موقع إنستغرام : شوهد يوم (2023/03/03)

<https://help.instagram.com>

يسمح تطبيق الانستغرام لمستخدميه إضافة علامات مرجعية على المنشورات التي يتم نشرها عبر الحسابات الخاصة بهم كعلامات الهاشتاق والعلامات الجغرافية المسندة إلى الموقع حيث يسمح هذا الأمر بفهرسة تلك المنشورات وجعلها قابلة للبحث من قبل المستخدمين الآخرين للتطبيق وتظهر المشاركات التي ينشرها المستخدم عبر الانستغرام من خلال ما يعرف بـ (feeds) الخاصة بمتابعي حساب هذا المستخدم ويوفر الانستغرام ميزة جعل الملف الشخصي الخاص بالمستخدم خاصا (private) بحيث لا يتمكن الأشخاص عبر المتابعين لحساب المستخدم من مشاهدة مباشرة¹.

تاريخ الانستغرام: تأسست منصة التواصل الاجتماعي الانستغرام في أواخر عام 2010 من قبل كيفين سيستروم ومايك كرايغر حيث قرر كلاهما إنشاء تطبيق اجتماعي بسيط يتطلب استخدامه خطوات بسيطة ويركز بشكل أساسي على الصور التي يتم التقاطها من خلال الهواتف المحمولة. ليقرروا إطلاق تطبيق جديد يعرف بإسم الانستغرام حيث جمع هذا الاسم بين كلمة (instant) التي تعني كاميرا فورية وكلمة (telegram) والتي تعني برقية.

كان تطبيق الانستغرام تطبيقا معدلا من تطبيق مسبق عرف باسم (Burbn) كان سيستروم قد طوره في وقت سابق من حياته المهنية وفي السادس من شهر تشرين أول عام 2010 تم إطلاق التطبيق بشكل رسمي عبر الهواتف التي تعمل بنظام تشغيل (IOS) حيث تم تنزيله هذا التطبيق بمجرد إطلاقه من قبل مئة ألف مستخدم ولاقى الانستغرام انتشارا واسعا ليصبح عدد مستخدميه بحلول شهر كانون الأول من نفس العام مليون مستخدم.

اشتهر تطبيق الانستغرام بالنجاح بشكل لافت إلا أن مؤسسة فضلوا إبقاء شركة الانستغرام شركة صغيرة لا يزيد عدد موظفيها عن بضعة عشرات الموظفين مما شجع شركة فايسبوك على شراء منصة الانستغرام في ربيع عام 2012 مقابل صفقة مالية تبلغ بمجموعها مليار

¹ مقال على موقع إنستغرام، المرجع السابق.

دولار أمريكي توزعت بين النقد وسندات الأسهم وفي الوقت الحالي يستخدم الانستغرام ما يزيد عن مئة مليون مستخدم حول العالم.

مميزات الانستغرام: يوجد العديد من المميزات المختلفة التي يوفرها تطبيق الانستغرام لمستخدميه عدا تلك الميزات الأساسية التي تتمثل في نشر الصور ومقاطع الفيديو، ومن أبرز هذه الميزات ما يأتي:

* قصة الانستغرام: (instagram) وهي خاصية عرض يمكن للمستخدم من خلالها عرض صور ومقاطع فيديو أو حتى روابط لمواقع خارجية أو ردود تفاعلية عبر حسابه الشخصي لمدة يوم واحد فقط وتكون القصة خاصة بمستخدم معين ظاهرة على شكل حلقة متوهجة فوق صورة ملفه الشخصي الخاص بحساب الانستغرام ويمكن للمستخدمين الآخرين استعراض هذه القصة من خلال النقر على تلك الحلقة.

* فلاتر الانستغرام: (instagram filters) وهي أحد الميزات الأساسية التي تجعل تطبيق الانستغرام مفضلاً لدى عدد كبير من المستخدمين، حيث يمكن تطبيق الفلاتر لتأثيرات بصرية على الصور ومقاطع الفيديو لتحسينها¹.

* الرسائل المباشرة: (direct messages) أو ما يشار إليه باختصار (DM) حيث تمكن من هذه الخاصية مستخدمي الانستغرام من إرسال رسائل خاصة بين مستخدم وآخر.

* البث المباشر للانستغرام: (instagram live) وهي خاصية يمكن للمستخدم من خلالها عمل بث مباشر عبر القصة الخاصة به بحيث يمكن للمستخدمين الآخرين مشاهدة هذا البث المباشر والتفاعل معه من خلال التعليقات أو حتى عبر انضمام المستخدمين إلى البث المباشر.

* تلفزيون الانستغرام: (instagram tv) وهو ما يشار إلى باختصار (IGTV) وهي ميزة متوافرة في تطبيق الانستغرام لعرض مقاطع الفيديو التي تزيد مدتها عن دقيقة واحدة والتي

¹ مقال على موقع webpedia

قد تصل إلى ساعة كاملة وتوفير أدوات تمكن المستخدم من التحكم بعرض الفيديو كأداة الايقاف المؤقت.

إيجابيات وسلبيات الانستغرام:

من مزاياه:

- 1/ سريع جدا يمكن المستخدم من التقاط الصور وتحميلها تلقائيا.
- 2/ يحتوي على العديد من المؤثرات ويمكن اختيار إطار للصورة.
- 3/ وسيلة جيدة لتكوين صداقات جديدة والالتقاء بأصدقاء جدد.
- 4/ الإعلان عن المنتجات الخاصة إذا كان لدى الشخص بعض الأعمال أو المحلات التجارية حيث يمكن التقاط صورة من المنتجات ونشرها على الانستغرام كما يساعد في كسب المزيد من الزبائن.

ومن سلبياته: الخصوصية فهناك الكثير من الأشخاص يمكنهم رؤية كل التفاصيل لكل الصور التي يتم تحميلها وهو قد يكون مصدر لبداية الشائعات عبر رؤية الصور الغير جيدة كما إن حياة الشخص قد تكون في خطر خصوصا لمن ينشر كل تفاصيل حياته وأماكن تواجده عبر الانستغرام.¹

¹ موهون فريال ، زهراء حتحات و آخرون ، دور الإنستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي ، بلخييري صالح، جامعة محمد بوضياف مسيلة 2019، ص19.

الفصل الثالث :

الصناعة التقليدية الفنية

بولاية الأغواط

تمهيد:

عرف الشعب الجزائري كغيره من الشعوب العريقة حرفا تقليدية عديدة متنوعة أبدعها ومارسها على مر التاريخ كما تفنن فيها وأظهر عبقرية كبيرة ظلت خالدة بخلود الأشياء التي صنعها وبخلود هذه الحرف التي ظلت حية فالحرف والصناعات التقليدية هي الوسيلة الأولى والوحيدة للتعبير عن ثقافة المجتمع وأصالته كما تعتبر من ناحية أخرى مصدرا للرزق والعيش حيث تحتل الحرف اليدوية والصناعات التقليدية مساحة واسعة من التراث الجزائري حيث في إنتاجها يعتمد على المهارات الفردية واليدوية باستخدام الخامات الأولية المتوفرة كما يعد المرأة العاكسة لثراء الإرث الحضاري وإبراز المقومات الشعبية لذلك تسعى الدولة جاهدة لانعاش قطاع الصناعة التقليدية بعدما أدركت أهميته الكبيرة في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال إحداث مناصب شغل للأفراد والتمتع باستثمارات بسيطة.

الصناعة التقليدية الفنية بولاية الأغواط:

تشتهر ولاية الأغواط بالعديد من الصناعات الحرفية الفنية التقليدية والتي تعود إلى ارتباطها بهوية وثقافة المنطقة وتراثها الغزير الممتد عبر صفحات تاريخها الاجتماعي. بل إن هناك صناعات تقليدية وتقنيات فيه ابتكرها وأبدعها حرفيو المنطقة وانتشرت من هذه الولاية إلى باقي مناطق الوطنية¹.

تعريف الغرفة الصناعية:

انشئت غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية الأغواط بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 472/03 المؤرخ في 02 سبتمبر 2004 المغير والمكمل للمرسوم التنفيذي رقم 100/97 التي كانت تنتمي إلى غرفة غرداية وهي تعتبر الإطار الملائم لانتقاء الحرفيين بالتشاور المستمر فيما بينهم وبين السلطات العمومية على المستوى المحلي².

دور مهام الغرفة:

- تمسك سجل الصناعة التقليدية والحرف وتسييره.
- تقترح برنامج تنمية نشاطات الصناعة التقليدية والحرف على مستوى دوائرها الإقليمية.
- تنشر وتوزع كل وثيقة أو مجلة دورية تتصل بهدفها³.

