

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي - الأغواط -

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم: علوم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة

دور الفيسبوك في نشر الثقافة المقاولاتية لدى النساء

-دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة الأغواط-

مذكرة من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الدكتور:

- الجودي بن قيط

من إعداد الطالبتين:

- مروة مرزوق

- هاجر دني

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

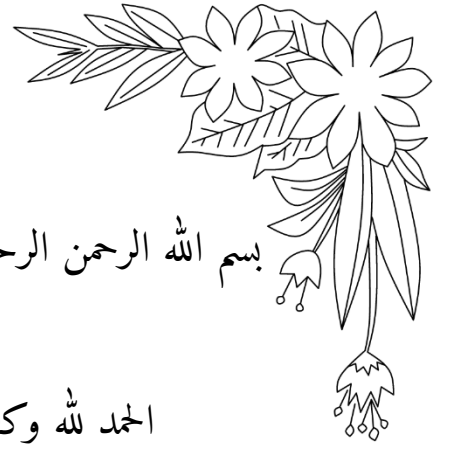
۱۴۳۸

شكر وتقدير

الحمد لله والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين النبي المعلم الأمين محمد بن عبد الله عليه الصلاة والسلام وعلى آله وصحبه أجمعين بداية "الحمد والشكر لله عز وجل الذي وفقنا لإنجاز هذا البحث ومن ثم فإننا نتقدم بوافر الشكر والتقدير والعرفان لدكتور "جودي بن قيط" لما بذله معنا من جهد وإرشاد منذ بداية البحث وحتى انتهائه كما أقدر له رحابة صدره وصبره اللامحدود طيلة فترة الإشراف على هذه الدراسة فله منا كل الشكر والعرفان وخالص الدعاء أن يشفي له الله والدته إن شاء الله.

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال الدكتور عبد القادر نوعي ولجنة المناقشة وإلى أساتذتنا لما قدموه لنا طيلة مشوارنا الدراسي وفي الختام إلى كل من ساندنا وأعاننا في بحثنا وغاب الآن عن فكرنا فنحن نهديهم عظيم الشكر والامتنان.

مرودة وهاجر



إهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ (قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ)

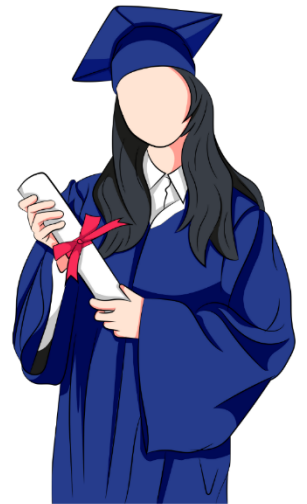
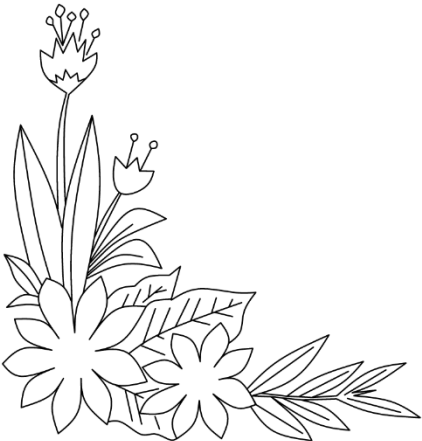
[البقرة: 31]

الحمد لله وكفى الصلاة والسلام على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفي

أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية لمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى المهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما الله نورا لدربي وإلى جدتي أطال الله لنا في عمرها ولكل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال من الإخوة والأخوات إلى كل ما يحمل لقب "مرزوق" دون أن أنسى عمي أبو بكر مرزوق بروفيسور في الأدب العربي الذي ساعدني في ضبط اللغة وإلى أستاذي المشرف وأساتذتي المناقشين وعلى رأسهم الدكتور عبد القادر نوعي رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة عمار ثليجي الأغواط وإلى كل من كان لهم أثر في حياتي وإلى كل من أحبهم قلبي ونسبهم قلبي.

مرزوق مروة





إهداء

إذا كان أول الطريق ألم فإن آخره تحقيق حلم، وإذا كانت أول انطلاقة دمعة فإن نهايتها بسمة، وكل بداية لا بد لها من نهاية وها هي السنوات قد مرت والحلم يتحقق فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا لأنك وفققتني لإتمام هذا العمل أهدي هذا العمل إلى:

من جعلت الجنة تحت أقدامها أمي قرة عيني التي سهرت وكانت معي في كل الظروف والضغوطات، يكفي أن تعرفي أن لكي ابنة تنتظر فرصة واحدة لتقدم لك الروح والقلب والعين هدية رخيصة لك لما قدمتي

وإلى من تشقت يداه في سبيل رعايتي، وداعمي ومشجعي الدائم حين ينادوني باسمه أسعد به وأفتخر أنني ابنته وثمرته ومن رأيت انعكاس نجاحي وفرحي بريقا في عينة أبي حفظه الله ورعاه وإلى من هم أنس عمري ومخزن ذكرياتي إخواني وأخواتي الذين لهم بالغ الأثر في الكثير من العقبات والصعاب وإلى أزواج أخواتي خاصة مسعود مريقتي

وإلى كل من نصحتني لأدرس هذا التخصص وساهم في إتمام هذا البحث وإلى أعز صديقاتي وأخص بالذكر كلثوم التي مدت لي يد المساعدة في هذا البحث وإلى زميلتي في البحث مروة

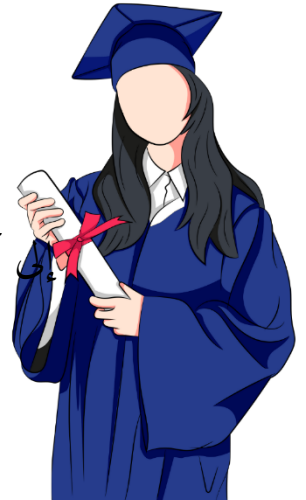
وإلى رفيقاتي في المشوار الدراسي حورية، فريال، زينب، حميدة، لبنى

إلى كل قسم الإعلام والاتصال وجميع دفعة 2023

إلى كل من كان لهم أثر على حياتي

إلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي

إلى أستاذي المشرف الجودي بن قيط رعاه الله وسدد خطاه.



هاجر ذني

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مساهمة الفيسبوك في نشر الثقافة المقاولاتية لدى النساء المقاولات لمدينة الأغواط وذلك بالتعريف بمنتجاتها وسلعها عن طريق نشرها عبر صفحات الفيسبوك النسائية والتشهير بواقع الثقافي المقاولاتي عند النساء، كما أننا اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي واستخدمنا أداتين المقابلة واستبيان، طبق البحث في جامعة عمار ثليجي الأغواط وكذا وزعت الاستمارة الاستبيان على 45 عينة حيث تم اختيارهم بطريقة قصدية.

كما أننا أجرينا مقابلتين وذلك بطرح عدد من الأسئلة على نساء مقاولات لمدينة الأغواط. وقد توصلنا في دراستنا الى بعض نتائج:

- أعلن الفيسبوك عن فرص سمحت للمرأة المقاولات بالترويج لخبراتها وقدراتها ومهاراتها الشخصية والمهنية.
 - حقق مجال المقاولات المساواة بين الرجل والمرأة في مختلف الميادين.
 - دعم الفيسبوك النساء المهتمات بريادة الأعمال وتحفيزهم على إطلاق مشاريعهن الخاصة.
- الكلمات المفتاحية: نشر - ثقافة - فيسبوك - المقاولات.

Abstract:

This study aimed to identify the role of Facebook in spreading entrepreneurial culture among women entrepreneurs in the city of Laghouat, by defining their products and commodities by publishing them on women's Facebook pages, and defaming the reality of the entrepreneurial culture among women, we also relied in our study on the descriptive approach and used two tools, the interview and questionnaire, the research was conducted at Ammar Thlidji University in Laghouat and the questionnaire was distributed to 45 research samples, who were chosen intentionally.

We also conducted two interviews by asking a number of questions to women entrepreneurs (contractors) in the city of Laghouat, and we have reached some results in our study.

1/ Facebook announced opportunities that allowed entrepreneurial women to promote their personal and professional experience, capabilities and skills.

2/ the field of contracting has achieved equality between men and women in various fields.

3/ Facebook support women interested in entrepreneurship and motivate them to launch their own projects.

Keywords: *Publishing – Facebook – Culture – entrepreneurship.*

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	اهداء
	ملخص
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
-أ-	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
13	أولاً: الإشكالية
14	ثانياً: أسئلة الدراسة
14	ثالثاً: أهمية الدراسة
15	رابعاً: أهداف الدراسة
15	خامساً: أسباب اختيار الموضوع
18	سادساً: حدود الدراسة
18	سابعاً: منهج الدراسة
20	ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة
21	تاسعاً: أدوات جمع البيانات
23	عاشراً: مصطلحات الدراسة
30	إحدى عشر: دراسات سابقة

الفصل الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي وظهور الفيس بوك	
37	المبحث الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
37	المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها
39	المطلب الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
42	المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
57	المبحث الثاني: نشأة وتطور الفيسبوك.
57	المطلب الأول: تعريف ولمحة تاريخية لموقع الفيسبوك".
59	المطلب الثاني: خصائص موقع الفيسبوك.
60	المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة لموقع "الفيسبوك".
الفصل الثالث: نشأة وتطور ثقافة المقاولاتية عند المرأة	
64	المبحث الأول: ماهية ثقافة المقاول.
64	المطلب الأول: مفهوم المقاول.
72	المطلب الثاني: تطور مفهوم حول مفهوم ثقافة المقاول.
73	المطلب الثالث: مقومات ثقافة المقاول.
75	المبحث الثاني: ماهية المقاول النسوية.
75	المطلب الأول: مفاهيم حول وخصائص المقاول النسوية.
75	المطلب الثاني: واقع المقاول النسوية في بعض البلدان العربية.
78	المطلب الثالث: المقاول النسوية في الجزائر.

الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية للدراسة ونتائجها

82	المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
93	المبحث الثاني: النتائج العامة لدراسة
96	الخاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يبين سن عينة الدراسة	82
02	يبين المؤهل العلمي لعينة الدراسة	82
03	يبين الحالة الاجتماعية للطالبات	83
04	يبين فترة استخدام الفيس بوك	83
05	يبين نوعية الوسيلة التي تستخدمها العينة في الاتصال بالفيس بوك	84
06	يبين مدة استخدام الفيس بوك	85
07	يبين خبرة عينة الدراسة في التفاعل مع الفيس بوك	85
08	يبين الوقت المفضل لعينة الدراسة في استخدامها في الفيس بوك	86
09	يبين الفكرة المكونة عند العينة الدراسة عن المرأة المقابلة	87
10	يبين رأي الطلبة في كون المرأة مقابلة مثل الرجل	88
11	يبين رأي العينة عن المرأة مقابلة في الوقت الحاضر	88
12	يبين معرفة الطالبات لنساء مقاولات في محيطهن	89
13	يبين مصدر معرفة نساء مقاولات	90

91	يبين دور الفيس بوك في علم العينة بوجود نساء مقاولات	14
91	يبين اشتراك العينة في صفحات النسائية للمقاولات	15
92	يبين وجود أو عدم نشاط نساء مقاولات في الفيسبوك	16
92	يبين تقديم الفيسبوك الخدمة في نشر الثقافة المقاولاتية	17



مقدمة



مقدمة:

تعد المقاولاتية من الأجهزة الضرورية لتنمية الاقتصاد بالعالم من خلال تحفيز المشاريع وتطويرها وتبني إنشاء مؤسسات وتوسيع قاعدتها قصد تنمية المهارات والخبرات المهنية والفكرية عند كلا الجنسين، حيث أصبح موضوع المقاولاتية من الموضوعات المتداولة في وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي خاصة مع تعدد ميادينها وتخصصاتها التي تهدف إلى تحقيق النمو الاقتصادي واستثمار المشاريع التي تتيح فرص العمل والإنتاج، حيث استطاعت المرأة أن تندمج في جميع المجالات وغدت عنصرا فعالا في المجتمع وذلك بتحويل الأفكار إلى مواد استهلاكية ونشر عبر صفحات الفيسبوك النسائية حيث اشتغلت هذه الوسائط في تلبية حاجياتها وأنها تساهم في تنمية شخصيتها وفرض وجودها ودخولها المنافسة مع الرجل في عالم الأعمال والمال.

سنحاول في دراستنا هذه تحديد دور الفيس بوك في نشر الثقافة المقاولاتية لدى النساء. وللإلمام بهذا الموضوع قمنا بتدوين خطة بحثنا حيث تناولنا فيه إجراءات المنهجية لدراستنا ثم قمنا بالاعتماد على فصلين نظريين الأول عنوانه نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي وظهور الفيسبوك، ووزعنا المبحثين، المبحث الأول نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي والمبحث الثاني بعنوان نشأة وتطور الفيسبوك، والفصل النظري الثاني بعنوان نشأة وتطور الثقافة المقاولاتية عند المرأة حيث تناولنا في المبحث الأول ما هي الثقافة، والمبحث الثاني ما هي المقالة النسائية، وفي الإطار التطبيقي حللنا فيه الاستبيان بعدما وزعناه على عينة الدراسة وتوصلنا إلى نتائج هامة لدراسة وختمنا الدراسة بخاتمة كحوصلة للموضوع.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- أولاً: إشكالية الدراسة
- ثانياً: أسئلة الدراسة
- ثالثاً: أهمية الدراسة
- رابعاً: أهداف الدراسة
- خامساً: أسباب اختيار الموضوع
- سادساً: حدود الدراسة
- سابعاً: منهج الدراسة
- ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة
- تاسعاً: أدوات جمع البيانات
- عاشراً: مصطلحات الدراسة
- إحدى عشر: دراسات سابقة

الإشكالية:

إن المقاوله شكلت قوة فاعلة لتعزيز التنمية المستدامة للنهوض بالاقتصاد نحو الرقي في جميع الدول سواء متقدمة أو نامية لمواجهة جميع تحديات ومنافسات، قصد النهوض بالسوق في مجال المقاوله في الأونة الأولى كان منحصر عند الرجال فقط أما الآن أصبحت المرأة تتافسه في هذا المجال من أجل إثبات مكانتها، وفرض شخصيتها، حيث وظفت جميع إبداعاتها لتطوير ذاتها ومنتجاتها لتسيطر على الأسواق (كصناعة الحلويات والألبسة، وممارسة هواية الحلاقة والأشغال يدوية) بهدف الحصول على ربح مادي.

لاسيما أنه لا يزال هناك تحديات كثيرة تواجه النساء للوصول إلى فرص تجارية والاستفادة منها بنفس الطريقة التي يمكن لرجال الاستفادة منها إلا أنها كافحت لبقاء مكانتها وفرض وجودها، وقد كان لوسائل التواصل دورا كبيرا في تحسين صورة المرأة المقاوله ودفعتها لتحقيق أهدافها بغية عرض منتوجاتهن، وساهمت أيضا في إبراز دور ثقافة مقاولاتية لدى النساء. ومن المفيد أن نؤكد أن الفيس بوك يعمل على تواصل بين المقاولات من نفس المجال وتبادل الخبرات بين بعضهم.

ومن هنا نطرح الإشكال التالي:

- ما دور الفيس بوك في نشر ثقافة المقاولاتية لدى النساء بالأغواط؟

ثانياً: أسئلة الدراسة:

- 1) ماهي عادات وأنماط استخدام الطالبات للفيس بوك؟
- 2) ماهي صورة المرأة المقاتلة عند الطالبات؟
- 3) كيف يساهم الفيس بوك في نشر الثقافة المقاتلة لدى الطالبات؟

ثالثاً: أهمية الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الحديثة التي تسلط الضوء على أهمية المرأة وعدم التقليل من مهاراتها الإبداعية ولتدعيم عمل المرأة الماكنة في البيت وتتمحور أهمية دراسة دور فيس بوك في نشر الثقافة المقاتلة لدى النساء في الأغواط حول عدة نقاط مهمة، من بينها:

- تعد الريادة والمشاركة في الأعمال التجارية والمقاتلة من الأهداف الاستراتيجية للحكومات في العديد من الدول النامية، ويتطلب ذلك تمكين ودعم المرأة في هذا المجال.
- يعتبر فيس بوك وسيلة تواصل اجتماعية شائعة ومستخدمة بشكل واسع في العالم، ويمكن استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة المقاتلة وتحفيز المرأة على المشاركة في هذا المجال.
- تتعرض النساء في الأغواط لعدة تحديات اجتماعية واقتصادية تعيق تحقيقهن للنجاح في مجال المقاتلة، ويمكن أن يلعب فيس بوك دوراً في توعية النساء بالمزايا والفرص المتاحة لهن في هذا المجال.
- تساهم دراسة دور فيس بوك في نشر الثقافة المقاتلة لدى النساء في الأغواط في توفير معلومات دقيقة ومحدثة حول العوامل التي تحول دون مشاركة المرأة في مجال المقاتلة وتوفير حلول واضحة وعملية لتحسين هذا المشهد.

- توفر الدراسة معلومات مفيدة للمسؤولين في مجال السياسات الحكومية والمؤسسات غير الحكومية والمجتمع المدني في الأغواط، وتساعد في وضع الاستراتيجيات والخطط المناسبة لدعم المرأة في مجال المقاولاتية وتمكينها من تحقيق النجاح في هذا المجال.
- تتيح الدراسة فرصة لتحسين الوعي بين المرأة في الأغواط حول الفرص المتاحة لهن في مجال المقاولاتية، وتشجيعهن على اتخاذ خطوات عملية للانخراط في هذا المجال.

رابعاً أهداف الدراسة:

- 1) معرفة عادات وأنماط استخدام الطالبات للفيسبوك.
- 2) التعرف على صورة المرأة المقاولاتية لدى الطالبات.
- 3) التعرف على كيفية مساهمة الفيسبوك في نشر الثقافة المقاولاتية.

خامساً: أسباب اختيار الموضوع

خامساً: أسباب اختيار الموضوع

-أسباب ذاتية:

يمكن تحديد بعض الأسباب الذاتية التي دفعتني لاختيار موضوع دراسة دور الفيس بوك في نشر الثقافة المقاولاتية لدى النساء بالأغواط، ومن بين هذه الأسباب:

- لأنني امرأة شغوية هذا الموضوع وهذا من ميولاتي، ولصلة الموضوع بتخصصي علوم الإعلام والاتصال.
- رغبتني في تعزيز الثقافة المقاولاتية والتجارية، وخاصة بين النساء، وذلك لأنني أؤمن بأهمية القطاع الخاص في تحقيق التنمية المستدامة وتحسين الوضع الاقتصادي للمجتمع.

