



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة

قسم علوم الإعلام و الاتصال



الموضوع :

الأنستغرام و علاقته بالترويج للمنسوجات التقليدية
بالأغواط

دراسة إستطلاعية على عينة من حرفيات بغرفة الصناعة
التقليدية و الحرف بالأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : اتصال و علاقات عامة

إشراف الأستاذ

إعداد الطالبتين:

د. المداني حجاج

• كوثر بوقناشة

• روميسا قاسمي

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة عمار الثليجي	أ. طريف عطاء الله
مناقشا	جامعة عمار الثليجي	أ. داودي شريف
مشرفا و مقررا	جامعة عمار الثليجي	أ. المداني حجاج

السنة الدراسية 2024/2023

شكر وتقدير

الحمد لله أولا على تمام نعمته حمدا كثيرا تم الشكر
لأستاذ المشرف "مداني دجاج" التي كانت توجيهاته قناديل
منيرة في طريقنا

و إلى كل الأساتذة الذين رافقونا طيلة مشورانا الدراسي و
إعطائنا المعلومات الوفيرة.

و إلى كل من يسر لنا الطريق لإتمام هذا العمل المتواضع .
كما لا يفوتنا أن نتقدم أيضا بمعاني الشكر و العرفان إلى كل
أعضاء للجنة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة و حضورهم
لمشاركة في إرائها

و إلى كل من أسهم في إخراج هذا العمل إلى النور ممن لم
يذكرهم قلمنا لكن لن ننساهم قلوبنا.

إلى من حقّ فيهم قول الحبيب...

(من علمني حرفا صرت له عبدا)

شكرا لجميع وجزاكم الله خيرا الجزاء و الحمد لله أولا و آخرا.

الإهداء

الحمد لله أولا و آخراً " و ما توفيقِي إلا بالله " بفضل الله تعالى أتممت
مناقشة مذكرة التخرج لحصول على شهادة الماستر في إعلام و الإتصال
" الإتصال و علاقات العامة " مهداة إلى الوالدين الكريمين

حفظهما الله و أدامهما نور لدربي

إلى كل العائلة الكريمة من إخوة و أخوات

إلى سندي في الحياة حفظهم الله لي .

إلى صديقتي رفيقة مشواري دراسي سدد الله خطاها أهدي إليكم هذا
التخرج .

(كوتر)

الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات.

أخيراً تحقق حلم التخرج.

لطالما انتظرت هذا اليوم كي أرى الفخر والسعادة في عين أُمِّي وأبِي.

وها أنا اليوم اهري تخرجي إلى نبع الحنان والقلب الناصع بالبياض من تستقبلني بابتسامة وتووعني برعوه

أُمِّي الغالية

وإلى سنري وضياء وربي من علمني الاصرار والمثابرة مصدر الامل والطموح

أبِي الغالي

وإلى روح فقيرتي جدتي الغالية رحمك الله

كم يسعرنِي رؤيتكم وانتم فخورين وسعداء بنجاحي.

حفظكم الله واولادكم تاج على رأسي. وأيضاً إلى اُحباب قلبي ونور حياتي اخوتي واخواتي.

وإلى خلاتي الغاليات لكم كل الاحترام والشكر والتقدير وإلى صديقتي و اساتذتي الاعزاء.

رويسا

ملخص الدراسة :

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأنستغرام و ما علاقته بالترويج لمنسوجات التقليدية بالاغواط (دراسة حالة بغرفة الصناعة التقليدية بالاغواط) و مدى نجاح استراتيجية الترويج للمنسوجات التقليدية عبر الأنستغرام حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي و تكونت عينة الدراسة من 30 امرأة حرفية و طبقنا الإستبيان عليهم و و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- يعتمد أصحاب المنسوجات التقليدية في تسويق منسوجاتهم عبر الأنستغرام بشكل قوي.
- للأنستغرام دور كبير نحو اقبال الافراد عل استخدام المنسوجات التقليدية كبديل لمنسوجات الصناعية الحديثة.
- إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عامة و الأنستغرام خاصة كأداة في تفعيل الانشطة الحرفية النسوية و لترويج و تسويق منسوجات الصناعة التقليدية و الحرف.

الكلمات المفتاحية : الأنستغرام – مواقع التواصل الاجتماعي – الترويج- المنسوجات التقليدية

Abstract

The study aimed to investigate the relationship between Instagram and the promotion of traditional textiles in El-Oued (a case study with the Traditional Industry Chamber in El-Oued), and the extent of success of the strategy of promoting traditional textiles through Instagram. The descriptive analytical method was used, and the study sample consisted of 30 craftswomen who were surveyed. The study reached the following conclusions:

Owners of traditional textiles rely heavily on marketing their products through Instagram.

Instagram plays a significant role in people's inclination towards using traditional textiles as an alternative to modern industrial textiles.

The use of social media platforms, particularly Instagram, serves as a tool for activating female craft activities and for promoting and marketing traditional industrial textiles and crafts

keywords : Instagram - Social media sites – Promotion- Traditional textiles.

الفهرس العام

	كلمة شكر و عرفان
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المواضيع
	فهرس الأشكال
	فهرس الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة	
4	أولا : الإشكالية
4	ثانيا : تساؤلات و فرضيات
6	ثالثا : تحديد المفاهيم
8	رابعا : أسباب اختيار الموضوع
8	خامسا : أهمية الدراسة
9	سادسا: أهداف الدراسة
9	سابعا: الدراسات السابقة
الفصل الثاني : الإنستغرام كموقع للتواصل الاجتماعي	
19	تمهيد
20	أولا : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.
21	ثانيا : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي .
22	ثالثا: خصائص موقع التواصل الاجتماعي.
26	رابعا: تعريف موقع الإنستغرام.
27	خامسا: نشأة موقع الإنستغرام.
28	سادسا : مميزات موقع الإنستغرام.
32	سابعا: مجالات استخدام موقع الإنستغرام.
35	ثامنا إيجابيات موقع الإنستغرام.

36	تاسعا: سلبيات موقع الإنستغرام.
38	خلاص الفصل
الفصل الثالث : غرفة الصناعة التقليدية و الحرف بالأغواط	
40	تمهيد
40	أولا : بطاقة فنية عن غرفة الصناعة التقليدية والحرف بالأغواط.
40	ثانيا : نشأة غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط.
41	ثالثا : مجالات الصناعة التقليدية والحرف.
42	رابعا: انواع الصناعة التقليدية والحرف.
44	خامسا : مهام غرفة الصناعة التقليدية والحرف.
44	سادسا : أهمية غرفة الصناعة التقليدية والحرف.
45	سابعا : اهداف غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط.
46	ثامنا أشهر المنسوجات التقليدية بولاية لأغواط.
50	تاسعا : تقنية صناعة المنسوجات التقليدية بولاية الأغواط .
61	عاشرا: الإنستغرام كموقع الترويج منتوجات التقليدية بالأغواط.
65	خلاصة الفصل
الفصل الرابع : الجانب الميداني للدراسة	
67	تمهيد
68	أولا: منهج الدراسة
68	ثانيا : مجالات الدراسة
68	ثالثا : عينة الدراسة
69	رابعا : أدوات جمع البيانات
69	خامسا: تحليل الجداول
92	سادسا : نتائج الدراسة
95	الخاتمة
100	قائمة المراجع
/	الملاحق

فهرس الأشكال :

الصفحة	عنوان الشكل
72	الشكل رقم (01) : يمثل توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية للمبحوثات
73	شكل رقم (02) : يمثل مزاولة المبحوثات للمهن الأخرى"
74	شكل رقم (03) : يمثل دوافه مزاولة حرفة النسيج
76	جدول رقم (04) : يمثل العمل الحر في مواسم محددة
77	الشكل رقم (05) : يمثل طريقة تعلم الحرفة
78	جدول رقم (06) : يمثل طبيعة المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج
80	شكل رقم (07) : يمثل أسعار المورد الأولية المستخدمة في الحرفة
81	شكل رقم (08) : يمثل الوقت المحدد للعمل :
83	شكل رقم (09) : يمثل توفير رأس مال للعمل بالحرفة"
84	الشكل رقم (10) : يمثل مكان ممارسة الحرفة

الصفحة	عنوان الجدول
17	جدول رقم (01) يمثل أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
69	جدول رقم (02) : يمثل توزيع العينة حسب متغير السن
70	جدول رقم (03) : يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي
71	جدول رقم (04) : يمثل توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية للمبحوثات
73	جدول رقم (05) : يمثل مزاوله المبحوثات للمهن الأخرى"
74	جدول رقم (06) : يمثل دوافع مزاوله حرفة النسيج
76	جدول رقم (07) : يمثل العمل الحرفي في مواسم محددة
77	جدول رقم (08) : يمثل طريقة تعلم الحرفة
78	جدول رقم (09) : يمثل طبيعة المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج
80	جدول رقم (10) : يمثل أسعار المورد الأولية المستخدمة في الحرفة
81	جدول رقم (11) : يمثل توفير رأس مال للعمل بالحرفة"
83	جدول رقم (12) : يمثل وقت محدد للعمل
84	جدول رقم (13) : يمثل مكان ممارسة الحرفة
85	جدول رقم (14) : يمثل كيفية تسويق المنتج
86	جدول رقم (15) : يمثل دور الإنستغرام في زيادة الإقبال على شراء المنسوجات التقليدية
87	جدول رقم (16) : يمثل فئات الزبائن المهتمين بالمنسوجات التقليدية
88	جدول رقم (17) : يمثل مدى متابعة الأفراد لحسابات الإنستغرام المهتمين بالحرفة .
89	جدول رقم (18) : يمثل التفاعلات الإيجابية من المتابعين على الإنستغرام .
90	جدول رقم (19) : يمثل مدى تلقي طلبات الشراء على الإنستغرام .
91	جدول رقم (20) : يمثل كيفية مساهمة الأنستغرام في تقوية العلاقة بالزبائن.

مقدمة

مقدمة :

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة من وسائل الإتصال العصرية التي ساعدت الأشخاص على طرح أفكارهم و آرائهم و إبداعاتهم بطرق جديدة كلياً و من بين هذه المواقع التي أصبحت لها حضوراً كبيراً فيها نجد موقع الأنستغرام الذي يعتمد على نشر محتويات و كذلك ترويج مختلف العلامات التجارية لتحقيق ربح مالياً كبيراً بإعتباره من أكبر الشبكات الإجتماعية حيث إنتشرت أهمية التسويق عبر الأنستغرام في السنوات الأخيرة بشكل واسع و حقق نجاحاً كبيراً في تسويق المنسوجات و الخدمات لمختلف الأنشطة كما أصبح بديلاً مثالياً لطرق التسويق التقليدية ، فكل مجتمع من مجتمعات له إرث ثقافي خاص به و هذا الإرث الذي يحتوي على مكونات ثقافية تميزه عن غيره من المجتمعات ، حيث تعد الصناعات التقليدية كل لكثير من هذه مجتمعات كبطاقة هوية يستدل بها على ماتركز به هذه الأخيرة من تراث و من بين هذه الصناعات صناعة المنسوجات التقليدية بولاية الأغواط التي تعبر على الإرث الثقافي لدى المجتمع الأغواطي بحيث يعتبرونه نموذج واسع في ذاكرة الشعوب .

و من هذا السياق حاولنا من خلال دراستنا التعرف على علاقة الأنستغرام بالترويج للمنسوجات التقليدية بولاية الأغواط و ضمن هذا المسعى قسمنا دراستنا إلى أربعة فصول

الفصل الأول : تضمن فيه موضوع الدراسة و قد تناولنا فيها المشكلة و تساؤلات

الدراسة و كذا الأهمية و أهداف هذه الدراسة بالإضافة إلى الدراسات السابقة

الفصل الثاني: و هو الإطار النظري تطرقنا فيه لكل ما يتعلق بموضوع الأنستغرام

كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي بذكر مفهومه و أهميته و مميزاته و خصائصه و مجالاته

الفصل الثالث: حاولنا فيه التعريف بغرفة الصناعة التقليدية و الحرف بولاية الأغواط و نشأتها و مهامها و أهدافها و ذكر أشهر منسوجات التقليدية بولاية الأغواط و تقنياتها .

الفصل الرابع :و هو خاص بالدراسة الميدانية و الذي يتضمن المنهج و حدوده و الأساليب الإحصائية . و ختمت الدراسة بإستنتاج عام.

الفصل الأول

مدخل الإطار المنهجي

أولا : الإشكالية

ثانيا : تساؤلات و فرضيات

ثالثا : تحديد المفاهيم

رابعا : أسباب اختيار الموضوع

خامسا : أهمية الدراسة

سادسا : أهداف الدراسة

سابعا : الدراسات السابقة

أولاً : إشكالية الدراسة :

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم مخرجات التطور التكنولوجي الذي وصل إليه العالم الحديث لما يقدمه من خدمات جليلة سهلت على العالم عملية الاتصال والتواصل.

ويعد مواقع الأنستغرام من بين أهم هذه المواقع نظراً لإستخدامه الواسع والمنتشر بين أفراد المجتمعات، ظهر سنة 2010 على يد كيفين سيستروم، ومايك كرايغر، حيث ينشر فيه المستخدمون على صفحاتهم مختلف الفيديوهات، والذي يمتلك خصائص مميزة مثل الصور التي يمكن التقاطها بالأنستغرام نفسه مع إمكانية تعديلها وإضافة مؤثرات بصرية، ومشاركتها إعلانية، أو مع متابعين الموافق عليهم فقط . ووفقاً للإحصائيات عام 2010 فإن مليار شخص يستخدم هذا التطبيق، مما جعله في المرتبة الثانية مقارنة بجميع المنصات الاجتماعية، كما أنه لم يبقى مجرد موقع لتواصل وتبادل الصور إنما أصبح منصة تجارية ترويجية تحقق ارباح مالية كبيرة باعتباره من أكبر شبكات الاجتماعية.

فكل مجتمع من مجتمعات له إرث ثقافي خاص به هذا الإرث الذي يحتوي على مكونات ثقافية تميزه عن غيره من مجتمعات تعتبر الصناعات التقليدية كل لكثير من هذه المجتمعات كبطاقة هوية يستدل بها على ما تركز به هذه الأخيرة من تراث.

وعندما أصبحت الصناعات الحرفية واليدوية ضرورة ملحة، حيث قفزت الجزائر قفزة نوعية بتسخير جميع إمكانيتها لتنظيم النشاط الحرفي ضمن اطار إدارية و قانونية، وتوسيع هذا المجال الذي أصدر اهتماماً بالغاً بممارسات بعض النشاطات الحرفية وترقيتها لضمان بعثها من جديد خاصة النشاطات التي تقوم بممارستها المرأة من أجل تطويرها وإشراكها وتمكينها في سوق العمل، من أجل الاعتراف بها وبدورها الاقتصادي والاجتماعي.

ونظراً لتنوع الأنشطة الحرفية النسوية كصناعة النسيج التقليدي، من أكثر الحرف التقليدية والقديمة انتشاراً، بحيث أصبحت من الأولويات الاستراتيجية بولاية الأغواط، والتي تعتبر من النشاطات الحرفية لا بد لها من الاستمرار و الانتشار والظهور خاصة في بيئة اتصالية الجديدة و من خلال إسهاماتها وأهميتها الكبيرة في ترقية وتطور وتفعيل النشاط الحرفي، وخاصة الأنشطة الحرفية النسوية مما جعل مستخدمون هذا المجال، البدء بالاستعانة في ترويج منتجاتهم وتطويرها وتفعيلها عبر الوسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة موقع الأنستغرام الذي قد ساهم بشكل كبير في تطوير هذا المجال لمواكبة العصر الحالي، ومتغيراته في هذه البيئة.

في ضوء ما تقدم يمكن تحديد مشكلة الدراسة على النحو التالي:

كيف يساهم الأنستغرام في ترويج المنسوجات التقليدية بالأغواط؟

و تندرج تحته العديد من التساؤلات الفرعية :

- ما مدى اعتماد المرأة الحرفية على الإنستغرام في تسويق منسوجاتهن التقليدية ؟
- ما الدور الذي يلعبه الأنستغرام في إقبال الزبون على المنسوجات التقليدية بالأغواط؟

ثانياً : الفرضيات:

- يعتمد أصحاب المنسوجات التقليدية في تسويق منسوجاتهم على الأنستغرام بشكل قوي .
- للأنستغرام دور كبير نحو إقبال الأفراد على استخدام المنسوجات التقليدية كبديل للمنسوجات الصناعية الحديثة .

ثالثا : تحديد المفاهيم :

الترويج :

أ- نظريا : عرفه كان كايد بأنه نظام إتصال متكامل يقوم على نقل معلومات عن سلعة أو خدمة بأسلوب إقناعي إلى جمهور مستهدف من المستهلكين، القناع أفراده على قبول السلعة أو الخدمة المروج لها¹.

- وعرفه كيرمان: بأنه الجهد المبدول من جانب البائع إقناع المشتري بقبول معلومة معينة عن سلعة أو خدمة وحفظها في ذهنه بشكل يمكنه من إسترجاعها².
- وعرفه كوتلر : أنه نشاط يتضمن إطار الجهود التسويقية، وينطوي على عملية إتصال إقناعية.

ب- اجرائيا: كما يمكن تعريفه بأنه استخدام البائع أساليب مباشرة وغير ومباشرة وذلك عند إتصاله بالمستهلكين من أجل إقناعهم بما يقدمه من منتجات وذلك لتحقيق الهدف الظاهر وهو شراء المنتج من طرف المستهلكين والهدف الباطن وهو تحقيق الربح من جراء زيادة المبيعات، وهذه الأساليب تتمثل في عناصر المزيج³.

مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- نظريا : مواقع إجتماعية تفاعلية تسمح للمستخدمين من المشاركة في اهتمامتهم ويمكن لجوء إليها بكل سهولة وهي مناسبة لكل فئات والاعمار⁴.

¹ بن ساعد فاطنة، الإعلانات ودورها في خلق اداء تسويقي فعال، اطروحة الدكتوراه، كلية علوم إقتصادية، جامعة الجاللي ليايس، 2014، 2015، سيدي بلعباس، 19 ص

² نزاجي مالك، راق توفيق، اصول التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2002، ص294

³ ناجي معل، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، الدار الجامعة الأردن، ص1

⁴ شيماء الهواري، محمود أحمد محمد، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنسان، مجلة الدراسات العالمية، مجلة الدراسات العلمية، المركز الديمقراطي العربي، العدد8، برلين أغسطس 2019 ص38.

هي منظومة الشبكات الكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به من ثم ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتماماتي و الهوايات نفسها أو جميعها مع اصدقاء.

ب- إجرائيا: هي مواقع إجتماعية داخل شبكة انترنت تتيح للمستخدمين الاتصال و تبادل معلومات و الأفكار حول موضوع معين.¹

النسيج التقليدي:

نظرياً: هو أسلوب النسيج الذي يستخدم التقنيات التقليدية في تصنيعه، مثل الحياكة يدوياً أو بالحياكة على الآلات التقليدية. عملية تصنيع النسيج التقليدي تعتمد على مهارات يدوية تقليدية تُورث من جيل إلى جيل وتستمر لعدة أجيال.

اجرائيا: فيُعتبر النسيج التقليدي هو النسيج المصنوع يدوياً أو باستخدام آلات تقليدية ومعدات تقليدية، دون استخدام التقنيات الحديثة أو الآلات الكهربائية.

بصورة عامة، النسيج التقليدي يتميز بالجودة والتفصيل الدقيق والروح الفنية التي يضيفها عمل اليد عليه، ويشهد طلباً متزايداً على هذا النوع من النسيج في السوق بسبب قيمته الثقافية والفنية.

الأنستغرام:

أ- نظريا : هو طريقة جديدة من طرق اتصال حيث يعتمد بالشكل اساسي على الصور و الفيديوات القصيرة و يسمح بتحديثها بطريقة سهلة و بسيطة و قد شهد هذا الموقع انتشارا كبيرا من حيث للمستخدمين منذ انطلاقه في أكتوبر 2010.²

¹ مجلة كلية التربية، مرجع نفسه، ص 329.

² ياسين قرناي، امينة بكار، تطبيقات الاعلام الجديد طبعة 1 دار الاريام للنشر والتوزيع، 2017، صفحة 137

ب- إجرائيا : هو تطبيق و شبكة إجتماعية يستخدم لمشاركة الصور و الفيديوهات مع آخرين من أهم تطبيقات الذي التقى روجا كبيرا في الأواني أخيرا في الجانب المشوي و متابع مؤثرات في مواقع التواصل خاصة في مجال المنسوجات التقليدية والعصرية.¹

رابعا : أسباب اختيار الموضوع:

إن أي دراسة علمية لا تنطلق من فراغ، بل لها خلفيات تشكل مجموعة من الأسباب التي من شأنها أن تدفع الباحث إلى المضي في بحثه وكشف الحقائق العالقة في ذهنه. وتأتي هذه الدراسة بجملة من الأسباب، منها:

أ- أسباب موضوعية:

- كون موضوع المعالج يصب في إطار تخصصنا الدارس.
- حداثة الموضوع وقابله للدراسة من الناحية (المنهجية، النظرية، التطبيقية)
- إعتقاد غرفه الصناعة التقليدية على ترويج منتجاتها عن طريق الأنستغرام.

ب- أسباب ذاتية:

- ملاحظتنا الشخصية الدور الكبير لموقع الأنستغرام في الترويج للمنتجات التقليدية.

- اهتمامنا بالمنتجات التقليدية و احياء التراث القديم.
- الرغبة في تقديم معلومات حول الأنستغرام واستخداماته

خامسا: أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في تسليط الضوء على علاقة الأنستغرام بالترويج للمنتجات التقليدية والوصول إلى أهم النتائج التي تبرز الدور الفعال لموقع الأنستغرام في عملية الترويج. وتعتبر هذه الدراسة من المراجع المهمة للمهتمين في مجالات البحوث العلمية، نظراً لقلّة

¹ وسام فاضل، مهندحميد التهامي، الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة دار الكاتب الجامعية لبنان، 2018، صفحة 158.

الدراسات العربية، حسب علم الباحثين، المتعلقة باستخدام الأنستغرام. ولهذا السبب، تعد هذه الدراسة من المراجع المهمة في هذا المجال، حسب علم الباحثين.

