

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام



الموضوع:

إسهام الوسائط الاتصالية الجديدة في تثمين التراث الحرفي الجزائري
دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري

خلال الفترة 2019- 2021

رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (ل.م.د.)
في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : صحافة واتصال المنظمات

تحت إشراف: أ.د/ لمشونشي مبروك

من إعداد: بوهدة شهرزاد

قدمت ونوقشت علنا:

أمام أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	مؤسسة الانتماء
أ.د/ بن زاوي عبد السلام	أستاذ التعليم العالي	رئيسا	م.و.ص.ع. إ
أ.د/ لمشونشي مبروك	أستاذ التعليم العالي	مقرا	م.و.ص.ع. إ
د/ غديري كريمة	أستاذ محاضر-أ-	عضوا	م.و.ص.ع. إ
د/ بوحوالي محمد	أستاذ محاضر-أ-	عضوا	م.و.ص.ع. إ
د/ بن علي سماش	أستاذ محاضر-أ-	عضوا	جامعة الجزائر 3
د/ كيحول طالب	أستاذ محاضر-أ-	عضوا	جامعة خميس مليانة

الدفعة 2017

السنة الجامعية: 2022- 2023

إهداء:

أسمى عبارات الشكر والامتنان والعرفان والتقدير والحب إلى " أبي وأمي "

فمن دواعي الفخر والاعتزاز أن أهدي ثمرة جهد هذا العمل المتواضع

إلى والديا الكريمين " أبي وأمي " حفظهما الله ورعاها

إلى كل من أنار لي الطريق في سبيل تحصيل ولو قدر بسيط من العلم

إلى أساتذتي الكرام الذين تعاقبوا على تعليمي من الابتدائي حتى الجامعي

إلى أخواتي وأخي " أحمد " على وجه الخصوص رعاهم الله ووفقهم في حياتهم

كما أهديه إلى جميع أفراد أسرتي من الكبير إلى الصغير

إلى كل ورفقاء الدراسة من دون استثناء

إلى كل باحث وطالب يقدر العلم ويسعى لطلبه

إلى كل من " عرفهم قلبي ولم يذكرهم قلبي "

شهرزاد

شكر وعرفان:

نشكر الله عز وجل ونحمده كثيرا أن وفقنا في إنجاز هذا العمل المتواضع
فالحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى
أتقدم بأسمى عبارات العرفان والاحترام للأستاذ المشرف لمشونشي مبروك
وأشكره جزيل الشكر على إشرافه علينا وعلى المساعدة والإرشادات والنصائح
التي قدمها لنا طيلة سنوات إشرافه على هذا العمل فله كل الامتنان والتقدير
كما أشكر كل من ساعدني من قريب أو بعيد في إنجاز هذه الدراسة

قائمة المحتويات

ص	المحتويات
أ	إهداء
ب	شكر وعرفان
ج	قائمة المحتويات
ز	قائمة الجداول
ح	قائمة الأشكال
ط	الملخص باللغة العربية
ي	الملخص باللغة الإنجليزية
ك	الملخص باللغة الفرنسية
	مقدمة
01	مقدمة
	الفصل الأول: المقاربة المنهجية للدراسة
06	أولا: إشكالية الدراسة
11	ثانيا: تساؤلات الدراسة
12	ثالثا: أهداف الدراسة
13	رابعا: أهمية الدراسة
15	خامسا: أسباب اختيار موضوع الدراسة
16	سادسا: المفاهيم الأساسية للدراسة
28	سابعا: الدراسات السابقة
30	(1) الدراسات الجزائرية
47	(2) الدراسات العربية
54	(3) الدراسات الأجنبية
66	ثامنا: الخلفيات النظرية للدراسة
67	(1) نظرية ثراء الوسائط الجديدة (غنى الوسائط الجديدة)
87	(2) مقارنة تثمين المصدر التراثي

قائمة المحتويات

الفصل الثاني: البناء المفاهيمي والنظري للوسائط الاتصالية الجديدة	
97	تمهيد
المبحث الأول: المنظور المعرفي والمفاهيمي للوسائط الاتصالية الجديدة	
98	المطلب الأول: الوسائط الاتصالية الجديدة بين إشكاليتي تحديد التعريف وتعدد الاتجاهات الفكرية
111	المطلب الثاني: الأطروحات والمنطلقات الفكرية لمقاربات الوسائط الاتصالية الجديدة
121	المطلب الثالث: التوجهات البحثية الحديثة في دراسة خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة ووظائفها
المبحث الثاني: تصنيفات وتطبيقات الوسائط الاتصالية الجديدة ومجالات ثرائها	
126	المطلب الأول تصنيفات وتطبيقات الوسائط الاتصالية الجديدة
132	المطلب الثاني: مجالات ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة
141	المطلب الثالث: الوسائط الاتصالية الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية بين التكامل والتنافس
المبحث الثالث: الفيسبوك كأهم وأبرز الوسائط الاتصالية الجديدة	
146	المطلب الأول: الفيسبوك وديناميكية تطوره حتى الوصول إلى ما وراء العالم التقليدي " الميتافيرس
152	المطلب الثاني: الوظائف الاتصالية والإعلامية لموقع الفيسبوك وخصوصية خدماته
155	المطلب الثالث: الثراء والحضور الاجتماعي لموقع الفيسبوك
157	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: التراث الحرفي بين المحافظة عليه والاندثار في ظل التحديات الراهنة	
159	تمهيد
المبحث الأول: الأدبيات النظرية للتراث الحرفي وأهميته	
160	المطلب الأول: مدخل مفاهيمي للتراث الحرفي
166	المطلب الثاني: المقاربات النظرية المفسرة للنشاط الحرفي وتطوره
177	المطلب الثالث: قيمة وأهمية التراث الحرفي
المبحث الثاني: أليات وسبل حماية التراث الحرفي والحفاظ عليه	
186	المطلب الأول: الاتجاهات والمداخل المتعلقة بالحفاظ على التراث الحرفي وصونه
190	المطلب الثاني: وسائل وأليات حماية التراث الحرفي وتثمينه
203	المطلب الثالث: نماذج وتجارب دولية رائدة في الحفاظ على التراث الحرفي

قائمة المحتويات

	المبحث الثالث: حماية وصون التراث الحرفي في ظل التحديات الراهنة
209	المطلب الأول: إشكالات وتحديات حماية وصون التراث الحرفي
212	المطلب الثاني: الحلول والتدابير لحماية وصون التراث الحرفي
217	المطلب الثالث: وسائل الاعلام والوسائط الجديدة جانب جديد من جوانب حفظ التراث الحرفي
223	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع: الحرف والصناعة التقليدية الجزائرية واستراتيجيات تنميتها المستدامة
225	تمهيد
	المبحث الأول: الحرف والصناعات التقليدية مكون رئيس للموروث الثقافي الجزائري
226	المطلب الأول: سياق التطور التاريخي للحرف والصناعات التقليدية بالجزائر
230	المطلب الثاني: خصائص وأنواع الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية
234	المطلب الثالث: قيمة وأهمية الحرف والصناعات التقليدية بالمجتمع الجزائري
	المبحث الثاني: تشخيص قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر
243	المطلب الأول: مسار تطور قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر وإطاره التشريعي والتنظيمي
253	المطلب الثاني: الفاعلين في قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر
262	المطلب الثالث: المشاكل والتحديات التي تواجه الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر
	المبحث الثالث: مكانة الوسائط الاتصالية الجديدة
	ضمن استراتيجيات التنمية المستدامة للحرف والصناعات التقليدية في الجزائر
270	المطلب الأول: الاستراتيجيات التي وضعتها الجزائر لتنمية الحرف والصناعات التقليدية واستدامتها
278	المطلب الثاني: إدماج المقاربة الاتصالية التشاركية بين الفاعلين بالنشاط الحرفي لتطويره
287	المطلب الثالث: الوسائط الجديدة والرقمنة أداة فاعلة في سياسات الدعم والمرافقة للنشاط الحرفي
298	المطلب الرابع: رؤية تحليلية لتنمية وتثمين الحرف والصناعات التقليدية في ظل الوسائط الجديدة من خلال إستراتيجية أفاق 2035
306	خلاصة الفصل

قائمة المحتويات

الفصل الخامس: تقييم لدور صفحات الفيسبوك للفاعلين كأداة مُساهمة في تثمين الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية	
308	تمهيد
المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية	
309	المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها
311	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
324	المطلب الثالث: أدوات وحدود الدراسة
346	المطلب الرابع: أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة
المبحث الثاني: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة التحليلية لمضامين الصفحات المدروسة	
347	المطلب الأول: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بشكل المضامين التي تنشرها الصفحات المدروسة
358	المطلب الثاني: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بطبيعة المضامين التي تنشرها الصفحات المدروسة
398	المطلب الثالث: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بمدى ثراء مضامين الصفحات المدروسة
المبحث الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية	
428	المطلب الأول: عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات الدراسة
444	المطلب الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
451	المطلب الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء الخلفيات النظرية للدراسة
456	النتائج العامة للدراسة
463	مقترحات الدراسة
465	الخاتمة
467	قائمة المراجع
493	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
318	يوضح طريقة اختيار مفردات العينة الدراسة التحليلية	01
348	يبين فئة البيانات والمعلومات الخاصة بالصفحات المدروسة	02
350	يبين فئة العناصر التعريفية بالصفحات المدروسة	03
352	يبين فئة طبيعة الخدمات المقدمة في منشورات الصفحات المدروسة	04
355	يبين فئة الاستمالات الإقناعية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة	05
359	يبين فئة مواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف	06
363	يبين فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف	07
372	يبين فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف	08
378	يبين فئة المواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى	09
382	يبين فئة أهداف منشورات الصفحات المدروسة	10
391	يبين فئة الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة	11
395	يبين فئة الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة	12
398	يبين فئة استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة في منشورات الصفحات المدروسة	13
403	يبين فئة التركيز الشخصي على الوسيلة في منشورات الصفحات المدروسة	14
407	يبين فئة تعدد الرموز والوسائط المتاحة في منشورات الصفحات المدروسة	15
414	يبين فئة معدل التحديث والنشر اليومي في الصفحات المدروسة	16
417	يبين فئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة	17
421	يبين فئة التعليقات نحو منشورات الصفحات المدروسة	18

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يبين فئة طبيعة الخدمات المقدمة في منشورات الصفحات المدروسة	353
02	بين فئة الاستمالات الإقناعية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة	356
03	يبين فئة مواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف	360
04	يبين فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف	365
05	يبين فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف	374
06	يبين فئة المواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى	379
07	يبين فئة أهداف منشورات الصفحات المدروسة	385
08	يبين فئة الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة	392
09	يبين فئة الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة	395
10	يبين فئة استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة في منشورات الصفحات المدروسة	399
11	بين فئة التركيز الشخصي على الوسيلة في منشورات الدراسة	404
12	يبين فئة تعدد الرموز والوسائط المتاحة في منشورات الصفحات المدروسة	408
13	يبين فئة معدل التحديث والنشر اليومي في الصفحات المدروسة	415

تناولت هذه الدراسة موضوع إسهام الوسائط الاتصالية الجديدة في تثمين التراث الحرفي الجزائري، حيث هدفت إلى تسليط الضوء على دور صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي كنموذج من الوسائط الاتصالية الجديدة في تثمين التراث الحرفي الجزائري، تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التحليلية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اتباع المنهج المسحي باستخدام أداة تحليل المضمون كأداة رئيسة لجمع المعلومات ، وذلك من أجل تحليل محتوى لعينة من منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي بهدف استقراء واستخلاص مدى توفر أبعاد تثمين التراث الحرفي الجزائري من حيث الشكل والمضمون في هذه الصفحات، وقد توصلت الدراسة التحليلية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- وجود مساهمة إيجابية وفعالة للوسائط الاتصالية الجديدة في تثمين الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية.

- كما تبين وجود اهتمام كبير من طرف صفحات الفيسبوك للفاعلين بإظهار الحرف والصناعات التقليدية عن طريق نشر وتقديم مختلف المضامين والمواضيع المرتبطة بالتعريف بها لإظهارها وإبراز قيمتها، وهذا من أجل تثمينها وحمايتها من الزوال والاندثار.

- ومن نتائج الدراسة التحليلية تم التوصل أيضا إلى أن صفحات الفيسبوك للفاعلين بالنشاط الحرفي تُوفر أغلب سمات الثراء التي يتيحها موقع الفيسبوك لمستخدميه من خلال احتوائه على مختلف أدوات التفاعلية والرموز والوسائط، ما جعله فضاء داعما لتثمين التراث الحرفي والحفاظ عليه.

الكلمات المفتاحية: الوسائط الاتصالية الجديدة، صفحات الفيسبوك، التثمين، التراث الحرفي، الفاعلين في النشاط الحرفي، الصناعات التقليدية.

Abstract

The present study was about the contribution of new media in the valorisation of the Algerian craft heritage. It highlighted the role of craft production actors' Facebook pages, which serve as a model of the new media in the valorisation of the Algerian craft heritage.

The approach that was adopted in this study is the descriptive analytical approach. To reach the intended objective, a survey methodology was chosen using content analysis as a main tool for collecting data. These were designed to analyse a sample content of the actors' publications on their Facebook pages about craft activity so as to extrapolate and extract the valorisation of the Algerian craft heritage aspects in these pages. The main results of this study are summarised in the following points:

- There is a positive and effective contribution of new media in the valorisation of Algerian crafts.
- It has been also revealed that a great interest was manifested by the Facebook actors in presenting the traditional crafts by publishing various topics which are related to the definition of these crafts and highlighting their value for the purpose of preserving them from extinction.
- This analytical study also concluded that craft production actors' Facebook pages are considered as one of the rich sources of new media for the features supplied by Facebook to its users through various interactive tools, symbols, and media. This makes Facebook a supporting space for the valorisation and preservation of the craft heritage.

Key words: New media, Facebook pages, Valorisation, Craft heritage,

Résumé

Cette étude focalise sur la contribution des nouveaux médias à la valorisation du patrimoine artisanal algérien, en mettant en exergue le rôle des pages Facebook des acteurs dans la production artisanale, qui servent de modèle aux nouveaux médias, dans la valorisation du patrimoine artisanal algérien.

Notre approche est fondamentalement analytique descriptive. A cette fin, une méthodologie d'enquête est adoptée en utilisant l'analyse de contenu pour la collecte de données. Elle est conçue pour analyser un échantillon de contenu des publications des acteurs dans la production artisanale sur Facebook afin d'extrapoler et d'extraire la valorisation des aspects patrimoniaux de l'artisanat algérien dans ces pages, L'étude analytique a abouti à un ensemble de résultats dont les plus importants sont :

- L'existence d'une contribution positive et efficace des nouveaux médias à la valorisation de l'artisanat algérien.
- Il a été révélé qu'un grand intérêt a été montré par les ces acteurs de Facebook pour présenter les métiers traditionnels via la publication de divers sujets liés à leur nature. L'objectif de ces acteurs est de démontrer et de renforcer la valeur des artisanats en vue de les préserver.
- L'étude analytique indique que les pages Facebook des acteurs dans la production artisanale offrent l'essentiel de la richesse des fonctionnalités fournies par Facebook à ses utilisateurs, ce qui est réalisé par divers symboles et médias d'outils interactifs. Cela fait de Facebook un espace de soutien à la valorisation et à la préservation du patrimoine artisanal.

Mots clés : Nouveaux médias, Pages Facebook, Valorisation, Patrimoine artisanal, Acteurs dans la production artisanale, Industries traditionnelles.

مقدمة

أفضت التطورات التقنية والتكنولوجية التي شهدتها العالم بشكل عام والانترنت بشكل خاص إلى ظهور أنماط اتصالية جديدة ومبتكرة أحدثت نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، ومما لا شك فيه أن هذه التطورات ساهمت في التقارب والتواصل وإزالة الفواصل والحدود بين الناس، وتعدّ الوسائط الاتصالية الجديدة من بين أهم نتائج هذه التطورات، كونها تتميز بالمرونة والتفاعلية والخدماتية والعالمية والمشاركة، فأصبحت أولوية لدى الأفراد والشركات والمنظمات وحتى لوسائل الإعلام التقليدية لإيصال رسائلها للآخرين، لذا صارت الوسائط الاتصالية والتكنولوجيات الجديدة عملية جوهرية وأساسية في كل الميادين والمجالات اليومية والحياتية على اختلافها وتنوعها، وهذا يرجع للخدمات الكثيرة التي تقدمها هذه الوسائط والتكنولوجيات التي شملت جميع مجالات الحياة البشرية.

وتمثل النشاط الحربي أحد هذه المجالات التي عرفت قدرا كبيرا من التغير والتأثير من التحديات الكبيرة التي فرضتها التطورات التكنولوجية والعولمة، والتي ساهمت بشكل كبير في اختفاء العديد من الحرف التقليدية وإهمالها وعدم الاهتمام بها، إلا أنه وبالرغم من هذه التغيرات والتأثيرات وغيرها من العوامل المرتبطة أساسا بموجات التطور التكنولوجي، فإن حضور النشاط الحربي بقي قائما بذاته بصفته مجالا لممارسة عدة أنشطة، يستمد قوته من رصيده الحضاري والإبداعي المتراكم عبر الأزمنة، فأصبحت اليوم الصناعات التقليدية والحرف من الأولويات الاستراتيجية لكل الدول ومن بينها الجزائر التي تهتم بالقطاع الحربي من خلال سياساتها وتشريعاتها والتدابير اللازمة لصونها والحفاظ عليها، لأن النشاط الحربي والصناعات التقليدية تُعد جزءا لا يتجزأ من التراث الثقافي الجزائري، وتستوحي إلهامها منه، وتمثل جانبا مهما كونها إحدى ركائز الثقافة الشعبية التي تعكس قدرات الأمم على ممارسة الحضارة بجميع أبعادها المادية والروحية لهذا كانت الدعوة ملحة لصون وحماية هذا التراث وترقيته.

ومما لا شك فيه أن تـثمين التراث الحرفي أمر مهم جدا للحفاظ على هذا الموروث الثقافي والهوية الثقافية للشعوب، ومن هذا المنطلق أصبحت الجزائر اليوم تولي اهتماما كبيرا لهذا القطاع ، كونه قطاعا تنمويا واعداد ذلك من خلال مجموعة من الآليات التي تعمل على تـثمين الحرف والصناعات التقليدية للمحافظة عليها من الاندثار والزوال، ومن بين هذه الآليات توظيف واستخدام الوسائط الجديدة لترقية الحرف والصناعات التقليدية ما فرض على الفاعلين في هذا المجال البدء بالاستعانة بهذه الوسائط وبالأخص وسيلة الفيسبوك لمواكبة العصر الحالي ومتغيراته في البيئة الاتصالية الجديدة، ولمعالجة هذا الموضوع جاءت هذه الدراسة المتعلقة بالتعرف على علاقة الوسائط الجديدة بالتراث الحرفي الجزائري، وكيف يساهم استخدام هذه الوسائط في تـثمين التراث الحرفي الجزائري، إذن ومن أجل دراسة هذه العلاقة قمنا باعتماد منهجية بحثية تم من خلالها تقسيم هذه الدراسة إلى خمسة فصول، إضافة للمقدمة والخاتمة، على النحو التالي:

الفصل الأول: عالجنا فيه موضوع الدراسة وإطارها المنهجي، وقد تم خلاله طرح إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وكذا أسباب اختيار موضوع الدراسة وأهميتها وأهدافها، لنتنقل بعدها إلى الجزء الذي عرضنا فيه تحديد المفاهيم والمصطلحات الأساسية في الدراسة، كما تطرقنا في الجزء الأخير من هذا الفصل للدراسات السابقة والخلفيات النظرية التي وظفناها في الدراسة.

