



جامعة عمار ثليجي - الاغواط -

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

واقع اعتماد المرأة الحرفية على الفيسبوك في تسويق المشاريع المقاولاتية

دراسة ميدانية على عينة من النساء المقاولات من غرفة الصناعة
التقليدية بالأغواط

إشراف:

إعداد الطالبتين:

د. مداني حجاج

✓ صحراوي احلام

✓ غربي بشرى

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
موسى خجدم	أستاذ التعليم العالي	رئيسا للجنة
مداني حجاج	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
مروان زباني	أستاذ التعليم العالي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2021 / 2022

شكر وعرفان



مصدقاً لقوله تعالى: **وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ۖ**

الحمد لله والشكر لله عزّ وجل الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل المتواضع
ولا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتقدم بالشكر للدكتور المشرف حجاج مداني
لك منا كل الشاء و التقدير بعدد قطرات المطر و الوان الزهر و شذى العطر على جهودك
الثمينة و القيمة

وفي الأخير نتقدّم بالشكر الجزيل إلى كل الأساتذة

وإلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا البحث راجين من المولى العزيز
التقدير أن يمدّهم بموفور الصّحة والعافية ويبارك في رسالتهم ويسدّد خطاهم.



إهداء

بسم الله ذي الشان العظيم الذي تقديسه له الاسماء وكان لي العون والرجاء .

إن الحمد لله نحمده ونشكره والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه أجمعين . أما بعد :

أهدي هذا العمل إلى :

نرج العنان إلى نور حياتي إلى من ربّني وأنارني دربي وأعانتني بدعاء في كل صلاة أمي الحبيبة أطال الله في عمرها .

إلى من عمل بك في سبيلي من أجل توفير كل وسائل الراحة لي إلى من علمني معنى الكفاح وأوصلني إلى ما أنا عليه أبي الكريم أدامه الله تاجاً فوق رأسي .

والى إخوتي و وأخواتي والى من شاركيني في هذا العمل بشري .



اللهم لك الحمد أنت نور السموات والأرض ومن فيهن

اللهم لك أسلمت وعليك توكلت.

باسم الله الذي لا تضيع ودائعه أهدي هذا العمل

المتواضع إلى الوالدين الكريمين.

إلى إخوتي

إلى كل العائلة.

إلى كل من يعرفني.

إلى زميلتي و صديقتي أحلام.



بشرى

الفهرس

فهرس المحتويات



➤ فهرس المحتويات

ص

شكر وتقدير

اهداء

فهرس المحتويات

ملخص البحث

مقدمة.....أ

➤ الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

ص

الإطار المنهجي للدراسة

أولا : الإشكالية و تساؤلاتها

ثانيا: تحديد مفاهيم الدراسة

ثالثا : الدراسات السابقة

رابعا: أسباب اختيار الموضوع:

خامسا : أهداف الدراسة:

سادسا: أهمية الدراسة:

➤ الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك

ص

تمهيد:

- 1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:
- 2- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي
- 3- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
- 4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
- 5- دور شبكات التواصل الاجتماعي:
- 6- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

تمهيد

- 1- تعريف المساواة
- 2- تعريف المساواة النسوية
- 3- خصائص المرأة المساواة
- 4- دوافع المرأة لدخول عالم المساواة
- 5- علاقة المرأة بالمساواة
- 6- نظرة المجتمع للمرأة الحرفية المساواة
- 7- دور وسائل التواصل في المساواة النسوية

خلاصة الفصل

تمهيد:

- 1- الاجراءات المنهجية
 - 2- منهج الدراسة و نوعها:
 - 3- مجتمع الدراسة و عينتها:
 - 4- مجالات الدراسة:
 - 5- أدوات جمع البيانات:
 - 6- تحليل وتفسير البيانات
- النتائج العامة للدراسة:

الختام

قائمة المصادر والمراجع

قائمة الملاحق

ملخص:

ان حتمية ظهور استعمالات التكنولوجيا المواكبة للعصرنة فرضت نفسها على المرأة المقولة من جهة وعلى الجمهور المتفاعل من جهة أخرى وإبراز نتائج ظاهرة للمقاولات وهو الهدف الرئيسي والجوهري الذي شهد بلوة من خلال استخدامات التكنولوجيا خاصة مع مواقع التواصل الاجتماعي الذي اعطى مجرى ايجابي للمقاولاتية النسوية وذلك في تسيير نشاطها ولأبعد حدود.

يتمحور موضوع الدراسة حول " واقع اعتماد المرأة الحرفية على الفيسبوك في تسويق المشاريع المقاولاتية " متمثلة في عينة من المقاولات بمدينة الاغواط وكان الهدف من الدراسة هو التعرف على واقع اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق المشاريع المقاولاتية لدى المرأة ومدى مساهمة صفحات الفيسبوك في تدعيم المشروع المقاولاتي عند النساء.

واعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي والعينة القصدية في اختيارنا لعينة من مجتمع البحث المتاح على مستوى غرفة الصناعة التقليدية والحرفية على مستوى ولاية الاغواط.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية النسوية، وسائل التواصل الاجتماعي، صفحة الفيسبوك.

Résumé de l'étude :

L'inéluctabilité de l'émergence d'usages technologiques en phase avec la modernité s'est imposée aux femmes entrepreneures d'une part et au public interagissant d'autre part, et de mettre en évidence des résultats visibles pour l'entreprise contractante, ce qui est l'objectif principal et essentiel qui a connu une mésaventure à travers les usages de la technologie, notamment avec les sites de réseaux sociaux, qui ont donné un cours positif à l'entrepreneuriat féministe, en gérant au maximum ses activités.

Le sujet de l'étude s'articule autour de « la dépendance du public aux sites de réseaux sociaux dans la commercialisation des projets entrepreneuriaux des femmes », représentée par un échantillon d'entreprises de la ville de Laghouat, dans le renforcement du projet entrepreneurial des femmes.

Dans notre étude, nous nous sommes appuyés sur l'approche analytique descriptive et l'échantillon intentionnel dans notre sélection d'un échantillon de la communauté de recherche disponible au niveau de la Chambre des Traditions et des Artisans de l'Etat de Laghouat.

Mots-clés : entrepreneuriat féministe, médias sociaux, page Facebook.

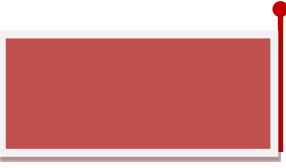
Study summary:

The inevitability of the emergence of technological uses that keep pace with modernity imposed itself on the woman entrepreneurs on the one hand and on the interacting public on the other hand, and to highlight visible results for the contracting business, which is the main and essential goal that witnessed a mishap through the uses of technology, especially with social networking sites, which gave a positive course to feminist entrepreneurship, in Managing its activities to the fullest extent.

The topic of the study revolves around “the public’s dependence on social networking sites in the marketing of women’s entrepreneurial projects,” represented by a sample of businesses in the city of Laghouat. In strengthening the entrepreneurial project for women.

In our study, we relied on the descriptive analytical approach and the intentional sample in our selection of a sample of the research community available at the level of the Chamber of Traditional and Craftsmen in the state of Laghouat.

Keywords: feminist entrepreneurship, social media, Facebook page.



مقدمة

مقدمة



مقدمة:

في ضوء ما تشهده الساحة الاقتصادية العالمية من تغيرات على أكثر من صعيد، احتلت المقالة النسوية دورا رياديا في دعم الجهود التنموية في كافة الاقتصاديات لاسيما النامية منها، والجزائر كغيرها من الدول النامية انتهجت في العشرية الأخيرة مجموعة من الإصلاحات والتحويلات تمهيدا لانتهاج سياسة جديدة تقوم على إرساء وتجسيد دعائم اقتصاد السوق. ولغرض تدعيم وترقية وتطوير هذه المؤسسات في تحقيق التنمية الاقتصادية، اقتضت الحاجة ضرورة تهيئة البيئة الاستثمارية وتأهيل الأنظمة التسييرية والوظيفية لهذه المؤسسات بغية تحسين وتميز أدائها.

وقد عرفت السنوات الأخيرة الحضور المكثف للمرأة في سوق العمل، حيث كانت تنشط في مشاريع أقل ما يقال عنها مشاريع منزلية، لكنها استطاعت اليوم الولوج إلى عالم الأعمال مثلها مثل الرجل. فالمرأة المقالة هي التي قامت بإنشاء المؤسسة، شراءها أو اكتسابها، حيث تتحمل جميع المخاطر والمسؤوليات المالية، الإدارية والاجتماعية كما تساهم في تسييرها اليومي.

و بما أن إنشاء المرأة لمؤسستها الخاصة أصبح موضوعا يثير الكثير من الجدل في المجتمع سواء تعلق الأمر بإنشاء جديد، إعادة إنشاء، تطوير أو اندماج، فإن إنجاح هذه العملية الطويلة والمعقدة يعد مهمة صعبة لكل امرأة حاملة مشروع والتي تواجه معوقات ثقافية، اجتماعية وبيئية بالإضافة إلى محدودية التمويل المدعم للمرأة المقالة، لذلك تعد المقاولاتية (الريادية) النسوية ظاهرة معقدة تتطلب خصائص محددة.

ومع حضورها في سوق العمل تغير دور و وضعية المرأة عبر الزمن , وكان ذلك من الاقتصاد على تربية الأولاد والقيام بالنشاط المنزلي إلى مزاولة النشاط الاقتصادي المقاولاتي الذي أعطاها شكلا من الاستقلالية ؛ في العصر الحديث مع زيادة التطور التكنولوجي انتشرت وسائل الاتصال الحديثة وكذا العولمة فأحدثت قفزة نوعية في عصرنا الحالي على مستوى جميع الأصعدة ومنه ساهمت في بلورة العمل المقاولاتي لدى المرأة , كونها صارت تعتمد في تسيير إبداعها عن طريق وسائل اتصالية حديثة تسهل عملية البيع و الشراء وكذا نشر العمل المقاولاتي تماشيا مع قطار النمو الذي يعرفه مجال العمل. وبما أننا نعيش في عصر يعرف بعصر المرأة , وفي ظل هذه التطورات التكنولوجية المتسارعة والتي من إفرازاتها مواقع التواصل الاجتماعي كالإنستغرام , اليوتيوب , الفايسبوك أكسبتها فرصة ثمينة لمزاولة نشاطها المقاولاتي والمتمثل في تحريك أناملها داخل منزلها كصناعة الحلويات، الأفرشة، صنع مناديل المناسبات دون الاحتياج للمؤسسات الداعمة للشغل قصد إثبات جدارتها وتفعيل مكانتها في المجتمع .

وعليه فإن إستخدام المرأة للوسائل الجديدة مثل الفيسبوك كمتغير أساسي لتفعيل المقاولاتية. و سنحاول في دراستنا هذه معرفة واقع المقاولاتية النسوية عبر الوسائل الجديدة و كيف تمكنت المرأة من ممارسة أنشطتها بإستخدام الفيسبوك . فالهدف المنشود من هذه الدراسة هو معرفة آفاق المقاولاتية عبر هذه الوسائل وكذا البحث عن الارتباط المتواجد بين المرأة وروح المقاولاتية لديها.

و للإحاطة بهذا الموضوع قمنا برسم خطة عملنا إلى فصول تحتوي على مجموعة مباحث وهي

الفصل الأول و يحمل في طياته الإطار المنهجي بما فيه من عناصر تمثلت في إشكالية الدراسة وتساؤلاتها و أهداف وأهمية و أسباب اختيار الموضوع ومنهج الدراسة، وكذا مجتمع البحث وعينة الدراسة و الدراسات السابقة و أخيرا صعوبات الدراسة. الفصل الثاني و يحتوي يدرس ماهية وسائل التواصل الاجتماعي، و نشأتها و تطورها و أنواعها و خصائصها و دورها و دوافعها،

أما الفصل الثالث فتضمن تعريف المقاولاتية النسوية و خصائص المرأة المقولة و دوافع المرأة لدخول عالم المقاولاتية و كذا علاقة المرأة بالمقاولات و نظرة المجتمع للمرأة الحرفي المقولة و دور وسائل التواصل في المقاولاتية النسوية.

و أخيرا الفصل الرابع و يحتوي على الجانب الميداني للدراسة وفيه تناولنا منهج الدراسة و مجالاتها و كذا عينة الدراسة و أداة جمع البيانات كما تم فيه قراءة الجداول و استخلاص أهم النتائج ثم خاتمة و قائمة المراجع.

الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراصة



أولاً: الإشكالية:

تزايد الاهتمام في مجتمعنا اليوم بالمرأة ومكانتها الاجتماعية حيث شهد العالم تطورات كبيرة بعد دخول المرأة إلى عالم الأعمال كخطوة جريئة وهامة جدا فقد فرضت نفسها كعنصر فعال في المجتمع في شتى المجالات وكذا قدرتها على العمل وإنشاء مشاريع خاصة بها وبأعمالها ومنتجاتها المصنوعة يدويا لتخطوا خطوة نحو التطور والتقدم والنجاح، ولتبرز فيها مدى قدرتها على الصناعة والتطور في عدة مجالات وترسخ أفكارا جديدة بعيدة عن الصورة التقليدية لدور المرأة الجزائرية (الأغواطية) فقد طرقت المرأة أبواب العمل في المشاريع الخاصة للاهتمام بنفسها وتفعيل دورها في المجتمع وبالتالي النهوض بالجانب المادي والثقافي ، وخلق مصدر الرزق والربح.

ويعتبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك أبرز شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارا واستخداما على الإنترنت، فهو يتيح إمكانية التفاعل وفتح قنوات اتصال بهدف التسويق والبيع أو خدمة الزبائن حيث يرى البعض أن التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي أهم الأسباب الرئيسية للتسويق ، فالمرأة الجزائرية (الأغواطية) التي تسوق أعمالها اليدوية من صناعة الزرابي، الخياطة، الحلويات، الطرز، الحلاقة... وغيرها، استغللت هذه الشبكة بالذات لنشر ما تقوم به من أعمال والإعلان عنها وتسويقها عبر الصفحات ليتعرف عليها الجمهور، كون أن الزبون الركيزة الأساسية وأساس العملية الإنتاجية في كل الخطط والاستراتيجيات التسويقية الناجحة وهنا تبلورت مشكلة دراستنا حول الوقوف على تجربة المرأة المقاوله في استخدام وسائل جديدة كالفيسبوك وعليه تم تحديد طرح التساؤل التالي:

ما واقع اعتماد المرأة الحرفية على الفيسبوك في تسويق المشاريع المقاولاتية؟

ولتوضيح هذه الاشكالية والتعمق في دراستها نقوم بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي دوافع استخدام الفيسبوك في قطاع المقاولاتية النسوية في غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط؟
- كيف قدمت خدمات ومنتجات النساء المقاولات على صفحات الفيسبوك؟

ثانيا: تحديد مفاهيم الدراسة

تحديد مفاهيم الدراسة:

1- المقالة:

لغة

هي صيغة مبالغة على وزن مفاعلة تقتضي مشاركة من أطراف متعددة و أصل اشتقاقها لفعل قال, يقول , قولاً و مقالا , و قوله في أمره و تقاولا أي أوضا.