سادسا : أهداف الدراسة:

- تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة موقع الأنستغرام، كوسيلة لا تقتصر على الدردشة وبناء الصداقات فقط، وإنما تتجاوز ذلك إلى أغراض أخرى مثل الترويج.
- دراسة تطوير مفهوم الترويج للمنتجات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- الاطلاع والتعرف على واقع استخدام الأنستغرام في الترويج للمنتجات ومدى نجاح تلك الشبكات في تحقيق أهدافها.
- التعرف على كيفية ترويج المؤثرين للمنتجات التقليدية عبر موقع الأنستغرام.
- التعرف على الأهداف التي يسعى المؤثرون لتحقيقها من خلال الترويج.
- تهدف الدراسة إلى تحديث العلاقة بين المتغيرين.

سابعا : الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

فارو محمد الأمين، أثر استعمال تطبيق الإنستغرام في تعزيز ولاء الزبون، جامعة أحمد بن يحيى الونشريس تيسمسيلت (ماجستير)، الجزائر 2021.

إشكالية الدراسة:

تناولت هذه الدراسة أثر استخدام تطبيق الإنستغرام على تعزيز ولاء الزبون (حالة منتجات إيريس).

من خلال ما سبق، فإن هذه الدراسة تسعى إلى تشخيص أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في عملية الترويج للمنتجات والتأثير على المستهلكين.

السؤال الرئيسي:

ما مدى تأثير استخدام تطبيق الإنستغرام في تعزيز ولاء الزبون؟

أسئلة الدراسة:

- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإنستغرام وتعزيز ولاء الزبون؟

فرضيات الدراسة:

1. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإنستغرام وتعزيز ولاء الزبون.

2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإنستغرام وتعزيز ولاء الزبون.

مجتمع الدراسة:

عينة الدراسة: عينة عشوائية من 50 مبحوثاً.

أداة جمع البيانات:

الاستبيان.

منهج الدراسة:

تم الاعتماد عند إعداد البحث وقصد الإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار الفرضية الموضوعية على المنهجين هما:

- المنهج الاستنباطي

- المنهج الاستقرائي

أهم نتائج الدراسة:

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإنستغرام وولاء الزبون، حيث يُعتبر الإنستغرام كتطبيق ثقل في معطيات التسويق الإلكتروني.
- أهم المعلومات التي يبحث عنها الزبون هي معلومات تسويقية وتجارية حول منتجات إيريس، ويمكن الاستفسار عن طريق التعليقات أو التواصل مع الصفحة.
- إن الإنستغرام يقدم معلومات جيدة عن منتجات إيريس، كما أنه يختار بعناية جودة الصور التي تجذب أنظار المستهلك.

الدراسة الثانية:

بودربالة عبد القادر، دور الإنستغرام في الترويج للمنتجات التجارية (ماجستير)، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021

إشكالية الدراسة:

تناولت هذه الدراسة دور الإنستغرام والدور الفعال الذي تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج لمختلف المنتجات، من خلال دراسة ميدانية على عينة من مروجين منتجات عبر الإنستغرام.

السؤال الرئيسي:

ما الدور الذي يلعبه الإنستغرام في الترويج للمنتجات التجارية؟

أسئلة الدراسة:

1. كيف يتم الترويج للمنتجات التجارية عبر الإنستغرام؟

2. ما هي صعوبات الترويج عبر الإنستغرام؟

3. ما هو الدافع والحاجة الكامنة وراء استخدام الإنستغرام للترويج للمنتجات التجارية؟

4. هل كان للإنستغرام دور في زيادة المبيعات في ظل جائحة كورونا؟

فرضيات الدراسة:

يتم الترويج للمنتجات التجارية عبر الإنستغرام بعرض منتجاتهم فور وصولها للمحل على صفحة الإنستغرام لاستقطاب المتابعين، حيث يعتبر هذا الخيار ميزة تمنحهم المزيد من المتابعين والزيائن، وبالتالي يمكنهم الاطلاع على محتوى المنتج قبل زيارة المحل.

- صعوبات الترويج في الإنستغرام تتمثل في وجود ترويج مزيف للمنتجات أو احتيال على المال، وهذا ما شكل عائقًا أمام استمرارية بعض المروجين في الإنستغرام.
- الدافع والحاجة لاستخدام الإنستغرام في الترويج يأتي من إمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من شرائح المجتمع المختلفة. وقد لعب الإنستغرام دورًا كبيرًا في زيادة المبيعات في ظل جائحة كورونا.

مجتمع الدراسة:

- عينة الدراسة: عينة من 07 مفردات.
- أداة جمع البيانات: المقابلة كأداة رئيسية في الدراسة.
- منهج الدراسة: منهج الوصفي.

أهم نتائج الدراسة:

- أن الإنستغرام له دور فعال في الترويج للمنتجات.
- يُعتبر الإنستغرام من مواقع التواصل الاجتماعي التي تسهم في التجارة الإلكترونية.
- استحسّن المروجون عبر منصات الإنستغرام هذه المهنة.

الدراسة الثالثة: (ليلى بوعزيز دور المؤثرين على موقع الإنستغرام في ترويج العلامات التجارية، جامعة صالح بونيدر، قسنطينة (2022).

إشكالية الدراسة:

تناولت هذه الدراسة للتعرف على كيفية ترويج المؤثرين على موقع الإنستغرام للعلامات التجارية التجميلية. ومن خلال هذا المنطلق، تأتي دراستنا لتسليط الضوء على الأساليب التي يعتمدها المؤثرون لترويج العلامات التجارية التجميلية.

التساؤل الرئيسي:

كيف يقومون المؤثرون مثل ليلى بوعزيز بترويج العلامات التجارية التجميلية من خلال فيديوهاتهم على موقع الإنستغرام؟

تساؤلات الدراسة:

1. ما هي اللغة التي تعتمدها ليلى بوعزيز في فيديوهاتها؟

2. ما هي اللقطات البارزة التي تستخدمها ليلى بوعزيز؟

3. ما هي الأهداف التي تسعى ليلى بوعزيز لتحقيقها؟

4. ما هو جمهور ليلى بوعزيز الهدف؟

فرضيات الدراسة:

- اعتمدت ليلى بوعزيز بنسبة كبيرة على المزيج اللغوي، حيث تستخدم اللغة العامية للتواصل مع النساء الجزائريات، مما يعزز ترويج المنتجات المحلية والأجنبية.
- استخدمت ليلى بوعزيز مجموعة متنوعة من اللقطات، مما يساعدها على إبراز منتجات العلامات التجارية بشكل واضح.

- سعت ليليا بوعزيز إلى توفير معلومات شاملة ودقيقة حول المنتجات التجميلية التي تروج لها.
- تستهدف ليليا بوعزيز النساء من ذوي الدخل المختلف، مما يعكس استراتيجيتها في تحقيق أقصى قدر من التغطية والتأثير.

مجتمع الدراسة:

- عينة الدراسة: تم تحليل مجموعة بيانات تتألف من 200 مشارك باستخدام تقنية BLS-SEM.
- أداة جمع البيانات: تم تصميم استطلاع باستخدام طريقة الأخذ العينات المستهدفة.
- منهج الدراسة: المنهج الوصفي.

نتائج الدراسة:

- يقوم المؤثرون مثل ليليا بوعزيز بترويج العلامات التجارية التجميلية المحلية والأجنبية.
- يعتمدون على تجربة المنتجات لإظهارها بشكل فعال.
- يسعون لتوفير معلومات كافية وشاملة للمتابعين.
- تحظى العلامات التجارية التجميلية المستوردة بشعبية كبيرة في الجزائر، وتحظى بدعم كبير من قبل الشركات المحلية.

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة هي:

- كيفية صياغة الإشكالية.
- كيفية صياغة الفرضيات.
- تساعد الباحث في اختيار المنهج العلمي المناسب لبحثه.
- تنقادي من الأخطاء التي وقع فيها الباحثون الآخرون.
- تقدم للباحث معلومات عديدة تساهم في إغناء بحثه العلمي وبشكل كبير.
- تزود الباحث بالكثير من مصادر ومراجع ذات صلة بموضوع دراسته.
- تبرز أهمية دراسته من دراسات سابقة.

جدول رقم (01) يمثل أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
<ul style="list-style-type: none"> • تشابهت واتفقت دراسات السابقة مع دراستنا في نفس درجة العلمية رسالة (الماستر). • تشابه دراسات سابقة مع دراستنا في موضوع موحد وهو الإنستغرام. 	<ul style="list-style-type: none"> • اختلفت الدراسات السابقة مع دراستنا في المجال المكاني والزمني حيث دراسة بودريالة عبد القادر أجريت بجامعة قاصدي مرباح بورقلة ودراستنا بغرفة صناعة تقليدية بالأغواط. • اختلفت الدراسات السابقة مع دراستنا في منهج الدراسة حيث اعتمدت دراستنا على منهج الوصف بحيث اعتمدت دراسة محمد امين على منهج الاستنباطي و الاستقرائي.

الفصل الثاني

الإنستغرام

تمهيد

- 1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي .
- 3- خصائص موقع التواصل الاجتماعي.
- 4- تعريف موقع الإنستغرام.
- 5- نشأة موقع الإنستغرام.
- 6- مميزات موقع الإنستغرام.
- 7- مجالات استخدام موقع الإنستغرام.
- 8- إيجابيات موقع الإنستغرام.
- 9- سلبيات موقع الإنستغرام.

خلاصة الفصل

تمهيد

تغزو مواقع التواصل الاجتماعي حياتنا اليومية أكثر من اي وقت مضى قد أضحى العالم بأسره عبارة عن شبكة عنكبوتية رقمية فهي لا تتيح لنا فقط التواصل مع بعضنا البعض بل أنها تقوم باطلاعنا على مختلف الأحداث والمجريات اليومية وتنقل لنا مختلف أنواع المعلومات التي من أهمها معلومات الثقافية ما جعلها جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية والاجتماعية للعديد من الأفراد كونها تحقق مختلف الإشباعات لمستخدميها.

أولاً : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت العالمية (world wide web) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجمع افتراضي يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلاد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عمل لنقل معلومات، حيث شهدت مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة وتنوعت تعريفاتها واختلفت من باحث إلى آخر وسيتم جملة من تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

يعرفها وسيم زاهر راضي على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.¹

وعرفها الدكتور سعد البطوط في كتابه (التسويق السياحي) بأنها

موقع ويب أنشأت بغرض جمع المستخدمين والأصدقاء (العمل، الدراسية) ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات واهتمامات وأنشطة جديدة كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات (المحادثة الفورية، البريد الإلكتروني، مقاطع الفيديو، الصور و التدوين).²

وعرفها الدبلجي مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي مكان من العالم حيث ظهرت على شبكة الإنترنت من سنوات تمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور والآراء مع إمكانية توطيد العلاقات الاجتماعية بينهم.³

¹ مركز المحتسب، الاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، تويتر نموذجاً، دار المحتسب للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية 1438هـ-2016 م.

² حسين محمود تميم، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص83

³ صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي، أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر وتوزيع، عمان، 2015 ص138.

- يرى المقادي مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها شكل مبسط من أشكال التواصل الإنسان لأنها تسمح بالتواصل مع عدد من الناس (أقرب أصدقاء زملاء) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل معلومات على نطاق واسع فهي مواقع تعطيك معلومات فقط بلا تتزامن وتتفاعل أثناء إمدادك بتلك المعلومات وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت.¹

يتضح لنا أن الباحثين اشتركوا في وضع تعريف موحداً لمفهوم المواقع التواصل الاجتماعي كونها وسيلة إلكترونية تجمع بين الافراد مشاركة أفكارهم وتكوين الصداقات وتقوية الروابط بينهم في ظل بيئة افتراضية.

ثانيا: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

إذا كان العصر الحالي يشهد اتصالات ومعلومات في كافة مجالات بوتيرة متسارعة فليس من الغريب أن يمتد تأثيرها إلى مجال التواصل من حيث عملية النقل واستقبال المعلومات بين طرفين أو أكثر در عبر قنوات غير مباشرة وضمن شبكات اجتماعية للتواصل الالكتروني حيث رجع ظهور المواقع الاجتماعية إلى عالم الاجتماع جون بارنر في عام 1954 حيث تمثلت في نوادي للمراسلة العملية التي تستخدم في ربط علاقات الأفراد في مختلف الدول باستخدام الرسائل المكتوبة إلا أن ظهور شبكة الإنترنت ساعد على انتشار هذا المفهوم تشكيل واسع من خلال التطبيقات ومواقع الكترونية الى تركيز على بناء شبكات اجتماعية تربط ذوي اهتمام والنشاط المشترك بحيث يكون لكل مشترك حساب خاص به يحتوي على ملف خاص و سياسة وحماية لحسابه تسمح للمستخدمين بتبادل ومشاركة المعلومات والبيانات والأفكار والرؤى.²

¹ أحمد قاسمي، سليم جدادي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية وسياسية واقتصادية، ألمانيا، 2019، ص20.

² بوقنون نهاد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية، ص 43.

تعتبر أوائل التسعينات من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور مواقع الاجتماعية حين صمم راندي كوزادز موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام 1995 اطلق عليه اسم classmates .com وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني إفتراضي بين الناس.¹

أما في سنة 1997. ظهر موقع آخر عرض وظائف أولية هو موقع sixdegrees.co يضم قائمة من الأعضاء وجماعات أفراد كان يدور بينهم نقاش حول حياتهم الشخصية بغض النظر عن انتمائهم العرقي أو الديني والثقافي لكن هذا الموقع لم يدم طويلاً حيث أغلق لأسباب مالية وعدم جني أرباح مادية لصاحب الموقع.²

ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها:

1- التفاعلية: هذه السمة لم تكن سوى أشكال الاتصال المواجهي بينما كان الاتصال الجماهيري يفقدها تماماً وتعني التفاعلية Interactivity انتهاء فكرة الاتصال الخمل Linear أو الاتصال في اتجاه وأمن من المرسل إلى المستقبل وهو ما كان يتسم في الاتصال الجمعي أو الجماهيري والثقافي اعتمادا على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، وكما أن التفاعلية .

في نظام معلومات الرقمية تمنح المستخدم user وهو المتلقي في عملية الاتصال تأثير ميدان السيطرة على المخرجات ما دامت تتوفر في البرامج الطرق المتعددة الاقتراب من المعلومات أو المحتوى Access والتي أصبحت مطلبا في كل برامج الاتصال الرقمي

¹ عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015 م. ص18-19.
² حليلة قادري، التواصل الاجتماعي، دار المنهجية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2016، ص 118-119

أو معظمها و تتميز هذه البرامج بالتفاعلية ويشير إلى بعض المؤلفين تعدد نقاط التقاطع crossroads التي توفر للمتلقي الخيارات المتعددة القائمة على تصميم البرامج إلى حاجته من عملية الاتصال.¹

ظهر موقع friendster.com الذي حقق نجاحا دفع google إلى محاولة شرائه سنة 2003 وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع SHAYROCH كمنصة للتدوين ثم تحول إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وفي عام 2008 استطلاع الموقع تحقيق واسع ليصل إلى المركز السابع في ترتيب الواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشاركين.

وفي عام 2001 أنشأ موقع الفاسبوك على يد مارك زوكربارغ في جامعة هارفارد وكانت فكرة إنشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة للتواصل مع بعضهم.

وفي عام 2005 تأسس موقع اليوتيوب YouTube في مدينة وفي عام San Bruno يا ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية.

ثم ظهور موقع التويتير Twitter في 2006 على يد جارك دورزي، بيزستون وايفان ويليامزو يسمى موقع للتدوين المصغر فهو يسمح للمستخدمين بكتابة رسالة (تغريده) لا تتجاوز 140 حرفا و تويتير خدمة أطلقتها Obvious و التي مقرها سانفرنسيسكو ثم قامت بفصل شركة تويتير عن شركة تحمل اسم تويتير Twitter في عام 2007.

2- التنوع :

التنوع من تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها بالإضافة إلى الارتفاع القدرة في الإنتاج والتخزين والإتاحة للمحتوى الاتصال إلى التنوع في العملية الاتصالية التي وفرت

¹ محمد العوضي، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للنشر، الطبعة الأولى، 2020، ص31.

للمتلقي اختبارات أكثر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال وتمثل ذلك في الآتي :

- تنوع أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة وهي الحاسب الشخصي .PC

- تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الإنترنت.¹

3- التكامل:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي أنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفر صفحات تلك المواقع والتي ترتبط لمواقع أخرى للتواصل أيضا مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفاسبوك وهكذا مما سهل وسرع من عملية انتقال المعلومات.²

4- تجاوز حدود الثقافية:

إن اختراع هذه الشبكات مساهم في انعكاس قواعد الحرية النشر والتعبير تدعم الوعي الديمقراطي وغيرها من الأفكار المفاهيم الثقافية والسياسية والاجتماعية التي انشرت وتكونت حولها تشكيلات وجماعات آن استفادت من سهولة استعمالها والشر والمشاركة في مواقع الخاصة بذلك وبناء مواقع جديدة دون تقنية ومادية في دعم هذه الأفكار والدعوة لها كإطار الاجتماعي.³

¹ رامي حسين حسني، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، جامعة الأزهر، غزة، 2012 ص 48.50
² خالد عسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية - التقنية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013 ص
³ رامي حسين حسني، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، جامعة الأزهر، غزة، 2012 ص 50.48.

5- الفردية والتجزئة:

يرفع الاتصال الرقمي من قيمة الفرد وتميزه عندها توفير برامجه المتفردة وبروتوكولاته قدراً كبيراً من الخيارات التي منحت آلاف الاتصالات حرية أوسع في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال وهو ما يجعل من القيمة الفردية individualité ويرفع منها.

6- تجاوز وحدة المكان والزمان:

بمعنى العالمية حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية تتحطم الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع فرد في الغرب وببساطة وسهولة.¹

7- الاستغراق في عملية الاتصال:

من خصائص الميزة الاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظراً لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها وكذلك تطور برامج معلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما يشجع المستخدمين لأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق flow في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي.

- كما يساعد تطور البرامج النصوص ثقافة ورسائل الفائقة على طول فترة التجوال navigation بين معلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب معلومات أو التسلية لذلك فإن فترة استخدام الحاسب وبرامجه تفوق في كثير من الأحيان الفترات التي يستقطعها الفرد من وقته للقراءة أو المشاهدة أو الاستماع.

8- التشكيك في جدوى الأنظمة الرقابية والسياسية والإدارية والدينية الرسمية والأهلية السائدة في مجال السياسي وأنشطته وفاعلية السياسيين والاجتماعيين والدينيين ومعارضين.¹

¹ خالد عثمان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية - التقنية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ص 27

رابعاً: تعريف موقع الإنستغرام:

هو تطبيق مجاني لمشاركة الصور عبر الإنترنت منصة للشبكات الاجتماعية حيث يسمح للمستخدمين بتحرير وتحميل الصور ومقاطع الفيديو القصيرة.

كان تطبيق إنستغرام يستخدم في بداية إطلاقه لمشاركة الصور فقط إلا أنه في يونيو 2013 تم إضافة ميزة تصوير تصوير مقاطع الفيديو ومشاركتها عبر التطبيق من أجل منح المستخدمين المزيد من الخدمات واخبارات. يعتبر التطبيق من أفضل الوسائل التي تمنح للمستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء من خلال نشر التعليقات على الصور ومقاطع الفيديو والتسجيل الإعجاب بها.

كما يسمح تطبيق الإنستغرام لمستخدميه الإشارة إلى الأصدقاء الصور التي تم مشاركتها، ما يزيد التفاعل بين المستخدمين.

يعتمد تطبيق الإنستغرام بشكل أساسي على فكرة التتبع حيث يقوم المستخدم بتتبع الأشخاص الذين يعجب بصورهم ومقاطع الفيديو لأنه يعمل بكفاءة وفاعلية على كافة أنظمة تشغيل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية فضلاً عن الحواسيب المكتبية. في البداية كان التطبيق يعمل على نظام التشغيل iOS التابع لشركة آبل المنتجة لهواتف آيفون والحواسيب اللوحية آيباد وفي أبريل أصبح يعمل على نظام تشغيل أندرويد الذي طورته شركة جوجل.

- يعد الإنستغرام وظيفة مهمة نظر أنه يساعد للتعبير عن مشاعرهم ووصف صورتهم ومقاطع الفيديو الخاصة بهم، ولكن أيضاً لتضيق المنشور حتى يتمكن الآخرون غير المتابعة من العثور عليه بسهولة .

¹ محمد العوض، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للنشر والتوزيع، ط 1، 2020، ص 29-30.

إضافة لذلك لا يقتصر الأمر على استخدام الهاشتاج من قبل المستهلكين على الإنستغرام. بل يستخدمه الشركات أيضا لغرض ترويج لمنتج معين و بناء وعي بالعلامة التجارية (Y etal 2018)

- وفي عام 2014 كشفت شركة الفاسبوك المالكة لتطبيق الإنستغرام لمشاركة الصور عن تحديث جديد لهذه الخدمة جلب ميزة مشاركة مقاطع الفيديو الصغير ليكون منافسا لتطبيق فاني المملوك لتوتير هذه الخدمة الجديدة.

خامسا : نشأة موقع الإنستغرام:

تأسست منصة التواصل الاجتماعي الإنستغرام في أواخر العام 2010 من قبل كيفن سيستروم ومايك كرايغر، حيث قرر كلاهما إنشاء تطبيق اجتماعي بسيط يتطلب استخدامه خطوات بسيطة ويركز بشكل أساسي على الصور التي يتم التقاطها من خلال الهواتف المحمولة ليقرروا إطلاق جديد يعرف باسم يعرف باسم الإنستغرام (Instagram) حيث جمع هذا الاسم كلمة (Instant) التي تعني كامرة فورية وكلمة (Telegram) والتي تعني برقية. (Margaret Rouse 2020).

