

دور الجمعيات في ترسيخ الفكر المقاوлатي عبر الفاييسبوك-دراسة تحليلية لصفحة جمعية فكرتك الشبانية أنموذجا-

The role of Associations in Consolidating Entrepreneurial Thought Through Facebook-An Analytical Study of the page of your youth association as a model-

فطيمة الزهرة بليج، جامعة محمد خيضر بسكرة، fatimaezzouhra.belbedj@univ-biskra.dz،
محمد لمنور قاسمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، gamsi.medlamnouer@univ-ouargla.dz

تاريخ النشر: 2024/06/30

تاريخ القبول: 2024/06/20

تاريخ الإرسال: 2024/05/10

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور الجمعيات في ترسيخ الفكر المقاوлатي عبر الفاييسبوك أهمية البيئة الرقمية في نشر ثقافة المقاوлатية ، وذلك من خلال دراسة تحليلية أجريت على مستوى صفحة جمعية فكرتك الشبانية عبر الفاييسبوك، وتم الاعتماد فيها على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات ، وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن للجمعيات دور بارز في ترسيخ الفكر المقاوлатي لدى الجمهور ويساهم الفاييسبوك في ذلك من خلال فتح مجال للجمعيات بإنشاء صفحات على الموقع لتعريف بنشاطاتها والتي تمكن الجمهور من إيجاد أيسر الطرق لإنشاء مشاريعهم الناشئة وكذلك تكوين مقاولاتي يساهم في رفع نسبة انجازهم لمشاريعهم بتحقيقها على ارض الواقع .

الكلمات المفتاحية: دور، الفاييسبوك، الجمعيات، الفكر المقاولاتي.

Abstract:

This study aims to shed light on the role of associations in consolidating entrepreneurial thought through Facebook the importance of the digital environnement in spreading the culture of entrepreneurs hip, through an analytical study conducted at the level of the Facebook page of your idea Youth Association, in which the content analysais form was relied on as a data collection

* المؤلف المرسل

tool, and we came to a set of results, the most important of which are associations have a prominent role in consolidating entrepreneurial thought among the public, and Facebook contributes to This by opening a Field for associations by creating pages on the website to publicize their activities, which enables the public to find the easiest ways to create their start-up projects as well as the formation of my contractors contribute to raising the percentage of completion of their projects by achieving them on reality.

Keywords: role, Facebook, associations, Entrepreneurial Thought.

مقدمة:

تعددت وتنوعت مؤسسات المجتمع المدني التي تهدف الى تحقيق مبادئ وقيم تخدم الصالح العام ولعل ابرز هذه المؤسسات نجد الجمعيات التي تعتبر الركيزة الأساسية التي تعول عليها الدولة في نشر قيم إيجابية و تغرس مبادئ في جيل ناشئ يساهم في تعزيز الوحدة الوطنية تفتح افاق لنمو فكرة الفكر المقاولاتي لدى فئة الشباب باعتبارها اكثر الفئات التي تدعمها الدولة من اجل تطوير نفسها وتحقيق مشاريعها وبناء الكيان الاجتماعي والاقتصادي للدولة كما ان الجمعيات تعد اهم مؤسسات المجتمع المدني التي تقوم على الترويج او ترسيخ لمختلف الأفكار من توعية تحسيس و نشر لمختلف الأفكار التي تدعم العمل الجماعي وتساهم في ترسيخ القيم الإيجابية فيه وتعد الجمعيات اليوم بمثابة المرأة العاكسة للمجتمع المدني فهي بمثابة تدعوا الى ترسيخ قيم المقاولاتية وتمجد العمل به كما انها تساهم وبشكل فعال في توحيد صفوف الأفكار وتدعم المشاريع الرائدة في مجال المقاولاتي فهي اليوم بمثابة اليد التي تقود الشباب الى بر الأمان من خلال نشرها لتوعية والنصح والإرشاد دون البحث عن فوائد ربحية فتعددت الطرق والأساليب التي تستخدمها هذه الجمعيات من اجل الوصول الى الراي العام فمن وسائل تواصل تقليدية من اجتماعات ولقاءات وتجمعات وصلت اليوم الى ولوج عالم الرقمية حتى تتمكن من أداء مهامها على اكمل وجه ومن ابرز الوسائل استخداما من طرفها نجد مواقع التواصل الاجتماعي لما لها من مكانة في افراد المجتمع خاصة مع خاصية سهولة استعمالها ،ومن ابرز الجمعيات التي تهتم بذلك هي الجمعيات التي لها اهتمام بالجانب العملي والثقافي حيث انها تساهم في نشر وترسيخ قيم الخير وروح العمل والمسؤولية في المجتمع دون الحاجة الى تحقيق مداخيل مالية وتعتمد على الفايسبوك في نشر افكارها وتوجهاتها ،وعليه فان إشكالية دراستنا تجلت في البحث عن مكانة الجمعيات في ترسيخ الفكر المقاولاتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها اهم وسائل