الفصل الثاني: هذا الفصل تم عرض فيه المنظور النظري الخاص بموضوع الوسائط الاتصالية الجديدة، بدء بتحديد المنظورات المعرفية والمفاهيمية للوسائط الاتصالية الجديدة، ثم ذكر أهم المداخل والمنطلقات النظرية الوسائط الاتصالية الجديدة، وكذا التوجهات البحثية الحديثة في دراسة خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة ووظائفها، لنتنقل بعدها إلى الجزء الثاني الذي عرضنا فيه تصنيفات وتطبيقات الوسائط الاتصالية الجديدة ومجالات ثرائها، أما الجزء الثالث فتطرقنا لموقع الفيسبوك كأهم وأبرز الوسائط الاتصالية الجديدة.

الفصل الثالث: تناولنا في هذا الفصل موضوع التراث الحرفي بين المحافظة عليه والزوال في ظل التحديات الراهنة، وقد قسمناه إلى ثلاثة أجزاء، حيث تم في الجزء الأول منه عرض الأدبيات المفاهيمية والتنظيرية للتراث الحرفي وأهميته، أما في الجزء الثاني فتناولنا وسائل حماية التراث الحرفي والحفاظ عليه، مع عرض لمختلف المنطلقات النظرية المفسرة للاتجاهات المتعلقة بحماية التراث الحرفي والحفاظ عليه، أما الجزء الأخير من هذا الفصل فقد عرضنا فيه كل آليات حماية التراث الحرفي في ظل التحديات الراهنة.

الفصل الرابع: كان هذا الفصل قد تمحور حول واقع الحرف والصناعة التقليدية الجزائرية واستراتيجيات تنميتها المستدامة، وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة أجزاء، حيث تناولنا في الجزء الأول الحرف والصناعات التقليدية كمكون رئيس للموروث الثقافي الجزائري، ليأتي الجزء الثاني من أجل التفصيل في واقع قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر وتشخيصه، في حين تناولنا في الجزء الثالث مكانة الوسائط الاتصالية الجديدة ضمن استراتيجيات التنمية المستدامة للحرف والصناعات التقليدية في الجزائر.

الفصل الخامس: خصصنا هذا الفصل للجانب التطبيقي للدراسة، والذي كان حول تقييم دور صفحات الفيسبوك للفاعلين بالنشاط الحرفي كأداة مساهمة في تثمين الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية، وهو الفصل الذي تناولنا فيه تحليل بيانات الدراسة وتفسيرها بعد تفريغها، وقد قسمناه إلى ثلاثة أجزاء، فقد تناولنا في الجزء الأول الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية والتي شملت المنهج المستخدم، حدود الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، أدوات الدراسة، الأساليب الإحصائية للدراسة، أما الجزء الثاني فقد خصصناه لعرض وتحليل المعطيات الخاصة بفئات الشكل والمضمون تحليلًا كميًا وكيفيًا والمتعلقة بالدراسة التحليلية والمجسدة في تحليل عينة من منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري، أما الجزء الثالث فكان خاصًا بمناقشة واستخلاص النتائج استنادًا لتساؤلات الدراسة، وكذا مناقشة النتائج المتعلقة بالدراسات السابقة، وكذا النتائج المتعلقة والمتربطة بنظريات الدراسة، أما في الجزء الأخير قمنا بعرض النتائج العامة التي خلصت إليها الدراسة مع عرض مجموعة من الاقتراحات لنخلص في الأخير لوضع خاتمة الدراسة.

الفصل الأول

أولاً: إشكالية الدراسة

تواجه أدبيات الاتصال بوجه عام تحدياً مستمراً في تطور تكنولوجيات الاتصال، وتعدد قنواته وتنوع إمكانيته ووسائله واستخداماته، وهذا راجع للتطورات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة في منتصف تسعينيات القرن الماضي والتي أدت إلى إحداث نقلة نوعية وثورة غير مسبقة في عالم الاتصال، حيث يعتبر ميدان تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من أكثر الميادين تسارعاً في التطور بل إنه كان الجانب الأهم والأكثر إثارة من بين جوانب الثورة التكنولوجية جميعها (بوكانان، 2000، ص 196)، ومن أهم ما تحقق في هذا التطور هو ربط وسائل الإعلام القديمة مع الوسائل الحديثة، وخلق نمط ونظام اتصالي جديد مبني على ترابط هذه الوسائل الأمر الذي أطلق ثورة إعلامية ومعلوماتية أبرزت إمكانيات هائلة (دجاني، 1997، ص 59) ما أدى إلى ظهور الوسائط الاتصالية الجديدة والتي جاءت بهذه التسمية نتيجة التطور الكبير والتقدم العلمي الهائل والسريع في تكنولوجيات الإعلام والاتصال والتقنيات الرقمية الحديثة، وبهذا بزر مجال بحثي جديد في الاتصال، وصارت بذلك الوسائط الاتصالية الجديدة التي ظهرت معها العديد من التطبيقات والتقنيات الاتصالية على شبكة الأنترنت بشكل خاص بداية من البريد الإلكتروني (E-mail) وغرف الحوار والدرشة (Chat) والتراسل النصي وبرمجيات التواصل المباشر والقوائم البريدية، وصولاً إلى الأشكال العديدة للصحافة الإلكترونية (E-Press) مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية (Blogs)، إلخ من الوسائل التي أفرزت نوعاً جديداً من الاتصال له طبيعته وسماته الخاصة التي تميزه عن باقي أنواع وأشكال الاتصال الأخرى، فقد أصبحنا اليوم نعيش عصر الوسائط الاتصالية الجديدة في مجتمع المعلومات الذي أساسه هو استثمار التكنولوجيات الحديثة في إنتاج المعلومات الوفيرة لاستخدامها في تقديم الخدمات على نحو سريع وفعال، وكذا تقديم محتوى جذاب، مقنع، ومتجدد ذي سمة تفاعلية كبيرة ودائمة (فراج، 2017، ص 05).

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز وأهم الوسائط الاتصالية الجديدة وأحدث مُفرزات الثورة المعلوماتية وأكثرها شعبية وحضوراً، وقد أحدثت هذه المواقع ثورة في طرق الاتصال والتواصل، بحيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي (Networking Social) هي الأكثر استعمالاً وانتشاراً على شبكة الأنترنت والأكثر جلباً لمختلف شرائح الجمهور، نظراً لما تحتويه من خدمات وخصائص تميزها عن باقي الوسائط الاتصالية الجديدة، مما جعل الإقبال الجماهيري عليها عبر كافة أنحاء العالم في تزايد مستمر، وهو الأمر الذي جعل عدد منتسبيها ومستخدميها كذلك في تزايد يومياً.

ومما لا شك فيه أن موقع الفيسبوك يُعد أهم مواقع التواصل الاجتماعي وهو الذي يستقطب كل دقيقة الآلاف من المستخدمين، كما أنه يشهد كل يوم تزايد كبيراً في ظهور صفحات متنوعة وفي جميع المجالات، حيث يعد موقع الفيسبوك منذ ظهوره سنة (2004) بمثابة عين الجمهور بمختلف فئاته على كل المجريات والأحداث والوقائع، فهو يغطي بشكل كبير وشامل كل الجوانب الحياتية المختلفة الإخبارية والإعلامية، الثقافية، الترفيهية، التعليمية، العلمية وغيرها...، بحيث لم يكتفِ موقع (الفيسبوك) بوظيفة أو خدمة واحدة بل تعداها إلى العديد والكثير من الوظائف والخدمات الجديدة المتميزة والمختلفة والمتنوعة في آن واحد، وذلك استجابة لمتطلبات التطور التكنولوجي وفقاً لرغبات ومتطلبات واحتياجات جمهور المستخدمين.

وبعد الانتشار الكبير للوسائط الاتصالية الجديدة ومختلف تطبيقاتها بما فيها موقع الفيسبوك كانت هناك اجتهادات كثيرة ومقاربات متغيرة لدراسة ظاهرة الوسائط الجديدة في تجلياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، فمن المسلم به أن هذه الوسائط في بعدها الأداتي والاستخدامي، قد تسربت إلى جميع مناحي الحياة في المجتمعات المعاصرة، فأصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية لهذه المجتمعات، فنجدتها حاضرة في عالم الإعلام والاتصال، العلوم، النقل، التربية، الصحة، القانون، البيئة.... وغيرها من النشاطات والمجالات بل

لا يكاد يخلو أي مجال من مجالات الحياة إلا وقد نفذت إليه بهذا القدر أو ذاك، فالوسائط الاتصالية الجديدة تطرح الكثير من الإشكاليات المتعلقة بتأثيراتها الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، والتي كانت حافزا للعديد من الباحثين للاهتمام بها ودراستها من خلال مقاربات متعددة (الصادق، 2014، ص 11) ويمثل المجال الثقافي أحد المجالات الذي اكتسحته هذه الوسائط، وهذا في ظل توجه عالمي لفرض عالمية واحدة هجينة لأكثر من ثقافة، ما يُشكل خطرا على الهوية الثقافية للدول، والتراث الحرفي يمثل أحد عناصر ومقومات الهوية الثقافية للشعوب، فهو يمثل حيزا مهما في منظومة التعريف بثقافات الشعوب والحفاظ عليها، وهو خلاصات معبرة عن تاريخ الشعوب، بصفته أساس وعمود التراث الثقافي للشعوب، فهو من أهم المورثات التي يتوارثها الأجيال، كما يُمثل انعكاسا للمجتمع وهويته وثقافته المتنوعة لارتباطه بمورثها الحضاري والثقافي وهو ما يعطيه ويكسبه أهمية كصناعة واعدة تساهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما أنه يعتبر في ذات الوقت ذاكرة المجتمعات ومورثها المادي الذي صار محور اهتمام جل المجتمعات التي لازالت تسعى للحفاظ على هوية هذه الصناعات التراثية وإحياء تاريخها العريق، رغم هذا لا بد من التذكير أيضا أن الاهتمام بالحرف والصناعة التقليدية تأخر لسنوات عديدة في عديد الدول، ولعل سبب ذلك هو الاقتصار على التعامل معه من وجهة نظر اجتماعية فقط، جعلت منه نشاطا لا يلزمه سوى بعض الدعم والمساعدة، وهذه النظرة تكرست وبرزت على مختلف المستويات حتى الإعلامية منها، بل هناك من اعتبره مجالا للتقليد والنقل فقط، حتى أضحي مفهوم الحرف التقليدية يوازي في ذاكرة الناس أن يمثل كل ما هو قديم وعتيق وغير قابل للتطور، أضف إلى ذلك سياسة الاتكال على الدولة التي لازمت ذهن الحرفي، وهو ما انعكس على النشاط الحرفي سلبا حيث تقلصت فيه فرص المبادرة والخلق والإبداع والانفتاح على المحيط الخارجي بمختلف أشكاله.

إلا أنه وبالرغم من هذه العوامل وغيرها، المرتبطة أساسا بموجات التطور التكنولوجي والصناعي، فإن حضور النشاط الحرفي بقي قائما بصفته مجالا لممارسة عدة أنشطة وخدمات من طرف فئات واسعة، فهو يستمد قوته من رصيده الإبداعي عبر العصور والأجيال (السائري، 2016، ص 02).

فأصبحت اليوم الحرف التقليدية محل اهتمام واسع في معظم دول العالم، مع تزايد الجهود المبذولة على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية لتأكيد الأهمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للحرف التقليدية كجزء من التراث الوطني في غالبية الدول مع عدم إغفال دورها وقيمتها كنشاط ثقافي اقتصادي اجتماعي، لهذا حظي موضوع الحرف التقليدية باهتمام كبير من طرف المختصين في مجالات وحقول مختلفة، وهو ما يعكس أهمية هذا الموضوع وتعدد الزوايا التي يمكن أن يدرس منها، ولأن هذه الحرف تمثل جزءا هاما من تراث الشعوب فإن العناية بها كموضوع للبحث قد زاد من مكانتها في المجتمع وأصبحت تمثل بُعْداً استراتيجيا لدى الحكومات للتعبير عن هويتها من جهة ولرسم خططها التنموية من جهة أخرى، وأصبحت بذلك من الأولويات الاستراتيجية لكل الدول ومن بينها الجزائر.

وفي هذا الإطار دأبت الجزائر على رصد واقع الحرف والصناعات التقليدية والاشكاليات المرتبطة بتفريقها وتطورها، وذلك من خلال مقارنة تعتمد أساسا على التنمية المستدامة لهذا النشاط وفق استراتيجية متناسقة ومتكاملة الأهداف والمرامي، التي تهدف من خلال سياساتها وتشريعاتها وتدابيرها لصونها والحفاظ عليها، ومن هذا المنطلق أصبحت الجزائر اليوم تولي اهتماما بالغاً لممارسات النشاطات الحرفية لضمان بعثها وإحيائها من جديد خاصة النشاطات الحرفية التي هي مهددة بالزوال أو الاندثار.

وذلك من خلال مجموعة من الآليات التي تعمل على ترقية الحرف والصناعات التقليدية للمحافظة عليها وحمايتها وصونها، وكل هذا لا يمكن أن يتم إلا إذا تم تقدير قيمتها وأهميتها الحقيقية وذلك من خلال التعريف بها وتوفير ونشر أكبر قدر ممكن من المعلومات التي تعبر عن أصلها وتاريخها، كونها واجهة الأمم وبطاقة هويتها في تحديد انتمائها الحضاري والتاريخي لأي جزء من العالم، فهي دعامة وركيزة مهمة لتأسيس الحياة الفكرية والسلوكية للمجتمعات التي تنفرد بها في البيئة الوطنية، فهي مرآة الشعوب التي تعكس ثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم، والتي تثمر عند إتاحتها للعالم من خلال تثمينها، الأمر الذي يرفع أكثر من قيمتها ويفتح الآفاق أمامها، لهذا عملت الجزائر على تثمينها من خلال التركيز على الجانب الإعلامي والاتصالي ومواكبة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال والاستعانة بمختلف هذه التكنولوجيات والتقنيات واستخدامها في هذا المجال، ومن بين هذه التقنيات ووجدنا الوسائط الاتصالية الجديدة التي أصبحت ضرورة ملحة ومطلبا أساسيا لضمان تثمين الحرف والصناعات التقليدية والحفاظ عليها، وهذا ما فرض على الفاعلين في هذا المجال البدء بالاستعانة بهذه الوسائط وبالأخص موقع الفيسبوك لاعتباره أهم وأبرز الوسائط الاتصالية الجديدة ولكونه وسيطا يمتاز بالحضور الكبير في جميع المجالات.

وانطلاقا من الطرح السابق لنا أن نتساءل عن طبيعة الدور الذي يمكن أن تساهم به الوسائط الاتصالية الجديدة من خلال صفحات الفيسبوك للفاعلين في عملية تثمين التراث الحرفي الجزائري، ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة للتعرف على هذا الدور، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تساهم صفحات الفيسبوك للفاعلين بالنشاط الحرفي في تثمين التراث الحرفي الجزائري؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة

1) - ما هي أشكال مضامين منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري؟

❖ ما طبيعة الخدمات الموجهة للجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة؟

❖ ما نوع الاستمالات والأساليب الإقناعية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة؟

2) - ما هي طبيعة مضامين منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري؟

❖ ماهي المواضيع التي تنشرها وتقدمها صفحات الفيسبوك للفاعلين والمرتبطة بتمين التراث الحرفي الجزائري؟

❖ ماهي أهداف منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين والمرتبطة بتمين التراث الحرفي الجزائري؟

❖ من هي الفئات والشخصيات الفاعلة في مضامين منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي؟

❖ من هو الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري؟

3) - إلى أي مدى تحققت معايير ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة في منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين، وهل ساعدت أوجه الثراء التي تتمتع بها هذه الصفحات في تهمين التراث الحرفي الجزائري؟

❖ ما طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين من حيث كونها اللغة المألوفة والطبيعية؟

❖ ما مدى توفر معيار التركيز الشخصي في منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين؟

❖ ما طبيعة المادة المنشورة التي تقدمها صفحات الفيسبوك للفاعلين من حيث تعدد الوسائط والرموز المتاحة؟

❖ ما حجم تفاعل الجمهور مع مضمون منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين من حيث (عدد مرات النشر،

عدد المشاركات وعدد المشاهدات، عدد الإعجابات، عدد التعليقات على المنشورات، عدد المشاركات،

تجاه وطبيعة التعليقات)؟

ثالثا: أهداف الدراسة

لكل دراسة أو بحث علمي أهداف معينة يسعى الباحث إلى تحقيقها من أجل إبراز التصور الذي يقترحه للإحاطة بالمشكلة، لهذا يعتبر تحديد أهداف البحث ركنا أساسيا في عرض المشكلة وحصر إطارها وتحديد مجالاتها، وعلى هذا الأساس تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- محاولة تقديم إسهام بحثي حول دور وإسهامات الوسائط الاتصالية الجديدة من خلال موقع الفيسبوك في تثمين الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية.

- دراسة العلاقة بين الوسائط الاتصالية الجديدة والتثمين للتراث الحرفي الجزائري للتعرف على شكل وطبيعة الاستخدامات لهذه الوسائط وكيفية توظيفها من طرف الفاعلين في النشاط الحرفي لخلق الوعي والتعريف بهذا الموروث من أجل الحفاظ عليه من الزوال والاندثار.

- تحديد أشكال المضامين والمنشورات التي تقدمها صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري.

- التعرف على طبيعة الخدمات الموجهة للجمهور المستهدف من منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري.

- التعرف على الاستمالات والأساليب الإقناعية المتضمنة في منشورات صفحات الفاعلين في النشاط الحرفي.

- تحديد طبيعة المضامين والمنشورات التي تقدمها صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري.

- تحديد أهم المواضيع التي تطرحها صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي والمرتبطة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية.

- التعرف على أهداف منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين والمرتبطة بتثمين التراث الحرفي الجزائري.

- الكشف عن الفئات والشخصيات المحورية والفاعلة في مضامين منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين.
- التعرف على الجمهور المستهدف من منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحربي الجزائري.
- قياس مدى توفر معايير وأبعاد نظرية ثراء الوسائط الجديدة في منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين.
- تحديد طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين من حيث اللغة المألوفة والطبيعية.
- قياس مدى توفر معيار التركيز الشخصي في منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحربي.
- الكشف عن طبيعة المنشورات التي تقدمها الصفحات المدروسة من حيث تعدد الوسائط والرموز المتاحة.
- التعرف على حجم تفاعل الجمهور مع مضمون منشورات صفحات الفاعلين من حيث (مرات النشر، عدد المشاهدات عدد الإعجابات، عدد التعليقات على المنشورات، عدد المشاركات، اتجاه التعليقات).

رابعاً: أهمية الدراسة

إن أهم ما يميز أي بحث أو دراسة علمية عن أخرى هو تناولها لموضوع أصيل قادر على تقديم إضافة علمية لحقل البحث العلمي، إذ تتوقف أهمية أي دراسة علمية أو بحث علمي على طبيعة الموضوع الذي سيتم دراسته، وعلى قيمته العلمية والنتائج التي سيحققها والتي يمكن أن تفيد الباحث في اكتشاف حقائق يستطيع الاستناد عليها لمعالجة الظواهر المدروسة.