- فقد كان تطبيق الإنستغرام تطبيقًا معدلاً من تطبيق مسببة عرف باسم Burbn كان سيستروم وقد طوره في وقت سابق من حياته المهنية وفي السادس من شهر تشرين الأول عام 2010 تم إطلاق التطبيق بشكل رسمي عبر الهواتف التي تعمل بنظام التشغيل iOS حيث تم تنزيل هذا التطبيق بمجرد إطلاقه من قبل مئة ألف مستخدم.¹

استمر تطبيق الإنستغرام بالنجاح بشكل لافت إلا أن مؤسسيه فضلوا ابقاء شركة الإنستغرام شركة صغيرة لا يزيد عدد موظفيها عن بضعة عشرات الموظفين مما شجع شركة فيسبوك

¹ ليليا بوعزيز ، دور المؤثرين على موقع الأنستغرام في الترويج لعلامات التجارية، مذكرة ماجيستير ، جامعة قسنطينة، 2022، ص45.

على شراء منصة الإنستغرام في ربيع عام 2012 مقابل صفقة مالية تبلغ بمجملها مليار دولار أمريكي توزعت بين النقد وسندات الأسهم.

عند اطلاقاً تطبيق الإنستغرام تجمع حول الفكرة أكثر من عشرة الاف مستخدم قاموا برفع وتجميل الصور وارتفع عدد المستخدمين إلى ستمئة مليون مستخدم نشط شهرياً.

بدء الاستخدام الرسمي للإنستغرام لحاملي هواتف أيفون وأيباد عام 2012 قامت شركة الإنستغرام بتطوير الموقع ليشمل الهواتف الداعمة لنظام الأندرويد ويمكن تحميله من خلال البحث عنه في غوغل بلاي وآلايتونز.¹

سادساً: مميزات منصة الإنستغرام:

أبرز هذه المميزات:

قصة الإنستغرام:

وهي خاصية عرض يمكن للمستخدم من خلالها عرض صور ومقاطع فيديو أو حتى روابط لمواقع خارجية أو ردود تفاعلية عبر حسابه الشخصي لمدة يوم واحد فقط، وتكون قصة الخاصة بمستخدم معين ظاهرة على شكل حلقة متوهجة فوق صورة ملفه الشخصي الخاص بحساب الإنستغرام.²

فلاتر الإنستغرام:

وهي إحدى مميزات الأساسية التي تجعل تطبيق الإنستغرام مفضلاً لدى عدد كبير من المستخدمين، حيث يمكن تطبيق الفلاتر على الصور التي تم التقاطها وذلك لمنحها مظهراً

¹ ليليا بوعزيز ، مرجع سابق ، ص46.

² وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص164.159.

مميز ويكون من خلال إضافة تلك الفلاتر والتأثيرات بصرية على الصور ومقاطع الفيديو لتحسينها.

الرسائل المباشرة:

أو ما يشار إليه باختصار (DM) حيث تمكن هذه الخاصية مستخدمي الإنستغرام من إرسال رسائل خاصة بين تليفزيون الإنستغرام: (Instagram TV) وهو ما يشار إليه باختصار (IGTV)

وهي ميزة متوفرة في تطبيق الإنستغرام لعرض مقاطع الفيديو التي تزيد مدتها عن دقيقة واحدة والتي قد تصل إلى الساعة كاملة وتوفير أدوات تمكن المستخدم من التحكم بعرض الفيديو كأداة الإيقاف المؤقت.¹

ميزة الإشعارات:

يوفر موقع الإنستغرام ميزة الإشعارات والتي هي عبارة عن إشارات أو تنبيهات حول الإجابات التي تحصل عليها الصور التي قمت بنشرها أو التطبيقات بحيث تعبر ميزة الإشعارات عن وجود مستخدم يريد التفاعل معك.

وضع روابط وفقرة السيرة الذاتية Bio:

من إحدى أهم مزايا عمل الإنستغرام هي إمكانية إضافة روابط شخصية ضمن من حيز السيرة الذاتية البروفایل أو الصفحة الشخصية، من خلال هذه العملية يمكن تحفيز المتابعين ليقوموا بزيارة صفحة خارجية بالضغط على الروابط الموجودة في هذه الفقرة bio.²

¹ فارلو محمد الأمين، أثر استعمال تطبيق انستغرام، جامعة تسمسيلت، الجزائر، 2021، ص41.
² الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2017، 228-229.

البحث عن هاشتاغات:

وهي إحدى أفضل الطرق لمعرفة الأذواق والميول في العالم الاجتماعي هي البحث عن الهاشتاغات على الإنستغرام وعندما يتم إدخال مفهوم ما يعمل نظام التطبيق على توجيه المستخدم إلى المنشورات ذات صلة.

ميزة Instagram reels:

جاءت هذه الميزة في الوقت المناسب والذي يناسب إطلاقها مع تطبيق تيك توك في الولايات المتحدة الأمريكية حيث أن هذه الميزة بتطبيق التيك توك المحظور ويحتوي كلاهما على موسيقى و فيديو قصير و هي ميزة جديدة في قصص instagram.

جدولة المنشورات:

تتعلق هذه الميزة بأولئك الذين يستخدمون اعمالهم التجارية تتيح للمستخدمين ان يختاروا بشكل مسبق التوقيت الذي سوف تظهر خلاله منشوراتهم الى المتابعين وهذا يضمن تفاعلا أكبر من جانب المستخدمين والمتابعين مع المنشورات وتصل الى عدد كبير من الناس المتواجدين على تطبيق الإنستغرام.¹

استخدام ميزة البوميرانغ boomerang التصوير المتعاقب:

ان ميزة البوميرانغ التي تمت اضافتها مؤخرا الى الإنستغرام تتيح تسجيل الفيديوهات التي تصل مدتها الزمانية الى حدود الثانيتين ويتم تشغيلها وعرضها بشكل بطيء، لذلك فان ميزة بوميرانغ هي بمثابة تطور كبير وتحديث على الإنستغرام.

¹ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 159.

مشاركة الصور والفيديوهات بنكهة اجتماعية:

هناك الكثير من التطبيقات الخاصة بمشاركة الصور والفيديوهات لكن اغلب هذه التطبيقات تركز فقط على الخصائص الأساسية للمشاركة ولا تركز على الجانب الاجتماعي وهذا ما نجح فيه تطبيق الإنستغرام فقدرتة على تطوير المميزات والواجهة لتجعلها جاذبة للمستخدمين وازضافة ادوات للتفاعل المختلفة.¹

مقصد للمشاهير:

الكثير من الشركات والتطبيقات تدفع للمشاهير الملايين من اجل استخدام منتجاتها وتطبيقاتها لان هذا الامر بكل بساطة يجلب الكثير من المستخدمين للمنتج والتطبيق الذي يستخدمه المشاهير وهذا تماما سبب شهرة الإنستغرام رغم انه يحتاج لدفع فليس للمشاهير بل هم أنفسهم وجدوا هذا التطبيق مناسب لهم ولاحتياجاتهم وطبعا للمتابعين يرغبون دائما بمتابعة اخبار وجديد المشاهير لهذا تضاعفت شهرة تطبيق الإنستغرام ومزال عدد المستخدمين يتزايد بشكل مستمر .

البث المباشر (Live instgram):

وهي من الخصائص القوية التي تم اضافتها وهي البث المباشر وطبعا المجتمع بات يتعلم الشهرة التي بات البث المباشر يلقاها من المتابعين من جميع الاعمار وهذا ما استطاعت النجاح فيه من خلال القدرة على البث بجودة عالية وهذا مرة اخرى يفض لخبرة مهندس فيسبوك في هذا المجال.

¹ وسام فاضل راضي, مهند حميد التميمي, الإعلام الجديد, مرجع سبق ذكره, ص 160.

الواجهة الانيقة:

لقد نجح تطبيق الإنستغرام في بناء واجهة انيقة بل هي تعتبر الاكثر اناقة وربما هذا من اهم اسباب التي تجعل المستخدمين يتعلقون بهذا التطبيق فهو بسيط في المظهر في نفس الوقت مليء بالميزات والمزاج بين البساطة وكثرة المميزات والخواص هي الوصفة السحرية لنجاح اي تطبيق او خدمة.

سابعاً: مجالات استخدام موقع الإنستغرام :

تعتبر منصة الإنستغرام منحة تواصل الاجتماعي رائجة حسب إحصاءات في عام 2022 يوجد عليه أكثر من 2 مليار مستخدم نشط شهريا كم يوم العديد من أفكار محتوى الإنستغرام مربحة, ثم تم اضافة خاصية القصص القصيرة Story إلى الإنستغرام ستوري أنستغرام متنوعة والتي لاقت نجاحاً باهراً حسب ما ساهمت في زيادة الترويج لمختلف أنواع حسابات, لذلك سوف ننقل إلى أهم أفكار محتوى الإنستغرام مثيرة ومربحة في نفس الوقت والتي سوف تجذب العديد من المتابعين لحسابك التجاري او الخاص.

يوجد عدة من أفكار محتوى بوسات الإنستغرام المبتكرة و الربحة لذلك ستكشف أفكار محتوى الإنستغرام لأن صناعة محتوى مميز سوف يجذب لك متابعين مثل :

المؤثرون:

يعتبر المؤثرين من أكثر حسابات الإنستغرام متابعة سواء كانوا من مشاهير أو أصحاب الآراء وتأثيرات خاصة في فئة شباب حيث يعتبر الفنانين ولأعبي كرة القدم والعديد من مشاهير في العديد مجالات على سبيل المثال

كريستيانو رونالدو ولاعب الكرة الشهير من أكثر الحسابات انستغرام متابعة على لمنصة حيث لديه 481 مليون متابع على المنصة وصنف أبرز حساب عام 2020 لذلك هذا النوع من محتوى الإنستغرام ناجح للغاية ويجلب الربح الكثير.¹

بيع منتجات تجارية:

تعتبر منصة الإنستغرام من أفضل المنصات لبيع المنتجات حيث أنها توفر صور وفيديوهات المنتجات بطريقة سهلة و كذلك يمكن نشرها في القصص القصيرة مما يسهل التسويق والبيع لهذه المنتجات التجارية أيا كان نوع هذه المنتجات.

التسويق على الإنستغرام

أصبح التسويق الإلكتروني من الأساليب انا لا غنى عنها لزيادة مبيعات أو متابعات أو حتى زيادة الوعي بالعلامة التجارية لذلك التسويق الرقمي هو مفتاح النجاح العديد من شركات العالمية حيث تتيح فرصة انشاء المنتج أو نجاح الحملة التسويقية عبر محتوى الإنستغرام المساعد على الاستفادة من متابعين والعملاء المستهدفين.

الفيديوهات التحفيزية:

من أفضل أفكار يحتوي إنستجرام حيث أن النفس تميل إلى من يشجعها ويمدها بالطاقة الإيجابية الحياة المليئة بالضغوط لذلك تعتبر هذه الفيديوهات على الإنستغرام من محتوى انستجرام للفيديوهات يبحث عنها الكثير من الناس هذا فقط بلما يشاهد الفيديو واحد منها يبحث عن التالي وهكذا تم مضاعفة المشاهدات والمتابعين حساب الإنستغرام نتيجة لما لديك من محتوى انستغرام هادف.²

¹ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره. ص 161-162 .
² وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره. ص 163.

وحسابات انستغرام خاصة بالجمال و المكياج ترويجاً:

يبحث الجميع منا عن الجال سواء كنت رجلاً أو امرأة تعتبر رؤية الاشياء الجميلة وكيفية وضع مستحضرات التجميل من أعلى الفيديوهات مشاهدة حيث تظهر هذه الفيديوهات مدى براعة طرق وضع مستحضرات التجميل كذلك تظهر جمال الشعر جمال صبغات واللوان مختلفة.

السفر والرحلات:

أصبح العالم قرية صغيرة بوجود أنترنت حيث يمكنك وأنت في مكانك الان رؤية جزر المالديف جزر هاواي أو حتى القطب الشمالي لذلك يستمتع الكير برؤية هذه مناظر الطبيعة الخلابة كما يمكن التخطيط لرحلات لمثل هذه أماكن يوفر الإنستغرام اكبر عدد ممكن من الصور التي مكان تتخيله حيث يمكنك بكبسة زر واحدة الوصول لصورة على بعد ساعات كبيرة من موقعك الآن.

حساب الإنستغرام خاص بالحرف اليدوية:

تعتبر صناعة الحرف اليدوية من الفيديوهات الممتعة التي لها جمهور يبحث عن مثل هذا النوع من المحتوى وتستمتع بمشاهدتها خاصة إذا كانت صناعات سريعة بأدوات ومنتجات متاحة في المنزل لذلك يمكنك اختبار الحرفة اليدوية التي تبرع فيها وتنتشر الفيديوهات والصور الخاصة بها بخطوات سهلة وبسيطة يسهل على المشاهد تنفيذها.

حساب الإنستغرام للترويج منسوجات التقليدية والعصرية:

ساهم الإنستغرام بشكل كبير ومتطور في ترويج المنسوجات التقليدية والعصرية بنشر معلومات التجارية وترويجية حول منتجاتها لكسب الجمهور المستهدف في ظل معطيات التسويق الالكتروني الحديث.¹

ثامنا : إيجابيات موقع الإنستغرام:

تتميز إيجابيات تطبيق الإنستغرام بالعديد من مزايا هي:

- يعد الإنستغرام أحد أكثر التطبيقات شعبية على وسائل التواصل الا الاجتماعي حيث يمكن للمستخدمين مشاركة صورهم وفيديوهاتهم بسهولة وسرعة.
- كما يوفر تطبيق أيضًا المزيد من الإمكانيات لتسويق والتواصل مع العملاء ومن بين إيجابيات الإنستغرام يمكن للمستخدمين التفاعل مع الآخرين عن طريق الإعجابات والتعليقات ومشاركة المحتوى.
- يوفر الإنستغرام أيضا إمكانية استخدام الفلاتر والتأثيرات لتعديل الصور وتحسين جودتها بكل سهولة ويسر.
- يعتبر الإنستغرام إضافة رائعة لحياة الناس وخاصة المبدعين والفنانين المشاركة أفكارهم وأعمالهم مع العالم.
- سهولة متابعة مجريات الأحداث وآخر الأخبار والمستجدات.
- سهولة التواصل وسرعته مع من شخصيات سواء علماء او شيوخ أو طلاب علم أو سياسيين أو محللين أو صحفيين الخ.

¹ وسام فاضل راضي, مهند حميد التميمي, الإعلام الجديد, مرجع سبق ذكره, ص 163.

- تطبيق الإنستغرام أصبح الآن يمكن من خلاله عمل إشارة إلى بعض الأصدقاء التي يتم تحميلها مثل ما يحدث في الفاسبوك.
- يحتوي الإنستغرام على عدة خيارات منها حجب بعض الالبومات معينة وإظهار المعلومات الخاصة بصاحب الحساب ببعض الأشخاص فقط.
- يعتمد من الإنستغرام على فكرة التتبع بحيث يمكنك أن تتبع أي شخص لديه تطبيق الإنستغرام وتابع أيا تحميلات او صور يقوم بوضعها على الصفحة الخاصة به.
- الربح وكسب المال على موقع الإنستغرام.
- يسمح تطبيق الإنستغرام للشخص برفع أي كمية مهما كان حجمها ومساحتها.¹

تاسعا : سلبيات موقع الإنستغرام

الإدمان: يمكن أن يصبح الانخراط المفرط في إنستغرام مدمراً لبعض الأشخاص، حيث ينفقون ساعات طويلة يومياً في تصفح المحتوى دون فائدة فعلية.

المقارنة الاجتماعية: يمكن لرؤية صور الآخرين على إنستغرام أن تؤدي إلى مشاعر الغيرة والشعور بعدم الكفاية عند البعض، خاصةً إذا شعروا بأن حياة الآخرين تبدو أفضل من حياتهم.

تأثير الصور المعدلة: يمكن للصور المعدلة والمثالية على إنستغرام أن تخلق معايير غير واقعية للجمال والنجاح، مما يضغط على الأشخاص لمحاولة تحقيق هذه المعايير بأي ثمن.

انعدام الخصوصية: يمكن لإنستغرام أن يضع المستخدمين في موقف عدم راحة بال، حيث يجب عليهم مشاركة جزء من حياتهم الخاصة لكسب الانتباه والتفاعل.

¹ محمد سالم: ..، دار سعد، صفحة 4، 12 أكتوبر 2022.

تأثير الصحة النفسية: قد يتسبب الانخراط الكثيف في إنستغرام في زيادة مستويات التوتر والقلق والاكتئاب لدى بعض الأشخاص، خاصةً إذا ما تعرضوا للمقارنة المستمرة بين أنفسهم وبين الآخرين.

التأثير على العلاقات الحقيقية: قد يؤدي الانشغال الزائد بإنستغرام إلى تقليل الوقت المخصص للتفاعل مع الأصدقاء والعائلة في الحياة الحقيقية، مما يمكن أن يؤثر على العلاقات الاجتماعية.

انتشار المعلومات الزائفة: يمكن لإنستغرام أن تكون وسيلة لانتشار المعلومات الزائفة والأخبار غير الموثقة، مما يؤدي إلى نشر السلبية وتشويه الصورة الحقيقية للأحداث.

انعدام التنوع في المحتوى: يمكن أن يؤدي الانتشار المفرط لأنواع معينة من المحتوى على إنستغرام، مثل الصور الجمالية أو الحياة الفاخرة، إلى تقليل التنوع في الآراء والمشاهدات.

التأثير على الأطفال والمراهقين: قد يكون لإنستغرام تأثير سلبي على الأطفال والمراهقين، حيث يمكن أن يتعرضوا لمحتوى غير مناسب أو يصبحوا مهوسين بالمظاهر الخارجية وعدد المعجبين.

قضايا الخصوصية والأمان: قد يتعرض المستخدمون لمخاطر الخصوصية والأمان على إنستغرام، مثل سرقة الهوية أو التمرر الإلكتروني أو الاحتيال عبر الإنترنت.

خلاصة الفصل :

حاولنا في هذا الفصل توضيح ماهية الشبكات الإجتماعية و التي تسمح لمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ثم ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين و هي تصنف ضمن الجيل الثاني و تطورت هذه الشبكات شيئاً فشيئاً لتصبح الأشهر استخدمها و يعد الأنستغرام من أبرز هذه الشبكات و أشهرها و المتخصص في بناء علاقات إجتماعية و صداقات بفضل تميزه حيث يعتمد على برمجيات مفتوحة الحد و صار اليوم يصطلح على هذا بالمجتمع الأنستغرامي بحيث يمكن لأي مستخدم تطوير تطبيقاته و إتاحتها لمستخدمين.

الفصل الثالث

غرفة الصناعة التقليدية والحرف بالأغواط

تمهيد

- 1- بطاقة فنية عن غرفة الصناعة التقليدية والحرف بالأغواط.
- 2- نشأة غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط.
- 3- مجالات الصناعة التقليدية والحرف.
- 4- انواع الصناعة التقليدية والحرف.
- 5- مهام قم ارضاته التقليدية والحرف.
- 6- أهمية غرفة الصناعة التقليدية والحرف.
- 7- اهداف غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط.
- 8- أشهر المنسوجات التقليدية بولايتة لأغواط.
- 9- تقنيات صناعة المنسوجات التقليدية بولاية الاغواط.
- 10- الإنستغرام كموقع الترويج لمنتجات التقليدية بالأغواط.

خلاصة الفصل

تمهيد

إن لقطاع الصناعة التقليدية والحرف وما يسمى بغرفة خاصة بها أي كما تعرف بـ "غرفة الصناعة التقليدية" وهي تمثل منتدى الحرف والمهن والتي بذلك تعمل على متابعة انشغالات واهتمامات الحرفين لما تخوله لها الدولة .

أولا : بطاقة فنية عن غرفة الصناعة التقليدية والحرف بولاية الأغواط .

غرفة الصناعة التقليدية والحرف هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المال توضع تحت وصاية الوزير المكلف بالصناعة التقليدية حيث تعد الغرفة منتدى لتمثيل المهن الحرفية وتمثل الشريك الأمثل للسلطات المحلية او الوطنية في كل الميادين، تعني بتنمية قطاع الصناعة التقليدية في كل بحث يقوم بمهمة الخدمة العمومية وفقا لدفتر شروط الخدمة العمومية حيث قدمت غرفة الصناعات التقليدية دورا كبيرا في ترويج المنتوجات وصناعة التقليدية.

باعتبارها الهيئة المخولة قانونيا للدفاع عن حقوق حرفين والعمل على تقديم توجيهات وتكوينات وترويج لمنتجاتهم¹ .

ثانيا : نشأة غرفة الصناعة التقليدية والحرف بالأغواط

أنشأت غرفة الصناعة التقليدية سنة 2003 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-72 بمؤرخ في 2003/12/02 والمتمم للمرسوم رقم 100/97 المؤرخ في 1997/03/29 الذي يحدد تنظيم غرفة الصناعة التقليدية والحرف وعملها ثم انشاء الغرفة الصناعية بالولاية سنة 2003 كأول مرة كان مقرها حي 600 سكن بولاية الاغواط الى سنة 2011 لتغير موقعها

¹ مقابلة مع مديرة غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط يوم 2024/04/22 بالأغواط.

الى حي 104 سكن بالمعمورة بولاية الاغواط ولا تزال الى يومنا هذا علما ان لها ملحقة بافلو¹.

ثالثا : مجالات غرفة الصناعة التقليدية والحرف بالأغواط:

1- الصناعة التقليدية و الفنية :

هو كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين فيه الحرفي أحيانا بالآلات لصنع الأشياء نفعية وتزينه ذات طابع تقليدي وتكتسب طابعا فنيا يسمح بمهارة عريقة حيث تتكون من عدة نشاطات .

2- صناعة الألبسة التقليدية: من أبرز هذه الصناعات في ولاية الاغواط القاشبية والبرنوس الملحقة.

3- الصناعة التقليدية لإنتاج المواد:

هي كل صنع المواد الاستهلاكية عادية لا تكتسب طابعا وفنيا خاصة وتوجه لعائلات الصناعة والفلاحة حيث تتكون من عدة نشاطات مثل: صناعات تفصيل وخياطة الملابس.

4- الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات :

هي مجمل النشاطات التي يمارسها الحرفي التي تقدم فرصة خاصة بالصناعة والتصليح والترميم الفني باستثناء تلك التي تسري اليها احكام تشريعية خاصة حيث تتكون من عدة نشاطات منها:

علاقة الرجال والنساء والتجميل، تصليح وصيانة التجهيزات.²

¹مقابلة مع مديرة غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط – يوم 2024/04/22 بالأغواط.
² تطوير قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر, 1962-2009. ص24-23

رابعاً : أنواع الصناعة التقليدية و الحرف :

تتعدد الصناعات التقليدية حسب التقاليد والعادات ومنها:

1- الصناعات المعدنية:

أهم ما يذكر منها الحدادة التقليدية التي كانت تسد معظم حاجيات المدينة و بوادياها من أدوات المختلفة سواء للاستعمال المنزلي كالكساكين والسواطير... أو للاستعمال الفلاحي بمختلف أصنافها أو استعمالات الحرفية والصناعية الأخرى كأدوات النسيج وغيرها...وقد كانت بالأغواط إلى عهد قريب عده ورش للحدادة تعمل بطرق ووسائل تقليديه قبل ظهور الحدادين المعاصرين المعتمدين على الكهرباء وأدواتها و انجاز مصنوعاتهم المختلفة عن المصنوعات الحرفية القديمة .كما نذكر أن بعض الصانعين امتهنوا صناعه بعض الأسلحة و اصالحها بصفة أخص الخياطة: وقد كانت قبل أنتشار الملابس الجاهزة حرفة رائجة لكثرة الطلب عليها سواء لخياطة الثياب المنسوجة يدويا أو المنسوجة صناعيا فقد كانت الشوارع والأروقة تعج بدكاكين الخياطين الذين كانوا ذوي مهارة في تفصيل الملابس التقليدية المختلفة، وفيهم من مهر بعد الاحتلال الفرنسي في التفصيل والخياطة وفق الطرز الأوربي، ولم يبق من هؤلاء إلا نفر قليل .

2- الصناعات الجلدية:

توارث الأغواطيون و الى عهد قريب عدة صناعات في هذا المجال نذكر منها :صناعة الأحذية للرجال والنساء منها ما كان يسمى الريحية والصباط والنعاله والبلغة والصنديلة(الجزمة) والتماق والبست جورب جلدي للفرسان) وكانت تصنع بكيفيات ومستويات مختلفة. ومنها صناعة المجبود أي الجلد المطرز بالخیوط الذهبية والفضية، وغالبا ما يستخدم في غطاء السروج وفي علب البارود (العبار) ومحافظ النقود وغيرها من تلك الصناعات الرفيعة التي اندثرت مع الأسف منذ أواخر الخمسينات، بعد أن كان بالأغواط

شارع هام يسمى زقاق الشراكة (صناع المنتجات الجلدية) خاص بهم. والأمل معقود على بعض البوادر والمبادرات التي تظهر من بعض الشباب التواقين إلى إحياء هذه الحرف إذا ما وجدوا التشجيع والمساعدة.

3- صناعة النحاس:

النحاس مهنة له عراقة ومكانة خاصة لدى الجزائريين وظلت صناعته خاصة لدى الجزائريين وظلت صناعته ركيزة أساسية للحياة اليومية ونشاطا تجاريا.

4- صناعة الزرابي:

وتتمثل في صناعة الزرابي التقليدية:

زربية العموري، زربية باربار، الحنبل، زربية القمة (العظم) ، زربية النيلية وزربية البربوسة والفرش ذات النسيج العالي.

5- صناعة النسيج:

تشتهر الولاية بإنتاج البرنوس والقشابية وبرنوس الوبري والخمري الفليج والخيمة وفراش الكسر واصل هذه الملابس الصوف المنسوج.

6- صناعة اللباس التقليدي:

تشتهر ولاية بصناعة الملحفة والبرنوس وفساتين النايل الاغواطي.

7- الأكلات التقليدية:

تشتهر الولاية بالعديد من الاكلات منها: المردود والطعام الأغواطي (الكسكس¹) .

¹ معلومات تم جمعها اثناء المقابلة في الغرفة التقليدية بولاية الاغواط 2024.

خامسا : مهام غرفة الصناعة والحرف:

- تمسك سجل الصناعة التقليدية
- تقترح على السلطات المعنية برنامج تنمية نشاطات الصناعة التقليدية والحرف على مستوى دوائرها الإقليمية وتتولى تنفيذها بعد موافقة الوزير المكلف بالصناعة التقليدية.
- تقوم بكل عمل يومي إلى ترقية قطاع الصناعة التقليدية والصرف وتطويرها لا سيما في مجال التصدير والإشهارات.
- تبدي آراءها في أحداث نشاطات الصناعة التقليدية والحرف.
- تقوم بأعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديده معلومات لصالح الحرفين التابعين لدوائرها الإقليمية.
- تشارك في مبادرات لهيئات التمثيلية التي لها نفس الأهداف.
- تحدث مؤسسات تتمثل بمهامها لاسيما الفرق ومدارس الحرف وكذا هياكل العرض ومساحات البيع ومناطق نشاطات الحرفية.
- توزع المسؤوليات والمهام على جميع مصالح الغرفة يوجد تناسق نام ما بين مصالح بصفة منتظمة.
- تقوم بتصديق على منتجات الصناعات التقليدية وتسلم كل الوثائق أو الشهادات أو التأثيرات المتعلقة بنوعيه الخدمات.¹

سادسا : أهمية غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط:

1- الأهمية الثقافية:

- الحفاظ على الارتباط الثقافي لشخصية الدولة داخليا واقليميا.
- الحفاظ على الارث الحضاري المتعدد والمنوع.

¹ منشورات غرفة الصناعة التقليدية والحرف بولاية الاغواط

2- الأهمية الاجتماعية:

- الارتباط الروحي بالعمل الحرفي والتمسك بممارسته والحفاظ عليه.
- تفعيل دور الحرف بإشباع رغباته الاجتماعية والنفسية بإنجاز وتحقيق الذات.¹

3- الأهمية العلمية والإعلامية:

- استغلال البحوث العلمية الاثراء ذاكرة القطاع.
- تشجيع الاعلاميين لاهتمام بالصناعة التقليدية باعتبارها عامل ثقافي محرك اقتصادي.

4- الأهمية الاقتصادية:

- تكوين رأس المال الاجتماعي وثقافي وحتى اقتصادي.
- خلق مناصب الشغل والقيمة المضافة ومساهمتها في تلبته حاجيات وخدمات المختلفة.²

سابعا : أهداف غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط:

تسعى غرفة الصناعة التقليدية والحرف بالأغواط إلى تحقيق جملة من الأهداف منها:

- حماية الصناعة التقليدية وتمييزها.
- الحفاظ على تراث وصناعة الولاية.
- ترقية الصناعة التقليدية .
- توجه الحرفين للتسجيل والحصول على بطاقات الحرفي.
- حثا الحرفين على المشاركة في المعارض التي تنظمها الغرفة.
- الإبداع والتعبير الفردي.
- توفير فرص العمل.
- تشجيع التنافس والإبداع بين نشط القطاع.¹

¹ محمود صبحي ، رأس المال العام و التمويل المشروعات الصغيرة ، دار البيان للطباعة و النشر ، اقاهر ، 1999 ، ص196.
² فوزي أية سعيد ، دور الغرف الصناعية التقليدية والحرف في ترقية القطاع بالجزائر 1999 ، ص163

ثامنا : أشهر منتجات التقليدية بولاية الأغواط:

تعددت الحرف التقليدية بالأغواط، والتي ارتبطت بالحياة داخل المدينة وبأنشطتها الاقتصادية، وبما أن مدينة الأغواط منذ نشأتها الأولى كمركز حضاري واقع في قلب السهوب وقائم في أرض فلاحية مما جعلها تجمع ما بين الحضارة والبداءة، وبالنظر إلى أن الإنسان منذ القدم يسعى إلى التلاؤم والتكيف والتفاعل مع بيئته أخذاً وعطاءً يستمد منها المواد الأولية ويصوغها وفق أشكال هندسية وفنية ليحقق بها أغراضاً عملية، ويعبر بها عن مشاعره الإنسانية وتطلعاته الفنية والروحانية، فسكان مدينة الأغواط بالطبع لا يخرجون عن هذه القاعدة الحضارية، إذ نجدهم في مختلف إنتاجهم ومصنوعاتهم الأصلية يعتمدون في الأساس على الخامات المحلية التي توفرها لهم بيئتهم وأرضهم، سواء تعلق الأمر بالمواد الفلاحية أو الحيوانية. فقد كانت أشجارهم ونخيلهم تمدهم بخامات يصنعونها لسد حاجاتهم في أشكال وأدوات متنوعة، فمنها يصنعون سقوف البيوت وألواح الأبواب ومعدات النسيج كأجزاء الأنوال (المناسج) على اختلافها وأدوات الفلاحة. كما كانت تربة أرضهم وحجارتها تمدهم بالخامات الأولية لصناعة قوالب البناء والآجر ولصناعة الجبس والجير بواسطة أفران كانت مقامة على أطراف المدينة إلى وقت قريب. أما الحيوانات التي تحفل بها السهوب المحيطة فتوفر لهم خامات الصناعات الجلدية والنسجية المختلفة. وأما الصناعات المعدنية فإن موادها الأولية تجلب من مناطق توفرها لصناعة المواد الحديدية والنحاسية والحلي. إذا ما أردنا تصنيف الصناعات التقليدية والحرفية المعروفة في مدينة الأغواط فإننا نورد منها ما يلي:

المنسوجات: وتنقسم إلى المنسوجات الخاصة باللباس ومن أهمها البرانس التي تصنع من الصوف أو الوبر. كما أن أنواعا منها تجمع ما بين الصوف والحرير أو من الحرير فقط وهو ما يسمى (البرنوس الحريري) بتشكيلات مختلفة تتفنن فيها النساجة الأغواطية. وكذلك

¹ محمود صبح، راس المال والعمل والتمويل المشروعات الصغيرة، أسيان للطباعة والنشر، القاهرة 1999 ص 21/196

القندورة التي تصنع من نفس الخامات، وهناك القشابية (الجلباب) التي تصنع من الصوف غالباً. وقد اشتهرت الأغواط قديماً بألبسة مزركشة للأطفال كانت تدعى الزقدونة أو الزرقوطة.

من أشهر منسوجات التقليدية بولاية الأغواط :

- البرنوس الجريدي: يعد البرنوس الجريدي المصنوع من الوبر من الألبسة الفاخرة لدى الأغواطيين توارثوه أبا عن جد بكل أمانته التي وصلت أشعاره في الاسواق الأوان الأخيرة.

باعتباره نسيج تقليدي تختص به منطقة الأغواط في كل مناطق الوطن وهو ذو نوعية ممتازة مادته الأولية الوبر (العقيقة) من الجمال التي تتكفل بنسجه ربات البيوت حيث تم اختيار هذه المادة بخبرة وتجربة وتقوم ربات البيوت بتصفية هذه المادة وغزلها على شكل خيوط ذات لون بني ذهبي تنسج على طريقة النسيج التقليدي أخذه الشكل.

أما البرنوس الخفيف الوزن أما البرنوس الأبيض المصنوع من المادة الصوف فهو يصنع بالبلديات وفي جميع مناطق ولاية الجلفة ومسعد.

- القشابية: لباس تقليدي خاص بالرجال منتشر بكثافة وتستعمل من طرف سكان الولاية في فصل الشتاء وهي ذات شكل مميزة عن البرنوس يصنع من مادتي الصوف والوبر ينسج بطريقة تقليدية وهو صوف طبيعي أسود لبعض الاغنام ويمكن أن تكون القشابية مصنوعة بخلية الصوف وصوف الوبر.

الملحقة الأغواطية:

الملقبة بـ الشطاطة الأغواطية قديماً من الالبسة الجزائرية التقليدية المميزة المتكونة من كراكو أو فوقه ملحفة من الحرير والصوف تلبسه العروس في منطقة الأغواط كملحفة أو الحايك بعد العرس في جميع خرجاتها وتم يخبئ هذا الثوب ويورث من جيل إلى آخر.

اللباس التقليدي النايل:

يعد اللباس التقليدي النايل جزء لا يتجزأ من الارث الجزائري سواء عن المرآة النايلية أو الرجل النايلي وتشمل عدة ولايات ومدن بعد منطقة الهضاب العليا وعلى أهمها ولاية الأغواط والجلفة وبوسعادة وغيرهم من مناطق المجاورة.

الحايك:

يتعدد نسيج الحايك في ولاية الاغواط إلى نوعين: الحايك كفراش، او الحايك كنوع من اللباس التقليدي.

الحايك او القنبوز الاغواطي: او أبو عوينة او الكسا:

يكون له لون ابيض خاص بنساء مدينه الاغواط وبعض المدن المجاورة مثل غرداية والجلفة الذي هو حجاب لا يبرز إلا عين واحدة وكان يتخذ من القماش الأزرق ثم الأبيض.

حايك الغطاء أو الفراش:

غطاء رقيقاً جداً يمنع من مادة الصوف وسع بطريقة تقليدية بألوان مختلفة حليب ذوق وعادات ربات البيوت ويستعمل كغطاء عائلي أخذ ألوان رئيسة الأبيض.

صناعة الحنبل :

غطاء أثقل وزنا وأخشن من الحايك ويضع نفس الكيفية مع اختلاف في الزخرفة في بعض الأحيان يصنع من الصوف المغزول على شكل خيوط رقيقة مع الحرير ويستعمل كغيره من الأفرشة حيث يمتزج اللون الأحمر والأخضر الأصفر والأسود وخيوطه متشابهة.¹

زربية جبل العمور (العموري) (الفراش)

يصنع الفراش في جميع مناطق الشارف عين وسارة... الخ وهو نوع من جبل عمور وتحتوي على أشكال هندسية معينة اسنان تعطى زخرفة خاصة لهذا المنتج التقليدي حيث

¹مقابلة مع كعباش فاطنة ، حرفية بولاية الاغواط يوم 2024/04/24 ب الأغواط

تبع في نسيج الفراش طريقة خاصة وهي طريقة العقدة ويظهر ذلك على نسيج الفراش وينتهي بحافة قوية المصنوعة من شعر الماعز والوبر وتأتي بعدها خيوط نسيجية تتدل على حافته.

الجربي:

هو نوع يشبه الحائك لكن يختلف عليه من حيث الحجم أو يختلف عنه بكثرة الزخارف والأشكال وأكثر رقيا وفنية وثمانا.

فراش الخمل (زربية القطع أو العقدة)

زربية القطع أو العقدة هو فراش يصنع من الصوف وهو أصعب نوعًا مقارنة مع الزرابي الأخرى في ضعفه وهو ذو جودة عالية وغال الثمن وله قيمة معتبرة وتضعه الفتيات المقبلات على الزواج.

زربية الحنبلة:

التي تستعمل في أفرشة العروس وكذلك الوسائد وتزين بها القاعات.

الخيمة:

المعروفة قديما البيت هي رمز من رموز أولاد نايل وكرمهم الاسطوري تسمى البيت الارباع السوداء بلونيهما الأحمر والأسود تجدد سنويا بقطع جديدة تحاك و تنسج بصورة تقليدية تقسم في تركيبها إلى قسمين يسمى "الجيل" كحاجز يفصل به بين الخالفة الجهة المخصصة لاستقبال الضيوف والجهة الأخرى خاصة بالنساء ويمكن احتواءها أكثر من 10 الى 30 شخصا.¹

¹ مقابلة مع كعباش فاطمة ، حرفية بولاية الاغواط يوم 2024/04/24 بـ الأغواط

تاسعا : تقنية صناعة المنسوجات التقليدية بولاية الأغواط :

1- مراحل صناعة البرنوس الوبري والقشابية:

إن البرنوس الأشعل الوبري والقشابية هما اللباس المفضل والمُعَبَّر عن أصالة وعراقة المسعدي وعراقة المسعدي ولنايلي وهما رمز عزّته وفحولته وهما من صنع المرآة المسعدية خصوصا، ويمر صنعهما بمراحل عديدة

أ- الانتقاء: انتقاء الوبر الخالص من صغار الجمال (المخلول) ويسمى (وبر العقيقة)

ب- التنقية: تنقيته تنقية جيدة مما علق باليد.

ج- المعالجة:

- ضربه وتحليله بتمريره على آلة تسمى (السيراف) لتلينه ويسمى المشط أيضًا.
- ضربه وتحليله مرة أخرى بتمريرة على آلة تدعى (الخدّام) وجعله قطعاً ملفوفة تدعى (الربط)

د- الغزل: غزلة وجعلة على شكل خيوط رقيقة تحضيراً لعملية الحبك.

هـ- الحبك: حبكة بتركيب الخيوط المدعمة له (القيام) التي تصنف عموديه لجعل الخيوط المحضرة أفقية متقاطعة معها وتسمى عملية (السُدّوة)

و- التركيب: تركيب الخيوط المدعمة (القيام) على آلة النسيج.¹

ز- النسيج: وذلك بجعل الخيوط المغزولة بين الخيوط الأفقية المتقاطعة معها ودكها بالة (الخلالة) لرصها فوق بعضها البعض رصاً إلى نهاية العملية، مع حك وترطيب كل جزء منسوج حتى النهاية بالة تسمى (الكرناقة).

¹ مقتطف من روبرتاج بوخالفة مصطفى مع خياط أحمد مسيل، القشابية الجلفاوية تزعر عرش البذلات الرسمية المسولية لدى المسؤولين محرر 4,1 مارس 2015.

ح- **الخيطة:** عند إتمام عملية النسيج، يُحمل المنسوج (برنوسًا أو قشابية) إلى الخياط، وهناك يتم الاتفاق على الخيطة باليد أو بآلة الخيطة، وذلك حسب المقدرة المادية. إن كانت قشابية (جلابية)، فإن خياطتها باليد أفضل وأجود وأعلى. وعادة ما تكون الخيطة حسب جودة المنسوج أو رغبة صاحبه، كما أن كلا من البرنوس والقشابية يتم نسجهما بنفس الطريقة، ولا فارق بينهما إلا في المدة، حيث يستغرق البرنوس وقتًا أطول.¹

2- أدوات النسيج:

- أ- **الخشب:** هما خشبتان توضعان أفقيًا، واحدة في الأسفل والأخرى في الأعلى، وفي طرفي كل واحدة مكان لإدخال المناطة عموديًا.
- ب- **المناطة:** ركيزتان عموديتان لرفع وسند المنسج، تثبتان في الأعلى في الخشبة العليا وفي الأسفل في الخشبة السفلى في مكان خاص بهما.
- ج- **الخلالة:** أداة من حديد لضرب ورس ودك الغزل على بعضه.
- د- **الصوصية:** أداة شريطية الشكل، غير مستقيمة، تُستعمل لنسج ورس الشعر المستعمل في تحضير الفليج، وهو قطعة من قطع الخيمة.
- هـ- **العفاس:** وتُد يُستَخدم لتثبيت الخشبة الأفقية للمنسج بالمناطة. يُدخل في نقب المناطة ويمر فوق الخشبة الأفقية ليشدها إلى الأرض. ويوضع فوق طرفه البارز شيء ثقيل لتبقى الخشبة ثابتة على الأرض.
- و- **الكرنافة:** آلة خشبية يحك بها المنسوج لترطيبه.
- ز- **الخدام:** آلة ذات فرشتين وأسنان، يُستخدم لمعالجة الوبر أو الصوف لتفكيكه، مما يسهل عملية غزلهما، ويُسمى أيضًا بالقرداش.

¹ مقتطف من روبرتاج بوخالفة مصطفى مع خياط أحمد مسيل، القشابية الجلفاوية تزرع عرش البذلات الرسمية المسؤولية لدى المسؤولين محرر 4,1 مارس 2015

ح-المقزل: آلة دوارة تُستخدم لغزل الصوف أو الوبر وتحويله إلى شكل خيوط رقيقة.
 ط-المشط (السبراق): آلة تُستخدم لضرب الصوف أو الوبر لتسهيل عملية التحام الصغير. فهو أقوى منها وأطول وأبرز أنيابًا.
 ي- لعضاضات: هما ألتان بسطتان ذات فتحتين حديديتين في وسط كل منهما، وتحتوي على خشبة صغيرة. يُمسك بهما المنسوج (قشابية أو برونس أو المنسوج) وذلك بوضع كل طرف داخل الفتحة والضغط عليه بالقطعة وتمديده ليوصل خيطهما بالمنطقة.¹

3- تقنية صناعة الزرابي الأغواطية:

3-1- المواد الأولية في صناعة الزربية:

أ- الغزل والنسيج:

يتم في المرحلة الأولى بشم الصوف أو الوبر يدويا حيث يتم خلطه وبعدها يتم تقطيع الصوف أو الوبر. بواسطة آلة يدوية تسمى القرداش إلى أجزاء قابلة للفتل ثم توضع هذه الأجزاء الدائرية في المغزل في شكل خيوط الرفيعة أو المتوسطة وتحدد كمية المادة الأولية اللازمة من طرف ربة المنزل، وبعدها تنطلق عملية التحضير.

ب- الخلالة والمغزل:

- الخلالة: آلة يدوية تستعمل في دق النسيج و تثبيتها .
- المغزل: آلة يدوية تستعمل في غزل الصوف وذلك بفتل الخيوط من خلال الحركة الدائرية للمغزل للحصول على خيوط رفيعة ومتوسطة.

¹مقتطف من ريبورتاج بوخالفة مصطفى مع الخياط مسبل أحمد حول القشابية الجلفاوية التي زعزت عرش البدلات، محرر ب 01-03-2015

3-2- مراحل إعداد آلة النسيج (المنسج)

تتم إعداد آلة النسيج بطريقة جماعية (ثلاثة أشخاص) شخصان يجلسان مقابل الودين والآخر يمرر لهما الخيط بنسيج بشكل أفقي ذهابًا وإيابًا بين الودين المثقبان جيد في الأرض.

وفي نفس الوقت يقوم أحد الجالسين قرب الودين بالنسج، ما يسمى بالنيرة، والتي تلعب دورًا هامًا في تسهيل عملية النسيج وضمان عدم تداخل الخيوط وترتيبها بشكل دقيق عمودي على آلة النسيج (المنسج). بعد انتهاء هذه المرحلة، تحمل الجملة بأكملها على أعمدة وتثبت فيها. يتم إعداد المنسج بطريقة يدوية وجماعية، حيث يساهم فيها جميع أفراد الأسرة. تحتوي الآلة على ستة أعمدة خشبية - اثنان مثبتان أفقيًا على الجدار، ثم يتم تثبيت الجملة السالفة الذكر والمعدة من خلال المنسج الأولي وخيوط (القيام) المثبتة على العمودين الأفقيين، لتصبح آلة النسيج أو المنسج جاهزة.