التواصل الحديثة ،وعليه طرح الاشكال التالي: كيف تساهم جمعية فكرتك الشبابية في ترسيخ الفكر
المقاولاتي عبر الفايسبوك ؟ وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- 1-ما طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة جمعية فكرتك الشبابية؟
- 2-ماهي اهم العناصر الطبوغرافية المستخدمة في صفحة جمعية فكرتك الشبابية عبر الفايسبوك؟
- 3-ما طبيعة المواضيع التي تتناولها صفحة جمعية فكرتك الشبابية على الفايسبوك؟
- 4-ماهي أكثر الجماهير استهدافا من طرف الجمعية عبر منشوراتها؟
- 5-ماهي نوعية المواضيع التي تنشرها جمعية فكرتك الشبابية عبر صفحتها على الفايسبوك؟

1-الإطار المنهجي للدراسة:

1-1-أهمية الدراسة: تكمن أهمية الموضوع الى تسليط الضوء على دور الجمعيات في ترسيخ الفكر
المقاولاتي من خلال مختلف صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة مدى مساهمة جمعية
فكرتك الشبابية في نشر التوعية وترسيخ الفكر المقاولاتي في أوساط الشباب وكذلك معرفة أهمية
الجمعيات بالنسبة للجمهور في أداء مهامها من خلال دراسة وتحليلي لمختلف التعليقات التي يتركها
الجمهور على صفحة جمعية فكرتك الشبابية

1-2-أهداف الدراسة: تجلت اهداف الدراسة في: معرفة طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات
صفحة جمعية فكرتك الشبابية، تحديد اهم العناصر الطبوغرافية المستخدمة في صفحة جمعية
فكرتك الشبابية عبر الفايسبوك، الاطلاع على طبيعة المواضيع التي تتناولها صفحة جمعية فكرتك
الشبابية على الفايسبوك، تحديد أكثر الجماهير استهدافا من طرف الجمعية عبر منشوراتها التعرف
على نوعية المواضيع التي تنشرها جمعية فكرتك الشبابية عبر صفحتها على الفايسبوك.

1-3-تحديد المصطلحات:

- 1-3-1 دور: "الموجه الحركي او المظهر الديناميكي للمركز او المكان، أي انه عبارة عن نمط معياري منظم
من المعايير فيما يخص سلوك فرد يقوم بوظيفية معينة في الجماعة" (العلاق، 2015، صفحة 29).
- 1-3-2 الجمعيات: "تنظيم اجتماعي يتمتع بالشخصية القانونية يضم مجموعة من الافراد ينشطون في
إقليم معين لتحقيق الأهداف التي من اجلها تم تأسيس الجمعية". (بوروح منال و هدا ج ، صفحة 04).
- 1-3-3 الفكر المقاولاتي: "مجموعة من المؤهلات والقدرات التي تميز الشخصية المقاولاتية وتعكس
سلوكه وتصرفاته". (بن ليفة ، 2015-2016، صفحة 06)

1-3-4 الفاييسبوك: "هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين حيث يساعد على تبادل المعلومات والنقاشات او حوار بين الافراد وقد يتجاوز الى تبادل مقاطع الفيديو والصور كما يمنح خاصية التعليق للمستخدمين، ورغم ان هذا كله يتم في عالم افتراضي، فهو إذا موقع يستخدمه الافراد مجاناً". (الاشهب ، 2016-2017، صفحة 34).

1-4-منهج وأداة لدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الكمية والتي تعد أكثر البحوث انتشاراً من قبل الباحثين وتعرف بانها «تلك البحوث التي تستخدم الارقام في تحليل بياناتها وتخضع لشروط الصدق والثبات وتعالج بياناتها احصائياً» (هلال، 2004، صفحة 154).

-ونظراً لدراستنا التحليلية التي تتناول تحليل مضمون الصفحات على موقع الفاييسبوك فان المنهج المتبع في هذه الدراسة هو منهج تحليل المضمون الذي يدرس محتويات وسائل الاعلام ووصف محتوياتها الظاهر دون البحث عن الخلفيات وذلك من خلال الشكل والمضمون، ونسعى في دراستنا الى الوصول لنتائج وبيانات كمية تصف مختلف الوسائل التي تضمنتها وذلك من خلال تحليل العلاقة بين متغيرات الاعلامية المدروسة ولكي نصل الى هذه العلاقة واجب ان ندرس الموضوع من قسمين: قسم فئة التحليل: حيث تعتبر من اهم الخطوات لتحقيق تحليل محتوى من خلال تسهيل عملية التحليل للباحث والوصول الى نتائج دقيقة -وقسم التحليل ندرس فيه فئة شكل نتناول في موضوعنا:

*فئة اللغة المستعملة: من خلال تحليلنا لطبيعة اللغة التي تستخدمها صفحة جمعية فكرتك الشبانية في تقديم افكارها للجمهور ومعرفة اهم اللغة التي تعتمد عليها الصفحة في نشر منشوراتها.

