

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة لنيل شهادة الماستر

ميدان : علوم إنسانية

تخصص:الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

توظيف المرأة الجزائرية للفيسبوك في الترويج للأنشطة التجارية

دراسة ميدانية على عينة من النسوة صاحبات المشاريع التجارية على الفيسبوك

تحت إشراف:

تومي فضيلة

من إعداد الطالبة

-كافي ليليا-

-بن ليفة فردوس

السنة الجامعية 2022\_2021



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ

شكر وتقدير

الحمد لله الذي اعاننا بالعلم و زيننا بالحلم و أكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية

الحمد لله ثانيا على ان مدنا بالقوة والصبر لإتمام هذه الصفحات

فله كمال الشكر وتمام المنة

لما كان شكر الله من شكر عباده أتقدم بخالص عبارات الشكر الى الأستاذة الفاضلة

**{تومي فضيلة}**

على جميل كرمها لقبولها الاشراف

على العمل المتواضع فلا املك امام كرمك عليا الا ان اشركك جزيل الشكر

والعرفان وخالص التقدير وارق آيات العرفان على كل ما قدمته لي من تفهم

وافدتينني به خلال مسيرتي لإنجاز هذا البحث منذ ان كان فكرة الى ان أصبح مذكرة

جاهزة

فانا لتعاونك شاكرة

وبإنسانيتك معترفة ولصبرك وثنائك على

جهدي المتواضع مقدرة



## الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا ووقفنا لإنهاء هذا العمل المتواضع أهدي هذا العمل وثمره الجهد الطويل إلى من حملتني ومن وتعبت من أجلي ووقفت بجانبني وكانت السبب في توفيقني إلى أمي الحنون أطال الله عمرها.

إليك أنت الذي رببتني وعلمتني حب العلم وكنت لي نعم قدوة في الصبر والتحدي والتمسك بالله، إلى من باع راحة شبابه ليشق لي الطريق إلى أبي العزيز أطال الله عمرك

إلى روح جدتي الغالية رحمها الله وأسكنها فسيح جنانه "نفيسة"

والى جدتي الغالية أطال الله عمرها "مريم"

إلى من جمعنا سقف واحد وترعرعنا في بيت واحد ونشأنا تحت يد واحدة إلى من أفخر بهم إخوتي وأخواتي أسامة ورامي وأختي الغالية رانيا

إلى قدري رمز الوفاء والإخلاص "لينا" "فردوس" "ريان" "ابتهاج"





## الاهداء

اهدي هذا العمل الى من كلت انامله ليقدم لنا لحظات السعادة الى من عمل بكد في سبيلي الى الذي انار لي الطريق و اوصلني لما عليه الى صاحب القلب الطيب ابي الغالي

الى منبع الحنان الى صاحبة القلب الكبير الى اغلى انسانة في الوجود الى من ربنتي و انارت دربي و ملاننتي بصلوات و الدعوات امي الغالية

الى اغلى ما لدي في الوجود اخواتي الاعزاء

و رفيق دربي 'تقي الدين'

الى صديقاتي الى من كانوا معي طول هذا المشوار الدراسي و اعزهم 'ليليا'

في الاخير اهدي هذا العمل الى كل من وسعهم قلبي و لم يسعهم قلبي



## خطة الدراسة

الصفحة	فهرس المحتويات
أ - ب	مقدمة
	<b>الإطار المنهجي لدراسة:-</b>
5	إشكالية الدراسة
6	تساؤلات الدراسة
7	أهداف الدراسة
8	أهمية الدراسة
8	مجتمع البحث و عينة الدراسة
9	حدود الدراسة
10	منهج الدراسة
10	أدوات جمع البيانات
11	تحديد المفاهيم و المصطلحات
13	الدراسات السابقة
17	المقاربة النظرية
	<b>الإطار التطبيقي للدراسة</b>
24	تفريغ و تفسير البيانات
49	النتائج العامة للدراسة
50	النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة
52	التوصيات و الإقتراحات
53	خلاصة
55	خاتمة



## ملخص الدراسة

تناولت الدراسة موضوع توظيف الفيسبوك في المشروع التجاري للمرأة الجزائرية تتمثل إشكالية الدراسة في التساؤل التالي: ما هو دور الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية للمرأة الجزائرية؟

أما التساؤلات الفرعية فنتمثل فيما يلي:

-كيفية توظيف الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة الجزائرية؟

-ما هو واقع استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك في تحقيق مشاريعها؟

-ماهي الاشباعات المحققة للمرأة الجزائرية لاستخدامها موقع الفيسبوك؟

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يصف الظواهر كما هي في الواقع وصفا دقيقا، وقمنا بدراستنا على عينة من مجموعة من النسوة دراسة ميدانية بتقرب وتكونت العينة من 50% من النسوة، ولذلك استخدمنا أداة الاستبيان في جمع المعلومات، التي تم توزيعها بشكل قصدي حيث تم تقسيم استمارة الاستبيان إلى ثلاث محاور:

**المحور الأول:** كيفية استخدام الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة الجزائرية.

**المحور الثاني:** دوافع استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك في تحقيق مشاريعها التجارية.

**المحور الثالث:** الاشباعات المحققة للمرأة الجزائرية لاستخدامها موقع الفيسبوك .

وتوصلنا من خلال النتائج المتعلقة بالمحاور

**بالمحور الأول:** من خلال النتائج العامة لدراسة فأنها اظهرت ان المرأة الجزائرية

تستخدم الفيسبوك بطريقة منظمة وذلك بنسبة 89% وأنهن يتصفحن الفيسبوك

بواسطة الهاتف الذكي بنسبة 98% وان الأوقات التي تكون فيها متابعة أكبر

للمنشورات عبر موقع الفيسبوك هو كل الأوقات بنسبة 78% ، وأن المرأة الجزائرية

تستخدم الفيسبوك من أجل نجاح وتحقيق مشروعها التجاري بنسبة 50%.



**المحور الثاني:** من خلال النتائج العامة المتحصل عليها أوضحت الدراسة أن المرأة الجزائرية تنتشر في الفيسبوك عن طريق نص كتابي و صورة بنسبة ، % 67 و أن المرأة فضلت موقع الفيسبوك عن كافة المواقع الأخرى بهدف جلب عدد أكبر من الزبائن كون أن الفيسبوك وسيلة جماهيرية يتميز بكثرة المتابعين وسهولة استعماله، و أن و استخدمته بدافع نجاح و تحقيق مشروعها ووصوله لنطاق أوسع بنسبة % 63 ، ومن مزايا استخدام المرأة للفيس بوك لتحقيق مشروعها هو جلب عدد أكبر من الزبائن بنسبة ، % 78 وأن المرأة تهتم بالصفحات المشابهة لصفحتها لتطوير مشروعها بنسبة. % 42

**المحور الثالث :** من خلال النتائج العامة المتحصل عليها نجد أن الفيسبوك يلبي احتياجات المبحوثات بنسبة % 97 ، وأن المبحوثات تستخدمن موقع الفيسبوك لترويج مشروعهن وذلك بنسبة % 76 ، ومن الانعكاسات الإيجابية التي خلفها الفيسبوك هي جلب الزبائن بنسبة % 40 ، أما الانعكاسات السلبية التي تؤثر على مشروع التجاري للمرأة الجزائرية هي سرقة الأفكار بنسبة % 78 ، ويعتبر موقع الفيسبوك عامل وحافز لمشروع المرأة الجزائرية بنسبة % 99

### **الكلمات المفتاحية:**

المشاريع التجارية، المرأة، موقع الفيسبوك.

## **Summary:**

The study dealt with the issue of employing Facebook in the commercial project of Algerian women, the problem of the study is represented in the following question: What is the role of Facebook in the completion of commercial projects for Algerian women?

The sub-questions are as follows:

- How to use Facebook to achieve business projects for Algerian women?
- What is the reality of Algerian women's use of Facebook in the realization of their projects?
- What are the gratifications achieved by Algerian women for using Facebook to promote their projects?

In this study, we relied on the descriptive approach that describes the phenomena as they are in fact an accurate description, and we conducted our study on a sample of a group of women, a field study that approved and the sample consisted of 50% of the women, and therefore we used the questionnaire tool to collect information, which was intentionally distributed.

Through this study, we found that the respondents used the Facebook website to promote their project by 76%, and from the positive repercussions left by Facebook was attracting customers by 40%, and the negative repercussions affecting the Algerian women's business project is the theft of ideas by 78%, Facebook is a factor and catalyst for promoting and introducing Algerian women's businesses by 99%.

**Keywords: Facebook, commercial projects, women, promotion**

# مقدمة

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف التسعينيات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال فتحت آفاق جديدة، وأحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية والثقافية، الفكرية والاجتماعية، كما أثرت بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني، حيث فتحت مجالا واسعا لتجسيد " مفهوم القرية الكونية" الذي أشار إليه مارشال ماكلوهان.

وتعتبر الإنترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا ، والتي نجحت الى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل و نقل همومهم و مشاكلهم من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة ،ومع اكتشاف الجيل الثاني للإنترنت واكبه ظهور مجموعة من التطبيقات الحديثة التي تتدرج تحت ما يسمى بالإعلام الاجتماعي والذي أضاف مميزات جديدة على الشبكة من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية ،زاد الاهتمام بدراسة الإدمان على الإنترنت كظاهرة اجتماعية لديها الكثير من الآثار النفسية و الاجتماعية و الصحية ،التي تؤثر على الأشخاص الذين يقضون وقتا أكبر على هذه المواقع خاصة في أوساط الشباب ومن أبرز هذه المواقع " الفيسبوك " "التويتر " الماي سبايس" و يأتي موقع الفيسبوك في الصدارة وذلك لسهولة استخدامه ،ومساهمته في التواصل مع الأصدقاء أو العائلة ،بالإضافة إلى منح المستخدم فرصة التحرير و تبادل الصور و الملفات .....الخ ، ثم يدخل في علاقة المشاهدة التفاعلية معها و التي لا تكفي بمجرد المتابعة السلبية ،و إنما تتعداها إلى البحث عن ثقافات جديدة ،و الاحتكاك مع الآخرين من مختلف الدول.

بالرغم من أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد وسيلة حديثة في عالم التسويق الإلكتروني إلا أنها أثبتت كفاءتها بسرعة هائلة في تحقيق النجاح والانتشار المطلوب للأنشطة التجارية المختلفة بين شريحة كبيرة من الجمهور في مختلف المناطق الجغرافية.

ولقد شاركت المرأة دورا مهم اجتماعي فعال و مؤثر في جميع المجالات الحياتية في البلاد , فالمرأة أثبتت جدارتها في تجسيد فكرتها و تحقيق النجاح في مختلف الأعمال , فللمرأة دور في المجتمع الحديث ثقة بالنفس , و سموا في الطموح و الأفكار , بالإضافة إلى المبادرة و المواظبة , و الرغبة الكامنة في العمل و الإنجاز و الإبداع , لذلك يعد دور المرأة من أكثر الأدوار الإنسانية تأثيرا في المجتمع , و قد أثبتت المرأة في الوقت الحاضر أنها تستطيع أن تتكيف مع تطور الظروف الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية المحيطة بها , و يؤكد تقدمها الملحوظ في المجالات التي تتطلب المعرفة و النقاش و العمل على ذلك , فازدهار المرأة في سوق العمل خلال العقود الماضية نتيجة عدة عوامل سمحت لها بإثبات نفسها في مختلف المجالات , وتكمن أهميتها في دورها الفعال في مكافحة الفقر و رفع المستوى المعيشي لأسرتها , كما يعزز عمل المرأة الرسمي و الغير رسمي مشاركة المجتمع في دعم الاقتصاد الوطني بالإضافة إلى الأعمال التجارية الصغيرة للنساء التي قد تشكل أساسا اقتصاديا للأجيال القادمة .

ومن هنا جاء اختيارنا لهذه الدراسة التي تتمحور حول توظيف الفيسبوك في المشروع التجاري للمرأة الجزائرية، محاولين الغوص في هذه المشكلة، ولمعالجة هذه المشكلة ارتأينا هذه الخطة التالية:

**الإطار المنهجي:** تناولنا فيه إشكالية الدراسة متضمن التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية، بالإضافة إلى أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، مجتمع البحث وعينته، حدود الدراسة، منهج الدراسة، تحديد مفاهيم والمصطلحات، بالإضافة إلى الدراسات السابقة، وأخيرا الدراسات السابقة .

**الإطار التطبيقي:** ويشمل عرض للدراسة الميدانية ونتائجها بداية من عرض وتحليل الجداول البسيطة طبقا لمتغيرات الدراسة، بالإضافة إلى مناقشة نتائج الدراسة وصولا إلى الخلاصة العامة .

# الإطار المنهجي

. الإشكالية:

عرف العالم في نصف القرن العشرين تحولا اجتماعيا غير مسبوقا ولم يعرف من قبل بفعل النجاحات الحاصلة في البحث العلمي، فدخلت التطورات التكنولوجية في كل مجالات الحياة ، فجعلت الإنسان اليوم قادرا على الاتصال بكل أنحاء العالم و أصبح العالم قرية صغيرة فأصبح الإنسان قادرا على جمع المعلومات و الأبحاث بكل بساطة و ذلك عن طريق شبكة الانترنت فهي من ابرز وسائل الاتصال الحديثة التي شهدت نموا لم تشهده أي وسيلة اتصالية أخرى فتعتبر أعظم رمز لتواصل الاجتماعي فهي تقنية فعالة من حيث السرعة في النشر المعرفة و المعلومات في جميع ميادين العلم و المعرفة و الاقتصاد و خدمات أخرى

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الانترنت ولا يفصل بينهم أية عوامل فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة فهي تمثل اليوم أهم ثورة الكترونية عرفتتها البشرية في مجال التواصل الاجتماعي والتفاعل الدائم

ومن أشهر الشبكات الاجتماعية وأكثرها جماهيرية نجد الفيسبوك حيث أصبح الفيسبوك ظاهرة اجتماعية منتشرة بشكل كبير لما تتحه من خدمات فهذا الموقع ساهم في ربط العديد من العلاقات بعد إلغائها لجميع المسافات

و لقد شهدت المرأة الجزائرية كغيرها من النساء الكثير من التغيرات من بينها ثقافية تجارية اجتماعية التي أثرت عليها ومع التطورات السارية في المجتمع لم يعد الفيسبوك حكرا على الرجل وحده بل تعدى استخدامه من قبل المرأة التي أصبحت عنصرا فعالا في المجتمع و هذا راجع لدورها الكبير في مختلف المجالات في الحياة العلمية و العملية و كذا الثقافية و الاقتصادية مما عزز من استخدامها لهته المواقع



الاجتماعية و خاصة الفيسبوك الذي كان له الفضل في توجيهها و مساعدتها على تحقيق أهدافها و مشاريعها الاجتماعية و الاقتصادية و فتح لها مساحة اكبر في تحقيق طموحاتها

ومما سبق ذكره نطرح التساؤل التالي:

ما هو دور الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة الجزائرية؟

وتندرج تحته أسئلة فرعية:

- كيفية توظيف الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة الجزائرية؟
- ما هو واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع الفيسبوك في تحقيق مشروعها التجاري؟
- ماهي الاشباعات المحققة للمرأة الجزائرية لاستخدامها موقع الفيسبوك؟

• أسباب اختيار الموضوع:

أن الباحث في اختياره لموضوع البحث بعينه دون غيره من المواضيع تحكمه العديد من الأسباب الذاتية والموضوعية ومن جملة الأسباب التي دفعت بنا اختيار موضوع توظيف الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة الجزائرية .