فالمقالة معناها المفاوضة و المجادلة¹

وهي مشتقة من كلمة المقاول فتشير خاصة إلى الخطر أو المغامرة التي تميز توظيف الأموال في نشاط اقتصادي.²

الاصطلاحي

يعتبر مفهوم المقالة من المفاهيم الأكثر غموضا باعتبار أن الأمر يتعلق بمفهوم خاضع لظروف متقلبة , وطبقا لمجالات عملها فمحاولة منح المقالة مفهوم قانوني محدد باءت بالفشل لما كان الهدف من ورائها إعطاء المقالة مفهوما جامعا و شاملا تدخل فيه المقاولات بكل اشكالها.³

التعريف القانوني { المقالة }

اعتبر المشرع الجزائري عقد المقالة من العقود الواردة على العمل و نظمه بنصوص المواد من 549 إلى 570 من القانون المدني الصادر بالأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان 139 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 المعدل و المتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 مايو 2007م⁴، و قد عرف المشرع الجزائري المقالة بنص المادة 549 من القانون المذكور على أنها (المقالة عقد يتعهد بمقتضاه أحد المتعاقدين أن يصنع شيئا أو أن يؤدي عملا مقابل أجر يتعهد به المتعاقد الآخر , ولا يفرق المشرع الجزائري في هذا الخصوص بين الرجل و المرأة المقالة).

إجرائيا:

1- محمد أبي بكر بن عبد القادر الرازي : مختار الصحاح , ط جديدة , مكتبة لبنان , بيروت 1995, ص 23

2- العربي دخموش : محاضرات في اقتصاد المؤسسة , مطابع منتوري , قسنطينة 2005, ص 02.

3- فريدة شلوف : المرأة المقالة في الجزائر, دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع تنمية لموارد التنمية البشرية , جامعة منتوري , قسنطينة , ص 20.

4- القانون المدني الصادر بالأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 المعدل و المتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 مايو 2007م

هي انشاء مشروع خاص يعتمد على رأس مال قصد انتاج سلع أو خدمات تلبي حاجيات المستهلكين.

2- مواقع التواصل الاجتماعي:

الموقع:

أ- لغة: الموقع هو مكان الوقوع جمع مواقع و مواقع القتال: مواضعة و مواقع القطر: مساقطه¹.

ب- اصطلاحا: مجموعة من الصفحات التي تصف هيئة أو شخصا وتعرف بهما.

إجرائيا:

هي عبارة عن عدة شبكات الكترونية ووسيلة هامة للتواصل بين الناس من كل أنحاء العالم ولها تأثير على حياتنا الاجتماعية والثقافية والاقتصادية سواء أكان ذلك التأثير بشكل ايجابي او سلبي.

التواصل:

أ- لغة: بالرجوع إلى مادة وصل فان الواو و الصاد و اللام : أصل واحد يدل على ضم شيء حتى وصل يصل وصلا وصلة وصل الشيء بالشيئي: التام به و إليه: بلغ و انتهى و من هذه المعاني نجد أن التواصل في معنا اللغوي يدل على الاقتران و الاتصال و الإبلاغ و كذا الإعلام².

ب- اصطلاحا: التواصل هو تبادل أدلة بين ذات مرسل و ذات مستقبل حيث تنطلق الرسالة من ذات الأخرى تقتضي العملية جوابا ضميا أو صريحا عما نتحدث عنه الذي هو الأشياء أو الكائنات أو بعبارة اشمل موضوعات العالم و يتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال.

و التواصل هو علاقة بين فردين على الأقل كل منهما يمثل ذات نشطة و كذلك هو العملية التي يتفاعل بها المرسل و المستقبل لرسالة معنية في سياق اجتماعي مع الفرد أو عبر وسيط تهدف تحقيق غاية أو هدف محدد كما يعرف أيضا على أنه علاقة متبادلة بين الطرفين تؤدي إلى التفاعل بينهما كما ننشر إلى علاقة حية متبادلة بين الطرفين³.

¹- جبران مسعود: الرائد معجم ألفبائي في اللغة و الإعلام ، دار النشر للملايين ، ط 2005، ص30.

²- جبران مسعود، المرجع نفسه، ص.58

³- علي بن هادية وآخرون: القاموس الجديد للطلاب-معجم عربي مدرسي ألفبائي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط7، ص60، 1997.

إجرائيا: هو تفاعل ايجابي وطريقة لتبادل الافكار والمعلومات قصد التفاهم بين طرفين أو أكثر

الاجتماعي:

أ- لغة: اجتمع يجتمع اجتماعا معناه: انضم وتالف¹.

ب- اصطلاحا: الاجتماعى هو الرجل الكثير المخالطة للناس.

التواصل الاجتماعي:

إن التواصل الاجتماعي نقل الأفكار والتجارب وتبادل الخبرات والمعارف بين الذات والأفراد والجماعات بتفاعل ايجابي وبواسطة رسائل تتم بين مرسل وملتقي وهو جوهر العلاقات الإنسانية .

مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تطبيقات تكنولوجية حديثة تعتمد على الويب لتتيح التواصل والتفاعل بين الناس، من خلال الرسائل المكتوبة، والرسائل الصوتية المسموعة، والرسائل المرئية، وتقوم على تفعيل، وبناء المجتمعات الحية في بقاع العالم، حيث يقوم الناس بمشاركة أنشطتهم، واهتماماتهم من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي ذات سمة التواصل من الجهتين، كما تساعد التطبيقات بنقل المعلومات وتبادلها بسهولة

موقع الفايسبوك

لغة: أصل الكلمة من اللغة الإنجليزية Facebook وهي تنقسم إلى شطرين فالشق الأول كلمة Face (وتعني وجه أما الشق الثاني كلمة Book) وتعني كتاب "كتاب وجوه" وكان يقصد بكلمة Facebook " " عن الدليل الذي تعتمده الجامعات الأمريكية والذي يصدر نهاية كل سنة دراسية و يتضمن صور الطلاب وأنشطتهم وانجازاتهم خلال السنة الجامعية².

اصطلاحا:

هو احد المواقع المشكلة لشبكات التواصل الاجتماعي، يتيح للأفراد التواصل فيما بينهم ومشاركة وتبادل الأفكار والمعلومات فينشأ نوع من التفاعل خاصة فيما تعلق بالمواضيع ذات الاهتمام المشترك، مشكلين بذلك جماعات تحمل نفس الأفكار تكون موازية للجماعات الواقعية³.

¹- أحمد زكي بدوي، صديقة يوسف محمود: **المعجم العربي -الميسر-**دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري، ص 7 .

²- أمال عساسي، إثنوغرافيا مستخدمى الفيس بوك في المجتمع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة . ، 01 2015 ص ، 31.

³- أمال عساسي مرجع سابق ص 3

إجرائيا:

هو موقع تواصل بين الأفراد لتسهيل عملية التواصل وله تأثير على المجتمع لأنه أصبح جزء من حياتنا اليومية للتعارف والتعبير و نشر الأفكار مع الأصدقاء.

ثالثا : الدراسات السابقة

الدراسة الأولى :

دراسة من إعداد الطلبة هدى قوادي، إيمان بودرور، مروي عريبي، تحت عنوان مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات الحديثة في تفعيل عمل المقاولاتية لدى المرأة.

دراسة ميدانية على مقاولاتية في ولاية قالمة، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماستر، في كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علوم الإعلام و الإتصال و علوم المكتبات، جامعة 8ماي ، 1945 خلال الموسم الجامعي 2015/2016 .

تمحورت إشكالية الدراسة حول طرح التساؤل التالي :

كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في تفعيل المقاولاتية النسوية؟ واعتمدت على التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما هو واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال المقاولاتية النسوية؟

2- فيما تتمثل أنماط استعمال التكنولوجيا الحديثة في مجال المقاولاتية النسوية ؟

3 كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات في نشر وتشجيع ثقافة المقاولاتية النسوية في الجزائر؟

4- ماهي الآفاق التي تفتحها استخدامات التطبيقات الحديثة في مجال المقولة النسوية ؟

5- ماهي الصعوبات والعراقيل التي تواجه المقلول أثناء ممارسه للنشاط المقاولاتي؟

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، أما أدوات جمع البيانات فكانت الملاحظة و المقابلة، كما إعتمدت على العينة القصدية العمدية في دراستها.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة النتائج التالية:

-اهتمام المقاولين بالتطوير والتجديد والمبادرة للإبتكار من خلال الإهتمام بتفعيل النشاط المقاولاتية النسوية عبر أحدث التكنولوجيات.

-استخدام التكنولوجيات الحديثة عرف المقولة، على كيفية تحقيق الميزة التنافسية، وتشجيعها على الإنتشار وترقية النسيج المؤسساتي لتطوير النشاط المقاولاتي للمرأة.

-استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال الحديثة تساهم في توجيه المقولة إلى التفكير الجدي نحو القرار الصائب الخاص بإطلاق المشاريع المقاولاتية للمرأة.

الدراسة الثانية :

دراسة من إعداد الطالبان بن عود أمال، بوتامي عقيلة، تحت عنوان : الخصائص المهنية والإجتماعية للمقاوله النسوية .

دراسة ميدانية لعشر حالات بولاية البويرة ،رسالة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علوم الاجتماع، جامعة آكلي محند، خلال الموسم الجامعي . 2015 / 2014 تمحورت إشكالية الدراسة حول طرح التساؤل التالي: هل تمتلك المرأة المقاوله بولاية البويرة المؤهلات العلمية و المهنية التي تساعد على إنشاء وتنظيم المقاوله؟.

واعتمدت على الفرضيات التالية:

-تمتلك المرأة المقاوله المؤهلات العلمية والمهنية التي تساعد على إنشاء و تنظيم مؤسساتها المصغرة.

-تعتمد المرأة المقاوله على رأسمالها الإجتماعي في إنشاء و تنظيم المؤسسة. وقد إعتمدت الدراسة على المنهج دراسة الحالة، أما أدوات جمع البيانات فكانت أداة المقابلة،و كانت العينة قصدية في هذه الدراسة.

وجاءت النتائج على النحو التالي:

أن المرأة المقاوله تعتمد على مجموعة من الموارد التي تساعد في إنشاء و تنظيم مؤسسته الخاصة من التأهيل في تخصص إختارته بنفسها، المستوى التعليمي و الشهادة التي تملكها، العائلة.

-أغلبية النساء المقاولات لا ينتمين إلى نقابات أو جمعيات مهنية و هذا راجع عدم ثقة المرأة المقاوله في مؤسسات المجتمع المدني و في الخدمات التي تقدمها لها هذه المنظمات. -متغير شخصية المرأة المقاوله يلعب دورا رئيسيا في عمليتي الإنشاء و التنظيم ، و كالشجاعة وحب المهنة أيضا الثقة بالنفس، فيتوفر كل هذه الرؤوس الأموال تمكنت المرأة المقاوله من تحقيق مكانة إجتماعية مرموقة.

رابعا : أسباب اختيار الموضوع:

1- الاسباب الذاتية :

- الميل الشديد إلى البحث في المواضيع الآنية
- صلة الموضوع بتخصص اتصال الجماهيري و الوسائل الجديدة
- رغبتنا في دراسة هذه الظاهرة باستخدام اداة تحليل المحتوى لأن معظم الدراسات في هذا الموضوع درست في اطار تخصص علم الاجتماع والاقتصاد.

2- الاسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث فيه منهجيا ومعرفيا

-قلة الدراسات التي تكلمت عن هذا الجانب

- معرفة الدور المقاولاتي النسوي و تحدياته في تحسينه في ظل بروز الوسائل الجديدة
- الرغبة من الإستفادة من هذا الموضوع بمدى تطبيق و تجسيد الفعل المقاولاتي لفئة النساء عن طريق استخداماتهن لتقنيات الجديدة

خامسا: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي من هذا البحث في دراسة واقع النساء المقاولات الجزائريات والتحديات التي تواجهها واستشراف آفاق تقوية دور المرأة المقاولات في التنمية الاقتصادية وإبراز مكانتها في دعم النشاط الاقتصادي من خلال:

- إبراز مكتسبات وإنجازات المرأة المقاولات كركيزة هامة للتنمية الاقتصادية؛
- إبراز الدور الذي قامت به مختلف هيئات دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إنعاش المقاولات النسوية الجزائرية؛
- توضيح التطور الحاصل في عدد المقاولات النسوية؛
- الوقوف على مختلف التحديات التي تواجه النساء المقاولات ومحاولة معالج
- التطرق إلى مختلف الوسائل التي تساهم في تدعيم العمل المقاولاتي لدى النسوة الجزائريات
- أيضا التعرف على آفاق و واقع المقاولاتية النسوية عبر صفحة الفايسبوك في الجزائر
- البحث عن الارتباط المتواجد بين المرأة و روح المقاولاتية لديها.
- التعرف على أهم المؤهلات التي تتميز بها المرأة المقاولات و تدعيم لمشروعها المقاولاتي عبر صفحات الفايسبوك.

سادسا: أهمية الدراسة:

تسلط هذه الدراسة الضوء على واقع النسوة المقاولات عبر الوسائل الجديدة و كذلك تكمن فيكونها تركز على متغيرين أساسيين هما:

واقع المقاولاتية لدى النسوة الجزائريات و الوسائل الجديدة و كذا المساهمة في تدعيم عملهن و أهمية هذا البحث تكمن في هذين المتغيرين , و مدى ترابطهما لدعم العمل المقاولاتي في الجزائر و عليه يكمن التطرق إلى واقع وآفاق المقاولاتية النسوية في صفحات الفاييس بوك باعتبار أن المرأة تشكل طرفا مهما في المجتمع فإنه أصبح كل ما

يرتبط بها هو محل الدراسة والتحليل كما تساعد على فهم الدور الاقتصادي للمرأة المقولة في إنشاء مشاريعها و كذا تسييرها عبر الصفحات الفيسبوك.

موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك



تمهيد:

يعد الإنسان كائن اجتماعي ولا يستطيع أن يعيش بمفرده، ولهذا الأمر فكان نجاح مواقع التواصل الاجتماعي هو نجاح كبير نتيجة لرغبة الإنسان في التواصل مع غيره، وبالتالي تعريف شبكات التواصل الاجتماعي لها أهمية كبيرة في الربط بين الإنسان والعالم الخارجي، وتعد عملية التواصل هي العملية الخاصة بالربط بينهم مما يساهم في أن يكون الإنسان على قدر كبري من التضافر والتعاون، وهذا ما يساهم في أن يكون للإنسان حياة سهلة للجميع. و لقد بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية في الظهور حديثا لتتيح للمستخدمين الفرصة بوضع ومشاركة ملفات شخصية على الموقع وكذلك إمكانية تعليق على الأخبار الموجودة على الموقع، وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين فيما فتح موقع "Myspace" آفاقا واسعة لهذا النوع من المواقع وقد حققت نجاحا هائلا منذ إنشائه عام 2003 وبعد ذلك توالى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، لكن العلامة الفارقة كانت ظهور موقع "FACEBOOK.COM" الذي يمكن مستخدميه من تبادل المعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة أمام الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية لقد أضحت مواقع التواصل عبر الانترنت مثل الفيس بوك تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار وتعد أيضا من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية. اليوم برزت شبكات التواصل الاجتماعي كلاعب هام في ميدان الإعلام والاتصال من خلال تبادل الآراء والأفكار والأخبار والنتائج والتوصيات وغيرها.

1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم وانتماءاتهم¹. ويعرفها محمد عواد على أنها: "تركيبية اجتماعية إلكترونية تم صناعتها من طرف أفراد أو جماعات ومؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء إلى شركة ما أو حمل جنسية بلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو طبيعة التي ينتمي إليها الشخص². وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول "الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل

¹ - سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع والتحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام، 13-15 ديسمبر 2011، قسما للإعلام، جامعة الملك عبد العزيز جدة، ص. 26 .

² - عواد محمد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، موقعات، أكتوبر 2010 .

الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها¹. وعلى هذا الأساس فهي عبارة أيضا عن منافذ صغيرة لتعبر عما تختلجه النفوس من أفراح وأحزان يتبادل من خلالها المشتركون التجارب والمعارف والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى تقديم العديد من الخدمات الأخرى لمستخدميها مثل: البريد الإلكتروني والرسائل الخاصة والمحادثات الفورية وغيرها.

2- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

لقد بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور أواخر التسعينات إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكها وتم إغلاقها.

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999-2001 في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت "Friands,star" التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة "Skyrok" كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهده صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع "Myspace" الأمريكي حتى قام فيس بوك عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات المطورين وهذا ما أدى إلى زيادة مستخدميه إلى أكثر من 115 مليون مستخدما عالميا². عند التحدث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب Web1.0 والمرحلة الثانية للانترنت web 2.0 غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية.

المرحلة الأولى: يشير Web 1.0 إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة

1- خليفة هبة محمد: مواقع الشبكات الاجتماعية، منتجات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات، 19 جانفي 2009.

2- الموقع الإلكتروني :- <http://elaegypt.com/downloads/2009> : تاريخ التصفح 02 افريل 2021 على الساعة التاسعة صباحا .

وتتيح مجال صغير للتفاعل¹، ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1.0 ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع "سيكس دفريز Seixdergrees" الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم وقد أخفق هذا الموقع عام 2000، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع "كلاس مايت" الذي ظهر منتصف التسعينات وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة، شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع "لايف جورنال" وموقع كايوورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999 وكان من أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها ولم يكتب للكثير منها البقاء.

المرحلة الثانية: يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...)، اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون².

ولقد إرتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة إكمالا لشبكات الاجتماعية من بين أهم المراحل التي يمكن أن تؤرخ لهذه المرحلة انطلاقا من موقع "ماي-سبايس" وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيس بوك، وقد شهدت المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

3- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

يوجد العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية عالميا وهي متنوعة وعديدة منها:
-**نوع أساسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية، مشاركة الصور، الملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات، بناءا على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة والعمل أو النطاق الجغرافي مثل موقع الفيس بوك وغيرها³.

¹ -Richard Haarison and Michel thomas: Identity in online communities, socialnetworking sites and language learning, international journal of emerging technologiesand society, vol 7(2), 2009, p 95.

² -Ibid, p97

³ - موسوعة ويكيبيديا متاح في <http://ar.wikipedia.org/wiki> : تاريخ التصفح: 2021/04/03 على الساعة 14

-مرتبط بالعمل: وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط الأصدقاء العمل بشكل احترافي، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين من سير ذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم.

-الشبكات العربية: من أشهر الشبكات العربية "عربيز" حيث أنه تم إنشاؤها منذ شهر فيفري عام 2009 وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت وبسرعة بين الدول العربية، الجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية لكنها فقدت السيطرة فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض فيها كصور وملفات مخلة بالآداب العامة.

-الشبكات الاجتماعية والأعمال: لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع صناع الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها والمثال الأشهر على ذلك موقع "سينكر إن" والذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفة مختلفة¹.

-تصنيف أنواع شبكات التواصل الاجتماعي حسب:

-شبكات شخصية: شخصيات وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء الصداقات بينهم مثل Facebook وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المرسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي ومثال على ذلك موقع Nearbie الذي يتيح إمكانية طرح ونشر الأحداث بينك وبين أصدقائك والمناسبات الاجتماعية وربطها بزمان وذلك حفاظا على ذكرياتهم الجميلة².

وكذلك Tributes والذي يعد فريدا من نوعه فهو شبكة إجتماعية خاصة بالأموات حيث سيكون الموقع كجريدة نعي كبيرة حيث تستخدم لكتابة نعي الأحاب والأقارب المتوفين حيث يصل إلى 300 كلمة بشكل مجاني وكذلك إنشاء ملف خاص بهم يحتوي على الأشخاص الذين ولدوا وتوفوا وصور لهم وأيضا مقاطع فيديو وكذلك يمكن للمستخدمين من إيصال التعازي لهم ليتوفر هذا الموقع على مجموعات تدعم الأشخاص الذين توفي لهم شخص عزيز.

-شبكات ثقافية: تعد شبكات الاجتماعية الثقافية ثورة معلوماتية حيث تستقطب

¹- أماني جمال مجاهد: استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسة المعلومات، العدد الثامن، ماي، 2010 ص 11-10.

² -- <http://loginmaktoob.com> date de consultation : 15/03/ 2021 03:03h

مستخدمين المثقفين من كل أنحاء العالم.

شبكات مهنية: هذه الشبكات الأكثر أهمية فهي تربط الأصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات، وكذلك هي تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تحتوي على سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قام بالعمل معهم ومن أشهرها موقع الذي يعد مقر العديد من الشركات التوظيف التي يديرها ويقوم بطرح سؤال في مجال إحترافي معين ومن ثم الوصول إلى إجابة وصاحب الإجابة الأفضل الذي يصبح صاحب الوظيفة.

عندما يقوم أحد المستخدمين بإجابة ذات فائدة يحصل على نقاط تسمى نقاط الخبرة تظهر في ملفه وتؤهله للظهور في صفحة ليتيح للمستخدمين الأكثر تقدما Expert.pirnts

للإجابات وكما أن الموقع يتيح للمستخدمين كتابة سيرتهم الذاتية ومن ثم إقامة علاقات مع الآخرين وبعد ذلك دعوتهم لتزكية¹.

نماذج شبكات التواصل الاجتماعي: ونذكر منها:

ماي سبيس Myspace: يقدم هذا الموقع للأفراد أركان خاصة لتقديم لمحات عن حياتهم الشخصية ومدوناتهم ومجموعات من صورهم وموسوعاتهم، ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع يحتوي مايسبيس على محرك بحث خاص يعرض ونظام يريد الإلكتروني داخلي وعلى هذا الموقع Myspace.com

يستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الإلكترونية عن حياتهم والالتحاق بالمجتمع وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابه المهني والترويج للأعمال ومشاركة الاهتمامات والعثور على أصدقاء والدراسة كما يمد الموقع بمساحة من الخصوصية والاندماج الثقافي ويتحاور الملايين من الشباب مع الإعلام من خلاله ويعبرون عن قيمتهم الثقافية والشخصية من خلال هذه الشبكة².

اليوتوب Youtube: هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من غوغل يمكن التحميل عليه أو منه لعدد هائل من المقاطع الفيديو لديه عدد كبير من المشاركين يزوره الملايين وتستفيد منه وسائل الإعلام ويعتبر اليوتوب من الشبكات التواصل الاجتماعية الهامة، عام 2005 في Pal Pay وتأسس هذا الموقع من طرف ثلاث موظفين يعملون في شركة باي بولاية كاليفورنيا للولايات المتحدة الأمريكية ويشتمل هذا الموقع على مقاطع متنوعة من خلال السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى وقامت غوغل عام 2006 بشراء الموقع بـ 1.65 مليار أمريكي ويعتبر اليوتوب من الجيل الثاني من موقع ويب

¹ - متوفر على الموقع الإلكتروني Http://www.maktoob.com: تاريخ التصفح: 264/02021/ على الساعة 08:00.

² - عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد مفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 7.

{ 2.0 } وحسب اختيار مجلة تايمز الأمريكية أصبحت شبكة الاختيار الأولى: شبكة اجتماعية نظم أكثر من 20 مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفه. **لينكد ان Linked in**: هي احد أنواع الشبكات المتنوعة والتي من مهمتها جمع صناعة الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين لها من شبكات التواصل الاجتماعي لكن النوع الأكثر استخداما هو: (Multiply.friendster.ning.oukut).

موقع تويتر Twitter.com: موقع تويتر هو شبكة إجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأقاربهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم والهواتف النقالة، وتسمح واجهة "تويتر" بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفا ويمكن قراءتها من طرف مستخدمي الموقع، ويمكن للمستخدم أن يعلن متابعته لأحد الأشخاص وفي هذه الحالة يبلغ هذا الشخص في حالة ما إذا هذه الشخصيات قد وضعت مشاركة جديدة¹.

ويمثل تويتر شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة وإكتشاف " ماذا يحدث الآن"، حيث يطرح الموقع في واجهته التساؤل ماذا يحدث الآن nowWhat's happening ويجعل الإجابة تنشر إلى الملايين عبر العالم على الفور².

ولقد أصبح "تويتر" جزءا من نظم وسائل الإعلام المختلفة حيث يمكن المستخدمين من إستقبال تدفق المعلومات الواردة من كل وسائل الإعلام³.

الفايسبوك Facebook: هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والحوارات الشخصية، ومقاطع الفيديو والتعليقات وكل هذا يتم في عالم افتراضي، يقطع حاجز الزمان والمكان.

فيس بوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمين بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتعامل معهم، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم بإرسال الرسائل إليهم، وتحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الحوار الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة

¹ -Bernardo A.Huberman and al (2008): **Social Networks that matter: twitter under the microscope**, social, computng lab, carnell University, [online]

http://papers.ssrn.com/so13/papers.cfm?abstract_id=1313405 and

² -Jeffery Bellin. (2012): **Facebook, Twitter, and the uncatain future of present sense imperessions**, University of pennsylvania law review, vol, 160, p 331.

³ -Alferd Hernida (2010): **Twittering the news: the emergence of ambient journalism practice**, vol 4, (3), pp.297.308. -

الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

فايسبوك أو فيس بوك (بالإنجليزية: Facebook) موقع ويب وأحد أشهر وسائل تواصل اجتماعي ويمكن تعريفه بأنه شبكة اجتماعية وتديره شركة "فايسبوك" شركة مساهمة؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم

وقد قام مارك زوكربيرغ بتأسيس فايسبوك بالاشتراك مع كل من داستينمو سكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرغ في سكن الجامعة عندما كان طالباً في جامعة هارفارد. كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر. يضم الموقع حالياً أكثر من مليار مستخدم على مستوى العالم وقد أثير الكثير من الجدل حول موقع فايسبوك على مدار الأعوام القليلة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران. كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة. كذلك، مثلت انتقادات موجهة إلى فايسبوك مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، وكثيراً ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع. كما يواجه موقع فايسبوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفاق زوكربيرغ السابقين الذين يزعمون أن فايسبوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى.

نشأته: أنشئ موقع الفيس بوك من طرف مؤسسه مارك زوكربيرغ أطلقه في الرابع فبراير 2004 وكان طالب في الجامعة هارفارد وكان هذا الموقع في البداية مخصص للطلبة في جامعة هارفارد فقط لكن تم تطويره ليسمح لطلبة الجامعات بشكل عام بالاشتراك في المواقع ومن ثم السماح ليشمل طلبة مدارس الثانوية وأي شخص يتعدى سنه 13 عاماً.

يمكن لمستخدمي فيسبوك الانضمام إلى واحدة أو أكثر من الشبكات التي تقوم كل من المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم بتأسيسها. فهذه الشبكات تمكن المستخدمين من التواصل مع أعضاء آخرين في الشبكة نفسها. كما يمكن للمستخدمين أيضاً الاتصال بأصدقائهم مع السماح لهم بالوصول إلى ملفاتهم الشخصية.

يقدم [الموقع](#) خدماته للمستخدمين مجاناً، ويجني أرباحه من الإعلانات بما في ذلك إعلانات الشعار. يمكن للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية تتضمن بعض الصور وقوائم الاهتمامات الشخصية، ويمكن تبادل الرسائل العامة أو الخاصة والانضمام إلى مجموعات من الأصدقاء. وكوضع افتراضي، فإن عرض البيانات التفصيلية للملف الشخصي يكون مقتصرًا على المستخدمين من الشبكة نفسها الواحدة وبعض الاستثناءات المحدودة الأخرى.

