وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة قاصدي مرباح – ورقلة – كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة



مقدمة من طرف الطالبتين: خذير سارة و بايوسف نور الإيمان نوال

الموضوع:

المقاولاتية النسوية عبر الوسائط الجديدة الفيس بوك أنموذجا – دراسة على فئة من نساء بمدينة ورقلة .

أوجزت و نوقشت علنا بتاريخ : 2019/06/27

أمام اللجنة المكونة من السادة

رئيسا	زياني الغوتي	الأستاذ
مشرفا و مقررا	نجاة الداوي	الأستاذة
مناقشا	امينة طرابلسي	الأستاذة
2	السنة الحامعية: 019/2018	

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة قاصدي مرباح – ورقلة – كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة



مقدمة من طرف الطالبتين: خذير سارة و بايوسف نور الإيمان نوال

الموضوع:

المقاولاتية النسوية عبر الوسائط الجديدة الفيس بوك أنموذجا – دراسة على فئة من نساء بمدينة ورقلة .

أوجزت و نوقشت علنا بتاريخ : 2019/06/27

أمام اللجنة المكونة من السادة

رئيسا	زياني الغوتي	الأستاذ
مشرفا و مقررا	نجاة الداوي	الأستاذة
مناقشا	امينة طرابلسي	الأستاذة
2	السنة الحامعة: 019/2018	

إهداء

الحمد لله الذي وفقني لإنهاء هذا العمل المتواضع الذي أهديه إلى الذين لم يبخلوا على بما لذي أهديه الله الذين لم يبخلوا على على بما لديهم، وأرشدوني حين الخطأ ووجهوني لكي أصيب ، وأمهلوني الفرص لكي أصنع الأحسن أساتذتي الكرام

إلى رمزا الحنان والعطف ، إلى اللذان سهرا وتألّما لمعاناتي، إلى من تجرعا المرفي الحياة من المرفي الحياة والدي في الحياة والدي المرفي المرفي المرفي المرفي المرفي المرابي المرا

إلى إخوني و أخواتي و منارات أسرتي أتمنى حياة مليئة بالنجاح

والسعادة , أيضا أهدى أسمى أمنياتي إلى صديقاتي

وكل من لم يذكرهم قلمي و مكانهم محفور في ذاكرتي

إلى رفقاء العلم

أهدي ثمرة جهدي إلى عائلتي: خدير و بايوسف

سارة

اهدي ثمرة مجهوداتي إلى منبع العطف و الحنان , إلى من تجرعت المر لتسقيني عسلا, وسهرت الليالي و أنارت دربي , إلى أمي الغالية أطال الله في عمرها إلى نبراس الحياة و الأمل إلى من تعجز الكلمات عن إعطائه حقه , إلى من غرس الأمل في قلبي

إلى أبي العزيز اطال الله في عمره . إلى من ساندي في بناء عملي العلمي

كما أهدي عملي المتواضع إلى إخوتي من كبيرهم حتى صغيرهم حتى كبيرهم إلى الخواتي اللاتي لم تلدهن أمي..... إلى من تحلوا بالإخاء و تميزو ا بالوفاء والعطاء إلى بنابيع الصدق الصافي إلى من معهم سعدت برفقتهم

في دروب الحياة الحلوة و الحزينة

إلى من كانوا معي في طريق النجاح و الخير الى من عرفت كيف اجدهم و علموني أن لا اضيعهم صديقاتي

نصيرة ، إيمان ، سعدية عائشة هدى

و كل من تعرفت عليهم في مشوار الدراسة

إلى كل زملاء التخصص في علوم الإعلام و الإتصال

إلى فمن في القلب ذكراهم ولو لم يذكرهم لساني.....

نور الإيمان نوال

شكر وتقدير

الحمد والشكر لله الذي منحنا القوة والصبر على المثابرة لإنجاز هذا البحث المتواضع بهذه المناسبة نتقدم بكل الشكر إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة والشكر موصول إلى الأستاذة المشرفة المشكر مدامة المشكر الشكر موصول المسابق المشكر المشكر المشكر المشكر المسابق المشكر المشكر المسابق المسابق المشكر المسابق المشكر المسابق المشكر المسابق الم

"نجاة الداوي"

التي كانت خير مشرف و موجه لنا طوال مشوارنا في إعداد المذكرة التخرج, التي لم تبخل علينا بالمعلومات القيمة التي تجلت في عملنا المتواضع هذا و الأساتذة الكرام

كذلك نوّجه الشكر الجزيل للأستاذة طرابلسي و الأستاذة سويقات و الأستاذ الزاوي محمد الطيب كما لاننسى اساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال لما قدّموه لنا طيلة مشوارنا الدراسي

ملخص الدراسة:

يتمحور موضوع الدراسة حول " المقاولاتية النسوية عبر صفحات الفايسبوك" متمثلة في عينة من نساء المقاولات بمدينة ورقلة

وكان الهدف من الدراسة هو التعرف على واقع المرأة المقاولة و مدى مساهمة صفحات الفايسبوك في تدعيم العمل المقاولاتي

واعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي والعينة القصدية في اختيارنا لعينة من مجتمع البحث المتاح على صفحات الفايسبوك.

و قد اعتمدنا على اداة المقابلة و ذلك بطرح عدد من أسئلة على النساء المقاولات بمدينة ورقلة كما اعتمدنا على أداة تحليل المحتوى لصفحاتهن , حيث تم تصميم الاستمارة للتعرف على كيفية تقدم النساء المقاولات خدمات ومتوجاتها عبر صفحتها في الفايسبوك. كذا معرفة المضامين التي تحتويها هذه الصفحات

وقد توصلنا في دراستنا إلى بعض النتائج:

- 1- فيما يخص أشكال المقاولاتية النسوية عبر صفحات الفايسبوك فكانت معظمها نشاطات يدوية من إبداعاتهن كالخياطة و صناعة الحلويات والأفرشة التقليدية
- 2- إما دوافع استخدامهن لهذه الصفحة فكانت للترويج عن منتوجاتهم قصد الإشهار الواسع و الوصول إلى اسعد نقطة للتعريف بالمنتوج
- 3- كما ان حتمية ظهور استعمالات التكنولوجية المواكبة للعصرنة فرضت نفسها على النساء المقاولات من جهة , وعلى الجمهور المتفاعل من جهة أخرى

إبراز نتائج ظاهرة المقاولاتية النسوية وهو الهدف الرئيسي والجوهري الذي شهد بلوة من خلال استخدامات التكنولوجية خاصة مع مواقع التواصل الإجتماعي اعطى مجرى ايجابي للمرأة و ذلك في تسيير نشاطها و لأبعد حدود.

الكلمات المفتاحية: المراة المقاولة ، الوسائط الجديدة، صفحة الفايسيوك

Résumé de l'étude:

Le sujet de l'étude est "L'entrepreneuriat féminin à travers des pages Facebook", représenté par un échantillon de femmes entrepreneurs de la ville de Ouargla Le but de l'étude était d'identifier la réalité des femmes entrepreneurs et de déterminer dans quelle mesure les pages de Facebook contribuent au renforcement du travail d'entreprise. Dans notre étude, nous nous sommes basés sur l'approche descriptive analytique et l'échantillon intentionnel pour choisir un échantillon de la communauté de recherche disponible sur les pages Facebook. Nous nous sommes également appuyés sur l'outil d'analyse de contenu, dans lequel le formulaire a été conçu pour apprendre comment les femmes entrepreneurs peuvent fournir des services et faire des références croisées entre leurs pages sur Facebook. Ainsi que le contenu de ces pages Dans notre étude, nous avons trouvé des résultats: - En ce qui concerne les formes d'entreprenariat féminin à travers les pages de Facebook, il s'agissait pour la plupart d'activités manuelles de leurs créations telles que la couture, la confection de confiseries et les matelas traditionnels

- 2 soit le motif de l'utilisation de cette page était de promouvoir leurs produits dans le but de faire de la publicité et d'accéder au point le plus heureux pour présenter le produit.
- 3 L'inévitabilité de l'émergence d'utilisations technologiques dans le respect de la modernité s'est imposée aux femmes entrepreneurs, d'une part, et au public interactif, d'autre part

Mettre en lumière les résultats du phénomène de l'entreprenariat féminin, objectif principal et le noyau qui a permis à Balwa de constater que l'utilisation de la technologie, en particulier avec les sites de réseautage social, a permis aux femmes d'être plus efficaces dans la conduite de ses activités.

Mots-clés: femmes entrepreneurs, nouveaux médias, page Facebook

خطة الدراسة:

	إهداء
	شکر و تقدیر
	ملخص الدراسة:
	خطة الدراسة:
	قائمة الجداول:
Í	مقدمة:
Erreur ! Signet non défini	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
Erreur ! Signet non défini	أولا: إشكالية الدراسةو تساؤلاتها:
17	ثانيا-أسباب اختيار الموضوع:
Erreur ! Signet non défini	ثالثاً –أهداف الدراسة :
Erreur ! Signet non défini	رابعا. أهمية الدراسة:
Erreur ! Signet non défini	خامسا. تحديد مفاهيم الدراسة:
Erreur ! Signet non défini	سادسا – مجتمع البحث وعينة الدراسة:
Erreur ! Signet non défini	سابعا. منهج الدراسة وأدواته:
Erreur ! Signet non défini	ثامنا مجالات الدراسة:
Erreur ! Signet non défini	تاسعا- المقاربة النظرية للدراسة:
Erreur ! Signet non défini	عاشرا– الدراسات السابقة:
Erreur ! Signet non défini	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي
Erreur ! Signet non défini	أولاً عرض و تحليل المقابلة
54	ثانيا: تحليل و تفسير الحلات

ثالثا: التحليل الكمي و الكيفي لفئات الشكل و المضمون.Erreur! Signet non défini
رابعا: النتائج العامة للدراسة:
الخاتمة: Signet non défini
قائمة المصادر والمراجع: Erreur ! Signet non défini
الملاحق: ! Signet non défini

قائمة الجداول:

56	جدول رقم 1: يوضح اسم الصفحة
58	جدول رقم 2 : يوضح شعار الصفحة
59	جدول رقم 3: يوضح الصورة المستخدمة
60	جدول رقم4: يوضح اللغة المستخدمة
62	جدول رقم 5 ؛يوضح فئة زوايا التصوير
63	جدول رقم 6: يوضح فئة شكل المقاولة
64	جدول رقم 7: يوضح فئة مواضيع المنشورات
65	جدول رقم8 : يوضح فئة شكل المنشور
66	جدول رقم 9: يوضح الجمهور المستهدف
67	جدول رقم 10: يوضح فئة الاستعمالات الاقناعية المستخدمة
68	جدول 11 : يوضح فئة الهدف
69	جدول رقم 12: يوضح نوع التفاعلية
70	جدول رقم 13: يوضح فئة الروابط التشعبية
71	جدول رقم 14: يوضح عدد الصفحات و عدد الايام محل الدراسة

مقدمــة

مقدمة

طرأت عدة تغيرات على مفهوم التنمية في المجتمعات شتى , من المفهوم القائم على المؤسسات و الشركات إلى مفهوم آخريعتمد على الإبداع و الإبتكار الذي يقوم به الأفراد داخل مجتماعاتهم , سواء كان ذلك فرادى أم جماعات وهو مايطلق عليه بمفهوم المقاولاتية .

ومنه يظهر دور المقاول في مجتمعه نظرا لقدرته على بلورة أفكار جديدة و تحويلها لمؤسسات قادرة على النمو و الإزدهار و المساهمة التنمية الإقتصادية و الإجتماعية .

كون أن مفهوم المقاولاتية واسع النطاق لم يغفل دور المرأة , حيث فرضت نفسها كعنصر فعال في هذا الميدان .فأصبحت تنافس الرجل في تخصصات شتّى كانت في وقت قريب حكرا عليه فقط . ومنه كان لها الحظ في إنشاء مشاريع خاصة بها وكذا تسييرها .

ومع حضورها في سوق العمل تغيّر دور و وضعية المرأة عبر الزمن, وكان ذلك من الاقتصار على تربية الأولاد والقيام بالنشاط المنزلي إلى الى مزاولة النشاط الإقتصادي المقاولاتي الذي أعطاها شكلا من الإستقلالية ؟

في العصر الحديث مع زيادة التطور التكنولوجي انتشرت وسائل الإتصال الحديثة وكذا العولمة في العصر الحديث مع زيادة التطور التكنولوجي مستوى جميع الأصعدة ومنه ساهمت في بلورة العمل المقاولاتي لدى المرأة , كونها صارت تعتمد في تسيير إبداعها عن طريق وسائط إتصالية

حديثة تسهل عملية البيع و الشراء وكذا نشر العمل المقاولاتي تماشيا مع قطار النمو الذي يعرفه مجال العمل.

