

## تمكين المرأة الجزائرية لذاتها اجتماعياً واقتصادياً باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي : التحديات والإنجازات

دراسة ميدانية على عينة من حسابات العمل النسوية على موقع فيسبوك بولاية جيجل

### Empowerment of Algerian women socially and economically by using social media: challenges and achievements

A field study on a sample of feminist work accounts on Facebook in the state of Jijel

سامية قرابلي<sup>1</sup>

جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل (الجزائر)

samia.guerabli@univ-jijel.dz

تاريخ الوصول 2021/03/05 القبول 2021/05/21 النشر على الخط 2021/12/15

Received 05/03/2021 Accepted 21/05/2021 Published online 15/12/2021

#### ملخص:

تكمُنُ مشكلة الدراسة في محاولة معرفة واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في التمكين لذاتها اجتماعياً واقتصادياً، من خلال استبيان آراء عينة من 50 حساب عمل نسوي بولاية جيجل تُستخدم في الترويج لبعض الأعمال والحرف اليدوية بغرض الكسب المادي. وقد توصلت الدراسة إلى أنّ امتلاك المهبة والرغبة في إثبات الذات وتشجيع الأهل والأصدقاء إضافة إلى انتشار هذا النوع من النشاط على فيسبوك والسعي لتحسين الظروف المادية تُعدّ أبرز الدوافع التي حفزت المبحوثات على خوض هذه التجربة، وأنّه على رغم ما يعترضهنّ من عوائق ومشكلات تزدادُ بفعل هذا النشاط ثقتهنّ بأنفسهنّ ويتمتعنّ باحترام وتقدير أفراد المجتمع، كما أهنّ نجنّ في تحقيق الاستقرار المادي الذي يسعين له، ويتجهنّ نحو توسيع مجال نشاطهنّ وتنسيق جهودهنّ لدعم المرأة الجيجلية ومساعدتها في الوعي باحتياجاتها وسبل إشباعها. كلمات مفتاحية: تمكين المرأة، التمكين الاجتماعي، التمكين الاقتصادي، مواقع التواصل الاجتماعي.

#### ABSTRACT:

The problem of the study lies in trying to find out the reality of Algerian women's use of social networking sites to empower themselves socially and economically, through a questionnaire of opinions of a sample of 50 feminist business accounts in the state of Jijel, which are used in promoting some handicrafts for the purpose of gain.

The study found that the possession of the talent and the desire to prove oneself and encourage family and friends in addition to the spread of this type of activity on Facebook and the pursuit of improving material conditions are the most important motives that motivated the respondents to go through this experience, and that despite the obstacles and difficulties they object to this They have confidence in themselves and enjoy the respect and appreciation of community members, as they have succeeded in achieving the material stability they seek, and they are heading towards expanding their field of activity and coordinating their efforts to support Jijel women and help them in awareness of their needs and ways to satisfy them.

**Keywords:** Women's Empowerment , Social empowerment, Economic empowerment, Social Media.

## 1 - مقدمة:

يُثيرُ موضوعُ تمكين المرأة عديدَ التساؤلاتِ بخصوصِ الدلالاتِ المفاهيمية له كمُصطلح والآليات المستخدمة لبلوغه كهدف، وإن كان الاتجاه العام ينظر إليه على أنه فُدرَة المرأة على التمتع بكافة حقوقها التي أقرتها لها الشرائع الدينية والتشريعات الإنسانية، فإن آليات تمكين المرأة في وقتنا الحاضر تتجه لتصبح أكثر ارتباطاً بالمرأة بحد ذاتها أكثر من المجتمع، بمعنى أن المرأة تندفع تدريجياً للتخلص من تبعيتها وارتكاز نشاطها وتقدمها بالفرص الضئيلة التي يمنحها لها المجتمع، وتجهد لتتحرر من عبء الأعباء الاجتماعية والأوضاع الاقتصادية والأزمات السياسية التي ظلت مشحوناً لتعليق محدودية نجاح السياسات والاستراتيجيات المنتهجة لإشراكها في برامج التنمية الاجتماعية المستدامة، مستفيدةً من كافة الإمكانيات التي تُتيح لها ذلك والتي تتقدمها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

لقد عاينت المرأة الجزائرية كمنظيراتها من مجتمعات عربية شقيقة ما أفرزته تطبيقات الإعلام الجديد من تنوع في طرق التواصل الإنساني وثرأ في فرص التفاعل الاجتماعي، كما تفتنت إلى عمق ما يمكنها أن تُحدثه من تحولات على مستوى المفاهيم المرتبطة بها والأدوار الجندرية لها في المجتمع، ووجدت فيها بعضاً من المزايا التي أتاحت لها التعبير عن ذاتها الاجتماعية وفرض وجودها والتأثير بشكل غير مسبوق فيما ومن حولها، فبادرت -بوصفها مكوّناً هاماً في البناء الاجتماعي وعنصراً مؤثراً وفعالاً في جهود التنمية الإنسانية- إلى خلق فضاءاتها الخاصة التي تترجى من خلالها تعديل الصور النمطية التي ترسخت في المخيال الاجتماعي عنها، والتي كانت سلبية الاتجاه في غالبيتها.

ويعضد ذلك ما أفرزته الملاحظات وأكدته نتائج الدراسات من تغير واضح في اتجاهات استخدام المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي، تزامن مع مظاهر الحراك السياسي والاجتماعي الذي عرفته عديد البلدان العربية مطلع العقد الثاني من القرن الواحد والعشرين، حيث شكّل الفيسبوك واليوتيوب وتويتر وأنستغرام وغيرها أداة متاحة غير مكلفة ولا مخصصة؛ يمكن للمرأة -على اختلاف سماتها العمرية والاجتماعية ومستوياتها التعليمية والثقافية وانتماءاتها العرقية والسياسية- استخدامها في التمكين لذاتها معرفياً واجتماعياً واقتصادياً وسياسياً، ولم يعد استخدامها لها قاصراً على إشباع الحاجة للتسلية وإقامة علاقات الصداقة وقضاء الوقت والتنفيس، بل اتجه في طريق النضج نحو الإسهام في تعزيز مقدراتها على ربط علاقات خارج الأطر التقليدية والتسويق الافتراضي لأفكارها، والبحث عن المعارف والخبرات التي تُسهم في تنمية مواهبها وتطوير مهاراتها وخلق فرص عمل لها ولبنات جنسها. وتطور ليصبح واجهة تعكس جهوداً حثيثة للمطالبة والسعي لتغيير الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للمرأة في المجتمعات العربية في إطار التشبيك الافتراضي بين الناشطات في مجال رعاية حقوق المرأة محلياً أو عربياً وحتى عالمياً.

لقد أضحت استخدام المرأة الجزائرية مواقع التواصل الاجتماعي للتمكين لذاتها اجتماعياً واقتصادياً -من خلال استعانتها به في الترويج لأعمالها بغرض الكسب المادي - ظاهرة اجتماعية تستمر في الانتشار بصورة تستثير فضول الباحثين والمتخصصين للكشف عن دوافعها ومظاهرها وانعكاساتها كتحجيرة لها إيجابياتها وسلبياتها على المستوى الفردي والمجتمعي، وفي هذا السياق تهتم هذه الدراسة برصد بعض الجوانب ذات الأهمية في هذه الظاهرة، انطلاقاً من تساؤل رئيس تبلور على النحو الآتي:

ما هو واقع استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي لتمكين ذاتها اجتماعياً واقتصادياً؟

## 2 - تساؤلات الدراسة:

- ما هي الأسباب الكامنة وراء اتجاه المرأة لممارسة نشاط ربحي عبر موقع فيسبوك، من وجهة نظر المبحوثات؟
- ما طبيعة الصعوبات التي تُواجه تمكين المرأة لذاتها في هذا المجال عبر موقع فيسبوك من وجهة نظر المبحوثات؟

- فيمَ تتمثّل الإنجازات التي حققتها هذا النشاط للمبجّوات على صعيد التّمكن لذواتهنّ اقتصاديا واجتماعيا؟
- ما هي طموحات المبحوثات المستقبلية فيما يتعلّق باستخدام مواقع التّواصل الاجتماعي لتمكين المرأة الحرجلية؟

### 3 - أهداف الدّراسة:

- يتفرّع عن الهدف الأساسي للدّراسة المتمثّل في رصد واقع استخدام المرأة لمواقع التّواصل الاجتماعي في العمل بغرض التّمكن لذاتها اجتماعيا واقتصاديا، جملة الأهداف الفرعية الآتية:
- الكشف عن الأسباب التي تدفع المرأة إلى التوجّه لممارسة نشاطٍ ربحيٍّ عبر مواقع التّواصل الاجتماعي.
- الوقوف على طبيعة المشكلات النفسية والاجتماعية والمهنية التي تعترض استخدام المرأة لمواقع التّواصل الاجتماعي في تمكين ذاتها.
- معاينة الإنجازات التي تحقّقها المرأة في إطار التّمكن لذاتها اجتماعيا واقتصاديا عبر استخدام مواقع التّواصل الاجتماعي.
- محاولة رسم آفاق لتمكين المرأة عبر مواقع التّواصل الاجتماعي.