- الرغبة في دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي: تقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فرصًا كبيرة للتواصل والتعلم والمشاركة في الأعمال التجارية، وأردت دراسة كيفية استخدام الفيس بوك ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى في تعزيز هذه الفرص بين النساء.
 - الاهتمام بتعزيز المشاركة النسائية في المجتمع: تعد المشاركة الفعالة للنساء في الحياة الاقتصادية والاجتماعية من أهم العوامل التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، وأردت البحث عن سبل تشجيع المشاركة النسائية في مجال الأعمال والتجارة، وخاصة بين النساء في الأغواط.
 - الاهتمام بالشأن النسوي: يعتبر هذا الموضوع من الموضوعات المهمة التي تهتم بها النساء، وبالتالي فإن دراسته يساهم في تعزيز ودعم المرأة وتمكينها من العمل في مجال ريادة الأعمال وتنمية المجتمع.
- أسباب موضوعية:

- لأنه موضوع جديد يستحق الدراسة لما له من أهمية في واقعنا المعيشي.
- دراسة لم يتم التطرق إليها خاصة في قسمننا.
- زيادة الاهتمام بالمقاولاتية في الجزائر: شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة زيادة في الاهتمام بالمقاولاتية ودعم رواد الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة كوسيلة للنمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل.
- أهمية دور المرأة في المقاولاتية: تعتبر المرأة ركيزة أساسية في تحقيق التنمية المستدامة والنمو الاقتصادي ولعب دورها في مجال المقاولاتية يعتبر أمرًا حيويًا.

- انتشار استخدام الفيس بوك: يعتبر الفيس بوك أحد أكثر وسائل التواصل الاجتماعي انتشارًا واستخدامًا في العالم، ولذلك فهو يعد وسيلة فعالة لنشر الثقافة المقاولاتية لدى النساء.
- ندرة الدراسات في هذا المجال: يعتبر هذا الموضوع نسبتاً جديداً وندرة الدراسات المتعلقة به في الجزائر وكتبتنا خاصة، مما يجعل الدراسة في هذا المجال مهمة وضرورية لملء الفراغ في هذا المجال.
- يعتبر موضوع دراسة دور الفيس بوك في نشر الثقافة المقاولاتية لدى النساء بالأغواط أهمية كبيرة في ضوء التحديات التي تواجهها المرأة الجزائرية في المجال الريادي والتجاري، حيث تعاني المرأة من الكثير من الصعوبات في هذا المجال بسبب العديد من العوامل الاجتماعية والثقافية.
- بالإضافة إلى ذلك، يأتي اختيار هذا الموضوع في إطار تطوير المجتمع وتحقيق التنمية المستدامة، حيث تعتبر ريادة الأعمال والتجارة من المجالات الحيوية التي تساهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية وتحسين الوضع الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع بشكل عام.

سادسا: حدود الدراسة:

-الحدود الزمانية: بداية قبول الموضوع من اللجنة العلمية من نهاية نوفمبر 2022 إلى ماي 2023.

-الحدود المكانية: ولاية الأغواط.

-الحدود البشرية: متبوعات المجموعات الفيس بوك النسائية.

سابعاً: منهج الدراسة:

إن اختيار المنهج المراد اتباعه من طرف الباحث لإنجاز بحثه يعد من أهم العناصر للقيام ببحث ناجح، باعتبار أن المنهج يسلكه أو يتبعه الباحث للوصول إلى الإجابة التي تثيرها مشكلة بحثه، ومنهج البحث هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها ومعرفة أسبابها وعلاجها والوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها.¹

بما أن مناهج البحث متعددة ومتنوعة فإنه يتحتم على الباحث اختيار المنهج المناسب الذي يخدم بحثه بطريقة علمية ومنهجية سليمة، أن دراستنا تتدرج ضمن الأبحاث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الحقائق والأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة،² حيث يمكن تعريف هذا النوع من البحوث الوصفية بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة قدر ما تسمح به الإمكانيات العلمية و المنهجية للباحث.³

¹ محمد شفيق: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 1998، ص156.

² سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1995، ص13.

³ محمد عبيدات، وآخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، عمان، دار وائل للطباعة والنشر، 1999، ص46.

- المنهج المناسب لدراستنا هو المنهج الوصفي: يمكن استخدام المنهج الوصفي في دراسة دور الفيسبوك في نشر الثقافة المقاولاتية لدى النساء بالأغواط، حيث يهدف هذا المنهج الى وصف وتفسير الظواهر والحالات والموضوعات بشكل دقيق ومفصل، ويتم ذلك عن طريق جمع البيانات المتعلقة بالموضوع من مصادر مختلفة مثل الدراسات السابقة والتقارير الإحصائية والمقابلات والاستبيانات.
- باستخدام المنهج الوصفي، يمكن للباحثين تحليل البيانات التي يجمعونها ووضع أطروحات واستنتاجات دقيقة حول العلاقة بين استخدام النساء لمنصة الفيسبوك ونشر الثقافة المقاولاتية ويمكن استخدام أساليب مختلفة في جمع البيانات، وكذلك تحليل المحتوى الذي يتم تداوله على الفيسبوك.
- يعتبر المنهج الوصفي مناسباً لهذه الدراسة لأنه يتيح فهم الظاهرة المراد دراستها بشكل أفضل وتوفير بيانات دقيقة وموثوقة التي يمكن استخدامها في إنتاج نتائج واضحة ومنطقية كما انه يساعد على الكشف عن الجوانب المختلفة لهذه الظاهرة وعلاقتها بالسياق الاجتماعي والثقافي في مدينة الأغواط، والتي تعد مفتاحاً لفهم العلاقات المتعلقة بين الفيسبوك ونشر الثقافة المقاولاتية لدى النساء.

ثامناً: مجتمع الدراسة وعينته:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع

البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديدها،¹ ولمعرفة مجتمع البحث أولاً يجب تحديد مجتمع البحث الأصلي.

أ/ مجتمع البحث:

انه المجتمع الأكبر أو مجموعة من المفردات التي يستهدفها الباحث في دراسته لتحقيق نتائج الدراسة وتعميم نتائجها على كل مفرداتها، وأنه المجتمع الذي يشمل جميع عناصر مخرجات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة²، وعليه فمجتمع دراستنا هن متابعات الفيسبوك وخاصة متابعات الصفحات النسائية.

ب/ عينة الدراسة:

-تعريف عينة الدراسة:

يعد استخدام العينات من الأمور العادية في البحوث والدراسات العلمية وتعتبر مرحلة تحديد عينة الدراسة من اهم المراحل في البحث العلمي حيث تتطلب دقة بالغة يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه.

تعرف العينة على أنها مجموعة جزئية من الأفراد التي تمثل المجتمع الأصلي.³

- لقد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية التي تعرف بأنها العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي على أساس انها أفضل لتحقيق الهدف المراد الوصول إليه في

¹ محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، ص112.

² محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، مصر، 2002، ص30.

³ محمد عبيدات، وآخرون: مرجع سابق، ص40

دراسته، ومنه ينتقي الباحث أفراد عينته بما يخدم دراسته بناءً على معرفة قبلية دون أن يكون هناك قيود غير التي يراها مناسبة من حيث الاختصاص والمؤهل العلمي.¹

- لقد اخترنا 45 مفردة بطريقة قصدية من طالبات جامعة عمار ثليجي كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة بالأغواط اللواتي يتابعن الفيسبوك والمهتمات بالمقالاتية.

تاسعا: أدوات جمع البيانات:

للقيام بأي بحث أو دراسة علمية يوظف الباحث أدوات جمع البيانات للحصول على معلومات وبيانات تتيح لنا الإجابة على تساؤلات الدراسة وتزودنا بما يخدم دراستنا.

لقد اعتمدنا في دراستنا على أداتين لجمع البيانات تتمثل في:

- استبيان:

يعرف الاستبيان على أنه مجموعة من الأسئلة المعدة والمصاغة لمتغيرات الموضوع أو معطيات الحالة وفق فروض موضوعية، وقد تطرح الأسئلة على المبحوث أثناء إجراء مقابلات مهنية معينة أو توزع مباشرة في الاستمارة من الباحث على المبحوثين أو عن طريق فريق من مساعدين أو عن وسائل الاتصال المتعددة.²

وقد تضمنت الاستمارة المعتمدة في بحثنا 17 سؤال*

مقسمة على 4 محاور حيث يحتوي كل محور على مجموعة من الأسئلة التي تجيب على مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وفق لما يليه:

المحور الأول: تضمن البيانات الشخصية

المحور الثاني: تضمن عادات وأنماط استخدام الفيس بوك

المحور الثالث: تضمن صورة المرأة المقولة لدى الطالبات

¹ نادية سعيد عيشور: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين، رأس أكيل للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2017، ص240.

² عقيل حسين عقيل: "خطوات البحث العلمي-من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة"، دار ابن كثير، 2012، ص208،*.
انظر الملحق رقم 01

المحور الرابع: تضمن كيفية مساهمة الفيس بوك في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبات.

- المقابلة:

تعتبر المقابلة في عصرنا الحالي من الأدوات المهمة في البحث العلمي فهي من أهم طرق جمع بيانات ومعلومات والبيانات وأكثرها صدق، حيث من خلالها يستطيع الباحث التعرف على مشاعر انفعالات المبحوث والمقابلة، فهي بذلك تستطيع أن تتيح فرصة للمستجيب عن تعبير حر.

مقابلة: هي استجواب وتفاعل لفظي أو محادثة تجري من القائم بالمقابلة، وبين شخص أو أشخاص آخرين من أغراضها حصول على بيانات منظمة¹.

اعتمدنا بدراستنا هذه على مقابلة مع مقاولتين من مدينة الأغواط

1/ في مجال خياطة

2/ في مجال صنع حلويات

وذلك لطرح أسئلة تخص الموضوع*

عاشرا: مصطلحات الدراسة:

الفيس بوك: لغة، اصطلاحا، إجراء

لغة:

من المصطلحات الغربية التي دخلت معجم اللغة العربية. ارتبط بالنشاطات والتعاملات الاجتماعية على شبكات التواصل الالكتروني، حيث يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرزوا حضورهم مع أشخاص آخرين ضمن نطاق هذه المواقع².

¹ فراس عباس البياتي: علم الاجتماع دراسة تحليلية للنشأة والتطور، دار ارغيشان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص49.

*. انظر الملحق رقم 02

² خالد غسان و يوسف مقداديك: ثورة الشبكات الاجتماعية. الاردن: دار النفائس 2013 ، ص03

إنّ هذه وسيلة الاللكترونية أشبه بمقابلة مفتوحة، عن بُعد، بين مستخدميها، وكتاب مفتوح يحمل بيانات الأشخاص الخاصة، يخضعون لشروطها، ويتعاملون بأدواتها، ومنها جاءت التسمية (الفييس بوك = الكتابُ الواجهةُ)

اصطلاحا:

(الفييسبوك) موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة مسؤولة، تحمل ملكيته الخاصة، وبإمكان المستخدمين له الانضمام إلى الشبكات التي يسيّرهما إقليم وجودها؛ في المدينة أو المدرسة أو الأشخاص أو جهة العمل.. لترسيم مشاركاتهم، وصدقاتهم، والتوسط في مراسلاتهم، إلى جانب تحديث ملفاتهم الشخصية عند الضرورة.

إجراء:

(الفييسبوك) موقع الكتروني يسمح لمستخدميه - جمهور النساء حسب هذه الدراسة - بالتواصل فيما بينهم، أو مع غيرهم، في عالم افتراضي، يتقاسمون فيه اهتماماتهم، ويتبادلون أفكارهم وآرائهم حول موضوع ما - وهو بحسب دراستنا - الثقافة المقاولاتية.

- النشر: لغة، اصطلاحا، إجراء

لغة:

النشر في اللغة من: نشر، ينشر، نشر، ومنه: النشر النشور والانتشار. وللنشر مدلولات عديدة، حسب الاستعمال منها: الخشب: نشره بالمنشار إذا شقّه فتناثرت نشارته، منها: الريح والروائح: أنشرها إذا أثارها وحركها، ومنها: الأمراض: انتشرت بين الناس، أو تناقلها الناس، ومنها: الموتى: الله نشر إذا أحياهم وبعثهم من القبور للحساب، ومنها: المناشير: وهي مجموعة الأحكام والقوانين التي تنشر جهة عليا في جهات معنية قصد الاطلاع أو التنفيذ.

اصطلاحا:

النشر: صفة للمادة الإخبارية التي تروّج بين الناس لتحقيق غاية محدّدة، سواء أكانت موجبة أم سالبة. ويرتبط النشر بالخبر عادة، حيث يذاع بين الناس فيتفرق بينهم ويتبادل فيتطور بعد ذلك سلبا أو إيجابا، بحسب الغرض النفس أو الفكري الذي يريده صاحب الخبر أو مروّجه. ويرتبط النشر بما ينشر من كلام أو كتابة، حيث يضطلع الناشر (المحترف في صناعة الكتاب والمنشورات) بطبعه وتوزيعه، لغايات ثقافية أو تجارية.

والمنشور: صفة لما ينشر بين الناس للإعلام به، ومنها: المنشورات: وهي البيانات يرسل بها للاطلاع، عن طريق الوسائل المكتوبة، أو الوسائل السمعية والبصرية، وذلك بتبادل الأفكار، والآراء، والمعلومات، عن طريق الكلام أو الكتابة أو الإشارات. ومع التطور المتنامي لتكنولوجيات الاتصال، تطورت التقنيات الخاصة بالنشر والدعاية والإشهار، تطوّرت الوسيلة الإعلامية لتغدو بناء تنظيميا ضخما يدير انتاجا متنوعا من المقروء، والمسموع، والمرئي، معتمدا مختلف الطاقات: البشرية والتقنية والفنية والإدارية¹. وكثيرا ما تحمل هذه الوسائل الإعلامية طابع دعائيا يروج لرسائل بهدف التأثير على آراء أو سلوك أكبر عدد من الأشخاص المستخدمين، وهي - بذلك - قد تكون مضادة للموضوعية في تقديم المعلومات، حيث يكون الهدف: تغيير السرد المعرفي للأشخاص المستهدفين لأجندات معينة².

إجراء:

ترتبط مقاصد دراستنا بدور الوسائط التكنولوجية الحديثة في ترويج أنواع الوعي التنظيمي والاقتصادي والاجتماعي لفئة معيّنة مستهدفة، هي فئة الحرفيات المقاولات، التي يرتبط نشاطهن بما يتحقق من تعاون بين شريحة اجتماعية تتعامل على صفحات (الفيسبوك)، وتروّج أفكار مقاولاتية، وتقدم خدمات مجانية - وقد تكون بمقابل - قصد

¹ - حسن عماد مكاوي، وسامي الشريف: نظريات الإعلام، القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000، ص 45.

² - المرجع نفسه، ص ص، 45-46.

الاستثمار في سوق العمل، أو إدارة المال والأعمال تحقيقاً لمتطلبات مادية، أو طموحات فردية.

– الثقافة: لغة، واصطلاحاً، وإجراء لغة:

الثقافة في اللغة من مادة (ثقف)؛ فيقال: ثقف الشيء؛ إذا حدقه. فيقال: هذا رجل ثقف وهذه امرأة ثقفة. فمن معانيها: الذكاء والفتنة. ومنها: الضبط والسُرعة في التعلّم. ومنها: الغلبة والظفر بالشيء. ومنها: تقويم الشيء والعمل على تهذيبه¹
اصطلاحاً:

عرف المفكر الجزائري "مالك بن نبي" الثقافة بأنها: "مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته، وتصبح – لا شعورياً – العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي يعيش فيه"².

ومن هنا، فإنّ الثقافة – في الاصطلاح – هي: ذلك البناء الثقافي العُلوي للمجتمع، القائم على مظاهر تتأسس على جملة من القيم: الدينية والأخلاق، والتشريعات السلوكية، ويدخل ضمنها: الأدب والفن والأعراف والتقاليد، كما تقوم الثقافة – في بعض دلالاتها – على النظرة الشاملة للكون والحياة والإنسان، فتعبّر عن مواقف تجسّد في عقيدة، أو تعبير فني، أو مذهب اجتماعي، أو فكري، أو مبادئ تشريعية، أو سلوك عملي³.

ونجد من تعريفاتها الاصطلاحية: البحث والتنقيب الهادف للظفر بمعاني الحق والخير، والسعي إلى تحقيق العدل، وإحلال السلام في النفوس أولاً، والمجتمع ثانياً، وحمايته ثالثاً، ذلك أن الثقافة تهذب للنفوس؛ من خلال تهذيب الوجود الإنساني وتقويم اعوجاجه،

¹ – ابن منظور قاموس لسان العرب، مادة (ثقف)

² – ملك بن نبي: مشكلة الثقافة، تر. عبد الصبور شاهين، دار الفكر بدمشق، سوريا ط.4، 1984، ص: 74.

³ ينظر: عبد العزيز العسالي، مقال بعنوان مفهوم الثقافة والمتقف من منظور قرآني، موقع الإصلاح نت، أنظر الرابط: https://alislah-ye.net/news_details.php?lng=arabic&sid=5858 يوم الاثنين 29 ماي 2023 ساعة

فيتحوّل المجتمع الإنساني في مواقفه إلى الإيجابية، والفاعلية انطلاقاً من المكونات المعرفية والعقلية والفكرية والعاطفية والسلوكية، التي يؤمن بها¹.

إجراءً:

الثقافة - من حيث الإجراء - هي: الوعي المنظم الذي تنتج عنه تصرفات تطبيقية تحدّد وضع الأشياء في مكانها المناسب. ففي المعجم الفلسفي، تعرّف الثقافة بأنها: كلّ ما فيه استتارة للذهن، وتهذيب للذوق، وتنمية للملكة النقد والحكم لدى الفرد أو المجتمع، وتشمل جملة المعارف والمعتقدات والفن والأخلاق². وهذا ما يقتضيه سياق دراستنا لفئة المقاولات التي وجدت فضاء معرفياً للاستفادة من الأفكار التي تناقش على صفحات (الفيسبوك) المرتبطة بعالم المقاولات وتبادل الآراء في ميدانها، والتسلّح بثقافة مقاولاتية تخاطب جميع المستويات العلمية والمهنية في المجتمع النسوي.

- المقالة: لغة، اصطلاحاً، وإجراءً

لغة:

لفظة مقولة صيغة مبالغة على وزن "مفاعلة"، تحمل معنى المشاركة من طرفين، أو أطراف. وأصل اشتقاقها من فعل: قال، يقول، قولاً، والمصدر منها: مقالا، ومقالة ومقولة³.

والمقولة: تعني المجادلة والمفاوضة في أمر قيل، ثم انتقل الاستعمال من الأقوال إلى الأفعال، إلى أن استقر في المعنى الاصطلاحي المتداول في الاتجار، ومعاملات المال

¹ المرجع نفسه

² جميلة بنت عيادة الشمري: مفهوم الثقافة في الفكر العربي والفكر الغربي. شبكة الألوكة.

³ محمد أبي بكر بن عبد القادر الرازي: مختار الصحاح، ط جديدة، مكتبة لبنان، بيروت، 1995، ص 232.