وبما أننا نعيش في عصر يعرف بعصرالمرأة ,وفي ظل هذه التطورات التكنولوجية المتسارعة والتي من إفرازاتها مواقع التواصل الإجتماعي كالإنستغرام , اليوتيوب ,الفايسبوك أكسبتها فرصة ثمينة لمزاولة نشاطها المقاولاتي والمتمثل في تحريك أناملها داخل منزلها كصناعة الحلويات ،الأفرشة ،صنع مناديل المناسبات دون الإحتياج للمؤسسات الداعمة للشغل قصد إثبات جدارتها وتفعيل مكانتها في المجتع .

وعليه فإن إستخدام المرأة للوسائط الجديدة مثل الفيسبوك كمتغير أساسي لتفعيل المقاولاتية . و سنحاول في دراستنا هذه معرفة واقع المقاولاتية النسوية عبر الوسائط الجديدة و كيف تمكنت المرأة من ممارسة أنشطتها بإستخدام الفيسبوك . فالهدف المنشود من هذه الدراسة هو معرفة آفاق المقاولاتية عبر هذه الوسائط وكذا البحث عن الإرتباط المتواجد بين المرأة وروح المقاولاتية لديها . و للإحاطة بهذا الموضوع قمنا برسم خطة عملنا إلى فصول تحتوي على مجموعة مباحث وهي كالتالى :

الفصل الأول: 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 والمقاربة النظرية .

الفصل الثاني: يحتوي على الإطار التطبيقي و فيه جوانب تخص التحليل الكيفي لأداة المقابلة وجوانب تخص تحليل فئات الشكل و المضمون.

وأخيرا النتائج العامة وخاتمة الدراسة و قائمة المراجع و فهارس المحتويات و الملاحق .

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولا: الإشكالية و تساؤلاتها

ثالثًا: أهداف الدراسة:

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع:

رابعا: أهمية الدراسة:

خامسا: تحديد مفاهيم الدراسة:

سادسا: مجتمع البحث

سابعا: تعريف المنهج

ثامنا: مجالات الدراسة

تاسعا: المقاربة النظرية:

عاشرا: المقاربة النظرية

احدى عشر: الدراسات السابقة:

أولا: الإشكالية و تساؤلاتها

يشغل اليوم موضوع المقاولاتية وإنشاء المشاريع الجديدة حيزا كبيرا من اهتمامات الحكومات والدول خاصة منها الجزائر، نظرا للدور الذي تلعبه في مختلف برامج التنمية. وتعد ظاهرة المقاولاتية أكثر المواضيع التي تثير جدلا واسعا لدى المنظرين، ويعود سبب ذلك إلى تعدد التخصصات والحقول المعرفية التي تناولت الجوانب المفسرة لها. كلها تهدف إلى تحقيق النمو والتناسق الاجتماعي من خلال تحسين قدرة المشاريع على الابتكار والرفع من كفاءة استراتيجيات العمل المقاولاتي تحقيقا للتتمية الاقتصادية. | ولما كان حال المقاولاتية حكرا على الرجل دون غيره في المجتمع ، بعد دخول المرأة إلى عالم الأعمال كخطوة جريئة وهامة جدا كونها أصبحت أحد مصادر النمو ، فقد فرضت المرأة نفسها كعنصر فاعل في المجتمع في شتى المجالات، حيث عرفت السنوات الأخيرة الحضور المكثف للمرأة في سوق العمل، لكن المرأة المقاولة هنا لا تتحصر فقط على من قامت بإنشاء المؤسسة و تسييرها ، حيث تتحمل جميع المخاطر والمسؤوليات المالية والإدارية، بل وحتى من تستخدم أناملها و إبداعها و تحويل المواد الخام إلى سلع و طلبيات كصناعة الصوف، صناعة الحلوي بغرض كسب ربح مادي ،فمسألة المقاولاتية النسوية يعد موضوعا يثير الكثير من الجدل في مجتمعنا سواء تعلق الأمر بالإنشاء ، أو التطوير. ولا شك أن المرأة تواجه الكثير من المعوقات أثناء ذلك.

نظرا لما يشهده العالم من تطورات كبيرة ، فما من يوم يمر إلا ويشهد اختراعات وتطورات على جميع الأصعدة وفي شتى المجالات ، سواء كانت علمية و عملية تكنولوجية ... الخ بيدو أن التطور التكنولوجي وانتشار العولمة أدى إلى انفتاح المرأة وولوجها تدريجيا في عالم الأعمال مثلها مثل الرجل إذ كانت تنشط في مشاريع أقل ما يقال عنها مشاريع منزلية ، و أصبحت تمثل نسبة تتعدى 7 بالمائة ، حيث أثبتت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الحديثة و على رأسها شبكة الانترنيت فعاليتها في تحرير المرأة و إدماجها في مجال الأعمال و كذا تطوير و توجيه عمل المرأة ومساعدتها في فتح آفاق جديدة نحو عالم الاقتصاد و الإبداع و الابتكار ، من خلال التعرف على التطورات الراهنة على مستوى الأسواق والمنتجات و كذا النتافسية 1.

ومن هنا تبلورت مشكلة دراستنا حول الوقوف على تجربة المرأة المقاولة في استخدام الوسائط الجديدة كالفيسبوك و عليه تم تحديد الاشكالية:

ما هو واقع المقاولاتية النسوية عبر الوسائط الجديدة خاصة عبر صفحات الفايسبوك و لتوضيح هذه الاشكالية و التعمق في دراستها نقوم بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

ماهى أشكال المقاولاتية النسوية عبر صفحات الفايسبوك في الجزائر؟

ماهي دوافع استخدام الفايسبوك في قطاع المقاولاتية النسوية في الجزائر؟

¹⁰⁰ ص 2010-2008 ، التوجه المقاولاتي للمرأة الجزائرية ، مجلة الباحث ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2010-2008 ص

ماهي عادات وأنماط استخدام الفايسبوك في قطاع المقاولاتية النسوية ؟

كيف انعكس استخدام صفحات الفايسبوك على النشاط المقاولاتي النسوي؟

ما هو مضمون صفحات الفايسبوك الخاصة بالنساء المقاولات ؟

كيف قدّمت خدمات و منتوجات النساء المقاولات على صفحات الفايسبوك؟

ماهي أهم الصعوبات التي تواجهها المقاولاتية النسوية عبر صفحات الفايسبوك في الجزائر؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع:

الذاتية:

الميل الشديد إلى البحث في المواضيع الآتية

صلة الموضوع بتخصص اتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

رغبتنا في دراسة هذه الظاهرة باستخدام اداة تحليل المحتوى لأن معظم الدراسات في هذا الموضوع درست في اطار تخصص علم الاجتماع والاقتصاد و اعتمدفي ذلك على اداة المقابلة

الموضوعية:

قابلية الموضوع للدراسة و البحث فيه منهجيا و معرفيا

قلة الدراسات التي تكلمت عن هذا الجانب

معرفة الدور المقاولاتي النسوي و تحدياته في تحسينه في ظل بروز الوسائط الجديدة

الرغبة من الإستفادة من هذا الموضوع بمدى تطبيق و تجسيد الفعل المقاولاتي لفئة النساء عن طريق استخداماتهن لتقنيات الجديدة

ثالثا: أهداف الدراسة:

من خلال هذا الموضوع نسعى التحقيق جملة من الأهداف أهمها ما يأتى:

التطرق إلى مختلف الوسائط التي تساهم في تدعيم العمل المقاولاتي لدى النسوة الجزائريات

أيضا التعرف على افاق 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 المقاولة و تدعيم لمشروعها المقاولاتي عبر صفحات الفايسبوك

رابعا: أهمية الدراسة:

تسلط هذه الدراسة الضوء على واقع النسوة المقاولات عبر الوسائط الجديدة و كذلك تكمن في كونها تركز على متغيرين أساسيين هما: واقع المقاولاتية لدى النسوة الجزائريات و الوسائط 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 وأفاق المقاولاتية النسوية في صفحات الفايس 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 المقاولة في إنشاء مشاريعها و كذا

تسييرها عبر الصفحات الفايس بوك

خامسا: تحديد مفاهيم الدراسة:

تعريف المقاولة لغة

هي صبيغة مبالغة على وزن مفاعلة تقتضي مشاركة من أطراف متعددة و أصل اشتقاقها لفعل قال, يقول , قولا و مقالا , و قاوله في أمره و تقاولا أي أوضا

فالمقاولة معناها المفاوضة و المجادلة 1

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

التعريف الاصطلاحي (المقاولة)

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

التعريف القانوني (المقاولة)

اعتبر المشرع الجزائري عقد المقاولة من العقود الواردة على العمل و نظمه بنصوص المواد من 1395 إلى 570 من القانون المدني الصادر بالأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان 1395

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

⁰² –العربي دخموش : محاضرات في اقتصاد المؤسسة , مطابع منتوري , قسنطينة , 2005 – 2

^{3 -} فريدة شلوف : المرأة المقاولة في الجزائر, دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع تتمية لموارد التتمية البشرية , جامعة منتوري , قسنطينة , ص2009

الموافق ل 26 سبتمبر 1975 المعدل و المتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 مايو 1

و قد عرف المشرع الجزائري المقاولة بنص المادة 549 من القانون المذكور على أنها (المقاولة 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 المقاولة المرأة المقاولة المرأة المقاولة (المقاولة المقاولة المؤلفة ا

جمع نساء من غير لفظها2

تعريف المرأة المقاولة:

لايوجد تعريف خاص بالمرأة المقاولة يختلف عن الرجل, لكن يمكننا تعريفها بأنها:

هي كل امرأة سواءا كانت لوحدها أو برفقة شريك أو أكثر , أسست أو اشترت أو تحصلت على مؤسسة عن طريق الإرث فتصبح مسؤولة عليها ماليا , إداريا و اجتماعيا كما تساهم في تسييرها التجاري

-

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

[,] ابراهیم قیلالی : قاموس عربی عربی , دار الهدی , عین ملیلة , الجزائر , الجزائر , الجزائر .

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

التعريف الاجرائي (المراة المقاولة)

هي نصف المجتمع الإنساني و عنصر مشترك بين العائلة و العمل بشقيه سواءا من الناحية العائلية أو الإنتاجية, فمنذ دخول المرأة في سوق العمل أعاد النظر في وضعيتها و مختلف الأدوار التي أصبحت تمارسها وكذا القدرة على اتخاذ القرار و قيادة المشاريع و ادارتها

الوسائط الجديدة:

هي توليفة (مجموعة عناصر أو نسق) متفاعلة او مزيج متكامل من النصوص و الصور و الرسوم الثابتة و المتحركة ولقطات الفيديو ضمن برامج متنوعة بيمكن للمستفيد المساهمة في تشكيلها والمشاركة في توظيفها .

هي حزمة من الوسائط الإعلامية الرقمية التي تشمل النص .الصورة بأنواعها والصوت و الرسوم يتم إنتاجها وعرضها وتقديمها في موقع واحد او مواقع متعددة, تتعامل وتتفاعل وظيفيا في إطار نظام مؤسس يتبح للمتلقى الوصول

موقع الفايسبوك

لغة: أصل الكلمة من اللغة الإنجليزية Facebook وهي تنقسم إلى شطرين فالشق الأول كلمة (Book), وتعنى وجه أما الشق الثاني كلمة (Book) وتعنى 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 الجامعية.

اصطلاحا:

هو احد المواقع المشكلة لشبكات التواصل الاجتماعي، يتيح للأفراد التواصل فيما بينهم ومشاركة وتبادل الأفكار والمعلومات فينشأ نوع من التفاعل خاصة فيما يتعلق بالمواضيع ذات الاهتمام المشترك، مشكلين بذلك جماعات تحمل نفس الأفكار تكون موازية للجماعات الواقعية .2

تعريف الإجرائي للفايسبوك:

هو الفضاء الذي يلتقي فيه الأفراد و جماعات , قصد تشارك أفكار و خدمات و معلومات معينة , وفق ما يشبع حاجياتهم و تحقق اهدافهم

أمال عساسي، إثنوغرافيا مستخدمي 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 بانتة 01 . 2015 ، ص 31 ،

 $^{^{2}}$ امال عساسي مرجع سايق ص 2

سادسا: مجتمع البحث و عينة الدراسة

جميع الافراد والاشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث اي ان مجتمع البحث هو المجموعة الكلية من عناصر التي تعمل عليها نتائج البحث وعلى الباحث تحديدا مجتمع الدراسة لتحديد المصادر التي يتم من خلالها جمع البيانات.

واعتمدنا كمجتمع بحث على مجموعة من المقاولات النساء تتراوح اعمارهن مابين 19 و 35 فما فوقها واللواتي يتمتعن بممارسة نشاطهن عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا عبر صفحات الفايس بوك 'حيث أردنا من خلال هذه الوصول إلى تعميم نتائج التي توصلنا إليها على المجتمع الأصلى

العينة

مفهوم العينة / هي مجموعة ناس التي تم اختيارهم لتكون ضمن الدراسة , وهي تفيد في تمثيل اكبر قدر ممكن من مجتمع الدراسة ، فكما نعلم ان جمع البيانات قد يتطلب منا ان ننزل للميدان ونجمع من جميع مفرادات المجتمع الذي نود ان نعمل عليه الدراسة يعني من اهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية مرحلة تعيين العينة وهي عبارة عن مجموعة افراد مختارة بين قاعدة اوسع تسمى مجتمع البحث. 1

¹ منال مزاهرة (مناهج البحث العلمي) 'دار المسيرة لنشر والتوزيع والطباعة 'عمان ' 2014 الصفحة 116.