*فئة العناصر الطبوغرافية: فهذه الفئة سندرس فيها اهم العناصر الطبوغرافية التي تعتمد عليها صفحة جمعية فكرتك الشبانية على صفحاتها في الفاييسبوك في عرض محتواها العام للجمهور المستهدف.

*فئة نوع الايقونات المستخدمة: من خلال دراستنا لطبيعة الايقونات الأكثر استخداماً في صفحة جمعية فكرتك الشبانية على الفاييسبوك من قبل الجمهور وتحديد أهميتها انطلاقاً من خيارات الجمهور المتابع للصفحة عينة الدراسة.

-اما فئات المضمون سوف نتناول مضمون او محتوى الذي يعرضه موقع الفاييسبوك في نشر الفكر المقاولاتي من خلال صفحة جمعية فكرتك الشبانية ونتناول فيه:

-فئة طبيعة المواضيع التي تناولها الصفحة: أي اننا نسعى الى دراسة طابع المواضيع التي تناولتها جمعية فكرتك الشبانية على صفحتها عبر الفايسبوك.

*فئة نوعية المواضيع المنشورة: أي نوع المواضيع التي تنشرها جمعية فكرتك الشبانية على الفايسبوك.

*فئة الأهداف من المنشورات: من خلال دراسة الهدف الذي تريد تحقيقه جمعية فكرتك الشبانية عبر صفحتها على الفايسبوك من المناشير التي تنشرها.

*فئة الجمهور المستهدف: حيث نحاول في دراستنا الى تحديد نوع الجمهور الذي تستهدفه جمعية فكرتك الشبانية على صفحتها عبر الفايسبوك

1-5--مجتمع البحث والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في منشورات جمعية فكرتك الشبانية على صفحتها على الفايسبوك وقد امتدت فترة الدراسة من اكتوبر 2023 الى جانفي 2024. ونظرا لصعوبة دراسة كل المنشورات الموجودة على الصفحة فقد تم تحديد عينة الدراسة وفق ما يتلاءم مع المرحلة المدروسة وتم تحديد عينة الدراسة بالعينة العشوائية البسيطة وتعرف على انها: "العينة التي يتم اختيار مفرداتها عن قائمة شاملة لكل المفردات بحيث تتاح فرص متساوية لكا مفردة يتم اختيارها ضمن العينة بغض النظر عن الاختلافات بين المفردات" (وسام ، 2023 ، صفحة 44) .

1-6--أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة تحليل المحتوى وتعرف على انها "نموذج يتم تصميمه بحيث يتضمن مجموعة من الفئات الرئيسية او الفرعية التي اساسها يتم تصنيف المضمون المراد تحليله بما يتفق واهداف الدراسة". (بركات ، 2011 ، صفحة 289).

2-الإطار التطبيقي للدراسة:

من خلال هذه الدراسة حاولنا معرفة جور الجمعيات في ترسيخ الفكر المقاوالاتي بين أواسط جمهورها والعينة المدروسة كانت صفحة جمعية فكرتك الشبانية، وكانت نتائج المتوصل اليها على النحو التالي:

2-1-تعريف بالجمعية: جمعية فكرتك الشبانية هي جمعية غير هادفة للربح هدفها نشر

الوعي التكنولوجي والتقني في الاعلام الالي لجميع فئات المجتمع مقرها شارع هواري بومدين قرب المسجد العتيق تقرت، واد سوف الجزائر لها صفحة على الفايسبوك باسم "جمعية فكرتك الشبانية" بلغ عدد المتابعين لها 22 ألف، أما الاعجاب في الصفحة فقد بلغ 19 ألف متابع تم إنشاء صفحاتها على الفايسبوك في 16 مارس 2017 بريدھا الالكتروني fikratechinfo@gmail.com، ولها نوادي تابعة لها نذكر منهم نادي التصميم والتصوير، ونادي التجارة الالكترونية، وهذه النوادي تعمل وفق هدف الجمعية واهم هدف هو ليس البحث عن الربح المادي رقم هاتف الجمعية الوارد في الصفحة 0556460796.