وتعتبر شركة "مايكروسوفت" الشريك الحصري للفيسبوك في تقديم خدمة إعلانات الشعار، ويقوم فيسبوك بطرح الإعلانات التي تتضمنها قائمة الإعلانات الخاصة بشركة "مايكروسوفت" فحسب. ووفقاً لما ذكرته شركة "كومسكور"، إحدى الشركات المتخصصة في بحوث التسويق على الإنترنت، فإن فيسبوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال رواده يضاهي ما يتوفر من بيانات لدى شركتي "جوجل" و"مايكرو سوفت"، ولكن أقل إلى حد ما من شركة "ياهو".

خصائص فايس بوك:

يتميز الفايس بوك كشبكة اجتماعية بعدة خصائص أهمها:

- **خاصية Wall:** أو لوحة الحائط هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال إلى هذا المستخدم أو كتابة على حائط المستخدم.

- **خاصية Pokes:** أو نكرة {غمزة} ينتج إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بان أحد الأصدقاء يقوم بها لترحيب به.

- **خاصية Status:** أو الحالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم ماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- **التعليقات أو Nots:** وهي سمة متعلقة بتدوين تسمح بضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات.

هذا بالإضافة إلى خدمات الرسائل والردشة وإرسال الهدايا الافتراضية¹.

- **سيناريو الاشتراك في الفيس بوك :** تقوم بالتسجيل في الموقع.

تقوم بدعوة زملائك بأكثر من طريقة :

إدخال بريدهم الإلكتروني وإرسال دعوات لهم بشكل يدوي.

¹- وائل مبارك خضر فضل الله بشر الفيس بوك على المجتمع، مدونة الشمس النفضة، 2010 ص3.

-إدخال رقمك السري واسم المستخدم الخاص ببريدك الالكتروني ليقوم الموقع بالتعرف على قائمة الاتصال لديك ومعرفة الأشخاص المسجلين في الموقع من من هم في قائمة الاتصال لديك فيرشدك لملفاتهم الشخصية، ومن منهم لم يسجل فيتيح لك إرسال دعوة لهم.

- تبحث في محرك البحث الخاص بالموقع عن زملائك عن طريق إدخال أسمائهم في محرك البحث، أو تقوم بتصفح الشبكات {شبكة مدرستك أو جامعتك أو مدينتك} لترى المنتمين لها وعن طريقها تصل لزملائك أو أصدقائك. صديق جديد يضاف لقائمة الأصدقاء لديك.

من خلال الاطلاع على قائمة أصدقائه، تجد أنك تعرف صديق آخر، فتقوم بإضافته. صديقك، يجده في قائمة صديق آخر له ويضيفك لقائمة أصدقائه. تشارك في مجموعة اهتمام، تتعرف على صديق جديد تشترك معه في اهتمامات مختلفة تضيفه لقائمة أصدقائك

آخر نجاحات الموقع¹:

في عام 2007 اشترت شركة "مايكروسوفت" العملاقة 6% من أسهم الفيس بوك مقابل 240 مليون دولار في عام 2008 تمت ترجمة صفحة الفيس بوك لعدة لغات وبلغ عدد المستخدمين نحو 110 ملايين شخص.

أطلق موقع فيس بوك Facebook نسخ محلية من الموقع بعدد من اللغات ولعدد من البلدان والتي تتضمن في البداية فرنسا إذ تم اعداد النطاق، Facebook.fr التي ذلك بعد أن حقق الموقع نجاحا شديدا في فرنسا. وكان الموقع قد تعرض للنقد بعد أن بدأ في طرح المعلومات المتعلقة بأعضائه علنا على محركات البحث على الانترنت مثل "جوجل" و"ياهو". وبدورهم، اعتبر خبراء تكنولوجيا المعلومات هذه الخطوة الجريئة بأنها تحول "فيس بوك" من شبكة اجتماعية خاصة الى ما يشبه الصفحات الصفراء على الإنترنت. ويتطلع القائمون على موقع "فيس بوك" من وراء هذه الخطوة الى الدخول المبكر في السباق لبناء دليل الكتروني عالمي يحتوي على اكبر قدر ممكن من المعلومات والتفاصيل الشخصية مثل السير الذاتية وارقام هواتف وغيرها من سبل الاتصال بالشخص وهو ايات الأعضاء وحتى معلومات عن اصدقائهم مما قد يعود بأرباح كبيرة على الموقع.

وكان "فيس بوك" أعلن عن وصول عدد مشتركيه الفعاليين إلى 175 مليون شخص، وذلك بعد نحو شهر من إعلانه عن تجاوز عددهم حاجز 150 مليون مشترك .

¹ - بعد النجاح الذي حققه الموقع : جوجل تنشئ شبكة اجتماعية على الإنترنت لمنافسة فيس بوك . - متاح في (2016/4/1) ريخ الدخول http://www.moheet.com/show_news.aspx?nid=48454&pg=10 - lz . 15:30

وبالتالي تلك الأنباء في الوقت الذي يحتفل فيه "الفيس بوك" بمرور خمسة أعوام على تدشينه وتطوره على مدار هذه السنوات من مجرد شبكة اجتماعية لطلاب جامعة هارفارد ليصبح أكبر شبكة اجتماعية على الإنترنت يتجاوز عدد مستخدميها حاجز 175 مليون شخص .

فيما أعلن موقع فيس بوك عزمه إعادة صيانة الموقع على الشبكة لجذب أكبر عدد من المشاركين حيث هناك بعض التغيرات فيه مثل استبدال قائمة status الموضوعات أعلى صفحة المستخدمين بمربع حوار جديد تحت عنوان "ماذا يدور بخلدك الآن" يمكن بواسطته إضافة أي خاطرة أو صورة أو مقطع فيديو، وسيضيف الموقع خاصية وضع حدود لمشاركة وتبادل المواد على الموقع بين الأصدقاء مما يعزز من مقدرة المستخدمين في التحكم على ما يريدون الاطلاع عليه. كما سيضيف الموقع خواصا جديدة إلى المواقع العامة مثل مواقع الرئيس اواما والسيدة الأولى وموقع المغنية برتني سبيرز وموقع شبكة CNN الإخبارية.

وقال كيفين جونسون رئيس قسم المنصات والخدمات في مايكروسوفت إن الإقدام على هذا الاستثمار وتوسيع الاتفاق الحالي سيحسن من إمكانية مايكروسوفت و فيس بوك على استغلال الفرص الإعلانية في العالم. ويتقدم الموقع على منافسه الرئيسي "ماي سبيس". كما يعتقد أنه سيكون أكثر جذبا للإعلانات بسبب نظام الموقع الذي يجعل الأشخاص يستخدمون شخصياتهم الحقيقية في مقابل موقع "مايسبيس" الذي غالبا ما تكون المشاركة فيه بهويات غير حقيقية¹.

ومن ضمن آخر نجاحات الفيس بوك هو التعاون المشترك بين موقع الفيس بوك و شركة " BlackBerry " للهواتف المحمولة حيث تم الإتفاق على تحميل موقع الفيس بوك على الهواتف المحمولة حتى يستطيع حامل الهاتف من إستخدام الموقع بكافة خدماته وإمكانياته من خلال الهاتف.

4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

من خصائص شبكات التواصل الاجتماعي أنها تتميز بميزات منها ما يلي:

¹ - عد النجاح الذي حققه الموقع : جوجل تنشئ شبكة اجتماعية على الإنترنت لمنافسة فيس بوك، موقع سابق.

الملفات الشخصية:

من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثلاً لجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً.

الأصدقاء والعلاقات:

وهم الأشخاص الذين يتعرف عليهم لهدف محدد ومعين حيث تطلق مسمى صديق على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال وعلاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك¹.

ألبومات الصور:

تتيح الشبكة الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء والاطلاع عليها².

المجموعات:

وتتمثل في مجموعات الاهتمام تحت إسم معين وأهداف محددة حيث توفر هذه الشبكة مساحة تسمى بالمنتدى الحوارى المصغر، وكذلك خاصية التنقيف أما ما يعرف بـ Enenis أو الأحداث ودعوة الأعضاء والتعرف عليهم.

الصفحات:

كونت هذه الفكرة من طرف المشرفين على الفيس بوك، وإستعملتها كغرض تجاري بطريقة مميزة حيث تعمل على فتح الحملات الإعلانية الموجهة لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات الاقتصادية التي تحدد من طرف المستخدمين تقوم هذه الفكرة على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث حيث يقومون بتصفحها.

خاصية الفيديو:

حيث بإمكان المشترك تحميل الفيديو والصور الخاصة على هذا الموقع بالإضافة إلى

¹-محمد سعيد أحجوج: *الشبكات الاجتماعية على الويب* متاح في:

10:12 2021/02/12http://docs.google.com/doc le :

²- محمد المنصور *تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين*، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، ص8.

إمكانية تسهيلا لفيديو وإرساله كرسالة مرئية:
"لقد لوحظ كثيرا في وقتنا هذا وخاصة بعد الطفرة التقنية لجوء كثير من الناس إلى مواقع التواصل الاجتماعي بخصائصها المتنوعة من مشاركة آراء أو المشاهدة عن طريق الفيديو والتفاعل معه.

5- دور شبكات التواصل الاجتماعي:

أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت السبب في إتاحة الفرصة للتعبير عن جميع الآراء والأفكار بحرية كاملة، بالإضافة إلى تقبل العديد من الأفكار التي تقع بين الرأي والرأي المعارض وعرض الأفكار الغريبة والغير اعتيادية حتى يتعرف عليها الأفراد، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أتاحت للعديد من أصحاب المواهب للظهور بالإضافة إلى إمكانية عرض مواهبهم وجذب انتباه الآخرين لهم، بالإضافة إلى انتشار عمليات التسويق الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي مما ساهمت في تحقيق العديد من المبيعات.

ولكن عمليات استخدام الإنترنت والتواصل الاجتماعي بشكل يومي كانت السبب في ظهور العديد من المشاكل وبالأخص نتيجة لعملية الإفراط، وأصبح من الضروري أن يتم البعد عن تلك المواقع التي أدت إلى ظهور حالات العزلة الاجتماعية على جميع الأعمار، وأصبح البعد عن تلك المواقع الإلكترونية يشبه الإقلاع عن المخدرات وينتبه الشعور بالقلق والاكتئاب وغيرها من المشاكل الأخرى.

الإيجابية:

-توعية الأفراد بحقوقهم وأدوارهم في عالم تسوده الفوضى والتحديات فالعلاقات الاجتماعية في المجتمعات الحديثة كانت عمودية بين الأفراد أي أنها علاقات بين الطبقات فالفرد يكون إما في الأعلى أو في الأسفل ونظر للتغير الاجتماعي المعاصر²، حدث تحول عند مجتمعات عمودية إلى مجتمعات أفقية أي تواجد الأفراد إما في مركز أو في محيط المجتمع ويقصد بها الأفراد في المجتمعات المعاصرة أن يكون داخل المجتمع أو خارجه مندمجين فيه كليا بفضل إكتسابهم للمعارف الاتصالية الحديثة وكذلك من خلال تواصلهم الاجتماعي وبلوغ المعلومات وإنتاج المعلومة والمادة الاتصالية، أي أن المندمجين الذين يتواجدون في الداخل يتمتعون بالاندماج الاجتماعي والذين في الخارج فهم المقصين وضحية التحولات الاقتصادية العالمية والإقليمية.

¹- رجب عبد الحميد *تقنيات الويب الدلالي للمكتبات الرقمية* متاح في المعلومات أنظر الرابط:

09:42، 2021/03/24 تاريخ التصفح <http://www.cybrains.info/journal/n14/semantic>

²- محمد المنصور *تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين*، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، ص8

- العمل على تقريب الأفراد من جميع الجهات والأوطان حيث أن هذه الشبكات تعمل على بناء نوع من النقد بين المنتمين إليها فالقيم التي قد تنمو عند هؤلاء الأفراد قد تشكل ما يعرف بثقافة الانتماء والاندماج.

- القضاء على العزلة والخوف من الآخر الغريب حيث أن هذه الشبكات وسيلة للقضاء على العزلة والخوف من الآخر الغريب حيث أظهرت هذه الشبكات العلاقات الإلكترونية أكثر عمقا بين الأفراد المتصفحين لتبادل المعلومات والبيانات الآراء والأفكار من شفافية وحرية وكان لها دور في التفاعل والتأثير ملغية الحدود الجغرافية دون رقابة أمنية.

- تحقيق حالة الاندماج في المجتمع.

- عولمة الاتصال والقضاء على الحواجز التقليدية.

- توحيد الإنسانية بعدما فرقت بينها الإيديولوجيات والمذاهب والسياسات. أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالبا، لا احترافية لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية. وقد تتميز المدونات الخاصة بها باستقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة في أحداث مختلفة سابقة، وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام.

- لتجاه كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة. - التعبئة الاجتماعية فهي تعد عامل من عوامل التحفيز على التغير نحو مطالب مسببة لهذا التغير.

السلبات:

- بما أنها وسيلة تفاعل واتصال لكل الفئات والجماعات في المجتمع في نفس الوقت تزيد من اغتراب الأفراد داخل أوطانهم من خلال عزلتهم وإبعادهم عن الحياة الحقيقية اليومية، كون هؤلاء الأفراد يعيشون في عالم مختلف عن العالم الواقعي أي المجتمع الافتراضي¹.

- توجيه الأفراد وأفكارهم وهذا يشكل خطرا حقيقيا بالنسبة للأطفال والمراهقين الذين يفتقرون للمناعة الثقافية أي ذو العقول الضعيفة وسهولة التأثير فيها، وتعمل على النيل من القيم والمعايير الاجتماعية وذلك لما تحمله من سموم تستهدف المؤسسات الناشئة وبالخصوص الأسرة والمدرسة وغيرها من النظم

¹ - محمد المنصور :مرجع سابق، ص 7 .

الاجتماعية الأخرى.

-نشر ثقافة الفوضى والعنف وهذا ما نراه في المظاهرات والمسيرات المطالبة بالحرية عبر العالم¹.

6- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

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

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

الفراغ: يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيسبوك مثلاً لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد وسائل ملئ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم .

البطالة: تعبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصاً ناقماً على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وإيديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب.

الفضول: تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالماً افتراضياً مليئاً بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته

¹- محمد المنصور: مرجع سابق، ص 8 .

العملية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

التعارف وتكوين الصداقات: سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد¹.

التسويق أو البحث عن وظائف: في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها، فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان².