أسباب ذاتية :

-اهتمامنا الشخصي في التعرف على دور الذي يلعبه الفيسبوك في نجاح مشاريع المرأة الجزائرية.

-محاولة التعرف على الأساليب والتقنيات الجديدة في نجاح مشاريع المرأة الجزائرية .

-الرغبة في إثراء البحوث العلمية بالنظر إلى نقص الدراسات في هذا المجال.

### أسباب موضوعية:

-محاولة التعرف على أهمية موقع الفيسبوك بالنسبة للمرأة الجزائرية .

-قلة الدراسات التي تهتم بدور المرأة التي تلعبه عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك.

-إثراء المكتبة ببحث علمي جديد.

### . أهداف الدراسة:

لكل موضوع بحث له أهداف مقصودة مهما اختلفت مجالاتها وتعددت أسبابها، للوصول إلى تحقيق نتائج وأهداف معينة، وعليه تهدف دراستنا إلى:

. معرفة الهدف الذي تسعى إليه المرأة الجزائرية في تحقيق مشاريعها التجارية باستخدام موقع الفيسبوك.

. إبراز الدور الذي تؤديه موقع الفيسبوك في نجاح مشاريع المرأة الجزائرية.

. الكشف عن الأسباب والدوافع التي أدت بالمرأة باستخدامها مواقع التواصل الاجتماعي.

## . أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع بحد ذاته حيث نحاول الكشف عن دور الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية للمرأة الجزائرية، حيث كانت تعتمد المرأة أساليب تقليدية تتطلب منها جهدا ووقتا لكن مع تطور التكنولوجيا وظهور مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا موقع الفيسبوك سهل للمرأة الكثير من الصعوبات التي توجهها، وهذا ما أدى بالمرأة الجزائرية لاستخدام الفيسبوك لتحقيق مشاريعها التجارية

## . مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعتبر تحديد مجتمع البحث من أهم المراحل في البحث العلمي ويعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموع محدود أو غير محدود من المفردات المحددة مسبقا حيث تنصب الملاحظات.

يعرف المجتمع على انه مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات.

ومجتمع دراستنا يتمثل في المرأة الجزائرية، التي تملك مشروع تجاري عبر موقع الفيسبوك

من أهم الأمور عند القيام بدراسة موضوع معين تحديد نوع العينة فله دور كبير في نجاح

ودقة البحث ويجب أن يخدم أغراض وأهداف الدراسة.

وتعرف العينة هي جزء من شيء أو موضوع بحيث تكون ممثلة لخصائص ذلك الشيء أو الموضوع .

وتعرف كذلك :هي عبارة عن مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية وتعتبر جزء من الكل أي بنسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي تم تعميم نتائج الدراسة على المجتمع كله.

والعينة الملائمة والتي اعتمدنا عليها في دراستنا هي العينة المقصودة والتي تعرف : أن الباحث يعتمد أن تكون العينة من وحدات بعينها لتوفر خصوصيات في هذه الوحدات يجعلها تمثل تمثيلا صحيحا للمجتمع الأصلي فقد يختار مناطق محدودة يرى أنها تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع.

وذلك من خلال انتقائنا لمفردات متمثلة في النساء اللواتي يمتلكن مشاريع تجارية عبر موقع الفيسبوك ونظرا لطبيعة نوع العينة فقد اخترنا 50 مفردة من النساء الذين لديهن مشروع تجاري عبر موقع الفيسبوك بصورة مباشرة وقصدية، نظرا لأنها تمثل جزء معتبر من مجتمع البحث.

### . حدود الدراسة

تحتل حدود الدراسة مكانة كبيرة ضمن البحوث والدراسات التنظيمية، وتعد ركيزة أساسية فيها. فإنها تمكن الباحث من معرفة وجهة والمكان المخصص لإجراء الدراسة وجميع الخصائص الموجودة ضمنه. لذلك تنقسم إلى ثلاث حدود وهي:

**المجال المكاني:** أجريت الدراسة الميدانية في تقرت.

**المجال البشري:** كانت عينة التي قمنا باختيارها مجموعة من النساء اللواتي يمتلكن مشروع تجاري عبر موقع الفيسبوك.

**المجال الزمني:** والتي كانت خلال السنة الدراسية 2021. 2022 حيث دامت فترة الجانب النظري بداية من 25 جانفي الى غاية شهر اما في الجانب التطبيقي قمنا

بتقسيم و جمع الاستمارة في 17 افريل ثم تحليل بيانات الاستبيان لنصل إلى نتائج النهائية و التي تجيب عن تساؤلات الدراسة.

### . منهج الدراسة:

قبل التطرق إلى المناهج المستخدمة لابد من الإشارة إلى أن كل منهج له متطلباته وشروطه إذ أن عملية اختيار الباحث لمنهجه لا يتم بطريقة عشوائية وإنما حسب طبيعة الموضوع هي التي ترغم على الباحث اختيار منهج على آخر .

ويعرف المنهج على انه مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من اجل الوصول إلى نتائج معينة .

وان تحديد المنهج يكون تبعا لنوعية الدراسة المعالجة فان المنهج المناسب لدراستنا هو منهج المسح الاجتماعي ويعرف على انه أحد مناهج البحوث الوصفية التي تقوم على تحليل وجمع البيانات الاجتماعية عن طريق أدوات بحثية كالمقابلة أو الاستمارة من اجل الحصول على معلومات من عدد كبير من الناس المعنيين بالظاهرة محل البحث .

وكذلك يعرف على انه دراسة علمية لظروف المجتمع وحاجاته والحصول على بيانات كافية عن ظاهرة معينة وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات بشأنها.

### . أدوات جمع البيانات

أن طبيعة موضوع الدراسة يحتم على الباحث وأدوات معينة وتعني أدوات جمع البيانات الوسائل التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات الميدانية بهدف الإحاطة بالظاهرة المدروسة وقد اعتمدنا في ذلك على الأداة التالية:

**الاستمارة:** تم تحكيمه من طرف مجموعة من الأساتذة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، تعتبر الاستمارة التي يستخدمها الباحث من أكثر أدوات جمع البيانات استخداما وشيوعا في البحوث الاجتماعية، فهي وسيلة لتواصل مع المبحثن بواسطة طرح

أسئلة عليهم لجمع المعلومات المناسبة لموضوع الدراسة واستمارة البحث نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى المبحثن من اجل الحصول على المعلومات حول موضوع أو ظاهرة ما.

وتعرف الاستمارة على أنها عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات أو آراء المبحثن حول ظاهرة أو موقف معين. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان كونها من أكثر الأدوات التي تساعد الباحث على جمع البيانات والمعلومات عن موضوع المعالج، وتعرف على أنها تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على المبحثن وبطريقة موجهة وذلك من اجل الحصول على أجوبة كمية وقسمنا الاستبيان إلى 3 محاور وكل محور يتضمن مجموعة من الأسئلة:

#### المحور الأول: البيانات الشخصية

المحور الثاني: كيفية استخدام الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة الجزائرية

المحور الثالث: دوافع استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك في تحقيق مشاريعها التجارية

المحور الرابع: الاشباعات المحققة لدى المرأة الجزائرية لاستخدامها موقع الفيسبوك

#### **. تحديد المفاهيم والمصطلحات :**

**المشروع:** ائتلاف عناصر اقتصادية و اجتماعية وبيئية لبناء كيان اقتصادي يستطيع القيام بإجراء عمليات تحويل معينة لمجموعة من الموارد الاقتصادية الناشك الملائمة لاحتياجات أطراف ذات مصالح في المشروع. كذلك يعرف على أنه كيان اقتصادي يسمح لكل شخص مادي طالب للعمل ، يرغب الاستثمار في إنتاج السلع وتقديم الخدمات بصفة فردية أو جماعية ولحسابها لخاص

إذ يمكن أن تنشأ من طرف شباب أو مجموعة من الشباب و هي تمس كافة قطاعات النشاط الاقتصادي و نطاقها يمكن أن يحدد بعدد العمال أو حجم الاستثمارات.

### المشاريع التجارية:

**إجرائي:** هي المشاريع التي تعمل في مجال بيع السلع المصنعة وتسويقها، حيث يتم شراء السلعة وإعادة بيعها بسعر أعلى لتحقيق هامش ربح. المشاريع التجارية هي المشاريع التي تهتم بالنشاط التجاري، وتوزيع السلع وتداولها، من مصنع الإنتاج إلى تجار الجملة، ومنهم إلى التجزئة، حتى تصل إلى المستهلكين النهائيين.

**المرأة:** هي كيان إنساني مستقل تتمتع بالقيمة الإنسانية كاملة أسوة بالرجل، ولها حقوق وعليها واجبات مساوية للرجل في جميع المجالات دون استثناء. **إجرائي المرأة** هي كيان قائم بذاته مساوية لحقوقها امام الرجل لها أولويات ومسؤوليات وأدوار مهمة في المجتمع.

**الفيسبوك:** هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية تتيح للأشخاص العاديين او الاعتباريين " كالشركات " ان يبرزوا أنفسهم ويعززوا إمكاناتهم عبر أدوات موقع التواصل مع اشخاص اخرين ضمن نطاق ذلك الموقع.

**إجرائيا:** موقع الفيسبوك موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يهدف الى تكوين علاقات بين افراد في مختلف انحاء العالم كما يتيح للمستخدمين تبادل المعلومات والصور والفيديوهات والأفكار ووضع تعليقات على المنشورات المعروضة والقائمة طويلة للإمكانيات الأخرى.



. الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: سنة 2015-2014

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهدي ام لبواقي تخصص صحافة واعلام الكتروني، بعنوان المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لعينة من صفحات شبكة الفيس بوك من اعداد الطالبة نورا حفناوي، تحت اشراف الدكتوراه ليندة ضيف وتطرح التساؤل التالي : ماهي طبيعة المضامين الخاصة المرأة من خلال صفحات شبكة الفيسبوك؟ وتتدرج تحتها أسئلة فرعية :

- . ماهي المواضيع الخاصة بالمرأة من خلال صفحات الفيس بوك؟
  - . ماهي أساليب معالجة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبكة الفيس بوك؟
  - . من هو الجمهور المستهدف من هذه المضامين من خلال الشبكة؟
  - . ماهي القيم المعبرة عنها من خلال المضامين الخاصة بالمرأة على صفحات شبكة الفيس بوك؟
- وتهدف هاته الدراسة الى معرفة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال صفحات الفيس بوك، كشف شكل المضامين الخاصة بالمرأة، معرفة مصادر المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبة الفيس بوك وكذا التعرف على الجمهور المستهدف من هذه المضامين من خلال الشبكة

منهجية الدراسة : استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي باعتباره يسعى لدراسة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبكات تواصل الاجتماعي.

نتائج الدراسة:

- ان الصورة هي أكثر الاشكال استخداما بنسبة 70% ، يليها الصورة مع النص، ثم النص، ثم الفيديو وهذا لان شكل الصورة أكثر ملائمة لهكذا مواضيع حيث تتناسب مع خصائص الشبكة كما انا الأسرع والأكثر ابلاغ من الكلمة.
- ان الثقافة العامة هي أكثر المصادر التي تم الاعتماد عليها بنسبة % 82,7 ، يليها الادعية لان المواضيع المطروحة على الصفحات مواضيع عامة وتجارب خاصة لا تستدعي الاثباتات .
- ان المواضيع الاجتماعية الأكثر اهتماما بنسبة % 35,90 تليها المواضيع الجمالية ما يدل على ان المرأة تهتم بالأسرة والعائلة أولا وجمالها واناقتها ثانيا.
- ان جمهور المرأة بصفة عامة هو الجمهور الغالب بنسبة % 98,11 وهذا لعدم ميل الصفحات لتخصص بجمهور بعينة من النساء، حيث وجدت اغلب المواضيع موجهة لنساء عموما.

التعقيب عن الدراسة:

**اوجه الاختلاف:**

اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير المستقل للدراسة، كون ان هذا المتغير هو الفيسبوك عكس هذه الدراسة تناولت شبكات التواصل الاجتماعي كمتغير تابع لهذه الدراسة.

**اوجه التشابه :**

تشابهت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية كونهما الاثنان من البحوث الوصفية، وتشابهت في نوع المنهج الوصفي.

تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية أيضا في أداة جمع البيانات { الاستبيان }.

**حدود الاستفادة :**

استفدنا من هذه الدراسة في الفهم المتعمق لدور شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري، كما ساعدتنا على بناء اشكالية الدراسة.

**الدراسة الثانية :سنة 2017-2018**

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، بعنوان " واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك من اعداد :تياب خولة، تحت اشراف الدكتورة فضلون أمال بجامعة العربي بن لمهيدي بأم البواقي، سنة . 2018\_ 2017 وتطرح التساؤل:

ـ ما هو واقع استخدام المرأة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي ( الفيسبوك)؟

وبالنسبة للتساؤلات الفرعية كانت كالتالي :

ـ ما هي عادات وانماط استخدام المرأة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

ـ ماهي دوافع استخدام المرأة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

ـ ماهي الاشباعات المحققة للمرأة الجزائرية لاستخدامها شبكات التواصل

الاجتماعي؟

وتهدف إلى التعرف على دوافع استخدام المرأة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي، التعرف على عادات وانماط استخدام المرأة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي، الكشف عن الاشباعات المحققة للمرأة الجزائرية من استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي .

### المنهج المستخدم:

تتدرج تحت إطار البحوث الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بالعينة .

### وكانت نتائج الدراسة كالآتي:

- اوضحت النتائج أن أغلب النساء الجزائريات يستخدمن شبكة الفيسبوك بأكثر من الشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى وبصفة دائمة .
- كشفت الدراسة ان الاغلبية الساحقة من النساء الجزائريات يستخدمن الفيسبوك في منازلهم ليلا بواسطة الهاتف الذكي حيث تتراوح مدة استخدامهن له أكثر من أربع ساعات
- كما أظهرت الدراسة ان المبحوثات يقبلن على الفيسبوك بشكل كثيف وبتر كيز تام
- كشفت الدراسة الى ان المبحوثات يقبلن على الفيسبوك نظرا لخدماته المتميزة
- كما اظهرت ان المبحوثات لا يقبلن طلبات الصداقة من اشخاص لا يعرفونهم
- كما اظهرت ان اغلب المبحوثات لا يعتمدن على الفيسبوك للبحث عن شريك حياتهن

• بينت الدراسة ان المبحوثات يستخدمن الفيسبوك بدافع الاشباع النفسي

### التعقيب على الدراسة

#### أوجه الاختلاف

اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير المستقل للدراسة، كون ان هذا المتغير هو الفيسبوك عكس هذه الدراسة تناولت المرأة الجزائرية كمتغير مستقل لهذه الدراسة.

