

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : علوم الإعلام والاتصال

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل: 202035071292

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

بغنوان:

دور مواقع التواصل الاجتماعي – فيسبوك - لحاضنة الأعمال
في تشجيع المشاريع الناشئة لدى طلبة جامعة المسيلة

إشراف الأستاذ:

- أ.د/ غزال عبد الرزاق

إعداد الطالبة:

- قماط أمينة

أمام لجنة المناقشة المتكونة من السادة الأساتذة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	جامعة المسيلة	أستاذ محاضر - أ	صغيري ميلود
مشرفا ومقررا	جامعة المسيلة	أستاذ التعليم العالي	غزال عبد الرزاق
مناقشا	جامعة المسيلة	أستاذ التعليم العالي	بونيف محمد الأمين

السنة الجامعية: (2024-2025)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

قال الله تعالى:

لِرَبِّ أَوْزَعِنِي أَلَّا أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ

وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأُدْخِلَنِي بِرَحْمَتِكَ

فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴿النمل الآية 19﴾

أول الشكر لله الواحد القهار وصاحب الفضل والإكرام

أكرمنا بنعمة الإسلام والعقل ويسر لنا سبيل العلم فلك ربّي الشكر حتى ترضى

ولك الشكر بعد الرضى

والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى صلى الله عليه

وسلم تسليماً كثيراً.

ثم كامل الشكر والتقدير والإمتنان للأستاذ المشرف : الدكتور غزال عبد الرزاق

على تفضله بالإشراف على إعداد هذه الدراسة المتواضعة ، وعلى ماخصنا به

من وقت وجهد وتوجيهات قيمة، فتمنياتنا له بالتوفيق والمزيد من النجاح والرفي.

الشكر الجزيل للأساتذة الكرام أعضاء اللجنة على قبولهم

مناقشة هذه المذكرة وتصويبها.

والشكر الموصول لكل من كان له الفضل علينا

في إنجاز هذا العمل المتواضع.

قماط أمينة

اهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

الحمد لله رب العالمين خلق اللوح والقلم وخلق الخلق من عدم ودبر الارزاق والآجال

اللهم اعنا على دوام شكرك وذكرك

-الصلاة والسلام على اشرف المرسلين حبيب الخلق محمد اهدي ثمرة جهدي الى :

• الى من خلد الله ذكرها في القران يتلى الى يوم القيامة وجعل الجنة تحت اقدامها الى ملاكي في الحياة

الى روضة الحب ومعنى الحنان الى التي كان دعاؤها سر نجاحي .. الى اعز مخلوق في الكون . . . امي الحبيبة

أطال الله في عمرها وحفظها

• الى من كلفه الله بالهيبة والوقار الى من علمني العطاء دون انتظار الى من احمل اسمه بكل

افتخار الى سر الوجود ابي العزيز

• الى فلذات كبدي إخوتي وأخواتي

• الى الذي جعل من ضعفي قوة استاذي المشرف **الدكتور غزال عبد الرزاق**

والى كل اساتذة المشوار الدراسي وزملائي

• الى كل من ساهم من قريب ومن بعيد في انجاز هذا الجهد المتواضع

وفقههم الله في مشوارهم و سدد خطاهم

قماط أمينة



الفهرس

فهرس المحتويات

3	شكر و عرفان
أ	مقدمة:
5	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة:
5	1. إشكالية الدراسة:
6	2. تساؤلات الدراسة:
7	3. فرضيات الدراسة:
7	4. أهمية الدراسة:
7	5. أهداف الدراسة:
8	6. أسباب اختيار الموضوع:
9	7. تحديد المفاهيم والمصطلحات:
11	8. منهج الدراسة:
12	9. أدوات جمع البيانات:
14	10. عينة الدراسة:
15	11. مجالات الدراسة:
16	12. الدراسات السابقة:
37	الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي:
37	المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي:
37	المطلب الأول: مفهوم ونشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:
37	المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي: الأنواع، مميزات والأهداف:
22	الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي:
22	المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي:
22	المطلب الأول: مفهوم ونشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:
24	المطلب الثاني: خصائص وسمات مواقع التواصل الاجتماعي:
27	المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي: الأنواع، مميزات والأهداف:

27	المطلب الأول: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.
31	المطلب الثاني: مميزات وأهداف مواقع التواصل الاجتماعي.
37	الفصل الثالث: حاضنات الأعمال.
37	المبحث الأول: ماهية حاضنات الأعمال.
37	المطلب الأول: نشأة وتطور حاضنة الأعمال.
37	المطلب الثاني: مفهوم حاضنات الأعمال.
37	المبحث الثاني: أهداف ومهام وآلية عمل حاضنات الأعمال.
37	المطلب الأول: أهداف ومهام حاضنات الأعمال.
37	المطلب الثاني: آلية عمل حاضنات الأعمال والخدمات التي تقدمها.
36	الفصل الثالث: حاضنات الأعمال.
36	المبحث الأول: ماهية حاضنات الأعمال.
36	المطلب الأول: نشأة وتطور حاضنة الأعمال.
39	المطلب الثاني: مفهوم حاضنات الأعمال.
40	المبحث الثاني: أهداف ومهام وآلية عمل حاضنات الأعمال.
40	المطلب الأول: أهداف ومهام حاضنات الأعمال.
43	المطلب الثاني: آلية عمل حاضنات الأعمال والخدمات التي تقدمها.
46	المبحث الثالث: صفحات حاضنات الأعمال: دعم المشاريع الريادية.
46	المطلب الأول: التعريف بصفحات الأعمال.
48	المطلب الثاني: أدوار الصفحات.
51	الفصل الرابع: الإطار الميداني للدراسة.
51	المبحث الأول: تحليل منهجية وأدوات الدراسة.
51	المطلب الأول: المنهج، وأداة قياس الدراسة الميدانية.
53	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة، والأساليب الإحصائية المستخدمة.
54	المطلب الثالث: صدق الاتساق الداخلي لمحاوَر أداة الدراسة.
61	المطلب الرابع: الصدق الظاهري وثبات أداة الدراسة.
63	المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات محاوَر أداة الدراسة.
63	المطلب الأول: وصف الخصائص العامة لأفراد عينة الدراسة.

المطلب الثاني: عرض وتحليل بعد مدى اطلاع الطلبة على منشورات صفحة فيسبوك	
حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة.....	66
المطلب الثالث: عرض وتحليل بعد الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة الطلبة لصفحة	
فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة.....	68
المطلب الرابع: عرض وتحليل بعد نوعية الأنشطة الي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام	
فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة.....	70
المطلب الخامس: عرض وتحليل بعد الإشباعات المحققة الطلبة من استخدام صفحة	
حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة.....	71
المطلب السادس: عرض وتحليل محور مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة	
المسييلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة.....	74
المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.....	78
المطلب الأول: اختبار الفرضية الأولى.....	78
المطلب الثاني: اختبار الفرضية الثانية.....	79
المطلب الثالث: اختبار الفرضية الثالثة.....	80
المطلب الرابع: اختبار الفرضية الرابعة.....	81
خلاصة الفصل:.....	83
خاتمة:.....	85
قائمة المصادر والمراجع:.....	90
الملاحق.....	98

مقدمة

مقدمة:

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولات هيكلية عميقة طالت مختلف المجالات، لاسيما الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، بفعل التطور التكنولوجي المتسارع والانفجار الرقمي الذي غير معالم الاتصال التقليدي، وأعاد تشكيل سلوكيات الأفراد والمؤسسات على حد سواء. ولم يعد التفاعل البشري حبيس الأطر الواقعية أو المباشرة، بل انتقل إلى فضاءات رقمية جديدة أفرزت أشكالاً غير مسبوقة من التواصل والتفاعل والتأثير، في سياق ما يُعرف اليوم بـ"المجتمع الشبكي" أو "الزمن الرقمي".

في ظل هذه التحولات، برز ما يُعرف بـ"الاقتصاد الرقمي" كأحد المظاهر البارزة للعصر الجديد، اقتصاد يقوم على المعرفة، الابتكار، وريادة الأعمال، ويُعدّ الفضاء الرقمي، ومن ضمنه منصات التواصل الاجتماعي، من أبرز محركاته وأدواته. هذه المنصات التي بدأت كوسائط للتسلية والتواصل الاجتماعي، سرعان ما تحوّلت إلى فضاءات استراتيجية تُوظف في قطاعات حيوية، أبرزها التعليم العالي والمقاولاتية، إذ تسعى الجامعات الحديثة إلى استثمارها في تطوير محيطها الاتصالي، وتحفيز الطلبة على المبادرة والإبداع، عبر أدوات اتصال رقمية أكثر تفاعلاً وتأثيراً.

ومن أبرز آليات دعم الحس المقاولاتي داخل البيئة الجامعية تبرز حاضنات الأعمال الجامعية، وهي مؤسسات وظيفتها احتضان أفكار ومشاريع الطلبة وتحويلها إلى نماذج اقتصادية قابلة للتطبيق. فهذه الحاضنات، إلى جانب دورها التأطيري والمرافقي، أصبحت مدعوة اليوم إلى أداء أدوار اتصالية متقدمة، لا تقتصر على الحضور الميداني، بل تمتد إلى الحضور الرقمي الفاعل على منصات التواصل الاجتماعي كفيسبوك، إنستغرام، لينكدان، ويوتيوب. ويُنظر إلى الصورة التي تقدمها الحاضنة عن نفسها على هذه الوسائط باعتبارها عاملاً أساسياً في تشكيل تمثلات الطلبة وتوجهاتهم نحو عالم ريادة الأعمال.

فلم تعد الصورة الاتصالية مجرد تمظهر شكلي أو مكمل خارجي لنشاط المؤسسة، بل تحوّلت إلى أحد أوجهها الجوهرية، وإلى عنصر مركزي في بناء علاقتها بجمهورها

المستهدف، خاصة فئة الشباب الجامعي. فكل منشور، فيديو، بث مباشر، أو طريقة تفاعل على المنصات الرقمية، يسهم في صناعة تصوّر معيّن لدى الطالب حول الحاضنة، إمّا محفزاً ومشجعاً، وإما محبطاً أو محايداً. وعليه، فإن فعالية الحاضنة في أداء رسالتها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بنجاعة صورتها الرقمية، ومدى اقترابها من انتظارات وانشغالات الطالب الجامعي.

تُعد هذه الصورة مدخلاً مهماً لبناء الوعي الريادي داخل الجامعة، حيث تلعب في بعض السياقات دوراً أسبق من البرامج التكوينية ذاتها، إذ يمكن أن تكون الواجهة الأولى التي يتعرّف من خلالها الطالب على عالم المقاولاتية. فحين تكون الصورة الاتصالية إيجابية، مفعمة بالنجاحات، عاكسة لقصص ملهمة وتجارب واقعية، فإنها تزرع لدى الطالب شعوراً بالقدرة والتمكين، وتفتح أمامه آفاقاً ممكنة للتحقق الذاتي والمبادرة الحرة. أما إذا كانت سطحية، منقطعة عن واقع الطالب وهمومه، فإنها قد تُضعف الثقة وتُعيق الارتباط الوجداني بالمشروع الريادي.

وتزداد أهمية هذه الإشكالية في السياق الجزائري، حيث يعرف سوق الشغل تحولات جذرية تُعلي من شأن المبادرة الذاتية وتقلص من فرص التوظيف الكلاسيكي، ما يجعل من المقاولاتية خياراً استراتيجياً لا مجرد بديل ظرفي. ومن ثمّ، فإن فهم العلاقة بين الحاضنة كجهاز مؤسستي داعم، وصورتها الاتصالية على الوسائط الرقمية، يمثل مدخلاً لفهم أعمق لديناميات تشكل الثقافة الريادية داخل الجامعة الجزائرية، ولمدى قدرة هذه الحاضنات على لعب دور فعلي في بناء أجيال من رواد الأعمال القادرين على مواجهة التحديات الاقتصادية، وصناعة الفرص بدل انتظارها.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

الإطار المنهجي للدراسة:

1. إشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. فرضيات الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. أسباب اختيار الموضوع
7. تحديد المفاهيم والمصطلحات
8. منهج الدراسة
9. أدوات جمع البيانات
10. عينة الدراسة
11. مجالات الدراسة
12. الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة:

1. إشكالية الدراسة:

شهدت الجزائر مؤخرا سياسات محورية واستراتيجيات وطنية لدعم وتشجيع الابتكار والإبداع الشبابي، من خلال إنشاء المؤسسات الناشئة التي يحكمها وينص على تنظيمها المرسومين 20-254 و 20-356 لسنة 2020، فهما المدخل الهام واللبننة الأساسية لتأسيس المؤسسات الناشئة في الجزائر ; والتي ولدت كيانات جديدة عرفت باسم حاضنات الأعمال حيث تعتبر منظومة عمل متكاملة وتسير عن طريق إدارة متخصصة تقوم بتوفير جميع أنواع الدعم اللازم لضمان نجاح المؤسسات الملحقة بها والتغلب على المشاكل التي تعيق نشاطها وعجزها عن النمو والاستمرار، ولما كان الاتصال العمود الفقري لأي مؤسسة من أجل تبليغ رسالتها والتعريف بنفسها لجمهورها فإنه كان من الضروري استغلال واستخدام كل الوسائل التقنية والتكنولوجيات الاتصالية المتاحة، بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي التي تشكل واجهة افتراضية ورقمية لها.

وبما أن حاضنات الأعمال تلعب دوراً حيوياً في دعم ومرافقة المؤسسات الناشئة وتعزيز نموها، فإنها ومن أجل هذه الغاية سخرت صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لصورتها وبناء هوية قوية وسمعة رقمية من جهة. وكذلك لتكون هذه الصفحات بمثابة أداة فعالة في التسويق لأفكارها ومشاريعها الصاعدة، حيث تساعد في التواصل مع الجمهور، جذب الانتباه، وتعزيز التفاعل مع الجمهور. كما تساهم في رفع مستوى الوعي بنوعية المشاريع واحتضان الأفكار، وترسيخ الثقة بين الحاضنة ورواد الأعمال من طلبة وحاملي المشاريع، مما يساهم في تحسين أدائها وزيادة فعاليتها. وهذا لا يتأتى إلا من خلال المحتوى الإبداعي وال جذاب الذي يعكس قيم وخدمات الحاضنة، وكذا سياسة النشر التي تعمل عليها من خلال أشكال المرافقة والرعاية لاحتضان المشاريع الطلابية الهادفة، مما يساهم بشكل أو بآخر في زيادة تشجيع طلبة الجامعات على الولوج إلى عالم المقاولاتية والإسهام في دفع عجلة التنمية من جهة والى تعزيز دور الجامعة كقاطرة للتقدم والرقى للاقتصاد الوطني.

وفي هذا السياق أيضا شهدت السنوات الأخيرة إقبالا متزايدا من الطلبة على حاضنات الأعمال، حيث يسعى العديد منهم إلى تحويل أفكارهم الإبداعية إلى مشاريع ناجحة. حيث توفر هذه الحاضنات بيئة داعمة من خلال تقديم التوجيه، التدريب، والموارد اللازمة لمساعدة الطلبة في بناء مشاريعهم الخاصة. وقد ساهمت النماذج الناجحة التي أفرزتها هذه الحاضنات في تعزيز جاذبيتها، مما شجع المزيد من الطلبة على خوض تجربة ريادة الأعمال. حيث لعب الترويج لهذه النماذج الناجحة عبر الصفحات الاجتماعية لهذه الحاضنات من استقطاب الكثير من الطلبة المهتمين بالولوج إلى عالم المقاولاتية.

وتعد حاضنة الأعمال بجامعة المسيلة واحدة من الحاضنات الريادية على مستوى الجامعات الجزائرية التي رافقت عديد المشاريع المقاولاتية والمؤسسات الناشئة التي ذاع صيتها على المستوى الوطني وتحصلت على براءات اختراع ووسم لابل، ولعل ما تقدمه عبر صفحتها الاجتماعية من منشورات ومحتوى يعبر عن وظيفتها وأدائها في مرافقة الطلبة نحو تشجيع الفكر المقاولاتي بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة من جهة وأداة للتعبير و تكوين صورة مشجعة عن غاياتها وأهدافها من جهة أخرى، وهو المسعى الذي نهدف إلى تسليط الضوء عليه والمتعلق بالدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي لحاضنة الأعمال بجامعة المسيلة في تشجيع الفكر المقاولاتي لدى طلبة الجامعة.

التساؤل الرئيسي :

" ماهو دور مواقع التواصل الاجتماعي - فيسبوك - لحاضنة الأعمال في تشجيع المشاريع الناشئة لدى طلبة جامعة المسيلة؟".

ويمكن تقسيم هذه الإشكالية إلى الأسئلة الفرعية التالية:

2. تساؤلات الدراسة:

- ماهي أسباب ودواعي استخدام الطلبة لصفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة؟
- ما نوعية الأنشطة والمحتويات التي تنشر على صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة؟

- ماهي الإشباعات المحققة للطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة؟
- كيف يقيم طلبة جامعة المسيلة دور صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع طلبة الناشئة؟

3. فرضيات الدراسة:

انطلاقا من الأسئلة الفرعية السابقة يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: توجد العديد من الأسباب التي تدفع الطلبة لزيارة ومتابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.
- الفرضية الثانية: تتنوع الأنشطة الي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.
- الفرضية الثالثة: توجد إشباعات محققة للطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.
- الفرضية الرابعة: تساهم صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة.

4. أهمية الدراسة:

تتخذ هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع في حد ذاته حيث تطرح قضية دور مواقع التواصل الاجتماعي - فيسبوك - لحاضنة الأعمال في تشجيع المشاريع الناشئة لدى طلبة جامعة المسيلة، حيث تعتبر قضية جوهرية خاصة في أوساط الطلبة، كما تعد هذه الدراسة محاولة للوقوف على مدى تأثير صورة حاضنات الأعمال على مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع المقاولاتية لدى طلبة الجامعات.

5. أهداف الدراسة:

ككل بحث علمي أو دراسة، يسعى فيها كل باحث في بحثه لتحقيق مجموعة من الأهداف حتى نصل إلى نتائج معينة ومن خلال دراستنا لموضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي -

فيسبوك - لحاضنة الأعمال في تشجيع المشاريع الناشئة لدى طلبة الجامعات نوجزها فيما يلي:

- إبراز الخدمات التي تقدمها حاضنات الأعمال لتعزيز الروح المقاولاتية لدى طلبة الجامعات محل الدراسة.

- توضيح دور وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في الترويج لحاضنات الأعمال وتشجيع المقاولاتية.

6. أسباب اختيار الموضوع:

تعد مرحلة اختيار الموضوع القابل للدراسة العلمية من المراحل ذات الأهمية الكبيرة، وتعتبر من أصعب المراحل التي يمر بها الباحث، لأنها تمثل نقطة حاسمة تؤثر بشكل مباشر على سير عملية إنجاز البحث العلمي بأكملها، قد تتعدد أسباب اختيار الباحث لموضوع معين، فمنها أسباب ذاتية تتعلق بتخصصه، اهتماماته، قدراته ورغباته، بالإضافة إلى أسباب موضوعية يفرضها الواقع الاجتماعي والضرورة الملحة لمواضيع تبرز نفسها بشكل طبيعي، ومن بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع نذكر:

• الأسباب الذاتية:

- اتصال وارتباط هذا الموضوع بمجال تخصصنا وكونه آني وعصري ما أثار فضولنا ورغبتها.

- الرغبة في التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لحاضنات الاعمال وتشجيع المقاولاتية.

• الأسباب الموضوعية:

- نقص الدراسات السابقة المتعلقة بدور مواقع التواصل الاجتماعي - فيسبوك -

لحاضنة الأعمال في تشجيع المشاريع الناشئة لدى طلبة جامعة المسيلة.

- موضوع حديث وقليل من الأبحاث العربية التي تمت فيه.

7. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

لكل دراسة مفاهيم ومصطلحات خاصة بها تميزها عن غيرها من الدراسات ويلجأ الباحث لإيضاح هذه المصطلحات من خلال تعريفها، وعليه يمكن أن نعرف مفاهيم دراستنا كالتالي:

• تعريف الإعلام:

الإعلام هو "العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات والحقائق والآراء والأفكار من فرد أو جهة (المرسل) إلى مجموعة من الأفراد (المستقبلين) باستخدام وسيلة معينة، بهدف التأثير أو الإخبار أو التثقيف أو الترفيه، في إطار منظم ومقصود."

ويُنظر إلى الإعلام على أنه أحد الأدوات الاجتماعية والسياسية والثقافية التي تؤثر في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك الاجتماعي للأفراد والمجتمعات. كما يُعتبر وسيلة للتواصل الجماهيري تقوم على استخدام تقنيات وأدوات مختلفة لإيصال الرسائل الإعلامية إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور¹.

• تعريف الرقمي:

كلمة "الرقمي" تشير في الأصل إلى التمثيل العددي للمعلومات باستخدام نظام العد الثنائي (0 و 1)، وهي أساس جميع الأجهزة والوسائط التكنولوجية الحديثة. ومع تطور وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، أصبح "الرقمي" يشير إلى كل ما يتم إنشاؤه أو تخزينه أو نقله أو معالجته عبر الأجهزة الإلكترونية، وخاصة الحواسيب وشبكات الإنترنت.

في السياق الاجتماعي والإعلامي، أصبح مصطلح "الرقمي" يعبر عن تحول جذري في أساليب التواصل والتفاعل والمعرفة والإنتاج، حيث أصبحت الوسائط الرقمية (مثل الفيسبوك، تويتر، المواقع الإلكترونية، التطبيقات) جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية والثقافية².

¹ إمام، إبراهيم. مبادئ علم الإعلام. القاهرة: دار النهضة العربية، 1983، ص. 45.

² بيكر، عز الدين. التحول الرقمي والإعلام الجديد. بيروت: دار أسامة، 2020، ص. 28.

• الاعلام الرقمي:

اصطلاحا:

تعني منظومة المعلومات في شكلها الرقمي المتوفر على شبكة الأنترنت.