المزايا التي تقدمها الغرفة للحرفي:

- في حالة ممارسة نشاط تقليدي فإن الحرفي يستفيد من عدة مزايا منها.
- إعفاءات ضريبية مؤقتة.
- الاستفادة من دعم الصندوق الوطني لترقية النشاطات الصناعية حيث يمنح إعانات مالية لشراء التجهيزات والأدوات للحرفي.
- الترويج لمنتجات حرفيها وتسويقها على المستوى الوطني والدولي.
- التموين بالمواد الأولية مثل وحدات غزل الصوف... الخ

¹ المصدر 1: دليل غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط.

ترويه الحرفيين بمواد: (الصوف-النحاس-الجلد...الخ)¹.

تطور الحرف التقليدية في الجزائر 1962-2011:

يعد الوقوف في تاريخ تطور قطاع الحرف والصناعة التقليدية في الجزائر لاسيما في الثلاثين عاما بعد الاستقلال-وان كنا نسمى عليها باختصار-ربط للصلة بين ماضي هذا القطاع ومستقبله وعليه سيتم تقسيم تطور القطاع في ثلاث فترات تاريخية كالآتي:

أ/ الفترة الأولى 1962-1991:

أهم ما شهدته هاته الفترة إنشاء مديرية الصناعة التقليدية يعود تاريخ تنظيم الصناعة التقليدية إلى السنوات الأولى من الاستقلال بصدور الأمر (62/025) والصادر في أوت 1962، والمتعلق بتنظيم مديرية التقليدية وصلاحياتها.

ب/ الفترة الثانية: (1992-2000):

لقد أثرت الأزمة الاقتصادية والمؤسساتية التي عرفت الجزائر خلال سنوات الثمانينات والتسعينات بشكل كبير على قطاع الصناعة التقليدية هو الآخر تدهور بشكل كبير حتى أوشك على فقدان مقوماته البشرية والمادية فقد تراجع القطاع وتدهورت مكانته ومما زاد من خطورة الأمر.

ج/ الفترة الثالثة 2001-2011:

ابتداء من سنة 2001 وبعدها تم البناء التشريعي واستقر الوضع الاقتصادي والأمني باشرت السلطات العمومية مرحلة تطوير قطاع الصناعة التقليدية، حيث شهد القطاع ولأول مرة في تاريخه إعداد وتبني مخطط عمل لتنمية الصناعة التقليدية والحرف أفاق 2010 إذ اعتبر هذا المخطط تأكيدا على الإرادة والأهمية تصنيف قطاع الحرف والصناعات التقليدية ضمن أولويات التأصيل والعصرنة².

¹ المصدر: غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط.

² جعيل جمال، إسماعيل زحوط، الحرف والصناعات التقليدية كفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ص(3-6).

الحرف والصناعة التقليدية ودورها في التنمية:

مما لا شك فيه أن الصناعة التقليدية تعد من القطاعات التي تتوفر على قدرات كامنة للتشغيل فالحرف اليدوية هي نشاط يقوم أساسا على المعرفة فالنظر إليها يهدف إلى تثمين التراث الوطني والحرص الدائم على ترقية ونوعية وأصالة المنتجات وإدماجها في المنتج الوطني وخاصة في مجال التنمية السياحية المستدامة، فالمنتج الحرفي التقليدي لا يحصر كونه مجرد هدية تذكارية بسيطة بل تراث أصيل ومنتج متميز بالثراء والتنوع والأصالة والقيمة الثقافية فمرد ذلك كله هو البراعة اليدوية للحرفيين الذين يعكسون جلاء القوة الحقيقية للصناعة التقليدية والدور الذي تؤديه الصناعة في التنمية المحلية إذ أنها تلعب دورا فعالا في تحريك العجلة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ويبدو ذلك من خلال.

1/ إثراء التراث المحلي والوطني والرصيد المعرفي والفني مع الحفاظ على ركائز الأصالة والهوية.

2/ تقلص البطالة وإحداث مناصب شغل للشباب وذلك من خلال استثمارات بسيطة وغير مكلفة.

3/ توفير مداخيل محترمة لعدد هام من المواطنين والمساهمة في تلبية الحاجيات الأساسية للسكان مع السلع والخدمات

4/ المساهمة في تنمية الجهات والمناطق وخاصة النائية منها وإنشاء مناطق مصغرة للنشاطات تساهم في استقرار السكان بالأخص في المناطق الريفية مع المساهمة في تقليص ظاهرة النزوح الريفي.

5/ توفير فرص عمل للمرأة التي لا تتيح لها ظروفها المختلفة العمل في القطاع الرسمي وتمثل الصناعة التقليدية المنزلية بمختلف أنواعها نموذجا مناسباً في هذا الإطار.

6/ المساهمة والمشاركة في مجهودات الإدماج الاقتصادي، والحد من التبعية الاقتصادية للخارج وتقليص الاستيراد واستغلال الموارد الأولية وتطوير وتثمين الإنتاج المحلي¹.

الحرف الشائعة في ولاية الأغواط:

صناعة الزرابي التقليدية:

تعتبر حرفة النسيج التقليدي من الصناعات التقليدية الفنية وهي أيضا من أعرف الحرف التقليدية بالمنطقة وهي جزء من ثقافتها في ماضيها وحاضرها.

وساعدت خصوصيات منطقة الأغواط وجبل العمور على ازدهار صناعة الزرابي التي تمثل الأسلوب الخاص لمنطقة (الأطلس الصحراوي) وتجسد الفن البربري ورقمة الأغواط والقطع في زربية عين ماضي، وأبرز أنواعها زربية جبل العمور التي لقيت صدى عالميا، إضافة إلى زربية جبل العمور وهي من صنع مدينة آفلو التابعة لولاية الأغواط سنة 1938، بصوف غزيرة وعقد مربوطة (نوع عموري) تبين الصورة مخمل الزربية الأزغب مع زخرفة هندسية حافظت بلا منازع على حيويتها. صوفها الغزيرة المشكلة لفراشها الناعم وبلغت شهرتها مختلف ربوع العالم كما أن هناك نوع آخر ويسمى زربية عين ماضي وهي ذات صوف عالي تمتاز برسومات متنوعة تمثل بيئة الناسج وتشكل من رسوم مختلفة إضافة إلى الحائك الذي يستعمل كفراش أو غطاء ويكون عادة مخططا بالألوان المتوازية ومرصعا ببعض الأشكال أحيانا والنوع الأخير الذي يطلق عليه اسم الجربي لا يختلف عن الحايك إلا من خلال جودته يختلف عليه بكثرة الزخارف والأشكال وأكثر رقيا وقيمة وسعرا².

صناعة النحاس:

عرفت الجزائر الصناعة النحاسية من العهد الزياني حيث أنشأ الزيانيون مصانع لسبك النحاس والمعادن الأخرى في القرن 13م إلا أن ازدهار هذه الحرفة في الجزائر كان في العهد العثماني،

¹ عبد الناصر طبق، دليل الأسبوع الثقافي والاقتصادي لمدينة أولف، العدد الأول، مديرية الثقافة، 2005، ص4.
² المصدر: غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط..

ويعود ذلك لاهتمام الأتراك بهذه الحرفة فساهموا في ازدهار حرفة النحاس بالحواضر الجزائرية خاصة بالقصبة في العاصمة وقسنطينة وتلمسان وبصورة أقل في غرداية والأغواط.

تستند صناعة النحاس على خدمة صفائح النحاس وتحويلها إلى أصناف إما للاستعمال اليومي أو للترزين وفي صناعة أواني الطبخ ثم توسعت استخداماته كي يصبح من أدوات الزينة الأساسية التي تصاحب العروس في محفلها كمظهر من مظاهر الرفاه وعمارة المنازل¹.

صناعة الجلود:

عرف الإنسان الحاجة إلى استخدام الجلود من عصور ما قبل التاريخ حيث كانت اللباس الذي يحتمي فيه من التقلبات المناخية، إلا أنه لم يكن يعرف كيف يمكن حماية الجلود من التعفن وهذا راجع كونه لم يعرف الدباغة.

وهذه الأخيرة هي عملية تحويل الجلد المقابل للتعفن إلى مادة طبيعية متعددة الاستعمال وبعيدة المدى وكذلك عرفت عملية دباغة الجلود طرق متعددة لتتطور بتطور الأحداث والوسائل التكنولوجية وتعرف انتشار أوسع وطرق أسهل وإنتاج أكبر تساهم في نشر وممارسة هذه الحرفة لتصبح لها مكانة خاصة في الاقتصاد الوطني، لها مقوماتها وخصوصيتها لتشكل ويعاد تشكيل هويتها من خلال ممارسة هذا النشاط الحرفي فمن الطبيعي أن تتطور بطريقة محتسبة بما أنها تتعلق مباشرة باستهلاك اللحوم حيث تقدم الإنسان أدى وبكل منطقية إلى تربية الحيوانات نظرا لمكانة الصيد ولهذا نرى بروز صناعة الملابس المعدة أساسا من قبل المرأة².