#### أوجه التشابه:

تشابهت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية كونهما الاثنان من البحوث الوصفية، وتشابهت في نوع المنهج الوصفي.

تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية أيضا في أداة جمع البيانات " الاستبيان".

#### حدود الاستفادة:

استقدنا من هذه الدراسة من خلال انها تأكد استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي، كما استقدنا أيضا في صياغة التساؤلات الفرعية وبناء استمارة الاستبيان للدراسة .

### • مقارنة النظرية

#### • نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعتبر نظرية الاستخدامات و الإشباع من أهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام حيث تعتبر الحاجات و الدوافع من العوامل المحركة للاتصال و بصفة خاصة تلك الحاجات و

الدوافع التي يتوقع الفرد إن يشيعها أو يليها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة و يعتبر إشباع الحاجات و تلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق له الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع غيره و تعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل و المضامين

والبداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات و الأشباعاء جاء نتيجة البحوث و الدراسات التي أجريت في بداية القرن 20 على أسباب التعرض و استخدام وسائل الأعلام من مختلف فئات الجمهور ، محاولة لربط ما بين الأسباب و الاستخدام حيث تم صياغة هذه في عدة إطارات أهمها الدوافع النفسية.

أم الظهور الفعلي المتطور الاستخدامات و الأشباعاء في عام 1944 في المقال الذي كتبه عالمة الاجتماع الأمريكية Herzog بعنوان دوافع الاستماع للمسلسل اليومي و إشباع الحاجات العاطفية و غيرها من الدراسات التي أجريت في هذا الميدان أمثال دراسة بيرلسون وولف.

أم البداية الحقيقية لمدخل نظرية الاستخدامات و الأشباعاء كانت من خلال الدراسة التي أجراها كانز عام 1959 الذي قام بتحويل الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة.

وكان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري من تأليف كانز و بلملر عام 1974 و احتوى هذا الكتاب على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الأعلام من جانب و دوافع استخدام الفرد من جانب آخر.

### فروض مدخل الاستخدامات و الأشباعاء

- أن الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري و يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف تلبية توقعاتهم .

- يعبر استخدام وسائل الاتصال حاجات الجمهور .
- ان جمهور وسائل الإعلام هو الذي يقوم بالدور الرئيسي في اشباع احتياجاته من وسائل الإعلام حيث يربط بين اشباع حاجاته واختياره للوسائل التي تشبع هذه الحاجات .
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع حاجياتهم.

### عناصر النظرية:

- جمهور النشط.
- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.
- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام .
- اشباعات وسائل الإعلام.

### نقد مدخل الاستخدامات والاشباعات:

- يرى دينيس ما كويل على أن نتائج هذه البحوث يمكن أن تتخذ ذريعة الإنتاج المحتوى الهابط لأنه تلبية لحاجات الجمهور في مجالات التسلية والترفيه .
- عدم تحديد مفهوم النشاط الذي يوصف به المتلقون هل المنفعة أو الانتقاء
- دخول وسائل جديدة مثل الانترنت وهذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة والجمهور .



- أن هناك تساؤل حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية والكيفية التي يتم فيها القياس وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعده وكثافة ومحدودية المشاركة .
- ويرى عدد من الباحثين أنها لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع لاستقصاءات وفي هذا تسطيح للأمور خاصة أن هناك خلافا حول تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل مفهوم الحاجات.

### تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعات في دراسة:

- تتفق نظرية الاستخدامات والاشباعات مع دراستنا الحالية بعنوان " توظيف الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة الجزائرية " في مجموعة من النقاط وهي:
- تحاول الدراسة الكشف عن كيفية استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك وما يتيح لها ويحققه من حاجات واشباعات.
- معرفة الدوافع من استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك بالتحديد وهذا ما يتلاءم واهداف النظرية تنطلق دراستنا من نقطة مهمة وهي ان الفتيات من الجمهور النشط لأنها تتفاعل مع المضامين التي تتلقها من وسائل الاعلام وتنتقي من مضامينها ما يشبع ويحقق اشباعاتها ورغباتها عبر الوسيلة التي تحتاجها وتختارها وذلك من اجل اشباع رغباتها وتحقيق أهدافها في النهاية.
- الاستفادة من فروض النظرية جانب مهم وهو انا المرأة تتفاعل مع الوسيلة التي هي تختارها وهي موقع الفيسبوك لأنه يحقق لها اشباعات معينة وذلك لامتيازه بعدة امتيازات انفرد بها عن باقي وسائل الاعلام ومواقع التواصل الأخرى كالتفاعلية الا محدودة.

• انتشار المبتكرات:

**نشأة وظهور النظرية:**

ظهرت هذه النظرية خلال السنوات الأخيرة من الخمسينيات والستينيات متأثرة بنظرية تدفق

المعلومات على مرحلتين، وتعود أصول نظرية انتشار المبتكرات الدراسات متفرقة قام بها الباحثون الاجتماعيون في عدة ميادين مثل: الأنثروبولوجيا والتربية والزراعة لمعرفة كيفية تبني المزارعين الأفكار الجديدة المتعمقة بأساليب الزراعة الحديثة، كما اهتم بها أيضا الباحثون في مجالاً لتربية من خلال محاولة نشر طرق التدريس الجديدة أو فكرة تنظيم الأسر أو اقتناء الأجهزة واستخدامها وغيرها من المجالات المختلفة لمعرفة اثارها في النظام الاجتماعي القائم، وتركز هذه النظرية عم بنشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتجديد بين افراد المجتمع أو قطاع منه بهدف تحقيق التنمية، و هو في الأخير (التغيير) يعتبر الهدف النهائي لها، لهذا قام روجرز و شوميكر بالمراجعة و التدقيق في أكثر من 2000 أمر برقية متعمقة بانتشار كلما هو من المبتكرات الجديدة في مجال الاجتماع الريفي و الأنثروبولوجيا بهدف التعرف على اليات تبني الأفكار و المستحدثات من قبل الجمهور ليؤكد في الأخير من خلال نموذجهما دور البيئة الاجتماعية في التأثير على سريان الاعلام والاتصال بشكل انتقالي يظل خاضعا للفئات الاجتماعية التي ينتمي اليها، ذلك أن الفرد يتحرك في اطارها بما في ذلك دور قادة الراي في تمرير المعلومات و التي يشتقونها من المصادر الإعلامية الى غيرهم من يتعرضو للإعلام بشكل كاف. و الابتكار وفق هذه النظرية هو أي فكرة جديدة او أسلوب او نمط جديد يتم استخدامها في الحياة كفكرة تنظيم الاسرة او ادخال أساليب جديدة في الزراعة او استحداث وسيلة اتصالية او غير ذلك يعتبر ابتكارا.

### فرضيات النظرية:

تقوم هذه النظرية على افتراض أن قنوات وسائل الاعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول

المبتكرات حيث تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة.

يقتررب مدخل انتشار المبتكرات من افتراضات الرسائل الإعلامية تصل الى الجمهور عن طريق

افراد يتميزون عن سواهم بأنهم أكثر اتصالا و نشاطا في تعاملهم مع وسائل الاتصال الجماهيري ويطلق عليهم قادة الراي

### تطبيق نظرية انتشار المبتكرات على الدراسة:

تتفق نظرية انتشار المبتكرات مع دراستنا الحالية بعنوان " توظيف الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة الجزائرية " في مجموعة من النقاط وهي:

• تحاول الدراسة الكشف عن انتشار مبتكر جديد للمرأة والذي هو موقع الفيس بوك تستخدمه المرأة لتحقيق مشروعها

• تبني امرأة المبتكر الجديد { موقع الفيسبوك } في نشر أفكار مشروعها التجاري وهذا لوجود العديد من الميزات تجعلها تتبنى هذه الفكرة من بين الميزات التفاعلية جلب الأرباح بجهد اقل هذه من بين اهم الأسباب لتي جعلت المرأة الجزائرية تتبنى موقع الفيسبوك

• الاستفادة من مدى تأثير هذا المبتكر { موقع الفيسبوك } على نشر وتحقيق الغاية من مشروعها التجاري فهو سهل النشر وتوجد فيه أساليب مستحدثة كالصور والفيديو وهذا يدفع الى قبول الاخرين بالفكرة

الإطار

التطبيقي

الدراسة الميدانية:

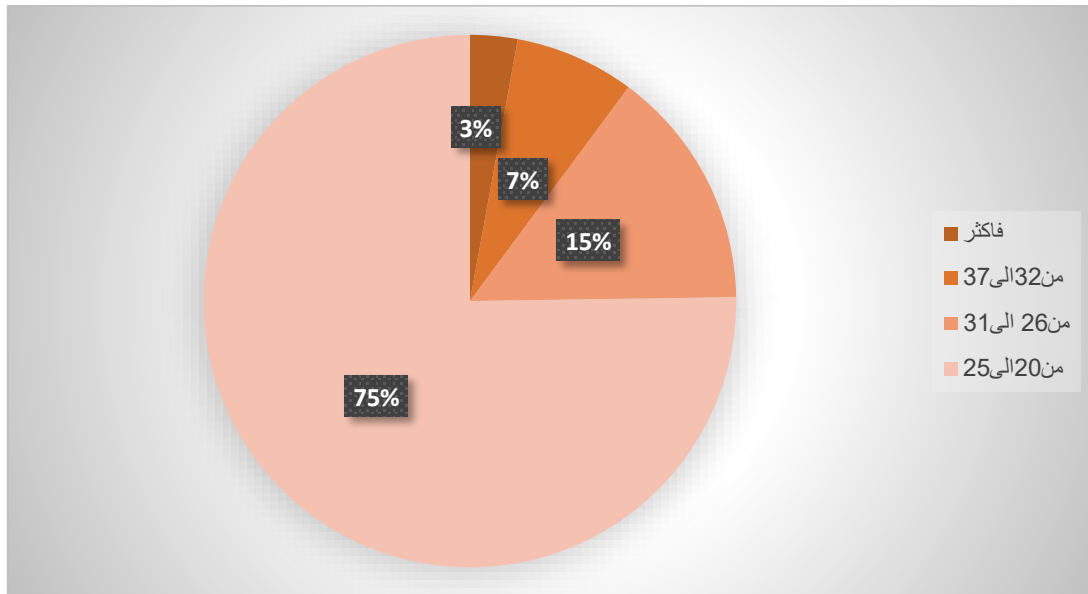
1. بيانات شخصية:

1. توزيع افراد العينة حسب متغير السن:

الجدول رقم 01: يوضح النسب المئوية و التكرارات حسب السن

النسبة %	التكرار	الفئات
75%	33	من 20 الى 25
15%	10	من 26 الى 31
7%	5	من 32 الى 37
3%	2	فأكثر
100%	50	المجموع

دائرة رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن



يتضح لنا من خلال الجدول رقم 01 ان الفئة العمرية من (20 الى 25) هي أكثر الفئات تكرارا اذ بلغت نسبتها 75 %، لتليها فئة (26 الى 31) بنسبة 15%، اما فئة (من 32 الى 37) هي الفئة الأقل تكرارا، حيث بلغت نسبتها 7%، اما الفئة من (38 فأكثر) فكانت بنسبة 3%

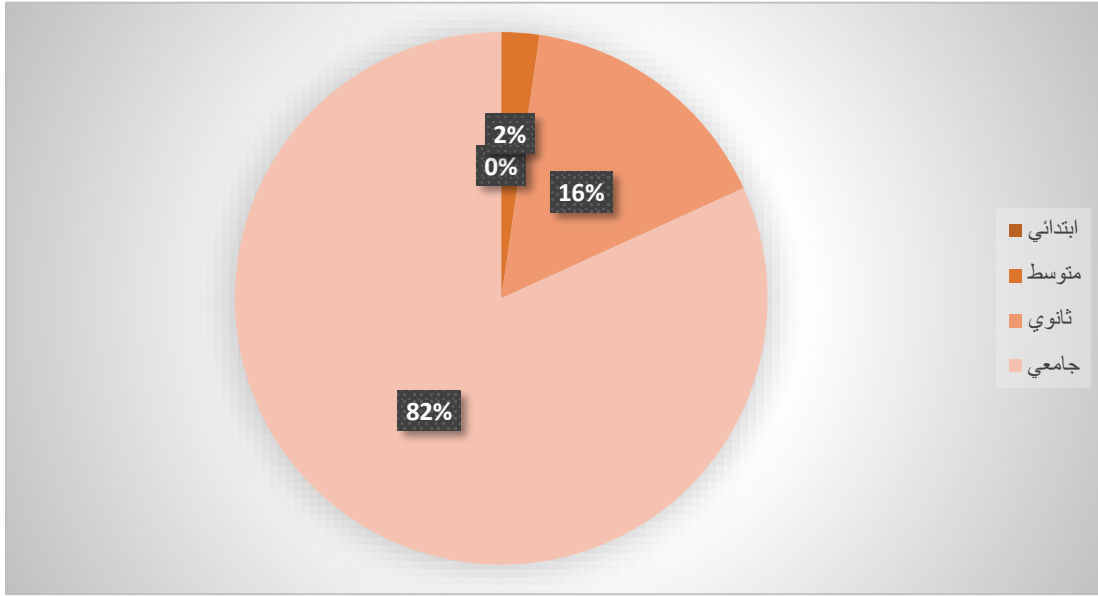
من خلال تفسيرينا نلاحظ ان النسبة الغالبة (من 20 الى 25) راجع الى كون هذه الفئة العمرية أكثر نشاطا وحيوية ولها حب الاطلاع والاكتشاف كل ما هو جديد وكونها غير مرتبطة بالتزامات على عكس الفئات العمرية الأخرى لديها العديد من المسؤوليات

## 2. توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي

الجدول رقم 02: يبين النسب المئوية حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى
0%	0	ابتدائي
2%	1	متوسط
16%	7	ثانوي
82%	42	جامعي
100%	50	مجموع