وتكتسي هذه الدراسة أهميتها كونها تعتبر من البحوث العلمية المعاصرة لأنها تعالج أهم المواضيع المطروحة في الآونة الأخيرة والتي حظيت باهتمام العديد من المختصين في مجال الإعلام والاتصال وكذا المختصين في المجال التنموي الاقتصادي مما يعطي لهذه الدراسة طابع الجودة وما يزيد التأكيد على أهمية هذه الدراسة كونها ستكون بمثابة مرجع علمي ودراسة عملت على دراسة موضوعين جوهريين وتقديم العلاقة والارتباط بينهما، لأن كل منها لا يقل أهمية عن الآخر والمتمثلين في موضوع الوسائط الاتصالية الجديدة

وموضوع الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية، لهذا سعت هذه الدراسة لإثبات حقيقة هذه العلاقة والارتباط بين الموضوعين السابقين وهذا لجعلها منطلقا لبحوث ودراسات لاحقة تربط بين هذين المجالين، وعليه هذه الدراسة سوف تكون بمثابة مرجع نظري يمكن للباحثين الاعتماد عليه، وهذا ما يمكن الباحثين من التعمق في مثل هذه الدراسات وتجنب تناولها سطحيا فقط، مما يساهم في بناء رصيد معرفي وبمحتي في هذا الموضوع.

كما تكمن أيضا أهمية هذه الدراسة في أنها تناولت موضوع الوسائط الاتصالية الجديدة التي أصبحت ذات انتشار واسع ومتزايد ولها حضور اجتماعي قوي وكبير، لهذا تعتبر هذه الدراسة بمثابة مساهمة نظرية وعملية في معالجة إشكالية دور وإسهامات الوسائط الاتصالية الجديدة في تثمين التراث الحرفي الجزائري، وكيفية الاستفادة من هذه الوسائط في قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر، لهذا جاءت هذه الدراسة لإبراز أهمية إحدى الوسائط الاتصالية الجديدة المتمثلة في موقع الفيسبوك في ترقية وتعزيز النشاط الحرفي، وهذا نظرا لما يحتله هذا النشاط من مكانة حيوية وفاعلة في الجزائر، والتعرف على أيضا مدى الاستخدام لموقع الفيسبوك من طرف الفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري كوسيلة داعمة لترقية الموروث الحرفي وتطويره.

تقديم قيمة مضافة من خلال الدراسة التحليلية التي تسليط الضوء على الأسلوب الذي يتم به طرح وتناول النشاط الحرفي الجزائري عبر الوسائط الاتصالية الجديدة من خلال تحليل محتوى صفحات الفاعلين في هذا النشاط وذلك لاستقراء واستخلاص مدى توفر أبعاد تثمين الموروث الحرفي الجزائري من حيث الشكل والمضمون في هذه الصفحات، وكذا التعرف على حجم اهتمام صفحات الفيسبوك للفاعلين بالنشاط الحرفي بالمجالات الترفوية والتثمينية للصناعات التقليدية الجزائرية، والتوصل بعدها إلى نتائج علمية والخروج باقتراحات تساعد الفاعلين في النشاط الحرفي من أجل العمل للنهوض بهذا النشاط والحفاظ عليه من الزوال والاندثار.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع

إن أي دراسة لا تنطلق من فراغ بل تنطلق من خلفيات من شأنها أن تدفع وتحفز الباحث إلى الموضوع الذي يقوم بدراسته والمضي في بحثه، وعليه فقد كان اختيارنا لموضوع الدراسة وفقا لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية نوجزها فيما يلي:

أ- الأسباب الذاتية: وتتمثل في الاهتمام الشخصي للباحثة بالنشاط الحرفي والصناعات التقليدية، وكذا الرغبة البحثية في الكشف والتعمق في هذا النوع من المواضيع، كما أن الإحساس العلمي بالمشكلة يعد المحرك الذي دفعني لدراسة هذا الموضوع، إذ من خلال الملاحظة الشخصية للباحثة تبين أن الحرف والصناعات التقليدية هي مجال بحثي واسع ومهم يجمع بين الماضي والحاضر يدخل في جميع المجالات الحياتية، لهذا لا بد من دراسته من أجل الحفاظ عليه خاصة في ظل التحديات الراهنة، وهذا حمايته من الاندثار والزوال، وأيضا من الأسباب التي دفعت الباحثة لاختيار هذا الموضوع كون موضوع الوسائط الاتصالية الجديدة يدخل في مجال التخصص الدراسي والمتمثل في علوم الإعلام والاتصال، كما تعتبر الوسائط الاتصالية موضوع حديثا وحيويا يمس جميع الجوانب ويتقاطع مع العديد من المجالات والمواضيع البحثية، ومن هنا تبادرت مشكلة الدراسة إلى ذهن الباحثة من أجل الربط بين مجال الوسائط الاتصالية الجديدة ومجال النشاط الحرفي، وهذا للتعرف على العلاقة والارتباط بينهما، لهذا جاءت هذه الدراسة من أجل معالجة إشكالية كيفية توظيف هذه الوسائط في الحفاظ على الحرف والصناعات التقليدية وتثمينها.

ب- الأسباب الموضوعية: تمثلت هذه الأسباب في حداثة وجدية موضوع الوسائط الجديدة نفسه الذي كان دافعا ومحفزا لدراسته، وهذا نظرا للأهمية والمكانة التي احتلتها الوسائط الجديدة على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والثقافي وكذا سرعة انتشارها وتزايد خدماتها في جميع المجالات، وأيضا من الأسباب الموضوعية قلة

الدراسات والبحوث العلمية التي تناولت البحث في العلاقة بين الوسائط الجديدة والتراث الحرفي، إذ استهدفت الدراسات السابقة متغيري الدراسة بصفة مستقلة، وإن ربطت بينهما كان الربط في الجانب التسويقي والتجاري فقط دون الأخذ بعين الاعتبار للجانب التثميني للحرف، لهذا أرادت الباحثة من خلال هذه الدراسة ربط الوسائط الاتصالية الجديدة بمجال النشاط الحرفي من أجل دراسة علاقة وتأثير استخدام هذه الوسائط على هذا النشاط الحرفي، وهذا عن طريق اختبار أفكار مجموعة من نظريات وظفناها في الدراسة من أجل الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع المدروس، وهذا من أجل الخروج بنتائج بحثية وعملية تكون تقييمية لما تُسهم به وتقدمه هذه الوسائط للحرف والصناعات التقليدية في الجزائر، وهذا من أجل تثمينها.

سادسا: المفاهيم الأساسية للدراسة

يُعد تحديد المفاهيم والمصطلحات من الخطوات الهامة في أي بحث أو دراسة، كونها المرتكز والمنطلق لأي باحث في عمله فإن حُددت المفاهيم سهلت المهمة على الباحث وتمكن من رسم الطريق الصحيح له وبذلك يتوصل إلى نتائج أكثر دقة ووضوح في بحثه (حسن اسماعيل، 2001، ص 119).

واستنادا لما سبق وانطلاقا من إشكالية الدراسة قمنا بتحديد المفاهيم المشكلة لموضوع الدراسة وهذا لتسهيل عملية الإحاطة والإلمام بالموضوع، حيث تم القيام بتحديد المفاهيم الأساسية التي تضمنتها هذه الدراسة لتأمين التناسق بين الجانب النظري والتطبيقي، وكذا لتوضيح وبيان حدود استخدامها في إطار الدراسة الحالية حتى لا يقع القارئ في ازدواجية المعنى والدلالات الخاطئة، وتتمثل المفاهيم الأساسية للدراسة فيما يلي:

1- الوسائط الاتصالية الجديدة:

الوسائط الاتصالية الجديدة ظاهرة صنعت عهدا جديدا، فلهذا تعد الوسائط الاتصالية الجديدة مؤشرا رئيسيا للتحول من الحداثة إلى ما بعد الحداثة وعنصرا مساهما في عمليات العولمة والتحول من العصر الصناعي إلى عصر المعلومات والمجتمع الشبكي، ومصطلح الوسائط الاتصالية الجديدة ظهر في الجزء الأخير من القرن العشرين، والذي يشير في الواقع إلى مجموعة واسعة من التغيرات في وسائل الإعلام والاتصال والانتشار والاستخدام لهذه الوسائل (تامر عبد اللطيف، لينا عاطف، حسن، 2020)، وفي هذا الشأن صدرت المؤلفات العلمية الأولى التي تناولت الموضوع، وحاولت التأسيس للوسائط الجديدة في بداية القرن الواحد والعشرون ومنها مؤلف بعنوان "الكتاب المرجعي في وسائل الإعلام الجديدة" للباحثين (LIVINGSTONE- LIEVROUZ, 2002) وكتاب بعنوان "وسائل إعلام جديدة نظرية جديدة" للباحث (DENI- MCQUAIL, 2010)، إضافة إلى مجموعة مقالات صدرت في المجلة العلمية المتخصصة في الوسائل والوسائط الجديدة (تفرقنيت، 2019)، ومفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة حديث العهد، ولم يُحدد له تعريف واحد وهو من أكثر المفاهيم اختلافا في حقل علوم الاعلام والاتصال فهناك اختلاف لفظي ولغوي على مدلولاته، لذلك اختلف المنظرون في تعريفاتهم له بسبب حالته الديناميكية المتغيرة والمتطورة بشكل مستمر، حيث يعكس هذا المصطلح التطور التقني الكبير الذي شمل تكنولوجيات الاعلام والاتصال خاصة بعد ثورة الانترنت، هذا ما زاد الأمر تعقيدا في ظل الاستخدامات المتعددة للأفراد والجماعات عبر هذه الشبكة، لهذا اختلفت التسمية حيث عرف ب "اليوميديا New Media" أو الميديا الجديدة أو الإعلام الجديد، الإعلام البديل..... إلى آخره من التسميات (دهان، 2017، ص 46)، فمصطلح الوسائط تختلف تسميته وترجمته في المدرستين الإنجلوساكسونية والفرنكوفونية، ففي اللغة الإنجليزية أصل المصطلح هو كلمة Medium التي تعني وسيط

وجمعها هي كلمة Media التي تعني الوسائط، بينما في اللغة الفرنسية تم استعارة هذه الكلمة واستخدامها لتصبح Media مفردة وجمعها كلمة Medias (قدي، 2016، ص 91).

الوسائط لغة: هي تعني جمع وسيط، صيغة المؤنث لفاعل وسط، والواسطة هي ما يتوسط به إلى الشيء والواسطة من الفعل وسط ففعل وسط الشيء ما بين طرفيه، والوسائط والواسطة هي ما يتصل به إلى الشيء ويوصله إليه، أما مصطلح الوسيط في اللغة كما جاء في المعجم الوسيط هو الوسيط بين المتخاصمين، والمتوسط بين المتباعدين وهو أيضا المعتدل بين الشئيين، والمفهوم من هذا أن الوسيط جمعه وسائط، وهو كل شيء أو أداة تربط بين جهتين مختلفتين وتقرب بينهما.

كما يُعرف Alex Muccbielli الوسطة في العملية الاتصالية على أنها: " العملية التي يقوم ضمنها الوسيط بتحقيق التواصل بين طرفين في حالة تباعد أو تضاد تفرز نتيجة ما، وبهذا تصبح الوسطة: " عملية تحول الاتصال من خلال وسطة أو وسيط، وتعتبر موكيالي أن دراسة الوسائط في ظواهر الاتصال هامة جدا لأن الاتصال لا يمكن أن يقوم دون تدخل الوسطاء، كما يؤكد على ضرورة فهم الوسطة في مدلولها الواسع، وعدم اختزالها في البعد التقني (شربالي، طريف، 2021، ص 197).

أما اصطلاحا: "إن مصطلح الوسائط الاتصالية الجديدة مصطلح مركب ومتعدد المعاني، إذ يحيل على التكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصال كالإنترنت والهاتف الذكي والتقنيات الرقمية بشكل عام، وعلى ممارسات إعلامية جديدة كالصحافة الإلكترونية، وعلى ممارسات تواصلية كالتدوين (دغمان، خيري، 2021، ص 208).

وقد قدمت أيضا كلية شريدان التكنولوجية Sheridan تعريفا لوسائط الاتصال الجديدة بأنها: " نوع من الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي تفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت

فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة في عملية الانتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه عن الإعلام التقليدي، لأنها أضافت للمتلقي العديد من المزايا، فأصبح أكثر ميلا إلى التفاعل والتفرد بالوسيلة وأصبحت العملية الاتصالية شبه مباشرة بين المتلقي والمرسل وشكلت بذلك حسب تعبير "فيدال" Vedel مجتمع شبكي تفاعلي " (شربالي، طريف، 2021، ص 198).

وفي تعريف آخر للوسائط الاتصالية الجديدة هي: "مجموعة التقنيات والوسائل الاتصالية الرقمية التي أخذت شكلها بتطور التكنولوجيات الاتصالية والانترنت، وهو ظهور لمنابر جديدة وفضاءات أتاحت فرص المشاركة والنشر والإعلام والتوجيه لعدد كبير من المستخدمين، كما ساهمت هذه الوسائط في تغيير طبيعة الجمهور وموقعه من الرسالة التي كان مجرد متلقي لها ثم ليصبح بعدها من صناعتها، ولا بد أن نشير إلى أن مسألة الجودة التي تصاحب هذه الوسائط لا تقف عند الوسائل والتقنيات فقط، فجدة الوسائل والتقنيات مستمرة دائما، وهي حتمية يفرضها التطور الحاصل في المكان والزمان، لكن ما يهم أكثر في هذا المفهوم هو الجودة في أسلوب التواصل وشكل الاتصال وطبيعة الجمهور وقيمة التفاعل والثقافة الجديدة التي صاحبت ظهورها والسلوكيات الملازمة لهذه الوسائط الاتصالية الجديدة (دغمان، خيري، 2021، ص 209).

كما تعرف للوسائط الاتصالية الجديدة بأنها: «وسائل تتميز باعتمادها على استخدام التكنولوجيات والاتصالات الرقمية الحديثة في إنتاج المعلومات والمضامين الإعلامية، وهذه الخاصة في الواقع هي خاصية مشتركة بين وسائل الإعلام القديمة والوسائط الجديدة، ولكن الفرق الذي يميز هذه الوسائط عن وسائل الإعلام القديمة يكمن في قدرة هذه الوسائط على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي خاصية التفاعلية، وهذه الخاصة قد أضافت بعدا جديدا مهما في العملية الاتصالية، كونها قضت على أحادية ومركزية المعلومة واحتكارها، كما تتميز الوسائط الجديدة بتعدد وسائطها وقنواتها الاتصالية، لأنها تعرض المضامين في

شكل مزيج من النص والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة، فالوسائط الجديدة تتميز بالثراء في معلوماتها التي تقدمها وسهولة استخدامها في أي مكان وزمان" (دغمان، خيري، 2021، ص 209).

إذن الوسائط الاتصالية الجديدة هي: "كل الوسائل التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة بغرض التواصل بين الأفراد أو إعلامهم بمختلف الأخبار والمعلومات في شبكة الأنترنت بمختلف خدماتها كالبريد الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، وغيرها... أي أن الوسائط الاتصالية الجديدة هي مجموعة من الدعائم كالحاسوب واللوح الإلكتروني والهواتف الذكية التي يمكن دمجها في جهاز واحد يشمل استخدام شبكة الأنترنت والهاتف وأي نوع آخر يسمح بتشبيك جزء من العالم. (قدي، 2016، ص 91).

ومن هنا نشير إلى المفهوم الإجرائي للوسائط الاتصالية الجديدة: بأنها مجمل التقنيات والتطبيقات الاتصالية الحديثة التي تُقدم في شكل رقمي وتفاعلي، وهي تبرز بين التكنولوجيات والتقنيات الجديدة للإعلام والاتصال كالإنترنت والممارسات الإعلامية الجديدة كالصحافة الإلكترونية، والممارسات التواصلية الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي وعلى أشكال جديدة من الكتابة كالتدوين، ومن هذا المنظور فإن الوسائط الاتصالية الجديدة تجمع بين تطبيقات ووسائل وممارسات تكنولوجية وإعلامية، تواصلية واجتماعية، ثقافية ورمزية وهذا لثرائها التقني والتوصلي.

2- التراث الحرفي:

إن التراث الحرفي كمفهوم يرتبط بالعديد من المتغيرات والمعاني، لأنه مفهوم ذو مدلول واسع ومرن يختلف المختصون بشأن معناه، وهذا ما يُصعب فهم مضمونه وإدراك ماهيته، لأن التراث الحرفي في حد ذاته هو مصطلح مركب من جزأين هما: التراث، الحرف، وكلا الجزأين يشكلان مجالا واسعا، لذلك سنقوم بتحديد كل مفهوم وحده، حتى نتمكن من الضبط النهائي لهذا المفهوم، وعليه نبدأ أولا بتحديد مفهوم التراث.

أ- مفهوم التراث:

التراث لغة: كلمة مشتقة لغويا من الفعل ورث، يرث، ميراثا، وإرثا، وتراثا، وتفيد الكلمة كل ما انتقل إلينا من نصوص مخطوطة في مختلف الميادين من أجدادنا وآبائنا، وأصبح ملكا خاصا بنا دون غيرنا من الأمم والشعوب الأخرى في جميع المجالات.

وفي معاجم اللغة العربية وفي الأدب العلمي العربي التراث هو: "ما ورثناه عن الأجداد، وأصلها من ورث يقول ابن منظور في لسان العرب، ورثه ماله ومجده، ويقال أورثه الشيء أبوه، أو ورثه بعضا عن بعض قدما، أو أورثه كابر عن كابر (بلمير، 2017، ص 25).

أما اصطلاحا: يعرف التراث بأنه: "هو مرجع ديناميكي ووسيلة إيجابية للنمو والتغيير، والتراث عبارة عن ذاكرة جماعية لكل منطقة محلية أو مجتمع لا يمكن استبداله، ويمثل قاعدة هامة للتنمية في المجتمعات، ويجب أن يشمل العديد من الجوانب الجماعية للمجتمع التي يمكن نقلها من جيل إلى جيل لضمان استمرارية الممارسات الاجتماعية المرغوبة" (محمد حسن إمام، 2021، ص 193).

ب) - مفهوم الحرف:

إن تحديد مفهوم الحرفة يعد من المفاهيم التي لا يوجد لها تحديد دقيق ويتصف بالعمومية، فهي تختلف حسب التوجه الفكري لمتناوليها، وكذا الاختلاف في الدلالة حسب كل دولة ونظرتها للحرفة.

الحرفة لغة: تعني جهة الكسب، وهي كل ما يشتغله به الإنسان (المعتمد، قاموس عربي - عربي، 2000، ص 128).

وفي المنجد في اللغة العربية فالحرفة تعني بها طريقة الكسب (المنجد في اللغة ومصطلحات الإعلام، 1984، ص 107).

أما اصطلاحاً فالحرفة: هي المهارة الخاصة أو القدرة على التفنن في صنع الأشياء يدوياً، يقوم بمزاولة فرد أو مجموعة أفراد لأغراض إنتاج أو تصنيع منتجات حرفية من المادة المحلية بالطرق التقليدية لبيعها أو استخدامها في الحياة اليومية.