2-2-تناولنا فيه فئة الشكل (كيف قيل): حيث تم التوصل الى النتائج التالية:

جدول رقم (01) فئة اللغة المستخدمة:

النسبة	التكرار	فئة اللغة المستخدمة
98.97%	96	اللغة العربية
0%	0	اللغة العامية (الدارجة)
1.03	1	تجمع بين اللغة العربية واللغة العامية
0	0	الفرنسية أو الإنجليزية
100%	97	المجموع

الجدول رقم (01) يوضح اللغة المستخدمة في صفحة جمعية فكرتك الشبانية من اعداد الباحثين يبين الجدول أعلاه طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة جمعية فكرتك الشبانية حيث نلاحظ ان اللغة الأكثر استخداما هي اللغة العربية بنسبة بلغت 98.97% وهذا راجع الى طبيعة المحتوى الذي تقدمه الى الجمهور المستهدف فهي تستخدم اللغة الرسمية في عرض منشوراتها لتمتلك صفة المصداقية على موقع الفايسبوك الذي لضيح اليوم الوسيلة الاتصالية الأكثر تفاعلية من طرف الجمهور، ليأتي خيار الجمع بين اللغة العربية واللغة العامية في المرتبة الثانية بنسبة 1.03% ومن ابرز الأسباب التي جعلت نسبة هذا الخيار ضئيلة هو ان المحتوى موجه لجمهور معين فهي لا تحتاج الى تبسيط الأفكار او المحتوى حتى تصل الفكرة الى الجمهور، في حين كان خيار اللغة العامية و اللغة الفرنسية او الإنجليزية بغائب في صفحة الجمعية وهذا راجع الى ان جل الأفكار والمواضيع ينشرها القارئ على صفحة الجمعية باللغة الرسمية للبلاد حتى يتمكن من إعطاء صورة عن محتوى الجمعية والافكار التي تروج لها خاصة ما تعلق بالفكر المقاوالاتي فجّل المهتمين بهذا المجال هم شباب تسعى الى مخاطبتهم بلغة تساهم في رفع الوطنية وحب العمل لهم .

جدول رقم (02) فئة نوع العناصر الطبوغرافية المستخدمة:

النسبة	التكرار	نوع العناصر الطبوغرافية
30.92%	30	صورة
22.68%	22	نص
0%	0	فيديو
46.40%	45	تجمع بين النص والصورة
0%	0	تجمع بين النص والفيديو
100%	97	المجموع

الجدول رقم (02) يوضح العناصر الطبوغرافية التي تعتمد عليها صفحة جمعية فكرتك الشبانية من اعداد الباحثين

بين الجدول أعلاه نوع العناصر الطبوغرافية الأكثر استخداما في صحة جمعية فكرتك الشبانية من اجل جذب انتباه الجمهور وتقديم افضل الخدمات بالعناصر الطبوغرافية حيث كانت اكثر العناصر استخداما هو التجمع بين النص والصورة بنسبة بلغت 46.40% وهذا راجع الى كون ان الصفحة عينة الدراسة تسعى الى تقديم صورة متكاملة عن نشاطاتها حتى يتسنى لمتابعيها اخذ فكرة عن نشاطاتها خاصة ما تعلق بميدان العمل المقاولاتي وتشجيع مبادرات المشاريع الناشئة، ثم تأتي في المرتبة الثانية اقتراح صورة بنسبة 30.92% وهذا راجع الى ان الصورة لها رمز تعبير اكثر من النص فهي الأكثر تعبيرا عما تريد الجمعية ايصاله الى جمهورها خاصة فيما تعلق بالنشر فكر مقاولاتي داعم لمشاريع الدولة ومحقة لسياساتها ليأتي خيار نص في المرتبة الثالثة بنسبة 22.68% وهذا راجع الى كون ان جمعية فكرتك الشبانية تقدم أهمية لنص المكتوب من اجل إعطاء تعبير اكثر حول النشاط الذي تعرضه في صفحتها.

جدول رقم (03) فئة نوع الايقونات المستخدمة:

النسبة	التكرار	نوع الايقونة المستخدمة
41.24%	40	ايقونة الاعجاب
41.24%	40	ايقونة التعليقات
17.52%	17	ايقونة المشاركات
100%	97	المجموع

يوضح الجدول أعلاه فئة نوع الايقونات المستخدمة حيث تبين النتائج المتوصل اليها ان ايقونة الاعجاب وأيقونة التعليقات جاءت في المرتبة الأولى مناصفة بينهما بنسبة بلغت 41.24% لكل واحدة

منها ويعود ذلك الى كون عينة الدراسة تعتمد أكثر في نشرها على جعل الجمهور يتفاعل مع المنشور إما بخاصية التعليق أو الاعجاب فما جاء خيار ايقونة المشاركات في المرتبة الأخيرة بنسبة 17.52% وهذا يعود الى كون صفحة عينة الدراسة تقدم محتوى لجمهور محدد فهو لا يحتاج الى مشاركة المنشور بل يساهم في طرح آرائه و أفكاره عن طريق التعليق والاعجاب حتى يتمكن القارئون على الصفحة من تحديد أهداف الجمهور والسعي الى تحقيقها .