اللباس التقليدي:

ظهر اللباس مع ظهور الحياة البشرية على وجه الأرض، إن كيفية اللباس كانت كل وقت تعتبر انعكاس للمجتمعات ورمز لتطورها عبر الزمن، وهو يختلف باختلاف الثقافات، المناطق، الأقاليم، والديانات، فنجد أنواعا مختلفة. متنوعة بحيث لا تكاد تجد منطقة في الجزائر إلا ولها لباسها الخاص بها

¹ المصدر(01):غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط.

² أحلام عماري، سهام وناسي، الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر، مجلة انثروبولوجيا، مخبر الموسوعة الجزائرية المسيرة، مخبر المجتمع والأسرة، العدد01، السنة 2022، ص474.

فلباس المرأة الأغواطية يتسم بالاحتشام وأهم هذه الألبسة القنبوز، الفستان الأغواطي (روبة العرب).

أما لباس الرجال فيتمثل في البرنوس، القشابية، القندورة السروال العربي والعمامة¹.

تحديات ومعوقات أنشطة الصناعات والحرف التقليدية:

مازالت الصناعة التقليدية تعاني من بعض نقاط الضعف والتي يمكن أن نردها فيما يلي:

- 1/ تراجع الاهتمام بالصناعات التقليدية مقابل التجارة في السنوات الأخيرة.
- 2/ ضعف البنية التنظيمية لقطاع الصناعات التقليدية.
- 3/ منافسة شديدة من الصناعات التقليدية للبلدان المجاورة.
- 4/ نقص في الفترات المادية والتمويلية للحرفيين مما أثر في نوعية المنتج وحجم إنتاجه.
- 5/ نقص في التموين بالمواد الأولية².

¹ المصدر (01): غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط.

² جعيل جمال، إسماعيل زحوط، الحرف والصناعات التقليدية كفرص ترقية السياحة الداخلية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ملتقى وطني بعنوان "فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر"، باتنة، ص15.

الفصل الرابع

الجانب الميداني

المنهج الوصفي:

وهو الذي يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقاتها، والعوامل المؤثرة في ذلك. وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والحدوث بعكس المنهج التاريخي الذي يدرس الماضي، مع ملاحظة أن المنهج الوصفي يشمل في كثير من الأحيان عمليات تنبؤ لمستقبل الظواهر والأحداث التي يدرسها، أما هدفه الأساسي فهو فهم الحاضر لتوجيه المستقبل، وذلك من خلال وصف الحاضر بتوفير بيانات كافية لتوضيحه وفهم إجراءات المقارنة وتحديد العوامل وتطوير الاستنتاجات من خلال ما تشير إليه البيانات يرتبط استخدام المنهج الوصفي غالبا بدراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية، التي استخدمته منذ نشأته وظهوره ولكن هذا لا يعني أن استخدامه وتطبيقه يقتصر على هذه العلوم فحسب، بل إنه يستخدم أحيانا في دراسات العلوم الطبيعية المختلفة.

ينطلق البحث الوصفي من دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنه تعبيرا كميا وكيفيا، ويكتسب هذا المنهج أهمية خاصة في الدراسات التربوية، لأن أغلبية هذه الدراسات تنتمي إلى هذا النوع من البحث.

نوع العينة:**العينة القصدية العمدية:**

نظرا لكون العينات القصدية هي الأكثر استعمالا في البحوث الكيفية فسيتم الاقتصار هنا على عرضها إن العينات القصدية في البحوث الكيفية غالبا ما يتم اختيارها مسبقا، بل يتم تشكيلها وتكوينها، أي تتم هيكلتها تدريجيا من خلال مختلف مراحل عملية جمع البيانات مع الإشارة هنا إلى إمكانية الجمع في البحوث الكيفية بين عدة أنواع من العينات القصدية في بحث واحد، وإلى أنه عادة ما يلجأ الكيفيون إلى استعمالها بمعينة عينات غير قصدية، إلا أن هناك من الكيفيين م

يعارض ويرفض استعمال العينات غير القصدية مهما كان نوعها لأنهم يرفضون طبيعتها المقيدة بخصائصها التكميمية.¹

وهكذا فإن المنهج يتناول اللغة بالدراسة العلمية (لغة واحدة ، لهجة واحدة) في زمن بعينه ومكان بعينه، حيث يبحث المستوى اللغوي الواحد من جوانبه الصوتية والصرفية والنحوية والمعجمية.²

مجالات الدراسة:

المجال الزمني:

الفصل الأول: (من 25 ديسمبر إلى 12 فيفري)

الفصل الثاني: (من 01 مارس إلى 09 مارس)

الفصل الثالث: (من 07 مارس إلى 15 مارس)

الفصل الرابع: (من 15 مارس إلى 17 ماي)

وقد تم الانتهاء من المذكرة تماما بتاريخ: 07 جوان 2023

المجال البشري:

مجتمع الدراسة الحرفيات في ولاية الأغواط

أداة جمع البيانات:

الاستبيان:

هو طلب البيان واصطلاحا هو الإبانة عما في الذات وهو في هذا يختلف عن الاستفتاء حيث عرف الاستفتاء لغة طلب الفتوى أو سؤال من يعلم وكذلك يختلف عن استطلاع الرأي. فإذا اعتبرنا أن الاستبيان يسعى إلى الحصول على معلومات وحقائق محددة عن المشكلة المعنية، فإن استطلاع الرأي يسعى إلى الحصول على معلومات وحقائق محددة عن المشكلة المعنية فإن استطلاع الرأي يسعى إلى مسح آراء الأفراد والجماعات حول قضية معينة أو مشكلة محددة.

¹ اختيار العينة في البحوث الكيفية ، فضيل دليور، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، جامعة قسنطينة، العدد03، سنة 2022، ص10.

² إسماعيل سيوكر، نجلاء ناجحي، أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، مخبر اللسانيات النصية وتحليل الخطاب، 2019، ص46.

وقد شاع لفظ استبيان على وسائل قياس الشخصية الموضوعية منذ صمم وود ورث عام 1917 صحيفة البيانات الشخصية لعزل من يفتقدون الثبات الانفعالي لإعفائهم من الخدمة في الجيش الأمريكي.

والافتراض الأساسي الذي يكمن وراء هذه الأداة هو أن الإنسان أفضل من يلاحظ أو يصف ذاته أو يحدد سلوكه الخاص، فالاستبيان هو بيان نتائج التطبيق العملي لإطار فكري نظري ولذلك يكون الاستبيان في صيغة مما يأتي:

1 / يقدم للفرد قائمة صفات ويطلب منه وضع علامة ما يصف شخصيته.

2 / يطلب من الفرد أن يقرر ردود أفعال اعتيادية تجاه موقف ما

3 / يطلب من الفرد أن يوضح اتجاهاته أو اهتماماته أو قيمه.

ولتصميم الاستبيان لأبد من تحديد الهدف منه في ضوء تحديد مشكلة البحث وأسئلته ثم تحويل السؤال الرئيسي إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية حيث يرتبط كل سؤال فرعي بجانب من جوانب المشكلة ثم وضع عدد من الأسئلة المتعلقة بكل موضوع أو جانب من جوانب الاستبيان¹.

¹ سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، بدون ذكر الطبعة، غزة، فلسطين، 2003، ص52.

الجدول رقم (01): يوضح السن للمبحوثات

| النسبة % | التكرار | البدائل |
|----------|---------|----------------------|
| 44.44% | 16 | أقل من 30 سنة |
| 19.44% | 7 | من 30 إلى 35 سنة |
| 19.44% | 7 | من 35 سنة إلى 40 سنة |
| 16.66% | 6 | أكثر من 41 سنة |
| 100% | 36 | المجموع |

تشير بيانات الجدول سن المبحوثات الذي كانت أكبر نسبة في المجموعة هي فئة [أقل من 30 سنة] بنسبة 44.44% وهي أكبر نسبة في العينة وربما يرجع هذا إلى ميول المبحوثات إلى هذا المجال وأيضاً قد يرجع هذا الأمر إلى فراغهم وعدم انشغالهم بمسؤوليات، أما بالنسبة لسن [30 إلى 35] و[35 إلى 40] كانت النسبة متطابقة 19.44% وتليها فئة أكثر من 41 سنة بنسبة 16.66% وهي أقل نسبة في المجموعة.