العينة القصدية:

تستخدم هذه الطريقة في حالة معرفة الباحث معالم الإحصائية للمجتمع, لأن العينة القصدية تتكون من 4 مفردات تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا جيدا, و هنا يقوم الباحث باختيار مناطق معينة تتميز بتمثيلها لخصائص المجتمع و مزاياه, و ذلك يعطيه النتائج أقرب ما تكون ألى النتائج التي قد يوصل إليها عند مسح المجتمع بأكمله²

حيث تم اختيار العينة على غرض الدراسة , ولم يكن محض الصدفة و ذلك لتوفر الخصائص على مفردات الدراسة سواءا من ناحية النساء المقاولات أم صفحاتهن عبر الفايسبوك

سابعا: تعريف المنهج

نظرا لتعدد وتشعب مواضيع علوم الاعلام والاتصال فان له مناهج كتيرة ومتعددة يستعملها الباحث قصد تحقيق بحثه بصورة دقيقة

اذ ان كل منهج منها يتلائم مع مشكلات البحث المراد دراستها وعليه فإن إشكالية بحثنا تتطلب منا تبنى منهج وصفى تحليلى الذي يعرف على انه

2 كامل محمد المغربي:أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية, دار الثقافة, ط4, عمان, 2011, ص147

¹ فضيل دليو (اسس المنهجية في العلوم الاجتماعية) 'منشورات جامعة فسنطينة '1999' الصفحة 188.

أكثر المناهج استخداماً في العلوم الاجتماعية,كما له من أهمية كبيرة في مسايرة مختلف التغيّرات و التطوّرات و التقلّات الزمانية و المكانية ' ولذالك فقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعني الطريقة المنظمة لدراسة الحقائق الراهنة ' والمتعلقة بظاهرة او موقف او افراد او احداث او اوضاع معينة بهدف اكتشاف حقيقة جديدة او لتاكد من صحة الحقائق القديمة واثارها والعلاقات المنبثقة عنه وتفسيرها والكشف عن الجوانب التي تتحكم فيها . 1

وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بهدف جمع البيانات والحقائق التي تتعلق بطبيعة الموضوع المقاولاتية السنوية عبر الوسائط فالمنهج الوصفي التحليلي يهتم بدراسة المظاهر الاجتماعية الطبيعية 'فالدراسات الوصفية دراسة كيفية توضح خصائص الظاهرة والكمية توضح حجمها وتغيراتها ودرجة ارتباطها مع ضواهر اخرى.²

وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي , لان الدراسة الميداني تحاول قدر المستطاع النفاذ الى قلب الواقع النساء المقاولات عبر الوسائط الجديدة 'حتى نتمكن من تقديم صورة شاملة والمعبرة لما يحتويه نشاط المقاولاتية مع الوسائط الجديدة في الواقع الجزائري .

2 خالد حسين مصلح وآخرون '(مناهج البحث العلمي وإساليبه) دار مجدلاوي للنشر 'عمان 'الأردن ' 1999 ص 107

¹ محمد شفيق (البحث العلمي الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية) المكتب الجامعي الحديث الطبعة الأولى القاهرة ، مصر 1985 مصر

أدوات جمع البيانات:

وقد اعتمدنا في دراستنا على أداتين المقابلة و تحليل المحتوى

فالمقابلة تدخل ضمن أدوات البحث العلمي بحيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات و البيانات غير الموثقة في اغلب الأحيان, في اطار انجازه للبحث

و المقابلة لغة : مشتقة من الفعل قابل بمعنى واجه و هي بذلك مواجهة 1 .

كما جاءت في تعريف آخر على أنها أداة يستعين بها الباحث في جمع المعلومات الضرورية لبحثه من مختلف المصادر الحية التي تكون لها علاقة مباشرة بالظاهرة 2

 3 وتعرف المقابلة على أنها تقنية مباشرة تستعمل بغرض مساءلة الأفراد بكيفية منعزلة

وقد تم تحضير دليل المقابلة وعرضه على تحكيم من قبل بعض الأساتذة

 2 - يوسف تمار: مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الاعلامية . الاتصالية , ديوان المطبوعات الجامعية , ص

الفيروز أبدي: القاموس المحيط, الجزء الرابع, دار القلم للملايين, بيروت, ص 1

³ موريس أنجرس:منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية, ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون, ط1, دار القصبة للنشر, الجزائر, 2004, ص 199.

الرتبة	اسم الأستاذ
استاذة محاضرة (ب)	استاذة مسعودة بايوسف
استاذة محاضرة (ب)	استاذة لبنى سويقات
استاذ مساعد (أ)	استاذ الزاوي محمد الطيب

حيث تضمنت استمارة المقابلة اربعة محاور فالمحور الاول تحت عنوان ما هي دوافع استخدام الفايسبوك في ممارسة النشاط المقاولاتي و الذي اندرج تحته عشرة أسئلة

أما المحور الثاني :عادات و أنماط استخدام الفيسبوك في النشاط المقاولاتي و تضمن خمسة اسئلة

و المحور الثالث :الاشباعات المحققة من استخدام الفايسبوك في العمل المقاولاتي , و تضمن عشرة أسئلة

أما المحور الرابع جاء بعنوان: أهم الصعوبات التي تواجه المراة المقاولة في أداء عملها عبر صفحتها و تضمنت ستة أسئلة

تحليل المضمون

هو احد اساليب البحث العلمي التي تهدف الى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهرة للمادة من مواد الاتصال.

إن أداة تحليل المضمون هي وسيلة بحث غير مباشرة تستخدم في معالجة النصوص المكتوبة والأشرطة الصوتية والأفلام المصورة بغض النظر عن الزمن الذي تنتمي إليه

وهي ذات استخدام واسع من طرف الباحثين في العلوم التي تدرس نشاط الإنسان وحركة المجتمع وسلوك الأفراد لا سيما تلك العلوم التي لها صلة بوسائل الإعلام والاتصال. 1

فئات تحليل المضمون: جاءت فئات تحليل المحتوى لتسهيل التحليل وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، فهي تهدف إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة ومنه تجنب باقي الأفكار التي لا تخدم تلك التوجهات، وعلى هذا فإنه لا توجد فئات نمطية صالحة لكل أنواع البحوث، بل يتوقف اختيارها على إشكالية البحث وأهدافه، كما يتوقف على طبيعة المحتوى المراد تحليله وطبيعة الدراسة وكميتها²

وقد اعتمدنا في عملية التحليل على مجموعة من الفئات المرتبطة بشكل ومضمون صفحات النساء المقاولات وهي كالتالي:

¹ احمد مرسلي '(مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال)ديوان المطبوعات الجامعية , ط2، 2005، ص 205 وسف تمار ، مرجع سبق ذكره، ص7.

- فئات الشكل (كيف قيل؟) والتي تهدف الى التعرف على النواحي المتصلة بالشكل الذي قدم به مضامين النساء المقاولات عبر صفحة الفايس بوك
- فئة العناصر التيبوغرافية: هذه الفئة تعني بالصفحات الفيسبوك أو أي أنواع الأخرى وعناصرها المراد بتحليلها

ويندرج ضمنها اسم الصفحة (نوعه, حجمه, الونه) وذلك بتحليل نوع الخط و الحجم الذي كتب به, و اللون

فئة شعار الصفحة (نوعه ,حجمه , لونه)

فئة الصورة المستخدمة: وهي الصورة المستخدمة في الصفحة و تصنف ضمنها:

صورة حقيقية : وهي صورة صاحبة النشاط

صورة طفل: وذلك بوضع صورة طفل

صورة المنتوج: وهي صورة لمنتوج من صنعها

أخرى: و هي ما يكون في شكل صور أخرى

فئة اللغة المستعملة: هي اللغة المستعملة في صفحات النساء المقاولات وتصنف إلى (العربية الفصحى , الأمازيغية , العامية , أجنبية , مزيج لغوي)

العربية الفصحى: وهي التي تستند على القواعد النحوية و الإملائية

الأمازيغية: و هي اللغة المحلية المتعارفة بين قوم معين

العامية: وهي اللغة التي لا ستسند وفق قواعد النحوية

إجنبية : وهي استخدام اللغات و اللهجات الاخرى كالفرنسية و غيرها

مزيج لغوي: وهو خليط بين اللغات السابقة الذكر

فئة زوايا التصوير:

وهي الزوايا التي التقطت منها الصور المستخدمة في الصفحات ومنها:

- زاوية عادية: هي الزاوية التي تأخد بها الصورة في وضعية مقابلة للمنتوج المراد تصويره و نشره.
 - زاوية غطسية: هي الزاوية التي تعلو فيها الصورة على المنتوج المراد تصويره.
 - زاوية ضد غطسية: هي الزاوية التي يعلو فيها المنتوج على الصورة
 - فئات المضمون (ماذا قيل):

فئة شكل المقاولة:وهي أشكال النشاط المقاولاتي عبر صفحات الفايسبوك

خياطة: وهو نشاط تقوم به المرأة من طريق اليد أو الآلة سواء في الألبسة أو الأفرشة وفق فنونها وابداعاتها الخاصة

أشغال يدوية: وهي مختلف الأنشطة اليدوية

صناعة الحلويات :وهي نشاط ابداعي يختص فن صناعة الحلوى التقليدية بمواد أولية غدائية

صناعة الأفرشة: وهي أفرشة تقليدية لتزيين البيوت

أخرى :وهي مختلف الأنشطة الإبداعية اليدوية

فئة المواضيع المنشورة:وهي المواضيع التي تعالجها المنشورات

عقد صفقة: وذلك بعرض صفقة على الجمهور عن منتوج معين

انجاز طلبية :وهي خدمة مقدمة لزبون معين وعرضها

عرض منتوج: وهو تقديم خدمة جديدة قصد اشهار و ترويج لها

فئة شكل المنشور:و هو المحتوى المقدم للمنتوج

صورة: وهي شكل ثابت لمنتوج معين

فيديو: وهو صورة متحركة يقدم من خلاله منتوج أو خدمة معينة

صورة +فيديو: و هو تقديم المحتوى في شكله الثابت والمتحرك معا

نص: وهو تعبير عن طريق الكتابة الحرفية

الجمهور المستهدف: و هو الشريحة المتفاعلة مع المحتوى المقدم في الصفحة

زبائن: وهم شريحة الخاصة التي يتم تقديم المنتوجات لهم و التعامل مع الصفحة

الجمهور العام: وهم الجمهور المتعرض للمنتوج

فئة الاستمالات المستخدمة: وتنقسم الى قسمين:

✓ استمالات عقلية: وهي التي لاتخضع للتأويل وتندرج تحتها تخفيض سعر المنتوج أو الخدمة المقدمة

✓ الاستمالات العاطفية: وهي التي يسعى الشخص من خلالها إلى جذب الأشخاص ويندرج ضمنها تعابير المهذبة و اللبقة في استعراض المنتوج

فئة الهدف:

ترويجي: وهي الترويج للمنتوج و الخدمة المقدمة

اعلامي : قصد الاشهار على النطاق الواسع

فئة نوع التفاعلية:

تعليق: وهو التفاعل المكتوب في خاتة التعليقات

مشاركة : وهو مشاركة المنشور عبر اساليب مختلفة

اعجاب: وهو مدى قبول المنتوج

عدم اعجاب: وهو رفض المنتوج وعدم الاقتناع به

رموز : و هي مختلف التعابير الكترونية

فئة نوع المنتوج:

ألبسة : وهي مختلف الهندام (تتورة , حجاب....)

أفرشة: و هو أفرشة التقليدية

حرف اليدوية :و هي الحرف التي تصنع باليد

حلوى تقليدية: حلويات المصنوعة بالمواد الأولية الغذائية

أخرى: وهي مختلف الأنشطة المتبقية

فئة عدد المنشورات: وهي عدد المنشورات الموجودة في الصفحات أثناء فترة التحليل

فئة الروابط التشعبية:

موجودة: وهي ان للصفحة مشاركات أخرى من اجل رفع مستوى نشاط

غير موجودة: ليس لها مشاركات

الصدق و الثبات

مر بناء استمارة تحليل المحتوى بعدة مراحل نخص بالذكر منها، أولا اعداد استمارة أولية بناء على الاطلاع على المادة التي سيتم تحليلها وكذلك من خلال الاستفادة من الاطلاع على الدراسات السابقة، ثم بعدها تم عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف وعلى مجموعة من الأساتذة المحكمين (وهذا يدخل ضمن قياس الصدق)، ثم بعد الأخذ بالملاحظات والتوجيهات تم قياس الثبات من طرف مرمزين (الباحث، طلبة ماستر علوم الإعلام والاتصال).