والأعمال، "فتشير - خاصة - إلى الخطر أو المغامرة التي تميّز توظيف الأموال في نشاط اقتصادي"¹.

اصطلاحاً:

يعتبر مفهوم المقاولة من المفاهيم الأكثر غموضاً باعتبار أن الأمر يتعلق بمفهوم خاضع لظروف متقلبة، وطبقاً لمجالات عملها المختلفة والمتباينة. ومن هنا، فقد عسر منح مدلول "مقاولة" مفهوماً قانونياً، ناهيك عن إعطائها مفهوماً جامعاً شاملاً تنضوي تحته "المقاولات" بكل أشكالها.²

إجراءً:

أطلق مصطلح "المقاولة" على نوع من الأعمال التي يقوم فيه المقاول بالتعاقد مع صاحب العمل أو الوكيل عليه، والاتفاق على الصيغة المراد تنفيذه في إنجاز هذا العمل، نيابة عنه بحسب أحكام العقد المبرم بينهما³.

فالمقاولة علاقة مركبة بين مشروع إنشاء المقاولة وحامل فكرة المشروع (العمل) في محيط معين، وبإجراء يقتضي الرجوع إلى أحكام العقد المبرم، لكن هذا التعريف القانوني قد يعتبر غامضاً نوعاً ما؛ كونه لم يحدد طبيعة المقاولة ولم يحدّد معاييرها الاقتصادية والاجتماعية، وتبقى المقاولة مغامرة بالمال والجهد، والاستسلام إلى عبقرية الأفكار التي تنسجم مع الذكاء في إدارة المال والأعمال، ومواجهة تقلبات السوق.

- النسائية (النسوية): لغة، اصطلاحاً، وإجراءً

لغة:

النساء في اللغة العربية جمع لا مفرد له، ويقصد به الإناث من البشر، في مقابل الذكور منهم، وهم الرجال. وأصل الجمع في كلمة نساء "نسوة"، والجمع الأصلي للنسوة "نساء". ولعلّ والمقابل الدلالي لمفرد كلمة النساء هو "امراة"، مؤنث "مرء"، الذي هو "الرجل"، وتقال كلمة "امراة" للأنثى البالغة. ويُستخدم في تحديد هوية الأنثى بغض النظر عن عمرها،

¹ العربي دخموش: محاضرات في اقتصاد المؤسسة، مطابع منتوري، قسنطينة، 2005، ص 02.

² فريدة شلوف: "المرأة المقاولة في الجزائر"، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة في علم اجتماع تنمية لموارد التنمية البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، ص 32.

³ محمد علي جعلوك: أعمال المقاولات دار الراتب الجامعية لبنان الطبعة 1، 1999، ص 6.

مثل قولنا: "حقوق المرأة"، وأبرز مصطلحات النساء هو مصطلح النسوية أو (الفيمينيزم - Feminism)
اصطلاحاً:

مصطلح (النسوية - Feminism) من المصطلح التي رافقها كثير من الجدل عند الغرب، حيث ظهرت كحركة سياسية وفكرية أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، واثرة على ممارسات السلطة الأبوية الذكورية التي رسّختها الثقافة الغربية المضطهدة للمرأة، المهجرة لحقوقها المشروعة، ثم تفاقمت مع وحشية النظام الرأسمالي، وقسوته الاقتصادية في أمريكا وأوروبا.

ارتبطت "النسوية" بتيار بحثي أكاديمي ظهر في الجامعات الغربية منذ الستينيات ليحارب المركزية الذكورية، ويدعو للمساواة الفكرية وبناء المعرفة باسم النسوية. ليبقى مضمون مصطلح النسوية الأساسي للكلمة هو إنهاء كافة أشكال اللامساواة على أساس النوع والجنس.

ولقد تباينت ردود الفعل حول مفهوم "النسوية" في العالم العربي والإسلامي، بين مؤيد ومحايدين ورافضين، وإن كانت هذه الأصوات خافتة نسبياً لموقف الدين العادل في قضية المساواة بين الرجل والمرأة، وفق معايير الدين الإسلامي الحنيف. ويبدو أن الدعوة "النسوية" ظهرت مع المسلمات في جنوب إفريقيا في صراعها مع التمييز العنصر مع الأقلية المسلمة، ثم مع العربيات العلمانيات في الغرب وأمريكا، ثم في الحكومات الإسلامية المستبدّة، أو المحافظة في إيران، والباكستان والسعودية، والتي ربطت ثورتها على الخطابات الدينية المتطرفة، وكانت دعوتها: تصحيح بعض المفاهيم الدينية التي تتعارض مع تحرّر المرأة المطلق¹.

إجراءً:

النسائية أو النسوية لفظ يدل على الشريحة الاجتماعية التي تقابل الرجال، ومثلها المرأة التي تقابل الرجل، حيث تنسب الأشياء إليهما من حيث اختلاف النوع الجنسي،

¹ - سمية نصر: النسوية، موقع بي بي سي نيوز عربي، 11 يناير/ كانون الثاني 2022، الرابط: <https://www.bbc.com/arabic/art-and-culture-59929274> يوم 29 ماي 2023 ساعة 19:00

الفيسيولوجي، وما يفرضه من خصوصية بيولوجية ونفسية وفكرية واجتماعية. ومن هذه الثنائية الضدية (رجل لا يساوي امرأة)، و(رجال لا يساوي نساء)، نشأ الصراع التقليدي بين الذكر والأنثى في مسألة الحقوق والواجبات، والعدالة والمساواة، لتتبلور معهما النقاش الحاد على المستوى الاجتماعي، والسياسي، والفكري والديني والثقافي..

غير أن الوسائط التكنولوجية الحديثة قد ضيقت هامش هذه التجاذبات بين الرجل والمرأة كثيرا، حين غدت صفحات (الفيسبوك) فضاء مفتوحا لتصارع الأفكار، ومناقشتها بكل حرية، وبدون معوقات بشرية أو مادية تمنع وصول الأصوات إلى الطرف الآخر، فهي تحتاج إلى معرفة تقنية لولوج هذه الفضاءات، لتكون بعدها المواجهة المباشرة، سواء بحضور الأشخاص أنفسهم، أو توكيل من يسمع الأصوات في مكانهم، وهذا حال الحرفيات من أصحاب الطبقات البسيطة والتكوين البسيط، عند اقتحامهم عالم المقاولات، أين يلمسن دور صفحات (الفيسبوك) في الأخذ بأيديهن، وتشجيع مشاريعهن، وتوجيههن إلى ما يقتضيه سوق العمل والتجارة من متطلبات اقتصادية واجتماعية مع الترويج والإشهار لها.

إحدى عشر: دراسات السابقة

الدراسة الأولى: دراسة بدرابي سفيان بعنوان ثقافة المقاول لدى الشباب الجزائري المقاول دراسة ميدانية بولاية تلمسان سنة 2015.

كانت إشكالية الدراسة حول ما هي عناصر التفاعل بين ثقافة المجتمعية لدى الشباب الجزائري المقاول؟

إن هدف هذه الدراسة يتمثل في محاولة علمية استكشافية لحقل سوسيولوجية المقاول بالخصوص لدى فئة الشباب المقاول، ومحاولة معرفة وتحديد تأثير عوامل السوسيوثقافية على قرار وسيرورة إنشاء المؤسسة من قبلهم وتأثير ذلك على مختلف العمليات التسييرية

باختصار نحاول بحث تفاعل ثقافة المجتمعية (التي يحملها هؤلاء الشباب مع ثقافة المحاولة والعمل للحساب الخاص).

- استخدمت الدراسة المنهج الاستكشافي الوصفي ليطم من خلاله معرفة الخصائص الموجهة لسلوك المقاولاتي لشباب.

- اعتمدت الدراسة على عينة قوامها 172 مفردة وكان مجتمع الدراسة مؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية تلمسان.

وكان الاستبيان والمقابلة من أدوات المستخدمة في جميع البيانات.

- توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- حداثة الإطار المؤسسي والتشريعي الجزائري في مجال النشاط المقاولاتي، خاصة ما ارتبط بالقطاع الخاص، الذي أصبح رهان أساسيا في صناعة القرار السياسي والاقتصادي.

- غياب الأسس التربوية والمعرفية في منظماتنا التعليمية (من التعليم الأساسي إلى التعليم العالي) التي من شأنها أن تنهض بالمجال المقاولاتي عند الشباب مستقبلا.

- غياب ثقافية الثقافة المقاولاتية حاملة لقيم العمل الحر، وضعف سياسات التحسيس والمتابعة المنهجية لفئة الشباب في المجال المقاولاتي.

- هيمنة المنطق المجتمعي بمختلف قيمه بداية من فكرة المشروع الى مرحلة الإنشاء، وصولا إلى التبعات اللاحقة به، مما يكرس هيمنة الاقتصاد العائلي.

- توجهات الشباب المقاول نحو العمل الحر تحكمه محددات اجتماعية مثل: البطالة وضعف القدرة الشرائية وسلطة العائلة ماديا ومعنويا.¹

الدراسة الثانية: دراسة بن عودة أمال وبوتماني عقيلة بعنوان الخصائص المهنية والاجتماعية للمرأة المقاولة-دراسة ميدانية من نساء مقاولات بولاية بويرة سنة 2015.

¹ بدرابي سفيان: "ثقافة المقاولة لدى الشباب الجزائري المقاول"، رسالة دكتوراه غير منشورة، تخصص علم اجتماع التنمية البشرية، كلية العلوم الإنسانية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، سنة (2015).

تمحورت إشكالية الدراسة في الآتي:

هل تمتلك المرأة المقاولات بولاية البويرة المؤهلات العلمية والمهنية التي تساعد على إنشاء وتنظيم المقاولات؟

وهل تعتمد المرأة المقاولات على الرأس مال الاجتماعي في تنظيم مقاولتها؟

هدفت الدراسة على الاطلاع بشكل علمي على ظاهرة المقاولات النسوية داخل مؤسساتها

* دور القدرات ومؤهلات المهنية للمرأة المقاولات وتسيير مؤسساتها

* معرفة طبيعة المساعدات والتضامن الذي يقدم لها رأسمالها الاجتماعي سواء في عمل الإنشاء أو حتى في مختلف العمليات التنظيمية المتضمنة بمؤسساتها المصغرة.

واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة

قامت أدوات الدراسة على جمع البيانات باعتماد تقنية المقابلة

-اعتمدت الدراسة على عينة قوامها 10 حالات مأخوذة من 5 قطاعات لنشاط تم اختياره بطريقة قصدية، ومجتمع الدراسة كان مقاولات من ولاية البويرة.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج وهي كالتالي:

* مجموعة من الموارد التي تساعد على إنشاء وتنظيم مؤسساتها الخاصة كالموارد التي تقدمها العائلة، أو مؤسسات المجتمع المدني.

- إن أغلبية النساء المقاولات لا ينتمين إلى نقابات أو جمعيات مهنية وهذا راجع إلى عدم ثقة المرأة متغير.

- إن شخصية المرأة تلعب دورا رئيسيا في عمليتي الإنشاء والتنظيم من حيث التكوين العلمي، والمستوى التعليمي إلى جانب إيمانها بجدوى فكرة مشروعها.

- اعتمدها معظم العينات المقابلة على السند العائلي، إلى جانب الخدمات التي تقدمها مؤسسات المجتمع المدني والمنظمات الجمعوية¹.

الدراسة الثالثة: دراسة هدى قوادي، وإيمان بودرور، مروى عربي، تحت عنوان: مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات الحديثة في تفعيل المقاولاتية النسوية- دراسة ميدانية على المقاولاتية في ولاية قالمة سنة 2016.

تمحورت إشكالية الدراسة حول كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في تفعيل المقاولاتية النسوية؟؟؟

وهدفت إلى اطلاع بشكل علميا على واقع المرأة المقاولة ورصد أهم توجهاتها ومعرفة الاسهامات التي قامت بها المرأة من أجل الخوض في عالم زيادة الأعمال. ومعرفة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة وإدارة الأعمال النسوية.

- واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت الدراسة على ملاحظة والمقابلة في جمع أدوات جمع البيانات.

* وقد اعتمدت الدراسة على عينة قوامها 10 نساء مقاولات يستخدمن الوسائل الحديثة في تفعيل العمل المقاولاتية ومجتمع البحث فهذه دراسة هي مقاولات في ولاية قالمة. وتوصلت للدراسة إلى عدة نتائج منها:

* اهتمام النساء المقاولات بالتطوير والتجديد والمبادرة للابتكار من خلال الاهتمام بتفعيل النشاط المقاولاتي النسوي عبر أحدث التكنولوجيات.

* استخدام التكنولوجيات الحديثة عرف المرأة المقاولة، على كيفية تحقيق الميزة التنافسية، وتشجيعها على الانتشار وترقية النسيج المؤسساتي لتطوير النشاط المقاولاتي النسائي.

¹ بن عودة آمال، بوتاني عقلية: الخصائص المهنية والاجتماعية للمرأة المقاولة، مذكرة ماستر، تخصص تنظيم وعمل، كلية علوم الإنسانية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، سنة (2015).

* استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة تساهم في توجيه المرأة المقاتلة إلى التفكير الجدي نحو القرار الصائب الخاص بالإطلاق المشاريع المقاولاتية الخاصة بها.

* تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في تنمية الروح المقاولاتية لدى المرأة المقاتلة من خلال البحث والاستطلاع بشكل دائم على أفكار خلاقة تتميز بالجدية والحدثة وذلك لمواكبة تطورات العصر.

* استخدام التكنولوجيات الحديثة ساهم في إثراء الرصيد المعرفي للمرأة المقاتلة على أساس تمكين المرأة من البحث والاستطلاع على دراسات ذات صلة بمجال المقاولاتية من خلال متابعة مستجدات العمل بطريقة سهلة وفعالة.¹

الدراسة الرابعة: دراسة خذير سارة وبايوسف نور الإيمان نوال بعنوان المقاولاتية النسوية عبر الوسائط الجديدة الفيس بوك نموذجاً سنة (2019).

كانت إشكالية الدراسة تتمحور حول ما واقع المقاولاتية النسوية عبر الوسائط الجديدة عبر صفحات فيسبوك؟؟؟

وهدفت الدراسة إلى التطرق إلى مختلف الوسائط التي تساهم في تدعيم العمل المقاولاتي لدى النسوة الجزائريات وأيضاً التعرف على آفاق وواقع المقاولاتية النسوية عبر صفحة الفيسبوك في الجزائر.

* واستخدمت الدراسة المنهج وصفي التحليلي واعتمدت الدراسة على عينة قوامها 4 مفردة تمثل المجمع الأصلي.

وكانت المقابلة وتحليل المحتوى من الأدوات المستخدمة وجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها

¹ هدى قوادري، إيمان بودور، ومروة عريبي: مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات الحديثة في تفعيل المقاولاتية النسوية، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، كلية علوم الإنسانية، جامعة 8ماي 1945 قالم، سنة (2016).

* إن مختلف أشكال المقابلة في صفحات الفايسبوك تتمثل في صناعة الحلويات وأفرشة وأشغال يدوية بسبب إقدام الجمهور الواسع على طلب هذا النوع من الأنشطة التي تحقق رغباته.

وقد جاءت دوافع استخدام النساء الفايسبوك قصد إشهار بالمنتوج والمصنوع والتعريف به على أبعاد حدود مع اختصار الوقت والجهد، كما يسعى إلى حصول على مختلف الاستفسارات الجمهور والانتقادات بغية تحسين مستوياتهم.

* تقديم النساء المقالات لمنتجاتهم في شكل صور وفيديوهات قصد إثارة تفاعل وانتقاء الجمهور.¹

- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استطعنا صياغة الإشكالية بناء على ما اطلعنا عليه في الدراسات السابقة
- استفدنا منها في كيفية صياغة التساؤل الرئيسي
- تحديد المفاهيم
- سهلت علينا مهمة اختيار المنهج المناسب
- استطعنا من خلال اطلعنا على أدوات جمع البيانات في كل الدراسات السابقة التي ذكرناها أن نختار الأداة المناسبة لجمع البيانات وكذا لتقسيم الاستبيان إلى محاور وكيفية صياغة الأسئلة.
- كيفية التحليل.
- استخلاص أهم النتائج.
- طريقة كتابة المصادر والمراجع
- ضبط الخطة
- استفادة على كل ما هي إيجابيات من هذه الدراسات

¹ خذير سارة، وبابوسف نور الإيمان نوال: المقاولاتية النسوية عبر الوسائط الجديدة الفيس بوك نموذجاً ومذكرة ماستر غير منشورة في تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، كلية علوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، سنة 2019.

- تقادي وتجنب بعض الأخطاء التي وقع فيها الباحثين في موضوع
- تحديد المواطن والزوايا التي تم إهمالها في موضوع دراسة والتركيز عليها.

الفصل الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي وظهور الفيس بوك

المبحث الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها

المطلب الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: نشأة وتطور الفيسبوك.

المطلب الأول: تعريف ولمحة تاريخية موقع الفيسبوك".

المطلب الثاني: خصائص موقع الفيسبوك.

المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة لموقع "الفيسبوك".

المبحث الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي لأول مرة في أواخر القرن العشرين حيث ظهرت خلال سنوات التسعينات ثورة تكنولوجيا الاتصالات، والتي كانت السبب الرئيسي في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة؛ فكان لأنترنت الذي يربط ما بين الشبكات الحاسوبية في جميع أنحاء العالم مهد ولادة تلك المواقع فراجت صناعة المواقع التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع الأنترنت مرسلة وعدد كبير يعد بالملايين من متصفحين الأنترنت حول العالم تستقبل هذا البث، وبعد ذلك، وبالتدرج استطاع مطورو الأنترنت أن يستخدموا متصفحات الأنترنت لمرسال، واستقبال البيانات في نفس الوقت بدلا عن دورها الأصلي كمستقبل أعمى للبيانات؛ بداية بتطبيقات البريد الإلكتروني الدردشة؛ منتديات الحوار وانتهاء بالتطبيقات الإلكترونية الأكثر حداثة مثل موسوعة الويكيبيديا.¹

شهد عام 2003م ظهور موقع تواصل اجتماعي جديد عُرف باسم Friendster الذي أصبح بعد عام واحد أكبر شبكة تواصل اجتماعي موجودة في ذلك الوقت؛ حيث سمح للمستخدمين بمشاركة أنواع مختلفة من المحتوى؛ كالصور، ومقاطع الفيديو، فضلاً عن إمكانية التواصل مع المستخدمين الآخرين في العالم، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا منصة للتدوين، وظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة skyrock.com موقع الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل

¹مريم نومار: "استخدام مواقع الاجتماعية وتأثيري في العلاقات الاجتماعية" دراسة عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر "رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الحاج لخضر - باتنة - الجزائر، 2012، ص 165.