دائرة رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



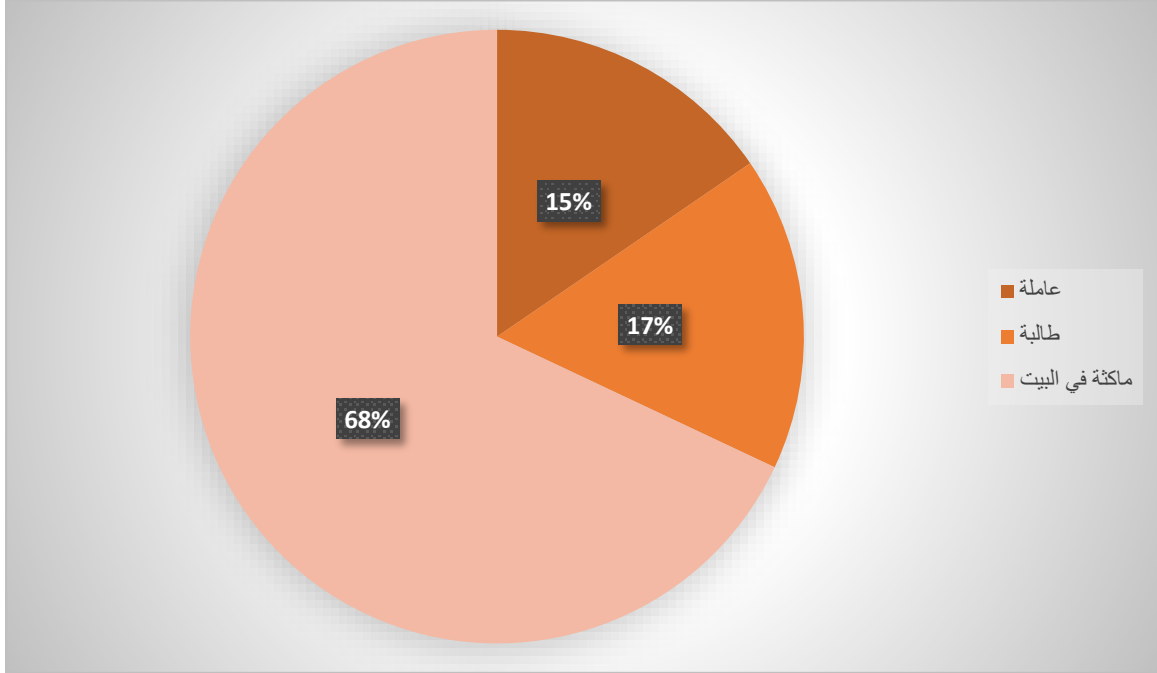
من خلال الجدول رقم 02 إذا انا هناك مؤهلا عملية مختلفة قد جاءت في مقدمتها جامعية بنسبة 82% ثم بعدها مؤهلا ثانوية بنسبة 16%، ثم تليها متوسطة بنسبة 2%، وهذا ما يؤكد ان المرأة الجامعية ذات مستوى ثقافي أكثر من غيرها وان المستوى الثانوي كونه اقل راجع الى الظروف الاجتماعية والمشاكل الاسرية او رفض العائلة لمبدأ تعليم الفتاة

3. توزيع افراد العينة حسب الوضعية المهنية

الجدول رقم 03: يوضح النسب المئوية والتكرارات حسب الوضعية المهنية:

النسبة %	التكرار	الوضعية المهنية
17%	15	طالبة
15%	14	عاملة
68%	21	ماكثة في البيت
100%	50	المجموع

دائرة رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية:



من خلال الجدول رقم 03 يتضح لنا ان اغلب المبحوثات ماكنات في البيت النسبة الأكثر بنسبة 68%، وتليها الطالبات بنسبة 17%، وكانت اقل نسبة هي المرأة العاملة 15%

ومنه نستنتج ان أعلى نسبة هي المرأة الماكنة في البيت كونها هي الأكثر استفادة من الفيسبوك لان لديها الوقت للاطلاع على كل ما هو جديد من هذا العالم الافتراضي والذي فتح لها بابا لكثير من الأفكار والطرائق والوصفات والأناقة والجمال.

المحور الأول: كيفية استخدام الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة الجزائرية

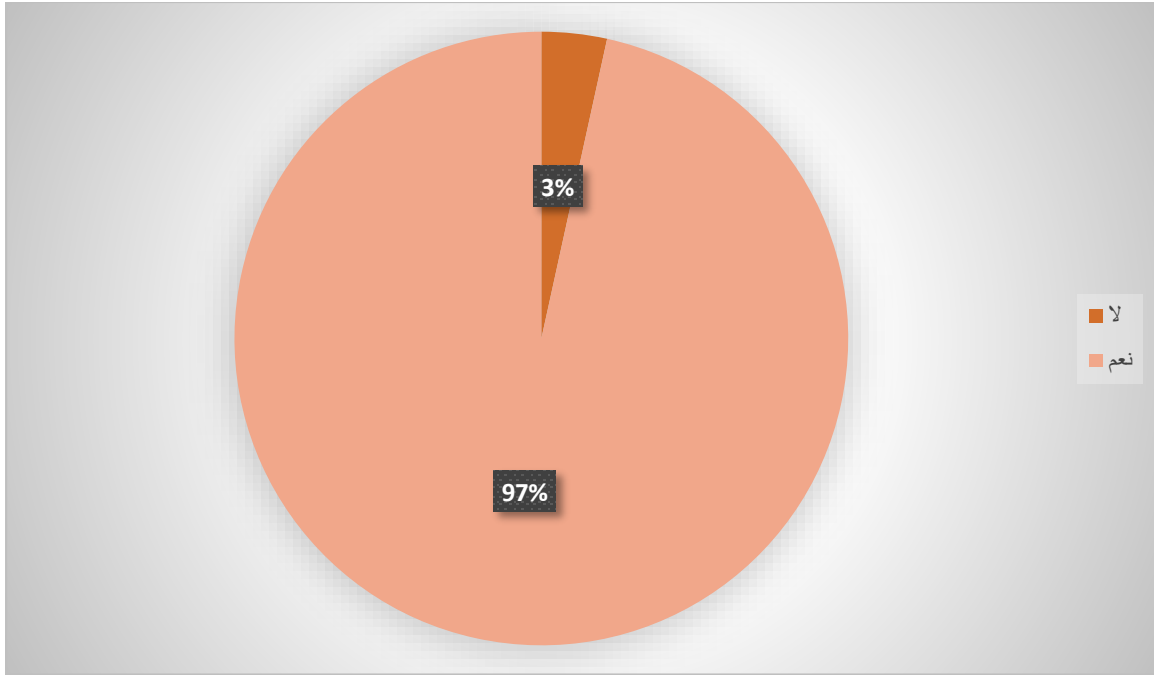
1) توزيع افراد العينة حسب استخدم الفيسبوك بطريقة منظمة لتحقيق مشروع تجاري



الجدول رقم 01 يوضح استخدام الفيسبوك بطريقة منظمة أم لا

المتغير	تكرار	نسبة %
نعم	45	97%
لا	5	3%
مجموع	50	100%

دائرة رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفيسبوك بطريقة منظمة

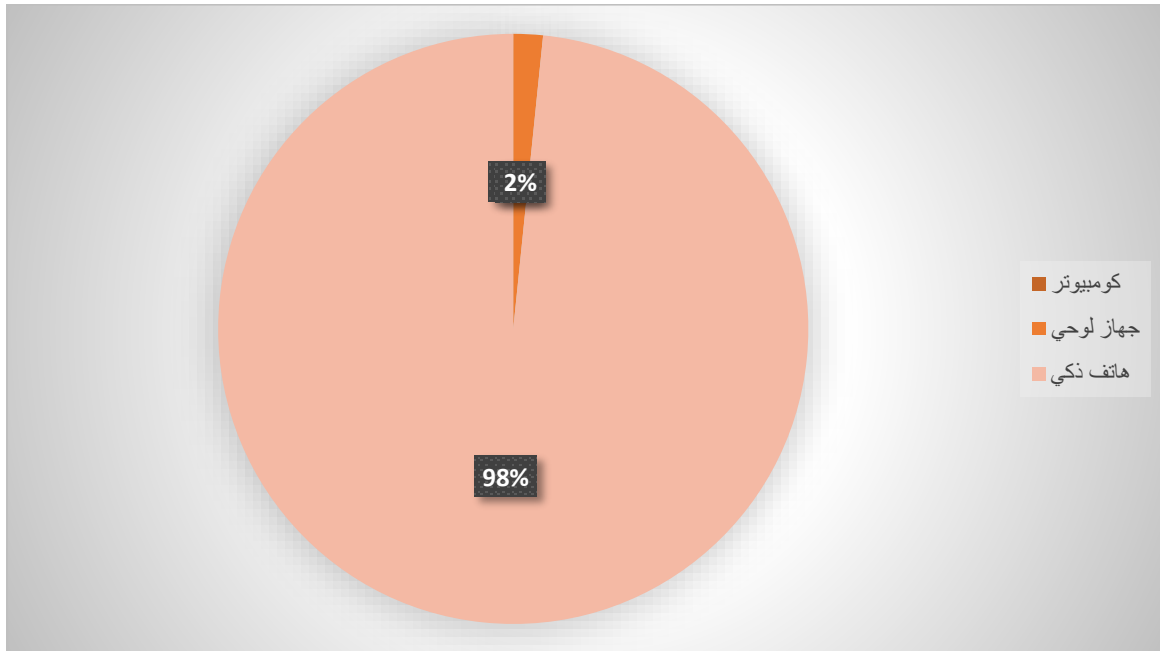


من خلال الجدول رقم 01 يتضح لنا أن " نعم " هي أكثر نسبة وذلك بنسبة 97% مقارنة بنسبة " لا " التي كانت بنسبة اقل وهي 3% وذلك لان اغلبية الباحثين كان استخدامهم لموقع الفيسبوك بطريقة منظمة وذلك لجلب المتابعين ووصوله لعدد أكبر من مستخدمي الفيسبوك

الجدول رقم 02 يوضح الوسيلة المستخدمة في تحقيق المشروع التجاري

الوسيلة	التكرار	النسبة
الهاتف الذكي	49	98%
جهاز لوحي	1	2%
كومبيوتر	0	0%
المجموع	50	100%

دائرة رقم 02: يبين الوسيلة المستخدمة في تحقيق المشروع



من خلال المعطيات الإحصائيات لنوعية الجهاز المتصفح به من قبل المرءة نجد ان اغلب المبحوثات يتصفحن موقع الفيسبوك بواسطة الهاتف الذكي بنسبة 98%، لتليها نسبة الجهاز اللوحي بنسب 2%

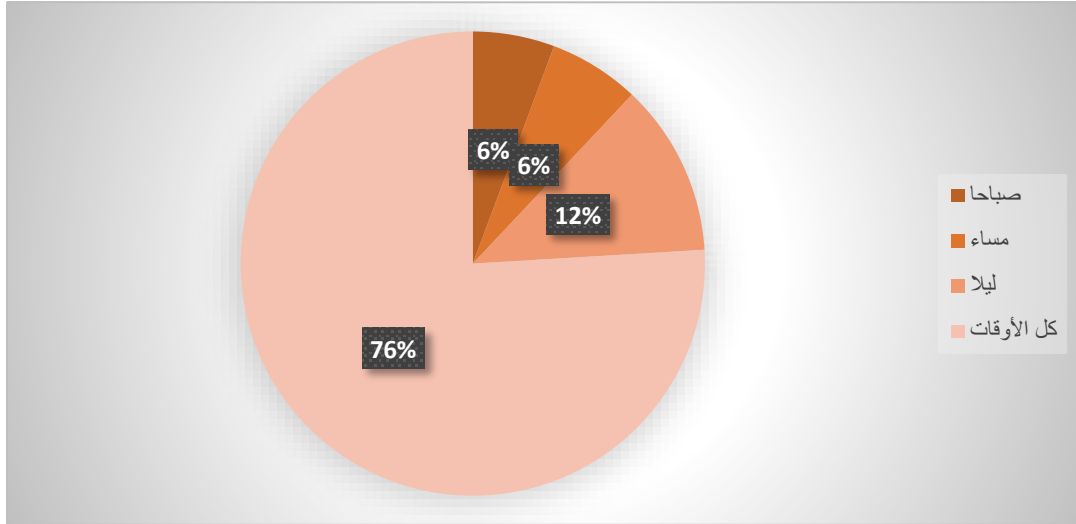
## الاطار التطبيقي

يتضح لنا مم سبق ان المرأة الجزائرية تستخدم الهاتف الذكي كونها الوسيلة السهلة من حيث الاستعمال وسهل في النقل وذلك لصغر حجمه ويحمل ميزة الجيل الثالث والرابع وهذا ما دفع المرأة الجزائرية لاستخدامه

الجدول رقم 03: يوضح الأوقات التي تكون فيها متابعة أكبر للمنشورات عبر موقع الفيسبوك

الانسيبة %	تكرار	الاقوات
6%	8	صباحا
6%	8	مساء
12%	15	ليلا
76%	19	كل الاوقات
100%	50	مجموع

دائرة رقم 03: يبين الأوقات التي تكون فيها متابعة أكبر للمنشورات عبر موقع الفيسبوك

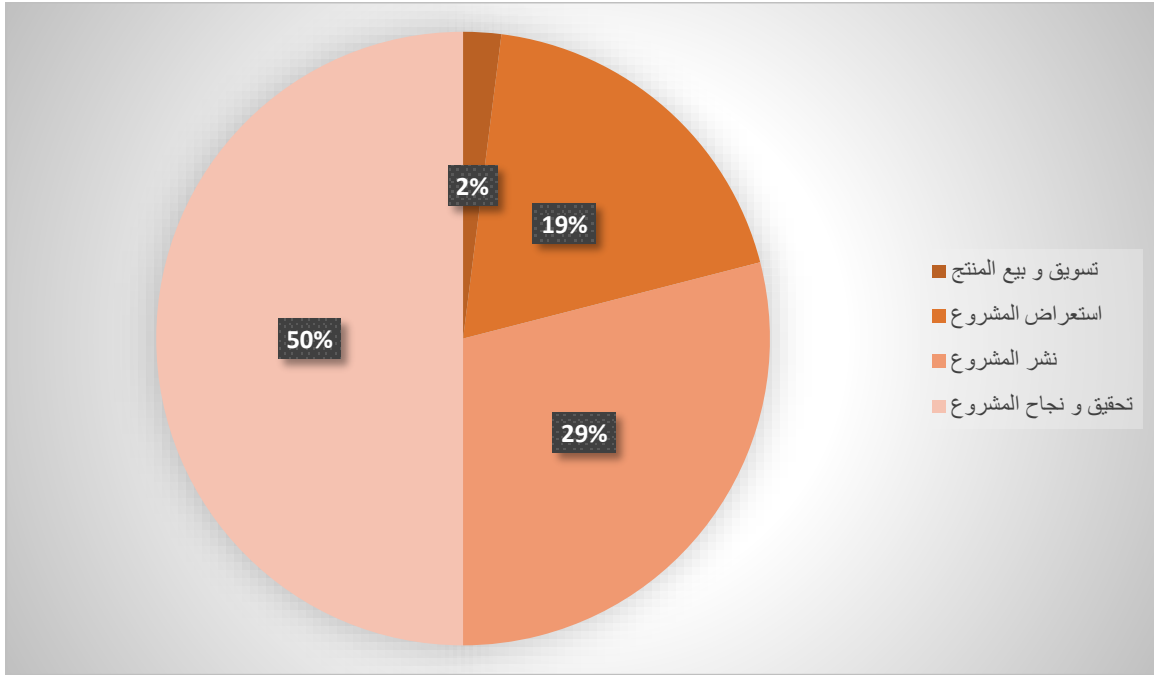


من خلال البيانات الإحصائية أعلاه نلاحظ أن أغلب المبحوثات يتلقين متابعة لمنشوراتهم عبر موقع الفيسبوك كل الأوقات بنسبة 78%، تليها نسبة ليلا 12%، أما نسبة 6% للمبحوثات اللواتي يتلقين متابعة لمشروعهم مساء وصباحا ويرجع هذا التفاوت الى الدور الذي يلعبه الفيسبوك كونه يسيطر على كافة أوقات لمستخدمين لذلك أصبحت المتابعة في كل الأوقات وهذه أحد أكبر ميزات مواقع التواصل وخاصة الفيسبوك.