ويعرفها Golvin بأنها: " فعل اجتماعي ريفي تؤدي إلى تلبية الحاجيات بالنسبة لأفراد المجتمع، وهي لا تتطلب أدوات وتقنيات معقدة بل أدوات يدوية بسيطة كالطرقة ومواد أساسية كالصوف والطين، وهذا من أجل صناعة النسيج والفخار (شبيطة، 2015، ص 09).

وتُعرف الحرف كذلك على أنها: "كل نشاط أو مجموعة أنشطة من شأنها إنتاج أو تحويل أو ترميم منتج حرفي دون أن تحكمها مقاييس أو أنظمة معينة، ويغلب عليها العمل اليدوي والذوق الفني والإبداع، أما الحرفي فهو أي شخص طبيعي مستقل بذاته يمارس نشاطاً في الصناعات الحرفية، أما الحرفة هي الصناعة ذات الجودة العالية بخامات أولية من البيئة المحيطة، وتأتي الحرف التقليدية في ثلاثة أنواع أولها الحياكة والجزارة والنجارة وأمثالها، وثانيها الغناء والشعر، وأخيراً الجنديّة" محافظة قنا وتنميتها سياحياً (أحمد عبيد، 2019، ص 45).

كما نجد تقارباً بين مفهوم الحرفة والصناعة التقليدية فمن التعريفات المتداولة والشائعة للصناعات التقليدية: " هي تلك الصناعات التي يقوم بمزاولة فرد أو مجموعة أفراد لغرض إنتاج أو تصنيع منتجات حرفية من المواد والخامات الأولية المتوفرة المحلية والطبيعية بالطرق التقليدية بهدف استخدامها بالاحتياجات اليومية للأفراد والمؤسسات لغرض الاقتناء الدائم أو المؤقت، ويعتمد الحرفي في عمله على مهاراته الفردية والذهنية واليدوية التي اكتسبها من تطور ممارسته للعمل الحرفي " (بن حمودة، 2014).

ومما سبق يبدو جلياً أن مفهوم الحرفة أعم وأشمل من مفهوم الصناعة، حيث يدخل في نطاق الحرفة كل عمل يقوم به الإنسان، فالحرفة هي الطعمة والصنعة التي يرتزق منها وهي جهة الكسب والاحتراف، هي

الاكتساب أيا كان، وبهذا تكون الحرفة عبارة عن كل وجه يتقلب فيه الإنسان وينصرف للكسب، وتشمل التجارة، والزراعة، والسمسرة، والخياطة، والصياغة، والحدادة إلخ.

وتجدر الإشارة إلى أن مصطلح الحرف التقليدية متداول أكثر من مصطلح الصناعة التقليدية، على اعتبار أن مفهوم الحرف والحرفة هو الذي كان سائدا في أسلوب الإنتاج ما قبل الكولونيالي (الاستعماري)، فقد كانت الحرفة تغطي مجموعة من الاحتياجات الضرورية للمجتمع، كما ساهمت في تحقيق نوع من التوازن الاقتصادي والاجتماعي داخل هذا المجتمع، أما في المرحلة الكولونيالية فقد أصبح مفهوم الحرف التقليدية يطلق عليه اسم الصناعة التقليدية (Artisanat) المشتقة من (Art) فن (بواتون، 2017، ص 191).

من خلال التعاريف المطروحة آنفا تقدم الدراسة الحالية المفهوم الإجرائي للتراث الحرفي الجزائري بأنه يمثل التراث الحرفي الجزائري في الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية، حيث تم تحديد تعريف جزائري للصناعة التقليدية والحرف بصدور الأمر رقم 96-01 المؤرخ في 10/01/1996 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف والنصوص التطبيقية لها، حيث نصت المادة 5 منه أن: "الصناعة التقليدية والحرف هي كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي، وتُمارس بصفة رئيسية ودائمة، وفي شكل مستقر أو متنقل أو معرضي وبكيفية فردية أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف أو مقالة للصناعة التقليدية والحرف" (الجريدة الرسمية الجزائرية: الأمر المؤرخ في 96/01، (03)، ص 04).

إذن في الجزائر يُستعمل مصطلح الحرف والصناعات التقليدية للدلالة على التراث الحرفي، لهذا فضلنا استخدام مصطلح الحرف والصناعات التقليدية في هذه الدراسة وبالأخص في الجانب التطبيقي لها، لكون الجانب التطبيقي يدرس السياق الجزائري ويركز عليه.

3- تثمين التراث الحرفي الجزائري

إن مفهوم تثمين التراث الحرفي الجزائري مركب بدوره من جزأين، وهما التثمين والتراث الحرفي، فمفهوم التراث الحرفي تم تحديده سابقا، لذلك سوف نحدد مفهوم التثمين لغة واصطلاحا لكي نتمكن من التحديد والضبط النهائي لمفهوم تثمين التراث الحرفي الجزائري ككل.

1- مفهوم التثمين:

التثمين لغة: التثمين بحسب قاموس المعاني: تثمين(اسم)، ومصدر الفعل ثمن وتعني تحديد المقابل النقدي مقابل الشيء، يعني لما يقدمه المنتج إلى المستهلك من خامات وخدمات.

أما التثمين اصطلاحا: ورد في المعجم العربي الأساسي أن التثمين هو التقدير والتقييم والاعتراف، فهو قدر أهمية وقيمة الشيء بمعنى قيمه.

بما أن موضوع هذه الدراسة يتحدث عن التثمين في مجال التراث الحرفي الجزائري، لهذا قمنا بتحديد مفهوم التثمين في مجال التراث الحرفي، ولتوضيحه وتحديد مفهومه تم تناول بعض المقاربات التي تكلمت عن أسس وسياسات تثمين التراث الثقافي ككل، ثم نتقل إلى عرض التثمين بمجال التراث الحرفي باعتبار الحرف جزءا من التراث الثقافي.

2- مقاربات مختلفة لتحديد مفهوم التثمين في مجال التراث الثقافي بصفة عامة والتراث الحرفي بصفة خاصة:

اختلقت المقاربات حول مفهوم التثمين ودوره في التعريف بالتراث الثقافي، فمنها من اعتبر أن التثمين هو حفظ لا يتشارك ولا يتاح، وأخرى اعتبرت أن الإتاحة والتعريف والتقديم من أهداف التثمين، وحتى أن التسميات جاءت متباعدة نوعا ما، فاختلقت بين المدرسة الأوروبية، والمدرسة الكندية، والمدرسة الأمريكية، لهذا سنحاول أن نستعرض بعض التوجهات المختلفة في سياسات تثمين التراث الثقافي.

ف نجد المدرسة الأوروبية التي تستخدم تعبير *Valoriser* بالرغم من عدم ورود التعبير في قاموس تعابير الحفاظ على التراث الثقافي، لأنه ربط هذا المفهوم بالأنشطة الثقافية، وتشدد المدرسة الأوروبية من ناحية أخرى على الحفاظ على التراث الثقافي وترميمه، بينما تركز المدرسة الأمريكية على إدارة المصادر التراثية كونها الأصل وأما الحفاظ فهو جزء منها.

أما في كندا فيستخدمون *Diffuser* التي تعني "عمل تعريف، إبراز ومشاركة أو إتاحة معلومة أو معلومات واردة في التراث الثقافي لتلبية احتياجاتهم الخاصة.

إذن بدأت تظهر ملامح تثمين التراث، وأصبح من الممكن تحديد مفهوم تثمين التراث بوصف خصائصه وميزاته وإقامة العلاقة بين عناصره المختلفة، ومن خلال المقاربات السابقة وبعد العمل بما أوجدت سياسات خاصة بالتثمين في مجال التراث، ومن هذه السياسات نجد سياسات التثمين التي نادى بها بينيت وغروسبوغ، ومن هنا ظهر مبدأ المحافظة والاحتفاظ أولاً في القرن التاسع عشر لتضم مجموعة من الممارسات الاجتماعية المعدة لحماية ما كان يتزايد فهمه على أنه ماضي يتلاشى، لتشمل هذه السياسات بعدها مفهوم التراث الثقافي والممتلكات الثقافية كافة، ومنذ منتصف القرن العشرون تغير مفهوم التراث الثقافي والحفاظ عليه وأصبحت إتاحتها من أولويات السياسات الثقافية، واختلفت التسميات والمواقف والسياسات الثقافية وصارت الدول والمدارس الثقافية الكبرى تنادي بالتثمين، وتداول مفهوم التثمين وتركز على دوره في المجتمع، ومن هنا بدأت تُبنى سياسات التثمين على نشر الوعي حول حماية التراث الثقافي ككل، وهذا ما ظهر من خلال إصدارات القوانين والأنظمة حول حماية هذا التراث وتثمينه، الذي يتطلب سياسة متكاملة لأن مفهوم التثمين يصب في المصلحة العامة والخدمة العامة، لأنه كلما ثمنت الدولة تراثها الثقافي وعي المجتمع قيمته وفتح أمامه مجال الاستفادة منها (خير الله، 2018، ص 17).

مما سبق عرضه وجدنا أن مفهوم التثمين قد تغير في العقدين الآخرين، فقد انتقل من مجرد تثمين أي حفظ بشكل تقليدي إلى عملية تثمين ومعالجة وترميم إلى مفهوم مشاركة الجمهور أبعاده الثقافية والتراثية والتاريخية والوطنية، فتثمين التراث الحرفي هو إظهار قيمته الحقيقية، وهو الشرط الأساسي لاستثماره ثقافيا وعلميا وطبيعيا وحضاريا مما يفرض على السياسات شمول قدرات كافة الوزارات والإدارات والمؤسسات المسؤولة على التراث بالحفاظ عليه من أجل تفعيل الاستثمار فيه بما يخدم الأمة والوطن.

إذن التثمين يتجسد في إنعاش التراث وترسيخه عند الأجيال وتحريكه تبعا لاحتياجات الأمم، لا أن نخلق منه تحفا نزين بها منازلنا أو لتزيين المناسبات، بل إنتاج ما ننتجه للاستعمال والتداول المستمر كما كان سابقا أو أكثر، والاستعداد لتطويره وتحديثه بالابتكارات الحديثة من مواد وأفكار حتى يتم قبوله بصدر رحب، وليس الابتعاد عنه لأنه قديم، بل الترويج له محليا ووطنيا ودوليا (الزهراني، البقصي، 2013، ص 354).

ومنه عملية التثمين لا تعني اندماج التراث الحرفي كسلعة أو كخدمة للاندماج وله سعر تحدده عوامل العرض والطلب، بل التثمين هو الحفاظ على الخاصية والقيمة المعنوية والرمزية التي لا ينبغي أن تتبدل أو تتلاشى، وعليه فالتثمين في مجال التراث الحرفي هو الحفاظ على القيم والأهميات التي يمتلكها التراث الحرفي، لأنه بقدر ما تتجلى قيمة التراث الحرفي في قدمه ومرور الزمن عليه فإن ما يميزه الحيوية التي تجعله قادرا على الاستمرار حتى يتكيف مع تطور المجتمعات والبيئة المحيطة به، لهذا لا يجب التعامل معه كشئ يجب حمايته فقط، فالحماية تعني بناء حواجز حوله تقيده وبالتالي عزله عن سياقه وماضيه والحد من وظيفته وقيمه، وإنما لابد من العمل على صونه وتثمينه وإبقائه في حالة من الحياة ضمن تطوره الطبيعي استمرارا لتطور مبدعيه وممارسيه، والحفاظ على طابعه الحي وعلى قيمته ووظيفته وتعزيزه وإبراز نقله عن طريق إحياء مختلف جوانب التراث الحرفي لإبراز منظوره الثقافي والاجتماعي والاقتصادي، وإظهار جماليته والتأكيد على هويته الحضارية.

ومما سبق تعريفنا الإجرائي لثمين التراث الحرفي الجزائري (ثمين الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية): بأنه هو إعطاء قيمة وأهمية مضافة للحرف والصناعات التقليدية الجزائرية، وذلك بإظهار قيمتها وإبراز دورها أكثر، وهذا من خلال كل الإجراءات أو التقنيات الترقية التي تُتخذها الجزائر لصونها والتعريف بها من أجل الحفاظ عليها، ومن بين الإجراءات الترقية نجد الاستعانة بالوسائط الاتصالية الجديدة واستخدامها وتوظيفها في مجال النشاط الحرفي وهذا بغية إعطاء المكانة والقيمة الحقيقية للحرف والصناعات التقليدية الجزائرية.

4- صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي:

المفهوم الاصطلاحي لصفحات الفيسبوك:

الصفحة: يعرف المعجم الوسيط صفحة الشيء على أنها: "وجهه وجانبه" (معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، 2011، ص 516).

أما الفيسبوك: "فيشير إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع (خضير البياتي، 2014، ص 390).

أما صفحات الفيسبوك هي: "عبارة عن خدمة من مجمل الخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك، تمكن أي فرد مستخدم لهذا الموقع من الاستفادة منها ومن ميزات التي تأخذها بشكل أساسي من الموقع بحد ذاته تقوم فكرة صفحات الفيسبوك على إنشاء وتصميم صفحة يتم فيها وضع بيانات مختلفة باختلاف توجه الصفحة والهدف من إنشائها، وتختلف أنواع الصفحات بحسب تنوع فكرتها الأساسية التي صممت من أجلها وكما ترجع لصاحب الصفحة في حد ذاته" (حداد، 2019، ص 26).

أما المفهوم الإجرائي لعبارة صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي في هذه الدراسة فتمثل في صفحات الفيسبوك الرسمية التابعة للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري، والتي تشمل

صفحات الفيسبوك الرسمية للمؤسسات والأشخاص والهيئات المؤطرة للنشاط الحرفي بالجزائر، والمتمثلة في مؤسسات القطاع العام سواء كانت مركزية أو لامركزية كوزارة السياحة والصناعة التقليدية والمديريات الولائية للسياحة والصناعة التقليدية، والقطاع الخاص ممثلا في الفاعلين الشركاء الخواص كأرباب العمل والحرفيين والمقاولات، وفاعلين آخرين كالجمعيات الحرفية حيث تُعنى كل الأطراف وتعمل على صون هذا التراث والتعريف به وكذا إيجاد السبل لترقيته وتثمينه.

سابعاً: الدراسات السابقة

حسب رأي **Danielle Boisvert** إن: "جوهر البحث هو التقدم الموضوعي في البحث واللجوء إلى مختلف النظريات والملاحظات في الواقع، لكن يتطلب ذلك معرفة ما قد تم البحث عنه سابقا في موضوع الدراسة" ^(Boisvert,2009,p89)، لذا تعتبر الدراسات والبحوث السابقة من أهم الخطوات والمراحل الرئيسية التي يجب اتباعها في إعداد البحث، حيث لا بد على الباحث الاطلاع على ما كُتب في البحوث والدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع البحث لما لها من أهمية وفائدة في بلورة الأفكار والأبعاد التي يمكن أن يتناولها الباحث في مشكلة بحثه، كما أنها تنير له الطريق الذي سوف يسلكه في معالجة المشكلة، لذلك يحتاج الباحث دائما قبل مباشرة بحثه إلى قراءات أولية أو استطلاعية، ومراجعة للأدبيات والكتابات المختلفة في مجال بحثه وتخصصه بشكل واسع ومععمق (لعلام، 2017، ص 97)، وكما تساعد الدراسات السابقة الباحث على الاختيار السليم لبحثه وتجنبه تكرار بحث مشكلات سابقة، ويستطيع الباحث تجنب ما وقع فيه الباحثون الآخرون من أخطاء (المشهداني، 2017، ص 44) وتساعد الباحث أيضا على عدم التطرق للمشكلة التي هو بصدد بحثها من نفس الزاوية التي درست من باحثين آخرين لإكمال المجال المدروس.

* Boisvert, Danielle (2009). **Compétences informationnelles et accès à l'information**, Presses de l'Université du Québec, 5^{ème} éd, Canada.

من هذا المنطلق قمنا بالاطلاع على العديد من الدراسات والأدبيات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، وقد تم إيجاد بعض الأدبيات التي قاربت موضوع الدراسة والتي تخدمه بطريقة مباشرة إما من الجانب المنهجي أو الموضوعاتي، والتي كان الهدف منها تكوين رؤية واضحة لموضوع هذه الدراسة، وكذا الاستفادة مما قدمته هذه الدراسات وذلك بمناقشتها وتقييمها والتعقيب عليها، وتوضيح علاقتها وارتباطها بالدراسة الحالية.

وبما أن موضوع هذه الدراسة مجال بحثي حديث فقد تم ملاحظة قلة الدراسات التي تناولت علاقة متغيرات الدراسة مع بعضها بصورة مباشرة، فقد كانت مجمل الدراسات السابقة مرتبطة بمتغير وموضوع الصناعات التقليدية والحرفية من الجانب التجاري والاقتصادي فقط، حيث ركزت في أغلبيتها على دراسته من ناحية التسويق والترويج للمنتوجات الحرفية، في حين أغفلت الدراسات السابقة التطرق إلى معالجة إشكالية التثمين للحرف وارتباطها بالوسائل الجديدة، وعليه ولهذا الغرض تم الاختصار على عرض أهم الدراسات المشابهة لموضوع الدراسة نوعاً ما كونها تقترب من الموضوع المدروس وتشارك معه بتناولها جانباً من جوانب الدراسة وتتناسب مع متغيراتها، وبناء على هذا تم تصنيف هذه إلى الدراسات الجزائرية والدراسات العربية والدراسات الأجنبية وقد تم عرضها وفق الحداثة وحسب درجة ارتباطها بموضوع الدراسة على النحو التالي:

1- الدراسات الجزائرية:

1-1- دراسة بلعياشي محمد الأمين، سمعون خليصة، بعنوان: مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي

في تـثـمـيـن التـراث والـسـيـاحـة الثـقـافـيـة فـي الـجـزائـر "دراسة تحليلية لمنشورات موقع الفيسبوك لوزارة السياحة.*

تمثلت المشكلة البحثية لهذه الدراسة في التعرف على مدى مساهمة الفيسبوك كنموذج لشبكات التواصل الاجتماعي في إيصال الرسالة الإعلامية للجمهور السياحي من أجل العمل على إحياء وتثمين التراث الثقافي في إطار المساهمة في تنمية السياحة الثقافية في الجزائر، وقام الباحثان بتحليل مضامين صفحة منشورات موقع الفيسبوك لوزارة السياحة لسنة 2019، حيث تلخصت وتمحورت إشكالية الدراسة في طرح التساؤل

التالي: ما مدى مساهمة موقع الفيسبوك في تـثـمـيـن التـراث والـسـيـاحـة الثـقـافـيـة فـي الـجـزائـر؟

وقصد الإجابة على هذا السؤال المحوري للدراسة انطلق الباحثان من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو حجم المساحة التي أولتها صفحة الفيسبوك " وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي" لمواضيع الموروث الثقافي؟

- ما هي المصادر والمجالات التي تطرقت إليها في تناولها موضوع الموروث الثقافي السياحي؟

- ما هي الأنواع السياحية التي تعالجها مواضيع صفحة الفيسبوك؟

- ما هي توجهات صفحة وزارة السياحة والصناعة التقليدية على موقع الفيسبوك من حيث الهدف؟

كما اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي، وهذا من أجل تحليل واستقراء منشورات صفحة وزارة السياحة والصناعات التقليدية على موقع الفيسبوك باستخدام منهج تحليل المضمون كأداة مناسبة

* بلعياشي محمد الأمين، سمعون خليصة، (2021)، مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تـثـمـيـن التـراث والـسـيـاحـة الثـقـافـيـة فـي الـجـزائـر - دراسة تحليلية لمنشورات موقع الفيسبوك لوزارة السياحة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 14 العدد 1 (2021) 565 - 591، متاحة على الرابط:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/2>

لدراسة، أما أهمية الدراسة فقد كانت من أجل تقديم إطار نظري لمفاهيم مستحدثة وإزالة اللبس عليها (السياحة الثقافية والموروث الثقافي وكذلك الفيسبوك كموقع للتمين الرقمي) وتبسيط الضوء على أهم الجوانب المرتبطة بالسياحة الثقافية باعتبارها توجهاً جديداً اهتمت به معظم دول العالم للنهوض باقتصادها، وتمثلت أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

- الكشف عن مدى مساهمة موقع الفيسبوك كنموذج لشبكات التواصل الاجتماعي في تبيين التراث والسياحة الثقافية في الجزائر.