الاجتماعي لطلاب ظهر عام (1995) Classmates.com المدارس الأمريكية هو موقع وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وكل ولاية إلى مناطق وكل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملائه ويتعرف على أصدقاء جدد ويتفاعل معهم عبر هذه الشبكة. وتبع ذلك محاولة ناجحة وكان ذلك في خريف عام 1997 SixDegrees.com لموقع تواصل اجتماعي آخر، وهو موقع وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بعيدة عن انتماءاتهم وهويتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية الانفتاح بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة (1995 - 1999) وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع مثل انطلاقة موقع -ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور 2005، "لايف جورنال" وموقع "كايوورد" الذي أنشئ في كوريا وموقع البشر ذوى البشرة السمراء Asianavenue.com سنة 1999 وموقع الأمريكيين الآسيويين وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة والتي تركز على استخدام غرف Blackplanet.com والرسائل الإلكترونية، وخلال تلك الفترة لم تكن web based الدردشة الأولى على تقنيات الويب تقنيات الجيل الثاني للويب قد ظهرت ومع بداية عام (2002) انطلق موقع التواصل الاجتماعي.¹

المطلب الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

¹ - المرجع السابق ، ص 166

مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع تفاعلية تتيح لمستخدميها التواصل في أي وقت يشاءون، وفي أي مكان فإ من خلالها ينشئ المستخدم حساب يمكنه من التواصل عبر شبكة الإنترنت مع غيره من الأشخاص إلكترونياً؛ لمشاركة المعلومات، والأفكار، والآراء، والرسائل، وغيرها من المحتوى المكتوب، والمرئي، والصوتي، والملفات، في بيئة رقمية تسمح للناس بالالتقاء، وبإسماع صوتهم، وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع في نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء لديهم نفس الاهتمامات، والهوايات، فالمتتبع لحركة ظهور المواقع يجد العديد منها لفئة معينة وتخصصات محددة، ومناقشة موضوعات دون غيرها، وهو ما أدى إلى انتشار العديد من المواقع التي تخاطب فئات محددة.¹

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها بالاس (2006) {على إنها برنامج تستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض لعدد من الأسباب المتنوعة} وبالمثل يعرفها بريس ومالونيكريشمار (2005) {مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة هي موجهة من طرق سياسة تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج وتعرف على أنها مواقع الأنترنت التي يمكن للمستخدمين الولوج إليها} وفي تعريف آخر {باللغة الإنجليزية يطلق عليها social media ولمصطلح آخر -social net «work أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق».²

¹ علي السيد إسماعيل: مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة، دار التعليم الجامعي الإسكندرية، القاهرة، 2020 ص20

² عبد الملك الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت، دار راتب الجامعية، بيروت، 2001، ص 79.

³ حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 263.

و يعرفه إصون (2007) {مواقع التواصل الاجتماعي جمعت الأفراد في شبكة عن طريق السماح لهم بالتواجد معا من خلال وسط تكنولوجي}³ ويعرفه خالد المقدادي {هو بشكل مبسط عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء،) عن طريق مواقع وخدمات الكرتونة توفر سرعة توصيل المعلومات المشاركة والمساهمة في إنشاء صفحاتها وبسهولة على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن الأشخاص الذين يتواجدون في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت}¹

يعرفه زاهر راضي: على انها {هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني؛ مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات، والهوايات نفسها او جماعه مع أصدقاء الجامعة او الثانوية}² وتعرفه هبة محمد خليفة {بالقول الشبكات الاجتماعية هي مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء ، كما تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم}³ ويعرفه خالد غسان {مواقع التواصل الاجتماعي مثل المقهى المتواجد في قرية صغيرة حيث يجتمع الناس لتبادل المعلومات والأخبار الفرق أنك تستطيع حمل هذا المقهى في جيبك} ويقول (بيترز وآخرون ، 2013) (وسائل التواصل الاجتماعي هي بناء من

¹ مقدادي خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2012، ص 89.

² زاهر راضي: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23

³ هبة محمد خليفة عبد العال: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتواجد، 2003، ص 123.

مجالين من مجالات البحث وعلوم الاتصال، وعلم الاجتماع، يأتي الجانب "الاجتماعي" لوسائل الإعلام الاجتماعية من علم الاجتماع، حيث يتم توصيل المستخدمين مثل الأفراد أو المجموعات أو المنظمات، والشبكات، وتبادل المحتوى داخل مجتمعهم عبر الإنترنت من عالم الاتصال ويتم تحديده ببساطة على أنه طريقة لإيصال المعلومات.

لذلك يؤدي الجمع بين هذه العناصر إلى فهم أساسي بأن وسائل التواصل الاجتماعي تشير إلى الطريقة التي يقوم بها الأفراد أو المجموعات أو المنظمات في شبكة تكوين علاقات لتوليد وتبادل المعلومات مع بعضهم البعض؛ على عكس الهيكل الهرمي لتدفق المعلومات الذي يتم بشكل أحادي الاتجاه ينتقل من كيان إلى آخر. وبالتالي، يعد الحوار أو المحادثة جزءًا حيويًا من وسائل التواصل الاجتماعي).¹

ويعرفها كستل(على أنها قنوات تواصلية تخلق بيئة اجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار دون المساس بشكل البنية مع صعوبة تحديد الهدف لهذه الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي).

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

أولاً: الملفات أو الصفحات الشخصية

ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد، والاهتمامات، والصور الشخصية بالإضافة إلى

¹ - المرجع السابق، ص 124

غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال

الصفحة الرئيسية للملف الشخصي تمكن مشاهدة نشاط الشخص الآخر¹

2-**النشاطات:** المهام التي يقوم بها صاحب الحساب.

3 -**المشاركة:** وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات، وردود الفعل من الأشخاص المهتمين.

4-**الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء، والتعديل على الصفحات؛ حيث أنها تشجع التصويت، والتعليقات، وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول، والاستفادة من المحتوى.

5-**المحادثة:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهان، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

6-**العلاقات:** الأصدقاء، وهم بمثابة الأشخاص الذين تعرف عليهم الشخص لغرض معين؛ حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة على الشخص المضاف للقائمة.

¹ شقرة علي خليل: الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي دار اسامة للنشر والتوزيع .ط.1 عمان الأردن ، 2003،

7- إرسال الرسائل: تتح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.¹

8. ألبومات الصور: تتح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد غير نهائي من الألبومات، ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع، والتعليق عليها.

9- المجتمع: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة، والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل الاهتمام بالتصوير الفوتوغرافي؛ أو قضية سياسة؛ أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونا متقاربا.

10- المجموعات: تتح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصة إنشاء المجموعات؛ حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين، وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة، والمنظمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر، والبوم صور مصغر، كما تتح خاصية أو الأحداث ودعوة الاجتماعات عن طريق ما يعرف أعضاء تلك المجموعة، وتحديد عدد الحاضرين، والغائبين.

11- الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الوصلات، والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع، والتي

¹ رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية،

ط1، مطبوعات الكتاب والحكمة باتنة -الجزائر، 2007م ص170

تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسله إلى معارفك على فستوك، وهكذا مما يسهل وتسرع من عملية انتقال المعلومات¹

12-الصفحات: تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج؛ أو الشخصية؛ أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

13-توفر المحتوى: تكون أنشطة المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي مرئية للآخرين ويمكن رؤيتها فور إنتاجها وبعد ذلك بوقت طويل أيضاً.

14-كلية الوجود: لقد تغلبت وسائل التواصل الاجتماعي على الحواجز الزمنية، ومحو الحدود. يمكن للمستخدمين الوصول إلى المستخدمين الآخرين في أي مكان تقريباً، وفي أي وقت.

15 الديناميكية: تواصل وسائل التواصل الاجتماعي إعادة اختراع نفسها. تتطور المنصات باستمرار من حيث الميزات، والأدوات

16-تحقق التفاعل بين المستخدمين: توفر مواقع التواصل الاجتماعي تفاعلاً كبيراً بين مستخدميها من خلال العديد من الطرق؛ كغرف الدردشة، وممارسة الألعاب، وغيرها من طرق التفاعل الإلكترونية الأخرى.

17-الإعجاب وقسم التعليقات: من أكثر الطرق شيوعاً للتفاعل على المواقع الاجتماعية هي أزرار الإعجاب بالإضافة إلى المساحة الخاصة بإضافة التعليقات حيث يمكن مشاركة الأفكار.

¹ شقرة علي خليل ، مرجع سابق، ص 137.

18-الإشعارات: يُرسل الموقع الاجتماعي إشعارات للمستخدمين حول معلوماتٍ محددة،

كما يستطيع المُستخدمين التحكم في نوع الإشعارات التي يودّون أن يتشاركون بها.

Mayfield: بأنها مجموعة جديدة من وسائل العالم على الأنترنت تشترك بالخصائص

التالية ويعرفها

المشاركة: تشجع على المساهمة، وردود الفعل من أي مهتم، وتلقي الخط الفاصل بين

وسائل الإعلام المتلقي.¹

الانفتاح: فمعظمها عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات،

والتعليقات، ونادرا ما توجد حواجز للوصول أعلى محتوى والاستفادة منه.

المحادثة: تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين بعكس وسائل الإعلام

التقليدي التي تعتمد مبدأ بث المعلومات، ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

التجمع: تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة، والتواصل بشكل فعال

ضمن جمعات تربطها اهتمامات مشتركة إضافة إلى هذه الخصائص يرى الباحثون ان

هناك مجموعة من الميزات الإضافية لشبكات التواصل الاجتماعي التي تزيد من إقبال

المستخدمين عليها²

سهولة الاستخدام: فقد تطورت شبكات التواصل بحيث تكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج

الى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا.

التواصل والتعبير عن الذات: أتاحت شبكات التواصل قنوات اتصال جاذبة تعتمد على نشر

محتوى معين.

¹ - المرجع السابق، ص 140

² ليلي أحمد جرار: الفيس بوك والشباب العربي مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع الكويت مواقع التواصل

الاجتماعي_layalina.top - تاريخ الزيارة 4 مارس 2023 سا 22.45

تشكيل مجتمع بطرق جديدة: وفرت لشبكات التواصل الاجتماعي سبل جديدة كالاتصال حيث ينظم المستخدم لمجتمعات يختارها هو، ويفضلها إذ اختصر الشبكات منطق العولمة المتنامي الذي تتدخل فيه المقالة المحلية والعالمية والمجالات الذاتية والعمومية. **التفاعلية:** لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى تحسين التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.¹

ثانيا : أصناف المواقع الاجتماعية

أ- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وآلية عملها(المنصات)

*** المواقع الشخصية**

هي الأكثر شهرة وهذا النوع يعتمد على فتح ملف شخصي للمستخدم يوفر له خدمات عامة مثل: المراسلات الشخصية مشاركة مستخدمى هذه المواقع فيما بينهم العديد من الصور، والملفات المرئية، والروابط²

***المواقع المهنية:** هو الذي يربط زملاء المهنة الواحدة؛ أو أصحاب الأعمال والشركات ببعضهم البعض كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وخبرتهم بالإضافة

***المواقع الاجتماعية** إلى الدراسات التي قاموا بها خلال حياتهم المهنية مثل: توتير

الفاسبوك مايسبيس لكندن

¹ إليكم أشهر 10 مواقع لتواصل الاجتماعي - تاريخ الزيارة 06 مارس 2023 سا21.35

<https://www.annahar.com/arabic/article/479138>

² أنواع مواقع التواصل الاجتماعي - الكتابة سميحة ناصر خليف يناير 2021 تاريخ الزيارة 15 فيفري 2023

<https://www.annahar.com/arabic/article/479138> سا21.00

من أبرز المواقع الاجتماعية نجد أكاديميا ياهو كيزون فاسبوك توتير تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة، ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة، والذين يبحثون عن ملفات أو صور؛ اعتمادا على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار، ونعمل كشبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف، والأصدقاء؛ كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض، وبعد طول السنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي، والصوتي، وتبادل الصور، وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقات الاجتماعية بينهم وهناك الآلاف من المواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتتاسب القطاعات البسيطة في المجتمع في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة بينما البعض الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة، والقدرات الإبداعية.

*مواقع مجتمعات المحتوى

مجتمعات المحتوى عبارة عن أنظمة أساسية تعتمد في الغالب على مقاطع الفيديو، والصور، والملفات الصوتية من المستخدمين أنفسهم، مثل مواقع الشبكات الاجتماعية؛ يمكن للمستخدمين المشاركة في مناقشات مع أعضاء مجتمع المحتوى الآخرين فيما يتعلق بمحتوى الفيديو أو الصور المنشورة على أحد المواقع اليوتيوب، تيك توك، سناب شات.¹

*مواقع المدونات: المدونات هي مجلات على الإنترنت أو مواقع شخصية يديرها عادة فرد. يتم ختم أوقات الدخول على كل منشور ويتم عرضها بترتيب زمني عكسي. يمكن

¹ - شقرة علي خليل ، مرجع سابق، ص 144

للقرء نشر رد على إدخال معين، مما يسمح لمؤلف المحتوى الأولي بقراءة هذه الردود والرد على تعليقات القرء، وإنشاء حوار افتراضي الأولي بقراءة هذه الردود والرد على تعليقات القرء، وإنشاء حوار افتراضي يمكن لقرء المدونات المنتظمين تطوير علاقات مع بعضهم البعض من خلال تعليقاتهم المتكررة. منذ تطوير الشبكات الاجتماعية، أصبحت المدونات الآن مدفوعة بشكل تقليدي وتم إنشاؤها بواسطة المعجبين، بما في ذلك صفحات Seattle Toronto Maple Leafs وMariners (www.ussmariner.com) (www.mapleleafshotstove.com).

*مواقع المناقشة

هي منصات يشارك فيها المستخدمون الذين لديهم اهتمامات مماثلة أفكارًا حول مواضيع، وأنشطة، ومخاوف مختلفة. مثل المنتديات، ولوحات الرسائل، غالبًا ما تتم الموافقة على الرسائل من قبل الوسيط قبل إتاحتها للجمهور. بمجرد الموافقة عليها، يشارك المستخدمون في محادثات في شكل رسائل منشورة.

ثالثًا: أبرز مواقع التواصل الاجتماعي العربية

*: موقع أصحاب مكتوب دوت:

هو موقع الكرتوني عربي اشتهر كأول موقع يقدم خدمة البريد الإلكتروني باللغة العربية، تأسس عام 1998 استحوذا عليه من قبل شركة ياهو وانطلق 2009 يقدم العديد من الأدوات، والخدمات باللغة العربية، ومشاركة مع الأصدقاء؛ من خلال نماذج؛ معينة،

وتصميم نوافذ خاصة بكل عضو بها بالإضافة إلى إمكانية إنشاء تطبيقات خاصة تتوافق مع احتياجات الأعضاء، والتي يمكن إن يعبها في أي وقت مركزه الأردن.

موقع جيران

وهي شركة أردنية لخدمات الأنترنت تأسست سنة 2000 في عمان بالأردن، وتعتبر جيران من أسرع مواقع التواصل الاجتماعي نمواً إذ تعد أكثر من 6 ملايين زائر في الشهر وفيها أكثر من 650 موقع فعال و120 مدونة، ويبرز الموقع الإلكتروني كأحد أهم المجتمعات الإلكترونية تركيز حول المشتركين، والمحتوى الذي يقدمونه.¹

الى عالم الأنترنت؛ مهما كان الشكل الذي تقوالب فيه المحتوى من صور لصفحات شخصية لمقالات، كما أضافوا ما يميز جيران عن غيرها من المواقع الإلكترونية؛ هو فرصة الانتشار، والتي يتيحها الموقع لأعضائه ومحتوياتهم على المستوى الإقليمي، ويوفر الموقع عدد من الخدمات مثل المدونات الشخصية، والمواقع الإلكترونية وتحميل الملفات والصور، والفيديو، ومشاركتهم مع الأصدقاء على شبكة جيران.

بدا الموقع عام 2006 باللغة الانجليزية ليصبح واحدا من المواقع المحدودة التي تخاطب المجتمع الإسلامي التي داخل سوق الأنترنت المتنامية، والعدد الإجمالي لزوار الموقع ارتفع إلى 5.1 مليوناً شهريا ويعمل الموقع حاليا على إيجاد أرضية مشتركة للتواصل وتبادل الأخبار سواء حول المستوى المعيشي أو المهني بين شباب المجتمع المسلم.²

رابعاً: أبرز المواقع العالمية

أ. الفيس بوك

¹ - المرجع السابق، ص 146

² <https://www.raddadi.com/> دليل المواقع العربية الزيارة 9 فيفري 2023 سا 13.00

يعتبر الفيسبوك أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن تعريفه بأنه شبكة اجتماعية كبيرة، وتديره شركة "ميتا" شركة مساهمة. فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين، والتفاعل معهم، وهو واحد من أهم مواقع التشبيك.¹

الاجتماعي ولا يمثل منتدى اجتماعي فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص ان يفعل بواسطتها ما يشاء تواصل مراسلة...إلخ. من الممكن أن تستخدمه كل فئات المجتمع دون استثناء، وهو مزيج بين الشعوب العالم في مجتمع الكتروني كبير جدا، ومتحضر؛ كما هو مزيج بين شعوب العالم في مكان افتراضي لا يمكن الوصول اليه بالحقيقة؛ فهو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول، وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في فبراير عام 2004، (في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية؛ من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفاسبوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء.

(زوكربيرج)؛ الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر؛ لم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً؛ فتخطت شهرتها حدود الجامعة وقد بدأ هذا الموقع أيضاً في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفاسبوك من المحلية إلى الدولية عام (2006)، وكذلك قيام الفاسبوك في عام (2007) بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهو ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي

¹ - وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيس بوك على المجتمع ، المكتبة الوطنية للنشر ، الخرطوم ، ط 1 ، 2011

الفاسبوك بشكل كبير؛ حتى تربع الفاسبوك على عرش الشبكة الاجتماعية مع 2.2 مليار مستخدم نشط شهرياً في جميع أنحاء العالم ، فهو بمثابة نظام أساسي لـ Metaverse لخدمة العملاء؛ في نهاية أكتوبر 2021 ، غير اسمه إلى ميتا في إشارة شركة بوك ماسنجر: هو تطبيق دردشة، وتواصل فوري مجاني من فيسبوك يُتيح للمستخدمين الدردشة مع بعضهم البعض، وإنشاء مجموعات، وإرسال الصور، والفيديوهات، والرسائل الصوتية وحتى لعب الألعاب، في البدايات كان يشترط التسجيل به من خلال فيسبوك، ولكن حالياً لا يشترط على المستخدم أن يكون له حساب في فيس بوك لتسجيل الدخول إلى التطبيق حيث يمكنك إنشاء حساب عن طريق رقم الهاتف فقط يعتبر من التطبيقات التي أسسها فيسبوك واستطاع أن يجعلها عالمية مثله.¹

والذي سمح للمستخدمين ببث الفيديو Facebook Live فيس بوك مباشر: في عام 2016 أطلق المباشر

مباشرة من أجهزتهم المحمولة إلى موجز الأخبار الخاص بهم.