إن مجرد حصر الظاهرة ورصد معدلات تكرارها قد لا يكفي لإحصاء مصداقية النتائج التي يمكن الوصول إليها، إذا لم يخضعها الباحث إلى مقياس الصدق والثبات¹.

ويقصد بها صلاحية استمارة تحليل المحتوى ودليلها لدراسة المضمون المراد تحليله²، ولتحقيق هذا الشرط قمنا باختيار متكرر لعينة الدراسة، كما قمنا بتصميم استمارة تحليل المضمون مع التعريفات الإجرائية للفئات ومؤشراتها.

² محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1993، ص332–333.

 $^{^{1}}$ يوسف تمار ، مرجع سبق ذكره، ص 2

كما تم تقديم الاستمارة مع الدليل لأساتذة متخصصين وذلك من أجل تعديلها

وبعد تحكيم الاستمارة من قبل الأساتذة المحكمين، كما كانت هناك بعض التعديلات على استمارة تحليل المحتوى حسب ما قدمه المحكمون من ملاحظات تمثلت في تعديل بعض الفئات التي تخدم الموضوع.

وكان مجموع عدد الفئات في الاستمارة الواحدة 15 فئة

وبعد التحكيم من طرف الأساتذة قمنا بتصحيح الأخطاء و الملاحظات , و أخيرا قمنا بحساب مستوى الثبات وذلك باللجوء إلى معادلة (هولستي) لحساب معامل الثبات بين المرمزين الأربعة (أ, ب, ج, د)كالتالى:

معامل الثبات
$$= \frac{\left($$
متوسط الاتفاق بين المحكمين $+1$ معامل الثبات $+1$ متوسط الاتفاق بين المحكمين

ن = عدد المحكمين

لاستخراج متوسط الاتفاق بين المحكمين:

بين "أ" و "ب" تم الاتفاق على 7 فئات من أصل 15, وعليه متوسط الاتفاق هو 7/15 = 0.46

0.66 = 15/10 بين "أ" و " ج" تم الاتفاق على 10 من أصل 15 فإن متوسط الاتفاق هو 0.73 = 15/11 بين "أ" و "د" تم الاتفاق على 11 من أصل 15 فإن متوسط الاتفاق هو 0.46 = 15/7 = 0.46 = 15/7 بين "ب" و "ج" تم الاتفاق على 7 من أصل 15 فإن متوسط الاتفاق هو 0.46 = 15/7 = 0.46 = 15/7 بين "ب" و "د" تم الاتفاق على 7 من أصل 15 فإن متوسط الاتفاق هو 0.46 = 15/10 = 0.46 = 15/10 بين "ج" و "د" تم الاتفاق على 10 من أصل 15 فإن متوسط الاتفاق هو 0.46 = 15/10 = 0.66 = 15/10 بين "ج" و "د" تم الاتفاق على 10 من أصل 15 فإن متوسط الاتفاق هو 0.46 = 0.66 = 0.57

و منه:

$$\frac{(0.57)4}{0.57(3)+1} = \frac{2.28}{2.72} = 0.84\%$$

تم حساب معامل الثبات حسب معادلة هولستي , إذ وجدنا معامل الصدق الكلي لأداة البحث بلغ و معامل جيد و مناسب لأغراض البحث و أهدافه , و بهذا يمكننا القول أن جميع فئات هي صادقة , وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات الأداة البحث مما جعلنا على ثقة تامة بصلاحيتها لتحليل نتائجها.

ثامنا: مجالات الدراسة

المجال الزمني فقد استغرق مجال الدراسة حوالي ثمانية أشهر، حيث بدأت الدراسة النظرية في نوفمبر 2018 واستمرت إلى غاية افريل 2019، وقد اغتنمنا هذه الفترة في

تحديد الموضوع وجمع جميع المفاهيم المرتبطة به ومدى أهمية دراسة هذا الموضوع وأيضا علاقته بما هو موجود في أرض الواقع، كذلك جمع كم من المراجع المرتبطة بهذا الموضوع وتصنيفها وترتيبها فمنها ما خصصت للجانب المنهجي، أمّا الدراسة التحليلية لمضمون صفحات النساء المقاولات فقد استغرقت من مارس 2018 إلى افريل 2019.

وتوصلت إلى مرحلة التحليل والتفسير النهائي واستخراج النتائج واستغرق إلى غاية أواخر شهر ماى 2019.

المجال المكانى:

فقد كانت حدود المكانية للدراسة بمدينة ورقلة

تاسعا: المقاربة النظرية:

مدخل الإستخدام و الاشباعات:

الإستخدام:

لغة: من الإستخدام , استخداماً , إتخد الشخص خادماً , منه يخدمه خدمة , فهو خادم , أو خدّام

أمّا الإشباع: هو مأخوذ من الشّبع, تدل على الإمتلاء في الأكل أو غيره

مفهوم النظرية:

و هو تعرّض الجمهور للمواد الإعلامية لإشباع رغبات كاملة معينة , استجابة لدوافع الحاجات الفردية , و تستخدم هذه النظرية لفهم الأسباب أو الدوافع التي تدفع الجمهور لإستخدام وسائل الإعلام , ولا تعدّ الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين للرسائل الاتصالية , فإنما يختار بوعي ما يرغب التعرض إليه , و نوع المضمون الذي يلبي حاجاته النّفسية و الاجتماعية 1

فرضيات النظرية:

1- يختار الجمهور وسائل الإعلام بشكل عمدي مقصود كمبادرة منه , ليشبع حاجته التي يعرفها و يكون واعيًا بها

راجي مصطفى , عثمان محمد غنيم : مناهج البحث وأساليب البحث العلمي , نظرية والتطبيق , دار الصفاء للنشر و التوزيع , عمان , الأردن , , 2000 , 0.00 , 0.00 ,

- 2- يعدّ الجمهور هنا في حالة نشاط , كونه يختار و ينتقى ما يشبع حاجاته
- 3- يدفع الجمهور عن اختيارات تحفّزه لإستخدام الوسائط الجديدة التي غالبًا ما يكون قد مرّ بممارسات و خبرات سابقة عنها و أشبعت حاجاته
- 4- يعد استخدام الوسائط الجديدة اداة هامة و أساسية الإشباع حاجات الجمهور في الحياة اليومية 1

علاقة مدخل الإستخدامات و الاشباعات بموضوع الدراسة:

جمهور الوسائط الجديدة هو جمهور نشط ,يتسم بالاجابية و التفاعلية الموجهة لتحقيق أهداف معينة الخاصة به , بُغية تطور النشاط المقاولاتي من قبل المرأة (من طرف الجنس النسوي) و كذا دوافع استخدامها لهذه الوسائط , و من ثمّ فهو قادر على تحديد إختيار المضمون الذي يلبي حاجاته (مجالات استخدام الوسائط الجديدة في مجال المقاولاتي النسوي)

نظرية النوع الإجتماعي:

تقوم هذه النظرية على ربط النوع الإجتماعي في جميع المجالات, لأن النوع الإجتماعي من وجهة نظر سوسيو اقتصادية, أي المرأة لها الحق في العمل مثلها مثل الرجل, و هذا ما جاءت به هذه النظرية

 $^{^{1}}$ – المرجع نفسه , ص 66

يعرّف النوع الإجتماعي:

تصور للأدوارالعلاقات الإجتماعية والإقتصادية و القيم التي يحددها المجتمع لكلا الجنسين, و النابعة من الثقافة, الدين, التقاليد, المعايير الإجتماعية و الحاجات الإقتصادية

حيث تفسر الفرق بين الرجل و المرأة من حيث الأحوال و الظروف فهذه النظرية تتطلب النظر في مختلف الفرص الممنوحة للنساء , والأدوار الموجهة لهن في المجتمع , و تتمحور حول المكونات الأساسية التي تؤثر على عملية التتمية الإجتماعية , فكل فرد يلعب دورا هاما في التطور الإقتصادي و الإجتماعي ففي عام 1970 كان الإهتمام منصبا على رفاهية المرأة (FED) التي هدفت إلى تحقيق حسن المعيشة للمرأة

و في سنة 1975 تم الإهتمام بسياقات وأدوار اخرى للمرأة , و الذي كان في مؤتمر ميكسيكو الذي عقد أين تم اعتبار المرأة كممثلة للإقتصاد و المجتمع , و أخذ دورها الإنتاجي بعين الإعتبار فهذه النظرية تسمى (IFD)²

التي تهدف إلى ادماج المرأة في العملية الإنتاجية عن طريق ادماجها في مشاريع التنمية, وانشاء مشاريع خاصة بهن قصد تحسين ظروف معيشتهن و تأتى المقاولاتية النسوية لتمنح المرأة دوراً

.

¹ FED: femme et développement

² IFD: intégration des femmes dans le développement

هاما في التنمية و المجتمع من خلال انشاء مؤسسات و مشاريع تنموية عبر الوسائط, وهذا ما ساهم في نشر مشاريعها على نطاق واسع, و جعل من دورها انتاجي تطوّري على غرار سابقه الذي كان منحصراً فقط في الدور البيولوجي (الإنجابي) و الإجتماعي فقط.

عشرا: الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد الطلبة هدى قوادري، إيمان بودرور، مروى عريبي، تحت عنوان: مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات الحديثة في تفعيل المقاولاتية النسوية (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 8 ماي 1945، ,خلال الموسم الجامعي 2016/2015.

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

- 3- كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات في نشر وتشجيع ثقافة المقاولاتية لدى المرأة الجزائرية؟
 - 4- ماهي الآفاق التي تفتحها استخدامات التطبيقات الحديثة للمرأة المقاولة؟
 - 5- ماهي الصعوبات والعراقيل التي تواجهها المرأة أثناء ممارستها 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:

- إهتمام النساء المقاولات بالتطوير والتجديد والمبادرة للإبتكار من خلال الإهتمام بتفعيل النشاط المقاولاتي. النسوي عبر أحدث التكنولوجيات.
- استخدام التكنولوجيات الحديثة عرف المرأة المقاولة، على كيفية تحقيق الميزة التنافسية، وتشجيعها على

الإنتشار وترقية النسيج المؤسساتي لتطوير النشاط المقاولاتي النسائي.

- استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال الحديثة تساهم في توجيه المرأة المقاولة إلى التفكير الجدي نحو القرار الصائب الخاص بإطلاق المشاريع المقاولاتية الخاصة بها.

- تساهم تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات الحديثة في تنمية الروح المقاولاتية لدى المرأة المقاولة من خلال البحث و الإستطلاع بشكل دائم على أفكار خلاقة تتميز بالجدة والحداثة وذلك لمواكبة تطورات العصر.

- استخدام التكنولوجيات الحديثة ساهم في إثراء الرصيد المعرفي للمرأة المقاولة على أساس تمكين المرأة من البحث و الإستطلاع على دراسات ذات صلة بمجال المقاولاتية من خلال متابعة مستجدات العمل بطريقة سهلة وفعالة.

أوجه التداخل و الإستفادة:

من خلال هذه الدراسة نجد أنها تهتم ترقية النشاط المقاولاتي النسوي المؤسساتي أحدث الوسائل، في حين أن دراستنا تهتم بواقع المقاولاتية النسوية في الوسائط الجديدة (الفيسبوك) و كيف تقدم النسوة خدماتها و نشاطها المقاولاتي، و فيما يخص أوجه التشابه فتكمن في دراسة المقاولاتية النسوية عبر الوسائط الجديدة.

إن هذه الدراسة من بين الدراسات التي إعتمد عليها الباحثتان حيث صبت الدراسة السابقة في جوهر موضوعنا، و كذلك من ناحية الإفادة من المنهج و أدوات جع البيانات و العينة، و كذا المقترب النظري.

الدراسة الثانية:

دراسة من إعداد الطالبتان بن عود أمال، بوتمامي عقيلة، تحت عنوان: الخصائص المهينية و الإجتماعية للمرأة المقاولة (دراسة ميدانية لعشر حالات من النساء المقاولات بولاية البويرة)، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علم الإجتماع، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علوم الإجتماع، جامعة آكلي محند، خلال الموسم الجامعي 2015/2014.

تمحورت إشكالية الدراسة حول طرح التساؤل التالي:

هل تمتلك المرأة المقاولة بولاية البويرة المؤهلات العلمية و المهنية التي تساعدها على إنشاء و تنظيم المقاولة؟.

و هل تعتمد المرأة المقاولة على الرأسمال الإجتماعي في إنشاء و تنظيم المقاولة؟.

واعتمدت على الفرضيات التالية:

- تمتلك المرأة المقاولة المؤهلات العلمية و المهنية التي تساعدها على إنشاء و تنظيم مؤسساتها المصغرة.
 - تعتمد المرأة المقاولة على رأسمالها الإجتماعي في إنشاء و تنظيم المؤسسة.