التعريف الإجرائي للإعلام الرقمي:

هي البيئة التي يكون اتصال المستخدم بها من أي مكان ومن أي حاسوب وتكون فيها المصادر الإلكترونية غير منظمة فيضطر الباحث المستخدم بوضع آليات لاسترجاع هذه المصادر والمراجع المستهدفة من البحث.¹

• تعريف الحاضنة:

الحاضنة هي مؤسسة أو فضاء منظم يوفر بيئة داعمة ومتكاملة تساعد على تنمية وتطوير مشاريع أو أفكار أو كفاءات في مراحلها الأولى، من خلال تقديم خدمات الدعم المختلفة مثل الإيواء، التكوين، الإرشاد، المرافقة، والتوجيه، بما يسمح بتقليل المخاطر وتحقيق النمو المستدام.²

• تعريف الأعمال: (Business)

الأعمال تشير إلى الأنشطة الاقتصادية والتنظيمية التي يقوم بها الأفراد أو المؤسسات بهدف إنتاج السلع أو تقديم الخدمات، وتحقيق الربح، وتلبية احتياجات السوق. وتشمل هذه الأنشطة جميع العمليات المرتبطة بالإنتاج، التسويق، التمويل، الإدارة، والتوزيع.³

• تعريف حاضنات الأعمال: (Business Incubators)

حاضنات الأعمال هي مؤسسات أو برامج مصممة لدعم إنشاء وتطوير المشاريع الناشئة والمبتكرة، من خلال توفير بيئة مناسبة تحتوي على الموارد الأساسية مثل المكاتب، والخدمات الإدارية، والتوجيه الفني، والاستشارات، والتكوين، والربط مع الشبكات الاستثمارية

¹ المرجع نفسه، ص 23.

² زعدة، فؤاد. مبادئ ريادة الأعمال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2015، ص. 120.

³ جراد، فوزي. مبادئ إدارة الأعمال. الجزائر: دار المعرفة، 2016، ص. 21.

والتمويلية. وتهدف هذه الحاضنات إلى تقليل معدل فشل المشاريع الجديدة وزيادة فرص نموها واستدامتها في السوق.

• تعريف مواقع التواصل الاجتماعي: (Social Media)

مواقع التواصل الاجتماعي هي تطبيقات ومنصات إلكترونية تعتمد على تقنيات الإنترنت، تمكن المستخدمين من إنشاء محتوى ذاتي، ومشاركته مع الآخرين، والتفاعل في بيئة رقمية تشجع على الحوار، تبادل الآراء، بناء العلاقات الاجتماعية، وتكوين المجتمعات الافتراضية حول اهتمامات مشتركة¹.

• التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:

في إطار هذا البحث، يُقصد بـ "مواقع التواصل الاجتماعي" تلك المنصات الرقمية، وعلى رأسها موقع فيسبوك، التي يعتمد عليها طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة للتفاعل مع صفحة حاضنة الأعمال، بهدف الوصول إلى المعلومات المتعلقة بريادة الأعمال، متابعة الأنشطة والمحتوى الخاص بالمشاريع الناشئة، الاستفادة من خدمات التوجيه والدعم، والتفاعل مع نماذج وتجارب ريادية محفزة.

8. منهج الدراسة:

لإجراء أي دراسة علمية يجب الاعتماد على منهج علمي محدد، إذ يعتبر المنهج "الوسيلة التي نتوصل عن طريقها أو بواسطتها إلى الإجابة على الأسئلة المتعلقة بالظاهرة المدروسة"².

وتتعدد مناهج البحث وتختلف تبعاً لطبيعة الموضوع وبما أن اشكاليتنا تسعى لدراسة "دور مواقع التواصل الاجتماعي - فيسبوك - لحاضنة الأعمال في تشجيع المشاريع الناشئة لدى طلبة جامعة المسيلة" فهي دراسة استكشافية تنتمي إلى الدراسات الوصفية

¹ الفرجاني، فوزية. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب العربي. بيروت: دار اليازوري، 2018، ص. 61.

² صالح مصطفى الفوال، منهجية العلوم الاجتماعية، عالم الكتب، القاهرة، 1982، ص 282.

التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة بهدف الوصول إلى وصف علمي ودقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة.

والمنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات هو المنهج المسحي، فهو ملائم باعتباره يقوم على وصف الظاهرة كما هي في الواقع.

ويعرف على أنه: المنهج الذي يعتمد على تحليل من خلال المعلومات الكافية والدقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، خلال فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية يتم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.¹ ونظرا لطبيعة الدراسة والموضوع وكذا الأهداف الرامية إلى تحقيقها اعتمدنا على المنهج المسحي الذي يتناسب مع موضوع الدراسة قصد التوصل إلى النتائج وتعميمها على مجتمع البحث.

9. أدوات جمع البيانات:

• الاستبيان:

ويمكن تعريف الاستبيان بأنه:

مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف، التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه.²

لقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة أساسية في هذه الدراسة نظرا لما تتميز به عن الأدوات الأخرى فهي تعتبر من أكثر الأدوات استخداما في العلوم الإنسانية والاجتماعية، لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية على موضوع دراستنا.

¹ محمد محمود الدنبيات وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، ط2، بيروت، 1999، ص 46.

² حمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب صنعاء، الجمهورية اليمنية، ط3، 2019، ص 126-127.

ويعد الاستبيان وسيلة من وسائل جمع المعلومات، وقد يستخدم على إطار واسع ليشمل مثلا الأمة أو في إطار ضيق على نطاق المدرسة، وبطبيعة الحال فهو يختلف في طوله ودرجة تعقيده، إن الجهد الأكبر في الاستبيان ينصب على بناء فقرات جيدة، والحصول على استجابات كاملة، ومن الأهمية بما كان أن تكون أسئلة الدراسة وفرضياتها واضحة ومعرفة كي يكون بالإمكان بناء الفقرات بشكل جيد.¹

وتتضمن استمارة الاستبيان مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي تطلب من المفحوص الإجابة عليها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث.²

وترجع أهمية الاستمارة من حيث الاستخدام، بما يتوافق مع موضوع دراستنا الى أنها توفر الجهد والوقت والسهولة من حيث معالجة بياناتها بالطرق الإحصائية مع مراعاة ضرورة التحقق من الصياغة الدقيقة التي تحقق أهداف الدراسة.³

وقد قمنا بصياغة الاستمارة من خلال إشكالية البحث والتساؤل الرئيسي وأيضا التساؤلات الفرعية، حيث تم تحديد محاور الاستمارة بما يمكن الإجابة عليها، وعليه فقد تم تقسيم هذه الاستمارة الى مجموعة من المحاور توافق موضوع دراستنا.

• الاستمارة:

وانطلاقا من طبيعة دراستنا والبيانات والمعلومات المراد الحصول عليها فقد استخدمنا الاستمارة.

يعرفها محمد عبد الحميد: "على أنها أسلوب لجمع المعلومات تستهدف استشارات الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات

¹ منذر عبد الحميد الصامن: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 91.

² ريخي محمد مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج البحث العلمي وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 82.

³ جمال أبو شنب: البحث العلمي، المناهج والطرق والأدوات، ج1، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2007، ص 148.

المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقدير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.¹

استخدمنا الاستمارة كأداة رئيسية تخدم بحثنا وهذا لعدة أسباب منها أن الجمهور المستهدف هو جمهور افتراضي في أماكن مختلفة ومتباعدة يحد من إمكانية استخدام أدوات أخرى كما يمكن الحصول على المعلومات المتعلقة ببحثنا عن طريق هذه الأداة وذلك لاختصار الوقت والجهد، وعليه سيتم توزيع استمارة إلكترونية. الاستمارة الإلكترونية أو الاستبيان الإلكتروني هو نموذج أو مستند منشور عبر الانترنت ومصمم لجمع إجابات عينة من الناس، بحيث يحتوي على طائفة من الأسئلة الاستطلاعية تُستخدم لأغراض بحثية خاصة بالجهة المنشئة للاستبيان، وعلى خلاف الاستبيانات الورقية التقليدية فإن الاستبيانات الإلكترونية تستفيد من التكنولوجيا لتبسيط عملية جمع البيانات وتسريعها وزيادة دقتها.

10. عينة الدراسة:

إن اختيار العينة في البحث العلمي لها جانب كبير من الأهمية لأن عليها تتوقف أمور كثيرة فعليها تتوقف كل القياسات والنتائج التي يخرج بها الباحث من بحثه، وفي كثير من الأحيان يضطر الباحث إلى إجراء بحثه على عينة صغيرة من المجتمع لان إجراء البحوث على المجتمع كله يكلف جهدا ومالا كثيرا.²

وتعرف العينة بأنها جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتضم عددا من الأفراد من المجتمع الأصلي.³

ومن جهتنا فقد حاولنا أن تكون العينة المختارة ممثلة لمجتمع البحث قدر الإمكان من أجل إعطاء أكثر مصداقية لدراستنا، لذا وقع اختيارنا على "العينة القصدية" ولم يكن ذلك

¹ محمد زيان محمد، البحث العلمي ومناهجه وتقنياته، الجزائر، ديوان المطبوعات الجزائرية، ط3، 1983، 4، ص 55.

² مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، ط2000، 1، ص 157.

³ إبراهيم بن عبد العزيز الدعليج، مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص 91.

اعتباطيا وإنما لأسباب تتلاءم مع طبيعة الدراسة والمنهج المختار ومنها سهولة الوصول إلى مفردات العينة، عدم استغراق وقت طويل وعليه لابد من تحديد المجتمع الذي تريد معاينته ولابد أن تكون العينة مماثلة لجميع الفئات.

لهذا تم اختيار العينة القصدية وهي العينة التي يتم اختيار وحداتها وفق وجهة نظر الباحث لاعتقاده من أنها تعطي نتائج مرضية.¹

والعينة القصدية هي العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم وتكون تلك الخصائص من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي.²

11. مجالات الدراسة:

وتشمل مجالين وهما المجال الزمني والمكاني:

• بالنسبة للمجال الزمني:

ونقصد به المدة الزمنية التي استغرقتها الدراسة الميدانية، بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة على أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال، حيث يتم اختيارنا للموضوع مع بداية الموسم الجامعي 2025/2024، وقد تم مناقشته مع العديد من الأساتذة، ويرجع الفضل في ضبط العنوان إلى الأستاذ المشرف.

• بالنسبة للمجال المكاني:

وهو المكان الذي يحتوي على مجتمع البحث، وقد أجريت دراستنا في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال.

¹ عبد الحميد عبد المجيد البداوي، أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي، التخطيط للبحث وجمع البيانات، دار الشروق، عمان، 2007، ص72.

² محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي والقواعد والمراحل وتطبيقات، دار وائل للنشر، ط2، الأردن، 1999، ص96.

12. الدراسات السابقة:

هي تلك الدراسات التي تحترم القواعد المنهجية في البحث العلمي وقد يواجه هذا النوع من الدراسات في المجالات أو المذكرات شريطة أن تكون لدراسة موضوع وهدف ونتائج، وإذا وجدت فرضيات البحث والعينة والمنهج والأدوات فالدراسة تصبح أكثر تفصيلاً.¹

• الدراسة الأولى:

من إعداد الطالبتين صليحة غلاب، مريم روابحية تحت عنوان فعالية الإعلام في تنمية الثقافة المقاولاتية لدى طالب جامعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قلمة 8 ماي 1945، مجلة اقتصاديات المال والأعمال سنة 2016/2017.

حيث تطرقوا إلى طرح التساؤل الرئيسي في دراستهم إلى ما مدى مساهمة هذه الحملات الإعلامية في تطوير الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟

أهم التساؤلات الفرعية فتمثل في:

- ما هو واقع الثقافة المقاولاتية لدى طلبة جامعة 8 ماي 1945 قلمة؟
- ما هي استراتيجيات الحملات الإعلامية في مجال المقاولاتية لدى الطلبة؟

هدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على استراتيجيات وبرامج الحملات الإعلامية المتعلقة بالمجال المقاولاتي والتعرف على محتويات هذه البرامج بالإضافة إلى البحث عن وجود ارتباط معنوي بين تعليم الطالب والثقافة المقاولاتية لديه. حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي كما يتمثل مجتمع الدراسة في الطلبة الجامعيين 8 ماي 1945 قلمة المعرضين للحملات المختلفة التي تقوي بها دار المقاولاتية على مستوى الجامعة محاولة غرس روح المقاولاتية من أجل إنشاء مشاريع خاصة.

حيث استخدموا عينة كانت صدفية والمتمثلة في مجموعة الطلبة الذين قاموا بزيارة دار المقاولاتية، أما الإدارة فهي كانت الاستبيان لجمع المعلومات الدراسة، وقد توصلت هذه

¹ رشيد زرواني، التدريبات على منهجية العلوم الاجتماعية، جامعة المسيلة، ط1، 2004، ص 91.

الدراسة إلى النتائج التالية: إن أغلبية الطلبة يفضلون عند متابعة دراستهم الجامعية إختبار ماستر أكاديمي مقارنة بـماستر مهني وذلك لاستكمال دراستهم العليا.

قيام دار المقاولاتية على مستوى الجامعة بالعديد من الحملات الإعلامية للتعرف بالفكر المقاولاتي، ونشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين معتمدة على الأنترنت والشبكات الاجتماعية، مطويات، ملصقات.

رغم إمتلاك الكثير من الطلبة الجامعيين العديد من الأفكار والرغبة في إنشاء مشروع خاص بهم إلا أنهم لا يبادر في إنشائه.

• الدراسة الثانية:

فاطمة الزهراء عايب (2019) حاضنة الأعمال كآلية لتعزيز قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الابتكار دراسة حالة مجموعة من حاضنات الأعمال في الجزائر، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل

شهادة الدكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال المؤسسات جامعة فرحات عباس سطيف. الهدف من هذه الدراسة هو معرفة مدى مساهمة حاضنات الأعمال في تعزيز قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الابتكار في الجزائر من خلال المساعدات التي تقدمها لها، وتشخيص ودراسة حالة حاضنات الأعمال الجزائرية، حيث تم القيام بدراسة ميدانية على عينة من الحاضنات الموجودة على مستوى الوطن، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الخدمات التي تقدمها الحاضنات تساهم في تعزيز ودعم قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على الابتكار وذلك عن طريق دعمها لتقديم منتجات وخدمات جديدة، كما توصلت إلى أن المؤسسات تعاني من نقص في التمويل والحاضنات الجزائرية

عاجزة عن توفيره، وأوصت بضرورة ربط الحاضنات بمراكز البحث والجامعات.

تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بسبب تناولها لعدة أنواع من الحاضنات المتواجدة في الجزائر (المشائل، والحاضنات الخاصة والحاضنات المشتركة، والحاضنات الجامعية بينما ركزت الدراسات السابقة على مشائل المؤسسات لأنها الشكل الوحيد من حاضنات الأعمال الشائع في ذلك الوقت كما حصرت المشاريع المقاولاتية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فقط، بالإضافة لتناول هذه الدراسة للتغيرات الحديثة الحاصلة في البيئة المقاولاتية وحاضنات الأعمال الجزائرية بعد صدور هذه الدراسات.

• الدراسة الثالثة :

بوجلال العطرة، دور حاضنات الأعمال التقنية في تطوير المؤسسات الناشئة - دراسة عينة من حاضنات الأعمال التقنية الجزائرية، مقال منشور في مجلة الأفق للدراسات الاقتصادية العدد الأول، 2023.

مشكلة الدراسة: تركزت اشكالية هذه الدراسة حول دور حاضنات الأعمال في تطوير المؤسسات الناشئة الجزائرية حيث تهدف إلى التعرف على دور حاضنات الأعمال التقنية في تطوير المؤسسات الناشئة من خلال هياكلها التقنية والمناخ الإستثماري الذي تنشط فيه و ابراز الآليات المستخدمة في تطوير المؤسسات الناشئة.

منهج البحث: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره المنهج الموافق لجمع وتحليل الحقائق النظرية المرتبطة بموضوع الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة وأدواتها: يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين (مدراء ومسيرين) على مستوى حاضنات الأعمال الجزائرية سواء كانت عامة وخاصة فقد تم إعتقاد أسلوب العينة الميسرة غير احتمالية بحيث بلغ مجموعها 30 مستجوباً، وتم الإستناد إلى أداة الإستبيان لجمع البيانات والمعلومات اللازمة والخاصة بموضوع الدراسة.

النتائج المتحصل عليها تبينت في:

أن حاضنات الأعمال التقنية مشاريع مهمة جدا لدعم حاملي الأفكار وأصحاب المؤسسات الناشئة من خلال توفير منصة لتبادل الخبرات والمعارف الضرورية اللازمة لتطوير المؤسسات الناشئة.

المؤسسات الناشئة وحدة اقتصادية لها أهمية كبيرة في ترقية الإقتصاد الوطني من خلال الرفع من مستوى الإنتاج وتنويعه وزيادة العائدات خارج قطاع المحروقات.

الفصل الثاني:
مواقع التواصل
الاجتماعي

الفصل الثاني: مواقع التواصل

الاجتماعي

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: خصائص وسمات مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي: الأنواع، مميزات والأهداف.

المطلب الأول: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: مميزات وأهداف مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي أسلوب تواصل اجتماعي يسهل عملية انشاء وتبادل المعلومات والمحتويات بين الافراد والمجموعات وهي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت تسمح بتبادل الصور والفيديو والملفات الأخرى¹ وتتكون هذه الشبكات من من الافراد والمنظمات مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات. خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم من من خلال ماسبق نقول أن مواقع التواصل الإجتماعي هي أدوات إتصالية تعتمد بالدرجة الأولى على الأنترنت من أجل التواصل و تبادل المعلومات والتعبير عن الآراء و الأفكار بين الأفراد أو بين المؤسسات أو بين الأفراد والمؤسسات.²

وعرفها Esther Dyson بأنها: "مواقع إلكترونية تسمح للأفراد التعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات إجتماعية، كما أنها تسهل عملية إنشاء علاقات إجتماعية مختلفة تتمحور حول مركز إهتمام مشترك وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم البعض ضمن نظام محدد: صداقات أعمال مشتركة أو تبادل المعلومات وغيرها. وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم.³

¹ خري عبد الناصر ، التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، دراسة تحليلية لمعاملتي الهاتف النقال، ص 3 متوفر على الانترنت.

² مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011/2012، ص 45.

³ بوطالب، غ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري، مخبر الدراسات الاعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب، 2021، ص 443.

وعرفها Boyd Danah سنة 2008 بأنها خدمات شبكة الانترنت تسمح للأفراد ببناء ملفات شخصية عامة أو شبه عامة ضمن نظام محدد لعمل أو تحديد أو وضع قائمة لمستخدمين آخرين اشتركوا معهم بنقاط تواصل مشتركة".¹

ومن خلال كل هذه التعاريف أيضا يمكننا تعريف شبكات التواصل الاجتماعي كما يلي:
 "هي شبكات إلكترونية اجتماعية يتم استخدامها من قبل أفراد وجماعات أو أطراف معينة في المجتمع هم المستخدمون، ويتم من خلالها نقل الأفكار والآراء والتجارب وتبادل المعلومات والخبرات والمعارف فيما بينهم ففتح لهم إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، كما تمكنهم من إنشاء صفحات خاصة وإجراء المحادثات والحوارات الفورية وإرسال الرسائل عما يجعلهم في تفاعل وتواصل دائم ومستمر، وتتكون من خلالها علاقات اجتماعية فيما بينهم."

ثانيا: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

إذا كان العصر الحالي يشهد ثورة المعلوماتية في كافة المجالات والحياة اليومية، وكذا في الاتصال والتواصل بوتيرة متسارعة، فليس من الغريب أن يمتد تأثيرها إلى مجال التواصل من حيث عملية نقل واستقبال المعلومات، ضمن شبكات اجتماعية للتواصل الإلكتروني.

ويرى المختصون أن "ثورة الكمبيوترات الكبيرة انطلقت مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين، ثم ظهرت الحاسبة الشخصية في بداية الثمانينات من نفس القرن وكانت تلك ثورة الكمبيوترات الثانية، حيث ظهرت الانترنت في بداية التسعينات، واعتبرها البعض ثورة الثالثة، أما الثورة الرابعة فكان ظهور مواقع التواصل عبر الشبكات الاجتماعية".²

¹ لمى فاخر، مدى الافادة من مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني بين المكتتبيين العرب في المجال المهني، أعمال المؤتمر الرابع وعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، 2013، ص 49.

² عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية، رسالة ماجستير غير منشورة، 2015/2014، ص 10.

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي بالظهور في نهاية القرن الماضي، فقد ظهر موقع Classmates.com عام 1995 لربط مجموعة من الزملاء بعضهم ببعض، وكذلك موقع SixDegrees.com عام 1997، الذي ساعد في تكوين الروابط المباشرة بين الأفراد مع تقديم خدمة إنشاء الملفات الشخصية للمستخدمين، وخدمة الرسائل الخاصة لمجموعة من الاصدقاء، ومع تطور خدمات شبكات الانترنت ظهرت مجموعة من التطبيقات على الويب، مثل المدونات، ومواقع المشاركة والوسائط المتعددة، فقد اهتمت مواقع التواصل الاجتماعي بتشكيل المجتمعات الافتراضية، مركزة على التواصل والتفاعل والاندماج بدرجة كبيرة. بداية النشأة مواقع التواصل الاجتماعي بالشكل الحقيقي كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع (فرانديستر : Friendster) ، وظهر موقع (سكايروك Skyrock) كمنصة للتدوين، ومع بداية عام 2005 ، وظهر موقع (ماي سبيس MySpace)، الذي يعتبر الأكبر على المستوى العالمي، ثم تلاه موقع (فيسبوك Facebook)، حيث تميز عن المواقع الأخرى بإمكانية تكوين التطبيقات للمطورين، الأمر الذي ساهم في زيادة عدد المستخدمين بشكل كبير، ونجح بالتفوق على منافسه (ماي سبيس) ، كما ظهرت مواقع أخرى مثل (تويتر Twite يوتيوب Youtube)¹، و " شبكات التواصل الاجتماعي، أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع، مثل الخصوصية والهوية ورأس مال المجتمعات واستخدامات المراهقين، وأخيرا في مجال التعليم.

المطلب الثاني: خصائص وسمات مواقع التواصل الاجتماعي.

أولا: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال الواسع أمام الفرد للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين، ولا يمكن أن يعيش في عزلة عن الآخرين، ولهذا نجد أن هناك عدة خصائص المواقع التواصل الاجتماعي، منها:

¹ هبة عبد الكريم عبد الرحمن برهوش، فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أداء الواجبات المنزلية من وجهة نظر معلمي المدارس الخاصة، وزارة التربية والتعليم، الأردن، ص 102.

1. **شاملة:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغى من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد الآخر في الغرب من خلال الشبكة وبكل سهولة.
2. **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل، وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم " التلفاز، الصحف.... وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.¹
3. **المشاركة:** وسائل التواصل الاجتماعي تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور.
4. **التنوع وتعدد الاستعمالات:** فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء...وهكذا.
5. **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
6. **الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعدد على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.
7. **التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى.²

¹ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 67.

² صالح علي، مهارات التواصل الاجتماعي، أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر، عمان، الأردن، 2015، ص 148.

8. **المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن

التقليدية من خلال إنتاجها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

ثانياً: سمات مواقع التواصل الاجتماعي.