ب. اليوتيوب You tube

موقع اليوتيوب عبارة عن وسائط اجتماعية لمشاركة الفيديو تسمح للأفراد لمشاركة مقاطع الفيديو، ومشاهدتها سواء كانت مقاطع فيديو موسيقية أو مقاطع فيديو مضحكة أو مقاطع فيديو للشركات أو حتى برامج تعليمية أو مقاطع فيديو مباشرة، بالإضافة إلى كون اليوتيوب واحداً من أهم مواقع التواصل الاجتماعي المرئية إلا أنه يعتبر كذلك محرك البحث الثاني

عالميا بعد غوغل وأكثر المواقع زيارة في العالم بعد غوغل وفيسبوك حسب موقع اليكسا، يُشاهد على اليوتيوب أكثر من 2 مليار مستخدم نشط شهريا بخلاف زوار الموقع الذي يتمتعون بمشاهدة الفيديوهات دون التسجيل، واختلفت الآراء حول موقع يوتيوب ما وإذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أولا، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظر لاشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا لما يقوم به في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع. تأسس "يوتيوب" كموقع مستقل في 14 من فبراير عام 2005 من طرف ثلاثة موظفين هم الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة - باي بال - المتخصصة في التجارة الالكترونية والموقع مملوك لشركة، ويقوم موقع يوتيوب على فكرة مبدئية هي بث لنفسك يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من تصويره بكاميرا جهاز الهاتف.

ج. تويتر Twitter

يعتبر واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها شيوعا حول العالم، كيف لا ومن رحم هذا الموقع نشأ مفهوم الهاشتاق أو الوسم الذي استعارته لاحقا جل المواقع والتطبيقات لتعزيز التفاعل والوصول للمنشورات ذات النوع الواحد ظهر الموقع سنة 2006 كمشروع

تطوير بحثي أجرته شركة الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين¹.

د. تيك توك: TikTok

وهي منصة اجتماعية صينية لاستكشاف وإنشاء ومشاركة Douyin ويعرف أيضا باسم دوين مقاطع الفيديو الموسيقية القصيرة تأسست في 2016 ولقت انتشار واسع بفضل مثابرة مؤسسها يي مينغ تشانغ، والتيك توك أكبر منصة لمقاطع الفيديو القصيرة، وتعتبر تطبيقاتها للهواتف المحمولة الأسرع نمو في العالم وهو يتيح لمستخدميه التقاط مقاطع فيديو قصيرة وإرفاق الموسيقى أو تسجيلات الأفلام / الرسومات أو الأصوات بها ويسمح التطبيق بإضافة عوامل تصفية وتأثيرات إلى مقاطع الفيديو. أثار التطبيق ضجة كبيرة في فرنسا عام 2018 ويستخدم أيضًا على نطاق واسع في آسيا، ودمج أكثر من 90 مليون مستخدم بمنصة تيك توك في نوفمبر 2017 صارت المنصة الاجتماعية الأكبر للموسيقى، والفيديو على الصعيد العالمي. وقد وصل عدد مستخدميها أكثر من مليار مستخدم نشط شهريا ويتم رفع نحو 13 مليون فيديو جديد إلى تيك توك يوميا ويتم نقل مقاطع الفيديو الخاصة به بشكل متزايد على الأنستغرام.

هـ. التلغرام:

وبإفلا دروف الذين سبق لهم ان أسسا موقع التواصل الاجتماعي الشهير في روسيا فكونتاكتي² من أهم الأشياء التي تجعل تلغرام مختلفا على تطبيقات التراسل الأخرى

1 - مرجع سابق ، ص 22.

²عبد الرزاق محمد الدليمي: الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، 2011 ص194.

VK؛ أو ما يعرف اختصار التطبيق، والتي تمكن المستخدمين من ارسال هي خصائص الأمان، والتشفير التي يحتويها اي نوع من انواع الملفات وبأي امتداد دون الخشية من امكانية التلصص من طرف ثالث بما فيها التطبيق نفسه، ومنذ أن أضاف التطبيق في 2015 ميزة القنوات الية خصائصه المذهلة انتقل من كونه تطبيقا للمراسلة إلى كونه منصة تواصل اجتماعي متكاملة وخاصة أنه يتوفر رسمياً على جل أنظمة التشغيل الخاصة بالهواتف، والحواسيب، ويستخدم التلغرام حالياً أكثر من 500 مليون تشط شهرياً.

و. سناب شات: Snapchât

هو تطبيق تواصل اجتماعي لمشاركة اللحظات، واليوميات المرئية مع الأصدقاء، والمتابعين عبر ميزته الفريدة لتيلاقت اعجاب المراهقين خاصة، وهي مشاركة الصور ولقطات الفيديو القصيرة التي لا تتجاوز الـ 10 ثوان لمدة معين قبل أن تصبح مختفية للأبد، ونمو سناب شات السريع منذ تأسيسه في 2011 جلب له محاولات كثيرة للاستحواذ كان اشهرها محاولة فيسبوك الاستحواذ عليه بما يقارب الـ 3 مليارات ومحاولة جوجل لاستحواذ عليه بما يقارب الـ 4 مليارات دولار تراجع أداء سناب شات قليلا بعد اقتباس فيسبوك ميزته الفريدة "القصص" وتوفيرها في تطبيقاته المختلفة مثل فيسبوك وواتساب، وماسنجر ثم رجع سناب شات الأسرع نموًا في عام 2020. وتسمح شبكة المراسلة للمستخدمين بنشر الصور ومقاطع الفيديو والتي تختفي من الموقع بعد مجموعة عدد الثواني بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين وضع "لقطاتهم" في تسلسل يمكن للمشاهدين ("snaps") مشاهدته على أنها "قصة". تحظى خدمة إرسال الرسائل المختفية لبعضها البعض بشعبية بين الأشخاص الذين

تبلغ أعمارهم 25 عامًا أو أقل (كليمنت، 2019). هو تطبيق مجاني لمشاركة الصور والفيديو وهو متاح على الأنظمة الأساسية للجوال التي تعمل بنظامي ستانفورد في كاليفورنيا¹

ز. إنستغرام: Instagram

إنستغرام هو خدمة شبكة اجتماعية أمريكية ولمشاركة الصور والفيديوهات مملوكة من قبل شركة ميتا؛ انشأت من قبل كيفن سيستروم، ومايك كرايغر، أطلقت لأول مرة لأنظمة آي أو إس في أكتوبر 2010 وهي الآخذة في الارتفاع هو تطبيق محمول لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو أصبحت الشبكة الاجتماعية معروفة على وجه الخصوص بفضل عوامل التصفية، وخيارات تحرير الصور التي تتيح لأي شخص جعل صورته أكثر جاذبية قبل مشاركتها وأصبح الأنستغرام أكثر شهرة منذ استيلاء الفسبوك عليه، وقد استوحى الإلهام من شبكة اجتماعية منافسة²

ر. فايبر "Viber":

فايبر هو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية متعدد المنصات؛ يتيح للمستخدمين المراسلة الفورية، وإجراء مكالمات هاتفية مجانية، وإرسال رسائل بشكل مجاني إلى أي شخص لديه هذا البرنامج، وهو من تطوير شركة فايبر ميديا يعمل على الشبكات الخلوية والشبكات اللاسلكية واي-فاي على حد سواء. يتوفر البرنامج بـ 10 لغات من بينها اللغة العربية. تأسس عام 2010 ليكون المنافس الأقوى لسكايب على يد رجل الأعمال الإسرائيلي تالمون ماركو وهو ما فتح الكثير من الشكوك حول أهداف التطبيق من الانتشار في المنطقة العربية وأدى إلى حظره في بعض البلدان العربية مثل لبنان والسعودية وفي فبراير من عام

¹ شقرة علي خليل: مرجع سابق ص47

² - وائل مبارك خضر فضل الله : مرجع سابق ،ص 24

2014 تم الاستحواذ على فايبر من قبل راكوتين اليابانية مقابل 900 Rakuten Viber مليون دولار ليصبح الاسم الرسمي له؛ لا يزال التطبيق واحدا من أهم تطبيقات التراسل حول العالم بحجم مستخدمين نشطين 260 مليون شهريا.

س. واتساب: WhatsApp

واتساب واحدا من أهم تطبيقات التراسل الفوري حول العالم والذي ساهم في تقليل SMS أرباح شركات الاتصالات من خدمة التراسل والذي استحوذ عليه فيسبوك بصفقة سميت آنذاك "بصفقة العصر" حيث أعلن فيسبوك استحوازه على خدمة "واتس أب" مقابل 19 مليار دولار أميركي ما بين أسهم ونقد ويستخدم واتساب أكثر من مليار، و93 مليون مستخدم نشط شهريا حول العالم، وهو تطبيق جوال متعدد الأنظمة الأساسية. تم إنشاء التطبيق في عام 2009 وهو الشبكة الاجتماعية المخصصة للمحادثات ويعد الواتساب تطبيقًا مجانيًا للهاتف المحمول يسمح لك بإجراء مكالمات وإرسال رسائل مجانيًا عندما يكون لديك اتصال

بالإنترنت، من وإلى أي بلد في العالم يتمتع التطبيق بشعبية كبيرة، كما أنه آمن للغاية

المبحث الثاني: نشاه وتطور الفيسبوك.

المطلب الأول: تعريف ولمحة تاريخية موقع الفيسبوك".

الفرع الأول: تعريف موقع الفيسبوك.

الفيسبوك كلمة أعجمية مكونة من جزأين "فيس face" و"بوك book" وهي كتاب الوجود، مثلما أراد بها مؤسس الموقع.¹

والفيسبوك (facebook) يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات الأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها.²

وهو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب أو بدياً الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية (orgnet com).

ويعرف الفيسبوك أيضاً بأنه عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الإتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وتحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

الفرع الثاني: لمحة تاريخية عن ظهور موقع "فيس بوك":

الفيسبوك هو شبكة إجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير بين الناس وخصوصاً الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط

1 - حسان أحمد قمحية: الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة، الجيزة، 2017، ص 57.

2 - ياسين خضير البياتي: الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014، ص 390.

عام (2004) في جامعة هارفرد في الولايات المتحدة الأمريكية¹، وانطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماتش (face mutch) التابع لجامعة هارفرد وهو موقع من نوع Hoter Not يعتمد على نشر صور لمجموعة الأشخاص²، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفيسبوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء زوكربيرج)، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي لفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة.³

استمر موقع الفيسبوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، وفي عام 2006 قرر مارك زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعة أمام من يرغب في استخدامه وفي أواخر أكتوبر 2007 اشترت مايكروسفت حصة في الفيسبوك نسبتها 6.1% بقيمة 240 مليون دولار.

وتعتبر "مصر" هي الأولى في الشرق الأوسط استخداماً للفيسبوك، حيث يضم الموقع أكثر من مليون ونصف المليون مشترك بنسبة 25.1% من المستخدمين في العالم .

المطلب الثاني: خصائص موقع الفيسبوك.

¹ - رأفت مهند عبد الرزاق: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي"، رسالة ماجستير غير منشورة،

قسم الصحافة والإعلام، جامعة البتراء الأردنية، 2013، ص 12.

² - فتحي حسين عامر: وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 203.

³ - جواد علي سلمانبي: الإعلام والمجتمع، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 130.

- يتميز الفيسبوك كفرد من مواقع التواصل الإجتماعي بمجموعة من الخصائص والسمات التي تميزه عن باقي المواقع الأخرى والتي تعطيه صورته الخاصة والمميزة وتتمثل فين
- الملف الشخصي profile: عند الإشتراك في الموقع على المستخدم أن ينشئ ملف شخصي يحتوي على معلوماته الشخصية، صورته.... تساعد في التواصل مع الآخرين.¹
 - إضافة صديق add friend: بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك.
 - إنشاء مجموعة groups: تمكن المستخدم من إنشاء مجتمعا إلكترونيا يجمع حول قضية معينة سياسية أو إجتماعية ويستطيع جعل الإشتراك لهذه المجموعة حصريا (العائلة أو الأصدقاء أو عام يشترك بها من هو مهتم بموضوعنا).
 - لوحة الحائط wall: هي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم
 - الصور photo: هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.
 - التغذية الإخبارية news feed: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
 - خاصية status: أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، والجدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط

¹ - فتحي حسين عامر: مرجع سابق ، ص 212.

الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا للإعدادات الخصوصية.¹

المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة لموقع "الفيسبوك".

تتمثل الانتقادات الموجهة إلى موقع "فيسبوك" من خلال مجموعة من الأضرار والسلبيات الناجمة عنه والتي تلحق نوعا من الضرر والإزعاج بالنسبة لمستخدميه وهي المتمثلة في النقاط التالية:

1- الأضرار النفسية:

حيث تنتج هذه الأضرار النفسية عن طريق قيام الأشخاص باستفزاز الآخرين عن طريق نشر صور لهم أو سرقة حساباتهم ونشر بعض الافتراءات على ألسنتهم وغيرها من الأعمال المشينة .

2 - الأضرار الاجتماعية:

حيث يمكن الفيسبوك الأشخاص من وضع أي اسم مستعار يختارونه أو إضافة أسماء عائلات، بهدف تشويه هذه العائلات عن طريق إضافة معلومات أو صورة مخلة بالأداب والأخلاق وغيرها من الأفعال المشينة الأخرى.

3- آثار سلبية على المراهقين:

¹ - ياسين خضر البياتي: مرجع سابق ، ص 392.

فقد انتشرت على الفيسبوك العديد من الصفات والمجموعات التي تحت على الرذائل والمحرمات سواء كان ذلك فيما يتعلق بشرب الخمر أو المخدرات أو الزنا الجنسية وشيلائها.

4-تضييع الوقت:

بأن الشباب يقضون الكثير من أوقاتهم على مواقع التواصل هذا دون الإكتراث للوقت الذي يمضونه عليه دون عمل، أي توازن.

5- الإساءة للدين:

ربما يمكن اعتبار هذه بأنها الطامة الكبرى، فقد قام بعض المخربين بعمل ما يمكن تسميته بحرب بين الأديان على الفيسبوك وذلك عن طريق الإساءة لذين معين أو تشويه صورته بأي وسيلة تتاح له.¹

6 - إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية:

بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيسبوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات إفتراضية، وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأمر بالطلاق أو الخيانات أو الإنعزال.

وفي الأخير يمكن القول أن موقع "فيسبوك" وسيلة وأداة تفاعلية بالدرجة الأولى، وذلك من خلال إمكانيته الواسعة و اللامحدودة في التواصل والمشاركة فهو يعتبر حركة اجتماعية جعلت من العالم قرية كونية أكثر انفتاحا وترابطا لهذا أصبح واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، وقاعدة تكنولوجية متاحة لجميع شرائح وأفراد المجتمع والذي يمكنهم من تبادل

1 - سعدة خاذا: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الإستماع للإذاعة المحلية بورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014، ص 33.

المعلومات والأفكار والآراء المختلفة مع الأشخاص الذين يشاركونهم نفس التوجهات
الاهتمامات.¹

¹ - سعدية خاخا: نفس المرجع ، ص394.

الفصل الثالث: نشأة وتطور ثقافة المقاولاتية عند المرأة

المبحث الأول: ماهية ثقافة المقاول.

المطلب الأول: مفهوم المقاول.

المطلب الثاني: تطور مفهوم حول مفهوم ثقافة المقاولاتية.

المطلب الثالث: مقومات ثقافة المقاولاتية.

المبحث الثاني: ماهية المقاولاتية النسوية.

المطلب الأول: مفاهيم حول وخصائص المقاولاتية النسوية.

المطلب الثاني: واقع المقاولاتية النسوية في بعض البلدان العربية.

المطلب الثالث: المقاولاتية النسوية في الجزائر.

المبحث الأول: ماهية ثقافة المقاول.

المطلب الأول مفهوم المقاول.

الفرع الأول: تعريف المقاول

تطور تعريف المقاول بالموازاة مع التطور الاقتصادي، لذا فقد اختلفت التعاريف التي أعطيت له فمصطلح المقاول "Entrepreneur" ظهر في فرنسا خلال القرن السادس عشر وهي كلمة مشتقة من الفعل "Enreprender" والذي معناه باشر التزم تعهد وبالنسبة للغة الانجليزية فإنها تستعمل نفس الكلمة "Entrepreneur" للدلالة على نفس المعنى في اللغة الفرنسية.

وعرف القاموس العام للتجارة الذي تم نشره سنة 1723 بباريس كل من المصطلحين "Enreprender" و "Entrepreneur" بالشكل التالي:

أ- "Enreprender": تعني تحمل مسؤولية عمل ما أو مشروع أو صناعة..... إلخ.

ب - "Entrepreneur" : الشخص الذي يباشر عملا أو مشروعا ما، فمثلا بدلا من أن نقول صاحب مصنع نقول مقاول صناعي.¹

أما في إنجلترا وفي القرنين السادس عشر والسابع عشر، فقد كان المصطلح الذي يقابل مصطلح المقاول "Entrepreneur" هو مصطلح "Undertaker" أو "Adventurer"، ولقد

¹ - خذري توفيق، حسين الطاهر: المقاول كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ، المسارات والمحددات، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، الجزائر، 2013، ص4.

عرف "J.Dictionary" كلمة "Undertaker" على أنه: "الشخص الذي يحاول استغلال الفرص التي تتميز بالمخاطرة".¹

يعتبر الاقتصادي "R.Cantillon" (1730) أول من وضع مفهوما للمقاول، ثم جاء بعده جملة من الباحثين من المدرسة التقليدية الفرنسية أمثال "Turgot" (1776) وبعدها "J.B Say" (1803-1829) و"Trade" (1890)، وكذلك كان الموضوع محل اهتمام المدرسة النمساوية وتمثل ذلك في أعمال كل من "Knight" (1921)، "Mises" (1949-1985) و"Schumpeter" (1934)، وكذلك أعمال كل من "Kirzner" (1973)، "Casson" (1968)، "Baumol" (1982) ويمكن تلخيص أهم تعاريفهم فيما يلي:²

"Cantillon": المقاول هو صاحب رأس المال الذي يتحمل المخاطر الناجمة عن اللايقين البيئية.

ب - "D.McClelland": المقاول هو الشخص الديناميكي الذي يخوض مخاطر محسوبة.

ج - "Knight": المقاول هو الذي يتصرف على أساس توقعاته لتقلبات السوق، ويتحمل اللايقين في ديناميكية عمل السوق.

وهنا يتفق هؤلاء الباحثون على أن المقاول يقوم بإنشاء مؤسسة أين يعمل في ظل لا يقين البيئية بصفة عامة وتقلبات الأسواق بصفة خاصة، ويتحمل المخاطر الناجمة عن ذلك مخاطر مالية جسدية، عائلية، نفسية.