- تشخيص واقع التراث الثقافي في التنمية السياحية في ضوء استخدام موقع الفيسبوك كنموذج الاتصال.

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نلخص أهمها فيما يلي:

- الموروث الثقافي الأكثر اهتماماً من طرف وزارة السياحة هو الموروث الثقافي غير المادي، ويتمثل هذا الموروث خصوصاً في الصناعة والحرف التقليدية وما لها من انعكاسات إيجابية على المستوى الاجتماعي والاقتصادي وما لها من أهمية في حماية هذا الإرث الثقافي من الاندثار والزوال وذلك عن طريق نقل المهارات والخبرات، وكذلك تبيين مستوى النوعية الرفيعة لمنتجات الصناعة حتى تكون مؤهلة للتصدير.

- أغلب مصادر المعلومات التي تقدمها منشورات صفحة الفيسبوك من صور وألبومات وفيديوهات ومقالات هي من وزارة السياحة نفسها، وهذا لنقل الرسالة الإعلامية لكافة النشاطات والمجهودات التي تقوم بها هذه الأخيرة من أجل تبيين وتنمية السياحة بمختلف أشكالها وأنواعها.

- أهم المجالات التي تطرقت إليها الصفحة هي الصناعة التقليدية في المرتبة الأولى ثم تأتي من بعدها المعارض والمؤتمرات ثم تأتي المجالات الأخرى (كالمعالم الأثرية، المهرجانات، المتاحف) تقريباً في نفس المرتبة ونجد بأن كل هذه المجالات تساهم بطريقة مباشرة لاستقطاب سياح ثقافيين وتحقيق هدف التعريف بأثر السياحة الثقافية.

- تبين أن الهدف الرئيسي لصفحة الفيسبوك الرسمية تمثل أساسا في الإعلام وذلك بأعلى نسبة من خلال كل منشورات الصفحة وبالتالي تحقق هدف توصيل الصفحة لرسالة إعلامية سياحية.
- بعد جملة النتائج التي توصلت إليها الدراسة، حاول الباحثان تقديم الاقتراحات التالية:
- ضرورة الاهتمام بالمووروث الثقافي المادي على غرار الآثار والأماكن والمباني التاريخية والدينية والتي تعتبر منتشرة في مختلف مناطق الوطن والتي تستطيع أن تكون أفضل الوسائل للاستقطاب السياحي الثقافي.
- ضرورة تنسيق وتضافر الجهود ما بين الوزارات (وزارة السياحة، وزارة الثقافة، وزارة الاتصال) والعمل على إنشاء بوابة إلكترونية تشترك فيها هذه الوزارات من أجل التعريف والترويج بالتراث الثقافي من أجل النهوض بالقطاع السياحي.
- التأسيس لاستراتيجية عصرية مواكبة ومتناغمة مع التطورات الحاصلة على الصعيدين الرقمي والاتصالي وتسخير هذه الآليات في حفظ التراث والترويج له.
- على مديريات السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي لكل الولايات الاهتمام أكثر بالترويج والتممين الرقمي للموروث الثقافي في إطار التنمية السياحية وذلك بفتح صفحات عبر شبكات التواصل الاجتماعي على غرار الفيسبوك والانستغرام.
- التعقيب على الدراسة:** تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في سعيها إلى إبراز أهمية ودور الوسائط والتكنولوجيات الجديدة في تميم التراث الثقافي الجزائري والحفاظ عليه بشكل عام وترقيته.
- وقد اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة في تركيز الدراسة السابقة على دراسة وتقديم الجانب والبعد الاقتصادي والترويجي والتسويقي لدور الوسائط الجديدة نحو التراث الثقافي بمختلف أنواعه وأهملت الجانب التميمي من منظور الحفاظ وتعزيز للتراث الثقافي بما فيه التراث الحرفي الجزائري.

1-2 - دراسة قواسم بن عيسى، بعنوان: الإعلام التراثي وصيانة الموروث الرقمي*

سعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى معالجة موضوع يجمع بين تخصصين أكاديميين أحدهما يجسد العراقة والقدم، وهو علم التراث بأدواته التقليدية، والآخر يعكس الحداثة والمعاصرة وهو علوم الإعلام والاتصال بوسائطه الحديثة وتكنولوجياته الرقمية الجديدة، حيث يهدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على ماهية نوع مهم من الإعلام وهو الإعلام التراثي الذي يساهم في من خلال برامج التوعية ومضامينه إلى إبراز المقومات التراثية للشعوب والأمم والتعريف بها ونشرها، وصونها من الضياع والاندثار، وكما يهدف أيضا إلى التعريف بنوع مستحدث من أنواع التراث الذي فرضه التطور التكنولوجي المتسارع، يصطلح عليه المختصون اسم التراث الرقمي وهو ما يتم تناقله عبر الوسائط الجديدة وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يعني أن الثورة الرقمية أحدثت ثورة تراثية تراهن عليها الحكومات والمؤسسات التراثية اليوم لحفظ التراث الإنساني ونقله إلى الأجيال اللاحقة.

تمحورت إشكالية الدراسة حول التعرف على دور وسائل الاعلام والاتصال ورهاناتها المستقبلية في تحقيق الحماية المستدامة للتراث الحضاري ونشره وكذا معرفة التحديات التي يفرضها الموروث الرقمي الذي يجمع بين التراثين القديم والمعاصر عبر وسائط الميديا الجديدة. وللإجابة على الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة تطرق الباحث إلى الإعلام التراثي ودوره وفعاليته في نشر وتعميم الثقافة التراثية بأبعادها المحلية والوطنية والعالمية، وكذا توعية الجمهور بأهمية التراث وضرورة المحافظة عليه، لهذا شجعت اتفاقية اليونسكو لسنة 2003 وتوجيهاتها التنفيذية على إبقاء الجمهور على علم بأهمية التراث الثقافي غير المادي والأخطار التي تهدده، وأشاد

* قواسم، بن عيسى، (2020)، الإعلام التراثي وصيانة الموروث الرقمي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الثاني، المركز الديمقراطي العربي برلين- ألمانيا، العدد 12
2020. 59-79.

بأهمية عملية إدماج الرقمنة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال لصون التراث غير المادي تمثل مجالا جديدا للتفاعل، وهذه العملية ستؤدي إلى الحفاظ على التنوع الثقافي في عصر العولمة.

كما أشار الباحث أيضا إلى الجهود الإعلامية التي تبذلها الجزائر في سبيل التعريف بتراثها الثقافي والمحافظة عليه، إلا أنها تبقى غير كافية، سواء تعلق الأمر بوسائل الإعلام العمومية أو الخاصة، حيث إن الصفحات والبرامج الإعلامية التي تعنى بالشأن التراثي في الجزائر قليلة، وربما سبب ذلك أن هذا النوع من البرامج لا يستقطب اهتمام الجمهور، لاسيما الشباب منه، ولتدرك هذا الخلل، لابد للمنظومة الإعلامية في الجزائر أن تخصص حيزا هاما من محتوياتها للشأن التراثي، وذلك بإنشاء قنوات موضوعاتية متخصصة في التراث، كما يتعين على القائمين على الشأن الإعلامي في الجزائر إنشاء صفحات ومجلات تراثية متخصصة وفتح قنوات، وكذا إنشاء مواقع إلكترونية وتخصيص صفحات خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي تعنى بالموضوعات التراثية للمحافظة على المورثات الثقافية الجزائرية ونقلها إلى الأجيال القادمة، وفي الأخير قدم الباحث جملة من النتائج والاقتراحات التالية:

- إن توظيف التراث الثقافي عبر الوسائط الرقمية قد زاد في قيمة حضوره، ونقله للمتلقي تدرجيا من أجل التأسيس لنماذج تراثية تفاعلية أساسها الحداثة للحفاظ على الثقافة الوطنية وتقاليدها وتراثها.
- كان لحضور التراث والثقافة الشعبية في شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من ضرورة تطلبها العولمة.
- إن مساهمة أشكال التواصل الرقمي في الحياة الثقافية للمجتمع الجزائري قد أضافت اللثام عن العديد من القضايا التراثية المتوارثة في الثقافة الشعبية الجزائرية، والتي كادت أن تندثر، وهي بحاجة ماسة لإعادة النظر من جديد وإعادة إحيائها.

- يتطلب تحدي المحافظة على التراث الثقافي على المدى البعيد في هذه الحقبة الرقمية إعادة التفكير في طريقة الاهتمام بهذا التراث وتقييمه، في ظل تحديات البيئة الرقمية الجديدة التي خلقت أشكال تعبير جديدة تمتد من صفحات الأنترنت إلى مواقع الوسائط الاجتماعية التفاعلية.
- يتطلب الحفاظ على التراث الالتزام والتعاون بين القطاعين العام والخاص ومبدعي ومنتجي المحتوى، فإذا كانت المؤسسات العمومية مسؤولة قانونية بالدرجة الأولى فيجب أن تلعب دورا رياديا في وضع سياسات وأنظمة خاصة لجمع وحفظ التراث الثقافي، ويجب على القطاع الخاص أيضا أن يواجه تحدي الحفاظ على المعلومة الرقمية وضمان الوصول إليها.
- إن الإعلام التراثي بوسائله المختلفة ووسائله المادفة إلى المحافظة على التراث الحضاري وحمايته من الاندثار وصيانته ونشره أضحي اليوم أكثر من وقت مضى سلوكا استراتيجيا حتميا باعتباره حاميا لذاكرة الأمم بشكل خاص، والإنسانية بشكل عام، غير أن جهود الجزائر في هذا المجال تبقى محتشمة وضعيفة، ولا ترقى إلى مستوى الكم الهائل والنوعي من التراث الحضاري الذي تزخر به الجزائر وتكتنزه في موروثاتها الثقافية، والدليل على ذلك أن المضامين والبرامج الإعلامية ذات الطابع التراثي قليلة جدا، ولا شك أن أي تقصير في مجال الإعلام التراثي يعتبر تهديدا للهوية الوطنية وتعثرا في أهداف التنمية المستدامة.
- إن السعي إلى المحافظة على التراث الثقافي ككل من خلال الوسائط الجديدة وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي أضحي اليوم تحديا حقيقيا تواجهه مختلف الدول والهيئات، والتحول نحو رقمنة وعصرنة هذا التراث أصبح في الوقت الراهن حتمية تكنولوجية لا محيد عنها وهذا لحماية الموروث الحضاري والإنساني من الضياع وحفظه وصيانته باستمرار من أجل ضمان وصوله للأجيال القادمة باعتباره ماضيا لهم وجزءا من هويتهم.

التعقيب على الدراسة: اكتست هذه الدراسة أهمية لكونها حاولت الجمع بين علم التراث بأدواته التقليدية وعلوم الإعلام والاتصال بوسائطه الحديثة وتكنولوجياته الرقمية الجديدة، وهذا للتعرف على دور وسائل الاعلام والاتصال ورهاناتها في تحقيق الحماية المستدامة للتراث الحضاري ونشره، وكذا معرفة التحديات التي يفرضها الموروث الرقمي الذي يجمع بين التراثين القديم والمعاصر عبر وسائط الميديا الجديدة.

وتتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا من حيث الأهداف المتعلقة بأهمية عملية إدماج الرقمنة والوسائط الجديدة لصون التراث غير المادي والحفاظ عليه، وأيضا تتفق معها في تناول متغير التكنولوجيات والوسائط الجديدة والتحدث عن السياق والتجربة الجزائرية في هذا المجال ، وحتى النتائج جاءت متشابهة كونها كلها أظهرت الدور الإيجابي للوسائط الجديدة في ترقية التراث اللامادي ولكن رغم ذلك يوجد اختلاف بين دراستنا وهذه الدراسة وهذا لأن دراستنا خصصناها للنشاط الحرفي فقط على عكس هذه الدراسة التي تناولت النشاط التراث اللامادي بصفة عامة.

1-3- دراسة رضا عامر بعنوان: حضور التراث الشعبي الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف النقال.*

انطلق الباحث من أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في طرح العديد من القضايا المتعلقة بالتراث الشعبي الجزائري، ومساهمة وسائط وأشكال التواصل الاجتماعي في إمطة اللثام عن العديد من القضايا التراثية الشعبية المتوارثة في الثقافة الجزائرية، والتي كادت تندثر في السنوات الأخيرة.

* عامر، رضا (2018)، حضور التراث الشعبي الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف النقال، مجلة أفاق علمية، مجلد 10، العدد 02، 2018، 117-136، ISSN: 1112-9336، رقم العدد التسلسلي 16.

وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول أولويات الدول والشعوب في البحث والحفاظ عن هويتها في ظل مظاهر التحلل والتفسخ في الهوية الثقافية، للحفاظ على الموروث الشعبي لكونه حاملا للقيم وتجارب الشعوب، هذا الأمر دفع إلى التأسيس لآليات مختلفة للحفاظ على جميع عناصر التراث المادي واللامادي، وبهذا ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء جديد هام وداعم في نقل الثقافة الشعبية وتداولها. والجزائر بدورها بدأت في السعي المتواصل للحفاظ على جميع مقدساتها التراثية في ظل العولمة التي باتت تعصف بالموروث الحضاري الجزائري، عن طريق إيجاد منافذ جديدة لعرض موروثها والتعريف به وذلك بالاستعانة بالوسائط الاتصالية الجديدة كشبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها كأداة لحفظ وصون التراث الشعبي الجزائري، وللإجابة على الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة تطرق للعناصر التالية:

- أشار الباحث إلى أن الدول العربية سعت إلى تأسيس مراكز بحث ومؤسسات وهيئات تقوم بحفظ تراثها الشعبي كمركز الشارقة للتراث، والمعهد الوطني للتراث تونس، و المركز الوطني للبحث في الأنثروبولوجيا الثقافية والاجتماعية في الجزائر، إلى جانب هذه المراكز يوجد مجلات ثقافية مهتمة بالتراث الشعبي وجميعها قدمت الكثير للثقافة الشعبية العربية كمجلة التراث في العراق ومجلة الثقافة الشعبية في البحرين وكذا مجلة حوليات التراث لجامعة مستغانم بالجزائر..... إلخ من المجلات التي أسهمت في التعريف بالموروث الشعبي والحفاظ عليه، إلا أن هذه الوسائل والمؤسسات لا تكفي وحدها وبخاصة في ظل العولمة التي تتطلب وسائل جديدة وعصرية تتكيف مع عصر التكنولوجيات والوسائط الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي تكون فضاء ووسطا جديدا يسهم في الحفاظ على التراث الشعبي للأمم .

- عرض الباحث نمط توظيف الثقافة الشعبية الجزائرية في الوسائط الرقمية وتطبيقاتها، حيث انطلق من أهمية الموروث الشعبي في المجتمع الجزائري، التي جعلت النقاد والباحثين في هذا المجال يقومون بمساع، وذلك لأجل

المساهمة في إمادة اللثام عن التراث الشعبي، الذي هو بحاجة ماسة إلى الحفاظ والصون، بخاصة في ظل التطور التكنولوجي، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تعدد أشكال الثقافة الشعبية الجزائرية عبر مختلف الوسائط الرقمية.
- مكن استخدام الوسائط الجديدة وتوظيفها من توفير إمكانيات جديدة تتيح للثقافة الشعبية الجزائرية قاعدة أوسع من التواصل السريع والواسع، مع ذلك يبقى حضور هذه الثقافة محتشما.
- الوعي بالتراث الثقافي لا يعني بالضرورة الانغلاق والانفصال عن باقي الأمم والحضارات، ولهذا لابد من توظيفه في التراث الشعبي الجزائري الذي يجب العناية به، عبر نشره والتعريف به عبر مختلف التقنيات الاتصالية الحديثة، من شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها المختلفة وتخصيص منافذ له لكي يرتقي ولا يظل حبيسا للتراث المخطوط أو المهرجانات أو المعارض والبيئة المحلية.

التعقيب على الدراسة: قدمت الدراسة تفسيراً لدور وسائط وأشكال التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي الشعبي التراثي الجزائري وصونه، وكيف ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء جديد هام وداعم في نقل الثقافة الشعبية وتداولها.

وتلتقي الدراسة الحالية بدراستنا من حيث الأهداف المتعلقة بأهمية الوسائط الجديدة في تعريف التراث والثقافة الشعبية الجزائرية والحفاظ عليها، وأيضاً تتفق معها في تناول متغير التكنولوجيات والوسائط الجديدة وبالضبط وسيلة الفيسبوك، كما تتفق كلا الدراستين في مجال الدراسة المشترك، وهو السياق والتجربة الجزائرية، وحتى النتائج جاءت متشابهة كونها كلها أظهرت الدور الإيجابي للوسائط الجديدة في ترقية التراث الجزائري ككل، ولكن رغم ذلك يوجد اختلاف بين دراستنا وهذه الدراسة ويكمن هذا الاختلاف على مستوى متغير

الدراسة وهذا لأن دراستنا خصصناها للنشاط الحرفي الذي يعد جزءا من الثقافة الشعبية الجزائرية، على عكس دراستنا التي تناولت الثقافة الشعبية الجزائرية عن طريق ذكر نموذجين وهما الأمثال الشعبية والنكت الجزائرية.

1-4 - دراسة غوتي شقرون، بعنوان: التراث الشعبي في وسائل الإعلام المعاصرة بين التأصيل والمعاصرة.*

سعى الباحث من خلال هذه الدراسة لتقديم رؤية عن تأصيل التراث الشعبي في زمن العولمة وفي ظل التطور التكنولوجي الهائل لوسائل ووسائط الإعلام والاتصال، حيث جاءت إشكالية الدراسة حول طرح جدلية الحفاظ والصون والوقاية للتراث الشعبي مقابل التلاشي والدوبان والانصهار الذي يتعرض له في زمن الانفجار العلمي والمعرفي والتكنولوجي الذي أدى إلى اختراق القيم والأفكار والتراث الذي يحتوي على كل ما خلفته الأمم والشعوب من الأشكال الثقافية والفنية والمعتقدات والتقاليد والصناعات التقليدية والحرفية والأدب الشعبي، وقد تناول الباحث في هذه الدراسة عدة نقاط، تتعلق ب:

- أن التراث أو الثقافة الشعبية لا يجب أن تفرض على المجتمع من خلال وسائل الإعلام والاتصال، لأن الثقافة الشعبية بالفعل هي الثقافة النابعة من حياة أولئك الذين ينتجونها وليست تلك التي تبثها وتعكسها وسائل الإعلام على أنها الصورة التي يجب أن يكون عليها المجتمع.