الجدول رقم 04: يوضح استخدامات موقع الفيسبوك

استخدامات الفيسبوك	تكرار	نسبة
نشر المشروع	17	29%
استعراض المشروع	11	19%
تحقيق ونجاح المشروع	21	50%
تسويق المنتج	1	2%
<b>مجموع</b>	<b>50%</b>	<b>100%</b>

دائرة رقم 04: تبين استخدامات موقع الفيسبوك



من خلال البيانات الإحصائية الموضحة أعلاه يبين لنا أن أغلب الباحثين تقبلن على موقع الفيسبوك لهدف تحقيق ونجاح المشروع بنسبة 50% تليها الأقل أهمية بهدف نشر المشروع بنسبة 29% وكذا النسبة الأقل استعراض المشروع بنسبة 19% واما اقل نسبة هي تسويق وبيع المنتج بنسبة 2%

يتضح ان اغلبية المبحوثات يستخدمن الفيسبوك بغرض تحقيق ونجاح المشروع فالهدف الاساسي لها هي نجاح عملها عبر الفيسبوك فهو أحد اهم العوامل الأساسية لتحقيق فكرتها المرغوبة.

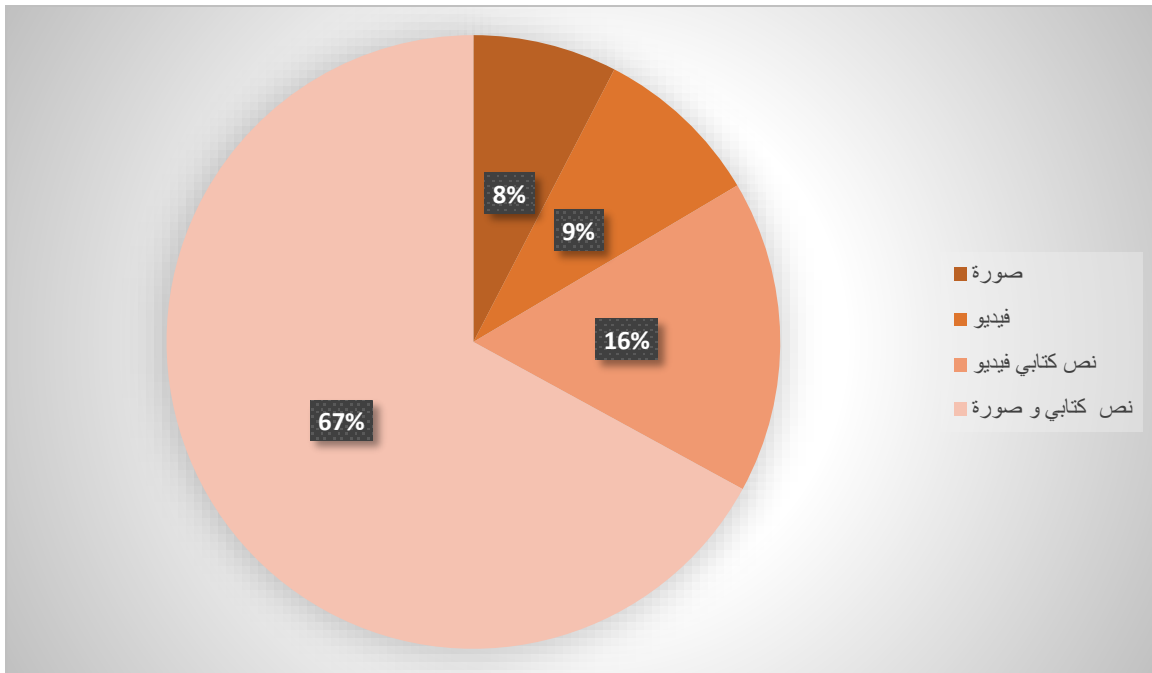
**المحور الثاني: دوافع استخدام المرأة الجزائرية لموقع فيسبوك في تحقيق مشاريعها التجارية:**

1) توزيع افراد العينة حسب دوافع استخدام المرأة الجزائرية لموقع فيسبوك في تحقيق مشاريعها التجارية:

الجدول رقم 03: يوضح طريقة النشر عبر موقع الفيسبوك

طريقة النشر	التكرار	النسبة %
صورة	6	8%
نص كتابي وصورة	24	67%
نص كتابي وفيديو	13	16%
المجموع	50	100%

دائرة رقم 02: يبين طريقة النشر عبر موقع الفيسبوك



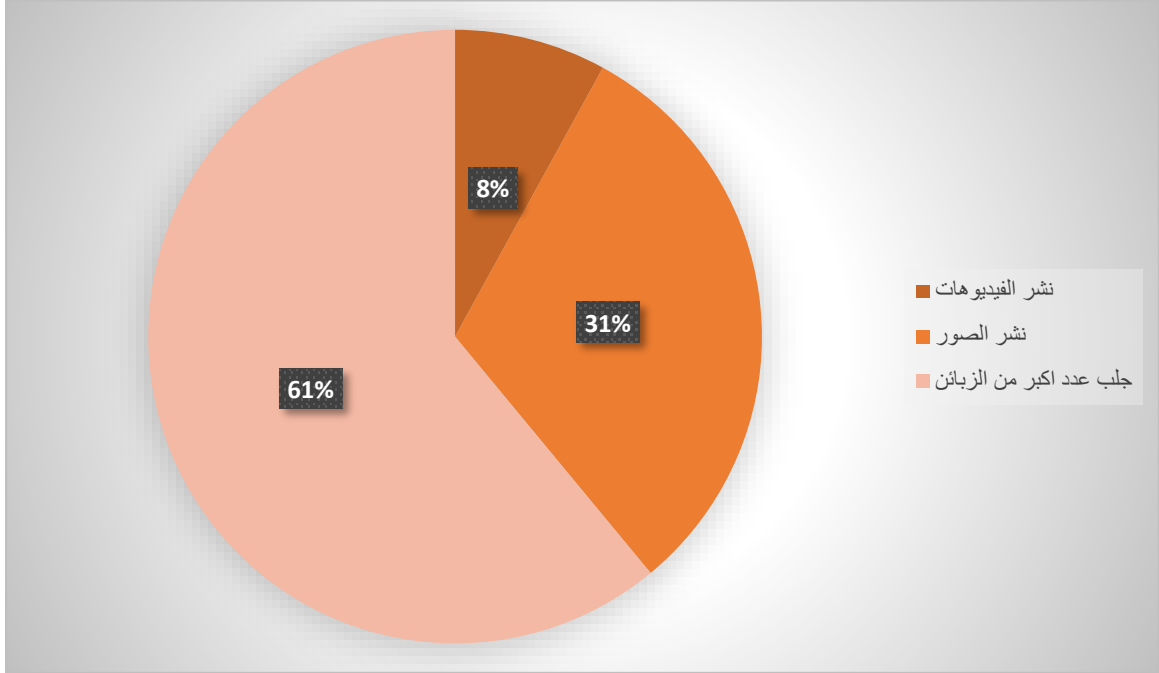
من خلال الجدول أعلاه يتبين ان اغلبية المبحوثات يستخدمن الفيسبوك لعرض مشروعاتهن التجاري بالنشر عن طريق نص كتابي وصورة وذلك بنسبة %67، تليها نص كتابي وفيديو بنسبة %16 والنسبة الأقل منها كانت الفيديو بنسبة %9، والنسبة الأدنى كانت الصورة %8

يتضح مما سبق ان أغلبية المبحوثات يستخدمن موقع الفيسبوك بالنشر عن طريق نص كتابي وصورة وذلك للفت المتابعين عن طريق كلمات تجلب الانتباه ووضع صور لجذب الآراء كون الصورة والنص الكتابي يرافقان بعضهم فإن انفصلت احدهما انعدمت تفاعلهم كما هو موضح في الجدول

الجدول رقم 02: تفضيل موقع الفيسبوك على كافة المواقع

المتغير	التكرار	النسبة
جلب عدد أكبر من الزبائن	33	61%
نشر الصور	15	31%
نشر الفيديوهات	2	8%
<b>مجموع</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

دائرة رقم 02: يبين تفضيل الفيسبوك على كافة المواقع



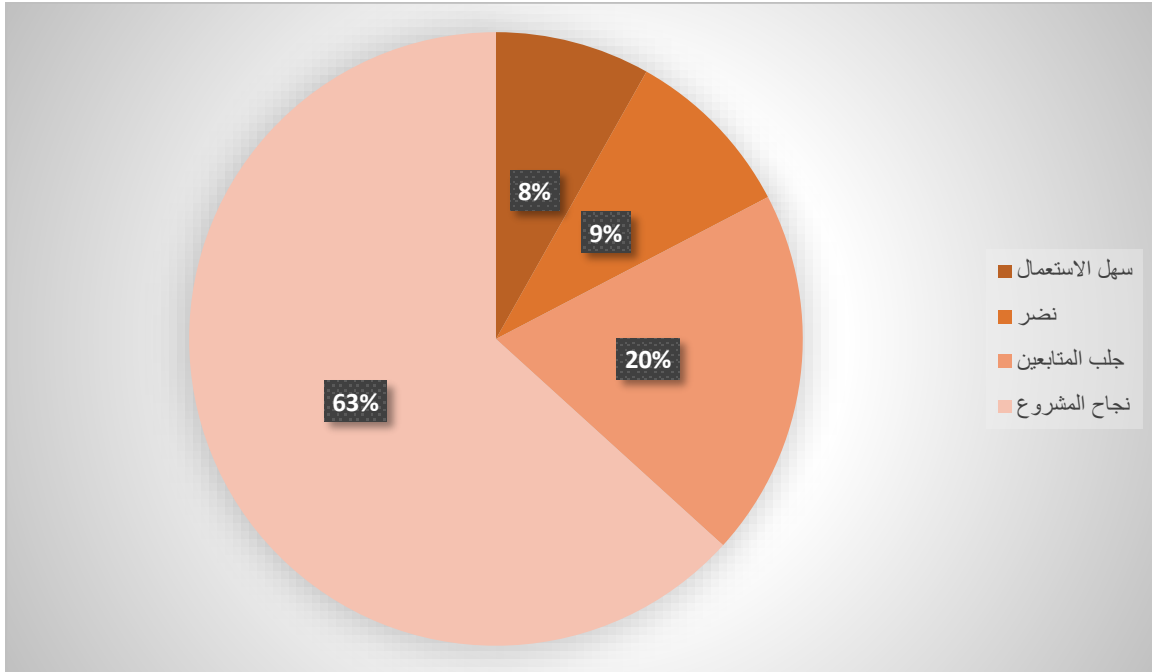
يشير بيانات الجدول رقم 02 أن أغلبية المبحوثات يفضلن موقع الفيسبوك لأنه يجلب عدد أكبر من الزبائن وذلك بنسبة 61% لتتخفف النسبة لتصل ل 31% للمبحوثات، اللواتي يفضلن نشر الصور، وتليها النسبة الأقل تماما بنسبة 8% لنشر الفيديوهات يتضح مما سبق أن المرأة الجزائرية تفضل موقع الفيسبوك لأنه يجلب عدد أكبر من الزبائن والمتابعين ووصول فكرتها لأكثر عدد ممكن، مقارنة بالنسبة الأقل التي هي نشر الفيديوهات الذي هو يجمع بين مكونين صوت وصورة وذلك لجلبه للانتباه.



الجدول رقم 03: دوافع استخدام الفيسبوك

دوافع	تكرار	نسبة %
نشر	8	9%
سهل الاستعمال	7	8%
جلب المتابعين	10	20%
نجاح المشروع	20	63%
مجموع	50	100%

دائرة رقم 03: تبين دوافع استخدام موقع الفيسبوك



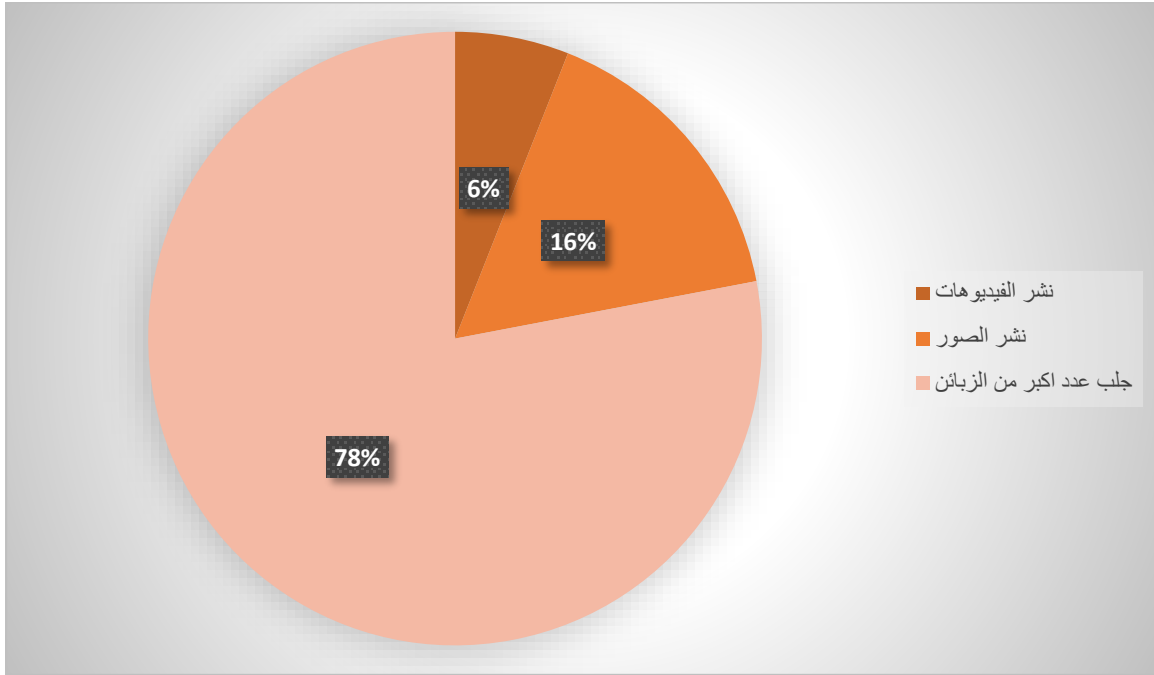
يتمثل في الجدول أعلاه أن المبحوثات يستخدمن الفيسبوك بدافع نجاح مشروعها بنسبة 63%، وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك بدافع جلب متابعين

بنسبة 20%، ثم نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك للنشر بنسبة 9% وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن الفيسبوك لأنه سهل الاستعمال بنسبة 8%. يتضح مما سبق أن المرأة الجزائرية تستخدم الفيسبوك بدافع نجاح مشروعها وهذا هو الغرض الأول والأساسي لاستخدامها موقع الفيسبوك لتحقيق مشروعها، واما بالنسبة لجلب المتابعين فهو لوصول فكرة مشروعها ونجاحه.

