

صورة المرأة المقاوله في المحتوى الرقمي للمؤسسات الناشئة

دراسة سيميائية لمضامين منشورات صفحة وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة

والمؤسسات الصغيرة عبر الفيسبوك

The Representation of the 'Female Entrepreneur' in Startup Digital Content: A Semiotic Study of the Facebook Discourse of the Ministry of Knowledge Economy, Start-ups, and Micro-enterprises

تیماجر نریمان¹

¹ مخبر البحث في وسائل الإعلام، الاستخدامات الاجتماعية و الاتصال، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم

الاعلام (الجزائر)

تاريخ النشر: 2026/06/13

تاريخ القبول: 2026/06/06

تاريخ الاستلام: 2026/04/14

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل الأطر السيميائية والدلالية التي تشكل صورة المرأة المقاتلة ضمن المحتوى الرقمي الرسمي بالجزائر عبر الصفحة الرسمية لوزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمصغرة على فيسبوك، حيث اعتمدنا على المنهج السيميولوجي لمقاربة عينة قصدية من المنشورات التي تبرز نشاطات نسوة خلال الفترة (09 جانفي الى 13 أكتوبر 2025).

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أن الخطاب الانصالي للوزارة يسعى لكسر الصور النمطية الكلاسيكية للمرأة العاملة، واستبدالها بصورة المرأة التقنية والمستثمرة، مع التركيز على دلالات التمكين الرقمي ولغة الجسد التي توحى بالثقة والقيادة. كما كشف التحليل السيميائي عن توظيف ذكي للألوان والرموز التقنية لدمج الهوية الوطنية مع متطلبات الحداثة الاقتصادية، مما يعزز من المرئية الدولية للجزائر كبنية محفزة للمقاولانية النسوة.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية النسوية؛ المؤسسات الناشئة؛ السيمولوجيا؛ الاتصال الرقمي؛ الصورة.

Abstract:

This study aims to explore and analyze the semiotic and semantic frameworks that shape the image of women entrepreneurs within Algeria's official digital content, specifically through the official Facebook page of the Ministry of the Knowledge Economy, Startups, and Microenterprises. We employed a semiological approach to examine a purposive sample of posts highlighting women's activities during the period (January 9 to October 13, 2025).

المؤلف المرسل: نريمان تيماجر

The study reached a number of conclusions: the Ministry's communicative discourse seeks to break down traditional stereotypes of working women and replace them with an image of women as tech-savvy entrepreneurs, emphasizing the connotations of digital empowerment and body language that suggest confidence and leadership. The semiotic analysis also revealed a clever use of colors and technical symbols to integrate national identity with the requirements of economic modernity, thereby enhancing Algeria's international visibility as an environment conducive to women's entrepreneurship.

Keywords: Women's entrepreneurship; startups; semeiology; digital communication; images.

1 . مقدمة:

يعد اقتصاد المعرفة المرتكز الأساسي للتحويلات التنموية، حيث انتقل الثقل من الموارد المادية التقليدية إلى رأس المال الفكري والابتكار التقني. وفي هذا السياق، برزت المؤسسات الناشئة كقاطرة لهذا التحول، مما أتاح المجال لظهور فاعلين جدد، على رأسهم المرأة المقاتلة التي اقتحمت مجالات كانت حكرًا على النماذج التقليدية.

وانطلاقًا من الرؤية الاستراتيجية للدولة الجزائرية نحو الرقمنة الشاملة، أصبحت المؤسسات الرسمية، وعلى رأسها وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة، توظف الفضاءات الرقمية كمنصات استراتيجية لإعادة هندسة الصورة الذهنية للفاعل الاقتصادي، حيث تحول المحتوى الرقمي المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي فيسبوك إلى بنية دلالية مركبة تعتمد على سيميولوجيا العلامات البصرية واللسانية لصناعة تمثيلات اجتماعية واقتصادية جديدة.

كما تتجاوز صناعة صورة المرأة المقاتلة في الخطاب الرسمي التوثيق لنشاطاتها، فهي تعتبر عملية بناء هوية بصرية ولسانية تهدف إلى تفكيك القوالب النمطية القديمة، وإبراز صورة المرأة المبتكرة وصانعة القرار.