خلاصة الفصل

لقد اتضح لنا في هذا الفصل أن شبكات التواصل الاجتماعية وبمختلف أنواعها وبتعدد الخدمات التي تقدمها كانت بمثابة وسيلة إلكترونية جديدة وحديثة للتعارف والتواصل الاجتماعي والثقافي والعلمي والفكري إلى جانب ذلك يعتبر أن لها دور مهم في تبادل المعرفة والمعلومات ووجهات النظر في الشأنين العام والخاص، وهي شبكة تجمع الأفراد رغم تنوع أعمالهم وأفكارهم لغاية وحيدة هي الصداقة والتعارف

¹-مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد ، 395 يناير 2012، ص157

²- الوافي طيب ولول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات متاح على: <http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc, le> , 2021/02/25:à14.02h

حتى وصلت إلى علاقات بين المؤسسات وجمهورها فيما بينها. ومع الزيادة المطردة في شعبية هاته الشبكات ظهرت استخدامات جديدة خاصة بهذا النوع من الشبكات وفي مقدمة التوجهات المتبقية في مواقع الشبكات الاجتماعية فكرة الويب الآني ولعل شبكات التواصل الاجتماعي في وقتنا الحالي أصبح لها دور مهم في تتبع المعلومة وتصيدها وإيصال الرسائل إلى العالم .

المقاوالات النسوية



تمهيد

في ضوء ما تشهده الساحة الاقتصادية العالمية من تغيرات على أكثر من صعيد، احتلت المقاولاتية النسوية دورا رياديا في دعم الجهود التنموية في كافة الاقتصاديات فكان الاهتمام بالمرأة التي تشكل نصف الطاقات البشرية للمجتمع، ولقد سعت المرأة منذ الازل بأن تكون لها مكانة داخل المجتمع وكل هذا من خلال دخولها الى عالم الشغل والمقاولاتية فحاولت ان تثبت وجودها في هذا الفضاء وأن توفق بين العمليتين داخل وخارج البيت، مؤكدة قدرتها وكفاءتها وجدارتها في شتى المناصب وبناءا على هذا سنتطرق في هذا الفصل الى جملة من العناصر نبداها بتحديد مفهوم المقاولاتية النسوية ودوافع دخول المرأة الى عالم المقاولاتية ونظرة المجتمع للمرأة المقاولاتية.

1 تعريف المقاولاتية

ظهر مفهوم المقاولاتية من خلال مقاربة مرئية تتمثل في مجموعة من المراحل المتعاقبة تبدأ من امتلاك الشخص ميول للمقاولاتية إلى غاية تبنيه هذا السلوك، و تتوسط هذه المراحل مرحلة اتخاذ قرار الدخول لمجال للمقاولاتية ، وهذه الأخيرة تسبقه مرحلة تسمى بالتوجه المقاولاتي للاستعداد الفكري يتحول إلى إنشاء مؤسسة ، الذي يعرف بأنه إرادة فردية وذلك في ظل ظروف معينة، وقبل تحديد مفهوم المقاولاتية سيتم التطرق أولا إلى تعريف المقاولاتية.

أصبحت المقاولاتية من المصطلحات كثيرة التداول، حيث باتت تعرف حاليا كمجال للبحث، ونظرا لأهميتها المتزايدة أصبحت كل من الحكومات والباحثين الاقتصاديين بتطوير الإبداع الفكري وتشجيع المقاولين وقدرتهم على الاستمرار في السوق ونموهم،

واستخدم مفهوم المقاولاتية على نطاق واسع في عالم الأعمال اليابانية أين تنتشر مؤسسات الأعمال المقاولاتية نتيجة التقدم التكنولوجي والسلي والخدمي إذ كانت المقاولاتية تعني دائما الاستحداث، أما في حقل إدارة الأعمال فيقصد بها إنشاء مشروع جديد أو تقديم فعالية مضافة إلى الاقتصاد.¹

ويمكن تعريف المقاولاتية بأنها حركية إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة أفراد وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة.²

¹-بوشنافة أحمد وآخرون، متطلبات تأهيل وتفعيل إدارة المؤسسات الصغيرة في الجزائر، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية يومي: 17-18 أبريل 2006، جامعة حسينية بن بوعلي الشلف.

²-Eric Michael Laviolette et Christophe Loue, les compétences entrepreneuriales, le 8ème congrès international Francophone(Cife PME): l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Suisse :Haute école de gestion Frigourg, 25-27 Octobre 2006, p4.

ومن جهة أخرى أصبح موضوع الروح المقاولاتية يشكل حيز اهتمام كبير من قبل الشباب لأنه يمس مشكلة البطالة، فهذا المفهوم يرتبط أكثر بالمبادرة والنشاط فالأفراد الذين يملكون روح المقولة لهم إرادة تجريب أشياء جديدة، أو القيام بالأشياء بشكل مختلف ليتماشى ذلك مع قدرتهم على التكيف مع التغيير، وهذا عن طريق عرض أفكارهم والتصرف بكثير من الانفتاح والمرونة.¹

هناك مجموعة من المقاربات التي تعرف المقولة منها:

-المقاربة الوصفية التي سعت لفهم دور المقاول في الاقتصاد والمجتمع مستعملة العلوم الاقتصادية في تحليلاتها.

-المقاربة السلوكية التي سعت لتفسير نشاطات وسلوكيات المقاولين وفق ظروفهم الخاصة.

وأخيرا المقاربة المرحلية التي حلت ضمن منظور زمني وموقفي المتغيرات الشخصية والمحيطية التي تشجع أو تمنع وتعيق الروح المقاولاتية، وتعرف المقاربة المرحلية المقولة على أنها مجموعة من المراحل المتعاقبة تبدأ من امتلاك الشخص لميول مقاولاتية إلى غاية تبني السلوك المقاولاتي، ويتوسط هذه المراحل مرحلة اتخاذ قرار الدخول لمجال المقولة وهذا الأخير تسبقه مرحلة تسمى بمرحلة التوجه المقاولاتي الذي يعرف بأنه إرادة فردية أو استعداد فكري يتحول إلى إنشاء مؤسسة وذلك في ظل ظروف معينة.

تحدث "جوزيف شمبتر"² عن خلق القيمة، فهي تدرج هذا المفهوم كمبدأ أساسي للمقولة، والذي يتحدث عن درجة الإبداع، أو القيمة المضافة عن طريق المنظمة وبدفع من الفرد، الذي يدخل في حركية التغيير على المستوى الشخصي، ونقول عن الوضع بأنه مقاولاتي مادام هناك حركية في التغيير المتلازمة بين الفرد ووسائل خلق القيمة.³

ويمكن استخلاص تعريف مشترك وهو المقولة هي عملية إنشاء واستغلال فرص أعمال من طرف فرد أو عدة أفراد يتمتعون بروح المقاولاتية وذلك بمنظمات جديدة من أجل خلق القيمة.

¹-العربي تيقاوي، دور حاضرات الأعمال في بناء القدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كنموذج للمقاولاتية، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول: المقاولاتية: التكوين وفرص العمل 6-8 أفريل 2010، جامعة محمد خيضر ببسكرة، الجزائر، ص9.

²-جوزيف شمبتر اقتصادي نمساوي أمريكي كان وزير مالية النمسا لسنة 1919م ثم أصبح يدرس في هارفرد و استقر في أمريكا.

³-حسين رحيم، نظم حاضرات الأعمال كآلية لدعم التجديد التكنولوجي، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 02، 2003، ص

2 تعريف المقاولاتية النسوية

تعريف المقاولاتية النسائية في الدول النامية ليست مهمة سهلة لأن هناك عدد قليل من المنشورات التي تتعامل مباشرة مع نساء المقاولات في المنطقة مقارنة بالرجل ، ويمكن تفسير ذلك من خلال حقيقة أن المرأة قد عملت طويلا في الاقتصاد غير الرسمي ، و لم تحظ باهتمام أكاديمي إلا مع التسعينيات. و لإعطاء اطار واضح لحقيقة المرأة المقولة، أدمج المفكرون مقارنة النوع genre في مجال المقولة لتحديد الفوارق وتسهيل القدرة على اعتماد نهج يضمن المساواة بين الجنسين. فقد اهتم العديد من الباحثين بمظاهر التمييز ضد النساء المقاولات أهمها (1979 Dina Lavoie) الذي وجدت " أن المرأة المقولة تعاني من العديد من الأحكام المسبقة مماثلة لتلك الأحكام الصادرة في حق المرأة في سوق العمل". بمعنى آخر المجتمع ينظر إلى المرأة كشخص غير قادر على التعامل مع المنافسة، تعاني ضغوط سياسية و صعوبة في فهم التغيرات الاقتصادية والاجتماعية خاصة في القطاعات غير التقليدية..... الخ، و موازاة مع هذا الاتحاد، تتميز المقولة النسائية بالنقاط التالية:

- الجنس النسوي الذين يمارس مهنة أو النشاط المقاولاتي .
- كل امرأة مستقلة بذاتها، تتحكم و تتخذ قراراتها بنفسها و تدير أعمالها لحسابها الخاص .
- كل امرأة أشئت مؤسستها بطريقة مبتكرة و مبدعة.

وانطلاقا مما سبق تعرف المرأة المقولة بأنها: " المرأة التي تكون وحدها ام مع شركاء تقوم بتأسيس أو شراء أو ترث مؤسسة، حيث تتحمل مسؤوليتها المالية و الادارية و الاجتماعية وتشارك في أدارها اليومية بعد في النمو و الربح ،{La VOIE,D 1988}الباحثون يتفقون أن المرأة المالكة و المسيرة لمؤسستها [Timous 1990]

وفقا BukeBelcount و Lee-Gosselin (1991) المرأة المقولة هي :

" المرأة التي تسعى لتحقيق الذات ، والاستقلالية المالية والسيطرة على وجودها من خلال إطلاق وإدارة مؤسستها الخاصة". ونجد ثلاث أنواع في الدول النامية وفقا ل LA VOIE من النساء المقاولات :

- المرأة المقولة بالوصاية (بالرعاية)، بمعنى التي تكون تحت الرعاية من البداية سواء من طرف الزوج أو أحد الوالدين أو البنك و الذي يقوم بمساعدتها للدخول في نشاطها الاقتصادي.

- المرأة المقاولاتية الشابة و المثقفة، وهي المتخرجة من الجامعة التي أكسبت معرفة محددة في مجال التسيير أو مجالات علمية أخرى.

- المرأة المقاولاتية الاجتماعية، التي تقوم بالهروب من المشاكل الاجتماعية بالتوجه إلى الأعمال التجارية، غير مهتمة بالمتغيرات والعوامل الاقتصادية.

وبناء على هذه المفاهيم يمكن القول أن المرأة المقاولاتية هي تلك المرأة التي تملك خصائص ومميزات معينة تجعلها تتحمل خطر القيام بالأعمال لحسابها الخاص، والمرأة التي تملك روح المبادرة وتتعامل بمهارة في التنظيم والإدارة بهدف النجاح والتفوق، بمعنى آخر هي تلك المرأة التي تعمل على تأمين وتوجيه الموارد المالية والمادية والمعنوية من أجل استغلال فرص متاحة ذات قيمة.

انطلاقاً من المعنى المتداول لمفهوم المقاول والذي يعتبر كل شخص منشئ، متعهد، مؤسس، صاحب عمل يمكن أن يكون مقاول شرط أن تتوفر فيه بعض السمات الشخصية والمؤسسية، إذ ينطبق ذلك على النساء والرجال على حد سواء، يمكن القول أن مفهوم المرأة المقاولاتية قد لا يبتعد عن أحد هذه التعريفات والتي سنذكرها فيما يلي:¹

- كلا امرأة سواء كانت لوحدها أو برفقة شريك أو أكثر، أسست أو اشترت أو تحصلت على مؤسسة عن طريق الإرث، فتصبح مسئولة عليها مالياً، إدارياً، واجتماعياً، وتساهم في تسييرها الجاري،

- كما أنها شخص يتحمل المخاطر المالية لإنشاء أو الحصول على مؤسسة، وتديرها بطريقة إبداعية وذلك عن طريق تطوير منتجات جديدة و دخول أسواق جديدة.

- كما عرفت أيضاً بأنها تلك المرأة التي تمتلك خصائص ومميزات معينة تجعلها تتحمل خطر القيام بالأعمال التجارية لحسابها الخاص، وهي تلك المرأة التي تملك روح المبادرة والمخاطرة وتتحمل المسؤولية و تتعامل بمرونة و بمهارة في التنظيم والإدارة، واثقة من قدراتها وإمكانيتها، هدفها النجاح والتفوق²