¹ - حمزة لفقير: تقييم البرامج التكوينية لدعم المقاول، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير تخصص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة بومرداس، الجزائر، 2009، ص16.

² - عمر علاء الدين زيداني: ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية، القاهرة، مصر، 2008، ص: 98.

أما اللجنة الأوروبية عرفت المقاوم كما يلي : "المقاوم يمكن اعتباره ذلك (أو تلك الفرد الذي يأخذ ويتحمل الأخطار ، بجمع الموارد بشكل فعال، يبتكر في إنتاج خدمات ومنتجات بطرق إنتاج جديدة، يحدد الأهداف التي يريد بلوغها، وذلك بتخصيصه الناجع للموارد.¹ بالرجوع إلى قاموس (MeniamWebster1988) عرف المقاوم على أنه الشخص الذي يستطيع تنظيم وإدارة شركته باستخدام مهارته الإدارية .

بعد التمعن ملياً في التعاريف المذكورة سابقاً والتي تزامنت والتطور الاقتصادي يمكن تحديد تعريف للمقاوم وذلك كالتالي :²

المقاوم هو الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة وبشكل مستقل – إذا كان لديه الموارد الكافية – على تحويل فكرة جديدة أو اختراع إلى ابتكار يجسد على أرض الواقع بالاعتماد على معلومة هامة من أجل تحقيق عوائد مالية عن المخاطرة ويتصف بالإضافة إلى ما سبق بالجرأة الثقة بالنفس المعارف التسييرية، والقدرة على الإبداع. وبهذا يقود التطور الاقتصادي. كما يمكن تعريف المقاوم على أنه:

طريق شخص مبدع ومسير لمؤسسة صغيرة ومتوسطة يساهم بنسبة كبيرة في رأس مال المؤسسة ويقوم بدور نشيط في القرارات المتعلقة بتوجهه أو حل مشاكلها.

الفرع الثاني: خصائص ومميزات المقاوم

¹ - كمال مرداوي، كمال زموري: الابتكار كعنصر أساسي لنجاح سيرورة المقاوماتية في ظل رهانات اقتصاد السوق، مداخلة في الملتقى الوطني حول المقاوماتية : التكوين وفرص الأعمال كلية علوم التسيير والاقتصاد جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، أيام : 06/07/08/أفريل 2010، ص : 07.

² - بلال خلف السكارنة: الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن، 2008، ص، 20.

لقد تم وضع هذه الصفات في مجموعات (الخصائص الشخصية، الخصائص السلوكية، الخصائص الإدارية) ليسهل فهمها وربطها وذلك كما يلي:

أولاً: الخصائص الشخصية

حسب "R.Papin" هناك تعدد وتنوع كبير في الجوانب الواجب توفرها لدى المقاول الناجح، فليس بالإمكان اقتراح صفة تسمح بالقول أنه لدى شخص ما مزايا المقاول الناجح أم لا، ولكن هناك حد أدنى من الصفات التي ينبغي توفرها لدى الشخص صاحب الفكرة والتي يمكن حصرها فيما يلي:

1- الطاقة والحركية: سلوك ضروري لا يمكن الاستغناء عنه لأن عملية إنشاء مؤسسة تتطلب بذل جهد معتبر وتهيئة الوقت الكافي والطاقة اللازمة لإنجاز الأعمال.

2- القدرة على احتواء الوقت: ينبغي على صاحب الفكرة القيام بتطوير مجموعة من الأنشطة في الحاضر، والتي سوف لن يكون لها أي أثر إلا لاحقاً، فلا يمكن تصور نجاح مؤسسة دون التفكير في المستقبل وتحديد الرؤية على المدى المتوسط والطويل.

3- القدرة على حل مختلف المشاكل فقد تواجه المقاول عدة عقبات وهذا ما يفرض عليه محاولة حلها واللجوء في بعض الأحيان إلى أطراف أخرى ومع ذلك لا يجب نقل كل المشاكل إلى استشاري ما، لأنه ما قد يشكل له مشكلة لا يكون كذلك بالنسبة إلى استشاري أو مساعد.

4- تقبل الفشل: يشكل الفشل جزءاً من النجاح وبالنسبة للمقاول الفشل، الخطأ والحلم هي مصادر لاستغلال فرص جديدة، وبالتالي تحقيق نجاحات مستقبلية.¹

¹ - صندرة سايبى: سيرورة إنشاء المؤسسة وأساليب المرافقة، دار المقاولاتية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 8، 9.

5- **قياس المخاطر:** ينبغي أن يواجه المخاطر التي تواجهه في المستقبل وأن لا يعتمد على الحظ الذي نادرا ما يتكرر، فالنجاح يأتي نتيجة لجهود طويلة وعمل دائم وتقييم مستمر (للنشاط.

6- **التجديد والإبداع** فلا استمرار المؤسسة يجب أن تتطور من ناحية منتجاته أو هياكله أو مخططها الاجتماعي، لهذا تنشأ ضرورة للانفتاح على التجديد والتطوير، وهذا ما يتطلب قدرة على التحليل واستعداد للاستماع وتوفير الطاقة اللازمة للاستجابة للتوجهات الجديدة التي ستكون مفاتيح تطوير المؤسسة.

7- **الثقة بالنفس** فيها يجعل المقاول أعماله ناجحة، حيث يملك شعورا متفوقا وحساسا بأنواع المشاكل المختلفة بدرجات أعلى إذ أظهرت الدراسات أن المقاولين يملكون الثقة بالنفس وقدرة على ترتيب المشاكل المختلفة وتصنيفها و التعامل معها بطريقة أفضل من الآخرين. بالإضافة إلى خصائص أخرى مثل: الاندفاع للعمل، الالتزام التفاوض، الرغبة في الاستقلالية.....الخ.¹

للمقاولين أربع خصائص تبعا للتطور أو التقليد وكذلك تبعا للجماعية أو الفردية، فنجد المقاول الليبيرالي مقاولا متطورا ذو منطق فردي، أما المقاول الشبكي فهو مقاول متطور ذو منطق جماعي، أما المقاول التعاوني فهو مقاول تقليدي غير متطور وذو منطق فردي وعكسه المقاول غير الرسمي الذي يعتبر مقاولا تقليديا ذو منطق جماعي.

ثانياً: الخصائص السلوكية

يملك المقاول نوعين من المهارات وهي:

¹ - فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي: الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد، عمان، 2006، ص24.

1- المهارات التفاعلية Interaction Skills : وتمثل مجموعة المهارات من بناء وتكوين علاقات إنسانية بين العاملين والإدارة والمشرفين على الأنشطة والعملية الإنتاجية، والسعي لخلق بيئة عمل تفاعلية تستند إلى التقدير والاحترام والمشاركة في حل المشكلات ورعاية وتنمية الابتكارات، فضلا عن تحقيق العدالة في توزيع الأعمال وتقسيم الأنشطة وإقامة قنوات اتصال متفاعلة تضمن سير العمل بروح الفريق الواحد، وهذه المهارات توفر الأجواء لتحسين الإنتاجية وتطوير العمل.

2- المهارات التكاملية "Integration Skills" : المقاولون يسعون باستمرار إلى تنمية مهاراتهم التكاملية بين العاملين، تصبح المؤسسة أو المشروع وكأنه خلية عمل متكاملة وتضمن إنسانية الأعمال والفعاليات بين الوحدات والأقسام.¹

ثالثاً : الخصائص الإدارية

تشتمل على تشكيلة أو توليفة متنوعة من المهارات نذكر منها ما يلي:

1- المهارات الإنسانية: تمثل المهارات الخاصة بالتعامل الإنساني والتركيز على إنسانية العاملين، ظروفيهم الإنسانية والاجتماعية وتهيئة الأجواء الخاصة بتقدير واحترام الذات فضلا عن احترام المشاعر الإنسانية والكيفية التي يتم فيها استثمار الطاقات خلال بناء بيئة عمل تركز على الجانب السلوكي والإنساني.

2- المهارات الفكرية وتتطلب إدارة المشروعات مجموعة المهارات الفكرية وامتلاك المعارف والجوانب العلمية والتخطيطية والرؤيا لإدارة مشروعه والقدرة على تحديد السياقات والنظم وصياغة الأهداف على أسس الرشد والعقلانية.

¹ - الفقير حمزة: مرجع سابق ، ص27.

3- المهارات التحليلية: وتهتم بتفسير العلاقات بين العوامل والمتغيرات المؤثرة حالياً ومستقبلياً على أداء المشروع وتحليل (الأسباب وتحديد عناصر القوة والضعف الخاصة بالبيئة الداخلية للمشروع، عناصر الفرص والتهديدات المحيطة بالمشروع في بيئته الخارجية، تحديد أثر ذلك على المركز التنافسي للمؤسسة سلوكيات المنافسين وتصوراتهم المستقبلية وكذا سلوكيات المستهلكين وأثر ذلك على الحصة السوقية للمشروع، والجوانب المالية والمحاسبية والإنتاجية والتسويقية وغير ذلك).¹

4- المهارات الفنية (التقنية وتتمثل في المهارات الأدائية ومعرفة طبيعة العلاقات بين المراحل الإنتاجية، والمهارات التصميمية للسلع ومعرفة كيفية أداء العديد من الأعمال الفنية خاصة فيما يتعلق بتصميم المنتج وكيفية تحسين أدائه وكل ما يرتبط بالجوانب التشغيلية، ومعرفة كيفية تركيب الأجزاء وصيانة بعض المعدات والآلات، والمكونات الأساسية للآلات والمعدات، وهذه المهارات تكون ذات تأثير كبير في بعض المشروعات، كما هو الحال في مصانع الملابس والأقمشة، أو الشركات ذات الطبيعة التصنيعية والفنية كالنجارة والمشاغل الأخرى، وحتى في بعض المجالات الخدمية كصيانة الأجهزة الكهربائية والمعدات الأخرى، حيث ينظر العاملون إلى المقاولين وكأنهم المرجع الأساسي لهم في هذا النشاط.

الفرع الثالث: أنواع المقاولين وتصنيفاتهم

لقد قسمت النظرية الاقتصادية المقاولين من حيث السلوك إلى ثلاثة أنواع رئيسية وهي: المبدع، المخاطر، المدير. ولقد قسم Mintzberg المقاولين إلى أربع مجموعات وهي:

¹ - وفاء رايس، دور التكوين في تنمية الحس المقاولاتي، مداخلة ضمن ملتقى حول المقاولاتية التكوين وفرص الأعمال، جامعة بسكرة، الجزائر ، 2023/03/13، ص10.

المقاولين ذوي الإمكانية والرياديين الذين لديهم النية لإقامة مشروع، ورياديين فعليين ورياديين ليست عندهم النية لبدء وإنشاء مشروع جديد.

وقد قسم بعضهم مثل Ucbasaran المقاولين إلى أنواع أخرى مثل: 48 مقال أصيل، ومقال مبتدئ، ومقال تسلسلي أو تتابعي، ومقال احتوائي، فالمقال الأصلي يحوي مفاهيم متعددة كالتي تم تبيينها في مختلف التعاريف، أما المقال المبتدئ أو الأولي فهو الذي يملك حاليا مشروعا واحدا ولكن عنده خبرة سابقة في ملكية المشاريع وإدارتها كونه مؤسسا لهذا المشروع أو أحد ورثته أو قد يكون مشتر لهذا المشروع، والمقال التسلسلي أو التتابعي هو الذي المقال الذي يملك مشروعا واحدا في وقت واحد بعد أن قضى فترة زمنية في مشروع سابق، والمقال الاحتوائي يملك أكثر من مشروع واحد في وقت زمني واحد. نلاحظ من التقسيمات والأنواع السابقة للمقاولين تعدد وتنوع تصنيفاتهم، وقد يعزى ذلك إلى اختلاف المنهج الفكري والخلفية العلمية لكل باحث بالنظر إلى تصنيف المقاولين وإبراز تطبيقاتهم وأنواعهم المختلفة واختلاف طبيعة الفرصة ونوعها.¹

المطلب الثاني: تطور مفهوم حول مفهوم ثقافة المقاولاتية.

إن الاشتغال حول مفهوم ثقافة المقاولاتية هو مسلك علمي يفرض منطقيا تفاعلية البحث الناحية الجامعي مع تطورات محيطها المعقد في التكوين والممارسة، فالحديث عن ثقافة المقاولاتية من السوسيو أنتروبولوجية ليس المراد به الحديث عن ثقافة المجتمع في المؤسسات

¹ - المرجع السابق، ص 11.

الاقتصادية والاجتماعية فقط - وإن كان ضروريا بل القصد الأول هو ثقافة المقاول كنتاج للكيان الاجتماعي المتفاعل داخل المقاول بصفاتها تنظيما مؤسسيا متميزا يفرض استقلاليته النسبية عن المحيط الذي يوجد به، فثقافة المقاول مجموعة من القواعد القيمية والعملية التي يتقاسمها المنتمون للمقاول في تحقيق أهدافها الاقتصادية وحل مشاكلها والإسهام في تطوير المجتمع بما تنتجه من منافع اقتصادية واجتماعية للدولة والمجتمع ومن تلك القيم التنظيم والتدبير والأخلاق والتنافسية والمهنية والكفاءة والقدرة على التجديد والابتكار.¹

ويبقى لهذا المفهوم خصوصية مرتبطة بما يلي:

أولا: المقاول التي هي ليس فقط عبارة عن تنظيم وبنية قانونية، اقتصادية واجتماعية، أي مجموعة من الموارد المالية التقنية و البشرية، بل أكثر من ذلك هي مسار ومجموعة من المراحل التي تتطلب استعمال منطق مقاولاتي من الفكرة إلى التأسيس وبداية النشاط الفعلي أي روح مقاولاتية لحامل هذه الروح الذي هو المقاول، فهو عبارة عن حامل المشروع و"البطل" المنتظر في هذا المسار .

ثانيا: البيئة المتمثلة في الوسط الاجتماعي، الاقتصادي، الثقافي، السياسي، القانوني والتكنولوجي الذي يؤثر بصفة مباشرة على الفعل المقاولاتي، فهذه التركيبة المعقدة تشكل عامل مهم وحاسم في تشجيع تكون ثقافة مقاولاتية أو كبحها.

المطلب الثالث: مقومات ثقافة المقاول.

المحيط الاجتماعي: يعتبر المحيط الاجتماعي عنصرا مهما في الدفع نحو إنشاء المؤسسة نظرا لتركيبته المعقدة والثرية.

¹ - مصطفى محسن: التربية وتحولات عصر العولمة، مداخل للفقد والاستشراف المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء ط1، ص 19-54.

الأسرة: تعمل الأسرة على تنمية القدرات المقاتلة لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني خاصة إذا كان هؤلاء الآباء يمتلكون مشاريع خاصة عن طريق الأطفال منذ الصغر على بعض النشاطات وتحمل بعض المسؤوليات البسيطة.

تشجيع المدرسة : ليست المدرسة بمعزل عن الديناميكية السوسيو اقتصادية للمجتمع، فبالإضافة إلى دورها التكويني والتربوي المعتاد يتعين عليها أن تقيم جسور الالتقاء المقاتلة، وبالتالي تشكل قاطرة التنمية من خلال انفتاحها على المقاتلة وتنمية ثقافة المقاتلة لدى الشباب 40، وهنا تكمن أهمية نقل المعارف للمجتمع من أجل خلق الثروات ضمن منظور مقاتلة للتربية والتكوين".

الدين: يعتبر الدين من بين المؤسسات الاجتماعية التي يستمد منها الفاعلون الاجتماعيون الكثير من القيم والمعايير، فقيم العمل وإتقانه وكذا الاعتماد على النفس في الحصول على القوت... الخ هي عناصر تشترك فيها كل الديانات السماوية وحتى بعض الديانات الوضعية، وعليه يشكل الدين والقيم الحامل لها أحد مقومات الفعل المقاتلة.¹

العادات والتقاليد تعتبر العادات والتقاليد من العوامل المؤثرة على التوجه نحو إنشاء المؤسسات، فالمجتمعات البدوية تمارس الزراعة والرعي مع أبنائها أما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فتتوارثها الأجيال بالإضافة إلى العديد من المهارات الواجب توفرها في المقاتلة الناجح مثل:

المهارات التقنية: وهي تتمثل في الخبرة، المعرفة، والقدرة التقنية العالية المتعلقة بالأنشطة الفنية للمشروع في مختلف المجالات من إنتاج، بيع تخزين وتمويل وهذه المهارات تساعد في إدارة أعمال المشروع بجدارة.

¹ - المرجع السابق، ص 56.

المهارات التفاعلية وهي قدرات الاتصال، نقل المعلومات استلام، ردود فعل، مناقشة القرارات قبل إصدارها الإقناع... إلخ التي يحتاجها المقاول في حالة تحويل الصلاحيات اللازمة لإدارة النشاط للآخرين.

المهارات الإنسانية: وتتمثل في القدرات التي تمكن المقاول من تطوير علاقاته مع رؤوسيه وزملائه لخدمة المشروع والمؤسسة بشكل عام، حيث أن هذه العلاقات تبني على الاحترام والثقة والدعم المستمر للعنصر البشري داخل المؤسسة والاهتمام بمشكلاته خارج المؤسسة، وهي قدرات تتعلق بالاستجواب والتحفيز والاستمالة للآخرين والمعاملة الحسنة والتصرف اللبق مع أعضاء المؤسسة.

مهارات فكرية: تتمثل في اكتساب أسس ومبادئ علمية في ميدان الإدارة واتخاذ القرار والمحاكمة المنطقية وتحليل المشكلات وإيجاد العلاقات بين المشكلات وأسبابها وحلولها... إلخ.¹

مهارات تحليلية: أي القدرة على التفكير المجرد حيال نظرتهم إلى مؤسساتهم التي تعمل ككل وليس كجزء وان أجزاءها ووظائفها تترايط مع بعضها البعض لتصبح كلا في محيطها، حيث أن هذا الإدراك في حد ذاته تخوله تعقيدات العمل الحاصلة أمامه مواجهته أغلبية المشاكل ليتمكن فيما بعد من وضع الحلول المناسبة.

المبحث الثاني: ماهية المقاولاتية النسوية.

المطلب الأول: مفاهيم حول وخصائص المقاولاتية النسوية.

1-- المرأة المقاولاتية:

¹ بوشنانة أحمد، بوسهمين أحمد: متطلبات تأهيل وتفعيل إدارة المؤسسات الصغيرة في الجزائر، مداخلة في الملتقى الدولي متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي (17-18) أبريل 2006.

حسب Jeanne Hallady فقد عرف المرأة المقاولاتية على أنها المرأة التي تختار إنشاء مؤسسة لحسابه الخاص وتحمل المخاطر المالية وإدارة مواردها الخاصة على أمل كسب الربح.¹

2- الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للمقاولاتية النسوية:²

خلال السنوات الأخيرة أصبح اهتمام متزايد حول المقاولات النسوية لما تلعبه من دور مهم في الحياة الاقتصادية والاجتماعية وهذا باعتبارها عنصرا فعال لتحقيق التنمية المستدامة وزيادة النمو الاقتصادي.