إلا أن هناك فجوة واضحة بين الواقع العملي للمرأة المقاتلة وبين الصورة الموجهة عبر المحتوى الرقمي، حيث تسعى الوزارة عبر هذا المحتوى الجديد إرساء براندينغ خاص بالمرأة الجزائرية المبدعة. ومن هنا، تحاول الدراسة تتبع آليات هذا البناء الدلالي وكيفية استثمار العلامات الأيقونية واللسانية

لتعزيز الرؤية الاقتصادية للمرأة والانتقال بها من مجرد عاملة إلى رائدة أعمال تمتلك أدوات التكنولوجيا والقيادة، وبناء على ما سبق، يمكن صياغة التساؤل الرئيس للدراسة كالتالي:

ما هي الأطر السيميائية والدلالات الرمزية التي تشكل صورة المرأة المقاتلة ضمن المحتوى الرقمي لوزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة عبر منصة فيسبوك؟

وتتفرع الإشكالية إلى التساؤلات التالية:

- ما هي الدلالات اللسانية والمصطلحات التحريرية المستخدمة في وصف نشاطات المرأة المقاتلة وإنجازاتها؟

- كيف يتم توظيف سيميولوجيا المكان والرموز التقنية في المحتوى المنشور لتعزيز صورة المرأة كفاعل في اقتصاد المعرفة؟

- هل ينجح الخطاب الرقمي للوزارة في إحداث قطيعة سيميائية مع الصور النمطية الكلاسيكية للمرأة العاملة في الجزائر؟

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة قيمتها العلمية والعملية من كونها تعالج تقاطعا حيويا بين الاتصال الرقمي المؤسساتي والتمكين الاقتصادي للمرأة في الجزائر، وتتجلى أهمية الدراسة في رصد مواكبة التوجهات الكبرى للدولة الجزائرية (2024-2030) الرامية إلى إرساء اقتصاد المعرفة وتشجيع الذكاء الاصطناعي والمؤسسات الناشئة، من خلال إبراز دور الإعلام الرسمي في صناعة نموذج المرأة الجزائرية الناجحة وتحويلها من مستهلكة للتكنولوجيا إلى رائدة أعمال مبتكرة ومساهمة في الناتج المحلي، كما تسعى الدراسة إلى تقديم مؤشرات سيميولوجية دقيقة لصناع القرار الإعلامي في الوزارة حول كيفية بناء هوية بصرية ولسانية قوية تعزز ثقة الجمهور والمستثمرين في البيئة المقاتلة الوطنية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التالية:

- الكشف عن الدلالات الرمزية والأنساق البصرية التي تشكل صورة المرأة المقاتلة في الخطاب الرقمي لوزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة.

- إبراز كيفية انتقال الخطاب الإعلامي الرسمي من النمطية الاجتماعية إلى التمكين التكنولوجي للمرأة في بيئة الـ **Startups**.

- معرفة مدى استجابة هذا المحتوى الرقمي لتوجهات الدولة الجزائرية (2024-2030) في خلق بيئة محفزة لاقتصاد المعرفة والذكاء الاصطناعي.

مفاهيم الدراسة:

الصورة الرقمية:

تعد الصورة الرقمية في الفضاء الشبكي بنية إعلامية مركبة تتجاوز وظيفتها لتتحول إلى نص بصري مشفر يحمل إيديولوجيا المؤسسة ومنطلقاتها الفكرية، فالصورة الاعلانية هي رسالة مرئية تستهدف نقل المعلومات من المعلن إلى جمهور معين من المستهلكين عن سلعة أو خدمة بهدف إحداث تأثير في السلوك، كما تهدف إلى إيصال رسالة معينة في حقل مناسب قصد إنتاج معاني عن طريق الصور (كباش، 2024، صفحة 339).

المرأة المقاتلة:

مفهوم المرأة المقاتلة: تعرف المرأة المقاتلة على أنها تلك التي تنظم وتدبر وتمتلك مشروع ما تتحمل مخاطره وإدارته، وبالتالي تتوفر في شخصيتها مجموعة من الخصائص تمكنها من التوفيق في إدارة أعمالها (بوشريط و سيدي موسى، 2024، صفحة 638)

كما تؤكد كلا جيون ويو على أهمية المرأة في المقاتلاتية حيث تقولان إن وضع أبحاث المرأة داخل مجال المقاتلاتية تزداد أهمية في الآونة الأخيرة رغم أن الدراسات الموجودة حول النساء قد ساهمت كثيرا في فهمنا لها، إلا أنه لا يعرف سوى القليل عن تطور هذا المجال بفضل المشاركة النسوية (فنينش، 2025، صفحة 360).

منهج الدراسة والأداة:

اتكأت الدراسة الحالية على منهج التحليل السيميولوجي، حيث وظفت مقارنة رولان بارت لتفكيك وتحليل الأنساق الدلالية والرموز المتضمنة في الخطاب الرقمي المؤسسي. تكمن الغاية من اختيار هذا المنهج في قدرته على تجاوز الوصف الكمي الظاهري للمحتوى، والنفوذ إلى عمق البنية الدلالية (بصريا ولسانيا) للكشف عن الكيفية التي يتم بها بناء تمثيلات المرأة المقاتلة، ويعرف المنهج السيميولوجي على أنه "عملية البحث عن المدلولات اللاحائية والتضمينية للوصول إلى النسق

الايديولوجي معتمدا على مبدأ تحليل الظاهرة لاكتشاف أجزاءها والتركيز على الرؤية الثنائية لها (بوثلجة وزياد، 2014).