جدول رقم (04) فئة مساحة نص المنشور:

النسبة	التكرار	مساحة نص المنشور
30.93%	30	نص قصير
48.46%	47	نص متوسط
20.61%	20	نص طويل
100%	97	المجموع

جدول رقم (04) يوضح مساحة المنشور في صفحة جمعية فكرتك الشبانية من اعداد الباحثين يمثل الجدول أعلاه فئة مساحة المنشور حيث نلاحظ أن اقتراح "نص متوسط" كان أعلى نسبة بـ 48.46% ويعود ذلك الى كون أن الصفحة محل التحليل اعتمدت على هذه الخاصية حتى تقدم أهم المعلومات و الأخبار المتعلقة بموضوع معين الى جمهورها حتى تتمكن من إحاطتهم بكل المعلومات التي يبحثون عنها ،في حين كان الاقتراح الثاني "نص قصير" بنسبة 30.93% ويعود ذلك وبحسب الاطلاع على محتوى الصفحة خلال الفترة المحددة للدراسة الى ان الجمعية كانت تقوم بتقديم منشورات قصيرة عند إضافة الصورة حتى تترك مساحة التعبير للصورة ،في حين جاء اقتراح "النص الطويل" في المرتبة الأخيرة بـ 20.61% وهذا راجع الى ان القائمين على الصفحة يتجنب النصوص الطويلة إلا لضرورة وذلك من أجل تقديم المعلومات اللازمة للجمهور بطريقة الهرم المقلوب أي انهم يقدمون المعلومات المهمة دون الحاجة الى عرض الأحداث أو الوقائع التي لا تخدم الجمهور.

جدول رقم (05) فئة عدد المشاركات:

النسبة	التكرار	عدد المشاركات
58.76%	57	مواضيع تمت مشاركتها
41.24%	40	مواضيع لم تتم مشاركتها
100%	97	المجموع

جدول رقم (05) يوضح عدد مشاركة منشورات صفحة جمعية فكرتك الشبانية من اعداد الباحثين

يمثل الجدول أعلاه فئة المشاركات للمنشورات التي تعرضها جمعية "فكرتك الشبانية" على صفحتها في الفايسبوك حيث بلغت نسبة المواضيع التي تتم مشاركتها نسبة 58.76% وذلك لما لها من أهمية في تكوين الفكر المقاوлатي لدى الشباب فالمواضيع التي تتم مشاركتها بالغالب خلال فترة اجراء الدراسة كانت مواضيع متعلقة بالابتكار والتكريميات وذلك من أجل حث الشباب على الابداع والتعريف بمشاريعهم لدى الجمهور ولكي يتكمنوا من الترويج والاشهار لها، في حين كان اقتراح "المواضيع التي لم تتم مشاركتها" قد بلغ نسبة 41.24% وهذا راجع لكون جمهور صفحة عينة الدراسة لم يرى في هذه المواضيع أهمية في مشاركتها فبحسبهم كانت هذه المواضيع عبارة عن تقارير إخبارية لأنشطة الجمعية من أجل التعريف بمجالاتها أو مجموعة الأنشطة التي قامت بها الجمعية بحسب متابعين الصفحة فهي ليست مواضيع تستحق المشاركة لأنها لا تقدم الهدف المسطر في نشر الفكر المقاوлатي

2-3- فئات المضمون: وهي الفئات التي تناول محتوى المادة التي تعرض في الصفحة:

جدول رقم (06) فئة طبيعة المواضيع التي تتناولها الصفحة:

النسبة	التكرار	طبيعة المواضيع التي تناولتها
43.30%	42	مواضيع حول الابتكار
20.62%	20	مواضيع حول التهئة والنجاح
10.30%	10	مواضيع حول التوعية والإرشاد
25.78%	25	مواضيع حول الفكر المقاوлатي
100%	97	المجموع

جدول رقم (06) يوضح طبيعة المواضيع التي تتناولها صفحة جمعية فكرتك الشبانية من اعداد الباحثين

يوضح الجدول أعلاه طبيعة المواضيع التي تتناولها صفحة جمعية "فكرتك الشبانية" حيث تعددت المواضيع المتناولة فكانت مواضيع متعلقة بالابتكار الأعلى نسبة بـ 43.30% وهذا راجع الى ان الجمعية تهتم بمجال الابتكار لذلك جاء اسمها "فكرتك الشبانية" فهي تسعى الى تقديم الدعم لشباب من أجل تبني أفكارهم وتحقيقها على أرض الواقع من أجل تحقيق النمو والتقدم في كل المجالات، وكذلك رفع طموح المقاوлатية لدى الشباب بالترويج لمشاريعهم والمساهمة في تنمية الفكر المقاوлатي لديهم، ثم نجد الاقتراح المتعلق بالفكر المقاوлатي في المرتبة الثانية بنسبة 25.78% ويعود ذلك الى الخط الافتتاحي للجمعية والتي تسعى الى دعم المقاوлатية وتبني المشاريع التي تساهم في ذلك من خلال تنظيم لقاءات مع الشباب الذين يملكون أفكار لمشاريع ناشئة و كذلك فتح باب التكوين من خلال تنظيم ورشات تكوين حول مختلف المشاريع ودعم مختلف الاقتراحات التي يقدمها الشباب في التكوينات التي