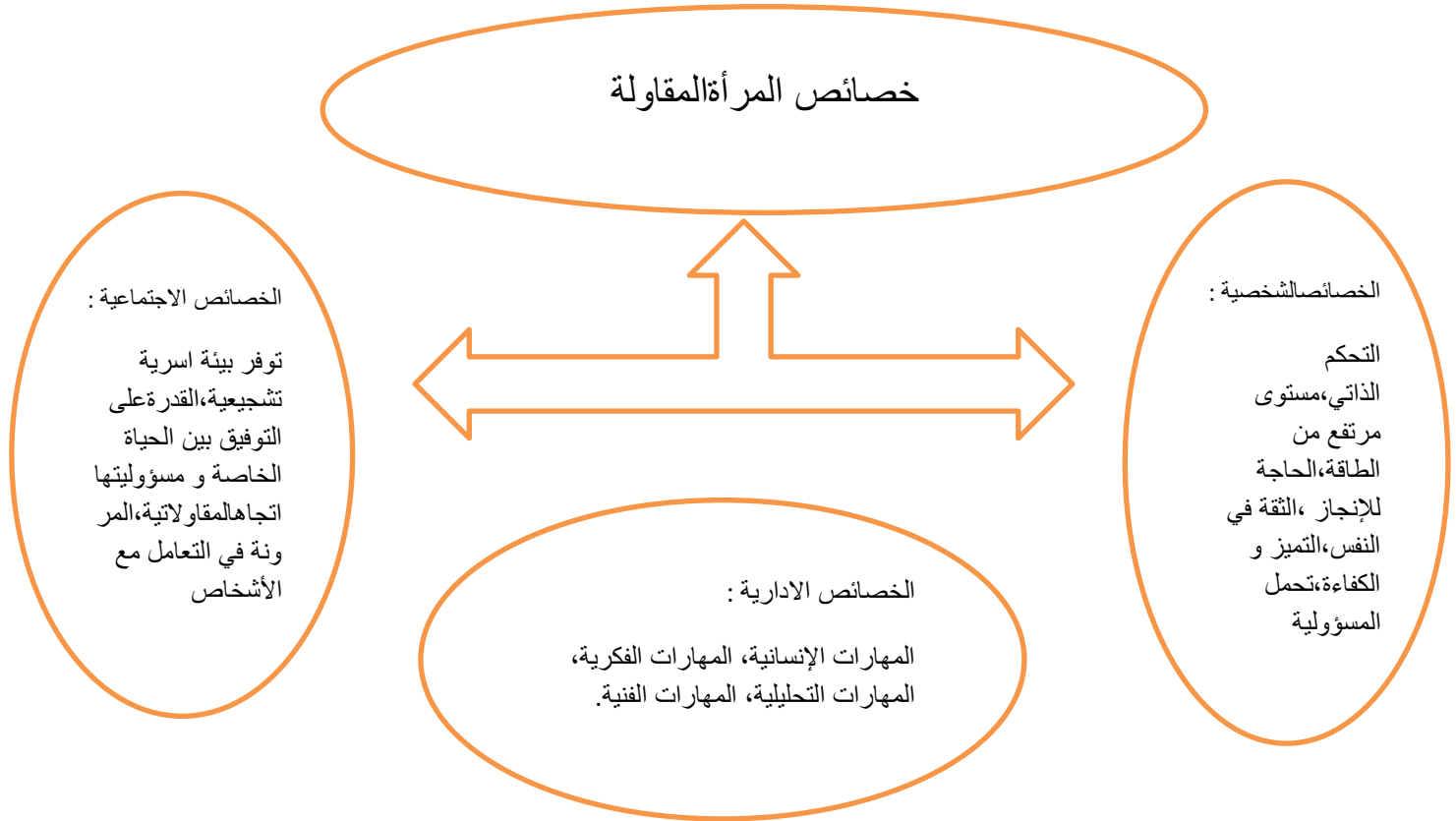
وتتميز المقاولاتية النسوية عن المقاولاتية الرجالية باعتمادها على نمط التسيير بالمشاركة وتفضيل الهيكل التنظيمي الأفقي مع وضع الأهداف الاجتماعية في قمة أولوياتها ويتعلق الأمر بمحاولة

¹ منيرة سلامي، إيمان بية، "المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كأداة للتمكين الاقتصادي للمرأة في الجزائر" مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 03، 2013، ص53.

² منيرة سلامي، يوسف قريشي، "المقاولاتية النسوية في الجزائر -واقع الانشاء و تحديات مناخ الأعمال-"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 5، 2014، ص3.

تحسين مستوى المعيشة من خلال خلق فرص العمل إلى جانب تمييز النساء المقاولات بقدرتهن على المحافظة على علاقات مهنية قوية نتيجة أساليبهن الناجحة في التفاوض¹.

3 خصائص المرأة المقاول



4- دوافع المرأة لدخول عالم المقاولاتية

أوضحت دراسة بعنوان "Les français et la création d'entreprendre" نشرت في تقرير Baromètre لسنة 2009 أن 34 % من الرجال الذين خضعوا للاستجواب أظهروا رغبة في إنشاء مؤسسات و 17 % منهم لهم إرادة فعلية لتجسيد ذلك، في المقابل 27 % من النساء لهم رغبة في إنشاء مؤسسات و 11 % منهن يقدمن على تحقيق ذلك في أقرب الآجال، وهي نسب تحسنت مقارنة بالإحصائيات التي نشرها ذات التقرير حول نفس

¹ نفس المرجع السابق ص 12

الموضوع سنة 2007، والتي أظهرت نسبة 15 % من النساء راغبات في إنشاء مؤسسات و 6 % منهن يحققن ذلك في وقت قريباً.

وعليه فإن الدوافع التي تدعو النساء إلى الدخول إلى عالم المقاولاتية مقارنة بالرجال تتمثل في:

دوافع اقتصادية :

- الرغبة في تحقيق ربح مادي،
- إستغلال فكرة أو فرصة في السوق
- إستخدامات جديدة لمنتج موجود أو تقديم خدمات و منتجات جديدة
- تحقيق الأرباح.
- حاجة المرأة إلى الإقرار بقدرتها على تحقيق نتائج إيجابية قد تشكل نقطة تحول في مجتمعها بشكل يضاهي قدرة الرجل على فعل ذلك؛
- البحث عن امتلاك القوة والسلطة والقدرة على صنع واتخاذ القرار؛

دوافع إجتماعية:

- ضرورة إتباع عادات وتقاليدها عائلية.
- الرغبة في تحقيق مكانة إجتماعية.
- عدم القدرة على تحمل وجود رئيس في العمل.
- الرغبة المقاول في العمل لحسابه الخاص.
- الإستقلالية.
- الإستفادة على الصعيد الشخصي من الخبرة المهنية المكتسبة سابقاً.
- عدم الرضا في العمل مع الغير.
- التصميم المستمر على تحقيق التقدم وإثبات قدرتها على الإبداع والمبادرة.

- الرغبة في تفعيل مساهمتها في الحياة الاقتصادية والاجتماعية من خلال المساهمة في خلق فرص عمل تؤدي إلى تحسين الظروف المعيشية، وتجاوز مرحلة سد وتغطية بعض الحاجيات من خلال عملها غير الرسمي المنزلي.
 - الرغبة في تحقيق مركز اجتماعي مرموق يتناسب مع التطور التعليمي والمهني للمرأة.
- فالمرأة التي اكتسبت ثقة كبيرة بالنفس خصوصا التي شهدت فيها اهتماما كبيرا وإدراكا بدورها في تقديم قيمة مضافة للمجتمعات لا تقل أهمية عن الإضافة التي يقدمها الرجل.

5- علاقة المرأة بالمقولة

صفات المرأة المقولة مقارنة بالرجل المقول	خصائص المؤسسات المسيرة من طرف المرأة مقارنة بالرجل	طرق التسيير المتبعة من طرف المرأة مقارنة بالرجل
- أقل سنا. - تلتحق بالمقولة بعد قضاء فترة طويلة من البطالة أو المكوث بالبيت أو مواجهة مشاكل في عملها السابق. - أقل كفاءة. - أقل خبرة في تسيير المؤسسات. - أقل خبرة في مجال النشاط. - أقل كفاءة على المستوى المالي أو المقاولاتي.	- أقل سنا وحجما. - تركز النشاط في القطاعات منخفضة النمو. - ليس لها شركاء. - أطول بقاء. - أقل نجاحا. - مردودية ونمو متماثل	- تفضل الهيكل التنظيمي الأفقي. - نمط تسييري مرن. - تشجيع المشاركة. - تقاسم السلطة والمعلومة مع الغير. - لديها قدرات تفاوضية عالية. - تهتم بتحقيق الأهداف الشخصية والاجتماعية بالدرجة الأولى. - أكثر حفاظا على الموارد و توفيراً .

المصدر: منيرة سلامي، " المرأة المقولة في الجزائر بين المساهمة الاقتصادية و التحديات السوقية "، فعاليات ندوة منظمة حول اقتصاد المرأة الفاعلة في التنمية ، وهران أكتوبر 2013.

6- نظرة المجتمع للمرأة الحرفية المقولة

أخذ دخول المرأة عالم الشغل ومساهمتها الاقتصادية حيزا من النقاش خصوصا بعد أن عكفت العديد من الهيئات والأطراف الناشطة في مجال حقوق المرأة على تغيير موقعها في البنية الاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات وأصبح بإمكانها دخول العديد من المجالات الاقتصادية على محدوديتها نظرا لبعض المعوقات التي تحول دون اكتمال مشاركتها في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وتمكينها من التطور وبلوغ درجة هامة من التحكم في الموارد المتاحة بعيدا عن تمييز النوع الاجتماعي.

وتعرف المرأة المقاول على أنها: "المرأة التي تمتلك روح المبادرة والمخاطرة وتحمل المسؤولية وتتعامل بمرونة وبمهارة في التنظيم والإدارة، واثقة من قدراتها وإمكانياتها، هدفها النجاح والتفوق"ⁱⁱⁱ، كما تعرف أيضا على أنها: "كل امرأة سواء كانت لوحدها أو برفقة شريك أو أكثر، أسست أو اشترت أو تحصلت على مؤسسة عن طريق إرث، فتصبح مسؤولة عليها ماليا، إداريا واجتماعيا، كما تساهم في تسييرها الجاري"ⁱⁱⁱ. أي أن المرأة المقاول هي تلك التي تجمع بين خصائص الاستقلالية والمبادرة والقدرة على اتخاذ القرارات بنفسها ولصالح نشاطها الخاص.

ونظرا لخصوصية هذا الموضوع فطرحه على المستوى النظري أيضا حديث بدليل قلة الدراسات المتخصصة ومحاولة إسقاط ما جاءت به الدراسات الموجودة سابقا حول المقاولاتية-والتي تخص الرجل المقاول- على المرأة المقاول، ويتعلق الأمر بوجود مقاربتين، الأولى تعتمد على وجود عدة مستويات للتحليل لفهم المقاولاتية وحسبها المقاولاتية ظاهرة تجمع مستويين مهمين هما المقاول والمنظمة التي يديرها.

المقاربة الثانية تعتمد على دراسة الأبعاد المتعددة المرتبطة بالمقاولاتية كالحوافز، الفرص، الضغوط والتهديدات، الكفاءات والاستعداد، وأظهرت كلتا المقاربتين وخاصة الثانية وجود اختلافات جوهرية بين الرجل والمرأة فيما يتعلق بمستوى ودرجة التكوين، الكفاءات والصفات الذاتية، نوعية القطاع والنشاط الممارس^{iv}، والتي تصب جميعها في مصلحة الرجل ما يجعل دور هذا الأخير في الحياة الاقتصادية والاجتماعية يطغى على دور المرأة ومساهمتها.

وتتميز المقاولاتية النسوية عن المقاولاتية الرجالية باعتمادها على نمط التسيير بالمشاركة وتفضيل الهيكل التنظيمي الأفقي مع وضع الأهداف الاجتماعية في قمة أولوياتها ويتعلق الأمر بمحاولة تحسين مستوى المعيشة من خلال خلق فرص العمل إلى جانب تمييز النساء المقاولات بقدرتهن على المحافظة على علاقات مهنية قوية نتيجة أساليبهن الناجحة في التفاوض^v. وفي ذات السياق يشير أول تقرير نشر في الولايات المتحدة الأمريكية حول دور المقاولاتية النسوية من طرف Center for women's Research في سنة 2005 أن النساء الأمريكيات أسسن 10,6 مليون مؤسسة أي ما يعادل 47,7 % من المؤسسات التي تم إنشاؤها في تلك الفترة محققة رقم أعمال يقدر بـ 2,5 تريليون دولار مع خلق 19,1 مليون فرصة

عمل^{vi}. وحسب تقرير OCDE سنة 2008 فإن المقاولات النسوية تمثل في دول متقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية، كندا، أستراليا وفنلندا حوالي 30 % إلى 40 % من نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة^{vii}، وهو ما يدل على الدور المحوري الذي يمكن أن تلعبه المرأة المقاوله في تنمية الاقتصاديات الوطنية، وما ينجر عن ذلك من آثار على مختلف الأصعدة.

7- دور وسائل التواصل في المقاولاتية النسوية

بفضل استخدام الوسائط الجديدة ، كالفيسبوك ، حيث ساهم هذا الأخير في تفعيل النشاط المقاولاتي النسوي ، والرفع من مستوى الطلبات ، فضلا اختصار الجهد و الوقت والتكلفة و المسافة.

يمكن القول ان استخدام الوسائط الجديدة كالفيسبوك ، اعطى صبغة جديدة للنشاط اليدوي النسوي ، وذلك عن طريق اتاحة صور ودمج فيديوهاتتمكن من جذب الجمهور العام و الزبائن على حد سواء لاقتناء طلبات من النشاط المنشور عبر صفحات الفيسبوك . كذلك كون أن الوسائط الجديدة كأحد تطبيقات التكنولوجيا تفرض نفسها على المرأة المقاوله لأنها أداة مهمة في تطوير النشاط المقاولاتي النسوي في الوقت الراهن ، و لما تلعبه من دور بارز في تحقيق الانتاجية وكسب جمهور عام يقبل على ما تنتشره المرأة من حرف يدوية وصناعية على الفيسبوك .

خلاصة الفصل

من أجل تشجيع المرأة نحو المقاوالاتية (الريادية) يجب تعزيز صورة المرأة صاحبة المؤسسة لدى المجتمع ووضع مبادرات إبتكارية ونتائج إيجابية ومحاولة الإجابة على أهم الإشكالات التي تواجه المقاوالاتية (الريادية) النسوية. ولقد أولت الجزائر في الآونة الأخيرة أهمية كبيرة للمقاوالاتية (الريادية) النسوية، للتأكيد على أن هذه الأخيرة أصبحت من أهم المصادر للنمو الاقتصادي وخلق الشغل، على الرغم من المشاكل التي تعانيها النساء في خلق مشاريعهن. وزيادة الاستثمارات لحث النساء على إنشاء مؤسسات خاصة في المناطق الريفية والحضرية.

وتماشيا مع التطورات التي يعرفها مجال الأعمال في الآونة الأخيرة، تم تخصيص الطبعة الخامسة للأيام العلمية الدولية حول المقاوالاتية (الريادية) لموضوع المقاوالاتية (الريادية) النسوية كما تم الإعلان عليه يوم 25 أفريل 2013 في نهاية أشغال الطبعة الرابعة، و هذا بغرض تشخيص الواقع الحالي وتحديد المعالم التي من شأنها تغذية هذه الديناميكية لاستدراك التأخر في مختلف الجوانب التي ترتبط بموضوع الدراسة إن كانت الإضافة التي تأتي بها المرأة على مستوى الحياة الاقتصادية، الاجتماعية و الثقافية أو حتى على مستوى ترقية صورة المرأة في المجتمع إلى عضو فاعل أكثر فأكثر.

الإجراءات الميدانية للدراسة



تمهيد:

يمثل الإطار الميداني للدراسة الجانب الذي من خلاله يمكن التحقق من فرضيات الدراسة و يتخذ البحث الميداني طابع علمي و موضوعي و ذلك بالنزول للميدان و بإتباع خطوات المنهج العلمي التي تمكننا من الوصول إلى نتائج أقرب إلى الدقة و بالتالي يمكن مطابقة الفرضيات و الدراسة النظرية مع ما توصلنا إليه في البحث الميداني .