الجدول رقم (02): يوضح المستوى الدراسي للمبحوثات

| النسبة % | التكرار | البدائل |
|----------|---------|------------|
| 5.55% | 2 | ابتدائي |
| 22.22% | 8 | متوسط |
| 22.22% | 8 | ثانوي |
| 44.44% | 16 | جامعي |
| 5.55% | 2 | بدون مستوى |
| 100% | 36 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن الحرفيات ذات المستوى الجامعي تمثلت أعلى نسبة وهي 44.44% وترتبط أن الجانب الاقتصادي أصبح متعلق بالمستوى الأكاديمي حيث أن الشباب في الفترة الأخيرة أصبحنا يبحثنا عن مناصب شغل في الوظيفة العمومي ولا نجدنا فاخترنا الحرف التقليدية بدل ذلك.

أما بالنسبة للمستويين المتوسط والثانوي فهما يمثلون نفس النسبة وهي النسبة المتوسطة والتي تمثل نسبة 22.22% وهنا نلاحظ أن عند توقعهم عن الدراسة اتجهوا إلى التكوين المهني من أجل ملأ الفراغ واكتساب حرفة أما بالنسبة للفئتين الابتدائي وبدون مستوى كانت نسبتهما ضئيلة جدا وهي 5.55% حيث نستخلص أن في الفترة الأخيرة أصبحنا مجتمعنا واع ويهتم بالدراسة وأخذ الشهادات.

الجدول رقم (03): يوضح المحالة الاجتماعية للمبحوثات

| النسبة % | التكرار | البدائل |
|----------|---------|-----------|
| 33.33% | 12 | عزباء |
| 41.66% | 15 | متزوجة |
| 25% | 9 | حالة أخرى |
| 100% | 36 | المجموع |

نلاحظ من خلال قراءتنا لهذا الجدول الذي يوضح الحالة الاجتماعية للحرفيات أن النسبة الغالبة كانت للمتزوجات والتي تمثل 41.66% ، أما بالنسبة لفئة العزباء فتمثل 33.33% حيث أن هناك تقارب بين المبحوثات العازبات والمتزوجات، ويمكن تفسير هذه النتائج بالنسبة للمرأة المتزوجة بأنها أكثر احتياج لكسب حرفة من أجل إعانة زوجها على مصاريف الحياة وذلك بسبب الغلاء المعيشي في وقتنا الحالي. أما بالنسبة للعزباء يمكن تفسير هذه النتائج بأن العازبات أصبحنا بحاجة إلى مدخول خاص بهم من أجل تلبية حاجاتهم. وبالنسبة للمطلقات والأرامل فكانت النسبة 25% لأفراد العينة المدروسة وذلك راجع لاحتياج المرأة المطلقة لشهادات حرف من أجل الحصول على مدخول يعينها على كسب القوت خاصة إذا كانت تمتلك أطفال.

الجدول رقم (04): يوضح امتلاك المبحوثات لحساب أنستغرام

| النسبة % | التكرار | تمتلك حساب أنستغرام |
|----------|---------|---------------------|
| 100% | 36 | نعم |
| 0% | 0 | لا |
| 100% | 36 | المجموع |

لاحظنا من خلال الجدول أعلاه أن كل الحرفيات للعيينة المدروسة يمتلكنا حساب أنستغرام ، ذلك راجع لسرعته في نشر الصور والفيديوهات التي تنشرها الحرفيات وهو وسيلة جيدة لتكوين صداقات وتوسيع عملهم وهم بذلك يقومون بالإعلان عن المنتجات الخاصة حيث يمكن النقاط صورة من المنتج المراد نشرها كما يساعد في كسب المزيد من الزبائن وتوسيع مجال عملهم.

الجدول رقم (05): يوضح أسباب إختيار هذا التطبيق

| النسبة % | التكرار | لماذا اخترت هذا التطبيق |
|----------|---------|------------------------------------|
| 50% | 18 | أوسع انتشار |
| 22.22% | 8 | مواضيع جديدة دائما |
| 27.77 | 10 | يهتم بالحرف التقليدية أكثر من غيره |
| 100% | 36 | المجموع |

شاهدنا من خلال الجدول المبين أعلاه أن النسبة الأغلب هي أوسع انتشارا 50% أي نصف العينة المدروسة وتليها البديل الثاني وهو يهتم بالحرف التقليدية أكثر من غيره نسبة 27.77% وثالث نسبة وهي الأدنى مواضيع جديدة دائما بنسبة 22.22% كل هذا التحليل راجع إلى إيجابيات الانستغرام التي ذكرناها سابقا.

فالانستغرام من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في التسويق فهو أداة تسويقية فعالة للعلامات التجارية مع المستهلكين من خلال إنشاء حساب والسماح لمستخدمي *insta* بمتابعة العلامات التجارية الأكثر شهرة فهو يبرز المجموعات المختلفة ذات وجهات النظر المختلفة.

الجدول رقم (06): يوضح معدل تصفحك للانستغرام

| النسبة % | التكرار | ما هو معدل تصفحك للانستغرام |
|----------|---------|-----------------------------|
| 41.66% | 15 | أقل من ساعة |
| 47.22% | 17 | من 1 إلى 3 ساعات |
| 11.11% | 4 | من 3 إلى 5 ساعات |
| 100% | 36 | المجموع |

في هذا التساؤل الذي طرحناه على المبحوثات اقترحنا 3 بدائل أو اختيارات فكانت النسبتين متقاربتين (من 1 إلى 3 ساعات) و (أقل من ساعة) بنسبة 47.22% لـ (1 إلى 3 ساعات) وأقل من ساعة بنسبة 41.66% وذلك عائد لانشغالات المرأة الأغواطية بالتزاماتها المنزلية وأشغالها الخاصة في البيت لأنها لا تتركس وقتها كله لتصفح الانستغرام ، أما أقل نسبة فهي التي اختارت من 33 إلى 5 ساعات بنسبة 11.11% . مما نرى أن الحجم الساعي للتصفح كثيرة بالنسبة للمرأة ربة بيت لديها انشغالات والتزامات أو ربما المبحوثات اللواتي اخترت هذا الحجم الكبير من التصفح لديهن أفراد في العائلة يتقاسمن معهن أشغال البيت.

الجدول رقم (07): يوضح نسبة الاهتمام بالصفحة على الانستغرام

| النسبة % | التكرار | البدائل |
|----------|---------|---------|
| 36.11% | 13 | قوي |
| 13.88% | 5 | ضعيف |
| 50% | 18 | متوسط |
| 100% | 36 | المجموع |

نلاحظ في الجدول المبين أعلاه أن أعلى نسبة كانت للفئة التي اختارت نسبة اهتمامها للانستغرام متوسطة أي نصف النسبة 50% مما نلاحظ أن هناك تناقض كبير من ناحية جميع المبحوثات صرحن أنهن يمتلكن حساب انستغرام ومن جانب آخر نصفهم أجبين أن نسبة اهتمامهم بالانستغرام متوسطة ربما الفئة التي اختارت نشاطها على الانستغرام متوسط تكون حالتها الاجتماعية متزوجة أي كما ذكرنا سابقا أن لديها التزامات وانشغالات...الخ

وفي المرتبة الثانية كانت نسبة الاهتمام قوية والتي تمثلت 36.11% وهذا راجع لكونها لديها كم هائل من المتابعين والمعجبين بالحرفة التي تقوم بها والتي تطرحها أو تنشرها على هذه المنصة وبالنسبة للبديل الثالث وهو ضعيف بنسبة 13.88% حيث نربط العلاقة بين الحرفيات وهذه النسبة ربما تكون جديدة في هذه المنصة ولا تمتلك عدد كبير من المتابعين أو اعتمادها على بطاقات اشهارية.