و قد 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 المقاولة تعتمد على دخولها لمجال المقاولة على مجموعة من الموارد التي تساعدها 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 المقاولة في مؤسسات المجتمع المدني و في الخدمات التي تقدمها لها هذه المنظمات.
- متغير شخصية المرأة يلعب دورا رئيسيا في عمليتي الإنشاء و التنظيم ، و كالشجاعة و حب المهنة أيضا الثقة بالنفس، فبتوفر كل هذه الرؤوس الأموال تمكنت المرأة المقاولة من تحقيق مكانة إجتماعية

أوجه التداخل و الإستفادة:

من خلال هذه الدراسة نجد أنها تهتم بالمرأة المقاولة على أرض الواقع، في حين أن دراستنا تهتم بالمرأة المقاولة عبر الوسائط الجديدة ، وفيما يخص أوجه التشابه فتكمن في دراسة موضوع المقاولاتية النسوية.

كانت الدراسة مفيدة لفريق البحث من حيث المنهج، حيث اتبعنا في بحثنا المنهج ذاته، بالإضافة إلى الاستفادة من تحليل المحتوى كأداة للدراسة.

الإطار التطبيقي

أولا: عرض المقابلة

ثانيا: التحليل الكيفي للمقابلة

ثالثا: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل و المضمون

رابعا: النتائج العامة للدراسة

أولا: عرض المقابلة و تحليلها:

الحالة 1: (ب,خ)

مقاولة مختصة في صناعة المناديل المناسبات بولاية ورقلة , أنشأت صفحتها عبر الفايسبوك منذ 5 سنوات , و كانت مجالات استخدامها لصفحتها للتواصل مع الزبائن , وترويج لصناعة مناديل بكل انواعها قصد الاعلان عن صفحتها , و اسباب استخدامها لصفحة الفايسبوك بغية الاعلان و توسيع ترويج لنشاطها و استقطاب الجمهور و كذا تسهيل عملية البيع و الشراء كما يوجد حسابات أخرى وهي انستغرام و يوتيوب بغية توسيع المهنة , و توفير الطلبيات من شتى المواقع

و دافعها لانشاء صفحتها ترويجي محض, و مدة تحديثه عن اشعار تقوم بتحديثه

وكان تقييمها للصفحة عملية التواصل سهلة جدا , اختصار الجهد و الوقت , وكذا توفير التكاليف المادية و ساعدها القايسبوك و ساعدها على التعرف على المقاولات جدد و متعاملين و زبائن جدد و اكتساب خبرات جديدة و أوقات استخدامها للصفحة يكون بصفة دائمة ولايوجد لديها وقت محدد و معدل اليومي الذي تقضيه من ساعتين فما فوق و اللغة التي تستخدمها مزيج لغوى

ومختلف تعاملاتي تكون مع الزبائن الأصدقاء و مقاولات أخريات , وساهم الفايسبوك من تطوير نشاطى الذي كان منح0صر داخل الاقارب إلى جمهور واسع

وساعد الفايسبوك في اتاحة المجال القمولة و ذلك في خوض المخاطرة الذي كان حكر على الرجل فسمح للمرأة في مزالة نشاطها عبر هذه الصفحة

وتم تجاوز عقبات التسويق و اختصار الزمان و المكان, حيث سمح كذلك للمرأة في ممارسة نشاطها وادارته من منزلها وأضح الجمهور واع بالدور الاقتصادي للمرأة و يظهر ذلك من خلال التفاعل الفعلي بالتعليقات الإيجابية على المنشورات ولايوجد لدي صعوبات تقنية ادير حسابي بنفسي وآفاق النشاط عبر هذه الصفحة الالكترونية يسمح بنشر النشاط دون مراعاة للحدود الزمكانية

الحالة 2: (أ,ق)

مقاولة مختصة في صناعة رسم الحنة, وأنشأت صفحتها منذ سنة و مجالات استخداماتها لهذه الصفحة للترويج عن منتوجها و اسباب استخدامها اثناء العمل

للإعلان و تسهيل عملية البيع والشراء و كسب الزبائن ليس لدها حسابات اخرى

دافع الاستخدام ترويجي, ربحي, وتعمل على تحديث صفحتها لتحميل ميزات الجديدة (الوضع الليلي) و المدة المستغرقة في ذلك 6 أشهر

و قيّمت استخدامها لهذه الصفحة انها لاتحتاج لبدل مجهود وسهولة النشر

ودافعها جدب أكبر عدد من الزبائن, تحقيق الربح, نشر المنتوج, وكذا

المنافسة مع المقاولات أخريات

وساعدها الفايسبوك على نشر عملها دون محدودية و التعرف على مقاولات جدد

لديهم خبرة في مجال النشاط أما أوقات استخداماتها للصفحة لا يوجد لديها وقت محدد, كما ساعدها على التعريف بعادات المنطقة و توسيع النشاط على المستوى المحلي , وسمح الفايسبوك بخلق فرصة متكافئة بينها وبين الرجل , وذلك من خلال تحقيق الدخل عن طريق العمل , كما ساعدها على تجاوز عقبات التسويق المنتوج على عكس سابقها فيما كانت متردية ومعدل اليومي الذي تقضيه في استخدامها لصفحتها من 20 دقيقة فما فوق و تنتظر بدء الجمهور بالتفاعل مع المنشور المعروض , و معظم تعامليها جمهور عام و كذا تسهيل التواصل كما استخدم اللغة العربي و العامية و معرفة الجمهور مكان العمل لاستقطاب أكبر عدد من الجمهور

الحالة (3): (ت, غ)

مقاولة مختصة في صناعة الأفرشة بولاية ورقلة , وأنشات صفحتها عبر الفايسبوك منذ عام ومجالات استخدامها للصفحة لنشر النشاط , وكان السبب في استخدامها التعريف بالنشاط , جدب الجمهور المهتم ويوجد لديها حساب آخر في صفحة انستغرام , و دافعها لانشاء الصفحة قصد توسيع العمل و كسب الربح و ابراز المهارة كما تعمل على تحديث حسابها كل سنة و قيمت الصفحة انها تختصر الوقت و الجهد , و دافعها من ذلك إشهار بالمنتوج و

أصبحت مشهورة و أوقاتها في استخدامها للفايسبوك لايوجد وقت محدد على حسب توفر شبكة الأنترنت, والمعدل يومي الذي تقضيه من ساعتين فما فوق و تستخدم اللغة العربي و العامية و أتاح الفايسبوك كسب جمهور عريض و زبائن كثر و سمحت لي بكسب حرفة و كسب مع أن صفحة ازاحت الكثير من العقبات الا وأن عقبة التوصيل و ساهم الفايسبوك في تحسين صورة المرأة المقاولة حيث سمحت لها بممارسة نشاطها و توسيعه على النطاق الواسع , جمهور المتفاعل بشكل فعلي معها من خلال التفاعل و اعجاب بالمنشورات وبعض الصعوبات المتمثلة في عدم قدرتها على توصيل الطلبيات وأخرى تكون من طرف بعض الجمهورالعابر للصفحة بالتجريح و التلاعب و لايوجد لديها صعوبات تقنية كما تدير حسابها بنفسها

و ترى أن آفاق المقاولاتية مع وجود صفحة الفايسبوك ساهم في تدوير عجلة الاقتصاد و الإنتاج المحلى الذي ينعكس بالإيجاب على الاقتصاد النسوي

الحالة (4): (ف,م)

مقاولة مختصة في صناعة الحلويات , و أنشأت صفحتها منذ عامين , وكانت مجالات استعمال الصفحة عرض و نشر الحلويات بأنواعها و السبب اللجوء إلى هذه الصفحة قصد التعريف بصنعة اليد , كما لايوجد لديها حسابات عبر مواقع

أخرى و دافعها في إنشاء هذه الصفحة قصد ايصال المنتوج إلى الناس و التعريف به, لاتعمل على تحديث حسابها و كان تقييمها للصفحة بالايجاب حيث سمحت لها بطلب منتوجها برسالة مع تحديد الوقت أخده ساعدها في توفير الوقت الجهد و كذا المال

ومعظم أوقات استخدامها للصفحة يكون صباحا, ومعدل اليومي لاستخدامها للصفحة من اربعة ساعات فما أكثر (وأشارت في هذا المعدل ليس لوحدها بل و ابنتها تقوم بادارة نشاط أمها عبر صفحتها)

وتستخدم في منشوراتها اللغة العامية, كما تتعامل مع زوار صفحتها و زبائن من مختلف تراب الوطن

وفر لها الجهد والوقت , وليس لديها حسابات أخرى ,وسمح لها حسابها بتحقيق عائدات ربحية عالية على عكس ماضيها و فتح لها فرصة كثرة طلبيات الذي كان شبه منعدم و أعطاها فرصة بينها و بين الرجل كون انها صاحبة دخل و مشروع تديره من منزلها فبمجرد الخوض في هذا المجال ترى أنها حققت رتبة مساوية في ادارة المشاريع لم يعد هناك فرق بينها وبين الرجل كونها اصبحت , تخوض المخاطر وهي في عقر دارها

وبعد استخدامها للفايسبوك صرحت المبحوثة أنه أزاح عنها عقبات التسويق و ذلك من خلال توصيل طلبيات و ازاح غموض مقر عملها, كما أتاح فرصة التعارف بمقاولات في نفس النشاط و حرف أخرى

ساهم الفايسبوك في تحسين صورتها المقاولة كونها تنشر نشاطها عن طريق الواسع التعامل مع مختلف الجهات مناسبات , محلات حلويات ,و غيرها

دون الخروج إلى ممارسة نشاطات أخرى قد تكون خارج رغبة المجتمع , أو الزوج خصوصا و الخروج المحتمع , أو الزوج خصوصا و الجمهور المتفاعل واع بالاقتصاد النسوي بدليل كثرة الطلبيات , و زبائن

و تواجه صعوبات تقنية, لاتدير حسابها بمفردها ابنتها تقوم بنشر الحلويات و تنتظر التفاعل و ترى أن آفاق المقاولاتية النسوية من خلال استخدامها للصفحة أنه ينمي و يطور النشاط النسوي بغية الاشهار بالمنتوج

ثانيا: تحليل و تفسير الحالات:

تبيّن لنا من خلال هذه الحالات أن معظم المقاولات بولاية ورقلة نشطات عبر صفحات الفايسبوك عازبات و سنهم يتراوح ما بين 25 و 29 سنة و أن لهن الخبرة المهنية في الواقع تقوق 5 سنوات , و أن أغلبهن يقمن بممارسة نشاطهن عن طريق الممارسة الشخصية دون اللجوء إلى تكوين , إلا أن البعض منهن من ارتادت المعاهد و المراكز قصد تعلم جوانب أخرى من نشاطهن , ولكي يسمح لهن بالمشاركة في الصالونات المحلية و الولائية بغية نشر نشاطهن لكسب معارف و كفاءة في المجال الذي تتشطين فيه , و إلى جانب هذا أن امتلاك الصفحة و اشهار لنشاطها جعلها تمتلك رأس مال اجتماعي

و ان استخدام الواسع لهذه الصفحة تحديدا أعطى دفعة ايجابية كبيرة للنساء اللواتي يمتلكن نشاطات يدوية و حرفية معينة في ادارة مشاريع مصغرة و متوسطة , تسمح في المشاركة الاقتصادية و ان مجالات استخدام الفايسبوك قصد التعريف و نشر المنتوج و السبب في استخدامها لجلب الجمهور لان هذه الصفحة تشهد استعمال الواسع من طرف مختلف شرائح المقاولات الأخريات

و هناك من تسعى جادة للترويج عن سلعتها بفتح حسابات أخرى في مواقع أخرى , كما ساعدها الفايسبوك على تحقيق ما لم تكن عليه من قبل إلا و أن هذا النجاح يكون عن طريق النشرو النشاط المكثف عبر صفحة و كذا استعمال اللغة المبسطة التي تفهم من طرف عامة الحمهور

كما خاصية اللازمكنة سمحت للمقاولات بتوفير الوقت والجهد و عدم مراعاة للحدود الجغرافية , واتصال الدائم كون الشبكة تمتلك خاصية اللاتزامنية

و صفحة الفايسبوك ساهمت في تطوير نشاطهن من خلال احتكاك بين حمهور عريض منهن مقاولات في نفس النشاط و زبائن و الجمهور العام , وخلقت هذه الصفحة فرص متكافئة بين المرأة و الرجل في أنها تدير نشاطها و مشروعها و تحديها للصعوبات و المخاطر الالكترونية التي تعد أقل حدة من المخاطر التقليدية الواقعية في السابق

حتى صعوبات التقنية للوسيلة المستخدمة (الصفحة) تكاد تتعدم و هذا دليل فرض نفسه نظرا لسهولة استخدام و استعمال و امكانية لأي شخص التعاطي معه و حتى وان تطبيقات المواقع سمحت للأشخاص و الأفراد باكتسابهم و تبنيهم أفكارلو تكن من قبل كإرتياد المرأة لأعمال و نشاطات مختلفة و الترويج لها فأعطت صفحة الفايسبوك خصائص للنساء دافعية ايجابية تكنولوجية غيرت مسار التفكير السابق خاصة داخل المجتمع الجزائري الذي يعتبر من المجتمعات المحافظة يتحفظ على وضعية المرأة لخروجها للعمل في حين سمحت التطبيقات التكنولوجية خروج المرأة من دورها العائلي و الاجتماعي إلى اقتصادي للمساهمة في البناء الخاص أو الوطني

كما نرى ان حتمية انتشار التطبيقات و الوسائط بغض النظر عن اختلافها , أعطت للمرأة المقاولة خصائص تؤهلها لتوسيع نشاط و كذا التعريف به لأبعد حدود

ثالثا: التحليل الكمى و الكيفى لفئات الشكل و المضمون:

جداول توضح العناصر التيبوغرافية:

جدول رقم 1: يوضح اسم الصفحة:

ر	التكرار	المؤشر
	13	حجم الخط: (كبير):
	3	(صغير):

100 %	16	نوع الخط: (عادي):
100%	16	لون الخط
0 %	0	الاسم الشخصبي
12.5 %	2	الاسم المستعار
12.5 %	2	اسم النشاط
0 %	0	أخرى

قراءة الجدول 1:

يبين لنا الجدول 1 فئة من فئات العناصر التيبوغرافية ألتي تخص اسم الخط ؛ حيث نجد حجم الخط الكبير بلغت نسبته 81.25 % اكثر من نسبة الحجم الصغير الذي بلغت نسبته 18.75 % ، نوع الخط و لونه الذي بلغ قمة الصدارة بنسبة 100 % ، فقد تساوا في عدد المفردات ، ثم يليهما اسم الصفحة ، من اسم شخصي الذي بلغت نسبته 0 % وبعده بأتي الإسم المستعار و اسم النشاط فبلغا نسب متساوية قدرت 25 % ويقابلهما 2 مفردة .