يقوم بها ،وهذا ما لمسناه في الصفحة خلال فترة اجراء الدراسة ،في حين كان اقتراح مواضيع "التهنئة والنجاح " في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب%20.62 وهذا يعود الى كون الجمعية تعمل على تقديم الدعم لمختلف النجاحات حتى يتمكن أصحابها من مواصلة العمل والاجتهاد في تقديم أفضل ما لديهم ، خاصة فئة الشباب باعتبار أن الجمعية تهتم بهذه الفئة لذلك فهي تقدم الدعم والمساندة لها ، في حين كان اقتراح "التوعية والإرشاد" في المرتبة الأخيرة بنسبة%10.30 وهذا يعود الى ان اهتمامات الجمعية بعيدة عن التوعية والإرشاد فاهتمامها كان حول دعم المشاريع وتكوين الشباب ونشر الفكر المقاوлатي في أواسط جمهورها حتى يتمكنوا من تحقيق مشاريعهم والعمل على إنجاحها.

جدول رقم (07) فئة الجمهور المستهدف:

النسبة	التكرار	فئة الجمهور المستهدف
46.40%	45	جمهور عام
31.95%	31	جمهور متخصص (من له اهتمام بالمواضيع التي تعرضها)
21.65%	21	جمهور شبابي
100%	97	المجموع

جدول رقم (07) يوضح الجمهور المستهدف من طرف جمعية فكرتك الشبانية على الفايسبوك من اعداد الباحثين

يبين الجدول أعلاه فئة الجمهور المستهدف حيث أن الجمهور أكثر استهدافا من طرف الجمعية كان فئة "الجمهور العام" بنسبة بلغت 46.40% وهذا راجع الى ان جل المنشورات التي تعرض على الصفحة كانت إخبارية كما بلغ عليها طابع التقرير أكثر من طابع التعريف او الدعم لذلك كانت أكثر المنشورات موجهة للجمهور العام بهدف تقديم المعلومات والاخبار ، في حين جاء اقتراح "جمهور متخصص" في المرتبة الثانية بنسبة 31.95% ويعود ذلك الى ان هذا النوع من الجماهير تبحث عن مواضيع تهتم في الصفحة خاصة أصحاب المشاريع الناشئة فهم يبحثون عن شروحات و استفسارات حول نقاط مهمة لديهم وقد اعتمدت صفحة الجمعية على تقديم ورشات خاصة لهم حتى يتمكنوا من التكوين الجيد والتعرف عن قرب على مشاريعهم خاصة وأن الجمعية تعتمد على عرض تجارب سابقة ناجحة في ميادين المشاريع الناشئة حتى يتمكنوا من إلغاء الغموض والاهام حول مشاريعهم في حين كان اقتراح "جمهور شبابي" في المرتبة الأخيرة بنسبة 21.65% وهذا راجع الى ان صفحة الجمعية تقدم معلومات لمختلف الفئات العمرية دون تحديد فئة معينة وذلك من اجل نشر الفكر المقاوлатي وترسيخه لدى مختلف شرائح المجتمع لتحقيق فكر مشاريعي بأهداف وأبعاد تخدم الاقتصاد الوطني.

جدول رقم (08) فئة الأهداف من المنشورات:

الأهداف من المنشورات	التكرار	النسبة
هدف التوعية والإرشاد	45	46.40%
هدف تحقيق ربح مادي	0	0%
هدف التسلية	2	2.06%
هدف الاخبار	50	51.54%
المجموع	97	100%

جدول رقم (08) يوضح الأهداف من منشورات صفحة جمعية فكرتك الشبابية من اعداد الباحثين يوضح الجدول أعلاه الأهداف من المنشورات التي تعرضها جمعية "فكرتك الشبابية" عبر صفحتها على الفاييسبوك حيث كان الهدف الأول هو الاخبار بنسبة 51.54% ويعود ذلك الى كون الجمعية تهتم بعرض المحتوى لكافة الجماهير دون تحديد فئة معينة وهذا ما يتوجب عليها استخدام الهرم المقلوب في عرض مادتها، في حين كان اقتراح "التوعية والإرشاد" في المرتبة الثانية بنسبة 46.40% ويعود ذلك الى كون المواضيع التي تعرضها الجمعية في صفحتها لها جانب توعوي وإرشادي من خلال أنها توعي الشباب أو الجمهور بصفة عامة بضرورة تبني المشاريع والحث على العمل على انجاحها والإرشاد يكون من خلال عرض تجارب ناجحة حتى يتمكن باقي الجمهور من الاستفادة منها، في حين جاء اقتراح "التسلية" في المرتبة الثالثة بنسبة 2.06% وهذا يعود الى الصفحة لها هدف مقاولاتي أكثر وهذا ما لاحظناه في فئة المواضيع المتناولة من طرف صفحة الجمعية حيث كانت أغلبية المواضيع حول الابتكار والمقاولاتية، في حين جاء اقتراح "تحقيق ربح مادي" في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.00% وهذا راجع الى ان الجمعية لا تسعى الى تحقيق الأرباح مقابل ما تعرضه على صفحتها بقدر مالها دور في تنمية المقاولاتية في وسط الجمهور حتى يتمكنوا من تحقيق مشاريعهم وانجاحها.