### 4 - أهميّة الدّراسة:

- تكتسي هذه الدّراسة أهميتها من حيث سعيها لتسليط الضوء على الدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التّواصل الاجتماعي في تمكين المرأة وتعزيز مكانتها في البناء الاجتماعي كفرد له كيانه المستقل.

### 5 - ضبط المفاهيم الأساسية للدّراسة:

#### 5-1- التمكين Empowerment:

- عرّفه دوروثي Dorothy تعريفا موجزا بأنه: "زيادة نفوذ الناس"،<sup>1</sup> أمّا نينا Nina فقد عرّفه على أنّه "الاستراتيجية التي يمكن بواسطتها مساعدة الأفراد والجماعات والمجتمعات أن تتحكّم في ظروفها وتستطيع إنجاز أهدافها، وهكذا تكون قادرة على العمل لمساعدة نفسها وغيرها على زيادة مستوى معيشتها".<sup>2</sup>

#### 5-2- تمكين المرأة :

- عرّفه فانيسا Vanessa بأنه "إضفاء القوّة على المرأة بأن تكون لها كلمة مسموعةٌ وعندها القدرة على التّحليل والابتكار والمشاركة في القرارات الاجتماعية المؤثرة على المجتمع ككل".<sup>3</sup>

- أمّا هادي Hadi فقد قدّم تعريفا ينطلق من توصيف لخصائص المرأة الممكنة، حيث يراها "تلك المرأة التي تشعر بالثقة في نفسها ولديها إمكانية التّحليل، وتستطيع أن تتحكّم في قرارات حياتها بصفة عامّة، بالإضافة إلى أنّ عملية التّمكن تتطلب تغيير التبعية والتحكّم في

<sup>1</sup> -N.G Marie Dorothy, Overbuy Well Participation, Encyclopedia of Social Work. National Association of Social Workers, United States, 1995, p 488.

<sup>2</sup> - Wallenstein Nina, Empowerment and Health, the theory and practice of community, Community Development Journal, Oxford University Press, 1993, p219.

<sup>3</sup> - Griffin Vanessa , Woumen Development and Empowerment : A pacific feminist Perspective, Asian and Pacific center, kuala lumpur, 1987, p117 .

المصادر وأخذ القرارات وممارسة السلطة والتقليل من عدم المساواة في النوع وذلك يتطلب إدراك النساء لاحتياجاتهن الاستراتيجية ووضعهن الاجتماعي".<sup>1</sup>

### 5-3- التمكين الاجتماعي للمرأة:

يعني التمكين الاجتماعي استطاعة المرأة استخدام قدراتها وصلاحياتها في سبيل إشاعة ثقافة اجتماعية تعزز أدوارها في المجتمع وتحث من السيطرة الذكورية عليها.<sup>2</sup>

### 5-4- التمكين الاقتصادي للمرأة:

هو العملية التي تستطيع المرأة من خلالها الانتقال من وضع اقتصادي أدنى إلى آخر أعلى، وذلك من خلال زيادة تحكّمها في الموارد الاقتصادية والمالية بما يمنحها استقلالية مادية مباشرة.<sup>3</sup>

### 5-5- مواقع التواصل الاجتماعي:

عكس مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي التطور الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، واتسع ليطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية، حيث يشار به إلى "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسراع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع".<sup>4</sup>

أما المقصود بها في هذه الدراسة فهو: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"،<sup>5</sup> ومن أشهرها فيسبوك وتويتير ولينكدن وتلغرام وأنستغرام... إلخ

## 6 - الإطار النظري للدراسة:

قامت نظرية الاستخدامات والإشباع على تحويل التركيز في علاقة الجمهور بوسائل الإعلام من السؤال: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟؛ إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟<sup>6</sup> ومن هنا فقد ناسب أهداف هذه الدراسة معاينتها وفق منظور مدخل الاستخدامات والإشباع الذي يطرح تساؤلاً عن كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟ وبعبارة أخرى: ما هي الدوافع التي تجعلهم يستخدمونها؟ وما هي الإشباع التي تتحقق لهم نتيجة لذلك؟ وما هي طبيعة هذه الإشباعات؟

وقياساً عليه؛ فإن الأفراد الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يفعلون ذلك ليس بحكم أنّها متاحة فقط، وإنما لأنهم يهدفون لإشباع معيّنة يشعرون بأنهم بحاجة إليها، ويمكنهم تحقيقها عن طريق استخدام هذه المواقع، ومن هنا -وإسقاطاً لافتراضاتها- فالدراسة

<sup>1</sup> -A. Hadi, The NGOs Intervention and women's Empowerment, the Bangladesh experience, in International Seminar on Women's Empowerment, Stokholm, 1997, pl.

<sup>2</sup> - زرقان ليلي، تمكين المرأة في ظل التنمية المستدامة: الواقع والتحديات، مجلة مجتمع تربية عمل، العدد 2، 2016، ص 112.

<sup>3</sup> - مريم عشي، تمكين المرأة: المفهوم والأبعاد، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، السداسي الأول، المجلد 2، العدد 14، 2020، ص 39.

<sup>4</sup> - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، د م ن، 2011، ص 9.

<sup>5</sup> - زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، العدد 15، 2003، ص 23.

<sup>6</sup> - مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 109-110.

الحالية تفترض أن استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي تستحثها حاجات معينة ورغبات محددة، تعتقد هذه المرأة أنه يساعدها في تحقيقها ومنها الرغبة في تعزيز شعورها بأهميتها ومحورية الدور الذي تقوم به على مستوى الأسرة والمجتمع.

## 7 - الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

### 7 1 - أنواع الدراسة ومنهجها:

صنّف محمد عبد الحميد الدراسات الإعلامية إلى دراسات استطلاعية (استكشافية): تعتمد على مسح التراث العلمي وسؤال ذوي الخبرة والاختصاص، وتحليل حالات وأمثلة يمكن أن يُستدلّ من خلالها على نتائج تُثري الدراسة. ودراسات وصفية تعتمد مناهج المسح بتصميماتها المختلفة، إضافة إلى دراسات تجريبية و دراسات تاريخية.<sup>1</sup>

وتتتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تُعرّف على أنّها: " أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع مُحدّد خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثمّ تفسيرها بطريقة موضوعية، بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة".<sup>2</sup>

وقد اعتمدت الباحثة فيها منهجاً أساسياً من مناهج الدراسات الوصفية ألا وهو "منهج المسح" الذي يُحقّق الدراسة الشاملة لجميع المفردات التي تُشكّل مجتمع البحث، حيث يتمّ التحصّل فيه على البيانات من جميع أفراد العينة والذي يُعرّف على أنّه: "أحد أساليب البحث العلمي، يتناول دراسة الظواهر والأحداث الاجتماعية من خلال جمع المعلومات والبيانات التي تتعلّق بظاهرة أو حادثة قائمة فعلاً"<sup>3</sup>، بمعنى أنّه يستهدف التعرف على الظاهرة المدروسة من خلال العناصر المكوّنة لها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة".<sup>4</sup>

### 7 2 - حدود الدراسة:

- الحدود البشرية: توجّهت الدراسة إلى مستخدمي موقع فيسبوك من فئة النساء، وتحديدًا من يملكن حسابًا للعمل فيه شرط أن تمارسه انطلاقًا من المنزل.
- الحدود المكانية: موقع فيسبوك الافتراضي ، ولاية جيجل الجزائر.
- الحدود الزمنية: تمّ تطبيق الدراسة باستخدام استمارة إلكترونية خلال الفترة الزمنية الممتدة من 26 إلى 31 جانفي 2020.

### 7 3 - أدوات الدراسة:

ترتبط أدوات جمع البيانات بموضوع الدراسة ويجب أن تتوافق مع المنهج المستخدم فيها، وبناء على ذلك فقد رأت الباحثة أن استمارة الاستبيان هي الأداة الأكثر مناسبةً وملاءمةً لجمع البيانات من مفردات العينة المدروسة.

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص15.

<sup>2</sup> - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، الأردن، دار وائل للطباعة والنشر، 1999، ص46.

<sup>3</sup> - ربحي مصطفى عليان؛ محمد عثمان غنيم ، أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العملي، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2007، ص54.