التحليل:

من خلال قر اءتنا للجدول نجد أن نوع الخطو لونه بلغا قمة الصدارة وهذا راجع إلى إهتمام صاحبة المحتوى بجذب زبائنها و إهتمامها بصياغة منشوراتها ف أحسن القوالب التي تثير إعجاب الجمهور و الزبون على حد سواء

جدول رقم 2: يوضح شعار الصفحة:

النسبة (%)	التكرار	المؤشر
%100	16	حجم الخط: (كبير):
% 0	0	(صغیر):
100 %	16	نوع الخط: (عادي):
100 %	16	لون الخط

قراءة الجدول 2:

يعرض هذا الجدول حجم الخط المستخدم في شعار الصفحة و نوعه (عادي) ولونه 16 مفردة على حد سواء حيث تحصلوا على نسبة 100% إلا حجم الخط الصغير الذي كان غائبا بدرجة 0 % .

التحليل:

يتبين لنا ، حجم الخط و لونه و نوعه ذو أهمية كبيرة ، و ذلك قصد إيضاح مدى أهمية المنشور و الزائر المقبل إلى الصفحة .

جدول رقم 3: يوضح الصورة المستخدمة:

النسبة (%)	التكرار	المؤشر
0 %	0	حقيقية
12.5 %	2	صورة طفل
12.5 %	2	صورة المنتوج
0 %	0	أخرى

يوضح الجدول المقابل رقم (3) فئة الصورة المستخدمة في الصفحات موضوع الدراسة ، ومنه يتضح ان الصور السائدة في هذه الصفحات صورة الطفل وصورة عرض المنتوج ، نفس الدرجات من اصل اربع صفحات اي 2 من التكرارات على حد سواء بنسبة 12.5بالمئة ، بينما بلغت الصورة الحقيقية و اخرى 0 تكرار اي ما يعادله نسبة 0 بالمئة .

التحليل:

من خلال قراءة الجدول رقم (3) يبدو جليا ان الصورة المستخدمة في اغلب الصفحات محل الدراسة هما الصورة الخاصة بالمنتوج و صورة طفل على واجهة الصفحة ، وهذا راجع إلى رغبة المراة في التعريف بمنتوجها من خلال نشره على الصفحة ، اما نشر صورة الطفل هو رغبتها في تغيير شكل صورة الصفحة لا أكثر ، و لكن غياب الصفخة الحقيقية في صفحتها يعود الى خصوصية المراة في المجتمع و الواق المعاش الذي يمنع اظهار هوية المراة الحقيقية

جدول رقم4: يوضح اللغة المستخدمة

النسبة (%)	التكرار	المؤشر
12.5 %	2	عربية
0 %	0	أمازيغية
50 %	8	العامية
12.5 "%	2	أجنبية
25 %	4	مزيج لغوي

يتبين من خلال هذا الجدول الخاص بفئة اللغة المستخدمة ؛ تصدرت اللغة العامية الدرجة الأولى بنسبة 50% ، من المفردات 8 المتكررة في المنشورات 16 المدروسة ، بينما يليها المزيج اللغوي ب 4 مفردات بنسبة 25% ، وثم تليهما اللغة العربية و الاجنبية بنسبتان متساويتان هما : 2% . و لكن كان نصيب اللغة الأمازيغية 0 من المفردات ، بنسبة 0 %.

التحليل:

تحصلت اللهجة العامبة على المرتبة الاولى و هذا راجع إلى انها تعد الأنسب افهم المحتوى الذي تطرحه النسوة المقاولات القائمات بالصفحة التي تعرض نشاطهن في الفيس بوك قصد التعبير عن نشاطهن في المنشورات ،حيث تم استعمال فقط عبارات بسيطة وسهلة الفهم مما يكسبها قبولا و وتأثيرا لدى متابعين من جمهور و زبائن ، كما أنها تساعدهن على إيصال محتوى المنشورات الخاصة بعملهن ، بينما تم توظيف المزبج اللغوي مع الصور والفيديوهات مما يتوافق مع محتوي المواضيع. والتوجه نحو استخدام اللغة العربية و اللغة الأجنبية لتبيان مدى تمكن المرأة المقاولة و تحكمها بالوسائط الجديدة و مواكبتها للعصر ، مما يعطي تعبير صادق عن محتويات منشوراتهن ، و ارشاد الزبون النحو التوجه والتعامل مع النشاط بتفاعل .

جدول رقم 5 بيوضح فئة زوايا التصوير

النسبة (%)	التكرار	المؤشر
50 %	8	غطسية
37.5 %	6	ضد غطسية
56.25 %	9	أمامية

قراءة الجدول رقم 5: يحدد لنا الجدول أنواع التصوير المستخدمة في المنشورات ، و منه يتبين لنا أن الزوايا الامامية لها الحظ الأكبر من الظهور وذلك بنسبة 56.25 % ، بينما ظهرت الزاوية الغطسية 50 % . و لكن ضد غطسية نالت نسبة 37.5 %.

من خلال ملاحظتنا للجدول 5 يتضح لنا أن زوايا التصوير تعددت و تنوعت فيه المنشورات ، فقد وضعت الزاوية الأمامية لإظهار ديكور النشاط ، واستعملت الزاوية ضد الغطسية للتعظيم من شأن المنتوج المنشور، أما الغطسية فإستخدمت لإعطاء انطباعات مختلفة منها الإيحاء بالفكرة والنشاط الذي تزاوله المرأة المقاولة .

جداول توضح فئات المضمون (كيف قبل؟)

جدول رقم 6: يوضح فئة شكل المقاولة :

النسبة (%)	التكرار	المؤشر
%0	0	خياطة
25 %	4	أشغال يدوية
25 %	4	صناعة الحلويات
25 %	4	صناعة الأفرشة
25 %	4	أخرى

يوضح هذا الجدول شكل النشاط المنشور في الصفحات ، ويتضح من خلاله أن الخياطة غائبة في الصفحات المختارة بينما ثبت حضور كل من الاشغال اليدوية و صناعة الحلويات و صناعة الأفرشة و أنشطة أخرى نفس النسب المئوية بتقدير 25 % من كل شكل من المقاولات .

جدول رقم 7: يوضح فئة مواضيع المنشورات:

النسبة (%)	التكرار	المؤشر
0 %	0	عقد صفقة
62.5 %	10	إنجاز طلبية
37.5 %	6	عرض منتوج

جدول يوضح فئة مواضيع المنشورات:

يوضح هذا الجدول رقم (7) فئات مواضيع المنشورات ، ومنه يظهر لنا أن انجاز الطلبيات هو الموضوع السائد حيث بلغ 10 تكرارات بنسبة 62.5 بالمئة ، بينما بلغ عدد تكرارات عرض منتوج 6 من أصل 16 منشور محل الدراسة ،اي مايعادل 37.5 بالمئة ، بينما بلغ خيار عقد صفحة ب 0 تكرارا بنسبة 0 بالمئة .

التحليل:

في هذا الجدول المقابل يبدو واضحا ان فئة المنشورات السائدة فحواها إنجاز الطلبيات ، وهذا راجع الى رضا الجمهورو اهتمامهم بالنشاط المنشور من جهة و تمكن المراة المقاولة المقاولة من التاثير و كسب جمهورها من جهة اخرى

جدول رقم8: يوضح فئة شكل المنشور

النسبة (%)	التكرار	المؤشر
68.75 %	11	صورة
6.25 %	1	فيديو
18.75 %	3	صورة + فيديو
6.25 %	1	نص

جدول رقم (8) يوضح فئة شكل المنشورات:

في هذا الجدول يظهر عدد تكرارات المتحصل عليها من الاربع صفحات المدروسة ذات 16 منشورا ، ومنه تظهر التكرارات الغالبة في شكل الصور بقيمة 11 تكرارا ، بنسبة 68.75 بالمئة ، ويليه شكل صورة+ فيديو ب 3 تكرارات ، بنسبة 18.75 بالمئة ، و ياتي شكل نص و شكل فيديو بتكرارات متساوية بلغت 1 تكرارا ، اي ما يعادل نسبة 6.25 بالمئة .

التحليل:

من خلال دراسة الجدول خلصنا إلى أن الشكل السائد في المنشورات المدروسة في الصفحات 4 ، هو شكل الصور وهذا راجع إلى تمكن المراة المقاولة من نشر صور تخص نشاطها ، كذلك ياتي شكل صورة + فيديو في المرتبة الثانية و هذا دليل على قدرة المراة المقاولة على

صياغة نشاطها في شكل وسائط قصد استقطاب الجمهور .، ثم ياتي شكل النص و شكل الفيديو بنسبة ضئيلة

جدول رقم 9: يوضح الجمهور المستهدف:

النسبة (%)	التكرار	المؤشر
112.5 %	18	زبائن
118.78 %	19	جمهور عام

جدول يوضح فئة الجمهور المستهدف:

يوضح هذا الجدول تكرارات كل من الجمهور العام و الزبائن المقبلين على المنشورات محل الدراسة ، حيث بلغ عدد تكرارات الجمهور العام 19 اكثر من الزبائن بقيمة 118.78 بالمئة

بينما بلغ عدد الزبائن المقبلين على المنشورات المدروسة 18 تكرارا ، بنسبة 112.5 بالمئة التحليل :

يبدو جليا ان عدد الجمهور العام احتل الصدارة و هذا راجع الاقبال المكثف على الصفحات محل الدراسة ، و تاثير المنشورات ذات الانشطة الحرفية في زوار الصفحة ، ايضا تدل قيمة الزبائن على مدى اهتمامهم بالمنشورات . تكرارات

جدول رقم 10: يوضح فئة الاستعمالات الاقناعية المستخدمة:

النسبة (%)	التكرار	المؤشر
37.5 %	6	الاستعمالات العقلية
62.5 %	10	الاستعمالات العاطفية

الجدول رقم 10: يمثل فئة الاستعمالات الاقناعية

يبدو من خلال هذا الجدول أن الاستمالات العاطفية إحتلت الصدارة بنسبة 62.5 بالمئة ذو 10 تكرارات في ال4 صفحات المدروسة ، بينما تأتي الاستمالات العقلية في الرتبة الثانية بدرجة 37.5 بالمئة ب 10 تكرارات في هذه الصفحات .

بعض ملاحظتنا للجدول أعلاه الذي يمثل فئة الإستمالات الإقناعية:

تم الاعتماد على الاستمالات الإقناعية العقلية بتقديم صور عن النشاط الممارس بالإضافة الى تقديم المصاءات حول موضوع المقاولة. بينما الإستمالات الإقناعية العاطفية والتي تمثلت في تعابير الوجه المبتسمة والفرحةللتأثير في زوار الصفحات ذات المحتوى الحرفي النسوي، وذلك لتعزيز المنشورات محل الدراسة أيضا .

جدول 11: يوضح فئة الهدف:

النسبة (%)	التكرار	المؤشر
118.75 %	19	ترويجي
31.25 %	5	إعلامي

جدول رقم 11: فئة الهدف:

يتضح من خلال الجدول رقم (11) إلى أن أغلب المنشورات في الصفحات الأربع المدروسة ، الهدف منها ترويجي حيث بلغت نسبتها 118.75% ، في حين جاءت نسبة 37.5% لبعض المنشورات ، الهدف منها إعلامي.