3-3- تقنية صناعة الزرابي:¹

تمر عملية صناعة الزرابي بعدة مراحل، منها:

أ- غسل الصوف: هي أبسط العمليات بحيث لا تستعمل فيها تقنية خاصة أو مكلفة. يتم غسل الصوف جيدًا بتقنيات غير مكلفة في البيوت، بتنقيعه في الماء الدافئ، ومن ثم غسله جيدًا. بعد ذلك، يُجفف تحت أشعة الشمس. بعد أن يجف، تُزال الشوائب العالقة به بنفضه بالعصي.

¹ حمادي خالد عبوب جبارية، الصناعات التقليدية جسر اصالة بين جلفة وغرداية برنوس وقشابية جلفوية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح، ورقة، 2017

ب- **مشط الصوف**: يتم مشط الصوف بواسطة نوعين من المشط بمشط ذو حجم كبير تتراوح مقاسيه ما بين (0.08 - 01 - 0,60 متر طولاً) وله ثمانية عشر الى عشرين سا (18-20 ساً) او اكثر.

ج- **القردشة**: بعد عملية المشط، يأتي دور القردشة للخصلات القصيرة والمجعدة لتسهيل بسطها وتسهيل عملية الغزل. تتم هذه العملية بأداة خاصة تسمى القرداش. القرداش عبارة عن لوحتين من الخشب ذو شكل أسطواني، وقد إنتصبت على اللوحتين أسنان حديدية مشدودة في اتجاه المقبضين.

د- **الغزل**: يقوم عموماً على عزل الخصلات الطويلة التي تتحصل عليها اثناء عملية المشط والقردشة أيضاً ومن أجل الحصول على خيوط خشنة وغلظة نوعاً ما تتم هذه العملية بواسطة آداة خشبية تسمى الغزل.

3-4- صباغة الصوف:

هي عملية تلوين للصوف، فلم يعد العمل مقتصرًا على الألوان الطبيعية كالأبيض والأسود والبنّي، بل تعدى ذلك إلى الألوان الاصطناعية. كان الأقدمون يستخلصون الصبغة الطبيعية من بعض النباتات والحشرات. فمثلاً، اللون الأحمر يُستخرج من نبات القهوة أو حشرة القرمز، أما اللون الأصفر فمن شجرة الكرمل أو زهرة الزعفران. وتعتبر عملية استخراج الألوان الجديدة.

من أسرار المهنة التي يحرص لعدم كل حرفي على عدم البوح بها حتى يامن من منافسة أهل الحرفة.¹

¹ حمادي خالد عبوب جبارية، مرجع سابق، ص52.

3-5 الصنع والنسيج

تتم بعقد خصلات الصوف على خيوط السدى، ونختار الألوان حسب الرسم المستحضر أمام النسّاج. بعدما تتم عقد العقد في صف، يدفعها النّسّاج إلى الأسفل لكي تتضم إلى العقد الأخرى التي عُمّلت من قبل، ثم يشيد عليها بخطيف أو أكثر أي تجربة أفقية في محاذاة عارضتي النول آلة النسيج. يعيد النّسّاج الخلطة على الخيوط ويشد عليها بعد عقدها بخيوط اللحمية. وهكذا، كلما ازداد تقدم العمل أو النسيج، يُلف الجزء المنسوج حول العارضة السفلي، بينما تدور العارضة العليا للنول حول محورها. وبذلك يستمر تقدم خيوط اللحمية وتواصل عملية النسيج باستخدام المشط اليدوي.

- عملية دمغ الزرابي التقليدية بمركز الزرابي لولاية الأغواط:

مركز دمغ الزرابي التقليدية بولاية غرداية هو المركز الثاني على مستوى تراب الجمهورية، والذي أنشئ بعد مركز دمغ الزرابي لولاية تلمسان، وهو جزء من مركب الصناعة التقليدية بولاية الأغواط.¹

- مهام مركز دمغ الزرابي:

- مراعاة المقاييس وتطبيقها في صنع الزربية بتتوعاتها لمفتولة والمسطحة والمنتجات التقليدية المختلفة الأخرى.
- ضمان الدولة للمنسوجات التقليدية المتمثل في الزرابي التقليدية.
- التعريف بخدمات المركز وتوسعها.
- ضمان نوعية المنتج وجودته من خلال عملية دمغ الزرابي.

- شروط وموانع دمغ الزرابي:

¹ دليل عملية دمغ الزرابي بمركز دمغ زرابي بولاية غرداية، غرفة صناعة التقليدية بولاية غرداية

- أنا يكون الحرفي أو المؤسسة أو التعاونية الحرفية المسجلين في سجل الصناعات التقليدية والحرف.
- أن يكون الجامعون المنتجات النسيجية مسجلين السجل التجاري.
- أن يكون المنتج المقدم للدمع من المواد الاولية الخالصة وهي:
- الصوف بالنسبة للعقدة المفتولة.
- بالنسبة للسود الحبكة القطن.
- أن لا تكون مثقوبة.¹
- أن يكون المنتج جديد أو غير مستعمل من قبل ولا يحمل آية عبارة تعبير عن أو ترمز إلى اشياء مقدسة مثل:
- كتابة آيات قرآنية.
- رسم العلم الوطني.. الخ
- لا يجب رسم صور لشخصيات وطنية أو اشخاص.
- أن لا تكون الزربية مرت على مراقبة من قبل.
- مجريات عمليه دمع الزرابي:

لمرحلة الاولى:

. مراقبة المنتج حسب المعايير المنصوص عليها وتتضمن:

أ- تحديد المتعامل سواء تقديم بطاقة الحرفي أو بطاقة جامع المنتوجات النسيجية التقليدية.

ب- مراقبة الوزن.

ج- مراقبة الدقة (TASSAGE) خاصة الزربية المعمولة بالعقدة.

¹ دليل عملية دمع الزرابي بمركز دمع زرابي بولاية غرداية، غرفة صناعة التقليدية بولاية غرداية.

د- مراقبة المقاسات واستقامة الحاشية و الأهداب.

هـ - مراقبة - الصباغة: أن تكون صلبة وجيدة.

و-مراقبة اصالة المواد الأولية المستعملة (الصوف + القطن) وأن تكون معسولة غسلًا جيداً.

ز- الزربية التي دمعت سابقاً أو في مراكز دمع الزرابي المعتمدة عبر الوطن.

المواصفات التقنية :

المادة الاولية الطبيعية

1. الصوف:

- الصوف الخالص La Laine noble.
- مغسولاً غسلًا جيداً .
- معالج بدواء عن الحشرات النونية .
- مغزول اليا وتقليديا وذو خيط متين.

2. القطن:

- القطن الطبيعي الخالي من المواد البلاستكية .
- (لا يتعدى نسبة 5% إلى 10% ويستعمل للسدوة و الحبكة.

المعايير المستعملة:

مادة القيام **la chaine**:

هو خيط القطني الخاص بالسدوة وبذلك تم تحديد نوع الدقة المراد إنجازها في الزربية المعمولة بالعقدة.¹

مادة لطران :

هو خيط التقاطع ويكون من المادة النبييلة المختلفة مثل الصوف والقطن ومن المواد الطبيعية الاخرى، وبها تتم عملية التقاطع بين الصوف والعقدة الصوفية.

خيط التقاطع:

هو الذي يفصل بين الصفوف، و يرص ويحزم العقد المفتولة في الاتجاه العمودي للزربية.

خيط العقدة: (مادة الصوف)

هو الخيط المستعمل في انجاز العقدة المفتولة ويكون من الصوف الخالص.

الدقة او النسيج: **Texture** او **Tassagt**

من خلال الدقة تتم تحديد نوعية الزربية المراد إنجازها مثلا زبية ذات الدقة $2010 = 10 \times$ عقدة في دسم مربع.

القمحة: **(les Fronges)**

هي حاشية البداية والنهاية التي تبدأ وتنتهي بها الزربية وذلك الرص وحصر العقدات المفتولة.

¹ دليل عملية دمع الزرابي بمركز دمع زرابي بولاية غرداية، غرفة صناعة التقليدية بولاية غرداية، ص6.

الوزن:

يحدد وزن المتر المربع حسب الدقة المنجزة.¹

علو العقدة : la hauteur de méche

يعده علو العقدة الصوفية والقطنية المستعملة حسب الدقة المراد إنجازها .

السك (Tirage)

يحدد السك الخيوط الصوفية والقطنية المستعملة حسب

الدقة المنجزة:

التمركز décentrage

توضع الرسوم والا أشكال الهندسية المرسومة على مساحة الزربية بانتظام ومتمركزة بدون ما تكون خارجة أو مائلة عن مركز القطعة.

الرموز les motifs

هي الرسومات واشكال هندسة مرسومة على مساحة الزربية ولها دلالات تاريخية وثقافية لدى المجتمع الجزائري.

التسمية الأصلية:

تعني ان الزرابي ذات التسمية المنتشرة عبراً رجاء الوطن لها خصوصيات في المجالين التاريخي والثقافي وكذا التقنيات في الصبغ - المقاسات - المواد الأولية المستعملة والرموز والألوان الخاصة بها

¹ دليل عملية دمغ الزرابي بمركز دمغ زرابي بولاية غرداية ،غرفة صناعة التقليدية بولاية غرداية، ص7

المرحلة الثانية: التقييم و التصنيف

تقسيم الزربية المصنوعة بالعقدة وفقاً للمقاييس الخاصة بها ثم تصف في مستوى من المستويات الستة.

تحديد بطاقة الدمغة في 06 ألوان حسب تصنيف الزربية ومستوى كل زربية.¹

1. اللون الأخضر: صنف ممتاز (أ)

2. اللون الأزرق: حق ممتاز (ب)

3. اللون الأصفر: صنف معرف (أ)

4. اللون البرتقالي: صنف معرف (ب)

5. اللون الأحمر: يبين تسمية الأصلية

6. اللون الأبيض: يبين المواد الأولية الطبيعية وصنع باليد

المرحلة الثالثة عملية الدمغ.

تدمغ الزربية بعد تحديد المستوى وبذلك ب

1. تخطيط بطاقة الدمغة المناسبة في الركن الأيمن للقطعة.

2. تترك مسافة 5 سم من حاشية الزربية لتخطيط بطاقة .

3. استعمال خيط الشمع على رأس الخيطين بوضع رصاص خاصة ويقتل الخيطين

داخل الرصاص تم يضغط عليه بكماشة خاصة تحمل علامة مكتوب عليها AA

تعني صناعة التقليدية الجزائرية.¹

¹ دليل عملية دمغ الزرابي بمركز دمغ زرابي بولاية غرداية ،غرفة صناعة التقليدية بولاية غرداية، ص8 .

المرحلة الرابعة "التسجيل":

بعد الانتهاء من عمليات المراقبة و التصنيف و الدمج تأتي عملية التسجيل للمنتوج التقليدي وذلك في سجل خاص بالدمج ممسوك من طرف رئيس المحكمة ويحتوي معلمات منها:

- تاريخ الدمج
- رقم بطاقة الحرفي
- نوع المنتوج
- مستوى النوعية
- اسم ولقب الحرفين
- الطول. العرض. المسافة. الوزن.

عاشرا : الإستغرام موقع للترويج المنسوجات التقليدية بالأغواط

الإستغرام من أبرز منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن يلعب دورًا كبيرًا في ترويج المنسوجات التقليدية في الأغواط أو أي منطقة أخرى من خلال عدة طرق منها:

1. إبراز الحرف اليدوية: وذلك من خلال نشر صور وفيديوهات عالية الجودة للمنتوجات التقليدية حيث يمكن للحرفين المهنيين وعرض جمال وتفرد منتجاتهم وهذا ما يساعدهم في جذب الانتباه وإبراز القيمة الثقافية والفنية لهذه المنسوجات .
2. التسويق المستهدف: يوفر الإستغرام أدوات تسويقية تسمح للبائعين باستهداف جماهير محددة بناء على اهتمامات الديمغرافية والموقع الجغرافي يمكن استخدام هذه الأدوات للوصول إلى أشخاص مهتمين بشكل خاص بالثقافة التقليدية.

¹ دليل عملية دمغ الزرابي بمركز دمغ زرابي بولاية غرداية ،غرفة صناعة التقليدية بولاية غرداية،ص9.

بناء المجتمع: يمكن للحرفين والتجار استخدام الإنستغرام لبناء مجتمع من المعجبين والعملاء المحتملين من خلال التفاعل المستمر ونشر المحتوى الذي يروي قصص وراء ذلك.¹

يقومون أصحاب المنتجات التقليدية بترويج منتجاتهم عن الموقع الإنستغرام بميزة الخوارزمية الإنستغرام حيث اعتمدت منصة الإنستغرام خوارزمية جديدة للتحكم في الإرسال ، التي تصل إلى متابعيك الحاليين.

وغيرهم لتحقيق أكبر عائد من التسويق عبر الإنستغرام فلذلك يجب فهم خوارزمية الإنستغرام والالتزام بقواعدها

- يمكن للإنستغرام أن يلعب دورًا مهمًا في زيادة إقبال الأفراد. على المنسوجات التقليدية من خلال عدة طرق:

النوعية والتعليم: يمكن للإنستغرام أن يعمل كمنصة التعليم الجمهور حول قيمه المنسوجات التقليدية وأهميتها الثقافية من خلال نشر محتوى يشرح العمليات التقليدية والجهود المبذولة في صناعة هذه المنتجات وبذلك يمكن زيادة التقدير لهذه الحرف.

الترويج "التسويق":

يسمح الإنستغرام بعرض المنتجات التقليدية بطريقة جذابة من خلال نشر الصور ومقاطع الفيديو، مما يساعد في جذب الانتباه وإثارة اهتمام المتابعين الذين قد يكونون مهتمين بشراء هذه المنتجات.

¹ مقابلة مع اكرام فشكل . لها صفحة على موقع الانستغرام يوم 2024/04/27

يمكن للحرفيين والتجار استخدام الإنستغرام لبناء مجتمع من الأشخاص المهتمين بالحرف التقليدية والثقافة، وهذا يخلق قاعدة من المتابعين المخلصين ويفتح باب التفاعل المباشر مع العملاء المحتملين.¹

يسمح الإنستغرام باستخدام ميزة القصص (stories) لترويج منتجاتهم وتسويقها يومياً، من خلال نشر آخر المستجدات والإعلان عن المنتجات الجديدة بمشاركة صور لا تدوم أكثر من 24 ساعة لذلك فهي موجهة أساساً للمتابعين الأوفياء.²

صفحة الإنستغرام inssij home: جوهره الأغواط الصناعة التقليدية والحرف في تفعيل دورة المرأة الحرفية:

ومن أجل التقرب أكثر من وضع الأنشطة الحرفية النسوية في ولاية الأغواط لحرفيات الرائدة في العمل الحرفي النسوي من خلال المقابلة التي أجريتها مع السيدة إكرام فشكار صاحبة مصنع النسيج و من أهداف وأهمية مواقع التواصل في ترقية العمل الحرفي النسوي في صفحة السيدة إكرام فشكار . التي توصل متابعيها في صفحة الإنستغرام الى 70k لان موقع الإنستغرام يعد الاساس في عمل الأنشطة الحرفية النسوية.

وصرحت لنا بأنها استفادت في ترويج منتجاتها من خلال هذا الموقع.

- كون هذه الوسائط الاتصالية المتمثلة في مواقع التواصل أصبحت همزة وصل كبيرة بين الحرفين والمحيط الخارجي وخاصة الحرفيات الماكثات في البيت وكذا الحرفيات القاطنات في المناطق الريفية أكسبها خبرة واطلاعا على التجارب النشاط الحرفي .
- تمكنت صفحة الإنستغرام إكرام فشكار من الاستمرار وعدم الانقطاع عن الجمهور ودائماً على تواصل دائم من خلال صفحة الإنستغرام التي دائماً في خدمة الجمهور

¹ مقابلة مع إكرام فشكار . لها صفحة على موقع الإنستغرام يوم 2024/04/27
²مقابلة مع إكرام فشكار . لها صفحة على موقع الإنستغرام يوم 2024/04/27

لتقديم معلومات والنشر عن كل ما يتعلف بصناعة المنسوجات وأبرزها القيمة الثقافية والفقيه لهذه المنسوجات.

• توفر أيضًا مواقع التواصل امكانية والتواصل بالمشاركة والاعجاب والتعليق مما يشعر الجمهور بحرية الرأي والتعليق.

كما يفيد هذا الموقع في التسويق وذلك بتحديد الجمهور المستهدف مع الفترة الزمنية و قياس مدى نجاح الخطة التسويقية للأنشطة التسويق و الترويج للمنتجات الحرفية و هذا كله عن طريق قياس الإعجابات و التعليقات على حساب صفحة الإنستغرام.

تساهم صفحة الإنستغرام في التعريف و الترويج للمنسوجات التقليدية لصفحة إكرام فشكلار لبيع منسوجاتها ومساهمة لزيادة و تنمية المبيعات .

يعد موقع التواصل الاجتماعي اداة للإعلام وإعلان تسويقي¹.

¹مقابلة مع إكرام فشكلار "صاحبة مصنع النسيج" يوم 2024/04/28

خلاصة الفصل:

نستخلص من هذا الفصل أن غرفة الصناعة التقليدية هي مؤسسة ذات طابع عمومي إداري ومهني تتمتع بالاستقلال المعنوي. إذن، تظل همزة وصل بين الحرفيين ومختلف الدعم المالي. بالإضافة إلى ذلك، يعتبر موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام ذا أهمية بارزة في مجال الأنشطة الحرفية السنوية، ويتجلى ذلك في دوره الداعم والفاعل في ترقية وتطوير الحرف والصناعة التقليدية بولاية الأغواط. فقد ساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الصناعات الحرفية في تعزيز واستمرار صورة مجتمع الحرف التقليدية بسرعة مذهلة. يُعدّ موقع إنستغرام أداة علمية وتسويقية تساهم بسرعة في زيادة وتنمية مبيعات منتجات الصناعة التقليدية.

الفصل الرابع

الجانب الميداني للدراسة

تمهيد :

أولاً: منهج الدراسة

ثانياً: مجالات الدراسة

ثالثاً: عينة الدراسة

رابعاً : أدوات جمع البيانات

خامساً : تحليل و مناقشة نتائج الدراسة

سادساً : نتائج الدراسة

تمهيد :

إننا لا نكتفي في أي دراسة علمية بالجانب النظري فقط بل يتطلب جانب التطبيقي العملي له لجعل الدراسة أكثر تناسقا و تنظيما و ذلك بالإعتماد على أهم خطوات البحث العلمي . فالجانب التطبيقي يسمح لنا بتحديد خطوات العمل المتبعة و كذا المنهج المناسب و تقنيات البحث المستعملة في الدراسة و تلك هي الخطة التي سنتبعها في هذا الفصل : تحديد المنهج المستعمل في الدراسة:

أولاً : منهج الدراسة:

تحديد المنهج المناسب للدراسة :

تم استخدام المنهج الوصفي: "و هو أحد مناهج البحث و يمثل تشخيصاً علمياً لمشكلات أو الظواهر بقدر ما يتوفر من أدوات موضوعية تتجلى أهميته من حيث تفسير الظاهرة المدروسة و نظراً لأن مشكلة الدراسة تتعلق بالحاضر و أن دراستنا ستتم على طريق الاستجواب المباشر و كذلك فإن الهدف من هذه الدراسة الوقوف عند حد الوصف و بالتالي فإن المنهج المناسب لهذا البحث: المنهج الوصفي"¹.

ثانياً : مجالات الدراسة :

أ- المجال المكاني : يقصد به النطاق الذي أجريت فيه الدراسة حيث قمنا بدراستنا في غرفة الصناعة التقليدية بولاية الأغواط في حي 104 سكن معمورة.

ب- المجال الزمني: أجريت دراستنا بداية من 2023/12/18 إلى غاية ماي 2024 خلال السنة الجامعية 2024/2023

ج- المجال البشري: يشمل المجال كل امرأة حرفية بغرفة الصناعة التقليدية بولاية الأغواط.

ثالثاً: عينة الدراسة:

اعتمدت دراستنا على اختيار العينة القصدية:

باعتبار العينة جزء من مجتمع البحث الذي تجمع منه البيانات فإن طبيعة الموضوع تقضي استخدام العينة القصدية وتعني هذه الأخيرة اختيار كفي من قبل الباحث للمبحوثين استناداً إلى أهداف بحثه ولا يتم اختيار المبحوثين من خلال الجدول العشوائي أو القرعة².
أي أن العينة القصدية هي عينة يعتمد الباحث أن تتكون من وحدات معينة³

¹ رشيد زرواتي ، تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، الجزائر، دار هومة، 2002، ص119.

² معن خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، عمان ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2004، ص 208.

³ محمد داودي محمد بوفاتح، منهجية كتابة البحوث العلمية والرسائل الجامعية، ط1، الجلفة، الجزائر، دار مكتبة الأوراسية، 2007، ص70.

بين حرفيات بغرفة الصناعة التقليدية و الحرف بولاية الاغواط حيث بلغ أفراد العينة 30 حرفية.

رابعاً: أدوات جمع البيانات : استمارة الإستبيان : هي وسيلة إتصال بين الباحث و المبحوث تحتوي على مجموعة من الأسئلة و نظرت لمتطلبات البحث إعتدنا في جمع البيانات على دليل إستمارة ميدانية حيث احتوت دراستنا محورين من أجل قياس علاقة الأستغرام بالترويج لمنسوجات التقليدية و مدى نجاح استراتيجية الترويج لمنسوجات التقليدية عبر موقع الأستغرام .محور 01:يتضمن البيانات الشخصية حول المبحوثات و يتضمن 4 أسئلة . محور 02: يتضمن البيانات الشخصية حول الواقع المهني لمرأة الحرفية في حرفة النسيج يتضمن 16 سؤال.

خامساً : تحليل و مناقشة النتائج :

المحور الأول: البيانات الشخصية :

جدول رقم (02) : يمثل توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
6.66%	02	أقل من 20 سنة
43.34%	13	من 20 إلى 30 سنة
30%	09	من 31 إلى 40 سنة
10%	03	من 41 إلى 50 سنة
10%	03	أكثر من 50 سنة
100%	30	المجموع

تحليل جدول رقم 02 "يمثل سن المبحوثات"

يتضح من الجدول أن الفئة العمرية من [20-30] تمثل أعلى نسبة من أفراد العينة والتي تقدر ب (43.34%) ثم تليها الفئة العمرية من [40-31] سنة، والفئة العمرية [أكثر من 50 سنة] نفس النسبة والمقدرة ب (10%) في حين تمثل الفئة العمرية [أقل من عشرين سنة] أقل وأضعف نسبة مع النسب الأخرى والمقدرة ب (6.66%).