1. **المجهولية:** عكس الاتصال الذي يكون وجها لوجه الذي فيه أطراف عملية التواصل

بعضهم البعض، يتم الاتصال عبر هذه للموقع بالمجهولية التي تتيح لأطراف

الاتصال يفرض عليه سمات تجعله يختلف اختلافا كبيرا عن الاتصال وجها لوجه

ويرتبط بمسألة المجهولية، هذه مسألة أخرى على قدر كبير من الأهمية لا تتم أي

عملية اتصالية بدونها ألا وهي هوية أطراف هذه العملية، فلا يوجد شكل وأسلوب من

أساليب الاتصال بدون ارتباطه بهويات محددة للقائمين عليه والممارسين له.¹

2. **حرية التعبير وعدم التقيد بالسياقات المكانية:** إن عامل المجهولية الذي يتمتع به

الأفراد إبان مناقشتهم وأنشطتهم الاتصالية يمنحهم حيزا كبيرا من الحرية التي تمكنهم

من قول ما يريدون بدون خوف أو خجل فالإنترنت تسمح لمستخدميها أن يتجاوزوا

قيود الحياة اليومية المفروضة عليهم (قيود الملابس التأنق، قيود المكان واللغة).²

3. **المساواة بين أطراف النقاش:** في هذا النوع من الاتصال هناك مساواة ترتبط بالحرية

التي يتمتع بها أطراف النقاش فطالما أن كل فرد غير معروف للآخرين وهو حر في

أن يقول ما يشاء، فإن أطراف هذا الحديث سوف يتمتعون بقدر كبير من المساواة

والغير متوفرة في أشكال الاتصال الأخرى، ويظهر هذا القدر من الحرية من خلال

الإمكانيات الواقعية التي تمتع بها الأفراد في المشاركة والحوار والجدل والنقاش.

- لوحظ أيضا من أهم سمات الاندماج والإقبال على المواقع الاجتماعية:

¹ ماجد بوشبلي، يوسف عديبي، ثقافة الانترنت على الشباب، ط1، إصدارات دائرة الثقافة والإعلام، الإمارات العربية المتحدة، 2006، ص 263.

² وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، ط1، دراسة بحثية، السودان، الخرطوم، ص26.

- وجود صور جرافيكية تعمل كمحفز للشخص للولوج إلى هذه المواقع.
- توفر تقنيات تمكن من إرسال واستقبال الملغات بين المتحاورين أو قائمة الأصدقاء ولعل ما جعل أصحاب هذه المواقع تعويضا لعلاقاتهم الاجتماعية مع من هم حولهم حيث يشعرون بالخجل أو الانطواء في التعامل مع الآخرين لذا تمثل هذه البرامج مكانا أرحب لنشأة علاقات اجتماعية مستعارة لاسيما وأنها تسمح بوجود الشباب من الجنسين في محيط اتصالي واحد تعتبر تلك الخاصية جذب لبعض الشباب حيث يحاولون لعب أدوار إناث ذكور لتحقيق إشاعات ذاتية وسيكولوجية.¹

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي: الأنواع، مميزات والأهداف.

المطلب الأول: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

أولا: الفايسبوك:

فايسبوك كلمة أعجمية مكونة من جزأين: فيس Face وبوك Book وهي تعني كتاب الوجوه مثلما أراد بها مؤسس الموقع.²

وعرف شري كنكوف كيونت الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بأنه واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية يمثل مجتمع دولي على الانترنت، وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم البعض من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو وغيرها من المعلومات والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرهم.³

ويعرفه العتيبي أنه موقعا اجتماعيا أطلق في الرابع من فبراير 2004 يتبع الشركة فيسبوك الخاصة يسمح للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من الموقع نفسه،

¹ ماجد بوشبلي، يوسف عيادي، مرجع سابق، ص 508-509.

² حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة للنشر والتوزيع، الجيزة، 2017، ط1، ص 89.

³ حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص

لنصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية، مدرسة، وغيرها من الأماكن التي تساعدهم على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون على نفس الشبكة.¹

موقع الفايسبوك تم إنشاؤه في شباط عام 2004 بواسطة ابن التاسعة عشر من العمر مارك زوكربيرج Marck Zuckerberg وهو طالب في جامعة هارفارد.²

الفكرة من موقع الفايسبوك كانت بناء من إصدار إلكتروني تفاعلي لكتاب الوجوه التقليدي الشخصي وتحديثها، كانت هناك فكرة مهمة أخرى خلف الموقع هي أن أعضائه سيستعملون أسماءهم الحقيقية ، وأن صحة هوياتهم مؤكدة بفضل حقيقة أن سيرتهم الذاتية كونهم طلاب مربوطين بعناوين البريد الإلكتروني الصادرة عن المدرسة.

كان الاشتراك فيفيسبوك يقتصر في البدء على جامعة هارفارد لكن الموقع حقق شعبية كبيرة لدرجة أنه توسع بسرعة إلى بقية الجامعات والكليات ثم المدارس الثانوية ثم الشركات ، لكن أكبر تحول جاء في عام 2006 عندما تخلى فيسبوك عن ضرورة امتلاك العضو حسابا إلكترونيا صادرا عن المدرسة أو الشركة، مما ساعد على فتح أبوابه أمام أي مستخدم على أن يزيد عمره عن 13 سنة ولديه عنوان بريد إلكتروني يعمل ومحلول عام 2007 كان معدل أعمار مستخدمي الفيسبوك تقريبا 35 سنة وأكبر في بعض الأحيان، ووفقا لشركة التسويق على الانترنت Comscore يشهد الفيسبوك أكبر حركة مرور من أي موقع اجتماعي آخر في العالم.³

ثانيا: الانستغرام:

يعد الانستغرام أحد أشهر شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتيح للمستخدمين النقاط الصور ومشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية مثل تويتر والفيسبوك وشبكة الانستغرام نفسها.

¹ محسن بن جابر بن عواض الزهراني، دور مواقع التواصل في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية واتجاهاتهم نحوها، منطلب دكتوراه، 2013، جامعة أم القرى بكلية التربية، ص 09.

² حسين محمود هتيمي، مرجع سابق، ص 88.

³ مؤيد صيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفيسبوك، ط1، ألفا للوثائق نشر استيراد وتوزيع الكتب، قسنطينة، 2016، ص 163.

ويضم هذا الموقع عدد هائل من الصور والمصورين ففي مايو من عام 2012، قامت إحدى الشركات المتخصصة بعمل إحصائيات للموقع وتوصلت إلى إحصائيات مبهرة أهمها: أنه في كل ثانية يضم إضافة 58 صورة جديدة، وتحصل الشبكة على مستخدم جديد، كما تخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم افتتاحه. ومثل هذا الموقع الحديث لابد من أنه أثار الكثير من الأسئلة وفتح العديد من الموضوعات، وبقي على المتخصصين في مجال الملكية الفكرية هذه الظاهرة الجديدة والتأليف حولها.¹

بدأ الانستغرام خدماته عام 2010 إذ يقدم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعية المختلفة، إذ وجد هذا التطبيق رواجاً واسعاً فبدأ بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار باستخدام نظام التشغيل (اندرويد) إذ لاقى شعبية كبيرة، حتى أن أكثر من مليون مشترك قاموا بتحميل هذا التطبيق على أجهزتهم خلال 12 ساعة فقط من طرحه.² هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، وتضاف الصور على مربع على غرار instamatic كوداك وصور بولارويد على النقيض من نسبة أبعاد 4:3 تستخدم عادة بواسطة كاميرات الهاتف المحمول، ففي البداية كان دعم انستغرام على الأيفون والايپاد وفي أبريل 2012 إضافة انستغرام دعم لمنصة الأندرويد أو يد أو أعلى وفي يونيو 2013 جري وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين.³

¹ حسين دبي الزويني، شفاء عبد الزهرة الكناني، شبكات التواصل الاجتماعي والإدمان الرقمي مخاطر التفاعلية والاندماج والتقني، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2021، ص 37.

² رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 121، 122.

³ لحوم فطوم، نهار خالد بن الوليد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نجاح استراتيجية الترويج لدى المؤسسات، دراسة لصفحة مؤسسة الاتصالات الجزائرية موبليس عبر موقع الفيس بوك، جامعة وهران 2، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 4، العدد 2، 2018، ص 321.

ثالثاً: اليوتيوب:

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من قوقل يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو، التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها.¹

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة باي بال Paypal عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية "أدوب فلاش"، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، قامت غوغل عام 2006 بشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني 2.0 وأصبح عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية.

رابعاً: التويتر:

موقع تواصل اجتماعي شهير حدد المؤسس مهمته وغرضه من إنشائه بقوله: مهمتنا هي منح الجميع إمكانية لإنشاء الأفكار والمعلومات ومشاركتها فوراً دون حدود.²

وتويتر يعني المغرد، وهو عبارة عن موقع من فئة المواقع الاجتماعية تقنية Micro blogging أو التدوين القصير، يتم استخدام الموقع في الوقت الحالي من قبل الأشخاص والشركات والمجموعات لتبادل الأفكار والأخبار.³

¹ عبد الرحمان بن براهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ص 65.

² عمر بن عبد الله بن محمد المقل، الاستشارات الحديثة على مواقع التواصل الاجتماعي: تويتر، فيسبوك، تيلجرام، بحث مقدم إلى مؤتمر المصادر الالكترونية للعلوم الشرعية التي تنظمه كلية الشريعة والدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك، من 8 إلى 10-05-2017، ص 04.

³ فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب المجلد 31، العدد 61، الرياض 2014، ص 202.

المطلب الثاني: مميزات وأهداف مواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً: مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

إذا ما أردنا أن نعرف مميزات مواقع التواصل الاجتماعي؛ فإنه يكفي أن نتعرف على خصائص الإعلام الجديد، حيث تمثل مواقع التواصل الاجتماعي أحد صورته الرئيسية، ومن أهم صورته، هي:¹

• التفاعلية:

أصبح من الممكن اليوم لمتلقي المحتوى أن يشارك بفاعلية في مناقشة المادة الإعلامية أو المعرفية، والتعبير عن رأيه من خلال التعليق أو النقد، بعدما كان في السابق مجرد متلقٍ سلبي. فقد تحوّل إلى مستخدم نشط، يساهم في إنتاج المحتوى، وإنشائه، وتعديله، ومشاركته، بل ويشارك في صناعته بشكل مباشر.

وتندرج هذه السمة ضمن إطار "التفاعلية"، والتي تُعد من أبرز خصائص وسائل الاتصال الحديثة. ويُجسد هذا المفهوم من خلال مجموعة من الخصائص التي تُعد منها ما يلي:

- الانفتاح.
- المشاركة.
- المحادثة.
- الترابط.

• الافتراضية: أصبحت العلاقة بين الطرفين في مواقع التواصل الاجتماعي، هي علاقة إنسانية مفترضة، يتم التفاعل فيها بين شخصين عن طريق وسيط آلي وبشكل غير مباشر، وهذه الخاصية أوصلت الناس إلى حالة من التداخل بين العلاقات الواقعية والافتراضية.

¹ محمد العربي بوش، د ياسين باهي، مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في التعليم الجامعي، مجلة الشهاب، 07، ع01، 2021، جامعة الوادي، الجزائر، ص، 334، 335.

• الحرية الواسعة:

إن ما يميز الإعلام الجديد عن نظيره التقليدي، أنه يوفر حرية واسعة، وانتشارا واسعا، ومن مميزاتهما، نذكر بعضا منها:

- **اللامركزية الاعلامية:** الفرد هو المركز الإعلامي، بحيث لا يوجد سلطة مركزية تقيد المعلومة.

- **العامة والكونية:** لم تعد اللغة والموقع الجغرافي، والخلفية الثقافية، والزمان والمكان مقيدة للسلوك الاجتماعي والتعاوني، مما نتج عنه عالمية هذه المواقع.

- **الحركة والمرونة وسهولة الاستخدام:** تتيح الشبكات الاجتماعية للمستخدمين طرائق للتعبير كالرموز والصور وغيرها، ناهيك عن سهولة التسجيل.

• **الشمول والتنوع في المحتوى وسهولة التخزين والحفظ:** يتيح الإعلام الجديد للمستخدم النشر دون أن يقيد بمساحة معينة.

• التزامنية واللاتزامنية:

توفير التغذية الراجعة للمستخدمين في الوقت الفعلي كالدرشة، وكذلك خدمة العملاء على الانترنت أما اللاتزامنية فتعني إرسال الرسائل واستقبالها في وقت يناسب المستخدم، ولا يشترط أن يكون استخدام النظام في وقت واحد.¹

ثانيا: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن القول أن استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي، والتي أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية تسعى نحو تحقيق الغايات الآتية:²

¹ راضية خوجة، اتجاهات أساتذة المتوسط نحو إدماج مواقع شبكات الاجتماعية في العملية التعليمية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، 2021/2020، ص 18.

² حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176، الجزء الثاني، مصر، 2017، ص 93-94.

- **غايات دينية أخلاقية:** وتتضح هذه الغايات من خلال الدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة.
- **غايات تجارية:** وتتضح هذه الغايات من خلال التسويق والإعلان والترخيص
- **غايات سياسية:** وتتضح هذه الغايات من خلال الدعاية، وقد عاين العالم العربي لشبكات التواصل الاجتماعي، مثل: الفيسبوك، تويتر من تأثير بالغ في انتقال الثورات من بلد إلى آخر ومن مدينة إلى أخرى.
- **غايات تعليمية:** وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات والخبرات.
- **غايات ترفيهية:** وتتضح من خلال تبادل الموسيقى والصور والمقاطع المصورة وما إلى ذلك.
- **غايات أدبية:** وذلك من خلال تبادل الكتابات الأدبية وتبادل الآراء... الخ.
- **غايات نفسية واجتماعية:** خروجاً من العزلة وسعيًا إلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات اجتماعية.

الفصل الثالث:

حاضنات الأعمال

الفصل الثالث:

حاضنات الأعمال.

المبحث الأول: ماهية حاضنات الأعمال.

المطلب الأول: نشأة وتطور حاضنة الأعمال.

المطلب الثاني: مفهوم حاضنات الأعمال.

المبحث الثاني: أهداف ومهام وآلية عمل حاضنات الأعمال.

المطلب الأول: أهداف ومهام حاضنات الأعمال.

المطلب الثاني: آلية عمل حاضنات الأعمال والخدمات التي تقدمها.

الفصل الثالث: حاضنات الأعمال.

المبحث الأول: ماهية حاضنات الأعمال.

المطلب الأول: نشأة وتطور حاضنة الأعمال.

تعود أصل فكرة حاضنات الأعمال (Business Incubateur) إلى حاضنات الأطفال الصحية المستعملة في المستشفيات، إذ تنظر حاضنات الأعمال إلى كل مشروع صغير وكأنه وليد يحتاج إلى الرعاية الفائقة والاهتمام الشامل، إذ يحتاج إلى حاضنة تضمه منذ مولده من أجل أن تحميه من المخاطر التي تحيط به وتمده بالطاقة الاستمرارية، وتدفع به تدريجياً ليصبح بعد ذلك قوياً قادراً على النمو ومؤملاً للمستقبل ومزوداً بفعاليات النجاح.¹

تشير العديد من الدراسات إلى أن ما يقارب ثلث المشاريع الجديدة تفشل في الاستمرار بعد السنة الثالثة من انطلاقتها، بينما تصل نسبة الفشل إلى حوالي 70% بعد مرور سبع سنوات. إلا أن هذه النسبة تتخفف بشكل ملحوظ، بما يتراوح بين 15% و 20%، لدى المشاريع التي تحظى بالاحتضان والدعم داخل حاضنات الأعمال، ما يعزز من فرص بقائها ونجاحها، وقد جاءت حاضنات الأعمال لتسد هذه الفجوة، حيث تهدف إلى نقل أصحاب المشاريع من مجرد أفكار إبداعية إلى مؤسسات قائمة تُحقق نتائج ملموسة. ويتم ذلك من خلال توفير مقرات لإيواء هذه المشاريع، إلى جانب مختلف أشكال الدعم والتسهيلات والاستشارات، مما يساهم في إعداد المؤسسة للقدرة على الاستقلال والاستمرارية بعد انتهاء فترة الاحتضان.

يعود الظهور الأول لحاضنات الأعمال إلى سنة 1959 في ولاية نيويورك الأمريكية، عندما قامت إحدى العائلات، بعد توقف شركتها عن العمل، بتحويل مقرها الواقع في مركز التصنيع المعروف بـ **Batavia Industrial Center**، والموجود في منطقة تجارية قريبة من مقر البنوك ومراكز التسوق، إلى مركز لتأجير وحدات العمل لصالح الأفراد الراغبين في

¹ سامية دومي، مريم نبيلة هاشيم، جدلية حاضنات الأعمال والخدمات التي تقدمها للمؤسسات الناشئة، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمت، المجلد 3، العدد 1، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المركز الجامعي مغنية، جوان 2022، ص 77.

إنشاء مشاريع صغيرة. وقد تضمن ذلك تقديم الاستشارات والتوجيهات لهؤلاء المستثمرين الناشئين.

ولاققت هذه المبادرة نجاحًا كبيرًا، ما أدى إلى تحولها لاحقًا إلى أول حاضنة أعمال بالمعنى الحديث، إلا أن هذه التجربة لم تستمر طويلًا بسبب غياب المتابعة والتنظيم الكافي. ومع بداية عام 1984، قامت هيئة المشروعات الصغيرة (SBA) في الولايات المتحدة الأمريكية بإطلاق برامج تنموية تهدف إلى إعادة تنظيم وتأسيس منظومة حاضنات الأعمال على أسس أكثر استدامة على عدد من الحاضنات مع الإشارة إلى أن عدد حاضنات الأعمال في تلك السنة لم يتجاوز 20 حاضنة بالولايات المتحدة الأمريكية، وفي ظل الجهود المبذولة من طرف هذه الهيئة ارتفع العدد بشكل كبير في عام 1985 خاصة عند تأسيس الجمعية الأمريكية لحاضنات الأعمال (NABIA) وهي عالمية غير ربحية تهدف إلى تنشيط وتنظيم صناعة الحاضنات، ليصل عدد الحاضنات مع مطلع عام 1997 إلى 550 حاضنة، واستمر انتشار حاضنات الأعمال بعدها حيث قدرت الجمعية الأمريكية الحاضنات الأعمال في أكتوبر 2012 عدد حاضنات الأعمال في العالم 7000 حاضنة منها 1250 في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها، وفي سنة 2017 أحصت الرابطة الوطنية لحاضنات الأعمال حوالي 17000 حاضنة موزعة حول العالم.¹

انتقلت فكرة حاضنات الأعمال في السبعينات إلى الدول الأوروبية بداية من بريطانيا وألمانيا وفرنسا، وساعد نجاح حاضنات الأعمال في دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة بأقل تكلفة في انتشارها على مستوى دول العالم، فقد انتقلت في التسعينات إلى الدول النامية بدعم من حكومات الدول المتقدمة والبنك الدولي والاتحاد الأوروبي وبعض المنظمات الدولية مثل منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية منظمة (UNIDO).

وقد شهدت حاضنات الأعمال مراحل تطورت خلالها ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أجيال كالتالي:

¹ سامية دومي، المرجع السابق، ص 80.

- الجيل الأول:

ظهر الجيل الأول من حاضنات الأعمال خلال فترة الستينات وحتى نهاية الثمانينات، واهتم هذا الجيل بتوفير البنية التحتية للمشروعات المحتضنة كتوفير المكان والخدمات المشتركة مثل خدمات السكرتارية وقاعات الاجتماعات.

- الجيل الثاني:

شهد عقد التسعينات بروز جيل جديد من حاضنات الأعمال، ركز بشكل أساسي على دعم الابتكار وتوظيف التكنولوجيا، التي أصبحت آنذاك محركاً رئيسياً للنمو الاقتصادي، وتوسعت مهام هذه الحاضنات لتشمل إلى جانب توفير البنية التحتية الأساسية، مجموعة من الخدمات المتخصصة التي تسهم في تعزيز فرص نجاح المشروعات المحتضنة. ومن بين هذه الخدمات: تقديم الاستشارات القانونية، إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية، دعم أنشطة التسويق، تنظيم ورش تدريبية، وتوفير شبكات تواصل فعّالة تساعد على خلق علاقات تعاون بين مختلف المشاريع. كما لعبت هذه الحاضنات دوراً محورياً في تسهيل الوصول إلى مصادر التمويل اللازمة لتأسيس المشروعات وتوسيع نطاقها.

- الجيل الثالث:

دخلت حاضنات الأعمال جيلها الثالث في بداية القرن الحادي والعشرين، وتتميز الخدمات المقدمة من حاضنات الأعمال في هذه المرحلة بالتعدد وأكثر شمولاً لتواكب التطورات العلمية والتقنية التي تسهم في زيادة قدرة المشروعات الوليدة على المنافسة، هذا بالإضافة إلى خصائص أخرى اتصفت بها حاضنات هذا الجيل منها ظهور حاضنات متخصصة توفير مصادر التمويل بشكل مباشر وغير مباشر، والشراكات بين حاضنات الأعمال والجامعات والمعاهد لتطبيق الأبحاث العلمية الجديدة والابتكارات الحديثة.¹

¹ زيغم عبد الجليل، دور حاضنات الاعمال في مرافقة المشاريع المقاولاتية، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص المقاولاتية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2022، 2023، ص 40.

المطلب الثاني: مفهوم حاضنات الأعمال.

1- تعرف الجمعية الوطنية الأمريكية لحاضنات الأعمال: هي هيئات تهدف إلى مساعدة المؤسسات المبدعة الناشئة ورجال الأعمال الجدد وتوفير لهم الوسائل والدعم اللازمين (الخبرات الأماكن الدعم المالي) لتخطي أعباء ومراحل الانطلاق والتأسيس كما تقوم بعمليات تسويق ونشر منتجات هذه المؤسسات.

2- حاضنات الأعمال حسب المفوضية الأوروبية للأعمال: **joc 186/51/52dd 1990**

27 juillet

حاضنات الأعمال هي مشاتل ومكان ترتكز فيه المؤسسات التي أنشئت فيه حديثا في فضاء محدود بهدف زيادة حظوظها في النمو وزيادة نسبة نجاحها بمساعدة بناية قياسية تتوفر على تجهيزات مشتركة هاتف أجهزة إعلام الآلي... الخ)، وتمدهم بمساعدات في التسيير وخدمات المساندة وتحذف أساسا إلى التنمية المحلية وخلق مناصب شغل.¹

3- تعريف الحاضنات الأعمال حسب تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2003: هي

نمط جديد من البني الداعمة النشاطات الابتكارية (ل م ص و م) أو المطورين المبدعين والمفعمين بالروح الريادة الذي يفتقرون إلى إمكانيات الضرورية لتطوير أبحاثهم وتقنياتهم المبتكرة وتسويقها.²

• تعريف حاضنات الأعمال:

- الحاضنات هي حزمة كاملة من الخدمات والتسهيلات والآليات المساندة والاستشارات توفرها والمرحلة محددة من الزمن وهي مؤسسة قائمة بذاتها لها خبرتها وعلاقتها

¹ Mohamed Raf masmoudi « Etude exploratoire entrieriat cas des pèpineres tu nisenennes » thes pore l'obtenon du doctore en skiences de gestion ècole doctoral management de lino3 .information finace-deluon3- universète du sud toulon var 2007 p66.