### جدول رقم 04: مزايا موقع الفيسبوك لتحقيق مشروع تجاري

مزايا	تكرار	نسبة%
نشر الصور	13	16%
نشر الفيديوهات	2	6%
جلب عدد أكبر من الزبائن	35	78%
<b>مجموع</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

دائرة رقم 04: مزايا موقع الفيسبوك لتحقيق مشروع تجاري



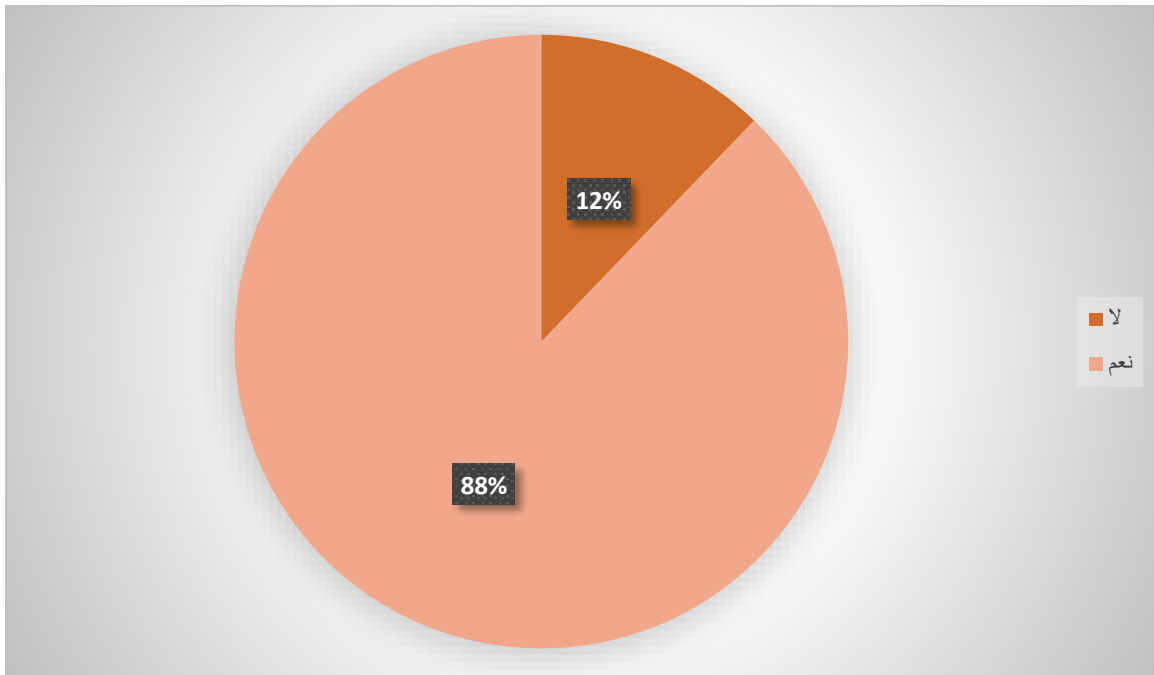
من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أكبر ميزة للمبحوثات هي جلب عدد أكبر من الزبائن بنسبة 78%، وتليها نشر الصور بنسبة 16%، وأقل نسبة هي نشر الفيديوهات بنسبة 6%

و نستنتج مما سبق ان اعلى نسبة كانت لجلب عدد اكبر من الزبائن و ذلك راجع لزيادة التفاعل مع العملاء المستهدفين و زيادة المشاهدات من ناحيتهم حيث الاعجابات و التعليقات على المنشور لها فائدة مهما للغاية حيث كلما زاد التفاعل مع العملاء زادت قوة العلاقة بينها و بين مشروعها التجاري و ما تقدمها من خدمات و هذا ما يؤدي الى نجاح و تحقيق المراد ترويجه عبر الفيسبوك

جدول رقم 05: اهتمام بصفحات المشابهة لصفحتك

اهتمامات	تكرار	نسبة
نعم	44	12%
لا	6	88%
المجموع	50	100%

دائرة رقم 05: اهتمام بصفحات المشابهة لصفحتك



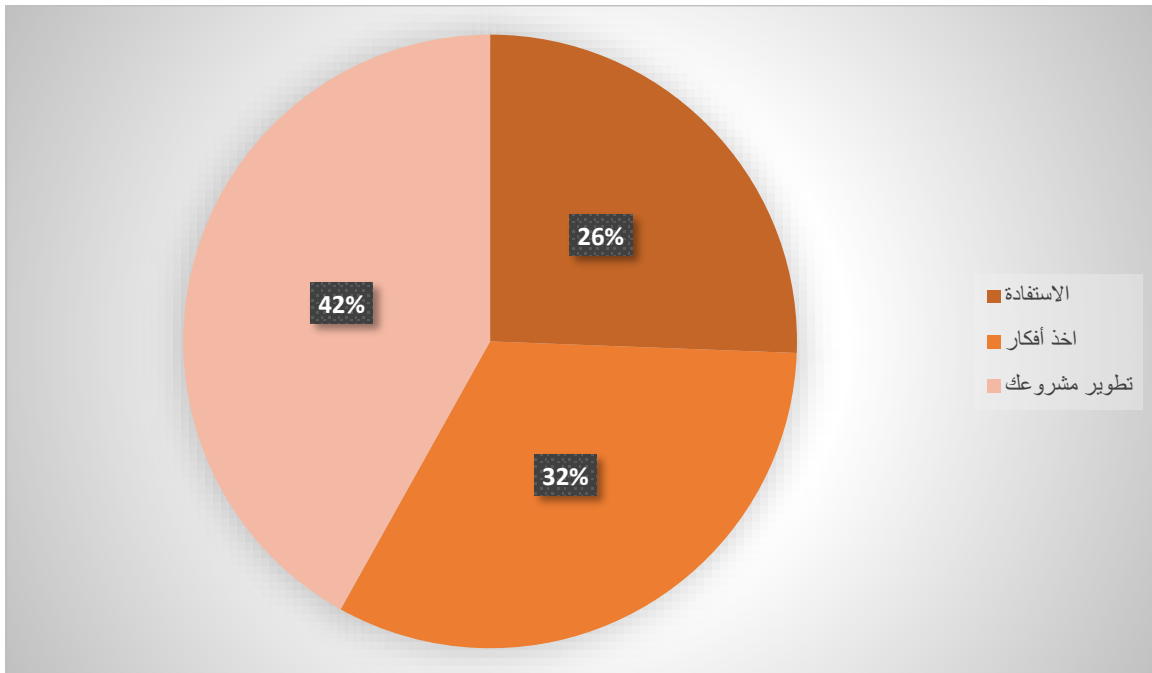
من خلال الجدول رقم 05 نجد اننا اغلب المبحوثات يبدوا اهتمام بصفحات المشابهة لصفحاتهم وذلك من خلال اجابتهم ب نعم بنسبة 12%، اما النسبة الأقل للذين لا يهتمون بصفحات المشابهة بنسبة 88%

يتضح لنا من خلال الإجابات ان المبحوثات يهتمون بصفحات المشابهة لصفحاتهم وذلك للاستفادة من خلال الأفكار مشابهة وجديدة لها لتطوير وتحسين مشروعها وهذه فائدة مهمة للغاية لتحقيق المزيد من ابتكارات ونجاحات أكبر لمشروعها.

**جدول رقم 06: دوافع اهتمامك بصفحات المشابهة لصفحتك**

دوافع	تكرار	نسبة %
تطوير مشروعك	24	42%
الاستفادة	11	26%
اخذ افكار	15	32%
مجموع	50	100%

**دائرة رقم 06: دوافع اهتمامك بصفحات المشابهة لصفحتك**



من خلال الجدول رقم 06 يتبين لنا ان أكبر نسبة لاهتمام المبحوثات بصفحات المشابهة لصفحاتهم بدافع تطوير المشروع وذلك بنسبة 42% وتليها دافع اخذ أفكار بنسبة 32% وكانت النسبة الأقل هي بدافع الاستفادة وذلك بنسبة 26%

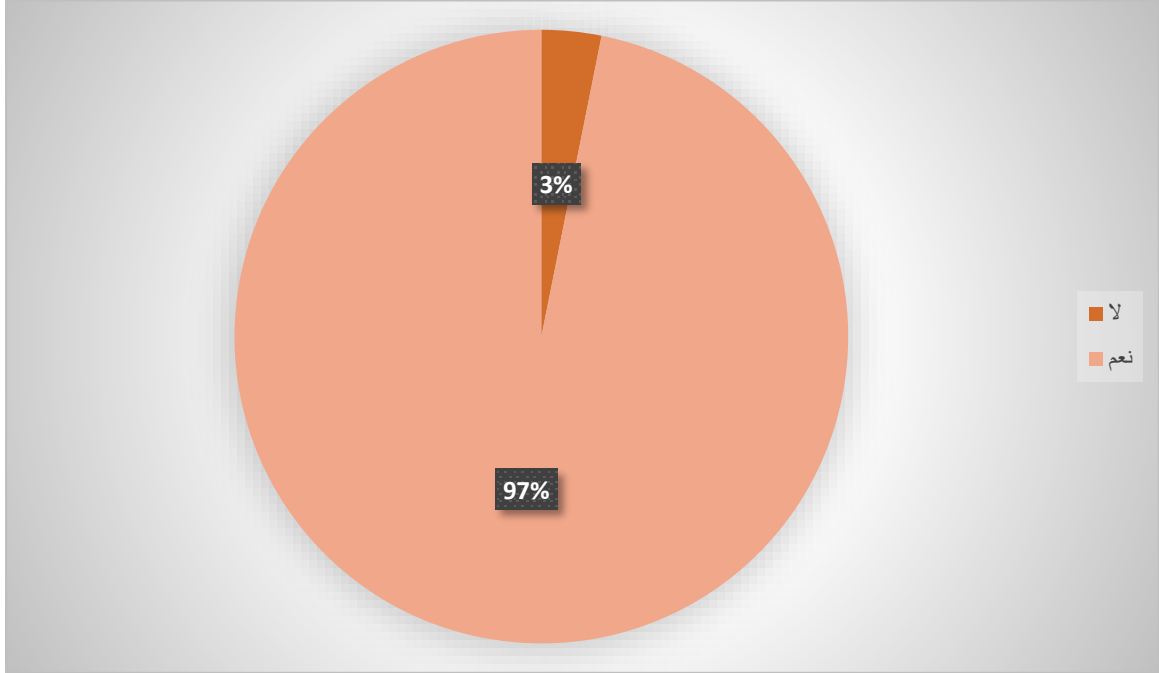
يتضح لنا مما سبق ان المرأة تستخدم الفيسبوك بدافع تطوير مشروعها وذلك هو هدفها الأول في الفيسبوك وهذا ما تم عرضه في نظرية الاستخدامات والاشباعات فهيا تحتاج الفيسبوك لتلبية حاجتها والتي تكمن في تطوير مشروعها

### المحور الثالث: الاشباعات المحققة للمرأة الجزائرية لاستخدامها لموقع فيسبوك

#### جدول رقم 01: تلبية الفيسبوك لاحتياجاتك في تحقيق مشروع تجاري

تلبية الاحتياجات	تكرار	نسبة %
نعم	45	97%
لا	5	3%
مجموع	50	100%

دائرة رقم 01: تلبية الفيسبوك لاحتياجاتك في تحقيق مشروع تجاري



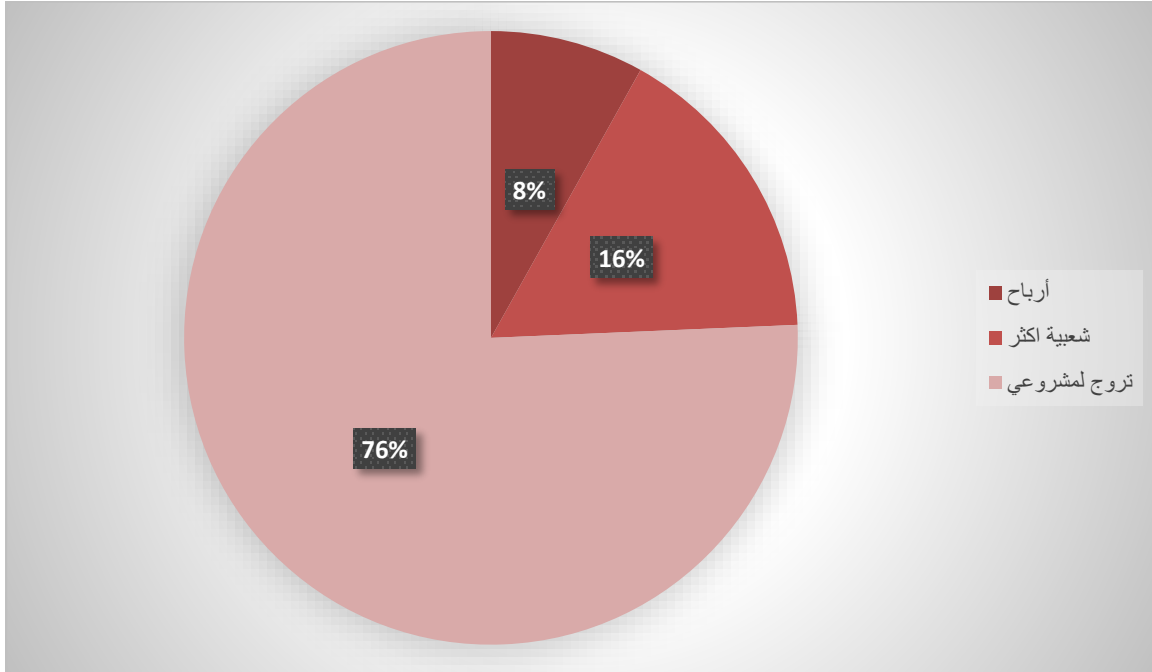
من خلال الجدول رقم 01 نجد ان النسبة الاعلى كانت في ان الفيسبوك يلبي احتياجات المبحوثات وذلك بنسبة 97% وكانت نسبة لا هي النسبة الأقل بنسبة 3 %