1 الإجراءات المنهجية

2 منهج الدراسة و نوعها:

تلعب مناهج البحث العلمي دورا أساسيا في الكشف عن الظواهر التي يجهلها الإنسان و تساعد في فهم ما يحيط به و عادة ما يتوقف تحديد منهج الدراسة على الهدف الذي نسعى للوصول إليه وطبيعة الدراسة فيحد ذاتها¹.

و المنهج يعتبر العمود الفقري لتصميم البحوث الاجتماعية و الإعلامية لأنه يسمح بتحديد المفاهيم و شرح المعاني الإجرائية و تحديد منهج البحث².

و قد اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع على **المنهج الوصفي** الذي يستخدم في اغلب البحوث الاجتماعية و الإنسانية و الذي يهتم بتصوير الوضع الراهن و تقديم الفهم الدقيق³. و البحث في موضوعنا هذا يتم على مستويين:

نظري: و ذلك بمحاولة مسح كل الأدبيات المتعلقة بالموضوع.

تطبيقي: معرفة مدى "اعتماد المرأة الحرفية على الفيسبوك في تسويق المشاريع المقاولاتية" من خلال النزول إلى ميدان البحث.

كما استعنا بالدراسات الاستطلاعية و التي تسمى أيضا بالبحث الاستكشافي أو الصياغي و فيه يلجأ الباحث لإجراء دراسة استطلاعية عندما يكون مقدار ما يعرفه عن الموضوع قليلا جدا لا يؤهله لتصميم دراسة وصفية وذلك عن طريق إجراءات منهجية محددة تتكافل لتحقيق أهداف الدراسة الاستطلاعية وتمثل هذه الدراسات والأبحاث في الغالب نقطة البداية في البحث العلمي بشقيه النظري و التطبيقي⁴.

و البحث الاستطلاعي هو البحث الذي يستهدف التعرف على المشكلة و الظاهرة فقط و تكون الحاجة الى هذا النوع من البحوث عندما تكون مشكلة جديدة أو عندما تكون المعلومات ضئيلة⁵..

1- محمد الدين مختار: **الاتجاهات النظرية والاستطلاعية في منهجية العلوم الاجتماعية**، دار المنشورات الجامعية، باتنة، 1999ص9.

2- صخر خليل عمر: **مناهج البحث العلمي في علم الاجتماع**، جامعة اليرموك، دط، 1990ص2.

3- تركي راجح: **مناهج البحث في علوم التربية و علم النفس**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984ص15.

5- حسان الأغا: **البحث التربوي عناصره، مناهجه**، أدواته، مطبعة مقاداد، غزة، 1997ص 41 .

3 مجتمع الدراسة و عينتها

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع الدراسة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية والإنسانية و هي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها إجراء البحث و تصميمه و كفاءة نتائجه، فمجتمع الدراسة هو المجتمع المتاح و الذي يقوم أساسا على تحديد حجم المجتمع الأصلي و ما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف أكثر على تكوينه من خلال دراستنا.

و قد تمثل مجتمع دراستنا على مستوى غرفة الصناعة التقليدية و الحرف بولاية الاغواط وقد قمنا بمقابلة مجموعة من النساء المقاولات بحيث قدر مجتمع دراستنا الكلي بـ 10 مقاولات .

ب- عينة الدراسة:

إن اختيار العينة التي ستجري عليها الدراسة من أهم الأعمال التي يقوم بها الباحث، لأنها أيسر للتطبيق و أقل تكلفة من دراسة المجتمع الأصلي بشرط أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي. و قد شملت دراستنا على العينة التالية:

العينة القصدية:

و هي من العينات الغير احتمالية، تعتمد على نوع من الاختيار المقصود حيث يعتمد الباحث أن تتكون العينة من وحدات يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا و هي عينة يتم اختيارها على أساس من الخبرة السابقة

4 مجالات الدراسة

تمثلت في تقنية المقابلة أجريت مع مجموعة من المقاولات الناشطات على مستوى غرفة الصناعة التقليدية و الحرفية بولاية الاغواط و عددهم 10 مقاولات .

يعد تحديد المجال خطوة أساسية في البناء المنهجي لكل دراسة علمية ميدانية كونه يساعد على قياس مدى تحقق المعارف النظرية في الميدان، ونقصد بميدان الدراسة النطاق الجغرافي والزمني والبشري الذي أجريت فيه الدراسة.

أ- المجال المكاني للدراسة:

لقد تمت دراستنا على مستوى غرفة الصناعة التقليدية و الحرفية لولاية الاغواط وذلك لمقابلة للمقاولات النشاطات هناك.

ب-المجال الزمني للدراسة:

يحدد المجال الزمني بالفترة التي تستغرقها الدراسة و التي قد تمتد من بداية التفكير في مشكلة البحث إلى غاية استخلاص النتائج العامة، و بالنسبة لموضوع الدراسة ، فقد بدا التفكير في

شهر سبتمبر ،2021 ليتم اختياره بشكل نهائي في شهر نوفمبر 2021 .
و بعد جمع المراجع شرعنا في كتابة الجزء النظري الذي اكتمل في شهر فيفري 2022 ،أما
الدراسة الميدانية فقد بدأت بعد القيام بالعديد من الزيارات إلى غرفة الصناعة التقليدية و
الحرفية بولاية الأغواط .

ج- المجال البشري للدراسة:

يتمثل هذا المجال في مجتمع البحث الذي تشمله الدراسة وفي دراستنا هذه يتمثل مجتمعنا في
النساء الحرفيات المقاولات على مستوى غرفة الصناعة التقليدية بولاية الأغواط.

لكي يجيب الباحث عن اسئلة الدراسة قام باستخدام المقابلة أجريت مع المقاولات الناشطات
على مستوى الغرفة بولاية الأغواط للتعرف على مدى استعمالهم لوسائل التواصل الاجتماعي
في الترويج لنشاطاتهم المقاولاتية ،وقد قام الباحث بعدد من الاجراءات للوصول إلى الأداة
المطلوبة منها:

- عمل دراسة استطلاعية لمجموعة المقاولات الناشطات بغرفة الصناعة التقليدية و
الحرفية بالأغواط و ما مدى استعمالهم لوسائل التواصل الاجتماعي من اجل الترويج
لأعمالهم المقاولاتية.
- إجراء مقابلات شخصية مع عدد من المقاولات للوقوف على أهمية مثل هذه
الدراسات.

5 ادوات جمع البيانات

- تم بعد ذلك بناء استمارة المقابلة،حيث تكونت في صورتها الأولية من ثلاثة محاور كل
محور فيه خمس فقرات بمجموعها الكلي 15 فقرة .

بعد ذلك تم عرض استمارة المقابلة على مجموعة من المحكمين و بناء عليه تم تعديل
وحذف و اضافة بعض الفقرات، ومن ثم تم عمل صدق الاتساق الداخلي للمقابلة، حيث
أصبحت في صورتها النهائية مكونة من 15 فقرة موزعة على ثلاثة محاور و الملحق رقم
(01) يبين المقابلة في صورتها النهائية.

6 تحليل وتفسير البيانات

تحليل الجداول

الجدول رقم 01 : يوضح توزيع افراد عينات الدراسة و حسب متغيرات الدراسة .

النسبة	التكرار	الفئات	
20%	02	اقل من 25 سنة	العمر
20%	02	من 25 سنة ال 35 سنة	
30%	03	من 35 سنة الى 45	
30%	03	من 45 سنة فما فوق	
20%	02	عزباء	الحالة العائلية
20%	02	متزوجة	
60%	06	ارملة او مطلقة	
30%	03	جامعي	المؤهل العلمي
70%	07	ثانوي فأقل	
20%	02	جيدة	الوضع المادي
20%	02	متوسطة	
60%	06	سيئة	
100%	10	صاحبة مشروع	وظيفتك في العمل الحالي
00%	00	عاملة مساعدة	
100%	10	المجموع	

المحور الاول : البيانات الشخصية

1- السن: جدول رقم 02 : خاص بالمتغير الاسمي "السن" مع العلم جميع الاعضاء اناث

السن	التكرار	النسبة
اقل من 25 سنة	02	20%
من 25 الى 35 سنة	02	20%
من 35 ال 45 سنة	03	30%
من 45 سنة فما فوق	03	30%
المجموع	10	100%

من الجدول نلاحظ وجود نسبة 20% لمتغير السن اقل من 25 سنة و من 25 سنة الى 35 سنة وجود نسبة 20% اما نسبة 30% لمتغير السن 35 سنة الى 45 سنة اما نسبة 45 سنة فما اكثر وجود 45%.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن عامل السن لا يؤثر مطلقا على توجه المرأة الحرفية نحو عالم المقاوالاتية و هذا مما يدل على أن المرأة اقتحمت هذا العالم بكل ما لديها من إمكانيات و قدرات سواء معرفية أو مادية أو غير ذلك.

2- جدول رقم 03: متغير الحالة العائلية

الحالة العائلية	التكرار	النسبة المئوية
عزباء	02	%20
متزوجة	02	%20
ارامل و مطلقات	06	%60
المجموع	10	%100

نلاحظ وجود نسبة 20% لمتغير الحالة العائلية عزباء وجود 20 %متزوجة ووجود 60% لمتغير الارامل و المطلقات .

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن الحالة العائلية للمقاولات الحرفيات تشير إلى نسبة كبيرة من الارامل و المطلقات و هذا راجع لحاجتهن المادية الماسة لدخول عالم الشغل و محاولة منها لإثبات ذاتها و قدراتها و اعتمادها على نفسها.

3- جدول رقم 04: متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
جامعي	03	30%
ثانوي فما اقل	07	70%
المجموع	10	100%

نلاحظ وجود نسبة 30% لمتغير المؤهل العلمي للمستوى الجامعي ونسبة 70% للثانوي فما أقل.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أغلب البحوثات من ذوي التعليم العادي أي ثانوي فما أقل حيث ان هناك نسبة كبيرة من المقاولات اللواتي لا يملكن شهادات عليا و لهذا يمكن لاي شخص اكتساب حرفة ليس بالضرورة ان يكون لديه مستوى تعليمي عالي هذا إضافة إلى أن ذوي المستوى الجامعي ربما لم تضطربهم الظروف بعد إلى الاتجاه للحياة العملية.

4- جدول رقم 05: متغير الوضع المادي

الوضع المادي	التكرار	النسبة المئوية
حالة جيدة	02	20%
حالة متوسطة	02	20%
حالة سيئة	06	60%
المجموع	10	100%

نلاحظ وجود نسبة 20% لمتغير الحالة الوضع الحالي لحالة جيدة وجود 20 % لحالة متوسطة ووجود 60% لحالة سيئة.

يجاب هذا الجدول على الحالة الوضعية للمقاولات الحرفيات وتم وجود اكبر نسبة جاوبن ان حالتهم سيئة هن المقاولات الحرفيات الارامل و المطلقات وهذا راجع لأسبابهن الشخصية و ربما لكثرة الأعباء الأسرية من أبناء و مصاريف إلى غير ذلك.

اما الاخريات فكان حالتهم بين المتوسط و الجيد ربما هذا راجع لنوعية الحرفة الممارسة أو لقلة الأعباء الملقة على عواتقهن.

5- جدول رقم 06: متغير وظيفتك في العمل الحالي

وظيفة في العمل الحالي	التكرار	النسبة المئوية
صاحبة مشروع	10	%100
عاملة مساعدة	00	%00
المجموع	10	%100

نلاحظ وجود نسبة 100 % الوظيفة للعمل الحالي كصاحبة مشروع ووجود 0% لحالة للعاملة المساعدة .

يجاب هذا الجدول على سؤال ما اذا كن صاحبات مشروع ام عاملات مساعدات حيث كن كلهن صاحبات مشروع و هذا طبيعي جدا نظرا لأن الدولة قد شجعت مثل هؤلاء النساء المقاولات بتقديم القروض المصغرة و في أحيان كثيرة بعض الإعانات.

المحور الثاني : العمل المقاولاتي

1- جدول رقم 07: نوع الحرفة

الوضع الحالي	التكرار	النسبة المئوية
الخطاطة	02	20%
صناعة الحلويات	02	20%
حرفة اخرى	06	60%
المجموع	10	100%

نلاحظ وجود نسبة 20% لحرفة الخطاطة و وجود 20 % لحالة لحرفة صناعة الحلويات اما وجود 60% موزعة على عدة حرف اخرى .

يجابوب الجدول على سؤال ما هي نوعية الحرفة التي تمارسها و كان جواب 20% منهم على ان نوعية الحرفة هي الخطاطة و 20% منهم هي صناعة الحلويات و 60%

منهم كان عملهم لحرف اخرى مثل صناعة الزرابي و الحلاقة وغيرها مما يدل على تنوع الحرف على مستوى غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط

2- جدول رقم 08: مكان ممارسة الحرفة

الوضع الحالي	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	02	20%
محل	02	20%
غرفة الصناعة التقليدية	06	60%
المجموع	10	100%

نلاحظ وجود نسبة 20% بالنسبة للمقاولات اللواتي يمارسن عملهن في المنزل ووجود 20% للحرفيات اللواتي يمارسن عملهن على مستوى المحلات و أخيرا وجود 60% موزعة على المقاولات اللواتي ينشطن عملهن على مستوى غرفة الصناعة التقليدية .

جاوب هذا الجدول على السؤال الخاص بمحل الشغل ما اذا كان المنزل او المحل او غرفة الصناعة التقليدية و الحرفية حيث اخترن منهن المنزل بسبب انهن متزوجات و الاخريات المحل وذلك لأنهن يردن مكان عمل مخصص و كانت اكثرهن اخترن الغرفة لمزاولة نشاطهن لأنهن يجدن فيها الدعم و المساعدة من اجل التشهير بالعمل

3- جدول رقم 09: بالنسبة لسبب ممارسة هاته الحرفة

سبب ممارسة الحرفة	التكرار	النسبة المئوية
هواية	05	50%
سبب مادي	05	50%
المجموع	10	100%

نلاحظ وجود نسبة 50% للأسباب الشخصية و وجود 50 % للأسباب المادية.

جاوب هذا الجدول عن سبب ممارسة هاته الحرفة حيث ان هناك من هي بحاجة الى المال لهذا جاوبن بسبب مادي وكانت اغلبهن مطلقات و ارامل والاخريات كان بسبب ممارسة الهواية لمزاولة هاته الحرفة و غيرها.