<sup>4</sup> - أحمد بن مرسللي ، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص286.

تُعرَّف الاستمارة على أنّها " شكلٌ مطبوعٌ يحتوي على مجموعةٍ من الأسئلة موجّهة إلى عيّنةٍ من الأفراد حول موضوعٍ أو موضوعاتٍ ترتبط بأهدافِ الدّراسة ".<sup>1</sup>

ويُعرَّف الاستبيانُ على أنّه: " أسلوبٌ لجمع البيانات يستهدفُ استثارةَ الأفراد المبحوثين بطريقةٍ منهجية ومقنّنة، لتقديم حقائق وآراء وأفكارٍ معيّنة في إطارِ البيانات المرتبطة بموضوعِ الدّراسة وأهدافها دون تدخلٍ من الباحث في التقدير الدّاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويُعتبرُ من أكثرِ وسائل جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في أسلوب المسح وأكثرَ ملاءمةً لدراسة جمهور المتلقين".<sup>2</sup>

وتبعاً لموضوع الدراسة؛ فقد ناسبه الاستعانةُ باستمارة استبيان إلكترونية ضمن النماذج التي يتيحها موقع غوغل لمستخدميه عبر تطبيق غوغل درايف، بما يوفّر سرعةً في التّواصل مع المبحوثات وسهولةً في الحصول على إجاباتٍ في مدّة قصيرة.

وتماشياً مع أهدافِ الدّراسة؛ فقد تمّ تقسيمُ استمارة الاستبيان إلى أربعة محاور: يُقدّم المحور الأوّل البيانات الشخصية للمبحوثات والتي شملت العمر والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي والوضعية المهنية، ويستعرض الثاني عادات وأنماط استخدام المبحوثات عيّنة الدّراسة لحساب على فيسبوك بغرض العمل من خلال أسئلة تخصّ تاريخ إنشاء الحساب ومجال النشاط، الاسم المستخدم..، ويُسلّط الثالث الضّوء على العوامل التي شجعتهم على ممارسة هذا النشاط والأسباب التي دفعتهم لذلك، أمّا الرابع فيوضّح العراقيل التي اعترضت المبحوثات في بدايات استخدامهن فيسبوك بغرض العمل وكذا المشاكل التي يُواجهنها على المستوى النفسي والاجتماعي والمهني، وأخيراً المحور الذي يعني برصد الإنجازات التي حققتها المبحوثات وطموحاتهنّ على المستوى الشخصي والاجتماعي.

#### 7 4 -مجتمع الدّراسة وعينتها :

يتشكّل مجتمعُ الدّراسة من جميع النساء الجيحيات اللواتي يملكن حساباً للعمل على فيسبوك شرط أن يمارسن هذا النشاط انطلاقاً من المنزل، أي لا يملكن مقرّاً أو محلاً أو ورشة أو مؤسسة مهما كانت صفتها وصيغتها لترويج وبيع المواد المنسجمة مع هذا النشاط، وقد تمّ إحصاء ما يربو عن 300 حساب

قامت الباحثة عبر خاصيّة الرسائل التي يُتيحها فيسبوك لمستخدميه بالتّواصل مع ما يزيد عن 100 حساب تتوفر فيه الخصائص المحدّدة في مجتمع الدّراسة، لأجل شرح هدفها والغاية منها ومنح المبحوثات ثقةً تكفي لدفعهنّ للإجابة على أسئلة الاستبيان، ومن ثمّ إرسال رابطته وانتظار الردود.

وقد تمّت العمليّة خلال الفترة الممتدّة من 26 إلى 31 جانفي 2021، وأفضت إلى الحصول على 50 ردّاً بما يُوافق 50 مبحوثة، وهي القيمة التي تُوافق الاتجاه الذي يرى أنّ حجم العيّنة يقع في حدود 10 إلى 15% من حجم المجتمع الأصلي وذلك في المجتمع الذي يقدر ببعض المئات من العناصر، أمّا في المجتمع الذي يقدر بعشرات المئات أو عشرات الآلاف من العناصر، فإنّ 1% من مجتمع البحث يكون كافياً وبالتالي كلما كان المجتمع كبيراً قلّت نسبياً الحاجةُ إلى نسبة عالية من العناصر لبناء العينة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1993، ص183.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص184.

<sup>3</sup> - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، ط1، الجزائر، دار القصة للنشر، 2004، ص320.

## 8 - عرض وتحليل بيانات الدراسة ومناقشة وتفسير نتائجها:

## 8 4 خصائص عينة الدراسة:

جدول 1: يوضح البيانات الأولية لعينة الدراسة

المجموع	النسبة المئوية	التكرار	البيانات الأولية لعينة الدراسة	
50	-	-	أقل من 20 سنة	السن
	90%	45	من 20 إلى أقل من 35 سنة	
	6%	3	من 35 سنة إلى أقل من 50 سنة	
	4%	2	50 سنة فما فوق	
50	62%	31	عازبة	الحالة العائلية
	38%	19	متزوجة	
	-	-	مطلقة	
	-	-	أرملة	
50	52%	26	طالبة	الوضعية المهنية
	10%	5	موظفة	
	38%	19	ماكثة بالبيت	
	100%	50	المجموع	
50	-	-	ابتدائي	المستوى التعليمي
	6%	3	متوسط	
	16%	8	ثانوي	
	78%	39	جامعي	

المصدر: إعداد الباحثة. 2021

تظهر بيانات الجدول رقم 1 أنّ غالبية المبحوثات تتراوح أعمارهنّ بين 20 وأقل من 35 سنة وهذا بنسبة بلغت 90%، وتشكّل العازبات ما نسبته 62% و 38% من المتزوجات في حين تنعدم نسبة المطلقات والأرامل، كما أنّ 26% من مفردات العينة هنّ من الطالبات بمقابل 38% من الماكثات بالبيت و 10% من الموظفات، أمّا المستوى التعليمي فقد انسجم إلى حدّ ما مع الوضعية المهنية حيثُ أظهرت النتائج أنّ 78% من المبحوثات هنّ جامعات.

## 8 2 عادات وأنماط استخدام المبحوثات لحساب العمل على فيسبوك:

## جدول 2: يوضح مجال نشاط المبحوثات على فيسبوك

المجموع	التكرار	مجال النشاط
12%	6	أطباق تقليدية
30%	15	حلويات تقليدية وعصرية
6%	3	مملحات ووجبات خفيفة
28%	14	خياطة وتطريز وحياسة
18%	9	مصنوعات يدوية تقليدية
32%	16	هدايا وديكور عصري
12%	6	مندوبة مبيعات
2%	1	أخرى
النسبة بدلالة عدد المبحوثات = 50		

## المصدر: إعداد الباحثة. 2021

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم 2 أنّ المبحوثات يتجهن لتنوع نشاطهنّ على فيسبوك على أكثر من تخصص، ويأتي في مُقدّماتها هدايا وديكور عصري بنسبة 32% يليه في مرتبة ثالثة حلويات تقليدية وعصرية بنسبة 30%، ثم خياطة وتطريز وحياسة في مرتبة ثالثة بنسبة 28% ، وفي حين اتجهت 18% من المبحوثات نحو احتراف مصنوعات يدوية تقليدية، تخصصت 12% منهن في تحضير الأطباق التقليدية وفضلت بالنسبة ذاتها أي 12% منهنّ الاتجاه نحو العمل كمندوب مبيعات، وتخصصت نسبة قليلة منهن في تحضير المملحات والوجبات الخفيفة.

ويُمكن قراءة هذا التنوع في النشاط من زاويتين: زاوية تعكس تردداً وعدم استقرار لدى المبحوثات حول نوعية النشاط الذي يمتته عبر فيسبوك، إمّا مُسايرة لطلب السوق وإمّا تكيفاً مع الاحتياجات المتعددة لأكثر قطاعٍ من جمهور هذا النوع من النشاط، والزاوية الثانية هي تنوع اهتمامات ومؤهلات المرأة الجيلية التي اختارت هذا النوع من النشاط والتي تجعلها تُجيد أكثر من تخصص، إذ لا يمنحها تخصصها في صناعة الحلويات التقليدية والعصرية على سبيل المثال أن تُحضر طلبية تدرج ضمن الأطباق التقليدية.