- تشير العولمة إلى كل العمليات التي بواسطتها تدمج شعوب العالم في مجتمع واحد، ومن الباحثين من يعتبرها ثمرة عصر الصورة والمعلومة التي أحدثتها الثورة التكنولوجية الإعلامية والاتصالية، والعولمة الثقافية تعني ببساطة الانتقال من الهوية الحضارية الخاصة إلى هوية أو ثقافة عالمية عن طريق التراجع عن القيم الرمزية والذاتية والتراث بكل ما يحمله والعادات والتقاليد وجميع أساليب الحياة للشعوب، وهذا كون وسائل الإعلام والاتصال

* شقرون، غوتي. (2017). التراث الشعبي في وسائل الإعلام المعاصرة بين التأصيل والمعاصرة مجلة الحوار المتوسطي، مجلد 12(13)، 346-366.

المعاصرة أصبحت تعد إحدى أدوات العولمة والحامل الرئيسي للثقافات والإيديولوجيات التي يتم من خلالها التسويق لنموذج استهلاكي يؤثر في إضعاف الهويات الوطنية.

- كما يوجد جانب إيجابي للعولمة والتكنولوجيا الاتصالية يتمثل في وسائل الإعلام والاتصال الجديدة، والتي تتميز بالقدرة على إيصال الرسائل والمعلومات، في اللحظة نفسها وبسرعة لجمهور غير متجانس ثقافيا وجنسيا وتعليميا ومتباين في الرغبات والاتجاهات، ونشر الثقافة التي هي واحدة من الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام حيث يسعى الإعلام والاتصال إلى نشر الأعمال الفنية بهدف المحافظة على التراث، وكذا التطوير الثقافي عن طريق توسيع أفاق الفرد، وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية، وإطلاق قدراته الإبداعية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نشير إلى أهمها فيما يلي:

- ضرورة التأكيد حسب رأي البحث على استغلال واستثمار وسائل ووسائط الإعلام والاتصال الجديدة في تأصيل وتثبيت ونشر حضارات الشعوب وموروثهم الشعبي، وتحويل هذه الوسائط إلى مدافع للحفاظ على الهويات وإعادة إحياء التراث ونشره، وهذا لتثبيت الهوية الثقافية وحمايتها في ظل العولمة.

وفي الأخير حث الباحث على مراجعة وإعادة النظر في آليات وميكانيزمات تفعيل ثقافتنا وهويتنا الوطنية وتراثنا الشعبي، وتقديم تفسير لمعوقاتها وتخلفها عن الركب الحضاري، وذلك يستلزم إعادة صياغتها وحمايتها وذلك لجعلها صامدة أمام التيارات التغريبية المنطلقة من مقولة: لا مكانة للضعفاء أمام الأقوياء في زمن السرعة المعرفية والتكنولوجية.

التعقيب على الدراسة: تعتبر هذه الدراسة من الدراسات التي تسعى للكشف عن الجانب الإيجابي للعولمة والتكنولوجيا الاتصالية متمثلة في وسائط الإعلام والاتصال الجديدة، ودورها في تأصيل وتثبيت ونشر

حضارات الشعوب وموروثهم الشعبي، وتحويل هذه الوسائط إلى مدافع للحفاظ على الهويات وإعادة إحياء التراث ونشره، وهذا للحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية وحمايتها في ظل العولمة.

وتتفق دراستنا مع هذه الدراسة على فكرة محورية واحدة وهي تناول متغير التكنولوجيات ووسائل الإعلام والاتصال المعاصرة ودورها في تحقيق الأمن الثقافي للشعوب والحفاظ على تراثها ، وحتى النتائج هنا جاءت متشابهة كونها كلها أظهرت الدور الإيجابي للوسائط الجديدة في هذا المجال، كما تتفق كلا الدراستين في مجال الدراسة المشترك وهو السياق والتجربة الجزائرية، ولكن رغم ذلك يوجد اختلاف بين دراستنا والدراسة الحالية ويكمن الاختلاف على مستوى المتغير الثاني للدراسة وهذا كون دراستنا خصصناها للتراث الحرفي فقط الذي يعد جزءا من التراث الشعبي، على عكس هذه الدراسة التي تناولت التراث الشعبي بصفة عامة ومدى حضوره في وسائل الإعلام المعاصرة .

1-5 - دراسة محبوب بن حمودة: الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر، هل هي قابلة للإبداع التكنولوجي؟*

انطلق الباحث من أهمية التكنولوجيات الحديثة في مجال الصناعات التقليدية والحرفية ، حيث جاءت إشكالية الدراسة حول دراسة العلاقة بين المتغيرين التكنولوجيا الحديثة والإبداع والصناعات التقليدية الحرفية الجزائرية، والبحث في أسلوب استخدام مختلف التكنولوجيات الحديثة لتعزيز القدرات الإبداعية في قطاع الصناعات التقليدية والحرف، وذلك لاكتساب مكانة في البيئة التنافسية ، وبهذا تظهر أهمية هذه الدراسة في مناقشة الإبداع التكنولوجي في مؤسسات الصناعات التقليدية والحرفية في عصر التكنولوجيات الاتصالية الحديثة والعولمة، وتناول الباحث في هذه الدراسة عدة عناصر والتي تمحورت حول:

* بن حمودة، محبوب، (2017)، الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر، هل هي قابلة للإبداع التكنولوجي؟ مجلة إصافات اقتصادية (01)، ص 73 - 97.

- التجربة الجزائرية في مجال تفعيل وترقية النشاطات الحرفية على جميع المستويات، وعلى رأسها تسطير مخطط عمل للتنمية المستدامة للصناعة التقليدية أفاق 2020، الذي أدرجت فيه محور عملية اتجاه واستفادة المؤسسات الحرفية وقطاع الحرف بصفة عامة من التقدم العلمي والتكنولوجي واستغلالها لتطوير هذا القطاع.
- إشارة الباحث إلى تجارب بعض الدول في مجال الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة في قطاع الصناعات التقليدية والحرف، ومثال على ذلك تجربة دولة الصين الرائدة حيث يتم رفع مستوى مهارة الحرفيين وخاصة في مجال التصميم المبتكر باستخدام تقنيات وتكنولوجيات الاتصال الحديثة في سبيل إيجاد قيمة مضافة للمنتوج التقليدي الحرفي لتصبح أكثر قبولا وتعزز بذلك صورتها في الأسواق العالمية.
- حاجة الصناعات التقليدية والحرفية لمختلف الأدوات التكنولوجية لتفعيل التدريب والإبداع، لأن التقنيات الاتصالية الحديثة من الوسائل المساعدة لتطوير الحرف وتحسين الإنتاج ليتناغم مع الأذواق وروح العصر الحالي.
- يعمل استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة في مجال الصناعات التقليدية والحرفية على الحفاظ على هذه الصناعات، ويمكنها ذلك من تأهيل بيئة بشرية ذات نوعية جديدة ومتميزة، وكذا المساهمة في إنقاذ ما تبقى من حرفنا التقليدية التي تعبر بصدق عن الموروث الشعبي الجزائري.
- إشادة الباحث بدور مواقع الانترنت كونها أداة تسويقية للمنتجات التقليدية الحرفية، وهي أيضا وسيلة إعلامية وفضاء يجمع الحرفيين والزبائن.
- حسب رأي الباحث شبكة الأنترنت تعد فضاء داعم وفعال لترقية النشاط الحرفي، إلا أن مشكلة الإمكانيات المحدودة للحرفيين تطرح دائما من جهة، وانتهاك حقوق الملكية للمنتج الحرفي من جهة أخرى كون الحرفيين حينما يعرضون منتجات التقليدية عبر الفضاءات الرقمية تتعرض منتوجاتهم للتقليد والسرقة.

- تنمية الصناعة التقليدية والحرفية عن طريق نقل التكنولوجيات والوسائط الجديدة ستؤدي دون شك إلى الإبداع والرفع من مستوى التأهيل للحرفي، مع الحفاظ على الإتقان اليدوي، وبالتالي تعزيز صورة المنتج التقليدي الحرفي الجزائري.

- تطرق الباحث لمخاطر استخدام التكنولوجيا وعدم الإبداع في الصناعات التقليدية والحرفية، فبعد التعرض لإيجابيات استخدام التكنولوجيات الاتصالية الحديثة ذكر بعض السلبيات لاستخدام هذه التقنيات كونها تشكل أحيانا تهديدا حقيقيا لضرب الحرف التقليدية وقيمها من خلال المد التقني المتزايد، وهو ما يضعف مكانة التراث الحرفي والاستخفاف بالعمل اليدوي وقيمه، ففي عصر تكنولوجيا المعلومات أصبح هناك قصور لدى الأجيال الجديدة في إدراك القيمة الحقيقية للموروث الحرفي الجزائري.

وقد عرض الباحث بعدها جملة من الاقتراحات أهمها: وضع برامج تدريبية تخص كل الفاعلين بالنشاط الحرفي في مجال استخدام التكنولوجيات الاتصالية الحديثة بما يفيد رقي وإنعاش الصناعات التقليدية والحرفية، وكذا استغلال الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي لبعث نشاط الصناعات التقليدية والحرفية وإحيائها في ظل العولمة لمحاربة المنتج المستورد المقلد، وهذا كله للمحافظة على التراث الحرفي الجزائري وصونه.

التعقيب على الدراسة: جاءت هذه الدراسة الوصفية لدراسة العلاقة بين التكنولوجيا الحديثة والإبداع والصناعات التقليدية الحرفية الجزائرية وكذا البحث في أهمية استخدام التكنولوجيات الحديثة لتعزيز القدرات الإبداعية في قطاع الصناعات التقليدية والحرف في عصر الوسائط الاتصالية الحديثة والعولمة، كما تطرق الباحث لمخاطر استخدام هذه التقنيات كونها تشكل أحيانا تهديدا حقيقيا لضرب الحرف التقليدية وقيمها من خلال المد التقني المتزايد، وهو ما يضعف المكانة الحقيقية للموروث الحرفي الجزائري والذي يؤدي للاستخفاف بالعمل اليدوي وقيمه.

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في العديد من الجزئيات خاصة على مستوى الفكرة المحورية للدراسة والمتمثلة في الحفاظ على الموروث الحرفي الجزائري، فكلتا الدراستين تركزان على متغير التراث الحرفي الجزائري ومتغير التكنولوجيات والوسائط الجديدة وفعالية هذه الوسائط في التعريف به وصونه، أما الاختلاف بين الدراستين فيمكن في مستوى طريقة دراسة وتناول المتغيرات، حيث ركزت دراستنا على وسيلة الفيسبوك بينما الدراسة السابقة ركزت على الوسائط والتكنولوجيات الحديثة بصفة عامة، وتناولتها من الناحية التسويقية والترويجية للمنتج الحرفي التقليدي الجزائري على عكس الدراسة الحالية التي ركزت على جانب ترقية وتنمين التراث الحرفي الجزائري.

1-6 - دراسة فلاق علي، شكرين محمد، بعنوان: استخدام الانترنت لترقية الصناعات التقليدية والحرفية.*

تناولت الدراسة أهمية الانترنت كأهم الوسائط في تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تطوير الصناعات التقليدية والحرفية، كونها تساعد الحرفيين على تحسين كفاءتهم وتفتح لهم الأفاق مع العالم الخارجي ككل، حيث تمحورت إشكالية الدراسة في طرح التساؤل التالي: كيف يمكن الاستفادة من خدمات الانترنت لتطوير قطاع الصناعات التقليدية والحرفية بالجزائر؟

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات البحوث الوصفية، وحسب وجهة نظره فإنه لا يقتصر استخدام الانترنت والتكنولوجيات الحديثة بشكل عام على المؤسسات الكبيرة فقط، بل يمكن للحرفيين الأفراد أو في إطار التعاونيات والمؤسسات المصغرة الاستفادة من هذه الوسائط لتطوير نشاطاتهم من عدة أوجه، وكما يمكن أن تكون الانترنت مفيدة للغاية في تسويق المنتجات التقليدية والحرفية بجمع المعلومات عن الأسواق المحتملة

* فلاق علي، شكرين محمد (2017)، استخدام الانترنت لترقية الصناعات التقليدية والحرفية، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، مخبر الصناعات التقليدية لجامعة الجزائر، المجلد 06 (العدد 01)، سنة 2017، ص 91-106.

وإتمام عملية التسويق، لكون الأنترنت أصبحت أداة معاصرة إعلامية قوية وفعالة تجذب في كل مرة جماهير جديدة للحرف التقليدية ولكنها تحتاج لتحضير ومتابعة من قبل المختصين.

- بينت الدراسة أنه أيضا عادة ما يجد المتعاملون في قطاع الصناعات التقليدية والحرفية صعوبات في الإعلان عن منتوجاتهم بالوسائل التقليدية وخاصة بسبب ارتفاع تكلفة الإعلان، لهذا يشكل الإعلان عبر الأنترنت وسيلة جد مناسبة للحرفيين الأفراد أو المؤسسات الحرفية نظرا لسرعة توجيه الرسالة الإعلانية وكذا انخفاض تكلفته التي لا تكاد تقارن بالوسائل التقليدية.

- أشار الباحث بأنه في التسويق والإعلام عن منتوجات الصناعات التقليدية، لا تعتبر التكنولوجيا مجرد عملية تجارية أو نقل للملكية وإنما ينطوي الأمر على تزويد المشتري بلغة المورد والتعرف على ثقافته.

- بعد هذا عرض الباحث في دراسته تجارب دولية لاستخدام الأنترنت لترقية الصناعات التقليدية والحرفية، كون هذه الدول قامت باستخدام الأنترنت للتعريف بمنتوجاتها التقليدية والحرفية، فقد ذكر دولة الصين، المغرب، تونس، وفي الأخير عرض تجربة الجزائر، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

- الصناعات التقليدية والحرفية قطاع اقتصادي بالغ الأهمية، يمكن اعتباره من أهم البدائل التي يجب على الجزائر تطويرها لتنوع اقتصادها خارج المحروقات.

- يعاني قطاع الصناعات التقليدية والحرفية من قصور في أساليب الترويج والتسويق.

- أصبحت الأنترنت جزءا من المزيج التسويقي للنشاط الحرفي، وبإمكان الجميع استخدامها لأغراض تسويقية وترويجية بغض النظر عن طبيعة النشاط أو حجمه، وبهذا جعلت الأنترنت التسويق المباشر للمنتوجات التقليدية تسويقا أكثر تفاعلية من خلال سرعة الاستجابة والتواصل بين أطراف التسويقية والتجارية للمنتوجات الحرفية، وانطلاقا من النتائج المتوصل إليها قدم الباحث جملة من الاقتراحات التالية:

- يجب على المتعاملين في القطاع الحرفي الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وذلك لتطوير أنشطتهم من خلال تكثيف الاتصال والنقاش بينهم، واستخدامها في التصميم والتطوير والإبداع.
- التوسع في استخدام الانترنت لأغراض ترويجية وتسويقية يشكل جماعي، من خلال تكفل المنظمات المهنية الحرفية والتعاونيات بإنشاء مواقع على الأنترنت للترويج والتسويق لمحدودية قدرة الحرفيين على القيام بذلك.
- التركيز على التسويق المباشر عبر الأنترنت بشكل فردي أو جماعي، بهدف التقرب إلى الزبائن محليا ودوليا.
- إن استخدام الوسائط والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وعلى رأسها وسيلة الأنترنت أصبح حاليا مطلبا وضرورة لكل الأنشطة الحرفية، لذلك فإن قطاع الصناعة الصناعات التقليدية والحرفية بالجزائر في حاجة ماسة إلى توسيع استعمال هذه التكنولوجيات والوسائط للنهوض به وتطويره.

التعقيب على الدراسة: بحثت الدراسة السابقة فعالية استخدام الانترنت باعتبارها إحدى الوسائط التكنولوجية الحديثة في تطوير وترقية الصناعات التقليدية والحرفية الجزائرية، كونها تساعد الحرفيين على تحسين كفاءتهم وتفتح لهم الأفاق مع العالم الخارجي ككل.

تتقاطع الدراسة الحالية مع دراستنا في كونها تتناول متغير النشاط الحرفي في الجزائر، وأيضا تتفق معها في تناول متغير التكنولوجيات والوسائط الجديدة، وحتى النتائج جاءت متشابهة كونها كلها أظهرت الدور الإيجابي للوسائط الجديدة في ترقية الصناعات التقليدية والحرف بالجزائر، ولكن رغم ذلك يوجد اختلاف بين دراستنا والدراسة السابقة حيث ركزت دراستنا على وسيلة الفيسبوك بينما الدراسات الأخرى ركزت على وسيلة الأنترنت وتناولتها من الناحية التسويقية والترويجية للمنتج الحرفي التقليدي الجزائري على عكس الدراسة الحالية التي ركزت على جانب ترقية النشاط الحرفي الجزائري بصفة عامة.

2- الدراسات العربية:

2-1- دراسة سعيد يقطين: "الثقافة الشعبية في العصر الرقمي من أجل موسوعة رقمية حرة للتراث الشعبي العربي"

تناولت الدراسة موضوع الاهتمام بالثقافة الشعبية وهذا في ظل الثورة الرقمية، التي أتاحت إمكانيات توفرها عبر نشرها وتوزيعها والمشاركة في تداولها على نطاق واسع، لهذا جاءت إشكالية الدراسة حول دور الوسيط الجديد، وكيفية استثماره واستخدامه على الوجه الأمثل لخدمة للثقافة الشعبية العربية في مختلف صورها وأشكالها؟ لذلك فصل الباحث في طبيعة العلاقة بين الثقافة الشعبية على وجه الخصوص والعصر الرقمي وكيفية تأثير كل واحد منها في الآخر، فقد أشار الباحث إلى أن الثقافة الشعبية وليدة إنتاج جماعي، فالعرب القدامى تعاملوا مع الثقافة الشعبية من خلال تصوريين ومرحلتين، ففي المرحلة من خلال التدوين، حيث تم نقله من الشفاهة إلى الكتابة.

حسب رأي الباحث فإن العلاقة بين الثقافة الشعبية والوسيط الرقمي علاقة جديدة ودائمة، لذلك أدى الوسيط الرقمي إمكانيات جديدة لتوفير ما اتصل بالثقافة الشعبية بشكل مختلف جذريا عما عرفته الوسائط الأخرى أما في المرحلة الثانية ومع العصر الحديث انتقلوا إلى مرحلة الطباعة، لكن مع تطور التكنولوجيات الحديثة لوسائل الاتصال وبروز لملامح العصر الرقمي، بدأ الاهتمام بالثقافة الشعبية بطريقة جديدة ومختلفة عما كانت عليه في السابق، وبسبب هذا بدأت تحتل الثقافة الشعبية مكانة مختلفة في العصر

* يقطين، سعيد. (2020). الثقافة الشعبية في العصر الرقمي من أجل موسوعة رقمية حرة للتراث الشعبي العربي، مجلة الموروث، العدد 20، معهد الشارقة للتراث،

الرقمي، من خلال إتاحة فرصة الحضور في الفضاءات الرقمية الجديدة، بهدف وضع صورة الثقافة الشعبية العربية في نطاق العصر الرقمي.

بعدها تحدث الباحث عن علاقة الثقافة الشعبية والوسيط الرقمي وقال بأنها علاقة جديدة ودائمة، وهذا راجع لكون الوسيط الرقمي يتوفر على إمكانيات جديدة تجاوزت حدود الوسائل التقليدية، لان هذا الوسيط نقل الثقافة الشعبية إلى الفضاء الشبكي لتصبح متاحة للجميع، وبذلك تصبح متاحة للجميع.