نلاحظ أن أعلى نسبة هي (43.33 %) وتمثل الفئة [20-30] فهي تمثل من الشباب والعملاء وبداية الاهتمام بالحياة وبناء مستقبل آمن، تليها النسبة (30 %) لفئة [40-31] هذه الفئة الذي يكون غالباً ويتحمل متزوجات ويتحملن أعباء أسرية لهذا إتجهوا نحو الحياة العملية وإعانة العائلة خصوصاً، إذا ما رجعنا إلى جدول 03 والذي يمثل الحالة الاجتماعية، فأغلبهن متزوجات أو من الحالات الأخرى كالمطلقات أو الأراملن وهذا سبب كاف في رأينا من أجل لجوء المرأة نحو سوق العمل وإنتاج الحرفن تليها نسبة (10 %) وتمثل الفئات كل من [50-41] و [أكثر من 50] فأغلبهن ماكنات في البيت وهن اللواتي حافظن على هذه الحرفة لتتوارثها الأجيال وعدم زوالها، والمحافضة على حرفتها، تليها نسبة (6.66%) وتمثل الفئة [أقل من 20 سنة]، فهي الفئة التي لا تلجئ لهذه الحرفة لأسباب الدراسة عدم وجود الوقت الممتلك للحرفة.

جدول رقم (03) : يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
3.33%	01	دون مستوى
10%	03	تقرأ و تكتب
13.33%	04	متوسط
13.33%	04	إبتدائي
30%	09	ثانوي
30%	09	جامعي
100%	30	المجموع

تحليل جدول رقم 03 " يمثل المستوى التعليمي للمبحوثات "

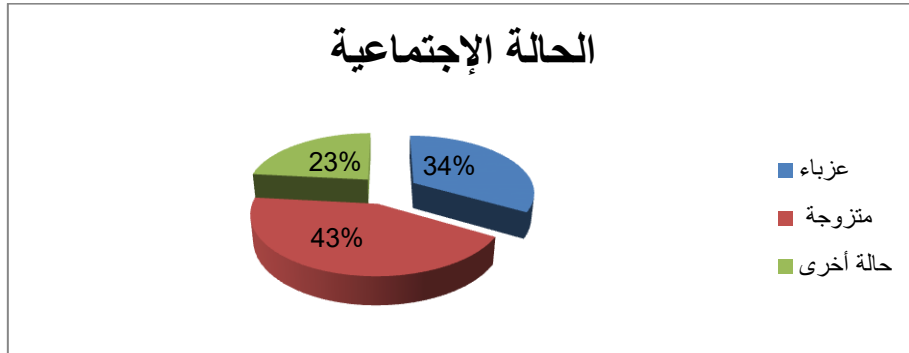
يتضح من الجدول أعلاه أن أعلى مستوى تعليمي من أفراد العينة هو كلا من الثانوي والجامعي والتي قدرت ب (30 %) بنفس النسبة، ثم يليها المستوى كلا من المتوسط والإبتدائي والتي قدرت ب (13.33%) بنفس النسبة، حيث المستوى التعليمي ليقراً أو يكتب قدرت ب (10%) في حين يمثل المستوى التعليمي بدون مستوى أقل وأضعف نسبة مقارنة مع النسب والمقدرة ب (3.33%).

نلاحظ أن أعلى نسبة هي (30%) التي تمثل المستوى التعليمي للشباب لكل من [الثانوي والجامعي] وهو من العطاء وإهتمام بالحياة العملية لكن مستواهم عالي، وذلك من أجل تطويره في سوق العمل والإنتاج الحربي، يليها النسبة (13.33%) وتمثل المستوى التعليمي لكل من [إبتدائي ومتوسط]، هذه الفئة غالباً ما يكون ماكنات في البيت ويتحمل أعباء أسرية، لهذا يتجهون نحو الحياة العملية لإعانة العائلة، وهم الذين حافظوا على هذه الحرفة وتطويرها والمحافظة عليها وعلى حرفتها ثم تليها نسبة (10%) تمثل المستوى التعليمي [يقرأ و يكتب] فأغلب هذه الفئة يعتبرون العمل الحربي وسيلة ملئ الفراغ ويكونون غالباً متزوجات أو من الحالات الأخرى كالطلاق أو الأرملة، فهم ملزمون باللجوء نحو سوق العمل لتوفير حاجيات أبنائهم ثم تليها نسبة (3.33%) يمثل المستوى التعليمي [بدون مستوى] وهم نساء كبار السن الأميات الذين تعلموا هذه الحرفة من الصغر ومازالوا إلى يومنا هذا يتقنونها من أجل عدم زوالها وتوارثها عبر الأجيال.

جدول رقم (04) : يمثل توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية للمبحوثات

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
33.33%	10	عزباء
43.33%	13	متزوجة
23.33%	07	حالة أخرى
100%	30	المجموع

الشكل رقم (01) : يمثل توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية للمبحوثات



تحليل الجدول رقم 04 " الحالة الاجتماعية للمبحوثات"

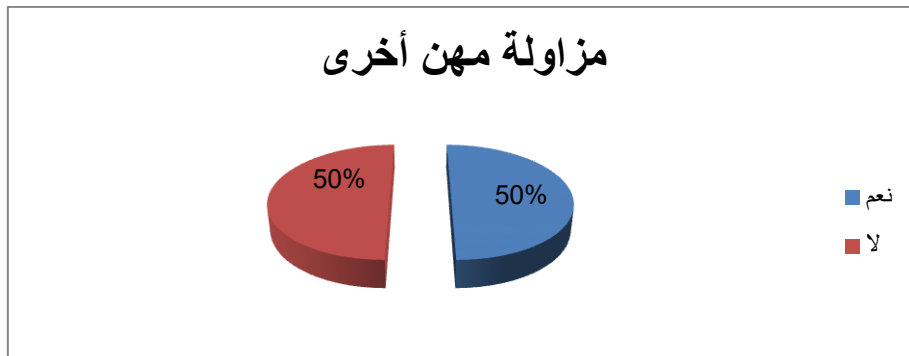
يتضح من خلال الجدول أعلاه ان أعلى نسبة تكون للحالة الاجتماعية من أفراد العينة هي المتزوجة والتي قدرت ب(43.33%) ، ثم تليها الحالة الاجتماعية العزباء من افراد العينة التي قدرت ب(33.33%)، تمثل الحالة الأخرى من الحالة الاجتماعية من أفراد العينة أقل وأضعف نسبة مقارنة مع النسب السابقة والمقدرة ب(23.33%).

نلاحظ أن أعلى نسبة وهي (43.33%) وتمثل الحالة الاجتماعية للمتزوجات وتكون غالبا هذه الفئة من متزوجات يتحملن مسؤوليات أسرية لهذا يدفعهم اللجوء نحو العمل لتوفير مطالب أسرهم، تليها النسبة (33.33%) وتمثل الحالة الاجتماعية للعزباء فيقومون هذه الفئة بهذا الإنتاج الحرفي وهم خارج دائرة الزوج للتعبير حبهم وميولهم نحو هذه الحرفة وبداية الاهتمام بالحياة العملية وبناء المستقبل أو وسيلة لملئ وقت فراغهم، تليها النسبة (23.33%) تمثل الحالات الأخرى كالطلاق والرمل، فأغلبهم يآدون هذه الحرفة لتوفير حاجيات أبنائهم وإعانتهم لهذا يفضلون التوجه نحو سوق العمل وافنتاج الحرفي، وهذا سبب كاف في رأينا في بعض الحالات يجب أو يضطر المرأة اللجوء نحو سوق العمل.

جدول رقم (05) : يمثل مزاولة المبحوثات للمهن الأخرى"

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
50%	15	نعم
%50	15	لا
%100	30	المجموع

شكل رقم (02) : يمثل مزاولة المبحوثات للمهن الأخرى"



تحليل جدول رقم 05 " يمثل مزاولة المبحوثات للمهن الأخرى"

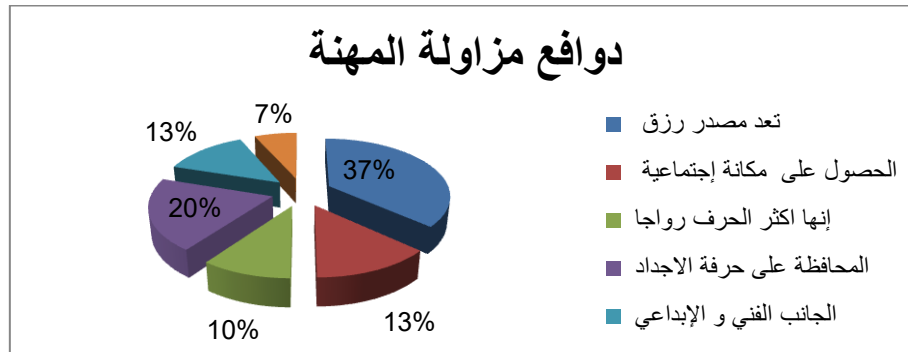
يمثل الجدول أعلاه أن نسبة (50 %) من إجمالي أفراد العينة يزاولون مهنة أخرى عدا حرفة النسيج في حين يوجد (50 %) من إجمالي افراد العينة لا يزاولون مهنة أخرى. نلاحظ من الجدول أن النصف من إجمالي أفراد العينة نسبة (50 %) يزاولون مهنة أخرى وذلك لميولهم في مجالات أخرى ومحاولة منهن لزيادة الدخل او ممارستها كهواية أو كمحافظة على التراث فقط والإبداع وترويجها والنصف الآخر بنسبة (50 %) لا يزاولون مهنة أخرى لظروف ما، كعدم وجود الوقت الكافي في مزاولة عدة مهنتات.

المحور الثاني : الواقع المهني في حرفة النسيج

جدول رقم (06) : يمثل دوافع مزاوله حرفة النسيج

النسبة المئوية	التكرار	دوافع مزاوله المهنة
36.66%	11	تعد مصدر رزق
13.33%	04	الحصول على مكانة إجتماعية
10%	03	إنها أكثر الحرف رواجاً
20%	06	المحافظة على حرفة الاجداد
13.33%	04	الجانب الفني و الإبداعي
6.66%	02	وسيلة لملئ الفراغ
100%	30	المجموع

شكل رقم (03) : يمثل دوافه مزاوله حرفة النسيج



تحليل جدول رقم 06 يمثل الواقع المهني في حرفة النسيج"

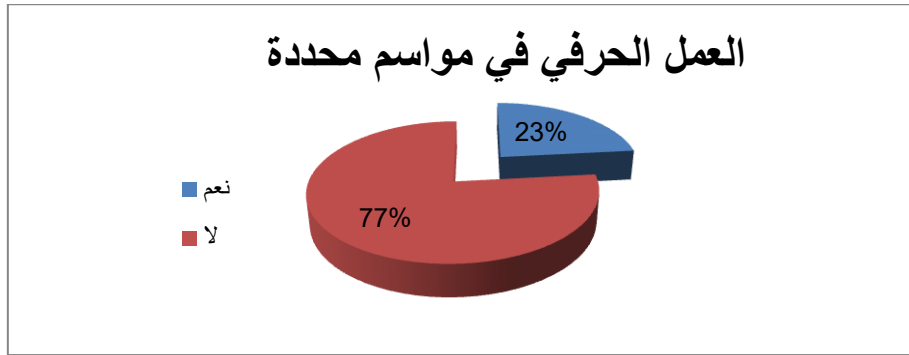
يتضح من الجدول أعلاه أن أكثر دافع لمزاوله حرفة النسيج من إجمالي أفراد العينة، لأنها تعد مصدر رزق والتي قدرت ب (36.36%)، ثم تليها كلا من الحصول على مكانة إجتماعية، والجانب الفني والإبداعي بنفس النسبة والمقدرة ب(13.33 %)، ثم تليها المحافظة على حرفة الأجداد والمقدرة ب(20%)، ثم تليها أنها أكثر الحرف رواجاً والمقدرة ب(10%) في حين أنها وسيلة لملئ الفراغ أقل وأضعف نسبة والمقدرة ب(6.66%).

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة (36.36%) وتعد مصدر رزق بحيث تقوم الحرفيات بهذه الحرفة ويتجهون نحو الحياة العملية لإعانة أنفسهم وأبنائهم، وإعتبرن هذه حرفة مصدر رزقهم، تليها النسبة (13.33 %) وتمثل الحصول على المكانة الاجتماعية وذلك عن طريق إنجازاتهن ومواهبهن في هذه الحرفة تكون لديهن مكانة في مجتمعن وحتى في المجتمعات الأخرى والجانب الفني والإبداعي باعتبار الفن والإبداع يلهمهن ويحفزهن على تحقيق النجاح والتفوق في مجال هذا العمل وذلك عند مشاهدتهم في إبداع عملهن بطريقة جيدة يشعرون أن لديهم الحماس والرغبة في تحقيق أهدافهن الشخصية والمهنية ويكون لهن مصدر إلهام مستمر يدفعهن نحو التحسن والتميز المستمر في مجال عملهن باعتبار الفن والإبداع يلعبان دورا هاما في الحياة العملية لذا ينبغي أن نشجع وندعم كهينة الفن والإبداع في مجال العمل وهما عنصران أساسيان لتحقيق النجاح والإتقان في حياة المهنة، تليها النسبة (20%) للمحافظة على حرفة الأجداد وذلك من أجل الحفاظ حماية الحرف التقليدية من الزوال، وذلك على أن الكثير من الحرف أهله هما يستوجب بعثها من جديد مما يتطلب دعمها والحفاظ عليها كونها إرثا وجزءا هاما من الهوية والثقافة بولاية الأغواط، ثم تليها النسبة (10%) أنها أكثر الحرف رواجاً بما أن المنسوجات التقليدية أصبحت أكثر رواجاً في الآونة الأخيرة كبديل للمنسوجات الصناعية الحديثة فاعتبروها أكثر دافعا لمزاولة هذه الحرف في سوق العمل وإنتاج الحرف، ثم تليها النسبة (6.66%) وسيلة لملى الفراغ، فبعض الحرفيات يقمن بهذه الحرفة في وقت فراغهم من أجل ملئ الوقت بالحرفة والإبداع فيها.

جدول رقم (07) : يمثل العمل الحرفي في مواسم محددة

النسبة المئوية	التكرار	العمل الحرفي
23.33%	7	نعم
76.66%	23	لا
100%	30	المجموع

شكل رقم (04) : يمثل العمل الحرفي في مواسم محددة



التحليل جدول رقم 07 " يمثل العمل الحرفي "

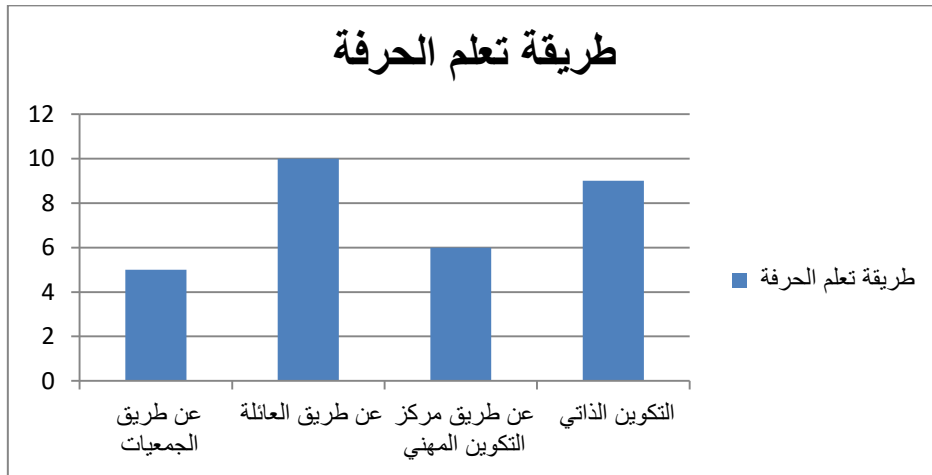
يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة (76.66%) من إجمالي أفراد العينة لا يمارسون العمل الحرفي في مواسم محددة بل يوميا، في حين أن (23.33%) من إجمالي أفراد العينة يمارسون لعمل الحرفي في مواسم محددة.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة (76.66%) لا يمارسون العمل الحرفي في مواسم محددة وهم يمارسون هذه الحرفة يوميا لأنها في الغالب تعد نشاطهن الدام وعملهن الدؤوب الذي يفر لهن العائد المادي، أما النسبة (23.33%) يمارسون العمل الحرفي في مواسم محددة وبصفة منتظمة في العطل أو في نهاية الأسبوع وأكثر في المناسبات فهذه الفئة لا تمارس الحرفة بشكل دائم مما يدل على أنهن لا يعتبرن الحرفة سوى منصب عمل مؤقت أو مساعد أو كهواية فقط، أو كما سبق أن ذكرنا بأنها محاولة منهن للمحافظة على التراث وعدم التفريط فيه.

جدول رقم (08) : يمثل طريقة تعلم الحرفة

النسبة المئوية	التكرار	طريقة مزاولة الحرفة
16.66%	05	عن طريق الجمعيات
33.33%	10	عن طريق العائلة
20%	06	عن طريق مركز التكوين المهني
30%	09	التكوين الذاتي
100%	30	المجموع

الشكل رقم (05) : يمثل طريقة تعلم الحرفة



تحليل: "الجدول رقم 08 يمثل الحرفة"

يتضح من الجدول أعلاه أن تعلم الحرفة بشكل قوي عن طريق العائلة والتوارث بنسبة (33.33%) ثم تليها عن طريق الذاتي والمقدر ب(30%)، ثم عن طريق مراكز التكوين بنسبة (20%) في حين تمثل أقل وأضعف نسبة تعلم الحرفة عن طريق الجمعيات والمقدرة ب(16.66%).

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة (33.33%) وتمثل تعلم الحرفة عن طريق العائلة (التوارث) والدافع لتعلم هذه الحرفة عن طريق العائلة لأن أغلب أسر الأغواط يمارسن الحرف في القطب على الكثير من التراث المحلي ولديهن بطاقة حرفي ولا يعتبرونه عمل دائم ويمارسونه كهواية في أوقات فراغهم، بل تعلمن الحرف عن طريق أجدادهن وتوارثوه من

جيل إلى جيل، وكان آباؤهم يمارسون الحرفة كذلك، ثم تليها النسبة (30%) عن طريق التكوين الذاتي وهذا راجع للإلحاقهم بالحرفة كان موهبة وإهتمام شخصي، لذا كونوا أنفسهم بذاتهم، ثم تليها النسبة (20%) عن طريق مراكز التكوين، هن الحرفيات اللواتي التحقن بمجال الحرف عن طريق التكوين الذي فتح مجالات واسعة لتعلم الحرف وخلق مناصب الشغل وهذا من أجل مساعدة الشباب على التشغيل ثم تليها النسبة (16.66%) عن طريق الجمعيات من أجل أن يكون لهم فرصة الظهور في المناسبات المحلية والوطنية والدولية من حيث ينشطون ويتعلمون هذه الحرفة في جمعيات حرفية.

جدول رقم (09) : يمثل طبيعة المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج

النسبة المئوية	التكرار	طريقة مزاولة الحرفة
10%	03	قماش عادي
50%	15	صوف
16.66%	05	الحرير
16.66%	05	صوف صناعي
6.66%	02	مواد أخرى
100%	30	المجموع

جدول رقم (06) : يمثل طبيعة المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج



تحليل الجدول رقم 09 "يمثل المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج"

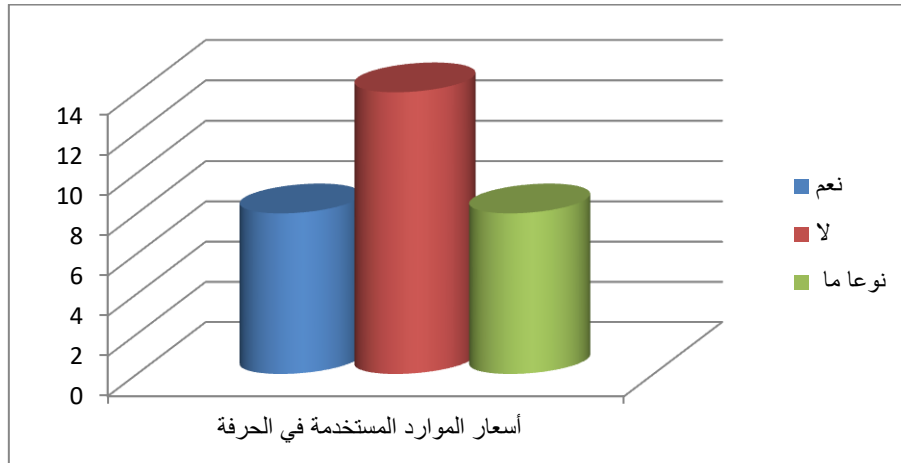
يتضح من الجدول أعلاه أن أكثر مادة استخدمت في حرفة النسيج من إجمالي أفراد العينة هو الصوف بنسبة (50%) ثم تليها كالا من الحرير والصوف بنفس النسبة والمقدرة ب(16.66%)، ثم تليها لقماش العادي بنسبة (10%) في حين تمثل مواد أخرى أقل وأضعف نسبة مع النسب الأخرى والمقدرة ب(6.66%).