4- جدول رقم 10: بالنسبة للدخل المادي

النسبة المئوية	التكرار	الدخل المادي
20%	02	قليل
20%	02	متوسط
60%	06	جيد
100%	10	المجموع

نلاحظ وجود نسبة 20% بالنسبة للمقاولات اللواتي عملهن ذو دخل قليل ووجود 20 % للحرفيات اللواتي عملهن ذو دخل متوسط اما وجود 60% موزعة على المقاولات اللواتي دخلهن جيد .

جاوب عن هذا الجدول عن الدخل المادي لهاته الحرفة منهن كان قليل و منهن متوسط و الكثير منهن كان جيد وهذا راجع لاختلاف نوعية النشاط المزاول و نسبة الطلب عليه من طرف الزبائن و كذا قوة الإشهار على الفيسبوك.

المحور الثالث : المقاولاتية النسوية و مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم 11: ووجود حساب خاص على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي

هل يوجد حساب خاص على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	10	%100
لا	00	%00
المجموع	10	%100

نلاحظ وجود نسبة 100% بالنسبة للمقاولات اللواتي لديهن حساب ووجود 00% للحرفيات اللواتي ليس لديهن حساب.

جاوب الجدول عن سؤال ما اذا كان يوجد حساب خاص بالنسبة للمقاولات الحرفيات و جاوبن جميعهن بنعم أي الكل لديه حساب خاص للعمل و هذا لان الحساب الخاص يساعد في نشر النشاط بالإضافة الى تسهيل التواصل مع الزبائن ذلك لأن الفيسبوك يساعد كثيرا هؤلاء النساء المقاولات على الترويج لمنتجاتهن.

جدول رقم 12: هل وسائل التواصل الاجتماعي سهلت عملية التواصل و البيع مع الزبائن

وسائل التواصل الاجتماعي سهلت عملية التواصل و البيع مع الزبائن	التكرار	النسبة المئوية
نعم	10	%100
لا	00	%00
المجموع	10	%100

نلاحظ وجود نسبة 100% وسائل التواصل الاجتماعي سهلت عملية التواصل و البيع مع الزبائن بالمقابل 00% وسائل التواصل الاجتماعي لا تسهل عملية التواصل و البيع مع الزبائن.

جاوب هذا الجدول عن السؤال ما اذا سهل الفيسبوك عملية التواصل مع الزبائن ام لا فكان جميع جوابهن بنعم ان الفيسبوك سهل عملية التواصل مع الزبائن و هذا يفسر بان جميع زبائنهن من الفيسبوك .

جدول رقم 13: وجود ضغط من طرف الزبائن على مستوى وسائل التواصل الاجتماعي

وجود ضغط من طرف الزبائن على مستوى وسائل التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	10	%100
لا	00	%00
المجموع	10	%100

نلاحظ وجود نسبة 100% وجود ضغط من طرف الزبائن على مستوى وسائل التواصل الاجتماعي بالمقابل 00% وجود لا يوجد ضغط من طرف الزبائن على مستوى وسائل التواصل الاجتماعي.

جاوب هذا الجدول على سؤال هل يوجد ضغط من طرف الزبائن على مستوى وسائل التواصل الاجتماعي ام لا وكان كل المقاولات لديهن ضغط ونشاط دائم و مستمر من طرف الزبائن على مستوى الفيسبوك وهذا راجع الى الدور المهم و الهام الذي يلعبه الفيسبوك في الحياة الإقتصادية لهؤلاء المقاولات.

جدول رقم 14: هل وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تحقيق النجاح الذي تطمحون له.

وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تحقيق النجاح	التكرار	النسبة المئوية
نعم	10	%100
لا	00	%00
المجموع	10	%100

نلاحظ وجود نسبة 100% وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تحقيق النجاح الذي تطمحون لها لمقاولات، بالمقابل 00% وسائل التواصل الاجتماعي لم تساهم في تحقيق النجاح الذي يطمحون له المقاولات.

جاوب هذا الجدول على السؤال التالي: هل وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تحقيق النجاح الذي تطمحون له.

و كان كل المقاولات الحرفيات جاوبن ان وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تحقيق النجاح اللائي تطمحون له لان جميع زبائنهن على مستوى الفيسبوك وأغلبية النشاط يتم على مستوى هذا الأخير.

جدول رقم 15: هل تلقيتن دعم من طرف الغرفة للصناعة من اجل دعم مشروعاتك الخاص.

وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تحقيق النجاح	التكرار	النسبة المئوية
نعم	05	50%
لا	05	50%
المجموع	10	100%

نلاحظ وجود تساوي بين المقاولات التي لقيت دعم بنسبة 50% والنساء المقاولات اللواتي لم يتلقين دعم من طرف الغرفة بنسبة 50%.

جواب هذا الجدول على السؤال : هل تلقيتن دعم من طرف الغرفة للصناعة من اجل دعم مشروعاتك الخاص .كان نصف المقاولات الحرفيات تلقين دعم من طرف غرفة الصناعة و الحرف وهذا لأنهن يزاولن عملهن هناك اما الاخريات اللواتي لم يتلقين دعم من طرف الغرفة كان نشاطهن بعيد عن الغرفة اما على مستوى المنزل او المحل الخاص بهن.

النتائج العامة للدراسة:

أسفرت الدراسة على النتائج التالية :

- أن مختلف أشكال المقالة في صفحات الفايسبوك تتمثل في : صناعة الحلويات، و أفرشة و أشغال يدوية بسبب اقدم الجمهور الواسع على طلب هذا النوع من الأنشطة الذي يحقق رغباته.
- و قد جاءت دوافع استخدام النساء الفايسبوك قصد اشهار بالمنتوج المصنوع و التعريف به على أبعد حدود مع اختصار الوقت و الجهد ، كما يسعين إلى الحصول على مختلف الاستفسارات الجمهور و الانتقادات بغية تحسين مستوياتهم
- ان أنماط استخدام النساء صفحة الفايسبوك بصفة غير محدودة و حسب الحاجة
- ان صفحة تمتاز بالنشاط و كون هذه الصفحات (الفايسبوك) تلم مختلف
- وتشمل الاشباكات المحققة من طرف النساء أن هذه الصفحة تمتاز بالجودة و الديناميكية من حيث التواصل مع العملاء و الزبائن، و سمحت لها بتطوير نشاطها و اقناع الجمهور ، وجعلها تتجاوز عقبات جغرافية ، مادية و أحيانا الكترونية.
- و تم تقديم النساء المقاولات لمنتجاتهن في شكل صور و فيديوهات قصد اثاره التفاعل و انتقاء الجمهور
- تهدف المضامين النساء المقاولات الترويج لمنتجاتهم، وكذا عرض المنتج في ساحة الكترونية.
- وقد انعكست هذه الصفحة على النساء من خلال نشر منتجاتهم بإشهار وكسب مكانة في ساحة المتاجرة،و تحقيق مردودية تساهم في توسيع المشروع.
- وانعكس استخدام الصفحة على النساء بالإيجاب في الساحة المهنية، كون هذه صفحة اكسبتهم نوع من خصائص ساهمت في بلوغ ذروات المنافسة الترويجية اعلامية

خاتمة

خاتمة



عرفت السنوات الأخيرة حضورا مكثفا للمرأة في سوق العمل وقد حاولت هذه الدراسة البحث في الدور الذي تلعبه المرأة على مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص الفيسبوك في تسويق المشاريع المقاولاتية حيث استغلن هذا الموقع في تقديم ونشر مختلف المشاريع التي يبدعن في تسويقها بحيث وجدن موقع فيسبوك كأداة تساعدنهم على نشر مشاريعهن عبره ليصل للجمهور المتفاعل والنشط عبر هذا الموقع بالذات ولكل من يملك حساب في موقع فيسبوك أو في الصفحات المهمة بهذا الشأن.

وبعد اختيارنا للعيينة المتمثلة من النساء الحرفيات توصلنا الى عدة نتائج مفادها مساعدة الصفحات في التعريف على مشاريعها ونشرها للمتصفحات الناشطات.

وكذا تداول التطورات الحاصلة في مجال الحرف وأهم من ذلك التنوع في هذه المشاريع والحرف و محاولة العضوات في الابتكار فيها ومواكبة التطورات لإرضاء الزبائن و جذب أكبر عدد منهم باختلاف مستواهم المعيشي، غير أننا واجهنا العديد من الصعوبات أولا مدة اختبار العينة وكذا صعوبة التعامل مع هذه العينة ببعض التقنيات على الفيسبوك التي لا تعود على استخدامه كالاستبيان الإلكتروني وأيضا عدم ثقتهم في الرابط الذي يحمل استثمار الأسئلة مما جعلهن يتخوفن من الإجابة.

وتكمن أهمية نتائج هذه الدراسة في مساعدة الجهات المعنية في المشاريع المقاولاتية وكذا الإطار الداعم لهذه المشاريع بمختلف المعلومات الخاصة بالفئة التي تحتاج الدعم أكثر من غيرها.

قدمت هذه الدراسة بعض النتائج تساعد في معرفة الشروط الواجب توفرها في أصحاب المشاريع لكي يتم دعمهن بشكل رسمي، ولتشجيع فئة النساء الحرفيات.

كما أن هذه الدراسة تفتح المجال لدراسات أخرى حول دور مواقع التواصل الاجتماعي الخصوص ووسائل الإعلام الجديد بصفة عامة في دعم الفئات الهشة في المجتمع وفي خلق مهن جديدة تواجه المشاكل الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع.

قائمة المراجع و المصادر

قائمة المراجع و المصادر:

القرآن الكريم

المجلات:

1. سلامي منيرة : التوجه المقاولاتي للمرأة الجزائرية ، مجلة الباحث ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2008-2010

المذكرات:

- 2 - أوليفي فيري و فرونسوا سان كاسط و ليب المان ، الوضعية النسوية في المهن الحرة تقرير بحثي قام به باحثين لصالح المندوبية الوزارية للمهن الحرة بفرنسا ، 2001
- 3- بن عودة امال ، بو تماي عقيلة ، الخصائص المهنية و الإجتماعية للمرأة المقولة رسالة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاجتماعية .، جامعة أكلي محند 2015 .
- 4- ايمان بودرور ، مروى عريبي ، هدى قوادي مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات الحديثة في تفعيل المقاولاتية النسوية ، دراسة ميدانية على المقاولاتية في ولاية ورقلة رسالة مقدمة لنيل شهادة الماستر في كلية العلوم الإنسانية ، جامعة 8ماي 1945 ، 2016.

قائمة الكتب :

- 5- آمال عساسي، إثنوغرافيا مستخدمي الفيسبوك في المجتمع الجزائري، مذكرة مكملة شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة . 2015 .
- 6- إحسان محمد حسن ، مناهج البحث الاجتماعي ، ط ، 2 دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2009.
- 7- محمد أبي بكر بن عبد القادر الرازي : مختار الصحاح ، ط جديدة ، مكتبة لبنان ، بيروت ، 2019.
- 8- العربي دخموش : محاضرات في اقتصاد المؤسسة ، مطابع منتوري ، قسنطينة، 2005.
- 9- راجي مصطفى ، عثمان محمد غنيم : مناهج البحث و أساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2000.
- 10- رشدي طعيمه: تحليل المحتوى في العلوم الانسانية ، القاهرة ، دار الفكر ، 1987.
- 1- كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة ط، 4، عمان، 2011.

- 2- فضيل دليو (اسس المنهجية في العلوم الاجتماعية) منشورات جامعة قسنطينة 1999.
- 3- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1993.
- 4- محمد فلحي : النشر الالكتروني الطباعة و الصحافة الإلكترونية , و الوسائط المتعددة , دار المناهج , الاردن - عمان , 2005.
- 5- مجبل لازم مسلم المالكي : الوسائط المتعددة و تطبيقاتها في المكتبات و مراكز المعلومات , مجلة آفاق الثقافة و التراث , العدد 55 , السنة الرابعة , اكتوبر , 2006.
- 6- يوسف تمار: مناهج و تقنيات البحث في الدراسات الإعلامية - الاتصالية , ديوان المطبوعات الجامعية , 2017.
- 7- منال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي , دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة, عمان , 2014.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي الاغواط

كلية العلوم الانسانية والإسلامية والحضارة

تخصص اتصال وعلاقات عامة

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة مقابلة

واقع اعتماد المرأة الحرفية على الفيسبوك في تسويق المشاريع المقاولاتية

دراسة ميدانية على عينة من النساء المقاولات من غرفة الصناعة التقليدية بالأغواط

من اعداد الطالبتين:

-صحراوي أحلام

- غربي بشرى

السنة الجامعية: 2022/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

نرجو منك تعبئة البيانات الآتية وذلك بوضع إشارة (x) في المربع المقابل للإجابة المناسبة

☐

مساعدة

1- وظيفتك في العمل: صاحبة المشروع

- 2- السن: ☐ 30-20 ☐ 40-30 ☐ فوق 40
- 3- الحالة العائلية: ☐ عزباء ☐ متزوجة ☐ ارملة/مطلقة
- 4- الوضع المادي: ☐ جيدة ☐ متوسطة ☐ سيئة
- 5- المستوى التعليمي: ☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي

المحور الثاني : المقاولاتية النسوية

1- ما هو نوع الحرفة :

.....

2- اين تمارس هذه الحرفة

☐ المنزل ☐ المحل ☐ غرفة الصناعة التقليدية

3- ما هو الغرض الذي دفعكم لممارسة هذه الحرفة

هاته الحرفة عبارة عن موهبة ☐ , احتياج مادي ☐

4- هل عملكم يؤمن لكم دخلا جيدا

نعم ☐ , لا ☐

5- في رايكم ماهي نظرة المجتمع للمرأة الحرفية

.....

المحور الثالث : المقاولاتية النسوية و مواقع التواصل الاجتماعي

1- هل لديك حسابات خاصة على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي

نعم ☐ , لا ☐

2- هل شبكات التواصل الاجتماعي سهلت عملية التسويق مع الزبائن

نعم ☐ , لا ☐

3- هل هناك ضغط من طرف الزبائن في العمل

نعم ☐، لا ☐

4- هل وسائل التواصل الاجتماعي حققت لكم النجاح الذي تبهرون له .

نعم ☐، لا ☐

5- هل تلقيتم دعم من طرف غرفة الصناعة التقليدية من اجل انجاح عملكم

نعم ☐، لا ☐