جدول رقم (09) فئة نوعية المواضيع المنشورة:

نوعية المواضيع المنشورة	التكرار	النسبة
مواضيع اجتماعية	22	22.69%
مواضيع دينية	1	1.03%
مواضيع ثقافية	30	30.92%
مواضيع اقتصادية	44	45.36%
المجموع	97	100%

جدول رقم (09) يوضح نوعية المواضيع المنشورة على صفحة جمعية فكرتك الشبانية من اعداد الباحثين

يوضح الجدول أعلاه نوعية المواضيع المنشورة على صفحة جمعية "فكرتك الشبانية" عبر الفايبيوك حيث كانت أكثر المواضيع نشرها هي المواضيع الاقتصادية بنسبة 43.36% وهذا عائد الى ان الصفحة تعرض مواضيع متعلقة بالابتكار والاختراع ومختلف المشاريع، وهذه المواضيع لها تأثير على الجانب الاقتصادي حيث أنها تساهم في رفع درجة النمو الاقتصادي وتحقيق الامن في مختلف المجالات الأخرى

في حين كان اقتراح "المواضيع الثقافية" في المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 30.92% واقتراح "المواضيع الاجتماعية" بنسبة بلغت 22.69% واقتراح "المواضيع الدينية" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 1.03% ويعود ذلك الى ان الجمعية لها اهتمامات بالجانب المقاولاتي أكثر من الجوانب الأخرى، وكذلك لها مساهمة كبيرة في نشر مختلف الأفكار والمشاريع الناشئة وتدعم الابتكار، كل هذا جعل من اهتمامات الجمعية تنمية الفكر المقاولاتي لجمهورها أهمية كبيرة على نشر التوعية.

3-النتائج العامة للدراسة: من أبرز النتائج المتوصل اليها بعد اجراء الدراسة التحليلية:

*تعتمد صفحة عينة الدراسة على اللغة العربية في نشر منشوراتها بهدف تقديم المحتوى باللغة الرسمية بهدف جذب الجمهور.

*تشكل مشاركة المنشورات أحد أهم العناصر الطبوغرافية التي تعتمد عليها صفحة عينة الدراسة في التعريف بأنشطتها خاصة ما تعلق بالمشاريع الناشئة وتنمية الفكر المقاولاتي.

*كانت الايقونات الأكثر استخداما من طرف الجمهور المتابع لصفحة عينة الدراسة هي الاعجاب والتعليق لما يعطي انطباع ان الجمعية تفتح باب النقاش والحوار وهذا ما لمسناه أثناء فترة الدراسة من خلال ردها على كل استفسارات المعلقين كل بحسب مجال اهتماماته.

*كما تبين من الدراسة ان طبيعة المواضيع التي تتناولها صفحة جمعية "فكرتك الشبانية" كانت في معظمها متعلقة بالمقاولاتية اما من حيث الابتكارات أو من حيث النشاطات التي تقوم بها، وهذا ما يؤكد ان الجمعية لها دور في نشر الفكر المقاولاتي.

*أما من حيث طبيعة الجمهور المستهدف فقد كان جمهور عام بها أن الجمعية لم تحدد جمهور معين لتقدم له محتوى وهذا ما ساهم في تحقيق الهدف المؤطر لها فقد تبين من خلال التعليقات على منشوراتها ان لها جمهور من مختلف الشرائح.

*تبينت من الدراسة التي أجريت أن لجمعية "فكرتك الشبانية" دور مهم في نشر الفكر المقاوالاتي خاصة باستخدام موقع الفايسبوك باعتباره أكثر المواقع استخداما من طرف الجمهور.

*من خلال النتائج المتوصل إليها نؤكد أن دور الجمعيات اليوم مهم وأساسي في نشر الفكر المقاوالاتي خاصة مع تعدد الوسائل المتاحة فأصبحت لها طرق وأساليب مختلف لتأثير على الجمهور وحثه على تحقيق مختلف مشاريعه دون الخوف من أي عقبة، فهي اليوم أصبحت الركن الداعم لهم في تسير مشاريعهم من خلال تنظيم ورشات، وأيام تكوينية حتى تستفيد الجمهور من خبرة غيره، وكذلك تعتمد على تقديم مشاريع ناجحة من أجل حثهم على المثابرة ومواصلة العمل.