تستعين الدراسة بالتحليل السيميائي كآلية إجرائية لتفكيك عينة قصدية من منشورات صفحة وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة عبر فيسبوك، حيث يسهم التحليل السيميائي في تسليط الضوء على الآليات التي تنتج من خلالها المعاني في الأنساق الدلالية، وتقول الباحثة جوليا كريستيفيا أن التحليل السيميائي "هو مجموعة من التقنيات والخطوات المستخدمة للبحث في صيغ اكتمال حلقة الدلالة في نسق معين، وهو الأسلوب العلي الذي يكشف، يحلل وينقد المعنى في نظام ما" (خليفة، 2018).

بناء على مقتضيات المنهج السيميولوجي، اعتمدت الباحثة على شبكة تحليل سيميائية تم تصميمها لتفكيك الوحدات الدلالية في منشورات صفحة وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة. تنقسم الأداة إلى مستويين:

1. التحليل الأيقوني المتمثلة في لغة الجسد، النظرات، الهيئة واللباس للمرأة المقاتلة، وسيميولوجيا المكان.

2. التحليل اللساني، وتتمثل في تفكيك الخطاب المكتوب المرافق للصورة.

مجتمع البحث والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في منشورات الصفحة الرسمية لوزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمصغرة في الجزائر عبر فيسبوك، تم اختيار هذا المجتمع كونه المنصة الأكثر حيوية وتفاعلا، والواجهة الاتصالية الأساسية التي تعتمد عليها الوزارة في بناء وتسويق صورتها الذهنية وهويتها البصرية أمام الجمهور المحلي والدولي.

كما اعتمدت الباحثة على العينة القصدية، حيث تتحدد معالمها وفق الشروط التالية:

- المجال الموضوعي: المنشورات التي تتضمن محتوى بصريا تظهر فيها المرأة المقاتلة أو صاحبة المشروع الناشئ كعنصر أساسي في المنشور.
- المجال الزمني: تم حصر العينة في الفترة الممتدة من (09 جانفي 2025 إلى 13 أكتوبر 2025)، وهي الفترة التي شهدت ذروة النشاط الإعلامي المرافق للتوجهات الكبرى للدولة نحو تعميم الذكاء الاصطناعي والمؤسسات الناشئة.

2. التحليل السميولوجي للدراسة:

المنشور 01: الصالون الأول للنشاط المصغر تاريخ المنشور: 09 جانفي 2025



المصدر: الصفحة الرسمية للوزارة عبر الفيسبوك

من خلال المنشور الأول؛ نلاحظ في لقطات المعرض حضورا طاعيا للمرأة العارضة والمقاتلة، سيميائيا هذا التواجد الكثيف يحول القرض المصغر من مجرد آلية مالية إلى فضاء نسوي بامتياز. حيث يبين المنشور الوزير يقف داخل أجنحة العرض مما يعطي إحياء بالدعم المباشر، ويدل على كسر الحواجز البروتوكولية بين السلطة والمقاتلة الصغيرة.

كما تظهر الصور منتجات متنوعة كالخزف، الحلي، الصناعات التحويلية، ويعتبر دمج هذه المنتجات التقليدية في صالون تشرف عليه وزارة اقتصاد المعرفة مدلولا جديدا لعصرنة التقليد فالصناعات التقليدية أصبحت اليوم تحتاج إلى التكنولوجيا وأدواتها لتفعيل التدريب والإبداع، بل أصبح ضروري للحرفيين لتقوية ورفع مستوى مؤهلاتهم وقدراتهم الإبداعية وكذا التأقلم مع الوسائل التكنولوجية الحديثة في هذه الميادين (محبوب، 2016، صفحة 84).

ويتضمن المنشور صورة المرأة المقاتلة هنا على أنها تحمي التراث الوطني لكن بمفهوم ودلالة اقتصادية منتجة، كما يسوق المنشور لفكرة أن الإبداع اليدوي النسوي هو قيمة مضافة للاقتصاد الوطني وللتنمية المستدامة، وتوظيف الوسائط الجديدة يعتبر دعم للنشاط الحرفي والتقليدي في الجزائر، مما يساهم بالتعريف بالحرف والترويج لها وتعزيز صورتها في المجتمع مما يدل على الدور الكبير لهذه الوسائط في التأثير على المجتمعات (بوهدة و لمشونشي، 2022، صفحة 170).

كما يتضمن شعار "آلية لخلق النشاط الاقتصادي" على عدة معاني فاستخدام كلمة "آلية" يخرج القرض المصغر من سياق "المساعدة الاجتماعية" إلى سياق "الأداة الاقتصادية"، هذا ما يغير صورة المرأة المستفيدة من "طالبة مساعدة" إلى "وحدة إنتاجية" مساهمة في النمو.