يمكن تفسير هذه النسبة المتحصل عليها في كون ما يميز الفيسبوك انه يلبي احتياجات المرأة وذلك لأنه هو الوسيلة الالهة لعرض فكرتها والتي هي ضمن اهتماماتها وهو ما يدفع المرأة لاعتمادها عليه بدرجة رسمية لنجاح ووصول فكرة مشروعها

الجدول رقم 02: إضافات الفيسبوك لمشروع التجاري

اضافات	تكرار	نسبة %
ترويج اعمالي	28	8%
شعبية أكثر	15	16%
ارباح	7	76%
<b>مجموع</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

دائرة رقم 02: إضافات الفيسبوك لمشروع التجاري



يمثل الجدول أعلاه أن غالبية المبحوثات تستخدمن موقع الفيسبوك إضافة لترويج مشروعاتهن بنسبة 76%، بينما إضافة شعبية أكثر بنسبة 16%، وأدنى نسبة لكسب أرباح بنسبة 8%

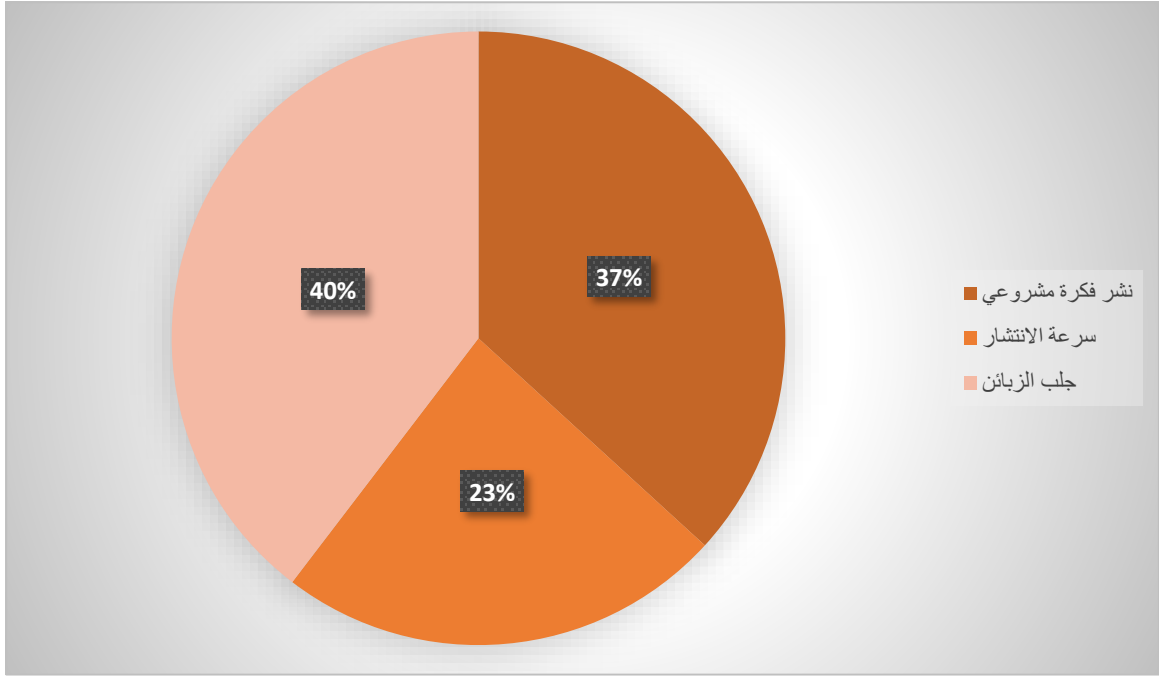


نستنتج من خلال الجدول الموضح أعلاه أن معظم المبحوثات أضاف لهن الفيسبوك ترويج وإشهار لمشروعهن لتنشيط التسويق و تسهيل عملية البيع و الشراء , فهي فضلت الفيسبوك و التسويق الالكتروني عن التقليد.

**الجدول رقم 03: الانعكاسات الإيجابية التي خلفها الفيسبوك على مشروعك التجاري**

الإيجابيات	تكرار	نسبة %
نشر فكرة المشروع	11	39%
جلب الزبائن	30	42%
سرعة الانتشار	9	19%
مجموع	50	100%

**دائرة رقم 03: الانعكاسات الإيجابية التي خلفها الفيسبوك على مشروعك التجاري**



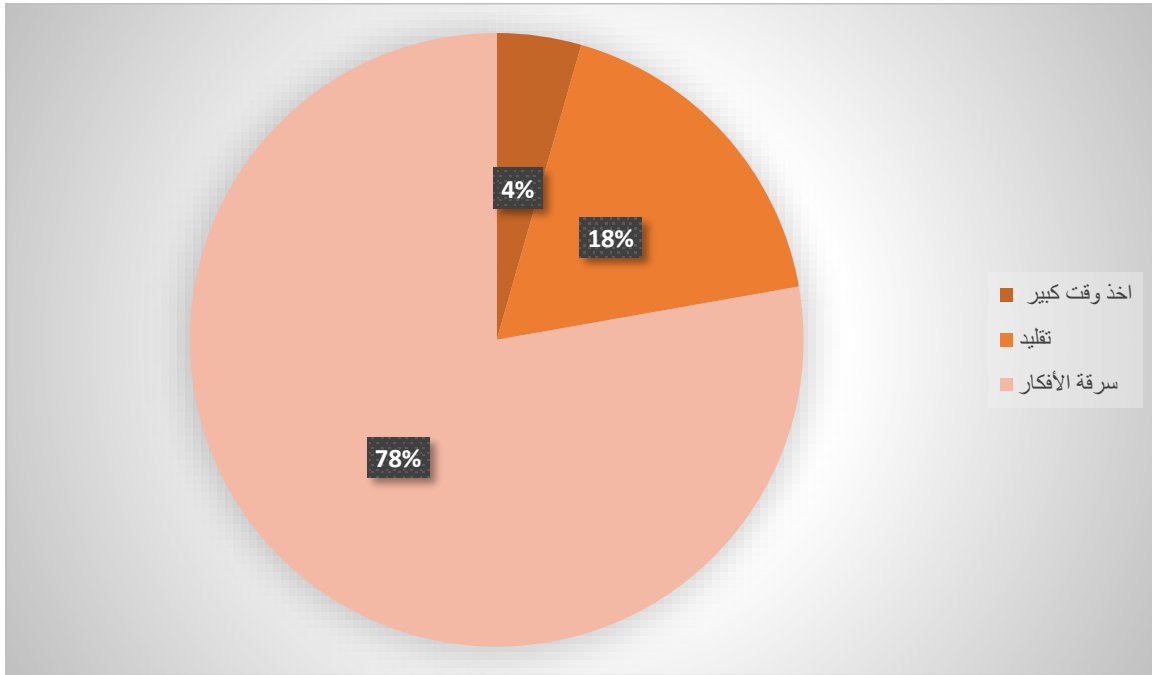
تشير بيانات الجدول أعلاه ان الانعكاسات الإيجابية التي خلفها الفيسبوك من وجهة نظر المبحوثات هي جلب الزبائن وذلك كان بنسبة 40% وبعدها كانت لنشر فكرة المشروع بنسبة 37% و اقل نسبة فكانت لسرعة الانتشار بنسبة 23%

يتضح لنا ان الانعكاسات الإيجابية التي خلفها للفاسبوك على المبحوثات هي جلب الزبائن فهي الغاية والهدف الأسمى ولان الفيسبوك نقطة مشتركة وفضاء يجمع فيه كافة الأشخاص فهذه الخاصية التي توجد فيه هي السبب الذي جعل أصحاب المشاريع يختارونه لوضع مشروعهم في الفيسبوك بالإضافة لسهولة وصول فكرة المشروع لنطاق أكبر

جدول رقم 04: الانعكاسات السلبية التي أثرت على مشروعك جراء استخدام موقع الفيسبوك

سلبيات	تكرار	نسبة
سرقة الأفكار	35	78%
اخذ وقت كبير	5	4%
تقليد	10	18%
مجموع	50	100

دائرة رقم 04: الانعكاسات السلبية التي أثرت على مشروعك جراء استخدام موقع الفيسبوك



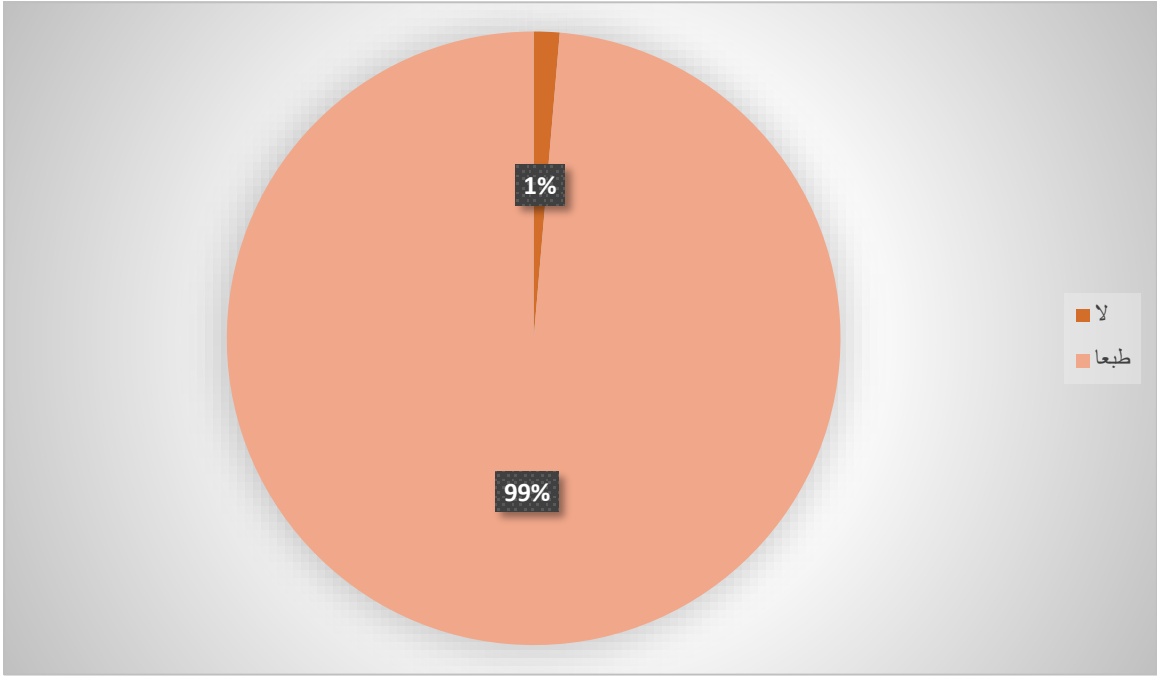
من خلال الجدول أعلاه نجد ان أكبر انعكاس سلبي التي تؤثر على مشروع التجاري للمرأة الجزائرية هي سرقة الأفكار وذلك بنسبة 78% وتليها انعكاس سلبي الذي هو التقليد بنسبة 18% واول نسبة كانت لأخذ وقت كبير بنسبة 4%.

ويتضح مما سبق ان الفيسبوك بالرغم من مساهمته الإيجابية الى انه سيبقى سلاح ذو حدين فهو يؤثر سلبيا على مشروع المرأة من ناحية سرقة فكرتها فنجد اصحاب المشاريع يبدعون في أفكار ومنتجات ويبدلون كافة الجهود والعمل عليه ليل ونهار وفي الأخير تسرق فكرتهم هنا يكون الانعكاس والتأثير السلبي للمشروع وعلى صاحبة المشروع خاصة.

**جدول رقم 05: اعتبار موقع الفيسبوك عامل وحافز لمشروعك**

متغير	تكرار	نسبة %
طبعاً	48	99%
لا	2	1%
مجموع	50	100%

**دائرة رقم 05: اعتبار موقع الفيسبوك عامل وحافز لمشروعك**



من خلال الجدول الموضع أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة للمبحوثات الذين أجابوا "طبعاً" على اعتبار موقع الفيسبوك عامل و حافز لمشروعهم و ذلك بنسبة 99% . و بنسبة 1% الذين أجابوا ب "لا".

نستنتج من ذلك كون الفيسبوك يمتلك تقنيات متطورة المتكونة من صوت و صورة و فيديو , التي تستطيع المرأة أن تجسد فكرتها بطريقة أبسط للمتابعين بالإضافة إلى اتاحته ترويج و اشهار فكرتها بإنشاء و تصميم صفحة خاصة بها , و التي يسمح بانتشارها لنطاق أوسع لزيادة شريحة المتابعين .

• استخلاص النتائج:

من عملية تفريغ البيانات تحصلنا على النتائج التي سنربطها بتساؤلاتنا المطروحة فبداية العمل، فمن خلال الاستمارة الموزعة على عينة الدراسة تحصلنا على نتائج أعطت جواب الموضوع البحث:

أوضحت لنا النتائج أن أغلب النساء الجزائريات (يستخدمن الفيسبوك بطريقة منظمة).

كشفت الدراسة أن الأغلبية الساحقة من النساء الجزائريات يستخدمن الفيسبوك بواسطة الهاتف الذكي.

أسفرت النتائج أن أفراد العينة يتلقين متابعة لمنشوراتهن عبر موقع الفيسبوك في كل الأوقات.

• كشفت الدراسة أيضا أن المبحوثات تقبلن على موقع الفيسبوك لهدف تحقيق و نجاح المشروع.

• بينت الدراسة أن أغلبية المبحوثات يستخدمن موقع الفيسبوك بالنشر عن طريق نص كتابي وصورة.

• كما أظهرت أن أغلبية المبحوثات يفضلن موقع الفيسبوك لأنه يجلب عدد أكبر من الزبائن.

• أكدت الدراسة على أن المبحوثات يستخدمن موقع الفيسبوك بدافع نجاح مشروعها .

• بينت الدراسة أن أكبر ميزة للفاسبوك من خلال وجهة المبحوثات هي جلب عدد أكبر من الزبائن.

- كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثات يبدو اهتمام بالصفحات المشابهة لصفحاتهن.
- كما أظهرت الدراسة أن المرأة تستخدم الفيسبوك بدافع تطوير مشروعها.
- أكدت الدراسة أن ما يميز الفيسبوك أنه يلبي احتياجات المرأة الجزائرية.
- أوضحت الدراسة أن معظم المبحوثات أضاف لهن الفيسبوك ترويج لمشروعهن.
- من بين الانعكاسات الإيجابية التي خلفها الفيسبوك على المبحوثات هي جلب الزبائن.
- و من بين الانعكاسات السلبية التي تؤثر على مشروع تجاري للمرأة الجزائرية هي سرقة الأفكار.
- و كذا بينت الدراسة أن الفيسبوك يعتبر عامل وحافز لمشروع المرأة الجزائرية .