4-مناقشة النتائج:

الملاحظ لنتائج المتوصل إليها في دراستنا نجد أن للجمعيات دور مهم أساسي في نشر الفكر المقاوالاتي بين أوساط الجمهور ويبقى طريقة النشر تختلف من جهة إلى أخرى كل حسب هدفه، إلى أنه ما يعيب على الجمعيات اليوم هو عدم الاهتمام بجميع المشاريع فهي تهتم بالمشاريع المتعلقة بالابتكارات الحديثة، وتهمل المشاريع التي تعيد أحياء أفكار أو مشاريع سابقة لم تتلقى الدعم، كما أن اعتماد نمط عرض نشاطاتها على صفحاتها يعطي حصة الأسد لها وتهمل الهدف الذي أنشأت من أجله، أيضا نلاحظ أن دون توضيح أو تقديم التفسير اللازم لذلك وهذا ما يجعل الجمهور لا يفهم المحتوى المعروض.

خاتمة:

في الختام تعد الجمعيات أبرز المنظمات التي تعتمد عليها الدولة في تمرير وتحريك سياستها خاصة ما تعلق بنشر المعلومات والأفكار، ولعل أبرز ما سعت الجمعيات إلى نشره هو الفكر المقاوالاتي وذلك لتحقيق نمو في كل المجالات وفتح باب التنافس لإنشاء العديد من المشاريع الناشئة التي تساهم في تطوير الاقتصاد الوطني، كما أن الفكر المقاوالاتي اليوم أصبح أحد أهم الرهانات التي تعتمد عليها الدولة في تكوين الطاقات وسقل المواهب، باعتباره نتاج لما تقدمه من دعم وتسهيلات لشباب خاصة الفئة التي لهن شهاديات في مجالات حيوية تساهم في خدمة الاقتصاد وتفتح فرص أخرى لخلق مناصب عمل، والجمعيات بدورها الفعال وبالصلاحيات التي منحتها لها الدولة خاصة بعد جائحة كورونا اليوم أصبح لها دور فعال وبارز في ترسيخ الفكر المقاوالاتي لدى الجمهور فهي المرأة العاكسة لسياسة وتطلعات الدولة بالمشاريع التي تدعمها.

توصيات الدراسة: في ختام دراستنا يمكن أن نقدم مجموعة من التوصيات:

*أصبح إلزاما على الجمعيات اليوم أن تساهم في رفع المستوى الاقتصادي دون البحث عن فوائد ربحية لها.

*يشكل الفكر المقاوлатي أحد الركائز التي تعول عليها الدولة في تحقيق مشاريعها الناشئة لذلك أصبحت الجمعيات هي المقصد الأول من اجل المساهمة في ذلك.

*ضرورة تحديد مهام الجمعيات عند طلب التأسيس والابتعاد عن هدف المساعدة، فالיום أصبح واجبا ان تكون هناك جمعيات تهتم تنمية الفكر المقاوлатي أكثر لأنه أصبح رهان تعتمد عليه الدولة.

*ضرورة وضع قوانين تحدد عمل الجمعيات خاصة ما تعلق بإنماء الحس المقاولاتي لدى الجمهور.

*ضرورة ان تكون المشاريع الناشئة مستوحاة من غرس فكر مقاولاتي حتى يتمكن القائمون عليها بالعمل على انجاحها.

*استخدام مختلف موقع الفايسبوك لتعزيز دور الجمعيات في ترسيخ الفكر المقاولاتي.

قائمة المراجع :

- ✓ المزاخرة منال هلال. (2004). *مناهج البحث الاعلامي*. الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- ✓ بشير العلاق. (2015). *وظائف العلاقات العامة في إدارة الالتزامات*. الاردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- ✓ بوروح منال، و منال هدا ج . (بلا تاريخ). *الدور الفعال لوسائل الاعلام و الاتصال في تفعيل أداء الجمعيات والمجتمع المجني في الجزائر*. تم الاسترداد من <http://doi.org/10.5281/zenodo.7793003>
- ✓ عبد السلام الاشهب . (2016-2017). *استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" أنموذجا "وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية -دراسة ميدانية على عينة من تلاميذمتوسطة حريز التجاني بلدية ورماس ولاية الوادي*. جامعة حمة لخضر الوادي، كلية العلوم الاجتماعية: جامعة الوادي.
- ✓ عبد العزيز بركات . (2011). *مناهج البحث الاعلامي الاصول النظرية ومهارات التطبيق*. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- ✓ فاضل راضي وسام . (2023). *العينات في بحوث الاعلام*. بغداد: مكتب سنتر العلوم.
- ✓ كلثوم بن ليفة . (2015-2016). *الفكر المقاولاتي النسوي في الوسط الجامعي -عينة من طالبات جامعة قاصدي مرياح -ورقلة -*. ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، قسم علوم التسير: جامعة ورقلة.