المطلب الثاني: واقع المقاولات النسوية في بعض البلدان العربية.

بالرغم من مشاركة المرأة العربية في سوق العمل إلا أنه تبقى حصة الرجال أصحاب العمل أكثر من ضعف النسبة عينها من النساء في الدول العربية حيث تبلغ نسبة الشركات التي تشارك بملكيتها النساء في هذه المنطقة 22.7% في حين أن نسبة الشركات التي تملكها النساء بالأغلبية لا تتجاوز 3.7% حسب احصائيات البنك الدولي لسنة 2015. و لا تزال حصة النساء صغيرة و تبلغ الحصة الأعلى في البحرين 28% لكنها تبلغ اقل من 3% في المملكة العربية السعودية و سوريا و 11% في عمان و 17% في قطر، و تقدر نسبة المؤسسات التي تديرها النساء اقل من 40% حيث تتمتع منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بأدنى نسبة للنساء اللواتي يملكن أعمال تجارية.³

1 - المرأة المقاولاتية في المغرب:

¹ - خذري تويق، حيسن الطاهر: مرجع سابق، ص 27

² - فريدة شلوف: المرأة المقاولاتية في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة الجزائر، 2009- ص 82.

³ - المرجع السابق: ص 86.

بالرغم من التحديات التي تواجهها النساء في المشاركة في النشاط الاقتصادي إلا أن المغرب سار حثيثا نحو تعزيز حضور المرأة في سوق العمل وولجهن إلى المقاولات، حيث يقارب عدد النساء التي يملكن او يسرن شركة ما يقارب 9000 إلى 10.000 أي ما يناهز 10% من مجموع المقاولات، التي تشمل قطاع الخدمات 56% ، التجارة 21%، الصناعة 23% و قطاع النسيج.¹

وتعود الدوافع الرئيسية لخلق المقاولات النسائية بالرغبة في الاستقلالية و المخاطرة و في تطوير فكرة او رؤية مهنية . و قد اطلقت المغرب برنامجا للمشاريع المدرة للدخل من اجل تحسين الظروف الاجتماعية و الاقتصادية المرأة الريفية، حيث بلغ عدد المشاريع الممولة 700 مشروع استفادت منها حوالي 1400 امرأة.

ويعتبر اهم العوائق المقاولات النسوية التمويل ذلك أن نسبة الشمول البنكي تقل عن 03% وتشكل فرقا يتعدى 52% مقارنة مع نسبة الرجال حيث تعتمد 05% من المقاولات النسائية على التمويل الذاتي وثلث التمويل فقط يأتي من الموارد الخارجية.

2 - المرأة المقاولاتية في البحرين :

نتيجة لإصلاح سوق العمل، و تغير نظرة المجتمع وتقبله دخول المرأة مجال العمل والاستثمار، توسع حضور المرأة في النشاط الاقتصادي²، حيث كشفت الإحصائيات التي قامت بها ووزارة التجارة و الصناعة عن حضور المرأة كسيدة أعمال اذ بلغت نسبة مشاركتها علم 2001 ، 24.3% و قد ارتفعت إلى 37% في سنة 2008.

¹ - محمد جودت ناصر، غسان العمري: قياس خصائص الريادة لدى طلبة الدراسات العليا في ادارة الاعمال الريادة، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية، الأردن، المجلد 27 العدد 2011، ص 4، ص 14.

² - المرجع السابق ، ص 16.

وقد تفاوتت نسبة حضور المرأة البحرينية بالرغم من الصعوبات التي تواجهها للدخول إلى قطاع الأعمال خاصة فيما يتعلق بالحصول على رخصة ترخيص و كذلك التمويل إلا انها استطاعت الدخول في عدة مجالات اقتصادية حيث حسب اخصائيات 2006 بلغت حصة النساء في السجلات التجارية لقطاع المحركات و الدراجات النارية و السلع الشخصية 9433 سجلا، يليه قطاع الصناعة التحويلية بحوالي 4632 سجلا، و قطاع الفنادق و المطاعم ب 2071 سجلا، ثم قطاع أنشطة الخدمات المجتمعية و الشخصية ب 2012 سجلا. وتبلغ نسبة رئيسات مجلس الإدارة في القطاع الخاص 6.7 %، للإناث مقارنة ب93.3 % للذكور .

كما اهتمت البحرين بوضع تشريعات محفزة على مشاركة المرأة في النشاط الاقتصادي هذا في إطار المساواة التي تراعي قواعد العدالة الاجتماعية وحقوق الانسان، حيث اقر الدستور حق العمل والمشاركة في كل الأنشطة الاقتصادية كعاملين او اصحاب اعمال لجميع المواطنين سواء نساء أو رجال.

3- المرأة المقاولاتية في الإمارات:

وفق تقرير الصادر عن التسجيل والترخيص التجاري تم تسجيل ما يقارب 55855 سيدة سجلت أعمالا تجارية في دبي خلال النصف الثاني من سنة 2016، حيث تتركز الأعمال التجارية النسائية على الأنشطة الشخصية والموجهة للاستهلاك مثل تجارة الملابس العطور الحلي و الحقائب بالإضافة ال مشاغل الخياطة و تجارة التحف و غيرها، و قد أكدت الدراسة على أن عدد السيدات ممن يمتلكن رخصة تجارية فعالة بشكل فردي أو كأحد الشركاء 447266 سيدة أي 11.3 % من إجمالي أصحاب الرخص و البالغ عددهم 3949500 الف مستثمر .

المطلب الثالث: المقاولاتية النسوية في الجزائر.

أظهرت العديد من الدراسات أن المقاولاتية النسوية تحتل أهمية كبيرة في البلدان المتقدمة، أما واقع المقاولاتية النسوية في الجزائر فإن المعدلات منخفضة و أن عدد الشركات التي يتم تسييرها من طرف الرجال اعلى بكثير من تلك التي تسييرها النساء. وقد تبنت الجزائر اليات لتشجيع المقاولاتية النسوية حيث أسهمت هذه الأليات في خلق فرص عمل و تخفيض البطالة، و وجدت النساء في هذه الأليات دعما و حلا يمكنهم من المشاركة في الحياة الاقتصادية. ومن بين هذه الأليات التي وضعتها الدولة لتشجيع مشاركة المرأة في الحياة الاقتصادية بحد:1

• **الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ENGEM:** تم انشاء الوكالة الوطنية للقرض المصغر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22/01/2004 حيث يهدف هذا الجهاز الى مساعدة الأفراد الذين يعانون من صعوبات في تحقيق استقلاليتهم وكذلك تنمية روح المقاولاتية والمساعدة على الإدماج الاجتماعي وتنمية الروح الاجتماعية، و قد انشأ هذا الجهاز 801513 مشروعا في مختلف القطاعات. ويظهر الجدول أدناه إجمالي المشاريع الممنوحة من طرف الوكالة إلى غاية سنة 2016 وكذلك نسبة استفادة النساء من إجمالي المشاريع الممنوحة، حيث يتضح من الجدول أن النساء يشكلن الغالبية المستفيدة من هذه الوكالة حيث بلغت %62.52 مقابل %37.48 لصالح الرجال.²

¹ محمد قوجيل: دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية. أطروحة دكتوراه غير منشورة، بومرداس، جامعة أمحمد بوقرة، الجزائر ، 2020 ، ص 96.

² - المرجع السابق ، ص 97.

• الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ: سعت الدولة الجزائرية من خلال هذه الوكالة إلى دعم النساء و الشباب للحصول على قروض مصرفية حيث تم إنشاء هذه الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 296-96 المؤرخ بتاريخ 08/09/1996: على إنشاء وكالة وطنية لدعم تشغيل الشباب . و تتمثل مهمة الوكالة الاساسية دعم رواد الأعمال الشباب و تقديم المشورة لهم لتنفيذ مشاريعهم الاستثمارية.

احصائيات مركز السجل التجاري CNRC: حسب احصائيات السجل التجاري فقد بلغ عدد المتعاملين الاقتصاديين (اشخاص طبيعيين) حتى نهاية سنة 2016 1717382 موزعين بنسبة 92.3 % متعاملين اقتصاديين رجال بمقابل 7.7 % متعاملين اقتصاديين نساء ب 131621 متعاملة اقتصادية تتركز في الفئة العمرية بين 39-48 سنة بنسبة 26.27 % تليها الفئة العمرية بين 4958 سنة بنسبة 22.98 % متركزين أساسا في كل من الجزائر بنسبة 8.1 % وهران 6.3 % و تلمسان 4.1 %.

أما بالنسبة لأصحاب المؤسسات فنجد أن غالبية المؤسسات أصحابها رجال بنسبة 94 % من مجموع الإجمالي مقارنة بالنساء الذين يمثلن نسبة 6 % فقط.¹

¹ - محمد قوجيل، نفس المرجع السابق، ص 99.



الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية للدراسة ونتائجها

المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

المبحث الثاني: النتائج العامة لدراسة



المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

جدول رقم (01): يبين سن عينة الدراسة

النسبة المئوية%	التكرار	فئات العمر
64.44%	29	من 18 إلى 22 سنة
35.55%	16	من 23 إلى 27 سنة
0%	0	من 28 سنة فما فوق
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يوضح الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من عينة الدراسة تقع في الفئة العمرية (18 إلى 22 سنة) بلغت نسبتهم 64.44% قد يعود ذلك إلى أن هذا العمر الطبيعي لطالبات ثم يليها سن من (23 إلى 27 سنة) بلغت نسبتهم 35.55% ويعود ذلك لسبب تخرج أغليبتهم في هذا السن.

جدول رقم (02): يبين المؤهل العلمي لعينة الدراسة

النسبة المئوية%	التكرار	المؤهل العلمي
75.55%	34	ليسانس
22.22%	10	ماستر
2.22%	1	دكتوراه
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: من خلال الجدول أعلاه يبين أن أعلى نسبة كانت لعينة طلبة الليسانس 75.55% وذلك لأن نسبة طلبة الليسانس أكثر تواجد من نسبة الماستر في الكلية وذلك لأن طلبة الثانية ماستر يدرسون موسم واحد فقط وبالتالي فتواجههن في الموسم الثاني يكون قليل إلا

لحصص الإشراف وإعداد المذكرة لذا جاءت نسبتهن 22.22%، بينما كانت نسبة الدكتوراه لعينة الدراسة بمفردة واحدة 2.22% وهذا منطقي لأن نسبتهن الفعلية قليلة جدا.

جدول رقم (03): يبين الحالة الاجتماعية للطالبات

النسبة المئوية%	التكرار	الحالة الاجتماعية
86.66%	39	عازبة
11.11%	5	متزوجة
2.22%	1	أرملة
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يبين الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من المبحوثات العازبات بلغت نسبتهن 86.66%، يلي بفارق كبير المتزوجات بنسبة 11.11% ثم الأرامل بنسبة 2.22%

جدول رقم (04): يبين فترة استخدام الفيس بوك

النسبة المئوية%	التكرار	الفترة
22.22%	10	من سنة إلى سنتين
17.77%	8	من سنة إلى 3 سنوات
60%	27	أكثر من 3 سنوات
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يوضح الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من الطالبات يستخدمن الفيس بوك منذ أكثر من 3 سنوات وكانت نسبتهن 60%، تليها الفئة اللواتي يستخدمن الفيس بوك من سنة إلى سنتين بنسبة 22.22% وتليها الفئة اللواتي يستخدمن الفيس بوك من سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة 17.77%.

جدول رقم (05): يبين نوعية الوسيلة التي تستخدمها العينة في الاتصال بالفيس بوك

النسبة المئوية%	التكرار	الوسيلة
0%	0	حاسوب مكتبي
6.66%	3	حاسوب محمول
91.11%	41	هاتف ذكي
2.22%	1	اللوحة الإلكترونية
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يوضح الجدول أعلاه أن معظم المبحوثات يستخدمن الهاتف الذكي حيث بلغت نسبتهن 91.11% مما يدل على تطوره ولياقته في الاستعمال، ويلي من تعتمدن على الحاسوب المحمول بفرق شاسع حيث كانت نسبتهن 6.66% ويلي بعد ذلك اللوحة الإلكترونية نظرا لندرة استعمالهن لها كانت نسبتها 2.22% وفي الأخير الحاسوب المكتبي الذي بلغت نسبة استعماله بنسبة 0% كونه أصبح يستعمل فقط في نطاق العمل المكتبي.

جدول رقم (06): يبين مدة استخدام الفيس بوك

النسبة المئوية%	التكرار	المدة
-----------------	---------	-------

أقل من ساعة في اليوم	1	2.22%
من ساعة إلى ساعتين	24	53.33%
أكثر من 3 ساعات	20	44.44%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يوضح الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من الطالبات يستخدمن الفيس بوك من ساعة إلى ساعتين حيث بلغت نسبتهن 53.33% وذلك يدل على عدم الفرط في الاستعمال، ويليه بعد ذلك الفئة التي تستخدم الفيسبوك أكثر من 3 ساعات بلغت نسبتها 44.44% وذلك يوحي أن مستعملات الفيس بوك متفرغات، بينما كانت نسبة من يستعملن الفيس بوك أقل من ساعة في اليوم 2.22% يدل على أن المبحوثات غير مفرطات في هذا الاستعمال.

جدول رقم (07): يبين خبرة عينة الدراسة في التفاعل مع الفيس بوك

الخبرة	التكرار	النسبة المئوية%
ممتازة	25	55.55%
متوسطة	18	40%
ضعيفة	2	4.44%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يبين الجدول أعلاه أن نسبة 55.55% التي كانت أكثر خبرة في التفاعل مع الفيس بوك ممتازة كون الفيسبوك أصبح من الوسائل أكثر استعمالاً لأنه يسهل تبادل الأفكار والخبرات ويليه ذلك الطالبات اللواتي يرين أن نسبة التفاعل مع الفيسبوك متوسطة

بنسبة 40% نظرا لعدم التفرغ ولانشغالهم. أما عن العينة التي كانت نسبة تفاعلهم مع الفيس بوك ضعيفة بنسبة 4.44% ربما يعود ذلك لاستعمال وسائط أخرى.

جدول رقم (08): يبين الوقت المفضل لعينة الدراسة في استخدامها في الفيس بوك

النسبة المئوية%	التكرار	الوقت
2.22%	1	صباحا
0%	0	زوالا
20%	9	مساء
40%	18	ليلا
37.77%	17	كل الأوقات
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يتضح من الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من العينة بلغت 40% من الطالبات يفضلن التفاعل مع الفيس بوك ليلا ويرجع ذلك إلى طبيعة حياة الفتاة الجزائرية التي تقضي وقتها في البيت ليلا، بينما نجد ما نسبته 37.77% من العينة يتفاعلن مع الفيس بوك في كل الأوقات، ثم يليه الفئة التي تستخدم الفيس بوك مساء بنسبة 20% وذلك لعدم تفرغهن وانشغالهم فيما هناك فئة قليلة من الطالبات اللواتي يستخدمن الفيس بوك في الفترة الصباحية 2.22% لأن الفترة الصباحية تمثل جزءا من وقت الدراسة.

جدول رقم (09): يبين الفكرة المكونة عند العينة الدراسة عن المرأة المقاوله

النسبة المئوية%	التكرار	احتمالات
55.55%	25	نعم
44.44%	20	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: من خلال الجدول أعلاه تبين أن أغلبية الطالبات اللواتي لديهن فكرة عن المرأة المقاوله بلغت نسبتهن 55.55% كونها أصبحت أكثر انتشارا في الآونة الأخيرة، لأن الدولة أصبحت تدعم نشاط المقاولاتي وتحفزهم في خوض هذه التجربة، ويليه الطالبات اللواتي ليس لديهن فكرة عن المرأة المقاوله بلغت نسبتهن 44.44% ربما لعدم وجود نساء مقاولات في محيطهن أو عدم ميولهن لهذا النشاط* وكان تصريح إحدى المقاولات أنها تعرفت على المقاولاتية من إعلان في الفيس بوك وذلك شد انتباهها كونها ذات خبرة مهنية في هذا المجال ونتاجاتها لعالم الموضي والأزياء جاءت فكرة المقاوله عندما كانت تعمل في دورة تعليمية في غرفة الصناعة والحرف حيث كان هناك نساء مقاولات يحفرن النساء في البدء في مشاريعهن الخاصة.

جدول رقم (10): يبين رأي الطلبة في كون المرأة مقاوله مثل الرجل

* مقابلة مع مقاوله في الخياطة يوم الاثنين 5 جوان 2023 ساعة 10 صباحا.

النسبة المئوية%	التكرار	احتمالات
77.77%	35	نعم
22.22%	10	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يوضح الجدول أن أكبر نسبة من الطالبات أجبن "بنعم" حول إمكانية المساواة بين المرأة والرجل في نطاق المقاولاتية وذلك بنسبة 77.77% ويليه النسبة التي أجابت بـ"لا" كانت نسبتها 22.22% ربما يظنون أن المقاوله هي تلك الأعمال الشاقة التي تنتهك أنوثه المرأة* وكانت إجابة إحدى المقاولات أنه يمكن أن تتساوى المرأة والرجل في ميدان المقاولاتية لأن المرأة قادرة على تحقيق أهدافها وتحسين صورتها وإثبات قدراتها مهما كانت صعوبة المجال الذي دخلته.

جدول رقم (11): يبين رأي العينة عن المرأة مقاوله في الوقت الحاضر

النسبة المئوية%	التكرار	رأي العينة
51.11%	23	جيد
37.77%	17	متوسط
11.11%	5	ضعيف
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: نلاحظ من الجدول أعلاه أن عينة الدراسة ترى أن واقع المرأة المقاوله في الوقت الحاضر جيد وذلك بنسبة 51.11% وذلك كون المرأة أبدعت في مختلف أشكال المقاوله بينما هناك فئة من العينة يرين أن واقع المرأة المقاوله متوسط والتي بلغت نسبتهم 37.77%

** مقابلة مع مقاوله صناعة الحلويات يوم الاثنين 5 جوان 2023 على ساعة 11:00.

ويرجع ذلك ربما لعدم انتشار المقاولاتية في محيط الطالبات و يليه النسبة التي رأت واقع المرأة المقاوله ضعيف كانت نسبتهن 11.11% ويعود ذلك اهتمامهن بهذا المجال* ترى إحدى المقاولات أن واقع المرأة المقاوله في وقتنا الحاضر في تطور ملحوظ ويعود الفضل لوسائل التواصل الاجتماعي الذي فتح لنساء أفاقا من المعرفة والتطور.