## جدول 3: يوضح الهدف من ممارسة هذا النشاط

الهدف	التكرار	النسبة المئوية
ملء وقت الفراغ	18	36%
مصدر رئيسي للدخل	17	34%
مصدر ثانوي للدخل	15	30%
المجموع	50	100%

## المصدر: إعداد الباحثة. 2021

يُلاحظُ من خلال البيانات التي يُقدِّمها الجدول رقم 3 تقاربُ في النَّتائج، والتي تظهرُ أنَّ ملء وقت الفراغ يأتي أولاً ضمن أهدافِ المبحوثات من وراء ممارسة هذا النشاط عبر فيسبوك بنسبة بلغت 36 %، يليه بنسبة مقارنة بلغت 34 % من المبحوثات اللواتي يعتمدن عليه كمصدرٍ رئيسيٍّ للدَّخل ، ثمَّ في مرتبةٍ أخيرةٍ 30% منهنَّ من يتَّخذنه مصدرًا ثانويًا للدَّخل.

يمكنُ قراءة هذه النَّتائج في ضوء الخصائص السُّوسولوجية لعينة الدِّراسة، والتي تشكَّلت من طالبات وموظَّفات وماكنات بالبيت، إذ غالباً ما تبحثُ الطالبة عن مصدرٍ للدَّخل يُغطي مصاريف دراستها، خاصَّة في ظلِّ عدم كفاية المنحة الجامعيَّة، وقد تسعى الماكثة بالبيت لممارسة نشاطٍ محدَّدٍ تشغُلُ به وقت فراغها وتكسبُ به مقابلاً مادياً في آن واحد، كما يُمكن للموظَّفة التي تمتلك موهبةً ومؤهلاتٍ خارج إطار وظيفتها أن تشغُل بما يُوفِّر لها كسباً مادياً إضافياً يسدُّ عجز الأجرة الشهريَّة عن تلبية احتياجاتها الشَّخصية والأسرية خاصَّة مع استمرار القُدرة الشَّرائية للمواطن الجزائريِّ في التدهور.

#### جدول 4: يوضِّح تاريخ إنشاء الحساب

التَّكرار	النَّسبة المئوية	تاريخ إنشاء الحساب
27	54%	منذ أقل من سنة
17	34%	من سنة إلى ثلاث سنوات
6	12%	أكثر من 3 سنوات
50	100%	المجموع

#### المصدر: إعداد الباحثة. 2021

تكشفُ النَّتائج الموضَّحة في الجدول رقم 4 أنَّ غالبية الحسابات عيِّنة الدِّراسة قد تمَّ إنشاؤها في فترة لا تتجاوز السنة بنسبة بلغت 54 %، في حين يتراوحُ عمر 34 % منها بين سنة وثلاث سنوات، و يمتدُّ تاريخ إنشاء 12% منها إلى أكثر من ثلاث سنوات. ومُجملنا استقرأ هذه النَّتائج ضمن دلالاتها الزَّمنية؛ إلى الاستنتاج أنَّ غالبية المبحوثات قد تزامن اتجاهاً نحو استخدام فيسبوك للترويج لأعمالهنَّ اليدوية مع فترة الحجر المنزلي التي فرضها انتشار وباء كورونا كوفيد 19 خلال السنة الفائتة 2020، حيثُ رافق ذلك تعطُّل بعض النَّشاطات الاجتماعية وتوقُّف أخرى، فانقطعت الطالبة الجامعية عن متابعة دراستها وتوقَّفت الموظَّفة عن مُزاولة عملها، ووجدت بعض الماكثات بالبيت أنفسهنَّ أمام تعطُّل المعيل عن عمله. ومن هنا فقد بحثت بعضهنَّ عمَّا تملأُ به فراغ وقتها، ووجدت أخرى في هذا النَّشاط ما يُعينها وأسرَّتها على تجاوز هذه الفترة العصيبة على ذوي الدَّخل الضَّعيف وغير المستقرِّ من أصحاب المهن اليومية على سبيل المثال.

#### جدول 5: يوضِّح الاسم المستخدم في إدارة الحساب

التَّكرار	النَّسبة المئوية	الاسم المستخدم
8	16%	الاسم الشَّخصي
9	18%	اسم مستعار
9	18%	كنية مع تحديد نوع النَّشاط
24	48%	تسمية تدل على مجال التخصُّص
50	100%	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة. 2021

يظهر من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 5 تفضيل غالبية الباحثات استخدام تسمية دالة على مجال التخصص وهذا بنسبة بلغت 48 %، على شاكلة "شمعتي my candel" المتخصصة في صناعة الشموع العطرية التزينية حسب الطلب، و "cuisine d'or jijilienne" الذي يجمع بين تقديم خدمة الأكل الجاهز وتحضير طلبات الحلويات التقليدية والعصرية للمناسبات الخاصة كأعياد الميلاد وحفلات الخطوبة والزواج وكذلك "بقلاوة تركية جيغل" وفي مجال تجهيز قطع يدوية الصنع لتزيين المنزل يظهر حساب "hande made Decoration chahi" و "Decor coom"، أما "hande made with love" و "hande made loula" فيتخصصان في صنع هدايا متنوعة من لوحات بالخط العربي وعلب مخصصة الاستخدام حسب طلب الزبون، و "couture charmante" و "بساطات جيجليزية"، وغيرها من أمثلة التسميات التي قد يكون دافع الباحثات لاختيارها الرغبة في تخصيص النشاط لتسهيل الوصول إلى الجمهور المستهدف.

في حين تملئ 18 % منهن إلى استخدام كنية مع تحديد النشاط على نحو "YaQoot Pyrogaphy" الذي اختارت صاحبه أن يكون واجهة نشاطها في حرفة النقش والحفر بالحرق على الخشب، حيث تخصص الصفحة بتجهيز لوحات خشبية مختلفة الأحجام ومتنوعة الاستخدام حسب الطلب تقدم كهدايا في مناسبات خاصة، أما "حلويات أم صهيب" و "حلويات أم يحيى" و "oum meriem batoul" للطبخ المنزلي التقليدي والعصري حسب الطلب و"أم ملاك للخياطة"، فهي تسميات تعكس رغبة بعض الباحثات في الظهور بوضعهن الاجتماعي كرات بيوت وأمهات لأسباب قد ترتبط بحرصهن على التستر على هوياتهن الحقيقية أو تحصيل أنفسهن ضدّ المعاكسات والمضايقات .

في حين حظي الاسم الشخصي بالنسبة الأقل من الاستخدام مقدرة ب16%، ولعله غالباً الاسم دون اللقب، حيث لا يزال ظهور المرأة باسمها الحقيقي الكامل على مواقع التواصل الاجتماعي قاصراً على نسبة قليلة من مستخدماها، في مجتمع لا يزال يشتهر ويفتخر بكونه محافظاً ومتحفظاً على مثل هذه الاستخدامات التي تعدّ لدى الكثير من قبل المرأة على قيم المجتمع والإهانة لتوجهه الذكوري الذي يحتفي بكون الرجل الجناح الذي تأوي المرأة إليه والمتكأ الذي تستند عليه.

جدول 6: يوضح الحوافز النفسية التي شجعت الباحثات على خوض التجربة

الحوافز النفسية	التكرار	النسبة المئوية
تشجيع الأهل والأصدقاء وتحفيزهم	32	64%
امتلاك المهبة	31	62%
البحث عن فضاء لإثبات الذات	22	44%
الفضول والرغبة في الاكتشاف	20	40%
الرغبة في تقديم الخبرة لمن يحتاجها	7	14%
أخرى	1	2%
النسبة بدلالة عدد الباحثات =50		

المصدر: إعداد الباحثة. 2021

يظهر الجدول رقم 6 الحوافز النفسية التي شجعت المبحوثات على خوض تجربة العمل عبر فيسبوك، حيث شكّل تشجيع الأهل والأصدقاء أهم حافز بالنسبة لـ 64% منهم يليه امتلاك المهوبة لدى 62% منهم، والبحث عن فضاء لإثبات الذات لما يوافق 44% من المبحوثات، بينما كان دافع 40% منهم هو الفضول والرغبة في اكتشاف مزايا تجربة العمل من المنزل باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهي التجربة التي اتّسع نطاقها مؤخراً بصورة تلفت الانتباه.