² بربيش السعيد وطيب سمراء، دور حاضنات الأعمال في تطوير ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة تحليلية تقييمية - بحث مقدم للملتقى الوطني الأول حول: تم استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، جزائر يومي 19/18 أبريل 2012، ص 07.

برياديين اللذين يرغبون في البدء بإقامة مؤسسة صغيرة بهدف تخفيف أعباء مرحلة الانطلاق. وهذا يشترط على المؤسسات المحتضنة ترك الحاضنة عند انتهاء الفترة الزمنية المحددة لإفساح المجال أمام رياديين جدد مازالوا في مرحلة التأسيس الأولى.¹

- ومن التعاريف السابقة نستخلص أن حاضنة الأعمال هي مؤسسة توفر الشروط والظروف الملائمة للمشاريع الصغيرة من أجل ضمان نجاحها.

المبحث الثاني: أهداف ومهام وآلية عمل حاضنات الأعمال.

المطلب الأول: أهداف ومهام حاضنات الأعمال.

أولاً: أهداف حاضنات الأعمال:

تهدف حاضنات الأعمال إلى ما يلي:²

- تسعى حاضنات الأعمال إلى نشر ثقافة ريادة الأعمال والعمل الحر داخل المجتمع، من خلال تخفيض تكاليف تنفيذ المشروعات الناشئة بما يخفف الأعباء المالية على رواد الأعمال. كما تُعزز من توظيف التكنولوجيا الحديثة في هذه المشروعات، للاستفادة من المزايا التي توفرها في مجالات الإنتاج والتسويق والإدارة، بالإضافة إلى ذلك، تعمل الحاضنات على تسهيل وصول رواد الأعمال إلى مصادر التمويل، والربط بينهم وبين الجهات الحكومية المعنية، ومراكز البحث العلمي، والأسواق المستهدفة، مما يدعم استدامة مشاريعهم ونموها.

- دعم تنفيذ المشروعات الجديدة، والتي تهدف إلى تقديم خدمات تلبي احتياجات المجتمع.

- توفير البيئة المناسبة والإمكانيات المطلوبة للبدء في تنفيذ المشروعات.

¹ زميت الخير، مساهمة حاضنات الأعمال في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (واقع التجربة الجزائرية)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة آكلي محند أو رابح، البويرة، 2014/2015، ص 64. بتصرف.

² بسام سمير الرميدي، فاطمة الزهراء طلحي، حاضنات الأعمال إطار مفاهيمي، كتاب جماعي دولي بعنوان حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة، منشورات مخبر اقتصاد مالية وإدارة أعمال ECOFIMA، سكيكدة، 2020، ص ص 15-16.

- تعزيز قدرة المشروعات الجديدة على مواجهة المعوقات الإدارية والمالية والفنية والتكنولوجية التي يمكن أن تواجهها خلال المراحل الأولى من المشروع.
- الاستفادة الكبيرة من رأس المال البشري المميز ذو المهارات والقدرات والخبرات. رصد وتقييم كافة المشروعات المحتضنة للتعرف على نقاط الضعف والمشكلات التي تواجهها.
- العمل على زيادة معدلات دخول الأفراد، وزيادة عدد المشروعات الجديدة في المجتمع، بما يساهم في تنمية الاقتصاد المحلي.
- تدريب وتأهيل رواد الأعمال على كيفية تنفيذ وإدارة المشروعات بشكل ناجح، وتقديم كافة الاستشارات لهم.
- المساهمة في توفير مكان الإقامة للمشروعات، مما يمكنها من تبادل المعلومات والخبرات بين المشروعات المختلفة التي تحتضنها.
- تمكين رواد الأعمال من تحويل أفكارهم إلى منتجات وخدمات وتسويقها.
- القيام بدور الوسيط بين المشروعات الجديدة والمؤسسات الإنتاجية واحتياجات السوق.
- المساهمة في توفير التمويل اللازم لتلك المشروعات، بجانب الاستشارات والتوجيهات الإدارية والمالية والفنية ودراسات الجدوى لتلك المشروعات، وتسهيل الوصول للآلات والمعدات اللازمة لتنفيذ المشروع.
- المساهمة في استحداث منتجات وخدمات تتوافق مع احتياجات العملاء.
- المساهمة في استغلال الاكتشافات العلمية الجديدة في تأسيس مشروعات جديدة رائدة.
- المساهمة في دفع نمو واستمرار المشروعات الجديدة وعدم تعثرها خاصة خلال المراحل الأولى.
- التوعية بكيفية الاستخدام الفعال للتكنولوجيا.

ثانيا: مهام حاضنات الأعمال:

تشير العديد من الدراسات إلى أن حوالي 90% من المؤسسات الناشئة التي تأسست ضمن حاضنات الأعمال في الدول الأوروبية لا تزال نشطة، وقد تجاوزت مرحلة الخطر المرتبطة بالفشل، في حين تبلغ هذه النسبة نحو 85% في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي المقابل، فإن ما يقارب 50% من المشاريع الجديدة التي لم تستفد من دعم ومرافقة الحاضنات توقفت في مراحلها الأولى.

وتوفر حاضنات الأعمال الجامعية، إلى جانب الخدمات التقليدية التي تقدمها باقي أنواع الحاضنات، مجموعة إضافية من الخدمات خلال السنتين الأوليين من عمر المشروع، مما يعزز فرص نجاحه واستمراره.

- المساعدة في صياغة نماذج العمل وإعداد مخططات الأعمال؛
- توفير مساحات العمل والخدمات السكرتاريا والدعم اللوجستي (مكاتب، طباعة، أوراق... إلخ)؛ تقديم المرافقة والمشورة لحاملي المشاريع الابتكارية ودمجهم في بيئة الأعمال؛
- تسجيل براءات الاختراع للطلاب وتحمل مصاريفها وتوجيههم لهيئات الدعم المناسبة؛
- المرافقة لأصحاب المشاريع للحصول على (وسم) علامة مشروع مبتكر، أو مؤسسة ناشئة.¹

¹ هيري نصيرة، مزيان أمينة، أهمية حاضنات الأعمال الجامعية في دعم ومرافقة المؤسسات المقاولاتية والناشئة، مع الإشارة إلى واقع الجزائر، مجلة المؤسسات ودراسات التنمية، 2022، ص 128.

المطلب الثاني: آلية عمل حاضنات الأعمال والخدمات التي تقدمها.
أولاً: آليات عمل حاضنات الأعمال الجامعية.

يمكن تصور آلية عمل الحاضنات الجامعية من خلال تصور المراحل التي يمر بها المشروع من انطلاقه كفكرة إلى غاية تجسيده على النحو التالي:¹

1. مرحلة الإعداد: تقوم الجامعة خلال هذه المرحلة بإعداد وتوضيح الأهداف الرئيسية للحاضنة من خلال تحديد مجموعة الأهداف التي تسعى الحاضنة إلى تحقيقها وكذا التنظيم الخاص بالحاضنة بالإضافة إلى الكوادر البشرية التي تقوم على تسيير الحاضنة من خلال ما يلي:

• الإطار التنظيمي للحاضنة: بما في ذلك تصميم الهياكل التنظيمية والقواعد التي تحكم الحاضنة؛

• مهام وأهداف الحاضنة: وذلك من خلال شرح المهمة والأهداف الرئيسية لعمل الحاضنة والخطط المراد تحقيقها، وكذا تحديد موقع حاضنة الأعمال بالجامعة، كما أن الأهداف يجب أن تكون مصممة بشكل جيد بحيث تكون قادرة على تلبية احتياجات الحكومة وكذلك احتياجات القطاع الخاص والأطراف المستقلة المشاركة فيه؛

• التوظيف: تكوين طاقم الإداري، وتحديد خطة العمل فيما يتعلق بعملية التسيير والتسويق.

• الشراكات مع الشريك الاقتصادي: من خلال إقامة شركات مع المؤسسات الداعمة والمساعدة الذين من شأنهم المساهمة في إدارة الحاضنة مستقبلاً.

¹ محمودي مليك، نوي نور الدين، بركاتي حسين، أسباب عزوف الطلبة عن تقديم أفكارهم لحاضنة الأعمال بجامعة المسيلة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الثامن، العدد الأول، جوان 2021، ص 90.

2. **مرحلة ما قبل الحضانة:** ويتم في هذه المرحلة شروط الدخول والخروج من وإلى الحاضنة بالنظر إلى أهداف ورسالة الحاضنة وكذا مصالح الأطراف ذات المصلحة وكذا عملية اختيار المشروع.

3. **مرحلة الحضانة:** تعد هذه المرحلة من أهم المراحل التي يمر بها المشروع ويمكن إبراز ذلك من خلال:¹

- **المبادرة:** أول شيء يجب القيام به في الحضانة هو التعريف بالبيئة والموارد والشبكات المملوكة من قبل حاضنة الأعمال بالجامعة؛

- **التعليم:** إن الخدمة الأولى المقدمة في مرحلة الحضانة هي توفير المعرفة الأساسية لحاملي الأفكار المتعلقة بنموذج العمل وكيفية ترتيبه، كما يمكن تنفيذ هذه الخدمة التعليمية من خلال دعوة الطلبة والأساتذة وحاملي الأفكار عموماً وكذا المؤسسات الداعمة في محاضرات عامة والندوات التي تحتوي على مواد ذات صلة تعقدتها الجامعة التي تدير الحاضنة.

- **الاستشارة - التوجيه - التدريب - التحكم:** من خلال هذا يتم تقديم الخدمات من طرف الحاضنة لمن تقدم من حاملي المشاريع من خلال تقديم استشارات أو توجيههم أو المساعدة من خلال التدريب.

- **التخرج:** يتم الوصول إلى هذه النقطة عندما يحقق حاملي الأفكار الأهداف المنشودة بمشاريعهم الريادية مع الحاضنة.

4. **مرحلة ما بعد الحضانة:** هذه المرحلة تلي تخرج حاملي المشاريع من الحاضنة ويتم خلالها تقييم أداء من تخرجوا من الحاضنة وكذا إعادة تعريف الحاضنة من خلال الاستماع إلى آراء حاملي الأفكار وكذا الأطراف ذات المصلحة بالحاضنة.

¹ محمودي مليك، المرجع السابق، ص 91.

ثانياً: الخدمات التي توفرها حاضنات الأعمال:

تقدم حاضنات الأعمال جملة من الخدمات نوجزها فيما يلي:

- **خدمات تنمية الموارد البشرية:** وذلك من خلال توفير خدمات تأهيل وتنمية مهارات وزيادة خبرات الموارد البشرية العاملة بالمشاريع البحثية باختلاف مجالاتها وتخصصاتها التي تنتمي إليها؛
- **الخدمات الاستشارية:** تتمثل هذه الخدمات في دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع من خلال تقديم استشارات تسويقية (تحديد الحصة السوقية للمؤسسة مقارنة بباقي المنافسين، الترويج التوزيع الإعلان ووضع الأسعار للمنتجات) بالإضافة إلى تقديم استشارات قانونية من خلال تقديم التوجيه والاستشارة للطلبة حول كيفية تأسيس وتسجيل مؤسستهم، تقديم استشارات حول الوسائل والأدوات الضرورية لتأسيس المشروع.
- **الخدمات الإدارية:** من خلال تدريب العناصر الإدارية على إنجاز المهام المتعلقة بالإدارة إضافة إلى التدريب على استعمال الحاسوب وغيرها؛
- **الخدمات التمويلية:** فالحاضنة تعمل كوسيط من خلال توجيه أصحاب المشاريع وحاملي الأفكار المبتكرة والمبدعة من طلبة وأساتذة وباحثين إلى هيئات الدعم والمرافقة ومؤسسات الدعم الخارجية وصناديق الاستثمار، من أجل الحصول على التمويل اللازم لمشروعهم.¹

¹ حورية بن عطية، وعادل مياح، دور حاضنات الأعمال الجامعية في دعم المؤسسات الناشئة، حاضنة الأعمال الجامعية (المسيلة)، نموذجاً، مجلة السلام، للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ص 64.

المبحث الثالث: صفحات حاضنات الأعمال: دعم المشاريع الريادية.
المطلب الأول: التعريف بصفحات الأعمال.

1. حاضنة INCUBME :

هي حاضنة أعمال افريقية تأسست في 2018 من طرف رواد أعمال جزائريين مقرها في الجزائر العاصمة، ويسيرها أصحابها من داخل الجزائر ومن خارجها، تهدف لدعم المشاريع من خلال تزويدهم ببيئة مثالية لتحقيق أفكارهم وإنشاء أعمالهم التجارية وتقديم التوجيه والتوصيات وتمنحهم الاستفادة من الخبرات والتكوينات الملهمة. تقدم خدمة الحضانة المخصصة لكل مشروع، وخدمة النمو والتسارع المصممة لمساعدة المؤسسات الناشئة على توسيع نطاق أعمالها بسرعة، وتوفير فرص التمويل المناسبة لكل مشروع، بالإضافة إلى الربط بشبكات إقليمية والوصول لبيئة المقاولاتية على مستوى القارة، وتساعد هذه المؤسسة المشاريع والشركات الناشئة المبتكرة من خلال تقديم الدعم والمشورة ومتابعة سير المشاريع فنيا إداريا، ماديا، لوجيستيا) كما تهدف لنشر ريادة الأعمال الحديثة وعالم الأعمال من خلال المؤتمرات والفعاليات.¹

2. حاضنة leancubator:

تقدم نفسها كمركز الابتكار والحضانة الجزائرية تم إنشاؤها سنة 2020 مقرها بالشرافة في الجزائر العاصمة، تقدم العديد من برامج الدعم والتسريع للمؤسسات الناشئة والمشاريع المبتكرة، متخصصة في دعم المشاريع المستدامة والمبتكرة من التصميم إلى تنفيذ البرامج في قطاعات متعددة بما في ذلك الاقتصاد الأخضر والتكنولوجيا الغذائية والتكنولوجيا المالية، حاصلة على جائزة شرفية من منظمة الأغذية والزراعة في الجزائر.²

¹ الموقع الخاص بالحاضنة ، <https://incubme.com/fr> تاريخ الإطلاع 2024/05/29.

² الموقع الخاص بالحاضنة ، <https://leancubator.co> تاريخ الإطلاع 2024/05/29.

3. حاضنة BCOS:

يقع مقر حاضنة بيكوس في مدينة المحمدية بالجزائر، تقدم هذه المؤسسة خدمات استشارية وتوجيهية، بالإضافة إلى تدريبات للشركات الجزائرية في مجال الأعمال، وتشمل خدماتها تسريع المشاريع والدعم والتوجيه وعقد فعاليات ومؤتمرات حول ريادة الأعمال.¹

4. حاضنة INSTITUT HABA

يقع معهد حبة في بلوزداد بالجزائر العاصمة معهد حبة مسرعة مشاريع تساعد على تطوير الابتكار وريادة الأعمال في الجزائر من خلال تسريع نمو الشركات الناشئة باستعمال أدوات مختلفة مثل Fablabs و ThinkThank كما تملك مجلساً علمياً لتقييم المشاريع ومراقبتها.

5. تعريف حاضنة أعمال جامعة المسيلة: أنشئت حاضنة الأعمال بجامعة المسيلة

بمقتضى القرار الوزاري رقم 182 الصادر بتاريخ 27 ماي 2019، حيث تعتبر أول حاضنة أعمال داخل الجامعة على المستوى الوطني، تتبعها بعض الجامعات الجزائرية في إنشاء حاضنات أعمال كجامعة البليدة وورقلة وقالمة. وتهتم حاضنة أعمال جامعة المسيلة برواد الأعمال من ذوي الكفاءات الجامعية والباحثين، القادرين على تسخير التقنيات التكنولوجية الحديثة لتقديم مشاريع، ومؤسسات ناشئة ذات أفكار إبداعية سواء كانت مشاريع خدمات منتجات نماذج عمل، أو اختراعات، أو أي تقنية تهدف إلى استثمار المصادر المتوفرة لدعم استمرارية المؤسسات الناشئة.² حاضنة أعمال جامعة المسيلة، (2020)

1.5. أشكال الدعم والمراقبة التي تقدمها حاضنة أعمال جامعة المسيلة: تتم عملية مراقبة

المشاريع في حاضنة جامعة المسيلة عبر مجموعة من المراحل نذكرها في الآتي:³

¹ طاهر بعداش، نور الدين أحمد حسام الدين، واقع حاضنات الأعمال في الجزائر الأطر والتحديات، المجلة الشاملة للحقوق، المجلد 02، جامعة باجي مختار عنابة ديسمبر، 2022، ص 15.

² حاضنة الأعمال جامعة المسيلة، 2024.

³ بوضيف علاء الدين، دور حاضنات الأعمال الجامعية في ترقية المقاولاتية تجربة الجزائر كنموذج، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني الأول للمقاولاتية والشباب: واقع وأفاق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، الجزائر، 2019، ص 10.

- **المرحلة الأولى:** يتم فحص وتقييم للفكرة، مع الاستعداد النفسي والتقني لتجسيد الفكرة لدى صاحب المشروع؛
 - **المرحلة الثانية:** يتم اختيار المشاريع الجاهزة وتخصيص مكاتب لها، والمشاريع الناشئة بوضع برنامج تطوير من خلال برامج تكوين كما يتم أيضاً في هذه المرحلة دراسة جدوى اقتصادية ودراسة جدوى سيسو -ديموغرافية.
 - **المرحلة الثالثة:** في هاته المرحلة يجتمع الشركاء الاقتصاديين مع صاحب الفكرة (غرفة الصناعة، وكالات بنكية، وكالة تشغيل الشباب... الخ).
 - **المرحلة الرابعة:** توقيع اتفاقية ثلاثية بين الجامعة وصاحب المشروع والوكالات المالية الداعمة، الاتفاق على نسبة العائد.
 - **المرحلة الخامسة:** مرافقة المشروع في مرحلة الإنجاز، ومرحلة بداية العملية الإنتاجية، والمشاركة في التصويب.
- المطلب الثاني: أدوار الصفحات.**
- 1. الدور الترويجي والتسويقي:**
- تعمل صفحات الحاضنات على تسويق البرامج والخدمات التي تقدمها، مثل الدعم المالي، التوجيهي، والتقني. فهي تجذب رواد الأعمال المحتملين والشركاء من خلال محتوى احترافي يعكس القيمة الفعلية للحاضنة¹.
- 2. الدور التعليمي والتوجيهي**
- توفر الصفحات محتوى تثقيفياً مثل مقالات، ندوات مباشرة، فيديوهات تعليمية، حول كيفية إدارة المشاريع، وضع خطط العمل، والتعامل مع المستثمرين².

¹ خليفة، حسن التسويق الإلكتروني ودوره في تطوير ريادة الأعمال. مجلة البحوث التجارية، العدد 45، 2017، ص 118.

² الرفاعي، محمد، إدارة الحاضنات ودورها في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال. دار الفكر الجامعي، 2020، ص. 95.

3. الدور الشبكي والتواصلي

تمثل الصفحات نقطة وصل بين الحاضنة وبين أصحاب المصلحة (Stakeholders) رواد أعمال، مستثمرين، خبراء، وشركاء تمويل¹.

4. الدور التحفيزي وبناء الهوية

تقوم الصفحات ببناء هوية مؤسسية قوية للحاضنة وشركاتها الناشئة من خلال عرض قيم النجاح، التحفيز، والابتكار.

¹ عبد العاطي، سارة، منصات التواصل الريادي: دراسة حالة لحاضنات أعمال عربية. مجلة الاقتصاد المعرفي، العدد 12، 2018، ص 74.

الفصل الرابع:

الإطار الميداني للدراسة

الفصل الرابع: الإطار الميداني للدراسة

المبحث الأول: تحليل منهجية وأدوات الدراسة

خصص هذا المبحث لتحليل منهجية وأدوات الدراسة بالاعتماد على أربعة مطالب تضمنت على التوالي، منهج الدراسة وأداة قياسها، مجتمع وعينة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة، وعرض الصدق الظاهري وثبات أداة الدراسة، وصدق الداخلي لأداة قياس الدراسة.

المطلب الأول: المنهج، وأداة قياس الدراسة الميدانية

أولاً: منهج الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة، ستعتمد الدراسة في جانبها التطبيقي على المنهج الوصفي التحليلي من وصف متغيرات الدراسة وتحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي -فيسبوك- لحاضنة الأعمال في تشجيع المشاريع الناشئة لدى طلبة جامعة المسيلة، كما تم الاعتماد على أسلوب المسح المكتبي في الجانب النظري للدراسة بالاعتماد على مجموعة من الكتب والاطروحات والمقالات والتظاهرات العلمية.

ثانياً: أداة قياس الدراسة

تم الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، واستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للدراسات الاجتماعية SPSS. V26 في تحليل البيانات التي تم الحصول عليها بالاعتماد على أداة الاستبيان، والذي تم تقسيمه إلى ثلاثة محاور أساسية:

***المحور الأول:** يتكون من أسئلة عامة تتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة (الكلية، المستوى الدراسي الحالي، مدى الاهتمام بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة).

***المحور الثاني:** صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال بجامعة المسيلة، ويتكون من 24 عبارة موزعة على أربعة أبعاد أساسية:

- **البعد الأول:** مدى اطلاع الطلبة على منشورات صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، ويتكون من 05 عبارات.

- **البعد الثاني:** الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة الطلبة لصفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، ويتكون من 07 عبارات.

- **البعد الثالث:** نوعية الأنشطة التي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، ويتكون من 08 عبارات.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي المكون من ثلاثة درجات، وذلك لقياس إجابات المستجوبين لعبارات البعد الثاني والثالث من المحور الثاني لاستبيان الدراسة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (1): مقياس ليكرت الثلاثي

نادرا	أحيانا	دائما	الإجابات
1	2	3	الدرجات
[1-1.66]	[1.67-2.33]	[2.34-3]	الفئات
ضعيف	متوسط	مرتفع	الدرجة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على سلم ليكرت

- **البعد الرابع:** الإشباع المحققة الطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، ويتكون من 09 عبارات.