المنشور 02: عقد ابتكار بين مجمع جيتكس والمؤسسة الناشئة ديار دز اير تاريخ المنشور 05 فيفري 2025

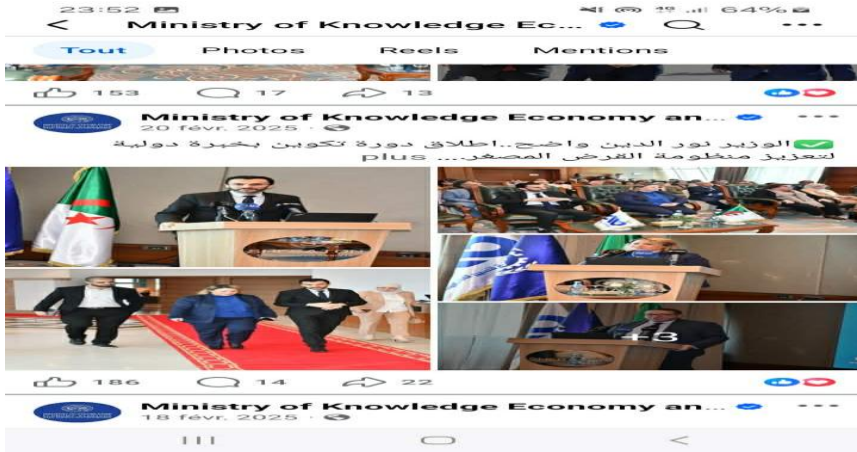


المصدر: الصفحة الرسمية للوزارة عبر الفيسبوك

يجسد هذا المنشور لما يسمى في السيميولوجيا بـ "العبور الهوياتي" حيث تنتقل من الصناعات التقليدية الثقيلة إلى العالم الافتراضي، فاختيار مقر "Algeria Venture" يحمل دلالة سيميائية قوية على انتقال مركز الثقل الاقتصادي، مما يعزز من سلطة الابتكار على سلطة التقليد، بالإضافة إلى الديكور الرقمي كلها تشكل فضاءاً أيقونيا يضفي صبغة التكنولوجيا على منتجات تقليدية كالنسيج.

نلاحظ وقوف كل من وزير اقتصاد المعرفة ووزير الصناعة جنبا إلى جنب، سيميائيا هذا يرمز إلى التحالف الاستراتيجي، كما تظهر المرأة الحاضرة في هذه البيئة في سياق الشهادة على العصر الرقمي، ويعبر المقال المرفق في المنشور على أن المؤسسة الناشئة التي تقودها كفاءات شبابية وغالبا نسوية في جانب البرمجة والتسويق أصبحت هي "المحرك" لتطوير مجمع صناعي ضخم.

المنشور 03: دورة تكوينية حول القرض المصغر تاريخ المنشور 20 فيفري 2025



المصدر: الصفحة الرسمية للوزارة عبر الفيسبوك

يمكن القول أن هذا المنشور يعتبر بمثابة نقلة نوعية في الدراسة، كونه ينقل تحليل صورة المرأة المقاتلة من مجال المشاركة الميدانية إلى كيفية صناعة الكفاءة والخبرة الدولية، حيث نجد أن تحول المرأة من متلقية للمعلومة إلى منتجة ومصدرة لها، مما يعزز صورة المرأة القيادية في الاقتصاد القائم على المعرفة.

كما يعكس هذا الحدث الذي تم نشره بتاريخ 20 فيفري 2025، مفهوم التأييد النوعي للقطاع فالمرأة هنا ليست ديكورا بصريا كما كان يسوق لها من قبل، بل تعتبر جزء من الـ 25 مؤطرا الذين سيقودون برنامج "تمكين" عبر الولايات الجزائرية، وهذا ما يبرز في صورة الوزير والمسؤولة وهما يمشيان معا على السجاد الأحمر في رواق الفندق.

كما يعتبر اسم البرنامج "تمكين" مصطلح سيميائي بامتياز، يحمل دلالة ومعاني إيديولوجية إيجابية ترتبط تاريخيا بتمكين الفئات الفاعلة وعلى رأسها المرأة، ووروده في منشور الوزارة يربط القرض المصغر بالارتقاء الاجتماعي والمهني وليس بالاستدانة فقط.

المنشور 04 : مؤسسة مصغرة رائدة في تكوين الطيارين بإفريقيا المنشور: 18 مارس 2025



المصدر الصفحة الرسمية للوزارة عبر الفيسبوك

ننتقل في هذا المنشور من الفضاءات المغلقة والمجردة البسيطة إلى فضاءات تكنولوجية وعلمية معقدة كالطيران، الزراعة الذكية، التأهيل الحركي، حيث ركز هنا أصحاب القرار على كيفية دمج صورة المرأة في قطاعات كانت تصنف تقليديا كمعاقل ذكورية.