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة هي (50%) وتمثل الصوف من المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج باعتبار صوف الخرفان أنها أقدم المواد النسيجية والأكثر استخداماً في صناعة الملابس والمنسوجات وذلك يعود إلى مميزاته العازلة للحرارة وقدرته على التنفس وإضافة إلى ملمسه الناعم ومرونته، ثم تليها النسبة (16.66%) لكل من الحرير والصوف الصناعي مما يتلائم مع الظروف المناخية للمنطقة باعتبار الحرير من الأقمشة الناعمة واللامعة والتي تستخدم بكثرة في المناسبات كحفلات الزفاف والخطوبة وتزين العرائس، كما أن الحرير يتيح فرصاً لجذب فئات جديدة لزيادة الإنتاج وتوفير فرص العمل، وأما الصوف الصناعي فقد أصبح خياراً شائعاً لمصنعي الملابس لأنه أكثر فعالية من حيث التكلفة للمستهلك وأنه أكثر متانة من الصوف الطبيعي وأنه مقاوم للتقلص والبهتان وأن الصوف الصناعي في نطاق ألوان أوسع من الصوف الطبيعي وذلك بصنع الملابس في مجموعة متنوعة من الألوان مما يمنح المستهلكين المزيد من الخيارات بالأناقة والموضة وقد لاحظ تطوراً إيجابياً مع دعم نمو الألياف الإصطناعية، ثم تليها النسبة (10%) قماش عادي وتدني نسبتها في النسيج يرجع إلى أن تكون غير سامية ومتفرقة ومفتوحة وتكون خفيفة مثل القماش القطني وهي ذات خصائص جد عالية وتتطلب الكي بشكل عام، ثم تليها النسبة (6.66%) وتمثل مواد أخرى كالصوف والصوف ضلي والحرير والقماش العادي في حرفة النسيج.

جدول رقم (10) : يمثل أسعار المورد الأولية المستخدمة في الحرفة

النسبة المئوية	التكرار	أسعار الموارد المستخدمة في الحرفة
26.66%	08	نعم
46.66%	14	لا
26.66%	08	نوعا ما
100%	30	المجموع

شكل رقم (07) : يمثل أسعار المورد الأولية المستخدمة في الحرفة



تحليل الجدول رقم 10 " يمثل أسعار المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج"

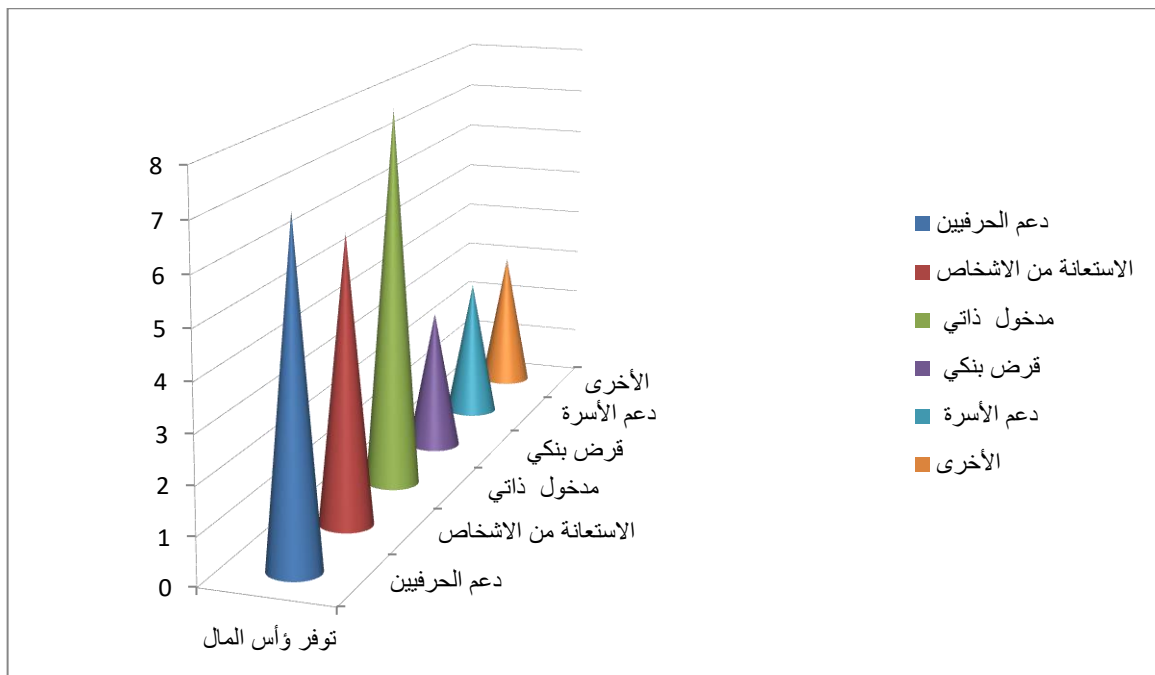
يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة (46.66%) من إجمالي أفراد العينة بأن أسعار المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج ليس في متناول جميع الحرفيات في حين نسبة (26.66%) أن أسعار المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج في متناول جميع الحرفيات وبعض الحرفيات بنسبة (26.66%) أن نوعا ما في متناول جميع الحرفيات. نلاحظ أن أعلى نسبة (46.66%) تمثل أسعار المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج ليس في متناول جميع الحرفيات ويرجع ذلك لنقص المادة الأولية وعدم توفرها في المصانع بالإضافة إلى عدم وجودبائعي الجملة مما يجعل من التكلفة أقل ويرفع من هامش

الربح مما قد يشجع الحرفيات على الإستمرار في حرفتهن، ثم تليها النسبة (26.66%) تمثل أن أسعار المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج في متناول جميع الحرفيات وذلك يرجع لبعض الحرفيات أن لهم تكوين ذاتي ودعم مالي يوفرن به هذه المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج.

جدول رقم (11) : يمثل توفير رأس مال للعمل بالحرفة"

طريقة مزاولة الحرفة	التكرار	النسبة المئوية
دعم الحرفيين	07	23.33%
الإستعانة من الأشخاص	06	20%
مدخول ذاتي	08	26.66%
قرض بنكي	03	10%
دعم الأسرة	03	10%
أخرى	03	10%
المجموع	30	100%

شكل رقم (08) : يمثل الوقت المحدد للعمل :



تحليل الجدول رقم 11 " يمثل توفير رأس مال للعمل بالحرفة"

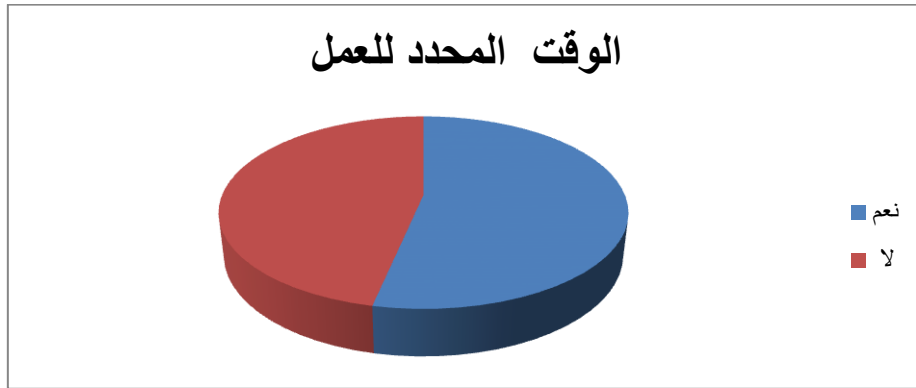
يتضح من الجدول أعلاه أن يتم توفير رأس مال للعمل بالحرفة بنسبة (26.66%) وهي أعلى نسبة من إجمالي أفراد العينة توفيرها بمدخول ذاتي، ثم تليها دعم الحرفيين بنسبة (23.33%)، ثم تليها الإستعانة من الأشخاص بنسبة (20%) في حين تمثل القرض البنكي ودعم الأسرة زالأخرى الذي يذكرونها بعض المبحوثات بنفس النسبة وهي (10%) حيث تمثل أقل وأضعف نسبة مقارنة مع النسب الأخرى.

نلاحظ أن أعلى نسبة (26.66%) تمثل توفير رأس مال للعمل بالحرفة بمدخول ذاتي وذلك بعض الحرفيات كونوا حرفتهم برأس مالهم ومدخولهم الذاتي لأوان الأخيرن فأصبحت الدولة لا تهتم لا تدعم الحرفيات فهم مجبرون لتوفير رأس مال للقيام بعملهم بمدخولهم الذاتي، ثم تليها النسبة (23.33%) ويمثل دعم الحرفيات فبعض الحرفيات دعمتهم غرفة الصناعة التقليدية في مجال الإنتاج وتسويق منتجاتهم بتوزيع محلات مهنية لممارسة نشاطهم وتسويقه والحضور في معارض الصناعات التقليدية وأيام دراسية إعلامية وملتقيات تكوينية لفائدة الحرفيين من أجل توفير وتسهيل رأس مال للعمل بهذه الحرفة، ثم تليها نسبة (10%) تمثل كلا من القرض البنكي ودعم الأسرة والأخرى التي ذكروها بعض المبحوثات بنفس النسبة حيث تمثل دعم الأسرة وفي غالب الأحيان يكون من طرف الأب أو الأم بدعم مادي ومعنوي من أجل إشغال أبنائهم ومساعدتهم لعمل ورسم مجال عملهم الدائم توفير لهم رأس مال للبداية في هذا العمل وتطويره وتمثل قرض بنكي فبعض الحرفيات يتدنوا قرض بنكي وذلك بتزويد الأفراد والمؤسسات والمنشآت في مجال الحرفة بالأموال اللازمة من أجل تسهيل العمل ودعم الحرفيات بالمال في بداية عملهم وتوفير رأس مال للعمل واسترداده بدون خسائر، والأخرى التي ذكروها فبعض الحرفيات قاموا بتوفير رأس مالهم بطرق أخرى ومتعددة.

جدول رقم (12) : يمثل وقت محدد للعمل

النسبة المئوية	التكرار	أسعار الموارد المستخدمة في الحرفة
636.33%	16	نعم
46.66%	14	لا
100%	30	المجموع

شكل رقم (09) : يمثل توفير رأس مال للعمل بالحرفة"



تحليل الجدول رقم 12"

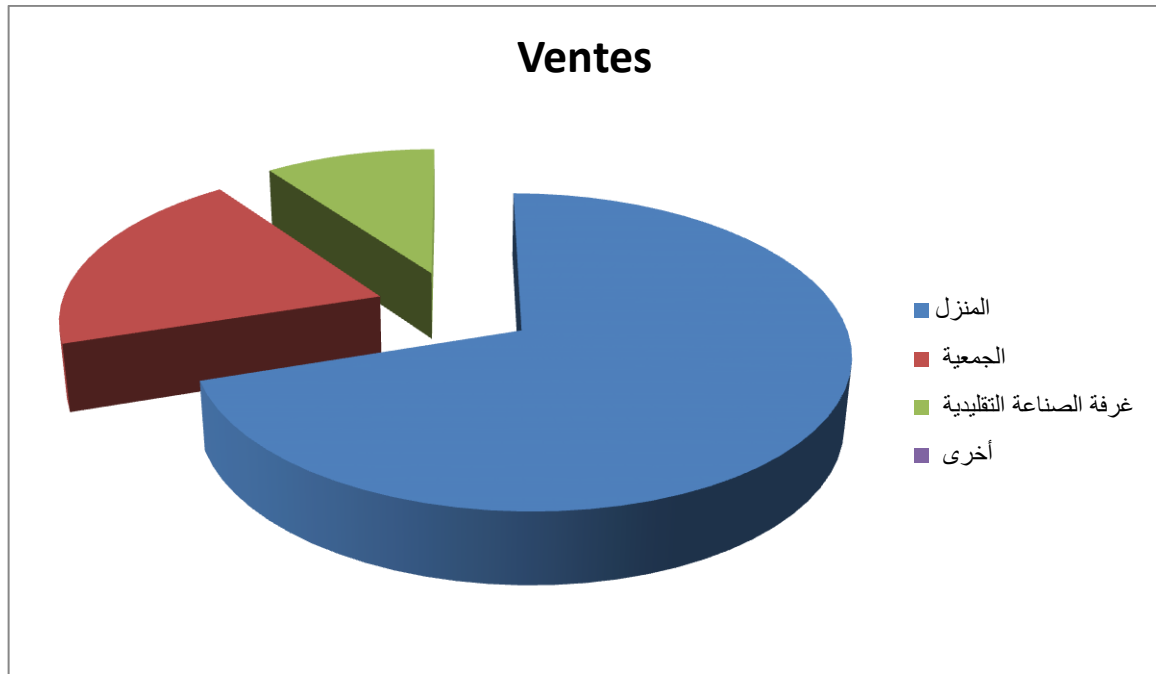
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل وقت محدد للعمل أن نسبة (53.33%) من افراد العينة العمل يعملون لوقت محدد تقابلها نسبة (46.66%) لا يعملون بالوقت المحدد ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول نلاحظ ان أفراد العينة يعملون بانتظام ويخصون وقت محدد للعمل على أشغالهم الحرفية، كيف كان نوعها وهذا ربما راجع إلى حبهن في إتقان هذا العمل وكذلك لعدم الخضوع في ضغوطات تهدد مجال عملهم وتتعكس بالسلب على نوعية المنتج والذي قد يفقدهم مصداقية العمل ويمكن تغير الاهتمام بالوقت من طرف الحرفيين، ان الكثير من الأفراد ممن يمتنون الحرف التقليدية ويشغلون

في وظائف أخرى وممارستهم يمثل هذا المجال وهو كهواية ونشاط حرفي لإثبات قدرتهم الفنية ومواهبهم القيمة.

جدول رقم (13) : يمثل مكان ممارسة الحرفة

النسبة المئوية	التكرار	مكان ممارسة الحرفة
%70	21	المنزل
%20	06	الجمعية
%10	03	غرفة الصناعة التقليدية
%00	00	أخرى
%100	30	المجموع

الشكل رقم (10) : يمثل مكان ممارسة الحرفة



تحليل الجدول رقم 13:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يوضع مكا ممارسة الحرف أن نسبة (70%) من أفراد العينة يلجؤون إلى ممارسة أعمالهم الحرفية من المنزل، يقابلها نسبة (20%) يمارسون حرفهم داخل الجمعيات في حين جاءت أدنى نسبة بقيمة (3%) يمارسون حرفهم داخل غرفة الصناعة التقليدية.

ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول نستنتج أن غالبية أفراد العينة يمارسون حرفهم التقليدية من المنزل وهذا يوضح المميزات ايجابية التي تقدمها مثل هذه التطبيقات إذ ساعدت خاصة فئة النساء في مجتمعات مغلقة يتلقون الرفض من طرف الأهل ويمنعونهم من الخروج للعمل خاصة لإمتهان بعض الحرف اليدوية الحرة كفتح صالون للحلاقة أو ورشة للخياطة أو غيرها من الحرف اليدوية التي تكسبهن الربح غير انهن قد تؤثر على علاقتهم وسلوكياتهم بسبب الإختلاط وكثرة التعاملات لذلك وجدن من مواقع التواصل الاجتماعية النافذة لإفتتاح على عالم الشغل ودفن الإحتكاك بالزبائن ويكون ذلك التشهير للمنتجات عبر تلك التطبيقات هو حلقة الوصل بين الممتهين للحرفة والمستهلك لها.

جدول رقم (14) : يمثل كيفية تسويق المنتج

النسبة المئوية	التكرار	كيفية تسويق المنتج
40%	12	عن طريق المعارض
16.66%	05	عن طريق الجمعيات
33.33%	10	عن طريق مواقع التواصل
03.33%	01	عن طريق الدلالات
6.66%	02	عن طريق المناسبات
100%	30	المجموع

تحليل الجدول رقم 14:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح مكان تسويق الحرفة بنسبة (40%) من أفراد العينة يسوقون منتجاتهم عن طريق المعارض ويقابلها نسبة (33.33%) يسوقون منتجاتهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، ثم تليها النسبة (16.66%) يروجون منتجاتهم في المناسبات في حين جاءت ادنى نسبة وهي (3.33%) عن طريق الدلالات. من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن غالبية افراد العينة يمارسون تسويق منتجاتهم عن طريق المعارض وهذا يوضح أنها من الإجابيات التي تساعد المجتمع لتسويق منتجاتهم.

جدول رقم (15) : يمثل دور الإنستغرام في زيادة الإقبال على شراء المنسوجات التقليدية

النسبة المئوية	التكرار	الإقبال على المنسوجات التقليدية
53.33%	16	نعم
20%	06	لا
26.66%	08	أحيانا
100%	30	المجموع

تحليل الجدول رقم 15:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح دور الإنستغرام في زيادة إقبال الأفراد على المنتجات التقليدية أن (53.33%) من الأفراد وهي تمثل أعلى نسبة ممن يرغبون في إقتناء المنتجات التقليدية، يقابلها نسبة (26.66%) من أفراد العينة أحيانا ما يتقبلون المنتجات التقليدية في حين تشكلت أدنى نسبة (20%) من الأفراد كانت إجابتهم ب لا أي أنهم لا يقبلون على المنتجات التقليدية.

ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول نستنتج ان التجارة الإلكترونية قد أصبحت تلقى رواجاً من طرف الأفراد خاصة خاصة لما تتمتع به بعض الصفحات من مصداقية لسهولة وصول المنتج وكذا نوعية المنتجات التي كثيراً ما تكون مطلوبة لدى المواطن الأعواطي خاصة التقليدية منها، وتبقى المنتجات التقليدية لها وزنها وكثيرة الطلب عليها خاصة إذا ما اقترنت بالمناسبات كإقتناء الحلويات التقليدية لمناسبة العيد أو الأفرشة لحفلات الزفاف وغيرها فأصبحت المهتمات لحرفة الصناعة التقليدية يجدون سهولة في ترويج منتجاتهم وكذا نفس الأمر للراغب في إقتناء المنتج لسهولة التواصل خاصة بعد توفير آلية التوصيل لباب المنزل.

جدول رقم (16) : يمثل فئات الزبائن المهتمين بالمنسوجات التقليدية

النسبة المئوية	التكرار	المهتمين بالمنسوجات التقليدية
76.66%	23	إناث
27.33%	07	ذكور
100%	30	المجموع

تحليل الجدول رقم 16:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل فئات الزبائن المقبلين على حرفة النسيج أي الإناث هن الأكثر إقبالا على المنسوجات التقليدية بنسبة (76.66%) تقابلها نسبة (27.33%) توزعت لذكور.

ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول نجد أن الإناث هن الكثر إقبالا على إقتناء منتجات النسيج وهذا راجع لإهتمام فئة الإناث بمثل هذه الأمور الخاصة بتأثيث المنازل وكذلك راجع إلى طبيعة النشئة الاجتماعية والتي تهيء الفتاة منذ الصغر على أهمية

التأثير وتبدأ مرحلة الإقْتناء خاصة في فترة الخطوبة وأهمية إقْتناء ما يعرف بجهاز العروس فنجد الفتاة تركز على بعض التفاصيل التقليدية التي توارثتها إما عن جدة وتحاول أن تبرز وقتها في إختيار اللوان والنوعية وإن كان لا بد لنا ان نشير إلى أمر في غاية الهمة إنطلاقاً من مؤشرات واقعية أصبحت بارزة وتثير الجدل وهي تراجع إقْتناء بعض الأغراض خاصة النسيجسة منها واستبدالها بأثاث عصري وأصبحت المنسوجات في تفاضيل للديكور فقط، وهذا كله راجع إلى ما يعرف بتأثير عوامل التغيير الاجتماعي وتأثير وسائل الإعلام والإتصال ودورها في تشكيل ذهنيات عصرية تتبع ما يعرف بموضة العصر، وبذلك يكون بمثابة البوابة التي انفتحت على ربوع العالم كافة وليس على المجتمع الأوغاطي فقط.

جدول رقم (17) : يمثل مدى متابعة الأفراد لحسابات الإنستغرام المهتمين بالحرفة .

الاقبال على المنسوجات التقليدية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	16	53.33%
لا	08	26.66%
أحيانا	06	20%
المجموع	30	100%

تحليل الجدول رقم 17:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح المتابعين للحسابات عبر الإنستغرام المهتمين بالحرفة ان نسبة (33.33%) من افراد العينة يتابعون الحسابات عبر الأنستغرام ومهتمين بالحرفة، تقابلها نسبة (26.66%) من أفراد العينة أجبن ب لا أي أنهم أحيانا ما يتابعون الحسابات عبر الأنستغرام.

ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول نلاحظ أن الاهتمام بالحرف ومتابعتها عبر الأنستغرام ومتابعة حسابات الفئة النشطة في مجال الحرف قد لقي رواجاً كبيراً في الآونة الأخيرة فهو من جهة قد ساعد أصحاب الحرف على ترويج حرفهم والتعريف بها ومن جهة أخرى ساعد الراغبين في إقتناء المنتجات الحرفية على سهولة توفرها واقتنائها ولقي كلا الطرفين الفائدة، وللتقرب أكثر وفهم المؤثرات الواقعية توضح بذلك بمثال واقعي بسيط الضوء على واقعية الترويج أو التسويق للمنتجات عبر الأنستغرام، حيث نجد أن بعض المهتمين لصناعة المنسوجات قد وجدوا التسويق عبر الأنستغرام النافذة للتعريف بجودة عملية وتنوعية فلم يركزوا على النمط التقليدي غير أنهم شكلوا دوراً هاماً لما وجدوه من كثرة الطلب على المنسوجات وتداولها بين أفراد المجتمع وكأنها موضة.

جدول رقم (18) : يمثل التفاعلات الإيجابية من المتابعين على الإنستغرام .

تفاعلات المتابعين على الإنستغرام	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	50%
لا	06	20%
أحيانا	09	30%
المجموع	30	100%

تحليل الجدول رقم 18:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تفاعلات الإيجابية من المتابعين للأنستغرام أن نسبة (50%) من أفراد العينة ينقلون تفاعلات إيجابية وهن بدورهن يعلقن إيجابياً على الأنستغرام تقابلها نسبة (20 %) أجابوا ب لا أي أنهم لا يتلقون تفاعلات إيجابية.

ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول نلاحظ أن التشجيع والتحفيز عبر الأنستغرام يعود بالفائدة على مستخدميها إذ تزيد التفاعلات الإيجابية من قيمة الصفحة فيرتفع بذلك عدد المشاهدات وتتوسع شهرة الصفحة للمهتمين بالحرفة وهي البوابة التي تساعدن على التشهير بمنتجاتهم.

ونلاحظ واقعيًا أن الأفراد يميلون نحو متابعة الصفحات الأكثر شهرة نظراً لمصداقية العامل أو نوعية المنتجات المعروضة ويحاولون بذلك إقتناء طلباتهم عبرها أكثر من غيرها من الصفحات.

جدول رقم (19) : يمثل مدى تلقي طلبات الشراء على الإنستغرام .