***المحور الثالث:** مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة، ويتكون من 16 عبارة.

وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي في البعد الرابع من المحور الثاني والمحور الثالث لكونه أكثر تعبيراً ودقة لرصد آراء أفراد عينة الدراسة، ويمكن توضيحه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (2): مقياس ليكرت الخماسي

الإجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجات	5	4	3	2	1
الفئة	[4.2-5]	[3.4-4.2]	[2.6-3.4]	[1.8-2.6]	[1-1.8]
الدرجة	عالية جدا	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جدا

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على سلم ليكرت

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة، والأساليب الإحصائية المستخدمة

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

تكون مجتمع هذه الدراسة من كل طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، حيث تم اختيار أفراد عينة الدراسة من الطلبة في الجامعة بالاعتماد على أسلوب العينة العشوائية، حيث تكونت عينة الدراسة من 39 طالب من الجامعة محل الدراسة، وقد تم توزيع 39 استبيان، وبلغ عدد استمارات الاستبيانات المستردة 39 استبيان أي بنسبة 100% من الاستبيانات الموزعة، وبعد فحصها لم يتم استبعاد أي استبيان، أي عدد الاستبيانات الفعلية الصالحة للتحليل الإحصائي 39 استبيان، وكانت فترة توزيع الاستبيانات من 01 ماي 2025 إلى غاية 18 ماي 2025 حيث تم الاعتماد على التسليم الورقي المباشر لجميع الطلبة عينة الدراسة بجامعة المسيلة.

ثانياً: الأساليب الإحصائية المستعملة

لعرض وتحليل أداة قياس الدراسة المتمثلة في الاستبيان تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل بيانات محاور استبيان الدراسة، والمتمثل في الآتي:

- معامل الارتباط بيرسون: من أجل قياس صدق المحتوى "الاتساق الداخلي" للعبارات مع الدرجة الكلية للمحور والبعد الذي تنتمي إليه، بهدف معرفة الصدق الداخلي لأداة قياس الدراسة (الاستبيان).

- معامل ألفا كرونباخ: لقياس ثبات أداة الدراسة (الاستبيان).
- التكرارات والنسب المئوية: لبيان ووصف الخصائص العامة لأفراد عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات محاور وأبعاد الدراسة، ولكل محور وبعد من المحاور الرئيسية، مع العلم أنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط.
- الانحراف المعياري: للتعرف على مدى انحراف إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات محاور وأبعاد الدراسة، ولكل محور وبعد من المحاور الرئيسية عن متوسطاتها الحسابية، كما يستخدم لترتيب العبارات ذات المتوسط الحسابي المتساوي لصالح أقل تشتت.
- اختبار شيبيرو ويلك: لمعرفة طبيعة توزيع بيانات الدراسة ومدى معلمتها، ويستخدم عندما يكون حجم العينة أقل من 50 مفردة.
- اختبار ويلكوكسن: يستخدم لاختبار العينة الأحادية في حالة البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.
- اختبار ويلكوكسن: يستخدم لاختبار العينة الأحادية في حالة البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

المطلب الثالث: صدق الاتساق الداخلي لمحاور أداة الدراسة

سيتم عرض وتحليل صدق الاتساق الداخلي لعبارات محاور أداة الدراسة وهذا من خلال معدل الارتباط حسب معامل بيرسون مع مراعاة مستوى الدلالة الإحصائية لكل العبارات.

أولاً: صدق الاتساق الداخلي لبعء الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة الطلبة لصفحة

فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

كانت معدلات معامل الارتباط بيرسون ومستويات الدلالة الإحصائية للبعء الثاني من المحور الثاني الخاص بالأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة الطلبة لصفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة وفق الجدول التالي:

الجدول رقم (3): صدق الاتساق الداخلي لبعء الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة الطلبة

لصفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

الرقم	العبارات	ارتباط العبارة بالبعء	
		معامل ارتباط بيرسون	SIG
01	للبحث عن معلومات حول ريادة الأعمال بشكل عام.	0.680	0.000
02	لمعرفة أخبار وفعاليات الحاضنة (ورشات، مسابقات، مواعيد).	0.473	0.002
03	للاطلاع على قصص نجاح طلبة آخرين ومشاريعهم.	0.635	0.000
04	للبحث عن فرص دعم أو تمويل للمشاريع.	0.659	0.000
05	للتواصل مع فريق الحاضنة أو طرح استفسارات.	0.634	0.000
06	لمعرفة ما يقوم به زملائي المهتمون بريادة الأعمال.	0.851	0.000
07	الفضول أو مجرد التصفح العام.	0.682	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه يتضح بأن جميع معاملات ارتباط عبارات البعء الثاني مع الدرجة الكلية للبعء الثاني كانت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وذات إشارة موجبة، كما أن نسبة الارتباط بلغت 47.30% بمستوى معنوية 0.002 في حدها الأدنى للعبارة (02) الخاصة بـ لمعرفة أخبار وفعاليات الحاضنة (ورشات، مسابقات، مواعيد)، وفي حدها الأعلى بنسبة 85.10% بمستوى معنوية 0.000 للعبارة (06) الخاصة بـ لمعرفة ما يقوم به زملائي المهتمون بريادة الأعمال، وهذا ما يدل على وجود ارتباط عالي بين العبارات والبعء الثاني.

ثانيا: صدق الاتساق الداخلي لبعدها نوعية الأنشطة التي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام

فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة

كانت معدلات معامل الارتباط بيرسون ومستويات الدلالة الإحصائية للبعدها الثالث من

المحور الثاني الخاص بنوعية الأنشطة التي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك صفحة

حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (4): صدق الاتساق الداخلي لبعدها نوعية الأنشطة التي يقوم بها الطلبة أثناء

استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة

الرقم	العبارات	ارتباط العبارة بالبعدها	
		معامل ارتباط بيرسون	SIG
01	قراءة المنشورات النصية/المقالات، المتاحة على صفحة حاضنة الأعمال.	0.468	0.003
02	مشاهدة الصور والإنفوجرافيك المتعلقة بأنشطة حاضنة الأعمال.	0.617	0.000
03	مشاهدة مقاطع الفيديو (المسجلة أو البث المباشر) لكل ما تبثه حاضنة الأعمال.	0.357	0.026
04	قراءة التعليقات والتفاعل بين المتابعين داخل صفحة حاضنة الأعمال.	0.468	0.003
05	الضغط والاطلاع على الروابط الخارجية التي تشاركها صفحة حاضنة الأعمال.	0.529	0.001
06	التفاعل مع المحتويات: كتابة تعليق أو طرح سؤال.	0.519	0.001
07	التفاعل مع المحتويات: مشاركة محتوى من صفحة حاضنة الأعمال.	0.489	0.002
08	إرسال رسالة خاصة للصفحة من أجل الاستفسار.	0.438	0.005

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه يتضح بأن جميع معاملات ارتباط عبارات البعد الثالث مع الدرجة الكلية للبعد الثالث كانت دالة إحصائياً عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث أن نسبة الارتباط في حدها الأدنى بنسبة 35.70% بقيمة احتمالية 0.026 للعبارة (03) الخاصة ب مشاهدة مقاطع الفيديو (المسجلة أو البث المباشر) لكل ما تبثه حاضنة الأعمال، وفي حدها الأعلى بنسبة 61.70% للعبارة (02) الخاصة ب مشاهدة الصور والإنفوجرافيك المتعلقة بأنشطة حاضنة الأعمال، وهذا ما يدل على وجود ارتباط متوسط ذات إشارة موجبة بين العبارات والبعد الثالث.

ثالثاً: صدق الاتساق الداخلي لبعد الإشباع المحققة الطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

كانت معدلات معامل الارتباط بيرسون ومستويات الدلالة الإحصائية للبعد الرابع من المحور الثاني بالإشباع المحققة الطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة وفق الجدول التالي:

الجدول رقم (5): صدق الاتساق الداخلي لبعد الإشباع المحققة الطلبة من استخدام

صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

الرقم	العبارات	ارتباط العبارة بالبعد	
		معامل ارتباط بيرسون	SIG
01	تساعدني صفحة الفيسبوك للحاضنة باعتبارها مصدر رئيسي لمعرفة آخر أخبار ومستجدات الحاضنة.	0.554	0.000
02	تساعدني الصفحة على فهم أفضل لمفهوم ريادة الأعمال وما يتطلبه إنشاء مشروع.	0.852	0.000
03	تلمي الصفحة حاجتي للمعرفة بالفرص المتاحة للطلبة أصحاب	0.622	0.000

		المشاريع (مسابقات-دعم-تمويل).	
0.000	0.689	أشعر من خلال متابعة الصفحة بأنني جزء من مجتمع رواد الأعمال الشباب في الجامعة.	04
0.000	0.780	تساعدني متابعة الصفحة على اكتساب أفكار جديدة أو تطوير فكري الحالية للمشروع.	05
0.000	0.788	أجد في محتوى الصفحة (مثل قصص النجاح) ما يرفع من معنوياتي ويشجعني على المضي قدما في مشروعني أو فكري.	06
0.000	0.630	تتيح لي الصفحة فرصة التفاعل (ولو بشكل غير مباشر) مع خبراء أو مستشارين في مجال ريادة الأعمال.	07
0.000	0.801	تحصلت من خلال الصفحة على معلومات حول المشاريع الناشئة وجملة من النصائح حول ريادة الأعمال وطبيعة فرص التمويل.	08
0.000	0.669	مكنتني صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال من ربط علاقات مع رواد أعمال وتوسيع نطاق فهمي للمشاريع الناشئة.	09

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه يتضح بأن جميع معاملات ارتباط عبارات البعد الرابع مع الدرجة الكلية للبعد الرابع كانت دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ وذات إشارة موجبة، كما أن نسبة الارتباط بلغت 55.40% في حدها الأدنى بقيمة احتمالية 0.000 للعبارة (01) الخاصة بـ تساعدني صفحة الفيسبوك للحاضنة باعتبارها مصدر رئيسي لمعرفة آخر أخبار ومستجدات الحاضنة، وفي حدها الأعلى بنسبة 80.10% بقيمة احتمالية 0.000 للعبارة (08) الخاصة بـ حصلت من خلال الصفحة على معلومات حول المشاريع الناشئة وجملة من النصائح حول ريادة الأعمال وطبيعة فرص التمويل، وهذا ما يدل على وجود ارتباط عالي ايجابي بين العبارات والبعد الرابع.

رابعاً: صدق الاتساق الداخلي لمحور مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة
المسييلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة

كانت معدلات معامل الارتباط بيرسون ومستويات الدلالة الإحصائية للمحور الثالث
الخاص بمساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة في تشجيع مشاريع
الطلبة الناشئة كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (6): صدق الاتساق الداخلي لمحور مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة
الأعمال لجامعة المسييلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة

ارتباط العبارة بالمحور		العبارات	الرقم
SIG	معامل ارتباط بيرسون		
0.001	0.510	المعلومات المنشورة على الصفحة ذات صلة باحتياجات الطلبة المهتمين بريادة الأعمال.	01
0.001	0.493	المحتوى المنشور يتميز بالوضوح وسهولة الفهم لدى مستخدميه.	02
0.000	0.829	محتوى الصفحة ذو جودة عالية ومفيدة للطلبة حاملي المشاريع.	03
0.001	0.531	اعتبر المعلومات المقدمة في الصفحة موثوقة ودقيقة من تجارب الخبراء والرواد.	04
0.000	0.762	تنوع المواضيع المطروحة في الصفحة يلبي اهتماماتي في مجال المشاريع الناشئة والمقاولاتية.	05
0.000	0.666	محتوى الصفحة متنوع ويشتمل أشكالاً مختلفة (نصوص-صور- فيديو) لكل مراحل المشاريع الناشئة.	06
0.000	0.668	التصميم البصري للمنشورات (الصور-فيديوهات) جذاب ومناسب	07

		ويُلبي احتياجات مستخدميه.	
0.000	0.669	المحتوى المقدم يساهم في زيادة معرفتي بمجال ريادة الأعمال.	08
0.000	0.635	لغة الكتابة في المنشورات واضحة الفهم ساعدتني على تكوين أفكار إيجابية حول المشاريع الناشئة.	09
0.000	0.717	ساهمت متابعتي لصفحة الحاضنة في زيادة حماسي ورغبتي في إطلاق مشروعني الخاص.	10
0.000	0.876	ساعدتني المعلومات المنشورة على الصفحة في تحويل فكري الأولية إلى خطة عمل أوضح.	11
0.005	0.437	تعرفت من خلال الصفحة على موارد أو أدوات (مواقع-برامج-جهات دعم) أفادتني في مشروعني.	12
0.000	0.566	شجعتني الصفحة على المشاركة في فعاليات (ورشات-مسابقات) نظمتها الحاضنة، مما ساعدني على تطوير مهاراتي.	13
0.000	0.839	ساعدتني الصفحة على فهم أفضل للتحديات التي قد أواجهها وكيفية التعامل معها.	14
0.000	0.752	سهلت الصفحة عملية التواصل مع حاضنة الأعمال للحصول على استشارة أو دعم.	15
0.000	0.756	بشكل عام، اعتبر أن لصفحة الفيسبوك دور إيجابي وملحوس في تشجيع ودعم مشاريع الطلبة الناشئة بالجامعة.	16

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه يتضح بأن جميع معاملات ارتباط عبارات المحور الثالث مع الدرجة الكلية للمحور الثالث كانت دالة إحصائياً عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث أن نسبة الارتباط بلغت في حدها الأدنى نسبة 43.70% وبقيمة احتمالية 0.005 للعبارة (12) الخاصة بـ تعرفت من خلال الصفحة على موارد أو أدوات (مواقع-برامج-جهات دعم)

أفادتني في مشروعني، وفي حدها الأعلى بنسبة 87.60% بقيمة احتمالية 0.000 للعبارة (11) الخاصة بـ ساعدتني المعلومات المنشورة على الصفحة في تحويل فكريتي الأولية إلى خطة عمل أوضح، وهذا ما يدل على وجود ارتباط قوي ذات إشارة موجبة بين العبارات والمحور الثالث.

المطلب الرابع: الصدق الظاهري وثبات أداة الدراسة

من أجل اختبار الصدق الظاهري لأداة الدراسة تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين وذلك للحكم على مدى صلاحية وصدق عبارات الاستبيان، وقد استجاب الطلبة لآراء السادة المحكمين وقمنا بإجراء التعديلات اللازمة بناء على مقترحاتهم، كما وتم اختبار ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل كرونباخ ألفا لكل محور من محاور الاستبيان، وعلى إجمالي محاور الاستبيان

الجدول رقم (7): ثبات أداة الدراسة

المحور/البعد	محاور/ أبعاد أداة الدراسة	عدد عبارات	معامل كرونباخ ألفا
البعد الثاني/المحور الثاني	الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة الطلبة لصفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	07	0.686
البعد الثالث/المحور الثاني	نوعية الأنشطة التي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	08	0.638
البعد الرابع/المحور الثاني	الإشباع المحققة الطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	09	0.860
المحور الثالث	مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال	16	0.917

		لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة.	
0.933	45	إجمالي أداة الدراسة	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن معامل كرونباخ ألفا لمحاور وأبعاد الاستبيان تجاوز الحد الأدنى (0.6) حيث بلغ الإجمالي 0.933، وبالنسبة للبعد الثاني من المحور الثاني الخاص بالأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة الطلبة لصفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة فمعامل كرونباخ ألفا يساوي 0.686، ويساوي 0.638 في البعد الخاص بنوعية الأنشطة الي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، أما في البعد الرابع من المحور الرابع المتعلق بالإشبيعات المحققة الطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة بلغ معامل كرونباخ ألف 0.860، في حين بلغ معامل كرونباخ ألفا يساوي 0.917 للمحور الثالث الخاص بمساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة، وهذا ما يفسر أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، وهو ما يفسر إحصائياً بالحصول على نفس النتائج في حالة إعادة توزيع الاستبيان.

المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات محاور أداة الدراسة

تضمن هذا المبحث عرض وتحليل محاور أداة قياس الدراسة انطلاقاً من مخرجات برنامج SPSS ذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المذكورة سابقاً.

المطلب الأول: وصف الخصائص العامة لأفراد عينة الدراسة

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف أفراد عينة الدراسة من خلال معلوماتهم العامة الموضحة في المحو الأول من الاستبيان والتي تم توزيعها إلى "الكلية، المستوى الدراسي الحالي، مدى الاهتمام بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة"، والتي يمكن وصفها وتحليلها في الآتي:

أولاً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الكلية

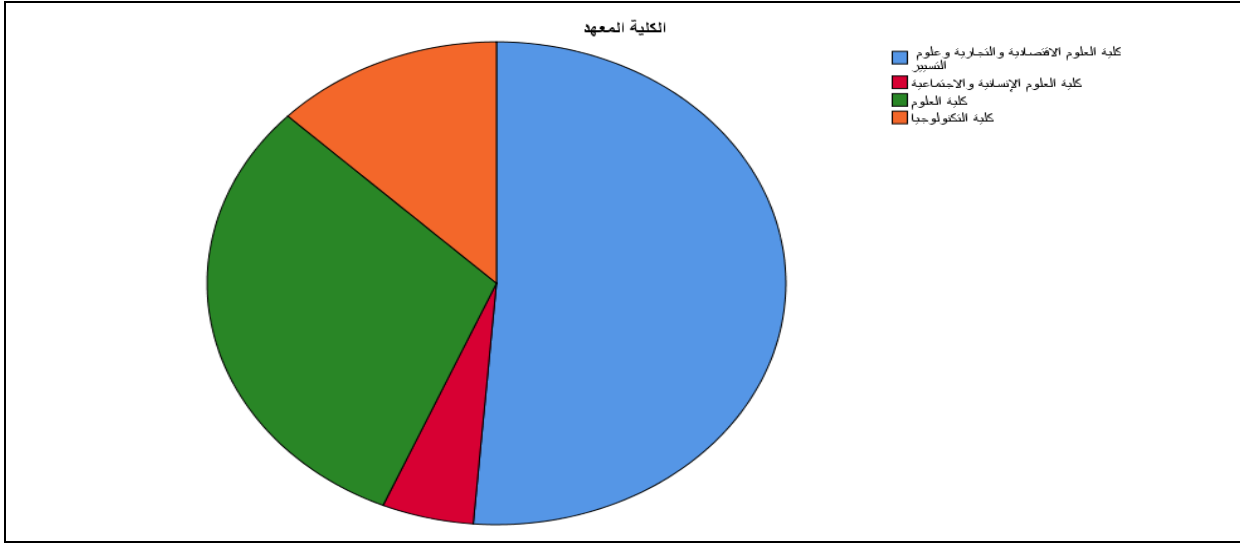
تم توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الكلية كما هو موضح من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم (8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الكلية

النسبة	التكرار	الكلية
51.30%	20	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
05.10%	02	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
30.80%	12	كلية العلوم
12.80%	05	كلية التكنولوجيا
100%	39	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (1): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الكلية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 39 طالب حول الكلية التي ينتمون إليها جاءت كالتالي: بالنسبة لطلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بلغ عددهم 20 طالب بنسبة 51.30%، وبلغ عدد طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية 02 طلبة بنسبة مئوية قدرت 05.10%، أما طلبة كلية العلوم بلغ عددهم 12 بنسبة 30.80%، في حين طلبة كلية التكنولوجيا بـ 05 طلبة بنسبة تقدر 12.80%، مما يعني أن أغلب أفراد العينة من طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

ثانياً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الحالي

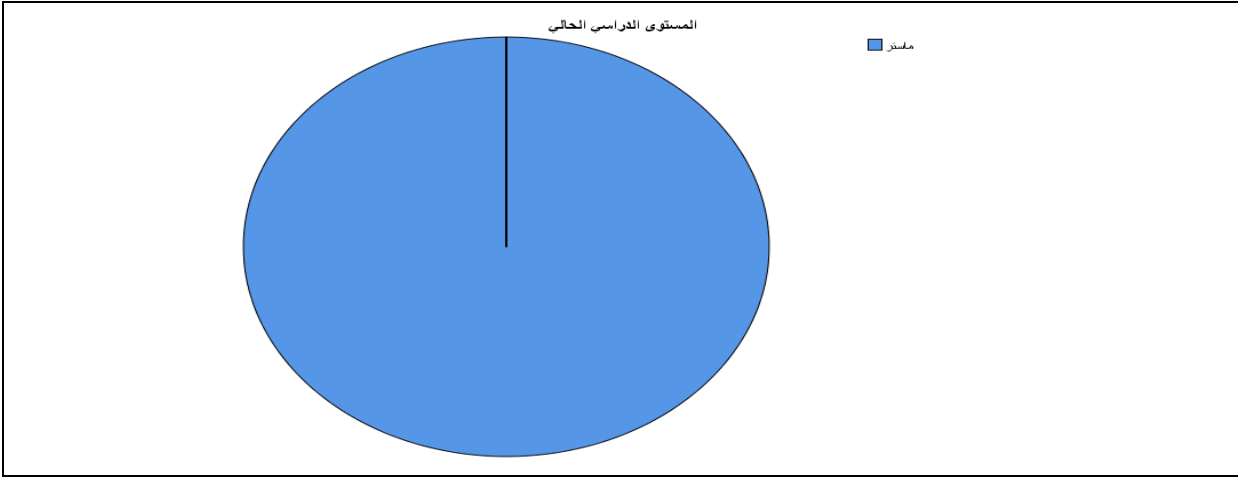
وزع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الحالي كما هو موضح من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (9): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الحالي

النسبة	التكرار	المستوى الدراسي الحالي
100%	39	ماستر
100%	39	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (2): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الحالي



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 39 طالب حول مستواهم الدراسي الحالي كانت كلها ماستر جامعي بعدد 39 طالب أي بنسبة 100%، ما يعني أن جميع أفراد العينة مستواهم الحالي ماستر.