حيث نلاحظ من خلال هذا المنشور الحضور القوي للسيدة والي ولاية بومرداس، السيدة فوزية نعامة إلى جانب الوزير. ومن الجانب السيميائي، يعتبر هذا الترافق المعنى الفعلي لتكريس صورة التكامل المؤسساتي النسوي الذكوري، حيث تظهر المرأة هنا في أعلى هرم السلطة المحلية، مما يعطي رسالة ضمنية للمقاوالات الناشئات بأن الطريق نحو القيادة ممدد سياسيا وإداريا، فالتغيرات الاجتماعية والاقتصادية أثرت ايجابا على توجهات المرأة في المجتمع الجزائري، فقد دفعتم الى منافسة الرجل في الكثير من الأعمال والنشاطات المهنية التي كانت حكرًا على الرجل، مثل تقلد مناصب عليا في الدولة (غيث، 2014، صفحة 114).

كما يربط النص المرافق للمنشور المرأة المقاتلة بالبعد الاجتماعي، أين يتم استثمار نزعة الرعاية الفطرية لدى المرأة وتحويلها إلى استثمار اجتماعي مستدام، بالإضافة الى التأكيد على ضرورة تعميم الرقمنة في هذا المجال وهو ما تمت التركيز عليه في خطاب الوزير أمام الولاية وإطاراتها، مما يدل على ارتباط صورة المرأة المقاتلة بالتدفق المعلوماتي السريع، وليس بالبيروقراطية الورقية القديمة.

المنشور 05: اليوم العالمي للماء تاريخ المنشور 22 مارس 2025



المصدر الصفحة الرسمية للوزارة عبر الفيسبوك

يحمل هذا المنشور دلالة الأمن المائي، بحيث ربط المحتوى المقدم من طرف الوزارة بالأمن المائي والاستراتيجية الوطنية مما يضيف على دور المرأة المقاتلة صبغة الواجب الوطني، ومن خلال الدلالات الضمنية للمرأة ومساهماتها المختلفة في التنمية، نلاحظ أن دورها هنا ليس نشاطا تجاريا ربحيا فحسب، بل هي مساهمة في تعهدات رئيس الجمهورية.

حيث تم استخدام المصطلحات التقنية (الرقمنة، معالجة المياه، الاستهلاك الرشيد)، وابتعد الخطاب اللغوي تماما عن العواطف، مركزا بذلك على الكفاءة مما يعيد صياغة صورة المرأة في العقل الجمعي من المستهلكة للماء في الفضاء المنزلي إلى المبتكرة لحلول توفير الماء في الفضاء العام والتقني.

يوجي المنشور بأن حل المشكلات المعقدة (مثل الجفاف وتحديات المناخ) يتطلب لمسة ذكية ومستدامة، وهي صفات غالبا ما يربطها الخطاب المعاصر بالتمكين النسوي، كما يدل ذكر اتفاقية سيال والوكالة الوطنية لدعم المقاولاتية بأن المرأة المقاتلة أصبحت جزءا من سلسلة القيمة الاقتصادية في كبرى الشركات الوطنية، مما يعطيها شرعية مؤسسية قوية، وهذا يأتي من خلال تنمية روح المقاولاتية لدى المرأة الجزائرية وتثمين الخبرات المكتسبة في ظل الإصلاحات والاليات الداعمة التي تمكن المرأة من إطلاق قدراتها وإتاحة الفرصة لها في القيادة والعمل في هذه المجالات الثقيلة التي تساهم في دعم الاقتصاد الوطني (كسور، 2020).

من خلال هذا المنشور نلاحظ أنه تم استبدال صورة المرأة الجمالية بصورة المرأة التكنولوجية، فحضور المرأة في فعالية تخص الري، وهو قطاع هيمن عليه الرجال تاريخياً يمثل اختراقاً سيمائياً. كما تعمدت الوزارة هنا استخدام صورة المرأة لتحديث وجه الدولة، وإظهار أن الجزائر الجديدة تعتمد على الكفاءة بغض النظر عن الجنس، خاصة في قضايا حيوية كالأمن المائي.

المنشور 06 : ابتكار بيئي وريادة خضراء تاريخ المنشور 16 أفريل 2025



المصدر الصفحة الرسمية للوزارة عبر الفيسبوك

يتبين من خلال هذا المنشور التوزيع المتوازن للنساء والرجال على جانبي الطاولة، حيث نجد ظهور المرأة المحجبة وغير المحجبة، واللباس الذي يجمع بين الحداثة والرسمية مما يعكس صورة المقاتلة الواقعية التي تشبه المجتمع الجزائري في حيويته وتعدد وثقافته. كما نجد وجوه نسوية في حالة تركيز شديد مع تدوين ملاحظات، هذا الإيحاء ينقل المرأة من صورة الوجه الجمالي في المنشورات إلى العقل المفكر والمشارك في النقاش التقني المعمق. ويعتبر التقابل البصري بين الوزير والوزيرة رمز ودليل ضمني لترسيخ فكرة معالجة قضايا المقاتلة والبيئة بمناصفة سيادية ونفس المرتبة القيادية.