التحليل:

من خلال النسب المتحصل عليها في الجدول يبدو جليا ، أن هدف المقاولات من نشر نشر نشاطهن عبر الفيسبوك ترويجي ، حيث يساهم ذلك في التعريف بالنشاط المروج له إلى أبعد مدى مما يعود على صاحبته بالتكثيف في الطلبيات ،و بالتالي يؤدي إلى الربح المادي .

جدول رقم 12: يوضح نوع التفاعلية:

التكرار	المؤشر
120	تعليق
40	مشاركة
200	إعجاب
2	عدم إعجاب

جدول رقم 12: يمثل نوع التفاعلية:

يتضح من خلال الجدول رقم (12) أن أغلب المنشورات .كان التفاعل كبير جدا فيها حيث بلغت نسبته 200 تكرار في جميع الصفحات محل الدراسة ،في حين جاءت درجة 120 من نصيب التعليقات.، بينما قدرت التحليل :

من خلال العرض الكمي لفئة التفاغلية نستتج أن مفردة التعليقات نالت حظ 120 من أصل 16 المفردة ، ويعود ذلك إلى تفاعل الجمهور العام و الزبائن مع محتوى المنشورات

المتمثل في النشاط المقاولاتي ، وهذه التعليقات تمثلت في ملصقات . أو طلبيات . ، أو التعبير عن مدى تقبل المنتوج ، او تبني المنتوج او طلب مراسلة المقاولة صاحبة النشاط . بينما ، كذلك تحصلت فئة الإعجاب على أعلى علامة ، ويعود ذلك إلى أن المنشورات تلاقي رضا

كبير من قبل الجمهور العام و الزبائن والزوار للصفحة ، و كذلك هنا يتجسد معنى إختصار الجهد والوقت من قبل المقاولة أثناء مزاولتها للعمل المقاولاتي .

تحتل مفردة مشاركة المنشورات الثالثة بعد الإعجابات و التعليقات ، فنجد أن الجهور العام يتفاعل مع المنشورات الخاصة بالنشاط المقاولاتي النسوي عن مشاركة الجمهور في صفحات الفيسبوك المختلفة وهذا يعود على صاحبة النشاط بكثافة الطلبيات و الزبائن ومنه يتسع الربح . فضلا عن ظهور تفاعل سلبي في المنشورات محل الدراسة ، و هذا راجع إلى ظهور بعض المتطفلين المقبلين على الصفحات .

جدول رقم 13: يوضح فئة الروابط التشعبية:

المؤشر	التكرار	النسبة (%)
موجودة	3	18.75 %
غير موجودة	13	81.5 %

جول رقم 13: الروابط التشعبية:

يتضح من خلال الجدول رقم (06) أن أغلب المفردات 13 في الدراسة ، كانت من حظ الروابط التشعبية غير موجودة حيث بلغت نسبتها 81.75% ، في حين جاءت نسبة 18.75% إلى موجودة ، والتي تقابلها 3 مفردات .

التحليل:

يبرز من خلال الجدول المقابل أن الروابط التشعبية غير الموجودة إحتلت الصدارة ومنه يعود ذلك إلى أن المقاولة بإمكانها التحكم في صفحتها من حيث النشر ، بينما الروابط التشعبية الموجودة يعود ذلك إلى إرادة المقاولة صاحبة النشاط في توسيع نشاطها و البث عبر صفحات أخرى في الفيسبوك قصد كسب جمهور عام .

جدول رقم 14: يوضح عدد الصفحات و عدد الايام محل الدراسة

اليوم الثالث	اليوم الثاني	اليوم الاول	الايام
			الصفحات
1	2	3	الصفحة الاولى:
			مناديل المناسبات
0	1	2	الصفحة الثانية :
			الحلويات
1	1	2	الصفحة الثالثة:
			نقش الحناء
1	1	1	الصفحة الرابعة :
			الافرشة (بساطات)
3	5	8	المجموع :

رابعا: نتائج العامة الدراسة:

أسفرت الدراسة على النتائج التالية:

- أن مختلف أشكال المقاولة في صفحات الفايسبوك تتمثل في: صناعة الحلويات, و أفرشة و أشغال يدوية بسبب اقدام الجمهور الواسع على طلب هذا النوع من الأنشطة الذي يحقق رغباته
- وقد 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 الاشباعات المحققة من طرف النشاء 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 لمنتوجاتهن في شكل صور و فيديوهات قصد اثارة التفاعل و انتقاء الجمهور
- تهدف المضامين النساء المقاولات الترويج لمنتوجاتهم , وكذا عرض المنتوج في ساحة الكترونية

- و قد انعكست هذه الصفحة على النساء من خلال نشر منتوجاتهم باشهار و كسب مكانة في ساحة المتاجرة, و تحقيق مردودية تساهم في توسيع المشروع

- و انعكس استخدام الصفحة على النساء بالايجاب في الساحة المهنية , كون هذه صفحة اكسبتهم نوع من خصائص ساهمت في بلوغ ذروات المنافسة الترويجية اعلامية

الخاتمة

الخاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذه المذكرة الموسومة ب (المقاولاتية النسوية في الوسائط الجديدة) دراسة و فهم واقع النشاط المقاولاتي النسوي في الجزائر ، و التحديات التي تواجه المرأة في ممارستها لهذا النشاط ، وما لايمكن انكاره في العصر الحالي هو أن النمو الاقتصادي في الوقت الحالي يرتبط بإدماج المراة كعنصر فعال في هذا المجال ، وهذا راجع إلى الدور البارز و الهام الذي تلعبه المراة في الجانب المقاولاتي . مما يثبت جدارتها و كفاءتها .

أيضا اكتشفنا ان ظاهرة المراة المقاولة تعكس دورا كبيرا في المجتمع من الناحية الاقتصادية ،خاصة مع ظهورها في عالم العمل ، حيث اكسبها ذلك مؤهلات علمية و عملية .. مما أعطى لنشاطها المقولاتي المتمثل في صناعة الحلويات ، صناعة الملابس التقليدية ، صناعة نقش الحناء ، الخياطة ، الطرز ، صناعة مناديل للمناسبات ،وحرف أخرى يصعب حصرها .

و مما نلمسه من خلال نتائج الدراسة أن المقاولاتية النسوية في تطور و نمو بفضل استخدام الوسائط الجديدة ، كالفيسبوك ، حيث ساهم هذا الاخير في تفعيل النشاط المقاولاتي النسوي ، والرفع من مستوى الطلبيات ، 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 لإقتتاء طلبيات من النشاط المنشور عبر صفحات الفيسبوك .

كذلك كون أن الوسائط الجديدة كأحد تطبيقات التكنولوجيا تفرض نفسها على المراة المقاولة لانها 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 تنشره المراة من حرف يدوية وصناعية على الفيسبوك .

وعلى الرغم من الأهمية البارزة للفيسبوك كوسيط جديد و متعدد في مجال المقاولاتية النسوية ، فهي تعاني من جملة من المعيقات ، أولاها الصعوبات التقنية ، ايضا صعوبة تحديد هوية الزبون ، التجريح و الكذب من قبل بعض المتطفلين في الصفحة ، ايضا التلاعب من قبل بعض الزبائن .

ويبقى الفيسبوك كأحد عناصرالتكنولوجيا الحديثة في الوقت الحالي ، رهانا أساسيا لدى النسوة المقاولات لتبني أفكار جديدة ، وتفعيل النشاط المقاولاتي اليدوي النسوي .

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المراجع و المصادر:

مجلات:

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

معاجم و قوامیس:

- 2. ابراهيم قيلالي: قاموس عربي عربي , دار الهدى , عين مليلة , الجزائر , 1997
 - 3. الفيروز أبدي: القاموس المحيط, الجزء الرابع, دار القلم للملايين, بيروت

الجريدة الرسمية:

الموافق المدني الصادر بالأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق لما الموافق المدني الصادر بالأمر رقم 75-58 المؤرخ في 13 مايو لل 26 سبتمبر 1975 المعدل و المتمم بالقانون رقم 70-05 المؤرخ في 13 مايو كالمورخ في 2007 م

قائمة الكتب:

2. إحسان محمد حسن ، مناهج البحث الاجتماعي ، ط 2 ، دار وائل للنشر والتوزيع
 . الأردن ، 2009

- ق. آمال عساسي، إثنوغرافيا مستخدمي 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 بانتة 10 . 2015
 - 4. راجي مصطفى , عثمان محمد غنيم : مناهج البحث و اساليب البحث العلمي ,
 النظرية والتطبيق , دار الصفاء للنشر و التوزيع , عمان , الاردن , 2000
- 5. رشدي طعيمه: تحليل المحتوى في العلوم الانسانية, القاهرة, دار الفكر, 1987.
 - 6. العربي دخموش: محاضرات في اقتصاد المؤسسة, مطابع منتوري, قسنطينة,
 2005
- 7. فضيل دليو (اسس المنهجية في العلوم الاجتماعية) 'منشورات جامعة قسنطينة '5. فضيل دليو (اسس المنهجية في العلوم الاجتماعية) 'منشورات جامعة قسنطينة '7. فضيل دليو (اسس المنهجية في العلوم الاجتماعية)
 - 8. كامل محمد المغربي:أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية, دار
 الثقافة, ط4, عمان, 2011
- 9. مجبل لازم مسلم المالكي: الوسائط المتعددة و تطبيقاتها في المكتبات و مراكز
 المعلومات, مجلة آفاق الثقافة و التراث, العدد 55, السنة الرابعة, اكتوبر, 2006.
- 10. محمد أبي بكر بن عبد القادر الرازي: مختار الصحاح, ط جديدة, مكتبة لبنان, بيروت, 1995,

- 11. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1993،
- 12. محمد فلحي: النشر الالكتروني الطباعة و الصحافة الإلكترونية, و الوسائط المتعددة , دار المناهج, الاردن. عمان, 2005
- 13. منال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي, دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة, عمان , 2014 .
- 14. يوسف تمار: مناهج و تقنيات البحث في الدراسات الإعلامية . الاتصالية , ديوان المطبوعات الجامعية , 2017

قائمة المذكرات:

- 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
- 2. ايمان بودرور ، مروى عريبي ، هدى قوادري 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 8 ماي 1945
 - 2016 4

- 3. بن عودة امال ، بو تمامي عقيلة ، الخصائص المهنية و الإجتماعية للمراة المقاولة
 4. بن عودة امال ، بو تمامي عقيلة ، الخصائص المهنية و الإجتماعية للمراة المقاولة
 4. برسالة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاجتماعية (جامعة أكلي محند)
- 4. الزهرة عباوي ، المسارات الاجتماعية و الثقافية للمراة المقاولة و علاقتها بإختيار النشاط ، دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات المصغرة لولاية سطيف ، رسالة ماجيستير في العلوم الاجتماعية تخصص تنظيم و عمل
- عثمان رقية المرأة المقاولة و تحديات النسق الاجتماعي ، دراسة ميدانية ميدانية لعينة من النساء المقاولات ، رسالة ماجستير ماجيستير في العلوم الاجتماعية تخصص تنظيم و عمل 2018

الملاحق

الملاحق:

دليل استمارة المقابلة

المحور الأول: ماهي دوافع استخدام الفايسبوك في ممارسة النشاط المقاولاتي

هل لديك حساب عبر الفيسبوك ؟

منذ متى انشاء صفحة الفيسبوك ؟

ماهي المجالات التي تستخدمين فيها هذه الوسائط

ماهي اسباب استخدامك لهذه الصفحة اثناء عملك؟

هل لديك حسابات خاص عبر مواقع التواصل الإجتماعي مخصصة لعملك ؟ أذكريها

ما دافعك لإنشاء هذه الحسابات ؟

هل تعملین علی تحدیث حساباتك

ماهي المدة

ماتقييمك لإنشاء هذه الحسابات ؟

ماهى دوافع استخدامك لهذه الصفحة اتناء قيامك بالنشاط المقاولاتى ؟

هل ساعدك الفيسبوك على تحقيق نجاحك فيما تريدين

المحور الثاني: عادات وإنماط استخدام الفيسبوك في النشاط المقاولاتي

ماهي اوقات استخدامك للفيسبوك ؟

ماهو المعدل اليومي الذي تقضينه في استخدامك للفيسبوك اثناء عملك ؟

كيف يكون استخدامك للفيسبوك ؟

ماهي اللغة المستخدمة في منشوراتك الخاصة بعملك في حسابك عبر الفيسبوك ؟

مع من تتعاملين في صفحتك عبر الفيسبوك ؟

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام الفيسبوك في العمل المقاولاتي:

هل يوفر هذا الحساب في الفيسبوك الجهد والوقت مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الاخرى؟ باعتبارك مقاولة هل ترين أن الفيسبوك يعنيك أكثر من المقاولات الأخريات في المجال الذي تنشطين فيه ؟