ثالثاً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى الاهتمام الشخصي بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة

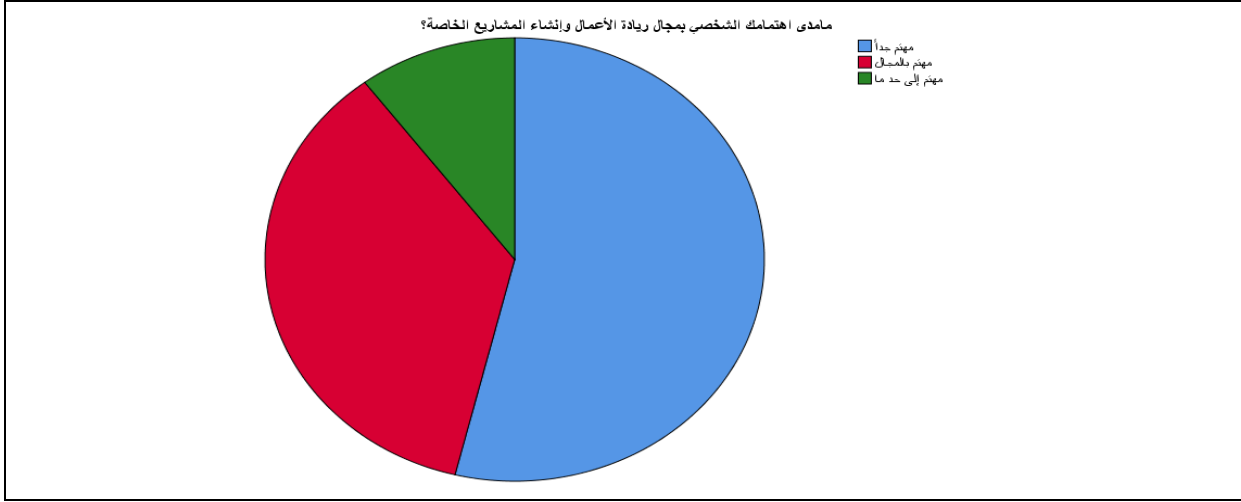
وزع أفراد عينة الدراسة حسب مدى الاهتمام الشخصي بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة كما هو موضح من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى الاهتمام الشخصي بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة

النسبة	التكرار	مدى الاهتمام الشخصي بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة
53.80%	21	مهتم جداً
35.90%	14	مهتم بالمجال
10.30%	04	مهتم إل حد ما
100%	39	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى الاهتمام الشخصي بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 39 طالب على السؤال المتعلق بمدى الاهتمام الشخصي بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة كانت كالتالي: احتلت اجابات الطلبة الذي اختاروا البديل "مهتم جداً" المرتبة الأول وقد بلغ عددهم 21 طالب وبنسبة 53.80%، ثم تليها إجابا الطلبة الذي اختاروا البديل "مهتم بالمجال" والبالغ عددهم 14 بنسبة 35.90%، وأخيراً إجابات الطلبة الذي اختاروا البديل "مهتم إلى حد ما" والبالغ عددهم 04 بنسبة 10.30%، مما يعني أن الطلبة عينة الدراسة مهتمون جيداً بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة.

المطلب الثاني: عرض وتحليل بعد مدى اطلاع الطلبة على منشورات صفحة فيسبوك

حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة

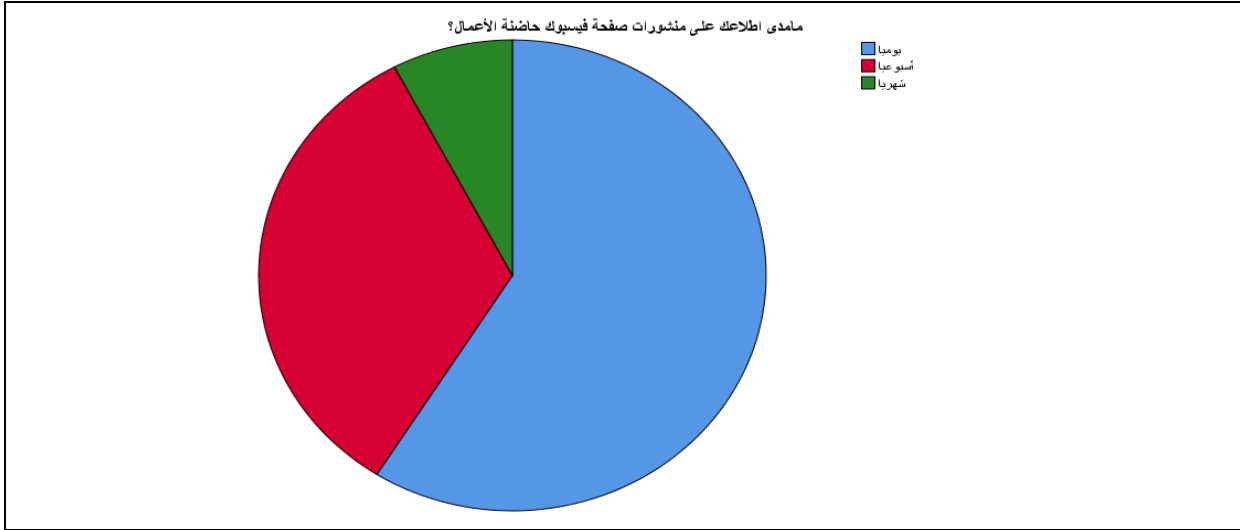
سيتم عرض وتحليل البعد الأول الخاص لمدى اطلاع الطلبة على منشورات صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة من خلال استخدام التكرارات والنسب المئوية للإجابات أفراد عينة الدراسة، ذلك كما هو موضح من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى اطلاع الطلبة على منشورات صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

النسبة	التكرار	مدى اطلاعك على منشورات صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال
59%	23	يومية
33.30%	13	أسبوعيا
07.70%	03	شهريا
100%	39	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى اطلاع الطلبة على منشورات صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 39 طالب على السؤال المتعلق بمدى اطلاع الطلبة على منشورات صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة كانت كالتالي: احتلت إجابات الطلبة الذي اختاروا البديل "يومية" المرتبة الأولى وقد بلغ عددهم 23 طالب وبنسبة 59%، ثم تليها إجابات الطلبة الذي اختاروا البديل "أسبوعيا" والبالغ عددهم 13 بنسبة 33.30%، وأخيراً إجابات الطلبة الذي اختاروا

البديل "شهريا" والبالغ عددهم 04 بنسبة 07.70%، مما يعني أن الطلبة عينة الدراسة يطلعون يوميا على منشورات صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.

المطلب الثالث: عرض وتحليل بعد الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة الطلبة لصفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

سيتم عرض وتحليل البعد الثاني الخاص بالأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة الطلبة لصفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة من خلال المتوسطات الحسابية للإجابات أفراد عينة الدراسة والانحراف المعياري الخاص بها.

الجدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعدها الأسباب الرئيسية

لزيارة أو متابعة الطلبة لصفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

رقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
01	للبحث عن معلومات حول ريادة الأعمال بشكل عام.	2.21	0.732	3	متوسطة
02	لمعرفة أخبار وفعاليات الحاضنة (ورشات، مسابقات، مواعيد).	2.72	0.560	1	مرتفعة
03	للاطلاع على قصص نجاح طلبة آخرين ومشاريعهم.	2.05	0.826	5	متوسطة
04	للبحث عن فرص دعم أو تمويل للمشاريع.	2.28	0.793	2	متوسطة
05	للتواصل مع فريق الحاضنة أو طرح استفسارات.	1.82	0.683	6	متوسطة
06	لمعرفة ما يقوم به زملائي المهتمون بريادة الأعمال.	2.15	0.844	4	متوسطة
07	الفضول أو مجرد التصفح العام.	1.79	0.801	7	متوسطة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعدها الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة الطلبة لصفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة أن أكبر متوسط كان للعبارات الثانية قدره 2.72 بانحراف معياري 0.560 وهو أقل انحراف معياري من بين عبارات هذا البعد الثاني، وهذا ما يعني أن الأغلبية من أفراد عينة الدراسة موافقون على هذه العبارة، ما يفسر وبدرجة مرتفعة على أن الدافع الرئيسي لطلبة جامعة المسيلة لزيارة صفحة الفيسبوك الخاصة بحاضنة الأعمال هو معرفة أخبار وفعاليات الحاضنة من ورشات ومسابقات ومواعيد، ووقعت العبارة الرابعة في المرتبة الثانية بمتوسط قدره 2.28 ما يبين أن الطلبة محل الدراسة يقومون أحيانا فقط بالبحث عبر صفحة الحاضنة عن فرص دعم أو تمويل للمشاريع ذلك لأن الدولة الجزائرية لم تقم بالداعم الكامل لجميع المشاريع الناشئة ولكنها في طريقها نحو ذلك.

وفي العبارات (01-06-03-05-07) كانت متوسطاتهم الحسابية بمقدار (2.21، 2.15، 2.05، 1.82، 1.79) على الترتيب وهي في مجال الدرجة المتوسط حسب سلم ليكرت الثلاثي، ما يفسر بأن طلبة جامعة محمد وبضيف بالمسيلة بمختلف التخصصات عينة الدراسة يطلعون وبدرجة متوسطة فقط على صفحة حاضنة الأعمال للبحث عن معلومات حول ريادة الأعمال ومعرفة ما يقوم به زملائهم المهتمون بريادة الأعمال وقصص نجاح الطلبة الآخرين ومشاريعهم، وأيضا للتواصل مع فريق الحاضنة وطرح استفسارات، الفضول الذي يراودهم والتصفح عامة.

المطلب الرابع: عرض وتحليل بعد نوعية الأنشطة الي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

سيتم عرض وتحليل البعد الثالث الخاص بنوعية الأنشطة الي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة من خلال المتوسطات الحسابية للإجابات أفراد عينة الدراسة والانحراف المعياري الخاص بها.

الجدول رقم (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعدها نوعية الأنشطة الي

يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

رقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
01	قراءة المنشورات النصية/المقالات، المتاحة على صفحة حاضنة الأعمال.	2.46	0.643	1	مرتفعة
02	مشاهدة الصور والإنفوجرافيك المتعلقة بأنشطة حاضنة الأعمال.	2.38	0.633	2	مرتفعة
03	مشاهدة مقاطع الفيديو (المسجلة أو البث المباشر) لكل ما تبثه حاضنة الأعمال.	2.08	0.580	3	متوسطة
04	قراءة التعليقات والتفاعل بين المتابعين داخل صفحة حاضنة الأعمال.	1.77	0.706	5	متوسطة
05	الضغط والاطلاع على الروابط الخارجية التي تشاركها صفحة حاضنة الأعمال.	2.08	0.739	4	متوسطة
06	التفاعل مع المحتويات: كتابة تعليق أو طرح سؤال.	1.54	0.643	8	ضعيفة
07	التفاعل مع المحتويات: مشاركة محتوى من صفحة حاضنة الأعمال.	1.67	0.662	6	متوسطة
08	إرسال رسالة خاصة للصفحة من أجل الاستفسار.	1.62	0.673	7	ضعيفة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببيد نوعية الأنشطة الي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة أن أكبر متوسط كان للعبارة (01) قدره 2.46 بانحراف معياري 0.643، ما يدل على أن الطلبة محل الدراسة يطلعون على صفحة الحاضنة بهدف قراءة المنشورات النصية والمقالات المتاحة على الصفحة حاضنة الأعمال، ووقعت العبارة (02) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.38 ما يفسر بان الطلبة يفضلون أيضا مشاهدة الصور والإنفوجرافيك المتعلقة بأنشطة حاضنة الأعمال.

وفي العبارات (03-04-05-06) كانت متوسطاتهم الحسابية بمقدار (2.08، 2.08، 1.77، 1.67) على التوالي وهي في مجال الدرجة العالية، ما يبين بأن الطلبة عينة الدراسة يفضلون بدرجة متوسطة فقط مشاهدة مقاطع الفيديو على صفحة الحاضنة، وأيضا الاطلاع أحيانا على الروابط الخارجية التي تشاركها صفحة حاضنة الأعمال، وقراءة التعليقات أحيانا والتفاعل ومشاركة المحتويات مع المتابعين داخل الصفحة. وكانت المتوسطات الحسابية للعبارات (08-06) في مجال الدرجة الضعيفة حسب مقياس ليكرت الثلاثي، ما يبين أن أفراد عينة الدراسة يقومون نادرا فقط بإرسال رسالة خاصة للصفحة من أجل الاستفسار، وأيضا كتابة تعليق أو طرح سؤال.

المطلب الخامس: عرض وتحليل بعد الإشباعات المحققة الطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

سيتم عرض وتحليل البعد الرابع الخاص الإشباعات المحققة الطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة من خلال المتوسطات الحسابية للإجابات أفراد عينة الدراسة والانحراف المعياري الخاص بها.

الجدول رقم (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعث الإشباعات المحققة

الطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسييلة

الدرجة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	رقم
عالية جدا	1	0.427	4.77	تساعدني صفحة الفيسبوك للحاضنة باعتبارها مصدر رئيسي لمعرفة آخر أخبار ومستجدات الحاضنة.	01
عالية	3	0.889	4.00	تساعدني الصفحة على فهم أفضل لمفهوم ريادة الأعمال وما يتطلبه إنشاء مشروع.	02
عالية جدا	2	0.667	4.23	تلي الصفحة حاجتي للمعرفة بالفرص المتاحة للطلبة أصحاب المشاريع (مسابقات-دعم-تمويل).	03
عالية	5	0.821	3.90	أشعر من خلال متابعة الصفحة بأنني جزء من مجتمع رواد الأعمال الشباب في الجامعة.	04
عالية	4	0.929	3.92	تساعدني متابعة الصفحة على اكتساب أفكار جديدة أو تطوير فكري الحالية للمشروع.	05
عالية	7	0.978	3.87	أجد في محتوى الصفحة (مثل قصص النجاح) ما يرفع من معنوياتي ويشجعني على المضي قدما في مشروعي أو فكري.	06
عالية	8	1.047	3.54	تتيح لي الصفحة فرصة التفاعل (ولو بشكل غير مباشر) مع خبراء أو مستشارين	07

				في مجال ريادة الأعمال.	
عالية	6	1.095	3.90	تحصلت من خلال الصفحة على معلومات حول المشاريع الناشئة وجملة من النصائح حول ريادة الأعمال وطبيعة فرص التمويل.	08
متوسطة	9	1.038	3.23	مكنتني صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال من ربط علاقات مع رواد أعمال وتوسيع نطاق فهمي للمشاريع الناشئة.	09

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد الإشباعات المحققة الطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة أن أكبر متوسط كان للعبارة (01) قدره 4.77 بانحراف معياري 0.427 وهو أقل انحراف معياري من بين عبارات هذا البعد الرابع، وهذا ما يعني أن الأغلبية من أفراد عينة الدراسة موافقون بشدة على هذه العبارة، ما يفسر وبدرجة عالية جدا على أن صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال تساعد بدرجة عالية جدا الطلبة أصحاب المشاريع باعتبارها مصدر رئيسي لمعرفة آخر أخبار ومستجدات الحاضنة، وجاءت العبارة (03) في المرتبة الثاني بمتوسط قدره 4.23 وهو في مجال الدرجة العالية جدا حسب مقياس ليكرت الخماسي، ما يدل على أن الصفحة تلبي بدرجة عالية جدا حاجات الطلبة للمعرفة بالفرص المتاحة لأصحاب المشاريع من مسابقات ودعم وتمويل.

وبلغت المتوسطات الحسابية للعبارات (02-05-04-08-06-07) بمقدار (4.00، 3.92، 3.90، 3.90، 3.87، 3.54) على الترتيب وهي في مجال الدرجة العالية، ما يفسر أن صفحة حاضنة الأعمال بجامعة المسيلة ساعدت وبدرجة عالية الطلبة على فهم أفضل لمفهوم ريادة الأعمال وما يتطلبه إنشاء مشروع، واكتسابهم أفكار جديدة ونصائح حول رواد الأعمال وطبيعة فرص التمويل، حيث يشعر أفراد عينة الدراسة بشكل عالي من خلال

متابعتهم الصفحة بأنهم جزء من مجتمع رواد الأعمال الشباب في الجامعة، لأنهم يجدون ما يرفع من معنوياتهم ويشجعهم على المضي قدما في مشاريعهم أو فكرتهم، كما تتيح لهم فرصة التفاعل مع خبراء أو مستشارين في مجال ريادة الأعمال.

وقد بلغ أدنى متوسط حساب بمقدار 3.23 وهو في مجال الدرجة المتوسطة ما يدل على أن صفحة حاضنة الأعمال مكنت وبدرجة متوسطة فقط طلبة جامعة المسيلة من ربط علاقات مع رواد أعمال وتوسيع نطاق فهمهم للمشاريع الناشئة.

المطلب السادس: عرض وتحليل محور مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة

سيتم عرض وتحليل المحور الثالث الخاص بمساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة من خلال المتوسطات الحسابية للإجابات أفراد عينة الدراسة والانحراف المعياري الخاص بها.

الجدول رقم (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة

رقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
01	المعلومات المنشورة على الصفحة ذات صلة باحتياجات الطلبة المهتمين بريادة الأعمال.	4.41	0.595	1	عالية جدا
02	المحتوى المنشور يتميز بالوضوح وسهولة الفهم لدى مستخدميه.	4.05	0.887	6	عالية
03	محتوى الصفحة ذو جودة عالية ومفيدة للطلبة حاملي المشاريع.	4.05	0.857	4	عالية
04	اعتبر المعلومات المقدمة في الصفحة موثوقة ودقيقة من تجارب الخبراء والرواد.	3.95	0.916	11	عالية

05	تنوع المواضيع المطروحة في الصفحة يلبي اهتماماتي في مجال المشاريع الناشئة والمقاولاتية.	3.90	0.852	12	عالية
06	محتوى الصفحة متنوع ويشتمل أشكالاً مختلفة (نصوص-صور-فيديو) لكل مراحل المشاريع الناشئة.	3.95	0.887	10	عالية
07	التصميم البصري للمنشورات (الصور-فيديوهات) جذاب ومناسب ويلبي احتياجات مستخدميه.	3.79	1.105	15	عالية
08	المحتوى المقدم يساهم في زيادة معرفتي بمجال ريادة الأعمال.	3.95	0.647	8	عالية
09	لغة الكتابة في المنشورات واضحة الفهم ساعدتني على تكوين أفكار إيجابية حول المشاريع الناشئة.	4.00	0.918	7	عالية
10	ساهمت متابعتي لصفحة الحاضنة في زيادة حماسي ورغبتي في إطلاق مشروعني الخاص.	4.05	0.857	5	عالية
11	ساعدتني المعلومات المنشورة على الصفحة في تحويل فكري الأولية إلى خطة عمل أوضح.	3.85	1.040	13	عالية
12	تعرفت من خلال الصفحة على موارد أو أدوات (مواقع-برامج-جهات دعم) أفادتني في مشروعني.	3.74	0.818	16	عالية

عالية	3	0.933	4.15	شجعتني الصفحة على المشاركة في فعاليات (ورشات-مسابقات) نظمتها الحاضنة، مما ساعدني على تطوير مهاراتي.	13
عالية	14	0.823	3.82	ساعدتني الصفحة على فهم أفضل للتحديات التي قد أواجهها وكيفية التعامل معها.	14
عالية	9	0.857	3.95	سهلت الصفحة عملية التواصل مع حاضنة الأعمال للحصول على استشارة أو دعم.	15
عالية جدا	2	0.887	4.28	بشكل عام، اعتبر أن لصفحة الفيسبوك دور إيجابي وملاموس في تشجيع ودعم مشاريع الطلبة الناشئة بالجامعة.	16

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة بمحور مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة أن أكبر متوسط كان للعبارة (01) قدره 4.41 بانحراف معياري 0.595 وهو أقل انحراف معياري من بين عبارات هذا المحور، ما يفسر بأن المعلومات المنشورة على الصفحة ذات صلة وبدرجة عالية جدا باحتياجات الطلبة المهتمين بزيادة الأعمال، وكانت العبارة 16 في المرتبة الثانية بمتوسط قدره 4.28 والذي يفسر بان صفحة حاضنة الأعمال على الفيسبوك لها دور إيجابي وملاموس في تشجيع ودعم مشاريع الطلبة الناشئة بالجامعة.

وكانت المتوسطات الحسابية للعبارات (13-03-10-02-07-08) في مجال الدرجة العالية (3.4-4.2) حسب مقياس ليكرت الخماسي، والتي أسفرت نتائجهم على أن الصفحة شجعتهم كثيرا على المشاركة في الفعاليات التي تنظمها الحاضنة ما ساعدهم على تطوير مهاراتهم، ذلك أن محتوى الصفحة ذو جودة عالية ومفيدة للطلبة حاملي المشاريع، بالإضافة إلى ذلك ساهمت متابعتهم لصفحة الحاضنة في زيادة حماسهم ورغبتهم في إطلاق

مشارعهم الخاصة نظرا لأن المحتوى التي تنشره الصفحة يتميز بالوضوح وسهولة الفهم، وايضا على تكوين أفكار إيجابية حول المشاريع الناشئة وزيادة معرفتهم بمجال ريادة الأعمال.

وفي العبارات (07-14-11-05-04-06-15) في مجال الدرجة العالية، والتي بينت نتائجهم على أن صفحة حاضنة الأعمال بجامعة المسيلة سهلت وبدرجة عالية عملية التواصل مع الحاضنة للحصول على استشارة أو دعم، وأن محتواها كان متنوع ويشتمل أشكالاً مختلفة لكل مراحل المشاريع الناشئة، حيث يعتبر الطلبة عينة الدراسة أن المعلومات المقدمة في الصفحة موثوقة ودقيقة من تجارب الخبراء والرواد، بالإضافة إلى تنوع المواضيع المطروحة في الصفحة والذي يلبي اهتماماتهم في مجال المشاريع الناشئة والمقاولاتية، ذلك ما ساعدهم على تحويل أفكارهم الأولية إلى خطة عمل أوضح، والقدرة على مواجهة التحديات وكيفية التعامل معها.

وبلغ أدنى متوسط حسابي 3.74 والذي كان من نصيب العبارة (12)، ما يبين بأن أفراد عينة الدراسة تعرفوا بشكل عالي من خلال صفحة الحاضنة على موارد وأدوات كمواقع ومخابر جيدة أفادتهم في مشاريعهم المبتكرة.

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

سيتم في هذا المبحث اختبار فرضيات الدراسة من أجل تحديد الإجابة النهائية للأسئلة المطروحة في المقدمة والوصول إلى الهدف من هذا البحث العلمي.

المطلب الأول: اختبار الفرضية الأولى

- الفرضية الأولى: توجد العديد من الأسباب التي تدفع الطلبة لزيارة ومتابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.

لاختبار هذه الفرضية سنقوم باختبار التوزيع الطبيعي لبيانات البعد الثاني من المحور الثاني وهذا لمعرفة نوع الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضية الأولى، والجدول التالي يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبعد الثاني.

الجدول رقم (16): اختبار التوزيع الطبيعي شابيرو ويلك للبعد الثاني

شابيرو ويلك		البعد الثاني
القيمة الاحتمالية Sig	درجة الحرية	
0.126	39	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أن القيمة الاحتمالية (Sig) وفق اختبار شابيرو ويلك لعينة أقل من 50 مفردة، تساوي 0.126 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 لذا نستنتج أن بيانات البعد الثاني تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي سيتم اختبار هذه الفرضية الأولى بالاعتماد على اختبار ستيودنت للعينة الأحادية وهو اختبار معلمي، والجدول التالي يظهر نتائج هذا الاختبار.