جدول رقم (12): يبين معرفة الطالبات لنساء مقاولات في محيطهن

احتمالات	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	24	53.33%
لا	21	46.66%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: من خلال الجدول تبين أن النسبة الأعلى من الطالبات أجبن بـ"نعم" بلغت نسبتهن 53.33% وذلك نظرا أننا في زمن انتشرت فيه الحرف والإبداعات في شتى المجالات عبر الصفحات الفيسبوكية، أما بالنسبة إلى الفئة التي أجابت بـ"لا" كانت نسبتهن 46.66% وذلك ربما عدم وجود نساء ناشطات في محيطهن.

جدول رقم (13): يبين مصدر معرفة نساء مقاولات

* مقابلة مع مقاوله في الخياطة يوم الاثنين 5 جوان 2023 على ساعة 10:00.

النسبة المئوية%	التكرار	مصدر
46.66%	21	محيط اجتماعي
4.44%	2	محاضرة في الجامعة
8.88%	4	وسائل الإعلام
40%	18	مواقع تواصل
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يتبين من الجدول أن أغلبية الطالبات تعرفن على نساء مقاولات من محيطهن بنسبتهن 46.66% نظرا أننا في وقت تطورت فيه النساء وأصبحن يمارسن نشاطات مختلفة في ميدان المقاولاتية ويلي ذلك الفئة اللواتي تعرفن على مقاولات من مواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهن 40% لأن الفيسبوك والوسائط الأخرى تهدف إلى نشر هذه الثقافة عبر صفحاتها والتعريف بالمرأة المقاولات الناشطة في هذا المجال أما بالنسبة للفئة التي تعرفت على المقاولات من وسائل الإعلام بلغت نسبتهن 8.88% ربما عن طريق حصص تلفزيون عرضو فيها مقاولات أو إعلانات تلفزيونية تشهر بالمرأة المقاولات، أما بالنسبة للطلبة اللواتي تعرفت على نساء مقاولات في محاضرة جامعية نسبتهن 4.44%.

جدول رقم (14): يبين دور الفيس بوك في علم العينة بوجود نساء مقاولات

النسبة المئوية%	التكرار	احتمالات
-----------------	---------	----------

80%	36	نعم
20%	9	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يبين الجدول التالي أن الفيسبوك كان له دور كبير في علم الطالبات بوجود مقاولات بنسبة 80% كون الفيسبوك يساهم في نشر إبداعاتهن التي يشاركنهن عبر صفحات كما أنه يوجد أيضا بعض الطالبات لم يقدم لهم الفيسبوك أي فكرة عن النساء المقاولات بنسبة 20% وذلك لعدم اهتمامهن بهذا المجال أو عدم اشتراكهن في صفحات الداعمة لهذا النشاط.

جدول رقم (15): يبين اشتراك العينة في صفحات النسائية للمقاولات

النسبة المئوية%	التكرار	احتمالات
48.88%	22	نعم
51.11%	23	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يتبين من خلال الجدول أن أغلبية الطالبات أجبن بـ"لا" كانت نسبتهن 51.11% وذلك ربما لعدم ميولهن إلى ميدان المقاولات والحرف اليدوية، ويليه الفئة التي أجابت بـ"نعم" بلغت نسبتهن 48.88% يعني ذلك أنهم ينجذبون إلى نشاط.

جدول رقم (16): يبين وجود أو عدم نشاط نساء مقاولات في الفيسبوك

النسبة المئوية%	التكرار	احتمالات
-----------------	---------	----------

64.44%	29	نعم
35.55%	16	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: يبين من الجدول أن أغلبية الطالبات اللواتي أجبن بـ"نعم" كانت نسبتهن 64.44%

ويليه الطالبات اللواتي أجبن بـ"لا" بلغت نسبتهن 35.55%

جدول رقم (17): يبين تقديم الفيسبوك الخدمة في نشر الثقافة المقاولاتية

النسبة المئوية%	التكرار	احتمالات
84.44%	38	نعم
15.44%	7	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل: من خلال الجدول أعلاه تبين أن أكبر نسبة من الطالبات أجبن بـ"نعم" بلغت

نسبتهن 84.44% وذلك كان لصفحات الفيسبوكية فضلا في تعريف الجمهور بالثقافة

المقاولاتية ونشر إبداعات النساء الناشطات والترويج بفكرة المقاول، أما بالنسبة للفئة التي

أجابت بـ"لا" نسبتها 15.44%.

المبحث الثاني: النتائج العامة لدراسة

بعد تحليل الاستبيان ومن هنا توصلنا إلى بيانات العامة للدراسة وهي:

- 1/ توصلت الدراسة إلى أن الفترة التي يستخض فيها الطالب موقع الفيسبوك أكثر من 3 سنوات وذلك يعود لأن الفيسبوك أصبح أكثر المواقع استعمالاً.
- 2/ توصلت الدراسة إلى أن دور التكنولوجيا الحديثة في تسهيل عملية الاتصال بين النساء المقاولات ونشر إبداعاتهن عبر صفحات الفيسبوك النسائية.
- 3/ توصلت الدراسة أن الفيسبوك من أكثر الوسائل المساهمة في ترويج المنتجات في الآونة الأخيرة.
- 4/ توصلت الدراسة إلى أن صفحات الفيسبوك النسائية اختصرت على المتتبعات الوقت والجهد لتعريف بالصنعة وحرفة اليد.
- 5/ توصلت الدراسة إلى أن صفحات الفيسبوك ساهمت في تدوير عجلة الاقتصاد والإنتاج المحلي السنوي.
- 6/ توصلت الدراسة إلى أن المرأة حققت الرتبة المساوية مع الرجل في إدارة المشاريع كونها أصبحت تخوض المنافسات وهي في عقر بيتها.
- 7/ توصلت الدراسة إلى أن الفيسبوك قام بتحسين صورة المرأة المقاوله.
- 8/ توصلت الدراسة إلى أن المرأة خاضت منافسات من أجل الدفاع عن مكانتها عند الجمهور وإثبات قدراتها.
- 9/ توصلت الدراسة إلى أن المقاوله في صفحات الفيسبوكية تنوعت وتمثلت في عدة حرف كصناعة الحلويات والحلاقة والأشغال اليدوية.
- 10/ توصلت الدراسة إلى أن المقاولاتية شهدت تطوراً ملحوظاً وذلك راجع لتنوع الأدوات والتقنيات والأفكار الواردة عن المقاوله.
- 11/ توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات الناشئة كان لها دور في تحقيق المرأة الماكثة في البيت ودعمها لتطوير من ذاتها أو قدرتها المهنية لنهوض إلى عالم الأعمال.



خاتمة



خاتمة:

لقد حاولنا في بحثنا هذا تسليط الضوء على دور الفيس بوك في نشر الثقافة المقاولاتية لدى النساء وفهم النشاط المقاولاتي في المجتمع النسوي وتوضيح صورة المرأة الناشطة في هذا المجال بهدف إثبات وجودها وكفاءتها وقدراتها الإبداعية، كما أن المقاولاتية تساهم في دعم النساء الماكثات في البيت وتحفيزهم على النهوض نحو الأمام وتحقيق غايتهم وأهدافهم للدخول إلى عالم المنافسة مع الرجال وتحسين صورتها كرائدة أعمال لتحقيق التميز في هذا المجال.

وكان لوسائل تواصل خاصة الفيس بوك دورا كبيرا في ترويج المنتجات وعرضها لزبون عن طريق استمالتهم بصورة أو فيديو يخص منتج، وكما أن صفحات الفيس بوك النسوية ساعدت في تدوير عجلة الاقتصاد والإنتاج المحلي لدى النساء داخل العالم وخارجه وإلى يومنا هذا لازالت المرأة في مواكبة مع أفكارها الإبداعية.



قائمة المصادر

والمراجع



قائمة المصادر والمراجع

أولاً: قائمة المصادر

ثانياً: القرآن الكريم

سورة البقرة: الآية 31

ثالثاً: قائمة الكتب:

- (1) بلال خلف السكارنة: الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- (2) جواد علي سلmani: الإعلام والمجتمع، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- (3) حسان أحمد قمحية: الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة، الجيزة، 2017.
- (4) حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
- (5) حسن عماد مكاوي، وسامي الشريف: نظريات الإعلام، القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000.
- (6) خالد غسان ويوسف مقداديك: ثورة الشبكات الاجتماعية. الاردن: دار النفائس 2013.
- (7) رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، مطبوعات الكتاب والحكمة باتنة - الجزائر، 2007.
- (8) سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1995.
- (9) شقرة علي خليل: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي دار أسامة للنشر والتوزيع. ط1 عمان الأردن، 2003.

- 10) عبد الرزاق محمد الدليمي: الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، 2011.
- 11) عبد الملك الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت، دار راتب الجامعية، بيروت، 2001.
- 12) العربي دخموش: محاضرات في اقتصاد المؤسسة، مطابع منتوري، قسنطينة، 2005.
- 13) عقيل حسين عقيل: "خطوات البحث العلمي-من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة"، دار ابن كثير، 2012.
- 14) علي السيد إسماعيل: مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المرفوضة، دار التعليم الجامعي الإسكندرية، القاهرة، 2020.
- 15) علي السيد إسماعيل: مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المرفوضة، دار التعليم الجامعي الإسكندرية، القاهرة، 2020.
- 16) عمر علاء الدين زيداني: ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية ، القاهرة، مصر، 2008.
- 17) فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي: الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد، عمان، 2006.
- 18) فتحي حسين عامر: وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- 19) فراس عباس البياتي: علم الاجتماع دراسة تحليلية للنشأة والتطور، دار ارغيشان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- 20) مالك بن نبي: مشكلة الثقافة، تر. عبد الصبور شاهين، دار الفكر بدمشق، سوريا، ط.4، 1984.
- 21) محمد أبي بكر بن عبد القادر الرازي: مختار الصحاح، ط جديدة، مكتبة لبنان، بيروت ، 1995

- (22) محمد شفيق: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 1998.
- (23) محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999.
- (24) محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999.
- (25) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، مصر، 2002.
- (26) محمد عبيدات، وآخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، عمان، دار وائل للطباعة والنشر، 1999.
- (27) محمد علي جعلوك: أعمال المقاولات دار الراتب الجامعية لبنان الطبعة 1، 1999.
- (28) مقدادي خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2012.
- (29) نادية سعيد عيشور: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين، رأس أكيل للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2017.
- (30) هبة محمد خليفة عبد العال: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتواجد، 2003
- (31) وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، ط 1، 2011.
- (32) ياسين خضير البياتي: الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014.

رابعاً: قائمة المذكرات والرسائل الجامعية والأطروحات

- (33) ابن منظور قاموس لسان العرب، مادة (ثقف)
- (34) بدرابي سفيان: ثقافة المقابلة لدى الشباب الجزائري المقاول، رسالة دكتوراه غير منشورة، تخصص علم اجتماع التنمية البشرية، كلية العلوم الإنسانية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، سنة (2015).
- (35) بن عودة آمال، بوتاني عقلية: الخصائص المهنية والاجتماعية للمرأة المقابلة، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص تنظيم وعمل، كلية علوم الإنسانية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، سنة (2015).
- (36) جميلة بنت عيادة الشمري: مفهوم الثقافة في الفكر العربي. شبكة اللوكة.
- (37) حمزة لفقير: تقييم البرامج التكوينية لدعم المقابلة، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير تخصص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة بومرداس، الجزائر، 2009.
- (38) خذير سارة، وبأيوسف نور الإيمان نوال: المقاولاتية النسوية عبر الوسائط الجديدة الفيس بوك نموذجاً ومذكرة ماستر غير منشورة في تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، كلية علوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، سنة 2019.
- (39) رأفت مهند عبد الرزاق: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، جامعة البتراء الأردنية، 2013.
- (40) سعدية خاذا: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الإستماع للإذاعة المحلية بورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014.
- (41) فريدة شلوف: المرأة المقابلة في الجزائر، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة في علم اجتماع تنمية لموارد التنمية البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009.

- (42) فريدة شلوف: المرأة المقاتلة في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة الجزائر، 2009.
- (43) محمد قوجيل. (2016).: دراسة وتحليل سياسات دعم المقاتلات. أطروحة دكتوراه غير منشورة، 05. بومرداس، جامعة أحمد بوقرة، الجزائر. 2020.
- (44) مريم نومار: "استخدام مواقع الاجتماعية وتأثيري في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر" رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الحاج لخضر - باتنة - الجزائر، 2012.
- (45) هدى قوادي، إيمان بودور، ومروة عربي: مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات الحديثة في تفعيل المقاتلات النسوية، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، كلية علوم الإنسانية، جامعة 8ماي 1945 قالمة، سنة (2016).

خامسا: مواقع إلكترونية:

- (46) <https://www.raddadi.com/> دليل المواقع العربية الزيارة 9 فيفري 2023 سا 13.00
- (47) أنواع مواقع التواصل الاجتماعي - الكتابة سميحة ناصر خليف يناير 2021 تاريخ الزيارة 15 فيفري 2023 سا 21.00
<https://www.annahar.com/arabic/article/479138>
- (48) سمية نصر: النسوية، موقع بي بي سي نيوز عربي، 11 يناير/ كانون الثاني 2022، الرابط: <https://www.bbc.com/arabic/art-and-culture-59929274> يوم 29 ماي 2023 ساعة 19:00
- (49) سميحة ناصر خليف: إليكم أشهر 10 مواقع لتواصل الاجتماعي - تاريخ الزيارة 06 مارس 2023 سا 21.35
<https://www.annahar.com/arabic/article/479138>

(50) ليلي أحمد جرار: الفيس بوك والشباب العربي مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع الكويت

مواقع التواصل الاجتماعي_ <https://layalina.top> - تاريخ الزيارة 4 مارس 2023

سا.45.22

(51) ينظر: عبد العزيز العسالي، مقال بعنوان مفهوم الثقافة والمتقف من منظور قرآني،

موقع الإصلاح نت، أنظر الرابط: <https://alislah->

<https://alislah-> [sid=5858&ye.net/news_details.php?lng=arabic](https://alislah-) يوم الاثنين 29 ماي

2023 ساعة 19:00

سادسا: المداخلات

(52) بوشنانة أحمد، بوسهمين أحمد: متطلبات تأهيل وتفعيل إدارة المؤسسات الصغيرة

في الجزائر، مداخلة في الملتقى الدولي متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي (17-18) أبريل 2006.

(53) خذري توفيق، حسين الطاهر: المقابلة كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة الجزائرية، المسارات والمحددات، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول واقع

وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة

الوادي، الجزائر، 2013.

(54) كمال مرداوي، كمال زموري: الابتكار كعنصر أساسي لنجاح سيرورة المقاولاتية

في ظل رهانات اقتصاد السوق، مداخلة في الملتقى الوطني حول المقاولاتية : التكوين

وفرص الأعمال كلية علوم التسيير والاقتصاد جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، أيام

: 08/07/06/أفريل 2010.

(55) مصطفى محسن: التربية وتحولات عصر العولمة، مداخل للفقد والاستشراف المركز

الثقافي العربي، الدار البيضاء ط1.

(56) وفاء رايس: دور التكوين في تنمية الحس المقاولاتي، مداخلة ضمن ملتقى حول

المقاولاتية التكوين وفرص الأعمال، جامعة بسكرة، الجزائر، 2023/03/13.

سابعا: المجالات

- (57) زاهر راضي: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
- (58) صندرة سايبي: سيرورة إنشاء المؤسسة وأساليب المرافقة، دار المقاولاتية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010.
- (59) محمد جودت ناصر، غسان العمري: قياس خصائص الريادة لدى طلبة الدراسات العليا في ادارة الاعمال الريادة، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية، الأردن، المجلد 27 العدد 4. 2011.

قائمة الملاحق

ملحق رقم 01

جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث حول:

دور الفيسبوك في نشر الثقافة المقاولاتية لدى النساء
بالأغواط

الهدف من هذه الدراسة هو جمع معلومات لدراستنا وتحليلها، لاستكمال الإطار التطبيقي لمذكرة الماستر والإجابة عن الأسئلة الواردة في الاستمارة لا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي، ولهذا أرجو منكن الإجابة عن هذه الأسئلة بموضوعية. شكرا مسبقا على تعاونكن.

ملاحظة: ضع علامة (X) أمام الإجابة المختارة

إشراف الدكتور:

- الجودي بن قيط

إعداد الطالبتين:

- هاجر دني

- مروة مرزوق

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- ما هو سنك؟

من 18 الى 22

من 23 الى 27

من 28 فما فوق

2- ما هو مؤهلك العلمي؟

دكتوراه

ماجستير

ليسانس

3- ما هي حالتك الاجتماعية؟

عازبة

متزوجة

ارملة

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك

4- منذ متى تستخدمين الفايسبوك؟

من سنة الى سنتين

من سنتين الى 3 سنوات

أكثر من 3 سنوات

5- ما هي الوسيلة التي تستخدمونها في اتصالك بالفيديو؟

الحاسوب المكتبي

الحاسوب المحمول

الهاتف الذكي

اللوحة الإلكترونية

6- ما هي مدة استخدامك للفيديو؟

أقل من ساعة في اليوم

من ساعة الى ساعتين

أكثر من 3 ساعات

7- كيف هي خبرتك في التفاعل مع الفيديو؟

ضعيفة

متوسطة

ممتازة

8- ما هو الوقت المفضل لديك لاستخدام الفيديو؟

كل الأوقات

ليلا

مساء

زوالا

صباحا

المحور الثالث: صورة المرأة المقابلة لدى الطالبات

9- هل لديك فكرة عن المرأة المقابلة؟

لا

نعم

10- هل ترى ان المرأة يمكن ان تكون مقابلة مثل الرجل؟

لا

نعم

11- كيف ترى واقع المرأة المقابلة في الوقت الحاضر؟

ضعيف

متوسط

جيد

12- هل اعرفين نساء مقاولات في محيطك؟

نعم لا

13- من اين تعرفتن على وجود نساء مقاولات؟

من محيطي الاجتماعي

من محاضرة في الجامعة

من وسائل الإعلام

من مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الرابع: كيفية مساهمة الفايسبوك في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالبات

14- هل كان للفيس بوك دور في علمك بوجود نساء مقاولات؟

نعم لا

15- هل أنت مشتركة في صفحات لنساء مقاولات؟

نعم لا

16- هل يوجد نشاط كثيف للنساء المقاولات في الفيس بوك؟

نعم لا

17- هل يقدم الفايسبوك خدمة في نشر الثقافة المقاولاتية النسائية؟

نعم لا

ملحق رقم 02

أسئلة المقابلة:

- س1: منذ متى بدأت تشتغلين بالمقاولة؟
- س2: كيف كانت بداية اشتغالك بالمقاولة؟
- س3: من أين جاءتك فكرة المقاولة؟ ومن أين سمعتي بوجود المقاولة؟
- س4: هل ترين أن المرأة يمكن أن تكون ناجحة في المقاولة مثل الرجل، أم هي حكر على الرجال فقط؟
- س5: كيف ترين واقع المرأة المقاولة الآن؟