المرأة المقاتلة في هذا المنشور لا تظهر في فعالية خاصة بالنساء فقط، بل تظهر كجزء لا يتجزأ من النظام البيئي للمؤسسات الناشئة، وهو تحول دلالي من المقاتلة النسوية إلى المقاتلة المواطنة. ونستخلص من خلال هذا التحليل إلى أن وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة تتجاوز التأثيث البصري بالمرأة، لتنتقل إلى استراتيجية التمكين بالصورة، حيث يتم توظيف

المرأة كرمز للمرونة والابتكار المستدام، مما يساهم في بناء هوية بصرية للمؤسسات الناشئة تتسم بالشمولية والقدرة على مواكبة التحديات العالمية البيئية والرقمنة.

المنشور 07: صالون المقاتل الذاتي تاريخ المنشور 10 ماي 2025



المصدر الصفحة الرسمية للوزارة عبر الفيسبوك

نلاحظ من خلال هذا المنشور ظهور المقاولات الشابات في فضاءات التشبيك (B2B) واعتلائهن منصات الترويج بجانب المسؤولين يرسل دلالة ضمنية قوامها تفتيت المركزية الذكورية في قطاع التكنولوجيا والعمل الحر، كما منحت هنا الوزارة المرأة ومن خلال المحتوى الرقمي صفة الذات المستقلة اقتصاديا، وهي دلالة تتعزز عبر سيميولوجيا النظرة في الصور المتبوعة بالنص وهنا تكمن العلاقة بين الصورة والنص، فوجود الصورة يساعد على سرعة الفهم والاستيعاب فهي تعتبر مثل الكلمة المنطوقة (بودريالة و زطة، 2017)، وفي هذا السياق، تظهر النساء في حالة حوار مباشر وندية بصرية مع صناع القرار، مما يحول المرأة المقاتلة من مجرد موضوع للدعم إلى شريك بنوي في التحول الرقمي، حيث يعتبر هذا المزج بين الرموز التقنية (الخلفيات الرقمية، الشاشات) والحضور النسوي المكثف كدلالة إيجابية مضافة مفادها أن المقاولاتية النسوية في الجزائر لم تعد خيارا اجتماعيا تكميليا، بل أصبحت نسقا سياديا يعيد تعريف الهوية المهنية للمرأة في ضوء اقتصاد المعرفة، كما يضفي النص المصاحب للصور صبغة أخلاقية وقيمية على النشاط المقاولاتي، مما يجعل صورة المرأة المقاتلة مرتبطة أيضا بالوعي القومي والقضايا العادلة.

المنشور 08: رقمنة السياحة والابتكار لتنويع الاقتصاد الوطني تاريخ المنشور: 13 جويلية 2025



المصدر الصفحة الرسمية للوزارة عبر الفيسبوك

من خلال هذا المنشور يتبين لنا أن صورة المرأة المقاتلة في الفضاء الرقمي لوزارة اقتصاد المعرفة من خلال تمثيلات سيميولوجية قد تجاوزت البنى النمطية التقليدية، لتؤسس مفهوم جديد يدمج بين الأنوثة القيادية والفاعلية التقنية، حيث يتمظهر المستوى التضميني للمنشورات عبر أيقونات بصرية (الوقوف الندي في مراسم التوقيع، لغة الجسد الواثقة، والارتباط الرمزي بمنصات التكنولوجيا) ليعيد إنتاج الهوية المقاتلة النسوية كذات فاعلة لا مفعول بها.

أما على المستوى الدلالي الإيحائي والضميني، فإن الخطاب الرقمي لصورة المرأة وعبر شفرات بصرية تركز مفهوم المواطنة الاقتصادية، حيث يتحول الحضور النسوي من ديكور بروتوكولي إلى ضرورة بنيوية في اقتصاد المعرفة، وهو ما يتبلور سيميائيا فيما أسماه رولان بارت بـ "الأسطورة"، التي تعمل هنا على طبيعة الدور الريادي للمرأة وتجريده من طابعه الاستثنائي ليصبح جزءا أصيلا من الهوية المؤسسية لـ الجزائر الجديدة وبذلك ينتقل المعنى من مجرد دعم اجتماعي إلى استثمار استراتيجي يتجلى في التآزر بين الرمز اللساني أي الرقمنة والابتكار والرمز الأيقوني المتمثل في الرسمية والاحترافية.