الجدول رقم (17): اختبار ستيودنت للعينة الأحادية للفرضية الأولى

القيمة الاحتمالية Sig	T المحسوبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية الأولى
0.046	2.061	0.444	2.14	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال أرقام الجدول أعلاه يلاحظ أن المتوسط الحسابي يساوي 2.14 بانحراف معياري قدر 0.444، وقد بلغت الإحصائية t المحسوبة 2.061 وقد كانت القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لها تساوي 0.046 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبالتالي يتم قبول الفرضية الأولى القائلة "توجد العديد من الأسباب التي تدفع الطلبة لزيارة ومتابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة"، وهذا ما يعني صحة الفرضية الأولى.

المطلب الثاني: اختبار الفرضية الثانية

- الفرضية الثانية: تتنوع الأنشطة التي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.

من أجل اختبار الفرضية الثانية سيتم اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات البعد الثالث من المحور الثاني وهذا لمعرفة نوع الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضية الثانية، والجدول التالي يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للبعد الثالث.

الجدول رقم (18): اختبار التوزيع الطبيعي شابيرو ويلك للبعد الثالث

شابيرو ويلك		البعد الثالث
القيمة الاحتمالية Sig	درجة الحرية	
0.596	39	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أن القيمة الاحتمالية (Sig) وفق اختبار شابيرو ويلك لعينة أقل من 50 مفردة، تساوي 0.596 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لذا نستنتج أن بيانات البعد الثالث تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي سيتم اختبار هذه الفرضية الثانية بالاعتماد على اختبار ستيودنت للعينة الأحادية وهو اختبار معلمي، والجدول التالي يظهر نتائج هذا الاختبار.

الجدول رقم (19): اختبار ستيودنت للعينة الأحادية للفرضية الثانية

القيمة الاحتمالية Sig	T المحسوبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية الثانية
0.026	0.996	0.322	1.94	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال أرقام الجدول أعلاه يلاحظ أن المتوسط الحسابي يساوي 1.94 بانحراف معياري قدر 0.322، وقد بلغت الإحصائية t المحسوبة 0.996 وقد كانت القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لها تساوي 0.026 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبالتالي يتم قبول الفرضية الثانية القائلة "تتنوع الأنشطة التي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة"، وهذا ما يعني صحة الفرضية الثانية.

المطلب الثالث: اختبار الفرضية الثالثة

- الفرضية الثالثة: توجد إشباعات محققة للطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.

لاختبار هذه الفرضية سنقوم باختبار التوزيع الطبيعي لبيانات البعد الرابع من المحور الثاني وهذا لمعرفة نوع الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضية الثالثة، والجدول التالي يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للبعد الرابع.

الجدول رقم (20): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي شايبرو ويلك للمحور الثالث

شايبرو ويلك		البعد الرابع
القيمة الاحتمالية Sig	درجة الحرية	
0.004	39	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أن القيمة الاحتمالية (Sig) وفق اختبار شايبرو ويلك لعينة أقل من 50 مفردة، تساوي 0.004 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 لذا نستنتج أن بيانات البعد الرابع لا تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي سيتم اختبار هذه الفرضية الثالثة بالاعتماد على اختبار ويلكوكسن وهو اختبار غير معلمي، والجدول التالي يظهر نتائج هذا الاختبار.

الجدول رقم (21): نتائج اختبار ويلكوكسن للفرضية الثالثة

القيمة الاحتمالية Sig	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية الثالثة
0.000	0.618	3.92	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال أرقام الجدول أعلاه يلاحظ أن المتوسط الحسابي يساوي 3.92 بانحراف معياري قدر 0.618، وقد كانت القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبالتالي يتم قبول الفرضية الثالثة القائلة "توجد إشباعات محققة للطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة"، وهذا ما يعني صحة الفرضية الثالثة.

المطلب الرابع: اختبار الفرضية الرابعة

- الفرضية الرابعة: تساهم صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة.

من أجل اختبار الفرضية الرابعة سنقوم باختبار التوزيع الطبيعي لبيانات للمحور الثالث وهذا لمعرفة نوع الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضية الرابعة، والجدول التالي يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثالث.

الجدول رقم (22): اختبار التوزيع الطبيعي شايبورو ويلك للمحور الرابع

شايبورو ويلك		المحور الثالث
القيمة الاحتمالية Sig	درجة الحرية	
0.025	39	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أن القيمة الاحتمالية (Sig) وفق اختبار لعينة أقل من 50 مفردة، تساوي 0.025 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 لذا نستنتج أن بيانات المحور الثالث لا تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي سيتم اختبار هذه الفرضية الرابعة بالاعتماد على اختبار ويلكوكسن وهو اختبار غير معلمي، والجدول التالي يظهر نتائج هذا الاختبار.

الجدول رقم (21): نتائج اختبار ويلكوكسن للفرضية الرابعة

القيمة الاحتمالية Sig	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية الرابعة
0.000	0.584	3.99	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال أرقام الجدول أعلاه يلاحظ أن المتوسط الحسابي يساوي 3.99 بانحراف معياري قدر 0.584، وقد كانت القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبالتالي يتم قبول الفرضية الرابعة القائلة "تساهم صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة"، وهذا يعني صحة الفرضية الرابعة.

خلاصة الفصل:

تم في هذا الفصل دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي -فيسبوك- لحاضنة الأعمال في تشجيع المشاريع الناشئة لدى طلبة جامعة المسيلة، حيث تم استخدام أداة قياس الدراسة المتمثلة في الاستبيان وعينة مكونة من 39 طالب، وقد توصلت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS.V26، إلى أنه توجد العديد من الأسباب التي تدفع الطلبة لزيارة ومتابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، وأن الأنشطة التي يقوم بها الطلبة متنوعة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، وأنه توجد إشباعات محققة للطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، بالإضافة إلى مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة.

خاتمة

خاتمة:

تكشف نتائج هذه الدراسة عن اهتمام ملحوظ لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة بمجال ريادة الأعمال، وسعيهم نحو اكتساب المعرفة والخبرات اللازمة لإنشاء مشاريعهم الخاصة. ويظهر هذا الاهتمام من خلال المتابعة اليومية النشطة لمحتوى صفحة الفيسبوك الخاصة بحاضنة الأعمال الجامعية، مما يعكس مدى ارتباط الطلبة بهذه المنصة كمصدر للمعلومة والدعم المعنوي.

وتبيّن المعطيات أن هناك مجموعة متنوعة من الدوافع التي تحفز الطلبة على متابعة صفحة الحاضنة، منها: الاطلاع على فرص التمويل، التعرف على قصص نجاح، تلقي التكوينات، ومعرفة مستجدات عالم المقاولاتية. كما أظهرت النتائج تنوع الأنشطة التي يمارسها الطلبة على الصفحة، ما بين التفاعل مع المنشورات، المشاركة في التعليقات، التسجيل في الفعاليات، ومتابعة الفيديوهات التكوينية.

ويمكن القول إن هذه الصفحة الرقمية لا تؤدي فقط دوراً إعلامياً، بل تلعب دوراً تحفيزياً وتوجيهياً، وتسهم في تحقيق إشباعات متعددة للطلبة، مثل الإحساس بالثقة، بناء الطموح الريادي، وتوسيع المدارك المعرفية في مجال المقاولاتية. والأهم أن الصفحة تساهم فعلياً في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة، من خلال توفير مساحة رقمية للعرض والدعم والتوجيه.

نتائج الدراسة:

- طلبة جامعة المسيلة يُبدون اهتمامًا فعليًا بزيادة الأعمال، ويُظهر العديد منهم رغبة في إنشاء مشاريعهم الخاصة بدلًا من انتظار التوظيف التقليدي.
- الطلبة يتابعون بانتظام صفحة فيسبوك الخاصة بحاضنة الأعمال، وتبيّن أن عددًا كبيرًا منهم يطلع على منشوراتها بشكل يومي أو شبه يومي.
- هناك دوافع متنوعة وراء متابعة الطلبة للصفحة، من أبرزها:
 - البحث عن فرص التكوين والدورات التدريبية.
 - الاطلاع على فرص الدعم المالي أو التوجيه.
 - متابعة قصص النجاح والنماذج الملهمة لزملاء جامعيين.
- الطلبة يمارسون أنشطة مختلفة على الصفحة، تتنوع بين:
 - التفاعل بالإعجاب والتعليق والمشاركة.
 - طرح الأسئلة أو التواصل المباشر مع إدارة الحاضنة.
 - متابعة البث المباشر أو التسجيل في الفعاليات.
- يحقق الطلبة إشباعات متعددة من استخدام الصفحة، أهمها:
 - الإشباع المعرفي المرتبط بمفاهيم زيادة الأعمال.
 - الإشباع التحفيزي الناتج عن تكرار النماذج الناجحة.
 - الإحساس بالانتماء إلى بيئة رقمية مشجعة على المبادرة.
- تلعب صفحة حاضنة الأعمال على فيسبوك دورًا فعالًا في تحفيز روح المبادرة، إذ تُسهم في تشكيل وعي ريادي لدى الطلبة، وتُشجعهم على التفكير في مشاريعهم الخاصة كخيار مهني مستقبلي.

تحقيق الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة:

• الفرضية الأولى:

"توجد العديد من الأسباب التي تدفع الطلبة لزيارة ومتابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة".

- تم قبول الفرضية بعد استخدام اختبار "ستيودنت للعينة الأحادية".
- المتوسط الحسابي = 2.14، القيمة الاحتمالية = 0.046 وهي أقل من 0.05.
- هذا يدل على صحة الفرضية وأن دوافع الطلبة متعددة وذات دلالة إحصائية.

• الفرضية الثانية:

"تتنوع الأنشطة التي يقوم بها الطلبة أثناء استخدام صفحة حاضنة الأعمال".

- تم قبول الفرضية بناءً على اختبار ستيودنت.
- المتوسط الحسابي = 1.94، القيمة الاحتمالية = 0.026.
- يدل ذلك على تنوع الأنشطة التفاعلية التي يمارسها الطلبة عبر الصفحة.

• الفرضية الثالثة:

"توجد إشباعات محققة للطلبة من استخدام صفحة الحاضنة".

- تم قبول الفرضية بالاعتماد على اختبار ويلكوكسن.
- المتوسط = 3.92، الانحراف المعياري = 0.618، والقيمة الاحتمالية = 0.000.
- ما يعني أن الطلبة يشعرون بإشباع معرفي وتحفيزي نتيجة محتوى الصفحة.

• الفرضية الرابعة:

"تساهم صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة".

- تم قبول الفرضية من خلال اختبار ويلكوكسن أيضاً.
- المتوسط = 3.99، والانحراف المعياري = 0.584، والقيمة الاحتمالية = 0.000.
- مما يؤكد أن الصورة الاتصالية الرقمية للحاضنة تلعب دوراً فاعلاً في دفع الطلبة للانخراط في المقاولاتية.

الاقتراحات:

- تعزيز التفاعل التشاركي على الصفحة تشجيع الطلبة على مشاركة أفكار مشاريعهم وتجاربهم الريادية عبر الصفحة، مما يخلق ديناميكية تفاعلية تحفز الإبداع وتشجع روح المبادرة.
- تنوع المحتوى الرقمي المُقدّم نشر محتوى متنوع (فيديوهات، بودكاست، مقالات مبسطة، إنفوجرافيك) حول مفاهيم ريادة الأعمال، قصص النجاح، خطوات إعداد دراسة جدوى، والتعامل مع التحديات.
- ربط الصفحة ببرامج تكوين فعلية بالتنسيق مع إدارة الحاضنة لتنظيم ورشات عمل ودورات تكوينية منتظمة يتم الإعلان عنها ومتابعتها عبر الصفحة، لضمان التكامل بين التوجيه الرقمي والتكوين الميداني.
- تقديم استشارات رقمية مباشرة فتح نافذة أسبوعية للبحث المباشر أو الرد على أسئلة الطلبة، يشارك فيها خبراء أو رواد أعمال شباب لتقديم توجيهات واقعية.
- إنشاء منصة رقمية تكاملية مرتبطة بالصفحة تطوير موقع أو تطبيق مكمل للصفحة يحتوي على موارد قابلة للتحميل، نماذج أعمال، فرص تمويل ومسابقات، ويعمل كأرشيف رقمي للمحتوى الريادي.
- تحفيز الطلبة من خلال مسابقات ومكافآت تنظيم تحديات رقمية أو مسابقات أفكار مبتكرة عبر الصفحة، مع تقديم جوائز رمزية أو فرص احتضان فعلية، مما يعزز التفاعل ويربط بين التحفيز المعنوي والدعم الملموس.
- متابعة أثر الصفحة على مشاريع الطلبة إجراء دراسات دورية تقييمية لقياس مدى تأثير المحتوى الرقمي للصفحة على تطور المشاريع الطلابية، بما يسمح بتطوير المحتوى وتكييفه مع احتياجات الطلبة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1. إبراهيم بن عبد العزيز الدعليج، مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010.
2. إمام، إبراهيم. مبادئ علم الإعلام. القاهرة: دار النهضة العربية، 1983.
3. بريش السعيد وطيب سمراء، دور حاضنات الأعمال في تطوير ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة تحليلية تقييمية - بحث مقدم للملتقى الوطني الأول حول: تم استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر يومي 18/19 أفريل 2012.
4. بسام سمير الرميدي، فاطمة الزهراء طلحي، حاضنات الأعمال إطار مفاهيمي، كتاب جماعي دولي بعنوان حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة، منشورات مخبر اقتصاد مالية وإدارة أعمال ECOFIMA، سكيكدة، 2020.
5. بوضياف علاء الدين، دور حاضنات الأعمال الجامعية في ترقية المقاولاتية تجربة الجزائر كنموذج، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني الأول للمقاولاتية والشباب: واقع وأفاق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، الجزائر، 2019.
6. بوطالب، غ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري، مخبر الدراسات الاعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب، 2021.
7. بيكر، عز الدين. التحول الرقمي والإعلام الجديد. بيروت: دار أسامة، 2020.
8. جراد، فوزي. مبادئ إدارة الأعمال. الجزائر: دار المعرفة، 2016.
9. جمال أبو شنب: البحث العلمي، المناهج والطرق والأدوات، ج1، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2007.
10. حاضنة الأعمال جامعة المسيلة، 2024.

11. حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176، الجزء الثاني، مصر، 2017.
12. حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة للنشر والتوزيع، الجيزة، 2017، ط1.
13. حسين دبي الزويني، شفاء عبد الزهرة الكناني، شبكات التواصل الاجتماعي والإدمان الرقمي مخاطر التفاعلية والاندماج والتقني، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2021.
14. حسين محمود هنتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015.
15. حمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب صنعاء، الجمهورية اليمنية، ط3، 2019.
16. حورية بن عطية، وعادل مياح، دور حاضنات الأعمال الجامعية في دعم المؤسسات الناشئة، حاضنة الأعمال الجامعية (المسيلة)، نموذجاً، مجلة السلام، للعلوم الإنسانية والاجتماعية.
17. خري عبد الناصر، التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، دراسة تحليلية لمتعاملي الهاتف النقال .
18. خليفة، حسن التسويق الإلكتروني ودوره في تطوير ريادة الأعمال .مجلة البحوث التجارية، العدد 45، 2017.
19. راضية خوجة، اتجاهات أساتذة المتوسط نحو إدماج مواقع شبكات الاجتماعية في العملية التعليمية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، 2021/2020.

20. رشيد زرواني، التدريبات على منهجية العلوم الاجتماعية، جامعة المسيلة، ط1، 2004.
21. رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
22. الرفاعي، محمد، إدارة الحاضنات ودورها في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال. دار الفكر الجامعي، 2020.
23. ريخي محمد مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج البحث العلمي وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
24. زغدة، فؤاد. مبادئ ريادة الأعمال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2015.
25. زميت الخير، مساهمة حاضنات الأعمال في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (واقع التجربة الجزائرية)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة آكلي محند أو رايح، البويرة، 2015/2014.
26. زيغم عبد الجليل، دور حاضنات الاعمال في مرافقة المشاريع المقاولاتية، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص المقاولاتية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2022، 2023.
27. سامية دومي، مريم نبيلة هاشيم، جدلية حاضنات الأعمال والخدمات التي تقدمها للمؤسسات الناشئة، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمت، المجلد 3، العدد 1، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المركز الجامعي مغنية، جوان 2022.
28. صالح علي، مهارات التواصل الاجتماعي، أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر، عمان، الأردن، 2015.
29. صالح مصطفى الفوال، منهجية العلوم الاجتماعية، عالم الكتب، القاهرة، 1982.

30. طاهر بعداش، نور الدين أحمد حسام الدين، واقع حاضنات الأعمال في الجزائر الأطر والتحديات، المجلة الشاملة للحقوق، المجلد 02، جامعة باجي مختار عنابة ديسمبر، 2022.
31. عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية، رسالة ماجستير غير منشورة، 2015/2014.
32. عبد الحميد عبد المجيد البداوي، أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي، التخطيط للبحث وجمع البيانات، دار الشروق، عمان، 2007.
33. عبد الرحمان بن براهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني.
34. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
35. عبد العاطي، سارة، منصات التواصل الريادي: دراسة حالة لحاضنات أعمال عربية . مجلة الاقتصاد المعرفي، العدد 12، 2018.
36. عمر بن عبد الله بن محمد المقييل، الاستشارات الحديثة على مواقع التواصل الاجتماعي: تويتر، فيسبوك، تيلجرام، بحث مقدم إلى مؤتمر المصادر الالكترونية للعلوم الشرعية التي تنظمه كلية الشريعة والدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك، من 8 إلى 10-05-2017.
37. الفرجاني، فوزية. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب العربي. بيروت: دار اليازوري، 2018.
38. فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجا، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب المجلد 31، العدد 61، الرياض 2014.
39. لحوم فطوم، نهار خالد بن الوليد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نجاح استراتيجية الترويج لدى المؤسسات، دراسة لصفحة مؤسسة الاتصالات الجزائرية موبليس عبر

- موقع الفيس بوك، جامعة وهران 2، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 4، العدد 2، 2018.
40. لمى فاخر، مدى الافادة من مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني بين المكتتبيين العرب في المجال المهني، أعمال المؤتمر الرابع وعشرون للاتحاد العربي للمكتتبات والمعلومات، 2013.
41. ماجد بوشبلي، يوسف عيدابي، ثقافة الانترنت على الشباب، ط1، إصدارات دائرة الثقافة والإعلام، الإمارات العربية المتحدة، 2006.
42. محسن بن جابر بن عوض الزهراني، دور مواقع التواصل في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية واتجاهاتهم نحوها، متطلب دكتوراه، 2013، جامعة أم القرى بكلية التربية.
43. محمد العربي ببوش، د ياسين باهي، مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في التعليم الجامعي، مجلة الشهاب، 07، ع01، 2021، جامعة الوادي، الجزائر.
44. محمد زيان محمد، البحث العلمي ومناهجه وتقنياته، الجزائر، ديوان المطبوعات الجزائرية، ط3، 1983.
45. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل وتطبيقات، دار وائل للنشر، ط2، الأردن، 1999.
46. محمد محمود الدنبيات وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، ط2، بيروت، 1999.
47. محمودي مليك، نوي نور الدين، بركاتي حسين، أسباب عزوف الطلبة عن تقديم أفكارهم لحاضنة الأعمال بجامعة المسيلة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الثامن، العدد الأول، جوان 2021.
48. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، ط2000.

49. مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011/2012.
50. منذر عبد الحميد الصامن: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
51. الموقع الخاص بالحاضنة ، <https://incubme.com/fr> تاريخ الإطلاع 2024/05/29.
52. الموقع الخاص بالحاضنة ، <https://leancubator.co> تاريخ الإطلاع 2024/05/29.
53. مؤيد صيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفيسبوك، ط1، ألفا للوثائق نشر استيراد وتوزيع الكتب، قسنطينة، 2016.
54. هبة عبد الكريم عبد الرحمن برهوش، فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أداء الواجبات المنزلية من وجهة نظر معلمي المدارس الخاصة، وزارة التربية والتعليم، الأردن.
55. هبيري نصيرة، مزيان أمينة، أهمية حاضنات الأعمال الجامعية في دعم ومرافقة المؤسسات المقاولاتية والناشئة، مع الإشارة إلى واقع الجزائر، مجلة المؤسسات ودراسات التنمية، 2022.
56. وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، ط1، دراسة بحثية، السودان، الخرطوم.

المراجع الأجنبية:

1. Mohamed Raf masmoudi « **Etude exploratoire entrieriat cas des pèpineres tu nisenennes** » thes pore l'obtenon du doctore en skiences de gestion ècole doctoral management de lino3 .information finace-deluon3- universète du sud toulon var 2007.

الملاحق

الملاحق

الملحق رقم (01):



جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان لنيل شهادة ماستر تحت عنوان

دور موقع التواصل الاجتماعي - فيسبوك - لحاضنة
الأعمال في تشجيع المشاريع الناشئة لدى طلبة
جامعة المسيلة

تحت إشراف الأستاذ:

أ.د. - غزال عبد الرزاق

إعداد الطالبة:

- قماط أمينة

السنة الجامعية 2024-2025

ملاحظة:

- معلومات استمارة استبيان موجهة لخدمة البحث العلمي بصفة عامة.
 - نلتمس من خلال هذه الاستمارة تعاونكم وهذا عن طريق التفضل بالاطلاع على الاستمارة وتعبئتها بالمعلومات المطلوبة.
- نشكركم مسبقا على تعاونكم معنا متمنين لكم دوام الصحة والعافية

الاستبيان

مقدمة:

عزيزي الطالب / عزيزتي الطالبة يهدف هذا الاستبيان إلى دراسة وفهم دور صفحة فيسبوك الرسمية لحاضنة الأعمال بجامعة في دعم وتنمية المشاريع الناشئة لدى طلبة، مشاركتكم ضرورية ومساهمتمكم ستقدم روح قيمة لتحسين خدمات الدعم المقدمة، نؤكد لكم أن جميع إجاباتكم ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، لا يتطلب الاستبيان ذكر الاسم، نشكركم مقدما على وقتكم وتعاونكم.