الجدول رقم (08): يوضح الحرفة التي تمارسها

| النسبة % | التكرار | ما هي الحرفة التي تمارسها |
|----------|---------|---------------------------|
| 30.55% | 11 | صنع الحلويات |
| 22.22% | 8 | حلاقة |
| 2.77% | 1 | صنع الورود |
| 16.66% | 6 | نسيج |
| 19.44% | 7 | خياطة |
| 8.33% | 3 | أخرى |
| 100% | 36 | المجموع |

نلاحظ من الجدول المبين أعلاه بعض من الحرف التي تمارسها حرفيات ولاية الأغواط حيث كانت صنع الحلويات تمثل نسبة 30.55% وهي أكبر نسبة في العينة المدروسة وذلك بسبب كثرة المناسبات والحفلات التي تتطلب الحلويات سواء تقليدية أو عصرية إضافة إلى الدورات التعليمية المكثفة في الولاية التي ساعدت البنات على التعلم واكتساب الحرفة . وفي المرتبة الثانية كانت نسبة الخياطة 19.44% وذلك قد يعود لغلاء الأسعار بالنسبة للألبسة خاصة في فترة عيد الفطر وعيد الأضحى ، وفي المرتبة الثالثة كانت نسبة الاهتمام بالحلاقة 22.22% وهذا راجع ربما لكثرة الأفراح والمناسبات وخاصة في موسم الصيف حيث وحسب بعض المعطيات فالحرفيات يجنين ربحا كبيرا من هاته الحرفة أما بالنسبة للنسيج فكان في الرتبة الرابعة وبنسبة 16.66% حيث نرى أن هناك تقارب كبير ما بين الخياطة والنسيج فهاته الحرفة متوازنة عبر الزمن مع الأجيال حيث يرى سكان المدينة أنها من تقاليدنا ولا توجد عروس أو الإقدام على تجهيز بيت جديد أو قديم إلا وتكون المنسوجات التقليدية حاضرة بقوة إلا وتأخذ معها نسيج تقليدي أما بالنسبة للحرف الأخرى كانت 8.33% وقد تكون طرز أو رسم على الجدران أو صناعة لوحات رملية وآخر رتبة كانت لصناعة الورود كانت نسبة ضئيلة جدا لأننا وجدنا مبحوثة واحدة فقط كانت

نسبتها 2.77% ونفسر هذا الانخفاض أن ثقافة الورود ثقافة غريبة لا ننعكس عندنا إلا ما أصبحنا نراه في الآونة الأخيرة.

الجدول رقم(09): يوضح فاعلية الترويج عبر الإنستغرام

| النسبة % | التكرار | البدائل |
|----------|---------|---------|
| 94.44% | 34 | نعم |
| 5.55% | 2 | لا |
| 100% | 36 | المجموع |

نلاحظ في الجدول أعلاه إجابات حول السؤال المطروح وهو هل تعتبرين أن الترويج عبر الانستغرام أكثر فاعلية للوصول إلى المستهلك؟

فكانت أكبر نسبة إجابتها نعم أي 94.44% لأنه في الفترة الأخيرة أحدث هذا التطبيق ضجة كبيرة من نقل أخبار جديدة وإظهار أشكال جديدة وطرح صورة جديدة مختلفة عن المواقع الأخرى إذ أدى دور كبير في إبراز عادات وتقاليد المجتمعات وإبراز حرفهم وخاصة المتوارثة مع الأجيال وإضافة البصمة العصرية أما بالنسبة للفئة التي أجابت بلا فكانت مبحوثتين فقط بنسبة 5.55% حيث نفسر هاته الإجابة باستناد الحرفيتين إلى وضع بطاقات إخبارية تساعدها في إيصال أعمالها إلى المستهلك.

الجدول رقم (10): يوضح أهمية الانستغرام مقارنة بالبطاقة الإشهارية

| النسبة % | التكرار | الانستغرام يغنيك عن وضع بطاقات إشهارية |
|----------|---------|--|
| 75% | 27 | نعم |
| 25% | 09 | لا |
| 100% | 36 | المجموع |

نلاحظ في الجدول الآتي مجموعة من المبحوثات فيهن من يستخدمن هذا التطبيق وأخريات يستعن بوضع بطاقات إشهارية فكانت أكبر نسبة للفئة التي تستخدم تطبيق الانستغرام وهي نسبة كبيرة 75% مما يفسر هذا أن البطاقات الإشهارية فكرة قيمة نوعا ما وأيضا مكلفة حيث أن هذا الأخير أخذ دورها وأصبح يقوم بإشهارات مجانية حتى أنه ينقل الصور بطريقة جيدة بإمكانك تغيير الفلاير وغيره من الأمور.

أما بالنسبة للمجموعة التي اخترت الإجابة الثانية 25% أجبن بلا يعني هذا أن البطاقات الإشهارية تساعدن في وضع إشهاراتهن للحرفة التي يمارسها كما من الممكن أن يكون لهن محل لممارسة حرفهن مما يستعن بالبطاقات الإشهارية ووضعها في المحل.

الجدول رقم (11): يوضح إستخدام الانتستغرام في المجال التسويقي

| النسبة % | التكرار | هل تشجعين على استخدام الانتستغرام في المجال التسويقي |
|----------|---------|--|
| 97.22% | 35 | نعم |
| 2.77% | 1 | لا |
| 100% | 36 | المجموع |

نلاحظ في الجدول المدون إجابة المبحوثات على السؤال فكانت المرتبة الأولى 97.22% إجابتها على السؤال بنعم وهذا بسبب الإجابيات التي قدمها لها تطبيق الانتستغرام فقد يكون أوصلها لهدفها أو أكسبها ربح في فترة قصيرة أما بالنسبة للمبحوثة التي أجابت بلا فربما لم تجد دعم من المتابعين أو لم تفهم شروط التطبيق.

الجدول رقم (12): يوضح أقدمية ممارسة هاته الحرفة

| النسبة % | التكرار | منذ متى وأنت تمارسن هاته الحرفة |
|----------|---------|---------------------------------|
| 11.11% | 4 | سنة |
| 38.88% | 14 | من سنتين إلى 3 سنوات |
| 50% | 18 | اكتر من 3 سنوات |
| 100% | 36 | المجموع |

نلاحظ في الجدول التالي المدة التي تمارس فيها الحرفيات لتطبيق الانستغرام الإجابات متباعدة حيث أعلى نسبة أجابت بأكثر من 3 سنوات وهي نصف النسبة 50% لأن الانستغرام ساعد الكثير من المستخدمين في مجالاتهن أما بالنسبة للدرجة الثانية فكانت من سنتين إلى 3 سنوات بـ 38.88% وهنا قد تكون جائحة كورونا لها سبب لأن العديد من الحرفيات في تلك الفترة أغلقن المحلات واتجهنا نحو الانستغرام من أجل التسويق والإشهار أما بالنسبة للمبحوثات التي اخترن سنة كانت النسبة 11.11% فيفسر هذا على أن الحرفية في بدايتها الأولى في مجالها العملي أو أنها كانت تعتمد على البطاقات الإشهارية والملصقات.

الجدول رقم(13): يوضح عدد المتابعين على الصفحة في الإنستغرام

| النسبة % | التكرار | كم تمتلكين من متابع على صفحتك في الانستغرام |
|----------|---------|---|
| 30.55% | 11 | أقل من 100 متابع |
| 30.55% | 11 | من 100 إلى 200 متابع |
| 38.88% | 14 | أكثر من 200 متابع |
| 100% | 36 | المجموع |

في هذا التساؤل اقترحنا البدائل التالية:

أقل من 100 متابع وكانت نسبة 30.55% ومن 100 إلى 200 متابع كانت نفس النسبة أي وهي 30.55% من هذا نستنتج أن العينة التي تم اختيارها جديد في هذا المجال أو جديدة على منصة الانستغرام ولكن نظرا لهذا تراها نسبة لا بأس بها أما البديل الأخير هو اكثر من 200 متابع كانت نسبته 38.88% وهذا نتيجة الاهتمام الكبير للحرفيات بصفحاتهم على الانستغرام يعني نربط هذا السؤال بالسؤال (كم هي نسبة اهتمامك بصفحتك على الانستغرام) فعند نشر الحرفيات صور لمنتجاتهم أو فيديوهات ونشرها في صفحاتهم وصفحات أخرى تزيد نسبة المشاهدات والمتابعين وقد يعود ذلك إلى الاهتمام الكبير الذي يوليه المجتمع بصفة عامة إلى الحرف والتي تدر الكثير من الربح إذا ما أحسن الفرد استغلالها و أتقنها نظرا لقلّة الوظائف المعروضة.