جدول 7: يوضح الأسباب المادية التي دفعت المبحوثات إلى التوجه إلى هذا النوع من النشاط

الأسباب المادية	التكرار	النسبة المئوية
بطالة الزوج	1	2%
عدم كفاية الراتب الشهري	13	26%
مرض الزوج وعجزه عن العمل	-	-
غياب المعيل	2	4%
عدم امتلاك التكلفة المالية لكراء محل أو فتح ورشة	20	40%
تغطية المصاريف الشخصية	7	14%
دخل إضافي	6	12%
لا توجد	6	12%
المجموع بدلالة عدد مفردات العينة = 50		

المصدر: إعداد الباحثة. 2021

تكشف بيانات الجدول رقم 7 أنّ أكثر الأسباب المادية تدخلاً في دفع المبحوثات إلى التوجه لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بغرض العمل هو عدم امتلاك التكلفة المالية لكراء محل أو فتح ورشة وهذا بنسبة 40% من المجموع الكلي لعينة الدراسة، وبالتالي فقد وجدنا في فيسبوك واجهة مجانية لعرض مصنوعاتهن اليدوية والترويج لها على نطاق واسع غير محدد جغرافياً ولا محدود زمانياً. يليه في مرتبة ثانية عدم كفاية الراتب الشهري بنسبة 26%، وهو الخيار المناسب للمبحوثة الموظفة والمأكثة بالبيت على حد سواء والذي يعكس الفجوة بين الدخل الفردي والقدرة الشرائية للمواطن الجزائري التي تستمر في الاتساع في ظل انهيار المنظومة الاقتصادية للبلاد. أمّا ثالثاً فقد عبّرت 14% من المبحوثات على أنّ دافعهن من وراء العمل باستخدام فيسبوك هو تغطية المصاريف الشخصية، وهن اللواتي يُرجّح أن تكون غالبيةهن من المبحوثات الطالبات الجامعيات اللاتي تضطرهن الظروف الاجتماعية للبحث عن عمل خارج أوقات الدراسة، ففي الوقت الذي تتجه بعضهن للعمل وفق نمط نصف دوام في محلات بيع الملابس أو محلات الوجبات السريعة وغيرها، تُفضّل أخريات العمل كمندوبات مبيعات لدى شركات إنتاج مواد التجميل على شاكلة أوريفلام Oriflame وفوريفر forever على سبيل المثال. بينما كشفت 6% من المبحوثات عن رغبتهن في الاستفادة من دخل إضافي من خلال ممارسة هذا النشاط عبر فيسبوك، ولعلّ غالبيةهن من المكتفيات مادياً سواء من الموظفات اللواتي يملكن راتباً شهرياً ثابتاً أو حتى من الماكثات بالبيت من اللواتي أكّدن سابقاً أنّهن يعتبرن هذا النشاط مصدراً ثانوياً للدخل كما أوضحته نتائج الجدول رقم 3.

كما يلحظ من خلال النتائج أنّ غياب المعيل وبطالة الزوج قد تديلت ترتيب الأسباب المادية التي دفعت المبحوثات إلى ممارسة هذا النشاط في حين انعدمت بالكليّة نسبة من دفعهنّ مرض الزوج وعجزه عن العمل إلى ذلك وهذا ما ينسجم إلى حدّ ما مع النتائج المتعلّقة بالحالة العائلية للمبحوثات والتي أظهرت انعدام فئة المطلّقات والأرامل بينهنّ.

#### جدول 8: يوضّح الأسباب الاجتماعية التي دفعت المبحوثات إلى ممارسة هذا النشاط

الأسباب الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
البطالة (قلة فرص العمل بالشهادة العلمية)	23	46%
انتشار النشاط الرّبحي التّسوي على فيسبوك	24	48%
ممانعة الرجل (زوج/ أب/ أخ) ورفضه خروج المرأة للعمل	5	10%
استمرار المجتمع في النظر باحتقار للمرأة العاملة	9	18%
أخرى ( الانشغال بالدراسة)	1	2%
النسبة بدلالة عدد مفردات العيّنة = 50		

المصدر: إعداد الباحثة. 2021

تُظهر بيانات الجدول رقم 8 أنّ ملاحظة انتشار النشاط الرّبحي للنساء على فيسبوك كان مُحفّزاً لما نسبته 48% من المبحوثات للتوجه نحو استخدام فيسبوك في عرض أعمالهنّ اليدويّة والترويج لها. وهي الملاحظة التي تعضدها إحصائيات عن زيادة في نسبة النساء لإجماليّ مستخدمي فيسبوك بالدول العربيّة والتي بلغت 32.3% من أصل 156 مليون مستخدم حسب تقرير الإعلام الاجتماعي العربي لعام 2017<sup>1</sup>، وهو التقرير ذاته الذي يُقرُّ بأنّ معدّلات استخدام فيسبوك بدول شمال إفريقيا أعلى منها بدول الخليج العربي.

بينما كشفت بنسبة مقارنة بلغت 46% منهنّ أنّ البطالة الناجمة عن قلة فرص العمل بالشهادة العلمية المحصّل عليها كانت أحد أسباب ذلك، وبالنظر إلى نتيجة سابقة كشفت أنّ نسبة ذوات المستوى التعليمي الجامعي قد بلغت 78% من المجموع الكليّ لعيّنة الدراسة؛ نقف على واقع ما أشارت إليه الإحصائيات المتعلّقة ببطالة حاملي الشهادات في الجزائر "والتي قدّرت نسبتها بـ 13% سنة 2014"<sup>2</sup>، وهو الواقع الذي يُترجم معاناة الشّباب الجزائريّ من تضخّم في عدد الحاصلين على شهادات علميّة جامعيّة بصورة لا تتوافق مع مُتطلّبات سوق العمل الجزائريّة، وهو الوضع الذي نجم عن استمرار تبني الوزارة الوصيّة لنظام ل.م.د (L.M.D) الذي يُكرّس بتعنتٍ لسياسة الكمّ على حساب النوع، ويستمرّ في تخريج عشرات الآلاف من الجامعيّين كل عام دون أن تكون لشهاداتهم العلمية مناصب مالية مناسبة في الوظيفة العمومي.

وبينما ترى 18% منهنّ أنّ استمرار المجتمع في النّظر باحتقار للمرأة العاملة واحداً من أسباب توجّحها إلى العمل عبر الفضاء الأزرق، تربط 10% منهنّ الأمر برفض الرّجل -على اختلاف صفته بالنسبة لهنّ- خروجهنّ للعمل، وإن كان الأمر يستدعي الاستغراب فله ما يبرّزه؛ إذ لا تزال تنتشر -ولو على نطاق ضيق- ذهنية الرّجل المسيطر الذي يعتبر خروج المرأة من بيته للعمل مساساً بقوامته وعارا يلحق

<sup>1</sup> - Arab social media report, Social media and the internet of things : Towards Data-driven Polycymaking in the arab potential, limits and concerns. Mohamed bin Rached school of government, 2017,p p33-34.

<sup>2</sup>-الطاهر حليط، دراسة قياسية لمحددات البطالة في الجزائر للفترة 1980-2014، مجلّة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد 6، 2016، ص 207.

رجولته وأمانة عجزه عن أداء مسؤولياته، وقد يكون هو الرجل ذاته الذي يُشجّعها ويدعمها لتحصل على شهادة علمية عالية ولكنه يرفض عملها بها.

وقد لامست هذه النتيجة إلى حد بعيد أحد المعوقات الاجتماعية التي تحدّ فرص تمكين المرأة في المجتمع الجزائري -على وجه الخصوص- والمجتمعات العربية -عموما-، التي مازالت مجتمعات ذكورية تمنع المرأة من ممارسة أعمال بعينها، وتراها الطرف الضعيف الذي يحتاج إلى حماية ورعاية من الرجل الذي لا يدخر جهدا في ترسيم حدود مشاركتها في الحياة العامة على اعتبار مسألة أمن المرأة مسؤوليته،<sup>1</sup> لارتباطها بمسألة العرض والشرف.

#### جدول 9: يوضح مزايا فيسبوك التي شجعت المبحوثات لاستخدامه في هذا النشاط

مزايا فيسبوك	التكرار	النسبة المئوية
سهولة الاستخدام	26	52%
خصائصه التفاعلية	31	62%
المجانية وانعدام تكلفة النشاط باستخدامه	22	44%
أخرى	-	-
النسبة بدلالة عدد المبحوثات = 50		

#### المصدر: الباحثة. 2021.

تُشير النتائج التي يعرضها الجدول رقم 9 أنّ 62% من المبحوثات فضّلن فيسبوك نظرا لخصائصه التفاعلية التي تُسهّل اكتساب قاعدة جماهيرية من المتابعين، في حين اختارته 52% منهنّ بناء على سهولة استخدامه، وأشارت 44% منهنّ إلى أنّ ما حفّزهنّ على استخدامه هي مجانيته وانعدام تكلفة النشاط المتمثلة في أعباء الكراء والضرائب.

#### جدول 10 : يوضح موقف الأهل من المشروع عند بداية التفكير به

موقف الأهل	التكرار	النسبة المئوية
الرفض والممانعة	-	-
التحفظ (القبول بشروط)	7	14%
التشجيع والدعم	43	86%
المجموع	50	100%

#### المصدر: الباحثة. 2021.

تظهر نتائج الجدول رقم 10 أنّ 86% من المبحوثات حظين بالتشجيع والدعم من طرف الأهل عند تفكيرهنّ في بدء المشروع، بالمقابل أفصحت 14% منهنّ أنّهنّ أقدمن على هذه الخطوة بعد التزامهنّ تجاه الأهل بشروط محدّدة، في حين انعدمت نسبة المبحوثات اللواتي قابل الأهل مشروع عملهنّ على فيسبوك بالرفض والممانعة المطلقة.