وفي الأخير تحدث الباحث عن رؤية لمنصة رقمية عربية للتراث الشعبي لأنه حسب رأيه رغم التطور الإيجابي الذي عرفه الاهتمام بالثقافة الشعبية في العصر الرقمي، إلا أنها تظل مشتتة في الفضاءات الرقمية، ومن الصعوبة العثور عليها في هذا الفضاء الشاسع، لذلك يصعب على الباحث في هذا المجال أن يحيط بكل ما هو متوفر عن الثقافة الشعبية العربية، لذلك لابد من جمع هذا التراث ليكون متوفرا ومتاحا من خلال الجمع والتصنيف والتنسيق والمتابعة وهذا كله إسهاما للحفاظ على موروث الثقافة الشعبية، وفي الأخير قدم الباحث جملة من الاقتراحات التالية:

- تكوين منصة رقمية عربية جامعة لكل ما يتصل بالتراث والثقافة الشعبيين، وفي هذا الشأن اقترح الباحث أن تكون هذه المنصة على شاكلة موسوعة ويكيبيديا ذات واجهة تتكون من أبواب ومداخل وأركان وزوايا تنقسم حسب الأقطار العربية، أو حول المادة الشعبية (نص، صورة، صوت) مع تقديم المادة والتعريف بها.
- تأسيس الدراسات الشعبية العربية وذلك عبر إقامة تكوينات خاصة بالدراسات العربية من خلال:
- أ- إنشاء معاهد أو مدارس جامعية خاصة وفتح أقسام أو شعب خاصة بها في الكليات والمعاهد.

ب- إدراجها كمادة في التخصصات التي تعنى بالعلوم الاجتماعية والإنسانية، ويكون الهدف من ذلك تكوين باحثين متشبعين بالثقافة الشعبية، على أن يكون تكوينهم مفتوحا على الوسائط الجديدة والمعلوماتية.

رغم كل هذا ففي الأخير وحسب رأي الباحث فإن الوسيط الجديد أتاح للتراث الشعبي ما عجزت عن الوسائط القديمة والتقليدية من انتشار وحضور وتعريف، إلا أن الثقافة الشعبية العربية ظلت عاجزة عن التحليق في فضاءات الإبداع والتلاؤم مع منجزات العصر الرقمي والتعامل مع تقنياته بسبب عدم التفكير والتخطيط الجادين لتطوير الاهتمام بالثقافة الشعبية العربية من منظور جديد يتلاءم مع ما توفره الوسائط الجديدة.

التعقيب على الدراسة: تحاول الدراسة الكشف عن مدى الاهتمام بالثقافة الشعبية العربية في ظل الثورة الرقمية، حيث درس الباحث طبيعة العلاقة بين الثقافة الشعبية والعصر الرقمي، ووصل إلى أن الوسيط الجديد أتاح للتراث الشعبي ما عجزت عنه الوسائل القديمة والتقليدية من انتشار وحضور وتعريف، رغم هذا فإن الثقافة الشعبية العربية ظلت عاجزة عن التحليق في فضاءات الإبداع والتلاؤم مع منجزات العصر الرقمي.

تتفق الدراسة الحالية مع دراستنا من حيث الأهداف المتعلقة بأهمية الوسائط الجديدة وكيفية استثمارها واستخدامها لخدمة موروث الثقافة الشعبية العربية في ظل العصر الرقمي، وحتى النتائج جاءت متشابهة كونها كلها أظهرت الدور الإيجابي للوسائط الجديدة في ترقية الموروث الثقافي الشعبي العربي، ولكن رغم ذلك يوجد اختلاف بين دراستنا وهذه الدراسة ويكمن هذا الاختلاف على مستوى متغير الدراسة، وهذا لأن دراستنا خصصناها للنشاط الحرفي فقط الذي يعد عنصرا وجزءا من الثقافة الشعبية، وأيضاً دراستنا كانت في السياق الجزائري أما هذه الدراسة فقد تناولت موضوع الثقافة الشعبية العربية ومدى حضورها في البيئة الرقمية الجديدة.

2-2- دراسة حسين بدوح: "الثقافة الشعبية وتحديات الثورة الرقمية - التعبيرات الاصطلاحية نموذجاً" *

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول الكشف عما تتضمنه التعبيرات الاصطلاحية من المعطيات الحضارية والتاريخية والاجتماعية والنفسية للإنسان العربي، وهذا للكشف عن التحديات التي تواجهها التعبيرات الاصطلاحية في ظل الثورة الرقمية التي يشهدها العالم الذي أصبح فيه الإبداع والإنتاجية وانتقال المعلومة من المصادر الرئيسية للسلطة والإنتاجية، وذلك لأن التعبيرات الاصطلاحية تنتمي إلى التراث اللامادي التي تمثل تراثاً حضارياً وتاريخياً، وهي من أهم الإنتاجات الثقافية الشعبية التي تمثل تراثاً حضارياً يعبر عن قدرة إبداعية مميزة للإنسان العربي الذي يلزم الحفاظ عليه لما يمثله من قيمة رمزية.

وقد بينت الدراسة أن الثقافة الشعبية هي خزان التراث المشترك بين أفراد المجتمع، وتعيش الثقافة الشعبية في وقتنا الراهن حركتين في اتجاهين مختلفين: يطمح الاتجاه الأول لجعل الثقافة الشعبية تنخرط في قيم الكونية والعالمية التي فرضتها العولمة، بينما يسعى الاتجاه الثاني للحفاظ على هذه الثقافة وحمايتها من الاغتيال المحلي، وقد قدم الباحث الاقتراحات التالية:

- انخراط المؤسسات التعليمية ومعاهد التراث في الاهتمام بالثقافة الشعبية والتراث الشفوي، من أجل إعادة الاعتبار للثقافة العربية بكل كنوزها.

- ترجمة هذا الموروث إلى اللغة العربية الفصيحة وإلى لغات أخرى، لنقله من المحلي إلى الإقليمي ثم إلى العالمي، وكذا تسويقه عبر المهرجانات وغيرها.

- نقله من الشفهي إلى المكتوب والرقمي والتشعبي الذي يسمح بتنظيم المعلومات بواسطة الروابط الشعبية.

* بدوح، حسين. (2020). الثقافة الشعبية وتحديات الثورة الرقمية - التعبيرات الاصطلاحية نموذجاً" مجلة الموروث، العدد 20، معهد الشارقة للتراث، ص 26 -

- ترشيد استخدام التكنولوجيات الرقمية، واستثمارها في الحفاظ على الموروث الثقافي عبر تشجيع إنشاء أرشيفات رقمية خاصة بالثقافة الشعبية والثقافة الشفوية، وهذا سيساعد على إنقاذ الموروث المروي والشفهي من الاندثار، ونعيد له الحياة كي يعود كسابق عهده.

- تنظيم المعارض الافتراضية للتعريف بالثقافة الشعبية والشفوية العربية، مما سيسمح باعتماد التفاعلية بين المنتج الرقمي والمتلقي.

- دعوة المسؤولين عن المنصات الإلكترونية ومواقع الكتب إلى الاهتمام بالثقافة الشعبية والشفوية التي حملت القيم العربية الحضارية، وحفظت ذاكرتها الجماعية من الضياع جيلا بعد جيل.

التعقيب على الدراسة: تناولت الدراسة السابقة دراسة موضوع التحديات التي تواجهها الثقافة الشعبية العربية عموما والتعبيرات الاصطلاحية خصوصا في ظل الثورة الرقمية، وأشار إلى الرهانات والتحديات التي تعيشها الثقافة الشعبية العربية، التي حتمت عليها مواكبة التكنولوجيات الحديثة للحفاظ عليها من الزوال والاندثار.

تتفق دراستنا مع الدراسة السابقة كونها تقترب من موضوع دراستنا في العديد من الجزئيات وهي تناول موضوع التكنولوجيات الحديثة والثورة الرقمية ودورها في الحفاظ على التراث اللامادي والثقافة الشعبية لما يمثله من قيمة رمزية وحضارية، كما تتفق كلا الدراستين في مجال الدراسة المشترك للتراث الثقافي بصفة عامة، ولكن رغم ذلك يوجد اختلاف بين دراستنا والدراسة الحالية، ويكمن الاختلاف على مستوى المتغير الثاني للدراسة وهذا كون دراستنا خصصناها للتراث الحرفي الجزائري فقط الذي يعد جزءا من الثقافة الشعبية والتراث اللامادي، على عكس هذه الدراسة التي تناولت الثقافة الشعبية العربية بصفة عامة ومدى حضورها في البيئة الرقمية ومواجهتها لتحديات هذه البيئة في الوقت الراهن.

2-3- دراسة قاسم المعمري، حمدة الشحي، علي الموسوي، بعنوان " الحرف اليدوية والتكامل

التكنولوجي في السياق العماني: التحديات والإمكانيات" *

تناولت هذه الدراسة الحرف التقليدية ومكانتها في عمان، والأسس الرئيسية التي يقوم عليها تطوير الصناعات اليدوية والتقليدية في عمان في ظل تحديات التكنولوجيا الحديثة، وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول دراسة العلاقة بين الصناعة التقليدية العمانية والابتكارات التكنولوجية وتحديات التنفيذ التكنولوجي في النشاط الحرفي، فقد بينت الدراسة بأن الحرفيين يرون أن التكنولوجيا تلعب دورا ثانويا وأن الإنسان هو مصدر الإبداع، كما أن استخدام التكنولوجيا يهدد الممارسات الحرفية وقيمها الوطنية ومعناها الثقافي، وهذا تم ملاحظته من خلال المستوى المنخفض من الاستخدام للتكنولوجيات الحديثة في مجال الحرف في عمان، لذلك لابد من استغلال الابتكارات التكنولوجية لكونها داعمة لاستمرارية النشاطات الحرفية ومطورة لها، ولهذا فإن التكامل التكنولوجي بين الحرف والتكنولوجيا مرحب به لكن في حدود الحفاظ على المعارف التقليدية وحماية الأسرار التجارية للحرف اليدوية، وبعدها أشاد الباحثان في هذه الورقة البحثية بالدور الإيجابي في عملية التطبيق التكنولوجي في الحرف اليدوية في عدة مجالات، وتتمثل في:

- التكنولوجيا تعتبر كحل لإدارة التغيير لأنها حسب رأي الحرفيين تساعد على الإبداع والابتكار والتغيير.
- كما أن التكنولوجيا القائمة على الواب تسهل العمل الخدماتي والتسويقي للمنتوجات الحرفية، وأيضا تسهل الخدمات الترويجية والتسويقية للمنتوجات الحرفية السياحية، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

* المعمري قاسم، الشحي حمدة، الموسوي علي. (2018) الحرف اليدوية والتكامل التكنولوجي في السياق العماني: التحديات والإمكانيات " مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، العدد 02 ، 01-23، متاح على الرابط <https://www.researchgate.net/publication/326422987>

- الحرف اليدوية هي واحدة من أكثر الثقافات مُقاومة للتكنولوجيا في عالم ما بعد الصناعة الحالي.
- من أجل الاستفادة من الاستخدام التكنولوجي والحفاظ على ممارسات الحرف اليدوية من خلال التكنولوجيا الرقمية لابد من عملية توصيل المعلومات وحسن استغلالها.
- التعقيب على الدراسة:** بحثت الدراسة السابقة موضوع العلاقة بين الصناعة التقليدية العمانية والابتكارات التكنولوجية، والتأثيرات الإيجابية والسلبية للتكنولوجيات الحديثة على النشاط الحرفي في عمان، ولكن الملاحظ من هذه الدراسة التركيز فيها على الجانب التقني للتكنولوجيات الحديثة وتأثيراتها السلبية على استمرارية النشاطات الحرفية.

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا على مستوى الفكرة المحورية للدراسة والمتمثلة في الحفاظ على الصناعات التقليدية والحرف، فكلا الدراستين تركزان على التراث الحرفي والتكنولوجيات الجديدة وفعالية هذه التكنولوجيات في تطويره وخلق الابتكار والإبداع في النشاط الحرفي، أما الاختلاف بين الدراستين فيكمن على مستوى طريقة دراسة وتناول المتغيرات حيث ركزت دراستنا على وسيلة الفيسبوك، بينما الدراسة السابقة ركزت على التكنولوجيات الحديثة بصفة عامة، وتناولتها من الناحية التقنية والصناعية والتسويقية والترويجية للمنتجات الحرفية التقليدية على عكس الدراسة الحالية التي ركزت على جانب ترقية وتثمين التراث الحرفي.

3- الدراسات الأجنبية:

3-1- دراسة youngzhong Yang , Mohsin Shafi, Xiaoting Song and Ruo Yang بعنوان:

Preservation of Cultural Heritage Embodied in Traditional Crafts in the Developing Countries. Case Study of Pakistani Handicraft Industry*

سعى الباحثون من خلال هذه الدراسة لطرح المعوقات والمشاكل التي تواجهها الحرف التقليدية في الدول النامية، وهذا لمحاولة معالجة هذه المشاكل من أجل استدامة التراث الحرفي التقليدي وضمان النقل المستمر للمهارات والمعرفة الحرفية من جيل إلى جيل.

تنتمي هذه الدراسة للبحوث الاستكشافية التي تهدف إلى تحديد وتوصيف التحديات التي تواجه الحرف التقليدية، واقتراح السياسات للتغلب على المشاكل من أجل تعزيز قطاع الحرف وتنميته والحفاظ عليه، وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول القضايا والتحديات الرئيسية التي قد تحد من الحفاظ على التراث الحرفي التقليدي في الدول النامية وهذا في ظل التكنولوجيات الحديثة، وقد جاءت هذه الدراسة كمحاولة للقضاء على المشاكل باقتراح بعض السبل و السياسات للترويج والتطوير والحفاظ على التراث الحرفي التقليدي باستغلال الوسائط الجديدة، من خلال دراسة حالة دولة باكستان كنموذج للدول النامية، كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نشير إلى أهمها في مايلي:

* Youngzhong Yang, Mohsin Shafi, Xiaoting Song ,Ruo Yang, (2018), Preservation of Cultural Heritage Embodied in Traditional Crafts in the Developing Countries. Case Study of Pakistani Handicraft Industry, Sustainability ,10, 1336 , <http://www.mdpi.com/journal/sustainability>

- سلطت هذه الدراسة الضوء على التحديات والقيود المختلفة التي يواجهها التراث الحرفي وتساهم بانتكاسته كقطاع فقد مكانته، ومن أبرز هذه المشاكل: عدم وجود توافق في الآراء في تعريف وتصنيف الحرف اليدوية، وعدم توفر البيانات الكافية، تحدي التصنيع والإنتاج الضخم ، عدم رغبة جيل الشباب في الاستمرار في هذا المجال، عدم توفر البيئة التحتية الأساسية، نقص الابتكار والتكنولوجيا والمرافق التعليمية والتدريبية، نقص ومحدودية الموارد والإمكانيات المالية.... الخ من الصعوبات التي تعيق العمل الحرفي، وهذا يحيلنا إلى تدهور أهمية التراث الحرفي وافتقار مكانته ووجوده تدريجيا مما يحتاج إلى اهتمام وتدخل عاجل لصونه والمحافظة عليه.

- تعتبر صناعة الحرف اليدوية من القطاعات التي تفتقر إلى استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة، ومازالت تستخدم الطرق التقليدية لعرض ونشر المنتجات الحرفية، كما أن منتجي الحرف اليدوية يفتقرون إلى القدرة على تطوير منتجاتهم، وبالتالي لا يمكنهم إنشاء المنتجات القابلة لتسويق المنتج وبخاصة في الأسواق الخارجية. كما تطرق الباحثون في الدراسة وأكدوا على أهمية التكنولوجيات الحديثة والابتكار في تعزيز الصناعات الحرفية والحفاظ عليها، نتيجة لذلك تلعب التكنولوجيات والوسائط الجديدة دور فاعلا في ضمان نشر صورة المنتج الحرفي وتطويره ونقل هذه الحرف والمعارف من جيل إلى جيل، حيث إن الاستخدام الجيد للوسائط الاتصالية والأدوات التكنولوجية الحديثة يمكن من توسع فرص الترويج والتسويق والابتكار أكثر في هذه المنتجات، مما يعزز روح المنافسة في الأسواق العالمية.

عرض أيضا الباحثون وضعية الحرف التقليدية في دولة الباكستان كنموذج للدراسة حيث تناولوا تجربة هذه الدول كعينة من الدول النامية، وبناء على تحليل وضعية قطاع الحرف في هذه الدولة أوجد الباحثون أن هذا القطاع يعاني تحديات ومشاكل كبيرة من أهمها أن التصدير في هذا القطاع أخذ في الانخفاض والتدهور إلا أن الدولة الباكستانية نفذت عدة سياسات للتغلب على هذه المشاكل من أجل تعزيز التراث الحرفي وتنميته

والحفاظ عليه، حيث إن هذه السياسة تشمل اقتراحات تمثلت في: التمايز بين المنتجات المصنوعة يدويا والمنتجات مصنوعة بالآلة، ولابد من جمع الإحصائيات حول الحرف وتصنيفها، والتعرف على الحرفيين وإبداعهم، والتأكيد على دور التكنولوجيات الحديثة والابتكار في تعزيز التقاليد الحرفية والحفاظ عليها، والتأكيد على توفير التعليم والتدريب، وتوفير تسهيلات القروض الصغيرة والتأكيد على دور التمويل الجماعي، وتحسين البنية التحتية الأساسية والتأكيد على الدعاية والترويج للمقصد السياحي الباكستاني، وفي آخر هذه الدراسة عرض الباحثون جملة من الاقتراحات التالية:

- يجب على الحكومات والمنظمات تركيز السياسات والجهود للحفاظ على المنتجات التقليدية، قصد الحفاظ على مهارات وممارسات التراث التقليدي، وأيضا مساعدة الحرفيين على إنعاش أعمالهم لتزويد دخلهم.

- تعد هذه الدراسة نقطة انطلاق لدراسات أخرى أوسع وأعمق، وهذا لتحليل تحديات ومعوقات التراث الحرفي بعمق من خلال عرض ودراسة عدة نماذج وحالات لدول مختلفة لتقديم رؤية أكثر شمولية حول قطاع الحرف التقليدية فيها.

- لابد من الدراسة والتخصص أكثر في أنواع التراث الثقافي غير مادي والذي بدوره يحتاج إلى صون عاجل على النحو المحدد من قبل منظمة اليونسكو مثل: حرفة السدو "مهارات النسيج التقليدي" والخاصة بدولة الإمارات العربية، وحرفة العزل والصباغة والتطريز الخاصة بدول الصين، وعملية تصنيع الفخار الأسود لدولة البرتغال إلخ، وهذا كله من شأنه أن يسمح بفهم أفضل للتحديات والمعوقات التي يواجهها التراث الثقافي غير المادي والمتجسد في الحرف التقليدية ومحاولة معالجتها مما يتيح التنمية الحرفية المستدامة.

التعقيب على الدراسة: جاءت هذه الدراسة لتحديد التحديات التي تواجه الحرف التقليدية، والتي قد تحد من الحفاظ على التراث الحرفي التقليدي في الدول النامية وهذا في ظل تحديات الثورة التكنولوجية الحديثة، فكانت

هذه الدراسة كمحاولة للقضاء على المشاكل باقتراح بعض الطرق والسياسيات للترويج لتعزيز الصناعات الحرفية والحفاظ على التراث الحرفي التقليدي ككل باستغلال الوسائط الجديدة، من خلال دراسة حالة دولة الباكستان كنموذج للدول النامية.