### • عرض نتائج على ضوء تساؤلات الدراسة:

**التساؤل الأول :كيفية توظيف الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة الجزائرية؟**

من خلال النتائج العامة لدراسة فأنها اظهرت ان المرأة الجزائرية تستخدم الفيسبوك بطريقة منظمة وذلك بنسبة 89% وأنهن يتصفحن الفيسبوك بواسطة الهاتف الذكي بنسبة 98% وان الأوقات التي تكون فيها متابعة أكبر للمنشورات عبر موقع الفيسبوك هو كل الأوقات بنسبة 78% ، وأن المرأة الجزائرية تستخدم الفيسبوك من أجل نجاح وتحقيق مشروعها التجاري بنسبة 50%

## التساؤل الثاني: ما دافع استخدام المرأة الجزائرية لموقع فيسبوك في تحقيق مشروعها التجاري؟

من خلال النتائج العامة المتحصل عليها أوضحت الدراسة أن المرأة الجزائرية تنشر في الفيسبوك عن طريق نص كتابي و صورة بنسبة ، % 67 و أن المرأة فضلت موقع الفيسبوك عن كافة المواقع الأخرى بهدف جلب عدد أكبر من الزبائن كون أن الفيسبوك وسيلة جماهيرية يتميز بكثرة المتابعين وسهولة استعماله، و أن و استخدمته بدافع نجاح و تحقيق مشروعها ووصوله لنطاق أوسع بنسبة، % 63 ومن مزايا استخدام المرأة للفيسبوك لتحقيق مشروعها هو جلب عدد أكبر من الزبائن بنسبة ، % 78 وأن المرأة تهتم بالصفحات المشابهة لصفحتها لتطوير مشروعها بنسبة . % 42 .

## السؤال الثالث: ماهي الإشباعات المحققة للمرأة الجزائرية لاستخدامها موقع الفيسبوك؟

من خلال النتائج العامة المتحصل عليها نجد أن الفيسبوك يلبي احتياجات المبحوثات بنسبة % 97 ، وأن المبحوثات تستخدمن موقع الفيسبوك لترويج مشروعهن وذلك بنسبة % 76 ، ومن الانعكاسات الإيجابية التي خلفها الفيسبوك هي جلب الزبائن بنسبة % 40 ، أما الانعكاسات السلبية التي تؤثر على مشروع التجاري للمرأة الجزائرية هي سرقة الأفكار بنسبة % 78 ، ويعتبر موقع الفيسبوك عامل وحافز لمشروع المرأة الجزائرية بنسبة % 99 .



• عرض نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة:

بعد ان قمنا بإجراء الدراسة الميدانية حول 'توظيف الفيسبوك في المشروع التجاري لدى المرأة الجزائرية' واستنادا الى الدراسات السابقة التي تم الاعتماد عليها وفقا لما يخدم دراستنا هذه تم التوصل الى النتائج التالية:  
دراسة تياب خولة واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي:

نقاط التشابه:

توصلت دراستنا الى ان استخدام المبحوثات بصفة منظمة لموقع الفيسبوك في حين توصلت دراسة تياب خولة ان استخدام المبحوثات الدائم لموقع الفيسبوك

دراسة الثانية دراسة نورة حفناوي المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

نقاط الاختلاف :

توصلت دراستنا الى ان استخدام المبحوثات نص كتابي وفيديو في النشر عكس دراسة نورة حفناوي ان الصور أكثر استخداما في دراستها.

• التوصيات والاقتراحات:

- من خلال ما توصلنا اليه في دراستنا من نتائج نقترح مجموعة من التوصيات:
- يعتبر موقع الفيسبوك فضاء اعلاني تسعى اليه وتعتمده المرأة الجزائرية لتحقيق مشروعها وذلك لأنه يحظى بمزايا وخصائص وهذا من خلال عرض

الصور والفيديو ونصوص كتابية ويوصى بتكثيف الدراسات وتعمق أكثر في مثل هذه المواضيع

- العمل على وضع ضوابط لاستخدام موقع الفيسبوك وذلك لتقليل من السرقة هذه المشكلة التي تعاني منها المرءة الجزائرية في مشروعها عبر الفيسبوك
- تركيز الباحثين على القيام بدراسات في هذا المجال من عدة زوايا تتمثل في:
  - دوافع الحقيقية لاستخدام المرءة الجزائرية موقع الفيسبوك لتحقيق مشروعها التجاري
  - التركيز على الانعكاسات السلبية للفيسبوك التي تعاني منه المرءة الجزائرية في نجاح مشروعها
  - ضرورة سن قوانين وتشريعات ردية لسرقة أفكار الخاصة بالمشروع

### خلاصة:

وفي الأخير فقد عرضنا في هذا الفصل كل ما يتعلق بالدراسة الميدانية انطلاقا من عرض البيانات التي تم جمعها وتفسيرها واستخلاص النتائج العامة ونتائج الدراسة والتي بدورها تساهم ولو بجزء في الكشف عن بعض الحقائق.

الخاصة

أدى التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات الى تسارع انتاج وسائل اتصال حديثة ,سهلت عملية التواصل مع الأخر بتفاعلية أكبر , على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي هذه الأخيرة التي حظيت بشعبية كبيرة في أوساط الجمهور عامة و الجانب النسوي خاصة , بحيث كان لتلك المواقع تأثيرا مباشرا و غير مباشر على مشروع المرأة الجزائرية و خاصة موقع الفيسبوك , المعروف بسهولة استخدامه و بالعدد المرتفع من المستخدمين , و بالقدرة على نشر المعلومات عبر الصفحات بسرعة كبيرة , حيث يقوم بتجميع المعلومات و نشرها لتصل لنطاق أكبر من المشاهدين , و يمكن للمتابعين إعادة نشر المشاركات عبر شبكاتهم , أو التعليق المباشر على المشاركة أو الدخول في نقاشات مع مصدر المشاركة أو المتابعين الآخرين , مما ميز المرأة الجزائرية بتوظيف مشروعها عبر موقع الفيسبوك على كافة المواقع الأخرى , وأن غالبية النسوة تستخدم موقع الفيسبوك للتعرف على ثقافات جديدة , و متابعة الصفحات المشابهة لصفحاتهن , و الهدف الأكبر هو نجاح مشروعهن و الرغبة في تطوير المشروع أكثر و جلب متابعين أكثر , بالإضافة إلى اكتساب مهارات جديدة في تقنيات الصوت و الصورة و الفيديو التي يطيحها الموقع , مما سمح للمرأة ترويج فكرتها بالإضافة إلى إنشاء أدوات و صفحات لإدارة و تصميم الصفحة الخاصة بها , أدى كل هذا إلى إبراز ذاتها و انتشار فكرتها لمدى أوسع.

حيث أن التوصل لنتائج سمحت لنا بتكوين تصور بسيط عن كيفية توظيف الفيسبوك للمرأة الجزائرية في مشروعها التجاري , وأن أغلب الفتيات اخترنا موقع الفيسبوك على كافة المواقع الأخرى لسهولة استعماله مع توفره ميزة تحميل الصورة و الفيديو و مشاركتها مع الأصدقاء و العامة وهو من ضمن المواقع الأكثر انتشارا في العالم , فالمرأة الجزائرية استخدمته كوسيلة للإعلان و تسويق فكرتها التجارية , حيث يعتبر موقع الفيس بوك أحد الطرق الأكثر أهمية في الترويج و التسويق , كما تلجأ العديد من النسوة إلى استثمار الفيسبوك و استخدامه من خلال نشر مشروعها التجاري و الاطلاع على العديد من الصفحات المشابهة لها لتطوير فكرتها التجارية لنجاح مشروعها

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

- الكتب بالغة العربية:
- أبرش إبراهيم، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان. 2009 ,
- أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر. 2006 ,
- العزراوي رحيم يونس كرو، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار الدجلة، عمان. 2007 ,
- المزاهرة منال هلال، نظريات الاتصال، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان. 2012 ,
- المشاقبة بسام عبد الرحمان، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان. 2011 ,
- بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر. 2003 ,
- بوش ريم عدنان، صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام، دار أسامة، للنشر والتوزيع، عمان. 2015 ,

- حجاب محمد منير، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر. 2010،
- حامدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1991.
- رشدي عثمان، الريادة والعمل والتطوعي، ط1، دار راية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. 2012،
- شاکر نبیل عبد السلام، إعداد دراسة الجدوى وتقييم المشروعات، ط1، مكتبة عين الشمس، القاهرة، مصر. 1990،
- ساندرا ديفلر ميلفين وروكيتش، نظريات وسائل الإعلام، دار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة. 1991،
- زرواني رشيد، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، المطبعة الجهوية بقسنطينة، الجزائر، 2008.
- عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العمي القواعد ومراحل وتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة ونشر، عمان. 1990،
- عبد الحميد محمد، الاتصال واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب للنشر، القاهرة. 1998،
- محمود حمد إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط2، دار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة. 2003

- مقداي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان. 2010 ,
- مكاي حسن عماد، نظريات الإعلام، ط1، دار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة. 2008 ,

**مذكرات واطروحات:**

- عبيد عزيز 2013 ، أثر حجم العينة على الخصائص السيكوميتريية للأخبار، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم النفس، جامعة عبد الحميد بن باديس.
- نورة حفناوي 2014 ، المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهدي.
- مبروكة جديرة وآخرون 2012 ، دور الشبكات الاجتماعية في التواصل لدى الشباب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الليسانس، جامعة قاصدي مباح ورقلة.



فهرس الجداول.....	الجدول :
الجدول.....	الصفحة
الجدول رقم : ( 01) يوضح النسب المئوية و التكرارات حسب السن .....	
الجدول رقم : (02) يبين النسب المئوية حسب المستوى التعليمي .....	
الجدول رقم : ( 03) يوضح النسب المئوية و التكرارات حسب الوضعية المهنية ...	
الجدول رقم : (04) يوضح استخدام الفيسبوك بطريقة منظمة أم لا .....	
الجدول رقم : (05) يوضح الوسيلة المستخدمة في تحقيق المشروع التجاري ....	
الجدول رقم : (06) يوضح الأوقات التي تكون فيها متابعة أكبر للمنشورات .....	
الجدول رقم : (07) يوضح استخدامات موقع الفيسبوك .....	
الجدول رقم : (08) يوضح طريقة النشر عبر موقع الفيسبوك .....	
الجدول رقم : (09) يبين تفضيل موقع الفيسبوك عبر كافة المواقع .....	
الجدول رقم : (10) يوضح دوافع استخدام موقع الفيسبوك .....	
الجدول رقم : (11) يبين مزايا موقع الفيسبوك لتحقيق المشروع التجاري .....	
الجدول رقم : (12) يبين الإهتمام بصفات المشابهة .....	
الجدول رقم : (13) دوافع الاهتمام بالصفحات المشابهة .....	
الجدول رقم : (14) يبين تلبية الفيسبوك لإحتياجات في تحقيق المشروع .....	
الجدول رقم : (15) يبين إضافات الفيسبوك للمشروع التجاري .....	
الجدول رقم : (16) يوضح الإنعكسات الإيجابية التي خلفها الفيسبوك .....	
الجدول رقم : (17) يوضح الإنعكسات السلبية التي أثرت على المشروع .....	
الجدول رقم : (19) يبين اعتبار موقع الفيسبوك عامل و حافز للمشروع ...	

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة معلومات حول الموضوع:

ملاحظة:نحن في صدد تحضير لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال جماهيري  
ووسائط الجديدة بعنوان " توظيف الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية لدى المرأة  
الجزائرية " دراسة ميدانية على عينة لذلك نضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تتكون  
من مجموعة من الأسئلة، ونطلب من سيادتكم المحترمة التعاون معنا بالإجابة عليها  
بكل موضوعية ' وذلك بوضع علامة ((X في الخانة المناسبة، ونحيطكم علما أن  
هذه الإجابات هي لغرض البحث العلمي فقط وهي تتسم بالسرية التامة.

إشراف الأستاذة:

من اعداد الطالبات

تومي فضيلة

-كافي ليليا \_

\_بن ليفة فردوس

البيانات الشخصية:

السن:

من 37-50

من 26-36

من 20-25

المستوى التعليمي:

ثانوي

متوسط

ابتدائي

جامعي

الحالة الاجتماعية :

أرملة

مطلقة

متزوجة

عازبة

الوضعية المهنية:

مأكثة في البيت

عاملة

طالب

المحور الاول :كيفية استخدام الفيسبوك في تحقيق المشاريع التجارية

لدى المرأة الجزائرية:

• هل استخدامك للفاسبوك يكون بطريقة منظمة؟ نعم لا

• ماهي الوسيلة التي تستخدمها في تحقيق مشروعك:

هاتف ذكي

جهاز لوحي

كمبيوتر

• اثناء استخدامك لموقع الفيسبوك هل تقومين بالنشر عن طريق نص كتابي

وصورة؟

صورة نص كتابي فيديو فيديو

• ماهي الاوقات التي تتلقين فيها متابعة أكبر لمنشوراتك؟

صباحا مساءا كل الاوقات

ليلا

• تستخدمين الفيسبوك عادة من اجل؟

نشر مشروعك استعراض مشروعك تحقيق ونجاح

مشروعك

اخرى.....

## المحور الثاني: دوافع استخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك في

### تحقيق مشاريعها التجارية:

• ما لذي جعلك تفضلين موقع الفيسبوك عن كافة المواقع؟

.....

• ماهي دوافع استخدامك للفاسبوك؟

النشر      جلب متابعين      نجاح مشروعك      التفاعلية

سهل الاستعمال

دافع اخر.....

• ماهي مزايا موقع الفيسبوك المفضلة لتحقيق مشروعك؟

نشر الصور

نشر فيديوهات

جلب عدد أكثر من الزبائن

اخرى.....

. هل تهتمين بالصفحات المشابهة لصفحتك؟

نعملا

. إذا كانت اجابتك بنعم هل هذا بدافع؟

تطوير مشروعك

الاستفادة

اخذ افكار

المحور الثالث: الاشباعات المحققة للمرأة الجزائرية لاستخدامها لموقع الفيسبوك؟

. هل يلبي الفيسبوك احتياجاتك؟

لا

نعم

حسب رأيك ماذا أضاف موقع فايسبوك لمشروعك التجاري؟

.....

• كونك من مستخدمي الفيسبوك ماهي الانعكاسات الايجابية التي خلفها على

نجاح مشروعك؟

.....

• ما هي أهم الانعكاسات السلبية التي أثرت على فشل مشروعك جراء

استخدام موقع الفيسبوك؟

.....

• هل تعتبرين موقع الفيسبوك عامل وحافز لمشروعك؟

.....