<sup>1</sup> - بلقاسم مزبوة، تمكين المرأة والإعلام: الواقع والآفاق، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 5، العدد 2، جانفي 2018، ص 397.

وتحمل هذه النتائج دلالات ظاهرة تتعلق بhamش الثقة الواسع الذي تحظى به المرأة في المجتمع الجيجلي، والذي يسمح لها بإبراز مواهبها وإدارة شؤونها، كما تحمل دلالاتٍ ضمنية تتعلق بنزوع الرجل نحو قبول عمل المرأة دون خروجها من المنزل، فتقوم بشؤون المنزل وواجباتها فيه وتمارس نشاطا مريحا دون أن تضطر إلى مغادرة المنزل.

### جدول 11: يوضح شروط القبول بتحفظ

الشروط	التكرار	النسبة المئوية
عدم استقبال طلبيات من الرجال	5	71.42%
عدم إضافة الرجال كأصدقاء	4	57.14%
تعيين وقت محدد للعمل	7	100%
أخرى	1	14.28%
النسبة بدلالة عدد المبحوثات اللواتي أجبن ب التحفظ = 7		

المصدر: الباحثة. 2021

أجمعت المبحوثات السبعة اللواتي تحفظ الأهل على مشروع عملهنّ عبر فيسبوك على شرط تعيين وقت محدد للعمل حتى لا يؤثر بالسلب على أدائهنّ لواجباتهنّ نحو الأسرة أو العائلة وهذا بنسبة 100%، بينما اشترط الأهل عدم استقبال طلبيات من الرجال، وعدم إضافة الرجال كأصدقاء على 71.42% و 57.14% منهمّ على التوالي، أما شروط أخرى لم تُذكر فقد عبّرت عنها مبحوثة واحدة باليقظة والحذر، وهذا بنسبة 14.28% .

8 3 - طبيعة الصّعوبات التي تُواجه تمكين المرأة لذاتها باستخدام فيسبوك:

### جدول 12: يوضح العوائق التي واجهتها المبحوثات بداية نشاطهن على فيسبوك

الصّعوبات الأولية	التكرار	النسبة المئوية
ضعف التفاعل مع المنشورات	43	86%
التنمر الافتراضي	8	16%
قلة الخبرة في إدارة الحساب	3	6%
الإبلاغ عن الحساب وتقييد النشر	9	18%
المعاكسات الافتراضية (التحرش عبر دعوات الصداقة)	11	22%
النسبة بدلالة عدد المبحوثات = 50		

المصدر: الباحثة. 2021

تُشيرُ النتائج التي يوضحها الجدول رقم 12 أنّ أكثر ما اصطدمت به المبحوثات بداية نشاطهنّ كان قلة التفاعل مع المنشورات بحسب ما عبّرت عنه 86% منهمّ، كما شكّلت المعاكسات الافتراضية ثاني الصّعوبات التي صادفها بحسب ما أفادت 22% منهمّ، في حين أشارت 18% منهمّ إلى معاناتهنّ من مشكل الإبلاغ عن الحساب وتقييد النشر، والتي يرحح ضلوع حسابات منافسة فيه، أما 16%

منهنّ فقدن أكّدن تعرّضهنّ للتنمّر الافتراضي من خلال بعض التعليقات المحبّطة على المنشورات، في حين أرجعت نسبةً ضئيلةً قدرت ب 6% منهنّ الصّعوبات التي صادفنها إلى أمور تقنية تعكسها قلة الخبرة في إدارة الحساب.

### جدول 13: يوضّح طريقة تجاوز المبحوثات للصّعوبات التي صادفنها بداية مشوارهنّ

التّسبة المئوية	التّكرار	الطريقة
12%	6	الاستعانة بذوي الخبرة للإشراف على تسيير الحساب
6%	3	الاعتماد على الإعلانات الممولة
64%	32	نشر رابط الصّفحة على نطاق واسع لاستجذاب المتابعين
34%	17	حظر الأشخاص غير المرغوبين
42%	21	تجاهل التعليقات السّلبية والمحبّطة
4%	2	أخرى
التّسبة بدلالة عدد المبحوثات = 50		

المصدر: الباحثة. 2021.

تظهرُ النتائج المبيّنة في الجدول رقم 13 أنّ المبحوثات قد اجتهدن في إيجاد حلول للصّعوبات التي واجهنها بداية استخدامهنّ حساب عمل على فيسبوك، فالتّجهت 64% منهنّ إلى نشر رابط الصّفحة على نطاق واسع لاستجذاب المتابعين، واختارت 42% منهنّ تجاهل التعليقات السّلبية والمحبّطة، وعمدت 34% منهنّ إلى القيام بحظر الأشخاص غير المرغوبين بما فيها الحسابات المجهولة والمزيفة، بينما استعانت 12% منهنّ بذوي الخبرة لإدارة الحساب، أمّا نسبة بسيطة منهنّ قدرت ب 6% فقط فقد توجّهت إلى الإعلانات الممولة كطريقة للإشهار عن نشاطها، أمّا أخرى التي لم تُذكر فقد تمثّلت بنسبة 4% في الإعلان عن تخفيضات في أسعار الخدمات بين الحين والآخر أو تنظيم مُسابقات (طومبولا) لمتابعي الصّفحة للظفر بمديّة مجانية من الصّفحة لإرضائهم وكسب ولائهم.

### جدول 14: يوضّح المشكلات النفسية التي عانت منها المبحوثات بسبب عملهنّ باستخدام فيسبوك

التّسبة المئوية	التّكرار	المشكلات النفسية
60%	30	قلق بسبب كثرة الأعباء والالتزامات
34%	17	توتر العلاقة بأفراد الأسرة بسبب كثرة الانشغال
8%	4	إحباط واكتئاب بسبب عدم رضا الزبون عن نوع الخدمة
2%	1	أخرى
التّسبة بدلالة عدد المبحوثات = 50		

المصدر: الباحثة. 2021.

تكشفُ النتائج الظّاهرة في الجدول رقم 14 أنّ القلق الناتج عن كثرة الأعباء والالتزامات قد تصدّر قائمة المشكلات النفسية التي تُعانيها المبحوثات عيّنة الدراسة وفقاً لما أشارت إليه 60% منهنّ، يليه في مرتبة ثانية توتّر العلاقة بأفراد الأسرة بسبب كثرة الانشغال بالعمل

حسبما أفادت به 34% منهم، ويأتي الشعور بالإحباط والاكتئاب التاجم عن عدم رضا الزبون عن نوع الخدمة ثالثاً بنسبة بلغت 8 % من المجموع الكلي للمبحوثات.

وتعتبر مثل هذه المشكلات النفسية أمراً معتاداً ومألوفاً ناشتاً عن ضغوط العمل وظروفه المحيطة بغض النظر عن طبيعته، وإن شكّل لدى المبحوثات غير ذلك؛ فقد يرتبط بوضع الاجتماعي والمهني الذي يقتضي إضافة إلى مسؤولياتهن نحو الأسرة والعائلة -خاصة المتزوجات ربّات البيوت من الأمهات- جمعهنّ بين نشاطين مختلفين بين العمل المنزلي باستخدام فيسبوك والدراسة بالنسبة للطالبات الجامعيّات والوظيفة الدائمة للعاملات.

وعموماً يمكن القول؛ أنّ السبب الذي تنفر عن سابق المشكلات هو أزمة في إدارة الوقت وترتيب الأولويات لدى المبحوثات، خاصة وأنّ غالبيتهم حديثات عهد بهذا النوع من النشاط عبر فيسبوك، بناء على نتيجة سابقة أوضحت أنّ 54% منهم قد بدأته منذ فترة قصيرة لا تتجاوز السنة ( انظر الجدول رقم 4).