الجدول رقم (14): يوضح نسبة طلبات الزبائن عبر الإنستغرام

| هل تتم كل طلبات الزبائن على الانستغرام | التكرار | النسبة % |
|--|---------|----------|
| نعم | 19 | 52.77% |
| لا | 17 | 47.22% |
| المجموع | 36 | 100% |

نلاحظ في الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة هي نعم 52.77% هنا نلاحظ اهتمام الكثير من الناس بالانستغرام وهذا لسهولة ذلك يراها البعض أحسن من التنقل وأسهل لأنه يوجد من لا يستطيع التنقل فتسهل عليه عملية الطلب عبر رسالة لأن معظم الصفحات عند الترويج لمنتوج معين مثلا صناعة الحلويات يضع الحرفيات صور لمنتجاتهم مع الأسعار وكل شيء عندما يراها الزبون يختار النوع الذي يريده ويتقف على السعر وكل شيء من خلال هذا التطبيق حتى يوجد منهم من يعمل بعملية التوصيل إلى باب البيت فهذا يسهل على الكثير من العاملات الذين لا يستطيعون التنقل أو ليس لديهم الوقت وحتى الماكثات في البيت من شراء ما يريدون من خلال هذا التطبيق. وكانت الإجابة بلا بنسبة 47.22% يمكن أن طلب هذه الفئة من الزبائن يحبون أن يروا المنتجات بأعينهم والتنقل إلى المحل المطلوب أو المنزل لشراء ما يريدون ولأنه يوجد العديد من الصفحات لا تكون لديهم المصادقية في نشر المنتجات نراها غير متطابقة مع الحقيقة بحيث نرى في الصور والفيديوهات إشهارات لمنتجات جيدة من أجل الترويج فقط ولكن عند اقتناءها يصطدم الزبون بمنتوج غير متطابق لما يطلبه.

الجدول رقم (15): يوضح قبول كل الطلبات التي يتفق عليها الزبون

| النسبة % | التكرار | هل يتم قبول كل الطلبات التي يتفق عليها الزبون |
|----------|---------|---|
| 58.33% | 21 | نعم |
| 41.66% | 15 | لا |
| 100% | 36 | المجموع |

نلاحظ في الجدول أعلاه أن معظم الحرفيات يقبلن بالطلبات التي يريدها الزبون كانت الإجابة بنعم بنسبة 58.33% هنا الحرفيات يعملن على جلب الزبائن والاتفاق على كل ما يريده أو يطلبه الزبون والعينة التي أجابة بلا كانت نسبة 41.66% هنا يمكن أن الحرفيات لا يقبلن بعض الطلبات التي لا تساعدهم أو لا يتم الاتفاق على السعر المطلوب.

فمثلا في صناعة الحلويات هنا الزبون يطلب من الحرفيات اقتناء نوع معين من الحلوى لمناسبة أعراس أو حفلات عيد ميلاد وغيرها ، فهنا هو الذي يتحكم في الحرفيات فيما هو يريد أو مثلا يوجد حلويات بأسعار غالية وأخرى أقل ثمن لا يمكن في هذه الحالة أن الحرفيات يفرضن عليه شيء معين.

الجدول رقم (16): يوضح مساعدة الإنستغرام في مجال العمل

| النسبة % | التكرار | هل تعتبرين أن الانستغرام ساعدك في مجال عملك وتوسعه |
|----------|---------|--|
| 13.88% | 5 | نعم |
| 86.11% | 31 | لا |
| 100% | 36 | المجموع |

هنا لاحظنا أن النسبة الغالبة هي الإجابة بلا 86.11% والإجابة بنعم كانت ضئيلة جدا بنسبة 13.88% هنا نلاحظ تناقض الحرفيات في الإجابات لأن عند طرحنا للسؤال هل تعتبرين أن الأنستغرام قادر على إيصالك إلى هدفك كانت جل الإجابات نعم يمكن أن الحرفيات كانت عند الإجابة على الاستبيان لا تقرأ الأسئلة جيدا أو عدم استيعاب الأسئلة وعند قراءة جميع الأجوبة لاحظت عدم المصادقية في الإجابات أو أن تطبيق الانستغرام لا يعتمدون عليه بنسبة كبيرة يمكن راجع لعدم وجود الوقت الكافي للاهتمام بصفحاتهم أو وجود بديل لهذا التطبيق وكانت الإجابة بنعم يمكن أن العدد القليل من هذه العينة كانوا يروا أن الأنستغرام قادر على إيصالهم إلى هدفهم.

الجدول رقم (17): يوضح نسبة الطلبات المتجهة نحو البلدان الأخرى

| النسبة % | التكرار | هل تحصلين على طلبات عبر الانستغرام من جهة نحو بلدان أخرى |
|----------|---------|--|
| 36.11% | 13 | نعم |
| 63.88% | 23 | لا |
| 100% | 36 | المجموع |

ألاحظ الإجابة الغالبة هي لا بنسبة 63.88% وهذا نراه راجع لعدم مصداقية بعض الصفحات في بيع المنتجات وهنا يراود الزبائن بعض الخوف من اقتناء بعض الحاجات من الصفحات أو يرجع ذلك إلى عدم اجتهاد بعض الحرفيات في الترويج بنسبة كبيرة لمنتجاتهن، إمكا لانشغالهن عن ذلك بأمر أخرى كشؤون البيت مثلا، أو المكوث بمحل العمل كثيرا إذ لا يتوفر الوقت الكافي لذلك.

وكانت الإجابة بنعم بنسبة 36.11% هذا يمكن أن نربطه بأن بعض الحرفيات مهتمين جدا بصفحاتهم وكيفية الترويج لمنتجاتهم ولديهم الوقت الكافي للاهتمام بهذا المجال.

الجدول رقم (18): يوضح قدرة الإنستغرام على إيصال إلى الهدف المرغوب

| النسبة % | التكرار | هل تعتبرين أن الانستغرام قادر على إيصالك إلى هدفك |
|----------|---------|---|
| 80.55% | 29 | نعم |
| 19.44% | 7 | لا |
| 100% | 36 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول أن الإجابة بنعم كانت بنسبة 80.55% وهي الغالبة ونعم بالفعل كما شاهدنا أن الانستغرام أصبح في نظرنا الوسيلة الأكثر انتشارا ولديه عدة لو تم الاهتمام بالصفحة يكون لديها أكبر عدد ممكن من المتابعين وهنا تصبح المنتجات أكثر انتشارا وتحقيق ربح أكبر وهذا السبيل إلى إيصال الحرفيات إلى هدفهم ألا وهو الربح والشهرة في مجالهم وكانت الإجابة بلا بنسبة يمكن القول عنها ضئيلة بنسبة 19.44% قد يرجع ذلك إلى عدم الاهتمام الكافي بالصفحة أو استبدال الانستغرام ببطاقات إخبارية أو غيرها لأنه يوجد الكثير منهم لا يعتمدون على هذا التطبيق قد يراه البعض لا يوصلهم إلى ما يريدون أو لهدفهم فإذا اهتموا بالصفحة وعرفوا الطريقة الصحيحة لترويجهم لهذه المنتجات فقد يحققون هدفهم والعكس في ذلك.

نتائج الدراسة :

- المستوى الاقتصادي أصبح متعلق بالمستوى الأكاديمي في كثير من الأحيان.
- اكتساب حرفة بديلة عن الوظيفة لدى المؤسسات سواء خاصة أو عمومية .
- اهتمام المجتمع بالدراسة ونيل الشهادات.
- المرأة أصبحت أكثر احتياجا لتعلم حرفة من أجل إعانتها على تكاليف الحياة.
- الحاجة الماسة إلى مدخول خاص من أجل تلبية الحاجات.
- سرعة الانسغرام في نشر الصور والفيديوهات.
- يعتبر الإنسغرام وسيلة جيدة لتكوين صداقات.
- التسريع في مجال العمل والترويج عن المنتوجات الخاصة.
- هو من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في التسويق.
- أداة تسويقية فعالة.
- أشغال المرأة والتزاماتها المنزلية وأشغالها الخاصة لأنها لا تتركس وقتها كله لتصفح الإنسغرام.
- تناقض كبير من ناحية الإجابات وتذبذب في الرأي ربما لقلة اهتمام بعض المبحوثات بالاستبيان
- كثرة المناسبات والحفلات التي تتطلب الحلويات.
- الدورات التعليمية المكثفة في الولاية التي ساعدت البنات على اكتساب الحرفة.
- الحلاقات يجنين ربح كبير .
- غلاء الأسعار بالنسبة للألبسة خاصة في الأعياد.
- يعتبر النسيج من العادات والتقاليد المتوارثة.
- ثقافة الورود ثقافة غريبة.
- كثرة المناسبات سواء دينية أو اجتماعية أو رسمية يجعل من إقبال النساء على الحرف التقليدية أمر طبيعيا نظرا لما تعود به هذه الحرف من فائدة عليهن.