المنشور 09: انجاز واعد تاريخ المنشور 18 سبتمبر 2025



Ministry of Knowledge Economy and Startups

18 sept. 2025 ·

#انجاز واعد

وسط الحركية الكبيرة التي شهدتها المعرض الإفريقي ... plus



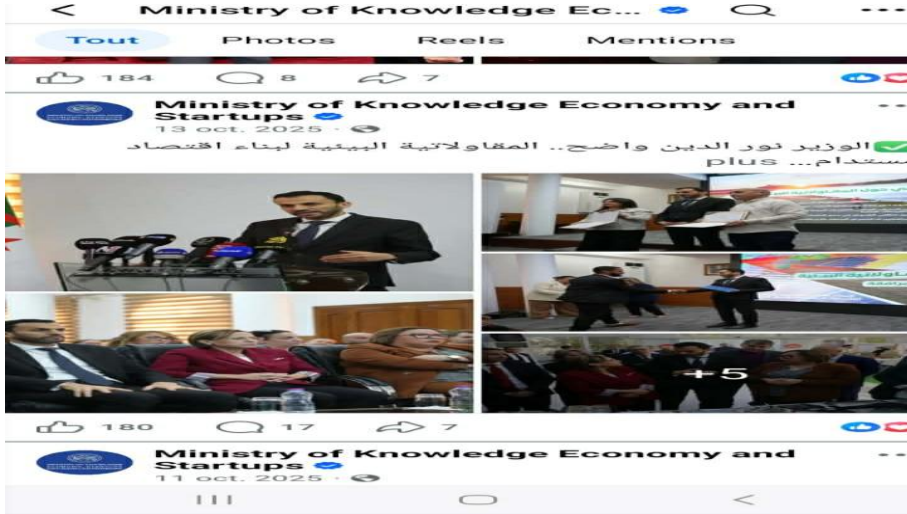
661 68 35

المصدر الصفحة الرسمية للوزارة عبر الفيسبوك

من خلال هذا المنشور التاسع يتضح لنا أن هاشتاغ #انجاز واعد الوصف الإخباري ليكون رسالة ضمنية تؤسس لثقافة اقتصادية جديدة، فكلية إنجاز تحليل على القطيعة مع الوعود النظرية والانتقال للفعل الميداني، أما صفة واعد فهي ذات بعد دلالي زمني يربط الحاضر بالمستقبل (رؤية 2030)، مما يوحي بأن نجاح هذه المرأة ليس طفرة عابرة، بل هو حلقة في سلسلة من النجاحات المخطط لها سياديا.

يدل وجود العلم الوطني وصورة رئيس الجمهورية في الخلفية إلى المباركة السيادية، كما يصيغ المنشور نظرة جديدة للمرأة الجزائرية: هي امرأة تكنولوجية، سيادية، ومحترفة ماليا، مما يجعل من هذا المحتوى الرقمي أداة هندسة اجتماعية لتغيير العقلية الجمعية بما يتوافق مع توجهات الدولة (2020-2030).

المنشور 10: المقاولاتية البيئية لبناء اقتصاد مستدام تاريخ المنشور 13 أكتوبر 2025



المصدر الصفحة الرسمية للوزارة

تظهر الصور حضوراً نسوياً طاعياً في الصف الأول وفي منصات العرض التقنية مما يدل على أن المرأة لم تعد مجرد جمهور مستهدف، بل أصبحت محور العملية الاتصالية. ووجودها بجانب وزير اقتصاد المعرفة ووزيرة البيئة يعطي دلالة على الندية القيادية، حيث تظهر النساء في الصور وهي تشرح وتقود الحوار أمام المسؤولين، مما يعكس تحولاً من صورة المتلقي إلى صورة الخبير.

الرسالة الضمنية للصورة التقنية: تظهر إحدى الصور امرأة وهي تعرض معدات إلكترونية ولوحات تقنية (تفكيك ورسكلة) مما يعبر على أنه كسر صريح للنمطية فالمرأة هنا تقتحم مجالاً صلباً كان حكراً على الرجال.

كما يرسخ هذا المنشور صورة المرأة الجزائرية كخبير تكنولوجي ومقاول استراتيجي يقود التحول نحو الاقتصاد الأخضر، محققة بذلك الاندماج الكامل بين الكفاءة العلمية والالتزام بالتوجهات السيادية للدولة.

3. نتائج الدراسة:

- بناء على التحليل السيميولوجي للمنشورات محل الدراسة، توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:
- تم توظيف سيميولوجيا المكان عبر نقل المرأة من الفضاءات التقليدية إلى بيئات تكنولوجية توجي بالسيطرة والقيادة مما حول صورة المرأة من مستخدمة للتقنية إلى شريك تقني، مما عزز حضورها كفاعل أساسي ومحوري في اقتصاد المعرفة.
- نجح الخطاب الرقمي للوزارة في إحداث قطيعة سيميائية حقيقية مع الصور الكلاسيكية التي كانت تحصر المرأة في الصناعات التقليدية أو الأدوار التبعية، من خلال استبدال صورة المرأة المستفيدة بصورة الخبرة الدولية والمؤطرة، وهو ما كسر الحواجز البروتوكولية وجعل من وجودها داخل مراكز القرار أمراً بنويوا وليس مجرد ديكور اجتماعي.
- كشفت الدراسة عن نجاح هندسة الخطاب اللساني في دمج المصطلحية التقنية العالمية بمفاهيم السيادة الوطنية، هذا المزيج خلق "هوية مقاولاتية هجينة جعلت من نجاح المرأة في تكنولوجيات الأمن المائي والغذائي والطاقة واجبا وطنيا يتجاوز الربح الشخصي.
- أظهرت النتائج اقتحام المرأة لمجالات كانت حكرا على الرجال (الطيران، الأمن المائي، الطاقة)، مما أعاد تعريف اللمة النسوية من مفهوم عاطفي إلى مفهوم الذكاء المستدام.
- سيميولوجيا عكس التمكين المؤسساتي للتموضع البصري (المشي على السجاد الأحمر، التواجد داخل أجنحة العرض) كسر الحواجز البروتوكولية وتقريب العلاقة الاستراتيجية بين السلطة السياسية والمقاتلة النسوية
- رصدت الدراسة تحول المرأة من مجرد مستفيدة إلى خبرة دولية ومؤطرة، مما يعزز مفهوم التأنيت النوعي الذي يركز على القيادة وصناعة القرار وليس فقط المشاركة العددية.
- نجح الخطاب الرقمي في صناعة الدور الريادي للمرأة حيث تجرد من طابعه الاستثنائي ليصبح جزءاً أصيلاً من الهوية المؤسسية للجزائر الجديدة، مع ربط نجاحها بالأمن القومي الاقتصادي والمباركة السيادية (عبر الرموز الوطنية كالعلم وصورة رئيس الجمهورية).

- أثبتت النتائج أن الحضور النسوي في قطاعات (الرقمنة، البيئة، والذكاء الاصطناعي) ساهم في إضفاء طابع الاستدامة والمرونة على الاقتصاد ، مما خلق خطابا بصريا متصالحا مع الحداثة العالمية دون التخلي عن الخصوصية الثقافية والوطنية.
- خلصت الدراسة إلى أن توظيف وسوم مثل #إنجاز واعد وقصص النجاح الميدانية يعمل كأداة هندسة اجتماعية تهدف لتغيير العقلية الجمعية، والانتقال من الوعود النظرية إلى القطيعة السيميائية مع التبعية الإدارية والوظيفية التقليدية للمرأة.

4. خاتمة:

خلصت الدراسة إلى أن المحتوى الرقمي لوزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة عبر فيسبوك قد تجاوز الأطر التقليدية لتمثيل المرأة، حيث أثبتت القراءة السيميائية للمنشورات وجود هندسة اتصالية متعمدة تهدف إلى تكريس التأييد النوعي في قطاعات السيادة الوطنية (كالطاقة والأمن المائي)، مما أخرج اللمسة النسوية من سياقها العاطفي الضيق إلى سياق الذكاء الاستدامي والفاعلية التقنية.

كما أن التموضع البصري للمرأة المقاتلة لم يكن مجرد بروتوكول عابر، بل كان علامة سيميائية قوية على كسر الحواجز بين السلطة السياسية والفعل المقاوлатي النسوي، محولا إياها من مجرد مستفيدة من الدعم إلى شريك استراتيجي وخبرة دولية تصنع القرار.

5. قائمة المراجع:

- بوثلجة، ن. و. زياد، ش. (2014). استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة - الصورة الإعلامية الثابتة نموذجا. المعيار 18 (35). 395-418.
- بودربالة، ع. و. زطة، س. (2017). الخطاب الإعلامي ومسارات التواصل السيميائي. مجلة الاتصال والصحافة 4(2)، 109-126.
- بوشريط، ز. وسيدي موسى، ل. (2024). المرأة المقاتلة ومشاركتها في التنمية المستدامة بالجزائر. منتدى الأستاذ. 20(1). 636-648.
- بوهدة، ش. و. لمشونشي، م. (2022). الوسائط الجديدة فضاء داعم لترقية الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر - دراسة تحليلية لصفحة غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية بسكرة على الفيسبوك. مجلة الاتصال والصحافة 9(1)، 154-173.

- خليفة، م. (2018). منهجية التحليل السيميولوجي للفيلم الإشهاري. الساوره للدراسات الانسانية والاجتماعية، 4(1). 110-118 .
- غياث، ب. (2014). النساء القيادات في المجالس المنتخبة دراسة سوسيولوجية. دراسات إنسانية واجتماعية. 3(4) 117-136 .
- فنينش. و. (2025). المقاتلات الاجتماعية النسوية وسؤال الاستدامة في الفضاءات الجزائرية المحافظة. المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية. 17 (1) 353-371 .
- كباش. غ. (2024). سيميولوجيا الصورة بين النظرية والتطبيق. مجلة مجتمع تربيه عمل. 9(1) 337-358 .
- كسور، آ. (2020). المرأة الجزائرية والمهن الحرة. مجلة أفاق للعلوم 3 (1) 117-136 .
- محبوب، ب. ح. (2016). الحرف التقليدية الجزائرية والابداع التكنولوجي. مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية 5(1). 11-28 .