#### جدول 15: يوضّح المشكلات المادية التي رافقت استخدام المبحوثات للفيسبوك في العمل

مشكلات مادية	التكرار	النسبة
عدم كفاية رأس المال	26	52%
الطلبات الملغاة بعد إتمام تجهيزها	23	46%
غياب التأمين على النشاط	11	22%
النسبة بدلالة عدد المبحوثات = 50		

#### المصدر: الباحثة. 2021

يتضح من خلال الجدول رقم 15 أنّ المبحوثات عيّنة الدراسة يواجهن مشكلات مادية مختلفة يتقدّمها عدم كفاية رأس المال لمزاولة هذا النوع من النشاط، بحسب ما أشارت به 52 % منهم، يليه مشكل الطلبات الملغاة بعد إتمام تجهيزها الذي أشارت إليه 46% من المبحوثات، وهو المشكل الذي يرهق كاهلن بالنظر إلى الخسارة المادية والمعنوية التي تلحقهنّ جرّاء ذلك خاصة بالنسبة للطلبات سريعة التلف كالطعام الجاهز، أو الهدايا المخصصة بالاسم والرسم والتي يصعب تصريفها، وفي أهون الحالات قد تضطرّ صاحبة الخدمة إلى عرضها بميزة تخفيضات، لتخفيف حدة الخسارة.

أما مشكل غياب التأمين فالأصحّ عدم طرحه؛ ذلك أنّ المبحوثات قد أفصحن سابقاً أنّ من بين المزايا التي وفّرها لهنّ العمل عبر فيسبوك هو التخلص من الأعباء المادية المرتبطة ببراء المحلّ وتسديد الضرائب على النشاط (انظر الجدول 9) وبالنتيجة ففقدان الحق في التأمين أمر منطقي لنشاط غير مصرّح به لدى المصالح المتخصصة.

جدول 16: يوضح طبيعة المشكلات المهنية التي واجهتها المبحوثات

مشكلات مهنية	التكرار	النسبة المئوية
تزايد عدد الصفحات المنافسة	22	44%
العجز عن التوفيق بين العمل لتجهيز الطلبات وإدارة الصفحة	8	16%
اعتراض الزبون على سعر الخدمة	15	30%
صعوبة توصيل الطلبات	23	46%
أخرى	3	6%
النسبة بدلالة عدد المبحوثات = 50		

المصدر: الباحثة. 2021

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم 16 أنّ غالبية المبحوثات يُعانين بدرجة أولى؛ وبنسبة بلغت 46% من صعوبة في توصيل الطلبات، وبدرجة ثانية بنسبة 44% من ضغط المنافسة الذي يصدر عن حسابات لها نشاطاً مماثل أو مقارب، وفي درجة ثالثة من اعتراض الزبون على سعر الخدمة وما يرافقه من إلحاح على تخفيضه، وهذا بنسبة 30%، في حين أشارت 16% منهنّ إلى عجزهنّ عن التوفيق بين العمل لتجهيز الطلبات وإدارة الصفحة، أما أخرى تذكر فلخصتها 6% من المبحوثات في ندرة المادة الأولية وغلائها والتأخر في استلام الطلبات الجاهزة.

جدول 17: يوضح وجود الرغبة في التوقف عن النشاط من عدمه

النسبة المئوية	المجموع الجزئي	النسبة المئوية	التكرار	الأسباب	
				وجود الرغبة	لا
42%	21	76.19%	16	الشعور بالإرهاق	نعم
		57.14%	12	فشل المشروع بسبب المنافسة الشديدة	
		9.52%	2	عدم توفر الوقت الكافي	
		4.76%	1	التمكن من تحقيق الحد الأدنى من الأهداف المسطرة	
		النسبة بدلالة عدد اللواتي أجبن بنعم = 21			
58%	29				لا
100%	50				المجموع

المصدر: الباحثة. 2021

يظهر من خلال الجدول رقم 17 أنّ غالبية المبحوثات بنسبة بلغت 58% منهنّ لم تُرواهنّ الرغبة في التوقف عن النشاط الذي يمارسهُ باستخدام فيسبوك على الرغم من المشاكل التي تعترضهنّ، بالمقابل عبّرت 42% المتبقيات عن رغبتهنّ في ذلك، حيثُ حدّدت لذلك أسباباً يتقدّمها شعورهنّ بالإرهاق والتعب بما نسبته 79.19%، وإلى فشل المشروع وعدم قدرته على الاستمرار في ظلّ اشتداد المنافسة بنسبة

57.14%، وعدم توقّر الوقت الكافي بنسبة 9.52% خاصة بالنسبة للمبحوثات من الطّالبات الجامعيّات أو الموظّفات بسبب العودة إلى الدّراسة والعمل عقب العطلة الاستثنائية التي فرضتها إجراءات الحجر المنزلي للحدّ من وباء كورونا المستجدّ، بالنظر إلى المعطيات السابقة التي بيّنت أنّ غالبيّة الحسابات قد تمّ إنشاؤها خلال تلك الفترة، أمّا أخيراً فكان النّجاح في تحقيق الحدّ الأدنى من الأهداف المسطّرة مبعث رغبة 4.76% من المبحوثات في التوقّف عن نشاطهنّ الرّبحي عبر فضاء التواصل الأزرق فيسبوك.

#### 8 4 - الإنجازات المحقّقة في إطار التّمكين للذّات عبر استخدام موقع فيسبوك بغرض العمل:

جدول 18: يوضّح الإنجازات المحقّقة على المستوى النّفسي

الإنجازات النّفسيّة	التكرار	النسبة المئوية
الشّعور بتقدير الذّات	37	74%
اكتساب ثقة أكبر بالنفس	34	68%
الإحساس بالفعاليّة والإنجاز	31	62%
امتلاك القدرة على اتّخاذ القرار	24	48%
النسبة بدلالة عدد المبحوثات=50		

المصدر: الباحثة. 2021

يبدو من خلال نتائج الجدول رقم 18 أنّ استخدام المبحوثات لموقع فيسبوك بغرض العمل انطلقا من المنزل قد ساهم في ارتفاع مؤشّرات الصّحة النّفسيّة لديهنّ، والتي تقدّمها الشّعور بتقدير الذّات وفق ما عبّرت عنه 74% منهنّ يليه اكتسابهنّ ثقة أكبر بأنفسهنّ بنسبة 68%، ويأتي ثالثاً الإحساس بالفعاليّة والإنجاز لدى 62% منهنّ، يليه أخيراً امتلاكهنّ القدرة على اتّخاذ القرار برأي 48%. ويمكن ملاحظة أنّ هذه النتائج تعكس نجاح المبحوثات في الوصول إلى مرحلة متقدّمة من الشّعور بالتّمكين النّفسي الذي يُشكّل القاعدة التي ترتكز عليها أبعاد التّمكين الأخرى الاجتماعيّة والاقتصاديّة والسياسيّة، فالمرأة يمكنها أن تكون أكثر إنتاجيّة ودفاعيّة إذا شعرت بإمكانية تقديم مساهماتٍ قيمةٍ من خلال أفكارٍ جديدةٍ أو طرقٍ أفضل لأداء العمل والمشاركة في عملية اتّخاذ القرار<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - مريم عشي، مرجع سابق، ص38.

جدول 19: يوضح الإنجازات على المستوى الاجتماعي

التسبة المئوية	التكرار	الإنجازات
28%	14	ممارسة الحقوق التي أقرها الدين بحرية (الكسب والتملك)
50%	25	التمتع باحترام وتقدير الآخرين
88%	44	اكتساب خبرة أكبر في التعامل مع الناس
56%	28	توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية (التعرف على أصدقاء جدد)
28%	14	تحسين المستوى المعرفي والثقافي (عن طريق الاحتكاك بالناس)
76%	38	تعلم مهارات جديدة في الحياة
42%	21	تقديم الدعم للمبتدئات
18%	9	الحفاظ على عادات وتقاليد الاجداد
46%	23	الإسهام في الإشهار لتراث منطقة جيجل
2%	1	أخرى تغيير النظرة السلبية للمرأة الماكثة بالبيت
التسبة بدلالة عدد المبحوثات = 50		

المصدر: الباحثة. 2021

يظهر من خلال النتائج الموضحة بالجدول رقم 19 أنّ المبحوثات بفضل استخدامهنّ فيسبوك في العمل انطلقا من المنزل قد اكتسبن على المستوى الاجتماعي خبرةً في التعامل مع الناس بدرجة أولى بنسبة بلغت 88 %، وبدرجة ثانية تعلّمن مهارات جديدة في الحياة بنسبة بلغت 76 %، أما ثالثا فقد أسهمت هذه التجربة في مدّ شبكة العلاقات الاجتماعية لـ 56 % منهنّ من خلال ميزة التعرف على أصدقاء جدد قد لا يُتيحهم الفضاء الجغرافي الواقعي، يُضافُ إلى ذلك النجاح في فرض الاحترام والتمتع بتقدير الآخرين بحسب ما أشارت إليه 50 % منهنّ، وهو ما يُعطي مؤشرات إيجابية عن استطاعتهنّ تحقيق التمكين الاجتماعي لأنفسهنّ بالاعتماد على مزايا فيسبوك التفاعلية.