- إبراز الحرف وخاصة المتوارثة مع الأجيال وإضافة البصمة العصرية.
- البطاقات الإشهارية فكرة قديمة نوعا ما وأيضا مكلفة حيث أخذ دورها هذا الأخير وأصبح يقوم بإشهارات مجانية.
- قد تكون جائحة كورونا لها سبب لأن العديد من الحرفيات في هذه الفترة أغلقن المحلات واتجهن نحو الانستغرام من أجل التسويق والإشهار.
- الاهتمام الكبير الذي يوليه المجتمع بصفة عامة إلى الحرف والتي تدر الكثير من الربح إذا ما أحسن الحرفي استغلالها وأتقنها نظرا لقلّة الوظائف المعروضة.
- عدم مصداقية بعض الصفحات في نشر المنتوجات نراها غير متطابقة مع الحقيقة بحيث نرى في الصور والفيديوهات إشهارات منتوجات جيدة من أجل الترويج فقط ولكن عند اقتناءها يصطدم الزبون بمنتوج غير متطابق لما يطلبه.
- وفي الأخير أحدث هذا التطبيق ضجة كبيرة من نقل أخبار جديدة وطرح صورة مختلفة عن المواقع الأخرى إذ أدى دور كبير في إبراز عادات وتقاليد المجتمعات.

خاتمة

في هذه الدراسة حاولنا البحث عن الدور الذي يلعبه موقع الانستغرام في ترويج المنتجات المحلية التي تصنعها النساء الماكثات في البيت اللاتي استغلن هذا الموقع في تقديم ونشر مختلف الصناعات التي أبدعنا فيها بحيث وجدنا موقع الانستغرام كأداة تساعده على نشر منتجاتهن عبره كي يصل إلى جمهور المتفاعل والنشيط وبعد اختبارنا للعينة المتمثلة في الحرفيات توصلنا إلى عدة نتائج مفادها مساعدة الصفحة في التعريف بالمنتجات عن الحرفيات ونشرها لتصل للمتصفحات الناشطات وكذا مواكبة التطورات الحاصلة في مجال الصناعات اليدوية وأهم من ذلك التنوع في هذه الصناعات هو محاولة العضوات في الابتكار فيها من أجل إرضاء الزبائن وجذب عدد أكبر منه في اختلاف مستواهم التعليمي وحالاتهم الاجتماعية وتقدير سنوات خبرتهم في مجالاتهم التي تصب كلها في مجال الصناعات اليدوية غير أنه واجهتنا العديد من الصعوبات أولاً صعوبة التعامل مع هذه الفئة التي تتخوف من تعاملها مع هذه التقنيات.

المصادر والمراجع

المصادر :

القرآن الكريم

المعاجم والقواميس

1. محمد عباس، الترويج والاتصالات التسويقية، جامعة المنارة، 2015.
2. بعطوش عبد الله، بوراس أحمد، بعلوج بوالعيد، موساوي عبد النور، أساليب تطوير المنتجات في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة شركة عتاد التكديس والحمولة German، جامعة قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، السنة الجامعية 2008.
3. بربح كلثوم، دور الصناعات الحرفية والتقليدية في تنمية السياحة في المدن الصحراوية، دراسة حالة مدينة تماسين، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة، السنة 2020.
4. حجاج مداني، قيم العمل في ظل الاستقرار الوظيفي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تنظيم وعمل، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2019.
5. د. شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر بالإلكتروني على الانترنت، دار العالم العربي، ط1، 2011.
6. د. دنيا عبد العزيز فهمي، الحماية الجنائية من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، دار النهضة العربية، 2018.
7. د. ايهاب خليفة، مواقع التواصل الاجتماعي (أدوات التغيير العمرية بحر الانترنت، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، 2016م.
8. د. عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصدقة الالكترونية، دار النشر والتوزيع، عمان، 2010.

9. د. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
10. موهون فريال ، زهراء حتحات و آخرون ، دور الإنستغرام في تحفيز الشاب الجامعي على العمل التطوعي ، بلخيري صالح،جامعة محمد بوضياف مسيلة 2019.
11. جعيل جمال، إسماعيل زحوط، الحرف والصناعات التقليدية كفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
12. جعيل جمال، إسماعيل زحوط، الحرف والصناعات التقليدية كفرص ترقية السياحة الداخلية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ملتقى وطني بعنوان "فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر"، باتنة 2012.
13. إسماعيل سيبوكر، نجلاء ناجحي، أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، مخبر اللسانيات النصية وتحليل الخطاب، 2019.

الكتب :

1. محمد عباس، مسار ملخص انستغرام للمبتدئين.
2. سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، بدون ذكر الطبعة، غزة، فلسطين، 2003.
3. دليل الغرفة الصناعة التقليدية بالأغواط.
4. مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد395، يناير 2012.
5. أحلام عماري، سهام وناسي، الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر، مجلة انثروبولوجيا، مخبر الموسوعة الجزائرية المسيرة، مخبر المجتمع والأسرة، العدد01، السنة 2022.
6. عبد الناصر طبق، دليل الأسبوع الثقافي والاقتصادي لمدينة أولف، العدد الأول، مديرية الثقافة، 2005.

7. اختيار العينة في البحوث الكيفية، فضيل دليور، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة،
جامعة قسنطينة، العدد03، سنة 2022.

المواقع الإلكترونية:

1.الوافي طيب ولول لطيفة، البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات متاح على:

<http://www.kankji.com/figh/fhles//cd>.

2.موقع إلكتروني : مقال what's Instagram على موقع شوهده يوم (2023/04/16)

<https://computerhope.com>,

3.مقال عل موقع إنستغرام : شوهده يوم (2023/03/03)

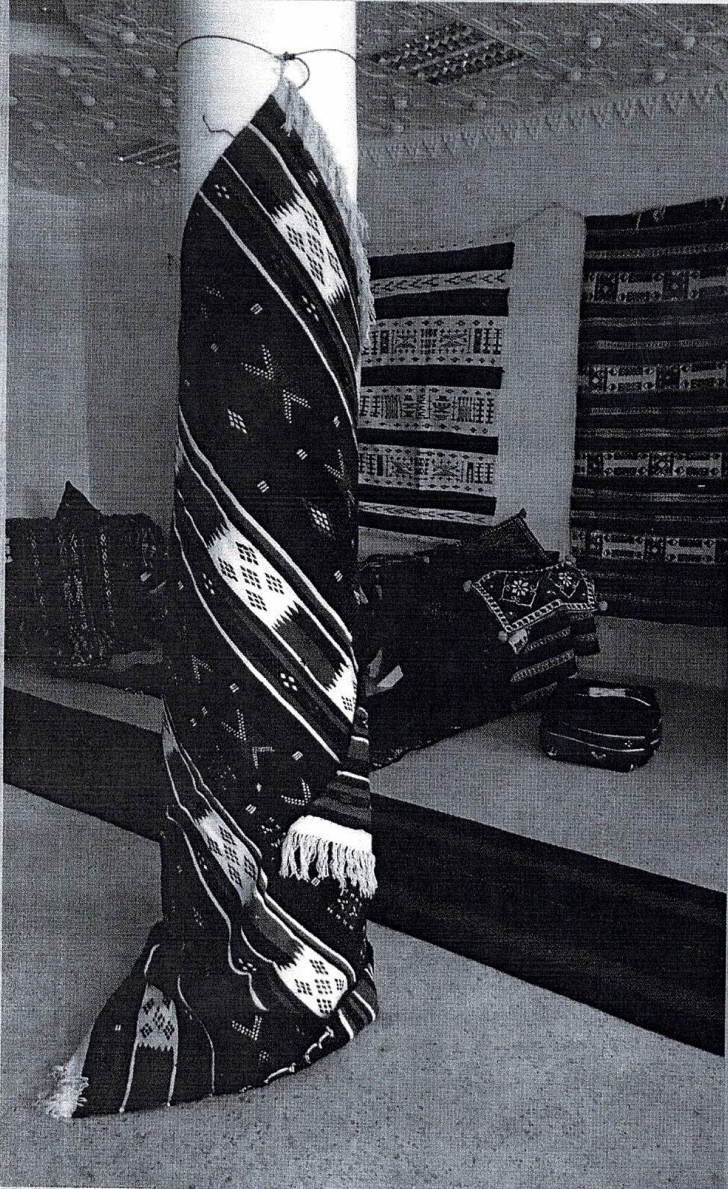
<https://help.instagram.com>

4.مقال على موقع webpedia

<https://webpedia.org/wiki/Instagram>

5.مقال على موقع مارغريت ماوس حول " Instagram " .