هل ساعدك حسابك عبر الفيسبوك في تسهيل التواصل مع العملاء ؟

برأيك هل ساهمت صفحتك عبر الفيسبوك في تطوير نشاطك و عملك ؟

برأيك هل ساهم الفيسبوك في خلق فرص متكافئ بينك وبين الرجل في المجال المقاولاتي ؟

بعد استخدامك للفيسبوك هل تمكنتي من تجاوز عقبات التسويق في تفعيل المقاولاتية النسوية ؟

ماالذي تمكنتي من تحقيقه من ذلك ؟

كيف ساهم الفيسبوك في تحسين صورة المرأة المقاولة في المجتمع ؟

هل الجمهور المتفاعل مع المرأة المقاولة واع بالدور الفعال للإقتصاد النسوي ؟

برأيك هل هذا التفاعل فعلى أم شكلى ؟

المحور الرابع :أهم الصعوبات التي تواجه المقاولاتية النسوية عبرصفحة الفيسبوك؟

أثناء إستخدامك للفيسبوك في العمل المقولاتي ماهي الصعوبات التي تواجهك في آداء عملك ؟

. هل لديك صعوبات تقنية

هل تديرين حساباتك بنفسك

هل لديك مساعدين ؟

هل لديك منافسة بينك وبين باقي المقاولات الأخريات في المجال الذي تتشطين فيه

وكيف ذلك من خلال تعاملك مع الفيسبوك, برأيك ماهي آفاق المقاولاتية النسوية عبر المواقع الاجتماعية ؟

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي جامعة قاصدي مرباح -ورقلة- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

استمارة تحليل المحتوى

شهادة الماستر تحت عنوان: المقاولاتية النسوية عبر الوسائط الجديدة في الجزائر -الفايسبوك أنموذجا (دراسة ميدانية على فئة من النساء بمدينة ورقلة)

التساؤل الرئيسي:

ما هو واقع المقاولاتية النسوية عبر الفايسبوك في الجزائر ؟

التساؤلات الفرعية:

1ما هي أشكال المقاولاتية النسوية عبر صفحات الفايسبوك 2

2-ما هي دوافع استخدام صفحات الفايسبوك في قطاع المقاولاتية النسوية في الجزائر؟

3-ما هي عادات و أنماط استخدام صفحات الفايسبوك في قطاع المقاولاتية النسائية في الجزائر؟

4-كيف انعكس استخدام صفحات الفايسبوك على المقاولاتية النسوية في الجزائر؟

5-ما هو مضمون صفحات الفايسبوك الخاصة بالنساء المقاولات ؟

6-كيف قدّمت خدمات و منتوجات النساء المقاولات على صفحات الفايسبوك؟

7-ما هي أهم الصعوبات المقاولاتية النسوية عبر صفحات الفايسبوك في الجزائر؟

إعداد الطالبتين: اشراف الأستاذة:

خدير سارة نجاة الداوي

بايوسف نور الإيمان نوال

السنة الجامعية:2019/2018

دليل التعريفات الإجرائية

تعاريف فئات الشكل:

فئة العناصر التيبوغرافية: هذه الفئة تعني بالصفحات الفيسبوك أو أي أنواع الأخرى وعناصرها المراد بتحليلها

ويندرج ضمنها اسم الصفحة (نوعه, حجمه, لونه) وذلك بتحليل نوع الخط و الحجم الذي كتب به, و اللون

فئة شعار الصفحة (نوعه ,حجمه , لونه)

فئة الصورة المستخدمة: وهي الصورة المستخدمة في الصفحة و تصنف ضمنها:

صورة حقيقية: وهي صورة صاحبة النشاط

صورة طفل: وذلك بوضع صورة طفل

صورة المنتوج: وهي صورة لمنتوج من صنعها

أخرى: و هي ما يكون في شكل صور أخرى

فئة اللغة المستعملة: هي اللغة المستعملة في صفحات النساء المقاولات وتصنف إلى (العربية الفصحى , الأمازيغية , العامية , أجنبية , مزيج لغوي)

العربية الفصحى: وهي التي تستند على القواعد النحوية و الإملائية

الأمازيغية: و هي اللغة المحلية المتعارفة بين قوم معين

العامية: وهي اللغة التي لا ستسند وفق قواعد النحوية

إجنبية : وهي استخدام اللغات و اللهجات الاخرى كالفرنسية و غيرها

مزيج لغوي: وهو خليط بين اللغات السابقة الذكر

فئة زوايا التصوير:

وهي الزوايا التي التقطت منها الصور المستخدمة في الصفحات ومنها:

- زاوية عادية: هي الزاوية التي تأخد بها الصورة في وضعية مقابلة للمنتوج المراد تصويره و نشره.
 - زاوية غطسية: هي الزاوية التي تعلو فيها الصورة على المنتوج المراد تصويره.
 - زاوية ضد غطسية: هي الزاوية التي يعلو فيها المنتوج على الصورة

• فئات المضمون (ماذا قيل):

فئة شكل المقاولة:وهي أشكال النشاط المقاولاتي عبر صفحات الفايسبوك

خياطة: وهو نشاط تقوم به المرأة من طريق اليد أو الآلة سواء في الألبسة أو الأفرشة وفق فنونها وإبداعاتها الخاصة

أشغال يدوية: وهي مختلف الأنشطة اليدوية

صناعة الحلويات :وهي نشاط ابداعي يختص فن صناعة الحلوى التقليدية بمواد أولية غدائية

صناعة الأفرشة: وهي أفرشة تقليدية لتزيين البيوت

أخرى :وهي مختلف الأنشطة الإبداعية اليدوية

فئة المواضيع المنشورة: وهي المواضيع التي تعالجها المنشورات

عقد صفقة: وذلك بعرض صفقة على الجمهور عن منتوج معين

انجاز طلبية :وهي خدمة مقدمة لزبون معين وعرضها

عرض منتوج: وهو تقديم خدمة جديدة قصد اشهار و ترويج لها

فئة شكل المنشور: و هو المحتوى المقدم للمنتوج

صورة: وهي شكل ثابت لمنتوج معين

فيديو: وهو صورة متحركة يقدم من خلاله منتوج أو خدمة معينة

صورة +فيديو: و هو تقديم المحتوى في شكله الثابت والمتحرك معا

نص: وهو تعبير عن طريق الكتابة الحرفية

الجمهور المستهدف: وهو الشريحة المتفاعلة مع المحتوى المقدم في الصفحة

زبائن: وهم شريحة الخاصة التي يتم تقديم المنتوجات لهم و التعامل مع الصفحة

الجمهور العام: وهم الجمهور المتعرض للمنتوج

فئة الاستمالات المستخدمة: وتنقسم الى قسمين:

✓ استمالات عقلية: وهي التي لاتخضع للتأويل وتندرج تحتها تخفيض سعر المنتوج أو الخدمة المقدمة

✓ الاستمالات العاطفية: وهي التي يسعى الشخص من خلالها إلى جذب الأشخاص ويندرج ضمنها تعابير المهذبة و اللبقة في استعراض المنتوج

فئة الهدف:

ترويجي: وهي الترويج للمنتوج و الخدمة المقدمة

اعلامي: قصد الاشهار على النطاق الواسع

فئة نوع التفاعلية:

تعليق: وهو التفاعل المكتوب في خاتة التعليقات

مشاركة : وهو مشاركة المنشور عبر اساليب مختلفة

اعجاب: وهو مدى قبول المنتوج

عدم اعجاب: وهو رفض المنتوج وعدم الاقتناع به

رموز: و هي مختلف التعابير الكترونية

فئة نوع المنتوج:

ألبسة : وهي مختلف الهندام (تتورة , حجاب....)

أفرشة: و هو أفرشة التقليدية

حرف اليدوية :و هي الحرف التي تصنع باليد

حلوى تقليدية: حلويات المصنوعة بالمواد الأولية الغذائية

أخرى: وهي مختلف الأنشطة المتبقية

فئة عدد المنشورات: وهي عدد المنشورات الموجودة في الصفحات أثناء فترة التحليل

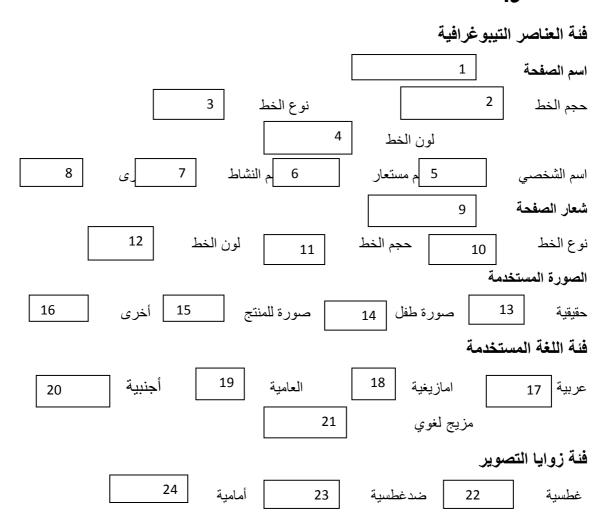
فئة الروابط التشعبية:

موجودة: وهي ان للصفحة مشاركات أخرى من اجل رفع مستوى نشاط

غير موجودة: ليس لها مشاركات

استمارة تحليل المحتوى

فئات الشكل:



فنة شكل المقاولة
خياطة 25 أشغال يدوية 26 صناعة الحلويات 27
صناعة أفرشة 28 أخرى 29
فئة مواضيع المنشورات
عقد صفقة 30 انجاز طلبيه 31 عرض منتوج 32
فنة شكل المنشور
صورة (33 فيديو (34 فيديو (35 نص (35 نص
الجمهور المستهدف
زبائن 37 جمهور عام 38
فئة الاستمالات الاقناعية المستخدمة
الاستمالات العقلية 39 الاستمالات العاطفية
فئة الهدف

ترويجي 41 إعلامي 42
رويجي 41 إعلامي 42 علامي الم
ترويجي 41 إعلامي 42 التفاعلية المناطلية من المناطلية ال
ترويجي 41 إعلامي 42 نوع التفاعلية تعليق 43 مشاركة 44 جاب 45 مماركة 44
نرویجي 41 إعلامي 42 نوع التفاعلية نوع التفاعلية تعليق 43 جاب 45 رموز 47 رموز 47
نرویجي 41 إعلامي 42 إعلامي 46 إعلام 46 46 46 46 46 46 46 46 46 46 46 47 46 47 47 46 47 46 47 46 47 46 4
ترويجي 41 إعلامي 42 iega التفاعلية 45 44 46 46 تعليق 43 44 46 46 46 رموز 47 47 47 47 47 46 iega المنتوج فالمنشور 48 48 40 40 50 40 40 50 40 50 40 50 50 40 50 </td
نرویجي 41 إعلامي 42 إعلامي 46 إعلام 46 46 46 46 46 46 46 46 46 46 46 47 46 47 47 46 47 46 47 46 47 46 4

فئات المضمون (كيف قيل؟)

دليل استمارة تحليل المضمون

فئات العناصر التيبوغرافية:

المربع رقم (1) اسم الصفحة , و المربعات (2),(3),(4) حجم الخطو نوعه و لونه المربع رقم (5) اسم الشخصي , و المربعات (6),(7),(8) اسم المستعار و اسم النشاط و أخرى

المربع رقم (9) شعار الصفحة, والمربعات (10),(11), (12) نوع الخط وحجمه ولونه

فئات الشكل:

المربع رقم(13) صورة حقيقية, و المربعات (14), (15), (16) صورة طفل و المربع رقم (17) اللغة العربية, و المربعات (18), (19), (20), (20) المازيغية العامية و أجنبية و مزيج لغوي

المربع رقم(22)زاوية غطسية, المربعات (23),(24)ضد غطسية و أمامية

فئات المضمون:

المربع رقم (25)مقاولة الخياطة, و المربعات (26),(27),(28),(29)أشغال يدوية, صناعة الحلويات, صناعة أفرشة, أخرى

المربع رقم(30)عقد صفقة, والمربعات (31),(32)انجاز طلبية و عرض منتوج

المربع رقم (33)صورة, و المربعات (34),(35),(36) فيديو, صورة +فيديو, نص

المربع رقم (37)زبائن و المربع (38)جمهور العام

المربع رقم (39) استمالات العقلية و (40)الاستمالات العاطفية

المربع (41)ترويجي و المربع (42) اعلامي

المربع رقم (43) تعليق, و المربعات (44),(45),(46),(47) مشاركة و اعجاب و عدم اعجاب و رموز

المربع رقم (48)ألبسة, والمربعات (49),(50),(51),(52)أفرشة و حرف يدوية, حلوى تقليدية, أخرى

المربع رقم (53)عدد المنشورات

المربع رقم (54)روابط التشعبية (1/54)موجودة ,(2/55)غير موجودة

جدول الأساتذة المحكمين:

الرتبة	اسم الأساتذة المحكمين
استاذ مساعد (أ)	الطيب محمد الزاوي
استاذ مساعد (أ)	عبد القادر قندوز
استاذ مساعد (أ)	نادية جيتي
استاذ مساعد (ب)	أمينة طرابلسي
	"