جدول رقم 20: يوضح الإنجازات على المستوى الاقتصادي

التسبة المئوية	التكرار	الإنجازات
70%	35	تحقيق الاستقرار والاستقلال الماديين
24%	12	المشاركة الفعالة في إدارة شؤون الأسرة المادية
26%	13	خلق فرص عمل لنساء أخريات
التسبة بدلالة عدد المبحوثات = 50		

المصدر: الباحثة. 2021

تُشيرُ نتائج الجدول رقم 20 إلى أنّ استخدام المبحوثات موقع فيسبوك للعمل قد وصل بـ 70% منهنّ إلى تحقيق الاستقرار والاستقلال الماديّين، كما أنّه شكّل عاملاً مُساعداً على خلق فرص عمل لنساء أخريات بحسب ما أوضحتُه 26% منهنّ، وبنسبةٍ مقارنةٍ بلغت 24 % أنّهنّ تمكّنن بفضل هذا النشاط من المشاركة الفعّالة في إدارة شؤون الأسرة الماديّة. وبالنظر إلى مجموعة المؤشّرات التي وضعتها منظّمة الأمم المتّحدة لقياس مدى تمكين المرأة في المجتمع<sup>1</sup>، يبدو أنّ استخدام المبحوثات للفيسبوك بغرض العمل انطلافاً من المنزل يسيرُ بهنّ في طريق التمكين الاقتصادي لأنفسهنّ في المجتمع.

## 8 5 - الأهداف المستقبلية المرتجاة من الاستمرار في استخدام فيسبوك للعمل:

جدول 22: يوضّح الأهداف المستقبلية المرتجاة من الاستمرار في استخدام الفيسبوك بغرض العمل

النسبة المئوية	التكرار	الأهداف المستقبلية
72%	36	تحسين الوضع المادي أكثر
30%	15	تحقيق الشهرة والنجومية (حصد أكبر عدد من المعجبين والمتابعين)
60%	30	توسيع نطاق العمل خارج حدود الولاية
72%	36	إخراج المشروع إلى أرض الواقع
30%	15	توسيع النشاط باستخدام مواقع أخرى ( يوتيوب، أنستغرام..)
42%	21	تشكيل مجموعات افتراضية للرفي بالمرأة الجيجلية
22%	11	قيادة مبادرات لتمكين المرأة الجيجلية اجتماعياً واقتصادياً
72%	36	مساعدته المرأة في الوعي باحتياجاتها وسبل تحقيقها
10%	5	مواصلة دعم المبتدئات والراغبات في تمكين أنفسهن
النسبة بدلالة عدد المبحوثات = 50		

المصدر: الباحثة. 2021.

توضّح إجابات المبحوثات التي تظهر من خلال الجدول رقم 22 أنّ تحسين الوضع المادي أكثر وإخراج المشروع إلى أرض الواقع بفتح محلّ أو ورشة على سبيل المثال؛ تُعدُّ أبرز الأهداف التي يسعين لتحقيقها على المستوى الشخصي وهذا بنسبة بلغت 72% لكليهما، أمّا على المستوى المجتمعي فتسعى المبحوثات بدرجةٍ أولى إلى مساعدة المرأة في الوعي باحتياجاتها وسبل تحقيقها، وهذا بنسبة 72%، كما تعمل 42% منهنّ على تشكيل مجموعات افتراضية للرفي بالمرأة الجيجلية انطلافاً من مواقع التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup> - انظر: مريم عشي، مرجع سابق، ص 40.

## 9 - نتائج الدراسة:

- أفرزت الدراسة الميدانية جملةً من النتائج من أهمها :  
شكّل امتلاك الموهبة وتشجيع الأهل والأصدقاء أبرز الحوافز النفسية التي دفعت أغلب المبحوثات لحوض تجربة التمكين لذواتهن عبر فيسبوك، إضافة إلى بعض الظروف الاقتصادية والاجتماعية، كعدم كفاية الراتب الشهري والبطالة وعدم امتلاك الكلفة المالية لفتح محلّ لمزاولة النشاط خارج المنزل.
- تُواجه المبحوثات صعوبات عديدةً في سبيل التمكين لذواتهنّ عبر فيسبوك تتنوع بين نفسية واجتماعية ومادية ومهنية.
- مكن استخدام المبحوثات للفيسبوك بغرض العمل من تنمية ثقتهنّ بأنفسهنّ، وأتاح لهنّ القدرة على اتخاذ القرار والمشاركة الفعالة في إدارة شؤون الأسرة، ومنحهنّ فرصاً للحصول على درجاتٍ أعلى من المعرفة والمهارات والخبرات التي تُعزز كفاءتهنّ للقيام بأدوارهنّ الإيجابية في المجتمع، إضافةً إلى تحقيقهنّ استقراراً واستقلالاً ماديين.
- تطمّح المبحوثات إلى الاستمرار في استخدام فيسبوك لبلوغ أهدافهنّ الشخصية التي تتقدّمها رغبتهنّ في تحسين وضعهنّ المادي أكثر، ثمّ إخراج المشروع من فضائه الافتراضي على فيسبوك إلى أرض الواقع، أمّا على المستوى المجتمعي فتربغ المبحوثات في مساعدة المرأة في الوعي باحتياجاتها وسبل تحقيقها، وكذا تشكيل مجموعات افتراضية للرقى بالمرأة الجيلية انطلاقاً من مواقع التواصل الاجتماعي.

## 10 - خاتمة:

حاولت الدراسة رصد واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في التمكين لذاها اجتماعياً واقتصادياً من خلال عينةٍ من حسابات العمل التسوية على فيسبوك بولاية جيجل تشكلت من 50 مبحوثة، وقد توصلت إلى نتيجة عامة تُشير إلى أنّهنّ استطعن تعزيز مكانتهنّ الاجتماعية وتحسين أوضاعهنّ الاقتصادية بفضل استخدامهنّ موقع فيسبوك في الترويج لمواهبهنّ ومنتوجاتهنّ وحرفهنّ اليدوية. وبناء عليه؛ تُوصي الدراسة بضرورة مُسارعة منظمات المجتمع المدني الفاعلة في مجال تمكين المرأة اجتماعياً واقتصادياً إلى تبني ودعم المواهب التي أتاح لها فيسبوك فرصة الظهور، من خلال دعمها مادياً ومعنوياً تطبيقاً لاستراتيجيات التنمية المستدامة رؤية 2030، كما تقترح دراسة المنظور الذكوري بشأن تمكين المرأة لذاها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

## قائمة المراجع:

- باللغة العربية:
- أنجوس؛ موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، ط1، (الجزائر: دار القصة للنشر، 2004).
- بن مرسللي؛ أحمد، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2 (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005).
- جليط؛ الطاهر، دراسة قياسية لمحددات البطالة في الجزائر للفترة 1980-2014، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد 6، 2016، ص-ص 118-199.
- راضي؛ زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، العدد 15، 2003.
- زرقان؛ ليلي، تمكين المرأة في ظل التنمية المستدامة: الواقع والتحديات، مجلة مجتمع تربية عمل، العدد 2، 2016، 101-128.

- صادق؛ عباس مصطفى، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة. (دم ن: د د ن، 2011).
- العادلي؛ مرزوق عبد الحكم، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع. ط1. (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011).
- عبد الحميد؛ محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 2000).
- عبد الحميد؛ محمد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 1993).
- عبيدات؛ محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، (الأردن: دار وائل للطباعة والنشر، 1999).
- عشي؛ مريم، تمكين المرأة: المفهوم والأبعاد. مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، السداسي الأول المجلد 2، العدد 14، 2020، ص-ص 33-44.
- عليان؛ ربحي مصطفى، غنيم؛ عثمان محمد، أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العملي. ط1، (عمّان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2007).
- مزبوة؛ بلقاسم ، تمكين المرأة والإعلام: الواقع والآفاق، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 5 ، العدد 2، جانفي 2018، ص-ص 389-402.
- بلغات أجنبية:

- Arab social media report, Social media and the internet of things : Towards Data-driven Polycymaking in the arab potential, limits and concerns. Mohamed bin Rached school of government, 2017.
- Dorothy, N.G. Marie Overbuy Well Participation, Encyclopedia of Social Work. (United States, National Association of Social Workers, 1995).
- Hadi .A. The NGOS Intervention and woumen's Empowerment, the Bangladesh experience, in International Seminar on Women's Empowerment, Stokholm, 1997.
- Nina, Wallenstein. Empowerment and Health, the theory and practice of community, Community Development Journal, Oxford University Press, 1993.
- Vanessa, Griffin. Woumen Development and Empowerment : A pacific feminist Perspective, Asian and Pacific center, kuala lumpur, 1987.