الملاحق



هم الصناعات لتقليدية ني ولاية الأغواط

أغواط الضاربة في أعماق التاريخ تفتخر بملاحم جالها وثقافتها الراسخة التي تختزن كما هائلا من تقاليد العريقة والمشاهد الثقافية والمعرفية من نون شعبية وموسيقى وفلكلور ومسرح وشعر صناعة تقليدية حرفية ثرية بمدلولاتها حضارية حيث عرفت منذ القدم بجمال وسحر ألهم بار الفنانين أمثال نصر الدين ديني ولوحته شهيرة سطوح الأغواط ليأتي بعد ذلك دور بوفاتح لال المدعو، بن كارنو، بلوحاته الطبيعية الجسدة ناطق الأغواط وفي الستينات ظهرت اللوحات المائية فنان الصيغ الذي أصبح مدرسة مع السيد عبيدات بلقاسم في فن aquarelle كما عرف الفن تشكيلي نفسا جديدا بعد عودة الفنان محمد صغير من المغرب. وفي السبعينات ظهر فن جديد لم يد وأتمل الرسام المقدر الطاهر جديد الذي يستخدم رمال الأغواط في لوحاته بعصرية أسست دراسة أصبحت تسمى بعد ذلك فن الترميل فتحمها عدة فنانين من مختلف الجهات أبدعوا تفننوا فيها مثل، لدهم، خلوي، ريان، نخي، داودي بن عطية وآخرون. كما أضاف لها الفنان العمري لمي تقنية الجلد المضغوط. والنحت مجاله وأصحابه الأغواط مثل الفنان غريس، العقون وعرب وقد عرف الخط العربي شهرة واسعة في الأغواط تجلت صماته في تحرير العقود ونسخ المصاحف المخطوطات وخاصة بالخط العربي ومن أشهر خطاطين حاليا محمد بارات، عيسى حمد بن ربيعة والطيب العيدي وغيرهم

الزراي التقليدية :

التي تختلف بحسب أحجامها والوانها ورموزها منها الكسر والقطع ومن أشهر الزراي : زربية جبل عمور، وهي من صنع مدينة افلو التابعة لولاية الأغواط سنة 1938 ، بصوف غزيرة وعقد مربوطة (نوع عموري) ، تبين الصورة مخمل الزربية الأزغب مع زخرفة هندسية ، حافظت بلا منازع على حيويتها، صوفها الغزيرة المشكلة لفراسها الناعم ، وبلغت شهرته مختلف ربوع العالم .





إن الصناعة التقليدية و الحرف تمثل على إنشاء الثروة، إحداء مناصب شغل، تحسين مستوى برود الحرفي والإستجابة للحاجيات الإنتاجية و الخدماتية. إضافة لقرتها على تحطيم مركب القنص اتجاه المنتجات الجزائرية. الرهانات الحالية تازمكم جميعا :

أنت...

- * البطالون ذوي الخبرات و الكفاءات المهنية
- * حاملوا فكرة إنشاء مشروع
- * الحرفيون الغير الرسميون
- * الحرفيون الرسميون

ترغبون في ...

- * إنشاء نشاطا مهنيا
- * بلورة فكرة إحداء نشاطا مهنيا
- * إلقاء الصفة الرسمية على نشاطكم
- * تحسين أداءكم التسييرية و المهنية
- * تحسين المرودية المالية لمؤسستكم
- * الإنخراط في أحد البرامج Nucleus ou S.P.L.

لتحسين مؤسستكم و تطويرها

دليل الحرفي يوجهكم في بلوغ هذه الأهداف

وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية
هاتف : 021 71 34 34 فاكس : 021 71 49 65
Site web: www.pmeart-dz.org

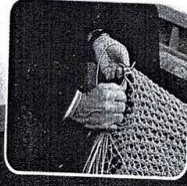
الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية و الحرف
ص.ب 73 سيدي فرج سطاولي . الجزائر

هاتف : 00 213 21 37 71 80 فاكس : 00 213 21 37 71 80
المقر قرية الصناعة التقليدية سيدي فرج سطاولي . الجزائر
Site web: www.cnam.com.dz / E-mail: CNAM-ARTISANAT@HOTMAIL.FR

الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية ANART
ص.ب 66 سيدي فرج سطاولي . الجزائر

الإدارة التجارية: 021 37 70 39

هاتف : 021 37 69 25 فاكس/ هاتف: 021 37 70 80 / 021 37 70 40
Site web: www.anart-dz.com E-mail: anart12@yahoo.fr



لديكم الرغبة في تسجيل أنفسكم في سجل الصناعة التقليدية و الحرف

التقدم الى مصالح البلدية
متر ممارسة النشاط لإيداع ملف التسجيل
في سجل الصناعة التقليدية و الحرف

تقوم مصالح البلدية بإرسال ملف المعنى مع تسليمه
جدول ارسال ممضي و مضمون من طرف
رئيس البلدية

تقوم مصالح البلدية بإرسال الملفات الصويرة لديها
في أجل اقصاه 10 أيام

في كلا الحالتين تقوم الفرقة بتسليم المعنى بالآخر
و صل تسجيل مؤقت الذي يعد بضابة رفعة
لممارسة النشاط لمدة لا تتجاوز 60 يوما

توافق الفرقة على طلبكم تقوم باستدعائكم من أجل:
رفع رسم التسجيل
واستخراج البطاقة المهنية

رفض الفرقة لطلبكم للمسيين التاليين:
أما ان يكونا تصريح غير صحيح او ناقص
أما لعدم تطابق وضعية الحرفي مع الترتيبات التشريعية
و التنظيمية

عند الحصول على البطاقة المهنية يستوجب
التقرب من:
مفتشية الضرائب التابعين لها إقليميا
الصندوق الوطني للضمان لغير الأجراء

الزرايب التقليدية



الإلبسة التقليدية



الفضة التقليدية



الزخرف الفني و الفخار



النحاس



اللوحات الفنية الوطنية



وزارة السياحة والصناعة التقليدية غرفة الصناعة التقليدية والحرف بالأنغولم



تعتبر منتجات الصناعة التقليدية الجزائرية فريدة وناضجة بالحياة من حيث ألوانها وتصاميمها وهي مصنوعة بأنامل حرفيين موهوبين ومبدعين في عدة مجالات كالزرايب والفخار والمنحوتات الخشبية، والنسيج، وصناعة السلال، وتصميم المجوهرات.

وهي فن وتقاليد توارثتها أجيال عديدة من الحرفيين الجزائريين إذ لا تعد الصناعة التقليدية شكلاً من أشكال الدخل والتوظيف فحسب، بل هي تعبير عن الثقافة الجزائرية الغنية وعاداتها وتقاليدها.



جامعة عمار ثليجي - الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال

دور الانستغرام في الترويج للمنتوجات المحلية

دراسة ميدانية على فئة من حرفيات الأغواط

سيدتي، أنستي:

في إطار التحضير لمذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم التفضل بالإجابة عما جاء فيه من أسئلة خدمة للبحث العلمي.

ملاحظة: المعلومات التي تدلون بها تبقى في غاية السرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث

العلمي

ولكم منا جزيل الشكر والتقدير.

الطالبتان:

- إيمان جعيو

- لمياء قاسمي

السنة الجامعية: 2023/2022

استمارة

- 1- السن: أقل من 35 سنة من 30 إلى 35 سنة
- 2- المستوى الدراسي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي بدون مستوى
- 3- الحالة الاجتماعية: عزباء متزوجة حالة أخرى
- 4- هل لديك حساب أنستغرام؟ نعم لا
- 5- لماذا اخترت هذا التطبيق؟ أوسع انتشارا مواضيع جديدة دائما يهتم بالحرف التقليدية أكثر من غيره
- 6- ما هو معدل تصفحك للانستغرام أقل من ساعة من 1 إلى 3 ساعات من 3 إلى 5 ساعات
- 7- ما هي نسبة اهتمامك بصفحتك على الانستغرام قوي ضعيف متوسط
- 8- ما هي الحرفة التي تمارسها؟ صنع الحلويات حلاقة صنع الورد نسيج خياطة أخرى أذكرها
- 9- ها تعتبرين أن الترويج عبر الانستغرام أكثر فعالية للوصول إلى المستهلك؟ نعم لا
- 10- هل التسويق في هاته الصفحة يغنيك عن وضع بطاقات إخبارية في المحلات؟ نعم لا

11- هل تشجعين على استخدام صفحات الانستغرام في المجال التسويقي؟

نعم لا

12- منذ متى وأنت تمارسين هاته الحرفة؟

سنة من سنتين إلى 3 سنوات أكثر

13- كم تملكين من متابع على صفحتك في الانستغرام؟

أقل من 100 متابع من 100 إلى 200 متابع أكثر من 200 متابع

14- هل تتم كل طلبات الزبائن عن طريق الانستغرام؟

نعم لا

15- هل يتم قبول كل الطلبات التي يتفق عليها الزبون؟

نعم لا

16- هل تعتبرين أن الانستغرام ساعدك في مجال عملك وتوسعه؟

نعم لا

17- هل تحصلين على طلبات عبر الانستغرام موجهة نحو بلدان أخرى؟

نعم لا

18- هل تعتبرين منصة الانستغرام قادرة على ايصالك إلى هدفك؟

نعم لا