النسبة المئوية	التكرار	مدى تلقي طلبات الشراء
40%	12	نعم
13.33%	04	لا
46.66%	14	أحياناً
100%	30	المجموع

تحليل الجدول رقم 19:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح تلقي طلبات الشراء عبر الأنستغرام أن نسبة (46.66%) من أفراد العينة أحياناً ما يتلقون طلبات الشراء أو يحاولون إرسال طلبات إقتناء بعض المنتجات وتقابلها نسبة (40%) أقرأ بأنهم يتلقون طلبات شراء الأنستغرام ويرسلون لطلب الشراء.

في حين جاءت أدنى نسبة بقيمة (13.33%) صرحوا بأنهم لا يتلقون طلبات شراء عبر هذا التطبيق.

ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول نستنتج أن أفراد العينة بالرغم من إعتمادهم وتحميلهم لتطبيق أنستغرام إلا أنهم لا يعتمدون عليه لإقتناء وطلب وشراء بعض المنتجات

وذلك راجع لرفضهم لهذا النمط من الإستهلاك الحديث النشأة والإنتشار وكعامل يبرز محور دور التغيرات الاجتماعية في أنماط السلوك لدى أفراد المجتمع والذي لم يلقى رواجاً واستجابة كثيراً من طرف المجتمع خاصة الأجيال السابقة التي عاشت العصرين عصر دون أنترنت وعصر تطور التكنولوجيا أو راجع لسوء إستخدام وإستغلال هذا النوع من التطبيقات ومن مميزاته الإيجابية، إلا أن مصداقية وشفافية هذا التطبيق قد تأثرت ببعض الإنتهاكات وبعض المخادعين الذين ينتحلون شخصيات كاذبة للنصب والإحتيال على مستخدمي هذا التطبيق.

جدول رقم (20) : يمثل كيفية مساهمة الأنستغرام في تقوية العلاقة بالزبائن.

النسبة المئوية	التكرار	مدى تلقي طلبات الشراء
30%	09	بشكل قوي
16.66%	05	بشكل ضعيف
53.33%	16	بشكل عادي
100%	30	المجموع

تحليل الجدول رقم 20

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل كيفية مساهمة الأنستغرام في تقوية العلاقة بالزبائن، إن نسبة (53.33%) من أفراد العينة وهي تشكل أعلى نسبة وجدوا في العلاقة بين الزبائن عادية تقابلها نسبة (30%) كانت علاقتهم قوية مع زبائنهم وجاءت أدنى نسبة بقيمة (16.66%) كانت علاقتهم ضعيفة.

ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول نستنتج أن هذا التطبيق زيادة على استخدامه كوسيلة للترويج والبيع للمنتوجات الحرفية إلا أن بعض الأشخاص قد وجدوا الفرصة لعقد

علاقات ولكن ليس بشكل قوي، فهي تبقى علاقة في حدود العمل، إلا أنهم قد يستفيدون منها في بعض المصالح، غير أننا نجد بعض الأشخاص تكون تعاملاتهم مع زبائنهم بل حتى أن منتوجاتهم يتم إرسالها للزبون عن طريق التوصيل الذي يسهل على المستهلك طريقة الحصول على المنتج بدون أتعاب حتى وإن كانت بالثمن غير أنه فرصته لربح الوقت ونقص تكبد عناء التنقل.

سادسا : النتائج العامة للدراسة :

- الفئة العمرية 20_30 تمثل أعلى نسبة بإعتباره سن الشباب و العطاء و بداية الإهتمام بالحياة العملية فأغلبهم يتواجهون إلى مزوالة الحرف لبناء مستقبل آمن.
- يعد مستوى التعليمي من إجمالي أفراد العينة الثانوي و الجامعي أعلى مستوى كون مستواهم عالي و ذلك لتطويره في سوق العمل.
- تعد الحالة الإجتماعية للمتزوجات أعلى الحالات و غالبا ما تكون هذه الفئة تتحمل أعباء أسرية إضافية مما يدفعهم إلى اللجوء نحو سوق العمل .
- حرفة النسيج لأغلب الحرفيات هي مصدر رزق لإعانة أنفسهن و أبنائهن و اعتبرن هذه الحرفة مصدر رزقهن.
- أغلب الحرفيات لا يمارسن العمل الحرفي في مواسم محددة بل يمارسنه يوميا لأنه يعد نشاطهن الدائم و عملهن الدؤوب الذي يوفر لهن العائد المادي.
- تعلم الحرفة عن طريق العائلة (التوارث) يرجع إلى أن أغلب أسر الأغواط مايزلن محافظات على الكثير من التراث المحلي.
- المواد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج عند الكثير من الحرفيات هي مادة الصوف و الذي يعد من أقدم المواد النسيجية مما يتلاءم مع الظروف المناخية للمنطقة .

- الحرفيات يشتكين من أسعار المواد الأولية لأنها ليست في متناول الجميع و يرجع ذلك إلى عدم توفير مصانع أو ورشات لإنتاجها بالإضافة إلى عدم وجود بانهي الجملة.
- تم توفير رأس المال لبعض الحرفيات بمدخولهن الذاتي و هذا يرجع إلى أن الدولة في الآونة الأخيرة أصبحت لا تدعم الحرفيات بشكل كاف - حسب تصريحات بعض الحرفيات - فهن ملزمات بتوفير رأس مال للقيام بعملهن بمدخولهن الذاتي.
- معظم الحرفيات يعملن بانتظام ويخصن وقتا محددًا للعمل على اشغالهن الحرفية كيفما كان نوعها.
- أغلبية الحرفيات يمارسن حرفهن التقليدية في منازلهن.
- تعتبر المعارض الفضاء الترويجي الرئيسي لتسويق المنتوجات النسيجية.
- يساهم الأنستغرام في زيادة إقبال الزبائن في اقتناء المنتوجات التقليدية .
- أغلبية الإناث هن أكثر إقبالا على ممارسة حرفة النسيج وهذا راجع لاهتمامهن بهذه الأمور خاصة بتأثيث المنازل و استخدامها في كافة المناسبات و أنواع الديكور .
- أغلب المتابعين لحسابات الحرفيات عبر الأنستغرام مهتمين بمجال الحرف التقليدية عموما و النسيجية بوجه خاص.
- يعد الترويج و النشر عبر الأنستغرام عاملا مهما من عوامل زيادة التفاعلات الإيجابية على صفحات الأنستغرام.
- غالبية الأفراد يعتمدون على تطبيق الأنستغرام لاقتناء وطلب و شراء بعض منتوجات .
- يساهم الأنستغرام في تقوية العلاقة بالزبائن للترويج وبيع منتجاتهن.

خاتمة

خاتمة :

لا يخفى على أحد أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيرًا كبيرًا على أفكار واتجاهات الأفراد، حيث تتميز بقدرتها على تختيم الزمن ونشر الرسائل لعدد كبير من الناس بسرعة. تلعب هذه المواقع دورًا هامًا في ترويج الأفكار من خلال المحتوى الذي يتم نشره وتبادل المعلومات، والذي يسهم في ترسيخه في ذهن المتلقي، وخاصة منصة الإنستغرام التي تحمل أهمية كبيرة في العصر الحالي.

قد ثبت بوضوح دور الإنستغرام في تعزيز وتسويق المنتجات التقليدية في ولاية الأغواط. أظهرت الدراسات أن الإنستغرام ليس مجرد وسيلة للتواصل الاجتماعي، بل يشكل أداة استراتيجية قوية لترويج وتسويق المنتجات اليدوية والتقليدية. يسهم في زيادة الوعي بتلك المنتجات وتوسيع دائرة جمهورها، سواء على المستوى المحلي أو العالمي، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة المبيعات والدخل للمنسوجين المحليين.

مع ذلك، يجب أن ندرك أن استخدام الإنستغرام كأداة تسويقية يتطلب استراتيجيات مستمرة، بما في ذلك إنشاء محتوى جذاب وتفاعلي لبناء شبكات وعلاقات قوية مع المتابعين. يتطلب الأمر جهدًا مستمرًا لتحقيق النجاح المستدام في هذا المجال.

التوصيات و اقتراحات :

بناءً على النتائج والاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات التالية لتعزيز دور الإنستغرام في ترويج المنسوجات التقليدية بالأغواط:

1. تطوير محتوى إبداعي وجذاب : يُنصح بإنشاء محتوى مرئي وملهم يبرز جمال وجودة المنسوجات التقليدية من الأغواط، مثل الصور الفوتوغرافية الجذابة ومقاطع الفيديو التوضيحية لعملية الصنع.

2. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى: بالإضافة إلى الإنستغرام، يمكن استكشاف واستخدام منصات أخرى مثل فيسبوك وتويتر وبنتريست لتعزيز الوعي بالمنسوجات التقليدية وجذب متابعين جدد.
3. تفعيل العلاقات مع المؤثرين الرقميين: يمكن التعاون مع مؤثرين رقميين مشهورين على الإنستغرام للمساهمة في تعزيز المنتجات التقليدية للأغواط من خلال مشاركة تجاربهم وآرائهم الإيجابية.
4. تنظيم مسابقات وحملات ترويجية: يمكن تنظيم مسابقات وحملات ترويجية عبر الإنستغرام لزيادة التفاعل مع الجمهور وتعزيز الوعي بالمنتجات التقليدية، مثل مسابقات التصوير أو تحديات الهاشتاج.
5. توفير التدريب والدعم الفني: يجب تقديم التدريب والدعم الفني للمنسوجين لفهم كيفية استخدام الإنستغرام بشكل فعال وتطوير مهاراتهم في إنشاء محتوى جذاب وتفاعلي.
6. استخدام الإعلانات المدفوعة: يمكن استخدام الإعلانات المدفوعة على الإنستغرام للوصول إلى جمهور أوسع وزيادة الانتشار والتفاعل مع المنسوجات التقليدية للأغواط.
7. متابعة وتقييم النتائج: يُنصح بمتابعة وتقييم أداء الحملات والاستراتيجيات على الإنستغرام بانتظام لقياس النجاح وتحديد المجالات التي يمكن تحسينها وتطويرها.



قائمة المراجع

قائمة المراجع :

1. أحمد قاسمي، سليم جدادي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية وسياسية واقتصادية، ألمانيا، 2019.
2. الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2017.
3. بن ساعد فاطنة، الإعلانات ودورها في خلق اداء تسويقي فعال، اطروحة الدكتوراه، كلية علوم إقتصادية، جامعة الجاللي ليابس، 2015، 2014، سيدي بلعباس.
4. بوقنون نهاد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية.
5. حسين محمود تميم، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
6. حليلة قادري، التواصل الاجتماعي، دار المنهجية للنشر و التوزيع، عمان، 2016،
7. حمادي خالد عبوب جبارية، الصناعات التقليدية جسر اصاله بين جلفة وغرداية برونوس وقشايية جلفوية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017.
8. خالد عثمان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية - التقنية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، .
9. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية - التقنية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013 .
10. رامي حسين حسني، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، جامعة الأزهر، غزة، 2012.
11. رامي حسين حسني، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، جامعة الأزهر، غزة، 2012 .

12. شيماء الهواري، محمود أحمد محمد، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنسان ،مجلة الدراسات العالمية، مجلة الدراسات العلمية ،المركز الديمقراطي العربي،العدد8، برلين أغسطس2019.
13. صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي، أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر وتوزيع، عمان، 2015 .
14. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015 م.
15. فارلو محمد الأمين، أثر استعمال تطبيق انستغرام، جامعة تسمسيلت، الجزائر، 2021.
16. فوزي أية سعيد ، دور الغرف الصناعية التقليدية والحرف في ترقية القطاع بالجزائر 1999 .
17. ليليا بوعزيز ، دور المؤثرين على موقع الأنستغرام في الترويج لعلامات التجارية، مذكرة ماجستير ، جامعة ، قسنطينة، 2022.
18. محمد العوض، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للنشر والتوزيع، ط 1، 2020.
19. محمد العوضي، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للنشر، الطبعة الأولى، 2020.
20. محمود صبح، راس المال العمل والتمويل المشروعات الصغيرة، أسيان للطباعة والنشر، القاهرة 1999 .
21. محمود صبحي ، رأس المال العام و التمويل المشروعات الصغيرة ، دار البيان للطباعة و النشر ، اقاهر ، 1999.
22. مركز المحتسب ، الاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، تويتر نموذجاً، دار المحتسب للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية 1438هـ 2016 م.
23. ناجي معل، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، الدار الجامعة الأردن،
24. نزاجي مالك، راق توفيق، اصول التسويق ، دار وائل للنشر والتوزيع ،ط1،عمان،الأردن،2002،
25. وسام فاضل ،مهند حميد التهامي ،الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة دار الكاتب الجامعية لبنان،2018.
26. ياسين قرناي ،امينة بكار، تطبيقات الاعلام الجديد طبعة 1 دار الاريام للنشر والتوزيع،2017.
27. رشيد زرواتي ، تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، الجزائر، دار هومة، 2002.

28. معن خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، عمان ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2004.
29. محمد داودي محمد بوفاتح، منهجية كتابة البحوث العلمية والرسائل الجامعية، ط1، الجلفة، الجزائر، دار مكتبة الأوراسية، 2007.

مقابلات

1. مقابلة مع مديرة غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط يوم 2024/04/22 بالأغواط.
2. مقابلة مع اكرام فشكار . لها صفحة على موقع الانستغرام يوم 2024/04/27
3. مقتطف من ريبورتاج بوخالفة مصطفى مع خياط أحمد مسبل،القشايبة الجلفاوية تزعرع عرش البدلات الرسمية المسؤلية لدى المسؤولين محرر 1,4 مارس 2015.
4. منشورات غرفة الصناعة التقليدية والحرف بولاية الاغواط
5. مقابلة مع كعباش فاطنة ، حرفية بولاية الاغواط يوم 2024/04/24 بـ الأغواط



الملاحق

جامعة عمار ثليجي - الأغواط
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة
قسم علوم الاعلام و الاتصال



تخصص إتصال و علاقات عامة
السنة ثانية ماستر

استمارة بحث

في إطار أنجاز مذكرة ماستر بعنوان "الإنستغرام و علاقته بترويج للمنسوجات التقليدية بالأغواط" دراسة حالة على المرأة الحرفية بغرفة الصناعة التقليدية بالأغواط

نرجو من الحرفيات بالتفضل بمساعدتنا و ذلك بوضع علامة (x) أمام الاقتراح المناسب على إجابة المناسبة و التعليق على السؤال المفتوح .

إن إجاباتكم ستحظى بالسرية التامة و لا تستخدم إلا للأغراض العلمية فقط

أخيرا تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير .

من أعداد الطالبتين :

- كوثر بوقناشة
- رميسة قاسمي

نعم لا

I. البيانات الشخصية:

1- السن :

أقل من 20 سنة 20-30 سنة 31-40 سنة
 41-50 سنة من 51 سنة و ما فوق

2- المستوى التعليمي :

بدون يقرأ و يكتب ابتدائي
 متوسط ثانوي جامعي

3- الحالة العائلية :

متزوجة عزباء حالة أخرى

4- هل تزاوون مهنة أخرى عدا العمل بالغرفة

نعم لا

II. الواقع المهني في حرفة النسيج

5- ما هي دوافعك لمزاولة حرفة النسيج التقليدي من (1-6)

تعد مصدر رزق المحافظة على حرفة الأجداد
 الحصول على مكانية اجتماعية الجانب الفني و الإبداعي
 لأنها أكثر الحرف رواجاً وسيلة لملء الفراغ

6- هل تمارس العمل الحرفي في مواسم محددة

نعم لا

- في حالة الإجابة بـ بنعم أذكرها

7- كيف تعلمت هذه الحرفة

- عن طريق لجمعيات عن طريق مراكز التكوين
عن طريق العائلة (توارث) عن طريق تكوين ذاتي

8- فيما تتمثل الموارد الأولية المستخدمة في حرفة النسيج ؟

- قماش عادي صوف حرير
صوف صناعي أخرى

9- برأيك هل أسعار المواد الأولية المستخدمة في الحرفة في متناول جميع الحرفيات

- نعم لا نوعا ما

هل تعاني من نقص المادة الأولية

- نعم لا

10- كيف يتم توفير رأس مال العمل بالحرفة؟

- دعم الحرفيين الإستهانة من أشخاص مدخول ذاتي
قرض بنكي دعم الأسرة أخرى

11- هل هناك وقت محدد للعمل

- نعم لا

في حالة الإجابة بنعم ما هو هذا التوقيت
اين تمارس الحرفة ؟

- المنزل الجمعية غرفة الصناعة التقليدية

أخرى

12- في العادة كيف يتم تسويق المنتج

- عن طريق المعارض عن طريق الدلالات
عن طريق الجمعيات في المناسبات
عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي

13- هل يمكن للانستغرام أن يلعب دور في زيادة إقبال الأفراد على المنسوجات التقليدية؟

نعم لا احيانا

14- ما هي فئات الزبائن المقبلين على حرفة النسيج التقليدية؟

ذكور إناث معا

15- هل للانستغرام دور كبير في عملية الترويج لمنتجاتكم بمدينة الأغواط؟

نعم لا احيانا

16- هل تجد تفاعلات إيجابية من المتابعين في الانستغرام

نعم لا احيانا

17- هل تتلقى طلبات شراء عبر الانستغرام؟

نعم لا أحيانا

18- كيف يساهم الانستغرام في تقوية علاقتك بزبائنك؟

بشكل قوي بشكل ضعيف بشكل عادي

15:57



nassij_home



292
publicatio...

70,4 K
followers

697
suivi(e)s

INassijhome
Entrepreneuriat
Laghout



Suivi(e) par meriem_guenane,
fatna_touhami_haute_couture et 30 autres
personnes

Suivi(e)

Écrire

Contacts



Suggestions

Voir tout



ds_miroirs

DS-miroirs et decoration

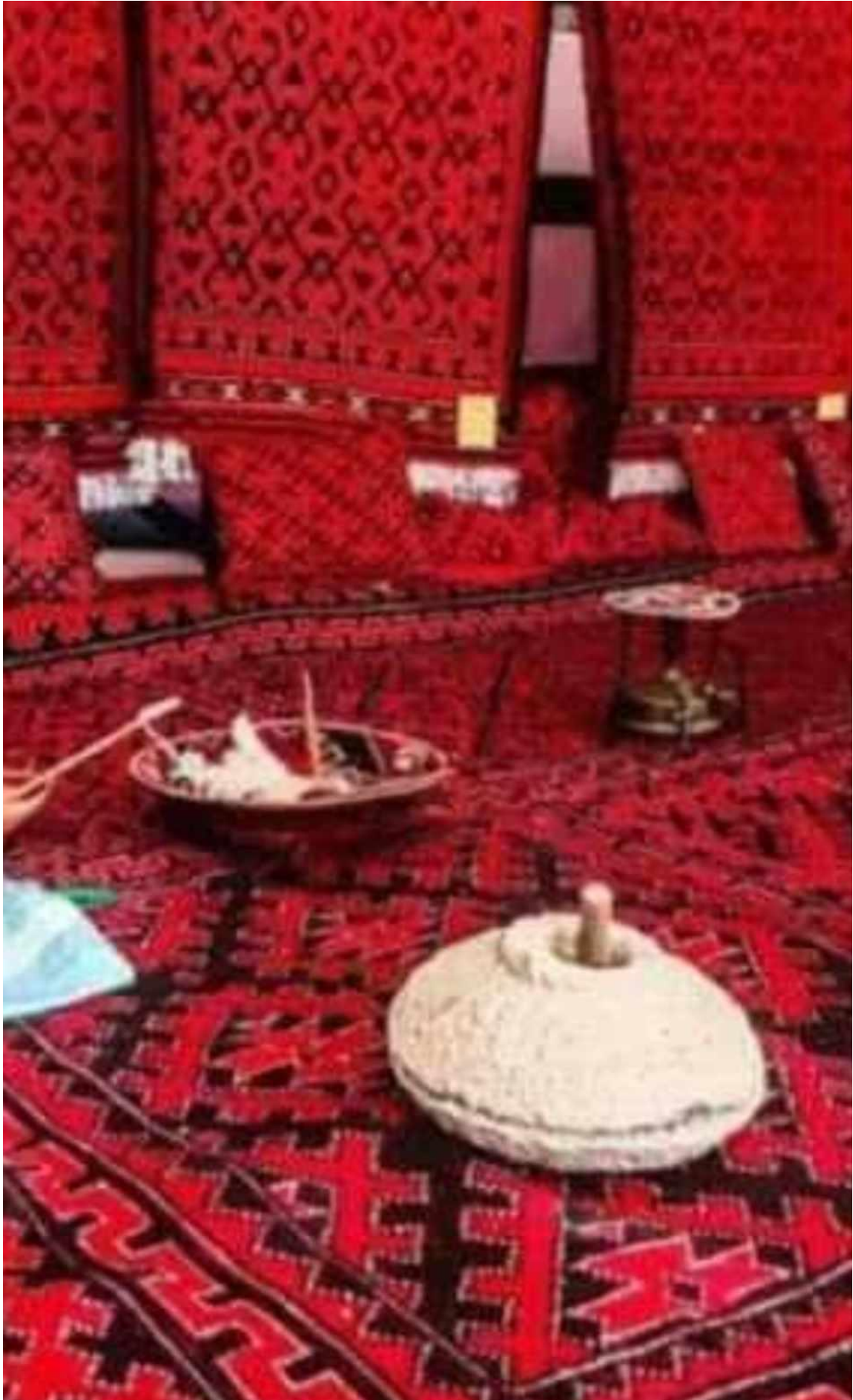
Suivre



artisanebyselima

L'Artisane by Selima

Suivre









15:59



← Publications



nassij_home
Africa/Algiers



Aimé par siga_cake_desserts et 602 autres personnes

nassij_home البورنوس المنسوج والمطرز يدويًا، القادم مباشرة من توقيت، يتم إعداده بعناية من قبل مجموعة من النساء اللواتي يستحقن كل احترامنا. يهتم هؤلاء الحرفيون بإتقان وإبداع أنماط لا تزول أبدًا وتظل في الموضة. البورنوس هو قطعة أساسية في أي خزانة ملابس، حيث يتم تصميمه ليديم مدى الحياة. صناعته التقليدية تجعله كنزًا حقيقيًا يجب التقدير عليه #الجزائر #المنسوج_الجزائري #النسيج #النساء_للنساء #ابداع #تصميم #صناعة_تقليدية_جزائرية #ملابس

14 décembre 2023



nassij_home