المحور الأول:

البيانات الشخصية: يرجى التكرم بوضع علامة (X) في المربع المناسب أو ملء الفراغ.
(1) الكلية / المعهد الذي تدرس به:

- [] كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
- [] كلية الحقوق والعلوم السياسية
- [] كلية الآداب واللغات
- [] كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
- [] كلية العلوم
- [] كلية التكنولوجيا
- [] كلية الرياضيات والإعلام الآلي
- [] معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
- [] معهد تسيير التقنيات الحضرية

(2) المستوى الدراسي الحالي:

- ليسانس
- ماستر

(3) دكتوراه ما مدى اهتمامك الشخصي بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة؟

- [] مهتم جداً،
- [] مهتم بالمجال
- [] مهتم إلى حد ما،

المحور الثاني: صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال بالجامعة : سمات وخصائص الاستخدام
1) ما مدى اطلاعك على منشورات صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال ؟

- [] يوميا
- أسبوعيا
- شهريا

2) ما هي الأسباب الرئيسية التي تدفعك لزيارة أو متابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال ؟

درجة المقياس			أسباب ودواعي متابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال للجامعة
نادرا	أحيانا	دائما	
			للبحث عن معلومات حول ريادة الأعمال بشكل عام.
			لمعرفة أخبار وفعاليات الحاضنة (ورشات، مسابقات، مواعيد).
			للاطلاع على قصص نجاح طلبة آخرين ومشاريعهم.
			للبحث عن فرص دعم أو تمويل للمشاريع.
			للتواصل مع فريق الحاضنة أو طرح استفسارات.
			لمعرفة ما يقوم به زملائي المهتمون بريادة الأعمال.
			الفضول أو مجرد التصفح العام.
			سبب آخر (يرجى التحديد):

3) ما هي نوعية الأنشطة التي تقوم بها عند استخدام صفحة الحاضنة؟

درجة المقياس			نوعية الأنشطة أثناء استخدام صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال للجامعة
نادرا	أحيانا	دائما	
			قراءة المنشورات النصية/المقالات. المتاحة علة الصفحة حاضنة الاعمال
			مشاهدة الصور والإنفوجرافيك المتعلقة بأنشطة حاضنة الاعمال
			مشاهدة مقاطع الفيديو (المسجلة أو البث المباشر) لكل ما تبثه حاضنة الاعمال
			قراءة التعليقات والتفاعل بين المتابعين داخل صفحة حاضنة الاعمال
			الضغط والاطلاع على الروابط الخارجية التي تشاركها صفحة حاضنة الاعمال
			التفاعل مع المحتويات : كتابة تعليق أو طرح سؤال.
			التفاعل مع المحتويات : مشاركة محتوى من صفحة حاضنة الاعمال.
			إرسال رسالة خاصة للصفحة من أجل الاستفسار

4) ماهي الإشباعات المحققة من استخدام صفحة حاضنة الاعمال لجامعة
المسييلة

درجة القياس					العبارات
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	
					01 تساعدني صفحة الفيسبوك للحاضنة باعتبارها مصدر رئيسي لمعرفة آخر أخبار ومستجدات الحاضنة.
					02 تساعدني الصفحة على فهم أفضل لمفهوم ريادة الأعمال وما يتطلبه إنشاء مشروع.
					03 تلبى الصفحة حاجتي للمعرفة بالفرص المتاحة للطلبة أصحاب المشاريع (مسابقات - دعم - تمويل).
					04 أشعر من خلال متابعة الصفحة بأنني جزء من مجتمع رواد الأعمال الشباب في الجامعة.
					05 تساعدني متابعة الصفحة على اكتساب أفكار جديدة أو تطوير فكري الحالية للمشروع.
					06 أجد في محتوى الصفحة (مثل قصص النجاح) ما يرفع من معنوياتي ويشجعني على المضي قدماً في مشروعي أو فكري.
					07 تتيح لي الصفحة فرصة للتفاعل (ولو بشكل غير مباشر) مع خبراء أو مستشارين في مجال ريادة الأعمال.
					08 تحصلت من خلال الصفحة على معلومات حول المشاريع الناشئة وجملة من النصائح حول ريادة الأعمال وطبيعة فرص التمويل.
					09 مكنتني صفحة فيسبوك حاضنة الاعمال من ربط علاقات مع رواد أعمال وتوسيع نطاق فهمي للمشاريع الناشئة.

الملاحق

المحور الثالث: مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة أعمال في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة

درجة القياس					العبارات
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	
					01 المعلومات المنشورة على الصفحة ذات صلة باحتياجات الطلبة المهتمين بزيادة الأعمال
					02 المحتوى المنشور يتميز بالوضوح وسهولة الفهم لدى مستخدميه
					03 محتوى الصفحة ذو جودة عالية ومفيدة للطلبة حاملي المشاريع
					04 اعتبر المعلومات المقدمة في الصفحة موثوقة ودقيقة من تجارب الخبراء والرواد
					05 تنوع المواضيع المطروحة في الصفحة يلبي اهتماماتي في مجال المشاريع الناشئة والمقاولاتية
					06 محتوى الصفحة متنوع ويشتمل أشكالاً مختلفة (نصوص - صور - فيديو) لكل مراحل المشاريع الناشئة
					07 التصميم البصري للمنشورات (الصور - فيديوهات) جذاب ومناسب ويلبي احتياجات مستخدميه
					08 المحتوى المقدم يساهم في زيادة معرفتي بمجال زيادة الأعمال
					09 لغة الكتابة في المنشورات واضحة وسهلة الفهم ساعدتني على تكوين أفكار إيجابية حول المشاريع الناشئة
					10 ساهمت متابعتي لصفحة الحاضنة في زيادة حماسي ورغبتني في إطلاق مشروع خاص.
					11 ساعدتني المعلومات المنشورة على الصفحة في تحويل فكري الأولية إلى خطة عمل أوضح.
					12 تعرفت من خلال الصفحة على موارد أو أدوات (مواقع- برامج-جهات دعم) أفادتني في مشروعي.
					13 شجعتني الصفحة على المشاركة في فعاليات (ورشات- مسابقات) نظمتها الحاضنة، مما ساعدني على تطوير مهاراتي.
					14 ساعدتني الصفحة على فهم أفضل للتحديات التي قد أواجهها وكيفية التعامل معها.
					15 سهلت الصفحة عملية التواصل مع حاضنة الأعمال للحصول على استشارة أو دعم.
					16 بشكل عام، أعتبر أن لصفحة الفيسبوك دور إيجابي وملمس في تشجيع ودعم مشاريع الطلبة الناشئة بالجامعة.

الملحق (02)

مخرجات برنامج SPSS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,686	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,638	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,917	16

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,933	40

الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة صفحة فيسبوك
حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.

الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	39
للبحث عن معلومات حول ريادة الأعمال بشكل عام.	Pearson Correlation	,680**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
لمعرفة أخبار وفعاليات الحاضنة ورشات، مسابقات، مواعيد.	Pearson Correlation	,473**
	Sig. (2-tailed)	,002
	N	39
للاطلاع على قصص نجاح طلبة آخرين ومشاريعهم.	Pearson Correlation	,635**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39

الملاحق

للبحث عن فرص دعم أو تمويل للمشاريع.	Pearson Correlation	,659**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
للتواصل مع فريق الحاضنة أو طرح استفسارات.	Pearson Correlation	,634**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
لمعرفة ما يقوم به زملائي المهتمون بزيادة الأعمال.	Pearson Correlation	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
الفضول أو مجرد التصفح العام.	Pearson Correlation	,682**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39

نوعية الأنشطة أثناء استخدام

فيسبوك صفحة حاضنة

الأعمال لجامعة المسيلة.

نوعية الأنشطة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	39
قراءة المنشورات النصية/المقالات، المتاحة على صفحة حاضنة الأعمال.	Pearson Correlation	,468**
	Sig. (2-tailed)	,003
	N	39
مشاهدة الصور والإنفوجرافيك المتعلقة بأنشطة حاضنة الأعمال.	Pearson Correlation	,617**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
مشاهدة مقاطع الفيديو المسجلة أو البث المباشر (لكل ما تبثه حاضنة الأعمال.	Pearson Correlation	,357*
	Sig. (2-tailed)	,026
	N	39
قراءة التعليقات والتفاعل بين المتابعين داخل صفحة حاضنة الأعمال.	Pearson Correlation	,468**
	Sig. (2-tailed)	,003
	N	39
الضغط والاطلاع على الروابط الخارجية التي تشاركها صفحة حاضنة الأعمال.	Pearson Correlation	,529**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	39
التفاعل مع المحتويات: كتابة تعليق أو طرح سؤال.	Pearson Correlation	,519**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	39
التفاعل مع المحتويات: مشاركة محتوى من صفحة حاضنة الأعمال.	Pearson Correlation	,489**
	Sig. (2-tailed)	,002
	N	39
إرسال رسالة خاصة للصفحة من أجل الاستفسار.	Pearson Correlation	,438**
	Sig. (2-tailed)	,005

الملاحق

N	39	
الإشباعات المحققة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.		
الإشباعات المحققة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
N	39	
تساعدني صفحة الفيسبوك للحاضنة باعتبارها مصدر رئيسي لمعرفة آخر أخبار ومستجدات الحاضنة.	Pearson Correlation	,554**
	Sig. (2-tailed)	,000
N	39	
تساعدني الصفحة على فهم أفضل لمفهوم ريادة الأعمال وما يتطلبه إنشاء مشروع.	Pearson Correlation	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000
N	39	
تلمي الصفحة حاجتي للمعرفة بالفرص المتاحة للطلبة أصحاب المشاريع مسابقات-دعم-تمويل.	Pearson Correlation	,622**
	Sig. (2-tailed)	,000
N	39	
أعر من خلال متابعة الصفحة بأنني جزء من مجتمع رواد الأعمال الشباب في الجامعة.	Pearson Correlation	,689**
	Sig. (2-tailed)	,000
N	39	
تساعدني متابعة الصفحة على اكتساب أفكار جديدة أو تطوير فكري الحالية للمشروع.	Pearson Correlation	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000
N	39	
أجد في محتوى الصفحة) مثل قصص النجاح (ما يرفع من معنوياتي ويشجعني على المضي قدما في مشروع أو فكري.	Pearson Correlation	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000
N	39	
تتيح لي الصفحة فرصة التفاعل) ولو بشكل غير مباشر (مع خبراء أو مستشارين في مجال ريادة الأعمال.	Pearson Correlation	,630**
	Sig. (2-tailed)	,000
N	39	
تحصلت من خلال الصفحة على معلومات حول المشاريع الناشئة وجملة من النصائح حول ريادة الأعمال وطبيعة فرص التمويل.	Pearson Correlation	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000
N	39	
مكنتني صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال من ربط علاقات مع رواد أعمال وتوسيع نطاق فهمي للمشاريع الناشئة.	Pearson Correlation	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000
N	39	
مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة.		
مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة.	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
N	39	

الملاحق

المعلومات المنشورة على الصفحة ذات صلة باحتياجات الطلبة المهتمين بزيادة الأعمال.	Pearson Correlation	,510**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	39
المحتوى المنشور يتميز بالوضوح وسهولة الفهم لدى مستخدميه.	Pearson Correlation	,493**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	39
محتوى الصفحة ذو جودة عالية ومفيدة للطلبة حاملي المشاريع.	Pearson Correlation	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
اعتبر المعلومات المقدمة في الصفحة موثوقة ودقيقة من تجارب الخبراء والرواد.	Pearson Correlation	,531**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	39
تنوع المواضيع المطروحة في الصفحة يلبي اهتماماتي في مجال المشاريع الناشئة والمقاولاتية.	Pearson Correlation	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
محتوى الصفحة متنوع ويشتمل أشكالاً مختلفة (نصوص-صور-فيديو لكل مراحل المشاريع الناشئة).	Pearson Correlation	,666**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
التصميم البصري للمنشورات (الصور-فيديوهات (جذاب ومناسب ويلبي احتياجات مستخدميه.	Pearson Correlation	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
المحتوى المقدم يساهم في زيادة معرفتي بمجال زيادة الأعمال.	Pearson Correlation	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
لغة الكتابة في المنشورات واضحة الفهم ساعدتني على تكوين أفكار إيجابية حول المشاريع الناشئة.	Pearson Correlation	,635**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
ساهمت متابعتي لصفحة الحاضنة في زيادة حماسي ورغبتي في إطلاق مشروع خاص.	Pearson Correlation	,717**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
ساعدتني المعلومات المنشورة على الصفحة في تحويل فكري الأولى إلى خطة عمل أوضح.	Pearson Correlation	,876**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
تعرفت من خلال الصفحة على موارد أو أدوات (مواقع-برامج-جهات دعم) أفادتني في مشروعي.	Pearson Correlation	,437**
	Sig. (2-tailed)	,005
	N	39
شجعتني الصفحة على المشاركة في فعاليات ورشات-مسابقات (نظمتها الحاضنة، مما ساعدني على تطوير مهاراتي.	Pearson Correlation	,566**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
ساعدتني الصفحة على فهم أفضل	Pearson Correlation	,839**

الملاحق

للتحديات التي قد أواجهها وكيفية التعامل معها.	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
سهلت الصفحة عملية التواصل مع حاضنة الأعمال للحصول على استشارة أو دعم.	Pearson Correlation	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39
بشكل عام، اعتبر أن لصفحة الفيسبوك دور إيجابي وملومس في تشجيع ودعم مشاريع الطلبة الناشئة بالجامعة.	Pearson Correlation	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	39

الكلية المعهد

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	20	51,3	51,3	51,3
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	2	5,1	5,1	56,4
كلية العلوم	12	30,8	30,8	87,2
كلية التكنولوجيا	5	12,8	12,8	100,0
Total	39	100,0	100,0	

المستوى الدراسي الحالي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ماستر	39	100,0	100,0	100,0

مامدى اهتمامك الشخصي بمجال ريادة الأعمال وإنشاء المشاريع الخاصة؟

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid مهتم جداً	21	53,8	53,8	53,8
مهتم بالمجال	14	35,9	35,9	89,7
مهتم إلى حد ما	4	10,3	10,3	100,0
Total	39	100,0	100,0	

مامدى اطلاعك على منشورات صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال؟

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid يوميا	23	59,0	59,0	59,0
أسبوعيا	13	33,3	33,3	92,3
شهريا	3	7,7	7,7	100,0
Total	39	100,0	100,0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
للبحث عن معلومات حول ريادة الأعمال بشكل عام.	39	1	3	2,21	,732
لمعرفة أخبار وفعاليات الحاضنة (ورشات، مسابقات، مواعيد).	39	1	3	2,72	,560

الملاحق

للاطلاع على قصص نجاح طلبة آخرين ومشاريعهم.	39	1	3	2,05	,826
للبحث عن فرص دعم أو تمويل للمشاريع.	39	1	3	2,28	,793
للتواصل مع فريق الحاضنة أو طرح استفسارات.	39	1	3	1,82	,683
لمعرفة ما يقوم به زملائي المهتمون بريادة الأعمال.	39	1	3	2,15	,844
الفضول أو مجرد التصفح العام.	39	1	3	1,79	,801
قراءة المنشورات النصية/المقالات، المتاحة على صفحة حاضنة الأعمال.	39	1	3	2,46	,643
مشاهدة الصور والإنفوجرافيك المتعلقة بأنشطة حاضنة الأعمال.	39	1	3	2,38	,633
مشاهدة مقاطع الفيديو المسجلة أو البث المباشر (لكل ما تتيحه حاضنة الأعمال).	39	1	3	2,08	,580
قراءة التعليقات والتفاعل بين المتابعين داخل صفحة حاضنة الأعمال.	39	1	3	1,77	,706
الضغط والاطلاع على الروابط الخارجية التي تشاركها صفحة حاضنة الأعمال.	39	1	3	2,08	,739
التفاعل مع المحتويات: كتابة تعليق أو طرح سؤال.	39	1	3	1,54	,643
التفاعل مع المحتويات: مشاركة محتوى من صفحة حاضنة الأعمال.	39	1	3	1,67	,662
إرسال رسالة خاصة للصفحة من أجل الاستفسار.	39	1	3	1,62	,673
تساعدني صفحة الفيسبوك للحاضنة باعتبارها مصدر رئيسي لمعرفة آخر أخبار ومستجدات الحاضنة.	39	4	5	4,77	,427
تساعدني الصفحة على فهم أفضل لمفهوم ريادة الأعمال وما يتطلبه إنشاء مشروع.	39	1	5	4,00	,889
تلبى الصفحة حاجتي للمعرفة بالفرص المتاحة للطلبة أصحاب المشاريع (مسابقات-دعم-تمويل).	39	2	5	4,23	,667
أعر من خلال متابعة الصفحة بأنني جزء من مجتمع رواد الأعمال الشباب في الجامعة.	39	1	5	3,90	,821
تساعدني متابعة الصفحة على اكتساب أفكار جديدة أو تطوير فكري الحالية للمشروع.	39	1	5	3,92	,929

الملاحق

أجد في محتوى الصفحة) مثل قصص النجاح (ما يرفع من معنوياتي ويشجعني على المضي قدما في مشروعي أو فكري.	39	1	5	3,87	,978
تتيح لي الصفحة فرصة التفاعل) ولو بشكل غير مباشر (مع خبراء أو مستشارين في مجال ريادة الأعمال.	39	1	5	3,54	1,047
تحصلت من خلال الصفحة على معلومات حول المشاريع الناشئة وجملة من النصائح حول ريادة الأعمال وطبيعة فرص التمويل.	39	1	5	3,90	1,095
مكنتني صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال من ربط علاقات مع رواد أعمال وتوسيع نطاق فهمي للمشاريع الناشئة.	39	1	5	3,23	1,038
المعلومات المنشورة على الصفحة ذات صلة باحتياجات الطلبة المهتمين بريادة الأعمال.	39	3	5	4,41	,595
المحتوى المنشور يتميز بالوضوح وسهولة الفهم لدى مستخدميه.	39	2	5	4,05	,887
محتوى الصفحة ذو جودة عالية ومفيدة للطلبة حاملي المشاريع.	39	2	5	4,05	,857
اعتبر المعلومات المقدمة في الصفحة موثوقة ودقيقة من تجارب الخبراء والرواد.	39	2	5	3,95	,916
تنوع المواضيع المطروحة في الصفحة يلبي اهتماماتي في مجال المشاريع الناشئة والمقاولاتية.	39	2	5	3,90	,852
محتوى الصفحة متنوع ويشتمل أشكالاً مختلفة) نصوص-صور-فيديو (لكل مراحل المشاريع الناشئة.	39	2	5	3,95	,887
التصميم البصري للمنشورات) الصور-فيديوهات (جذاب ومناسب ويلبي احتياجات مستخدميه.	39	1	5	3,79	1,105
المحتوى المقدم يساهم في زيادة معرفتي بمجال ريادة الأعمال.	39	2	5	3,95	,647
لغة الكتابة في المنشورات واضحة الفهم ساعدتني على تكوين أفكار إيجابية حول المشاريع الناشئة.	39	1	5	4,00	,918
ساهمت متابعتي لصفحة الحاضنة في زيادة حماسي ورغبتي في إطلاق مشروعي الخاص.	39	1	5	4,05	,857

الملاحق

ساعدتني المعلومات المنشورة على الصفحة في تحويل فكرتي الأولية إلى خطة عمل أوضح.	39	1	5	3,85	1,040
تعرفت من خلال الصفحة على موارد أو أدوات (مواقع-برامج-جهات دعم) أفادتني في مشروع.	39	2	5	3,74	,818
شجعتني الصفحة على المشاركة في فعاليات (ورشات-مسابقات) نظمتها الحاضرة، مما ساعدني على تطوير مهاراتي.	39	1	5	4,15	,933
ساعدتني الصفحة على فهم أفضل للتحديات التي قد أواجهها وكيفية التعامل معها.	39	1	5	3,82	,823
سهلت الصفحة عملية التواصل مع حاضنة الأعمال للحصول على استشارة أو دعم.	39	2	5	3,95	,857
بشكل عام، اعتبر أن لصفحة الفيسبوك دور إيجابي وملهم في تشجيع ودعم مشاريع الطلبة الناشئة بالجامعة.	39	1	5	4,28	,887
الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	39	1,29	2,86	2,1465	,44394
نوعية الأنشطة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	39	1,25	2,63	1,9487	,32154
الإشباع المحققة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	39	1,67	5,00	3,9288	,61785
مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة.	39	2,13	5,00	3,9936	,58416
Valid N (listwise)	39				

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk	
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df
الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	,138	39	,060	,956	39

الملاحق

نوعية الأنشطة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	,127	39	,111	,977	39
الإشباع المحققة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	,131	39	,092	,910	39
مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة.	,143	39	,042	,935	39

a. Lilliefors Significance Correction

One-Sample Test

Test Value = 2

	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
الأسباب الرئيسية لزيارة أو متابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	2,061	38	,046	,14652	,0026	,2904
نوعية الأنشطة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة.	,996	38	,026	,05128	- ,1555	,0529

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The median of الإشباع المحققة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة, equals 3,00.	One-Sample Wilcoxon Signed Rank Test	,000	Reject the null hypothesis.
2	The median of مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة . equals 3,00.	One-Sample Wilcoxon Signed Rank Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,050.



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
قسم علوم الاعلام والاتصال
الرقم:

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه : السيد(ة): قَاصِدُ أَهْدِيهِ

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبه

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 20 81 348 21

الصادرة بتاريخ: 27.27.2022 عندئذ: يسعد

المسجل(ة) بكلية: علوم الاعلام والاتصال قسم: علوم الاجتماع و الاتصال

تخصص: الاتصال و الاعلام و الصحافة تحت رقم التسجيل: 202035071292

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تربية الشباب - لحاضنة

الاعمال في تدبير الصحافة الإلكترونية لدى طلبة جامعة المسيلة

اصح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في

انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في:

امضاء المعني (ة):

عبد الكريم بشري



عن رئيس المجلس الشعبي البلدي
وبتفويض منه: عون رئيسي للإدارة الإقليمية
عبد الكريم بشري

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

ملخص

هدفت الدراسة إلى بيان دور مواقع التواصل الاجتماعي -فيسبوك- لحاضنة الأعمال في تشجيع المشاريع الناشئة لدى طلبة جامعة المسيلة، من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعة محل الدراسة، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي وأداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة على عينة مكونة من 39 طالب، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: إلى أنه توجد العديد من الأسباب التي تدفع الطلبة لزيارة ومتابعة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، وأن الأنشطة التي يقوم بها الطلبة متنوعة أثناء استخدام فيسبوك صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، وأنه توجد إشباعات محققة للطلبة من استخدام صفحة حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة، بالإضافة إلى مساهمة صفحة فيسبوك حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة الإيجابية في تشجيع مشاريع الطلبة الناشئة.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، المشاريع الناشئة، جامعة المسيلة.

Summary

The study aimed to demonstrate the role of social networking sites - Facebook - for the business incubator in encouraging emerging projects among students of the University of M'sila, through a field study on a sample of students of the university under study, where the descriptive approach and the questionnaire tool were relied upon to collect study data on a sample consisting of 39 students, and the study reached several results, including: that there are many reasons that motivate students to visit and follow the Facebook page of the Business Incubator of the University of M'sila, and that the activities that students carry out while using the Facebook page of the Business Incubator of the University of M'sila are diverse, and that there are achieved satisfactions for students from using the page of the Business Incubator of the University of M'sila, in addition to the positive contribution of the Facebook page of the Business Incubator of the University of M'sila in encouraging emerging students' projects.

Keywords: Social media, startups, University of M'sila.