تتفق الدراسة الحالية مع دراستنا في أنها تناولت ودرست متغير الحرف التقليدية على وجه الخصوص، وأيضاً تتفق معها في دراسة متغير التكنولوجيات والوسائط الجديدة وتأثيراته على النشاط الحرفي، وحتى النتائج جاءت متشابهة كونها كلها أظهرت الدور الإيجابي للوسائط الجديدة في ترقية وتعزيز الصناعات التقليدية والحرف مما يتيح التنمية الحرفية المستدامة، ولكن رغم ذلك يوجد اختلاف بين دراستنا والدراسة السابقة حيث ركزت دراستنا على تناول كيفية إسهام الوسائط الجديدة في تثمين الحرف للحرف، بينما الدراسة الأخرى تناولتها من الناحية التسويقية والترويجية للمنتج الحرفي التقليدي.

3-2- دراسة stuart walker ، xiaofang zhan بعنوان:

Value Direction: Moving Crafts toward Sustainability in the Yangtze River Delta, China*

انطلق الباحثان من أهمية الحرف وتصميماتها لأجل التنمية الحرفية المستدامة في نهر دلتا اليانغتسي في الصين (YRD)، حيث جاءت إشكالية الدراسة حول القيم والممارسات الحرفية في منطقة (YRD) من خلال الاتجاه نحو تطوير الحرف اليدوية في هذه المنطقة وتثمينها، وهذا كون بعض الحرف ذات القيم الجوهرية العالية لاتزال في حالة تدهور وتحتاج إلى تدخلات ومزيد من النظر للحفاظ عليها وصونها.

كان الهدف من الدراسة هو تحديد الاتجاهات الحالية للأعمال اليدوية المختلفة في منطقة (YRD) ، وتثمينها وفقى خمسة أبعاد وقيم للحرف التقليدية، من أجل رؤى مستقبلية لاستدامة الحرف التقليدية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نشير إلى أهمها في مايلي:

- ممارسات الحرف التقليدية في العالم هي في تدهور دائم ومستمر، وهذا حسب ما جاء في عدة أبحاث وتقارير لكن مع ذلك فالصناعة الحرفية التقليدية في الصين لازالت تحافظ على مكانها ودورها، حيث تم تحديدها كمكون حيوي ورئيس لتطوير التصنيع في البلاد.

* Xiaofang zhan , stuart walker (2018) . Value Direction: Moving Crafts toward Sustainability in the Yangtze River Delta, China, Sustainability 2018, 10, 1252,

<http://www.mdpi.com/journal/sustainability>

- هناك اهتمام دائم وواسع بالأشياء والممارسات الحرفية في جميع أنحاء الصين حيث تم إعادة إحياء الحرف اليدوية من جديد وتعزيزها في السنوات الأخيرة من خلال تشجيع دولة الصين لريادة الأعمال (chung ye) والابتكار، وهذا أدى إلى الاهتمام المتجدد بالحرف اليدوية التي أسهمت في ازدهار الصين الحديثة.
- أدى استخدام الوسائط الجديدة والمتمثلة في التسويق عبر الإنترنت أي مواقع التواصل الاجتماعي إلى انتشار العديد من الحرف اليدوية الخاصة بالتراث الثقافي غير المادي التي كانت تقتصر على التداول المحلي فقط ذلك من خلال الشركات الإلكترونية الكبرى على سبيل المثال تاوباو التي تعد أكبر شركة إلكترونية في الصين فهي رائدة في التسويق الإلكتروني ومنصة دونججيا على الإنترنت للحرف اليدوية والحرفيين الذين يبيعون أعمالهم، مما جعل الصين من أكثر المناطق الترويجية لمنتجاتها التقليدية، وتشهد نهضة حرفية في الصناعات الاقتصادية.
- للحرف التقليدية خمس قيم تتمثل في: القيم التاريخية، القيم الجمالية، والقيم العلمية والاجتماعية والاقتصادية.
- إن القيمة الاقتصادية للحرف اليدوية قد برزت إلى حد ما من خلال الاستفادة بشكل كبير من منصات التجارة الإلكترونية مثل Taobao وdongjia وكذا الوكالات الثقافية للصناعات الإبداعية في الترويج للمنتجات الحرفية، وذلك ساعد على زيادة الدخل للحرفيين المهمشين وتعزيز مكانتهم الاجتماعية، وهذا ما حفز الشباب على الإقبال لتحويل حياتهم المهنية إلى الحرف مما شكل مجتمعات أكثر تفاعلية ومساحة لتقارب الحرفيين، وهذا ما خلق القيمة الاجتماعية للحرف اليدوية في المجتمع الصيني.
- التعقيب على الدراسة:** تناول الباحثان في هذه الدراسة تحديد ودراسة القيم والممارسات الحرفية واليدوية المختلفة في منطقة (YRD) نهر دلتا اليانغتسي في الصين، وتضمنها وفق خمسة أبعاد وقيم للحرف التقليدية للحفاظ عليها وصونها، من أجل رؤية مستقبلية لاستدامة الحرف التقليدية.

أما عن الاتفاق بين الدراسة الحالية ونظيرتها السابقة فيمكن في تناول الفكرة المحورية ذاتها والمتعلقة بدراسة الحرف والصناعات اليدوية وسُبل المحافظة عليها من خلال التثمين وفق الأبعاد والقيم الخمسة للحرف التقليدية، وذلك عن طريق الاستعانة بالوسائط الجديدة الذي أدى استخدامها إلى انتشار الحرف اليدوية الخاصة بالتراث الثقافي غير المادي، ويعتبر الاستناد على هذا البحث في دراستنا الحالية بمثابة منطلق لفهم المؤشرات الفعلية لقياس المؤشرات الفعلية لتثمين التراث الحرفي، أما الاختلاف بين الدراستين فبرز في العديد من الجزئيات والمتمثلة في تباين السياق المكاني للدراسة حيث دراستنا كانت على الجزائر والدراسة السابقة على الصين، وأيضا ركزت الدراسة السابقة على الجانب التنموي والاقتصادي والتسويقي والترويجي للحرف، ونحن في دراستنا تناولنا موضوع تثمين الحرف من الجانب والبعد الاتصالي.

3-3 دراسة Saptarshi Koiaى بعنوان :

Cultural Heritage Preservation of Traditional Indian Art through Virtual New-media*

يهدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى البحث عن سبل الحفاظ على التراث الثقافي الهندي والمتمثل في الممارسات الفنية والحرفية التقليدية من خلال استخدام الوسائط الجديدة والبحث عن سبل ونماذج جديدة لإحياء الفن والحرف في ظل التقدم التكنولوجي والتغيير الاجتماعي، حيث صار التراث الهندي مهددا ومنعزلا عن باقي الأنشطة والقطاعات الأخرى وكذا الحفاظ على النقابات الحرفية المحلية وتعزيز عملها، وقد

* Saptarshi , Koiaى,(2016), Cultural Heritage Preservation of Traditional Indian Art through Virtual New-media, Kolay Saptarshi / Procedia - Social and Behavioral Sciences 00 (2016) 000-000, Available online at www.sciencedirect.com

تمحورت إشكالية الدراسة حول كيفية مساهمة التكنولوجيات والوسائط الجديدة في المحافظة على التراث غير المادي ونشر الوعي عنه خاصة عند فئة الشباب، وقد تطرق الباحث في الدراسة إلى المحاور التالية:

- أهمية ودور وفعالية النقابات الحرفية الهندية في تقديم الخدمات وبث الوعي حول التراث الثقافي الهندي غير المادي بصفة عامة والحرف التقليدية بصفة خاصة، وهذا كونها تعمل على مسح وتعداد وتوثيق التراث والعمل على نشره وتثمينه في المجتمع الهندي وحتى على المستوى العالمي عن طريق الاستعانة بالتكنولوجيات الحديثة والوسائط الرقمية وذلك لتعزيز مكانته وحمايته من التقليد والسرقة اللذين يضعفان الجوهر الأساسي للحرفة، وأشار أيضا إلى أن هذه النقابات تعاني من أزمات ومشاكل تؤدي لا محال إلى موت التراث الثقافي الهندي مما يستدعي الاهتمام بها لما لها من الأهمية في إحياء الحرف اليدوية والحفاظ عليها.

كما تطرق الباحث أيضا لتبني نموذج جديد للحفاظ على التراث الثقافي الهندي وصيانتته من خلال الاستعانة بوسائل الإعلام الجديدة من خلال التوثيق الرقمي الذي يساعد في إحياء التراث وخزنه لحمايته من التلف والضياع، كما تساعد التقنيات الجديدة في تمثيل التراث غير المادي ونشره عبر نظام معلوماتي مفتوح لجميع الناس دون المساس به أو تغييره، وهذا كله لتعزيز الوعي به وصونه، وتتكون بذلك نقلة نوعية جديدة لتوثيق ونشر ممارسات الفن والحرف التراثية قبل أن تختفي وتندثر.

وحسب الباحث تساهم الوسائط الجديدة في تجديد العرض للأنشطة الحرفية والتراثية من خلال الاستعانة بها في ابتكار نماذج وإبداعات وتصميمات من شأنها تحسين وتطوير نمط عرض الأعمال الفنية والحرفية التقليدية ففي دمج الوسائط الجديدة مع التراث الثقافي غير المادي يمكن الحرفيين من الحصول على نموذج معاصر لعرض وتسويق منتوجاتهم التقليدية بطرق أكثر جاذبية للجمهور المستهدف، وبذلك تُحتزل

المسافات الزمانية والمكانية ، فالوسائط الجديدة صارت بمثابة وعاء وحماية للمحتوى التراثي الثقافي التقليدي، وانطلاقا من النتائج المتوصل إليها قدم الباحث الاقتراحات التالية:

التأكيد على ضرورة تنشيط عمل النقابات الحرفية التقليدية الهندية ومعالجة مشاكلها قبل أن تزول لسد الفجوة بين التراث الثقافي والمجتمع لاسيما فئة الشباب ولا بد على الحرفيين من استغلال التكنولوجيات والوسائط الجديدة في تصميماتهم وتحديد عملهم لمعاصرة متطلبات العصر الحالي، وأيضا دعا الباحث إلى التعاون بين جميع الأطراف من أجل استدامة النقابات الحرفية والتراث الثقافي من أجل زيادة نشر الوعي العام حول التراث الهندي وتثمينه.

التعقيب على الدراسة: بحثت الدراسة السابقة كيفية إحياء الفنون والحرف الهندية في ظل التقدم التكنولوجي والتغيير الاجتماعي حيث صار التراث الهندي مهددا ومنعزلا عن باقي الأنشطة والقطاعات الأخرى، وذلك بالاستعانة بوسائط الإعلام الجديدة من خلال التوثيق الرقمي التي يساعد في إحياء التراث وخزونه لحمايته من التلف والضياع، ونشره عبر نظام معلوماتي مفتوح لجميع الناس دون المساس به أو تغييره وهذا كله لصونه.

تتقاطع الدراسة الحالية مع دراستنا في العديد من النقاط لعل أبرزها هو تناول فكرة محورية واحدة وهي تناول متغير وسائل الإعلام الافتراضية الجديدة لكونها صارت بمثابة وعاء وحماية للمحتوى التراثي الثقافي التقليدي، وحتى النتائج هنا جاءت متشابهة لكونها كلها أظهرت الدور الإيجابي للوسائط الجديدة في هذا المجال، ولكن رغم ذلك يوجد اختلاف بين دراستنا والدراسة الحالية ويكمن الاختلاف على مستوى المتغير الثاني للدراسة، وهذا كون دراستنا خصصناها للتراث الحرفي الجزائري فقط الذي يعد جزءا من التراث الثقافي، على عكس هذه الدراسة التي تناولت التراث الثقافي الهندي بصفة عامة.

3-4 - دراسة Obiageli Pauline OHIAGU, Victor Ogbonnaya OKORIE ، بعنوان:

SOCIAL MEDIA : SHAPING AND TRANSMITTING POPULAR CULTURE*

انطلق الباحثان في هذه الدراسة من أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الثقافة الشعبية وإبرازها حيث أصبحت لها فعالية بارزة في نقل التراث الثقافي للأجيال واستمراره، وقد جاءت إشكالية الدراسة حول إسهام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الثقافات الشعبية وتعزيز التراث الثقافي للمجتمعات.

جاءت هذه الدراسة لدراسة المكونات المختلفة للثقافة الشعبية مثل الموسيقى والأفلام والملابس، ولكنها اقتصرت على دراسة الأساليب اللغوية والعامة عبر الوسائط الجديدة، وكان هدف البحث هو التأكيد على الدور الذي تلعبه وسائط التواصل الاجتماعي في بناء ونقل الثقافة الشعبية في العالم الافتراضي وكذا التحقق إذا ما كانت الثقافة الشعبية تؤثر على محتويات وسائل التواصل الاجتماعي أو لا.

تكشف هذه الدراسة كيفية ظهور الثقافة الشعبية للمجتمعات عبر الوسائط الجديدة كالأنترنت، وكيف يتم إعادة تشكيلها ونقلها من خلال التواصل بين أفراد المجتمع عبر هذه الوسائط، وحسب الباحثين وسائل الإعلام الجديدة هي قنوات لنقل الثقافة الشعبية، فوسائل الإعلام الجديدة وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي واصلت الوظيفة التقليدية لوسائل الاعلام في نقل التراث الثقافي بصفة عامة والثقافة الشعبية بصفة خاصة عبر الحدود ولكن بمساهمة بشكل أكبر وأقوى من الوسائل التقليدية.

* Obiageli Pauline OHIAGU, Victor Ogbonnaya OKORIE (2014) SOCIAL MEDIA : SHAPING AND TRANSMITTING POPULAR CULTURE, Covenant Journal of Communication (CJOC), Vol. 2, No. 1, June 2014, 93- 108 ,publication at:

<https://www.researchgate.net/publication/284731249>

- دراسة تحليلية لعينة تكونت من 40 صفحة على الفيسبوك و20 مدونة و20 حسابا على تويتر، كما أجريت مقابلة مع اثني عشر شخص من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

- أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في نقل القيم والخبرات بين المتفاعلين على هذه الوسائط، وبناء وتعميم للغات العامية، وظهور أساليب لغوية جديدة وخاصة بين فئة الشباب.

- التفاعلات في وسائل التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في إنتاج وتداول أشكال التعبير الثقافي الشعبي في العالم الافتراضي.

التعقيب على الدراسة: عاجلت الدراسة فعالية استخدام الوسائط الجديدة في بناء ونقل الثقافة الشعبية في العالم الافتراضي، فوسائل الإعلام الجديدة وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي واصلت الوظيفة التقليدية لوسائل الاعلام في نقل التراث الثقافي بصفة عامة والثقافة الشعبية بصفة خاصة عبر الحدود ولكن بمساهمة أكبر وأقوى من الوسائل التقليدية.

تتفق الدراسة الحالية مع دراستنا في اشتراكهما في تناول نفس الموضوع وهو التأكيد على الدور الإيجابي للوسائط الجديدة باعتبارها قنوات لنقل الثقافة الشعبية وتعزيز التراث الثقافي للشعوب، ولكن رغم ذلك يوجد اختلاف بين دراستنا والدراسة الحالية ويكمن الاختلاف على مستوى المتغير الثاني للدراسة، وهذا كون دراستنا خصصناها للتراث الحرفي الجزائري فقط الذي يعد جزءا من الثقافة الشعبية ، على عكس هذه الدراسة التي تناولت المكونات المختلفة للثقافة الشعبية، حيث اقتصرت على دراسة الأساليب اللغوية والعامية ومدى تواجدها عبر فضاءات الوسائط الجديدة.

4- موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة بصفة عامة:

تشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في سعيها إلى إبراز أهمية ودور الوسائط والتكنولوجيات الجديدة على اختلاف أشكالها في تعزيز التراث الثقافي والحفاظ عليه بشكل عام.

وقد اختلفت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في تركيز أغلب الدراسات السابقة على دراسة وتقديم الجانب والبعد الاقتصادي والترويجي والتسويقي لدور الوسائط الاتصالية الجديدة نحو التراث الثقافي بمختلف أنواعه وأهملت الجانب التثميني من منظور الحفاظ وتعزيز التراث الثقافي، بل وجدنا أيضا دراسات ركزت على الجانب التقني لهذه الوسائط وتأثيراتها السلبية على التراث، بينما هذه الدراسة تناولنا ودرسنا فيها التراث الحرفي باعتباره جزءا من التراث الثقافي وركزت على الجانب التثميني لهذا التراث، وكيف تساهم الوسائط الاتصالية الجديدة في هذا التثمين، وهذا كله من منظور ومقاربة وبُعد اتصالي لدور هذه الوسائط في إحياء التراث الحرفي وتثمينه.

5- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- شكلت الدراسات السابقة بعدا معرفيا ورصيدا علميا وبحثيا استفدنا منه كثيرا في الإطار المعرفي والنظري لموضوع الدراسة، وقد استفدنا أيضا من الدراسات السابقة في زيادة معرفتنا واطلاعنا على موضوع الدراسة وفهم أبعاد المشكلة البحثية وصياغتها وتحديد أهميتها وأهدافها الرئيسية.
- كما أفادتنا الدراسات السابقة في تحديد مجتمع وعينة الدراسة، وصياغة أدوات الدراسة، وكذا الاسترشاد بنتائج الدراسات السابقة في إعداد الدراسة وتصميمها، حيث ساعدتنا في الاستعانة بنتائج الدراسات السابقة في تحديد طريقة تحليل مضمون صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري.
- أيضا الدراسات السابقة ساعدتنا في ضبط وصياغة مؤشرات وأبعاد الدراسة وكذا تصميم أداة الدراسة (استمارة تحليل المضمون) وتطبيقها والمقارنة بين نتائج هذه الدراسات مع الدراسة الحالية، وهذا للتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بينهما، وكذا تفسير نتائج الدراسة التحليلية من خلال مقارنة ما توصلنا إليه من نتائج الدراسة التحليلية مع نتائج الدراسات السابقة ذات العلاقة.

ثامنا: الخلفيات النظرية للدراسة

يقول كريب «Krep» " إن النظرية مفيدة إذا استطعنا التعلم منها، ولا نستطيع التعلم منها إلا إذا عرفنا كيف نستخدمها، ففهم النظرية وتطبيقها هو مسألة تتعلق بتعلم التفكير النظري، لهذا تعد النظرية بمثابة البوصلة التي تضبط وتحدد النتيجة النهائية للدراسة، أما في مجال البحوث والدراسات الإعلامية فتكمن أهمية النظرية في إمكانية مقارنة الواقع الخاضع للدراسة والتحليل بالمنطق التجريدي للنظرية العلمية المختارة، فهي لا تعتبر من كماليات البحث العلمي بقدر ما هي ضرورة علمية للباحث والبحث نفسه، لأنها الأرضية الرئيسية الخصبية والقاعدة العلمية لتأسيس الإطار النظري لبحثه (الدردير الشريف، 2015، ص 47).

وبناء على ذلك واستنادا لطبيعة موضوع الدراسة وبعد الاطلاع على أدبيات الدراسة، تم الاعتماد على مدخلين نظريين لبناء موضوع الدراسة هما: نظرية ثراء الوسائط (غنى الوسائط)، ومقاربة تثمين المصدر التراثي (الثقافي).

1- نظرية ثراء الوسائط الجديدة: أو (غنى الوسائط الجديدة)

تستند هذه الدراسة إلى المنطلقات الفكرية والنظرية لنظرية ثراء الوسائط (Media Richness Theory) أو كما يسميها البعض نظرية غنى الوسائط الجديدة، والتي كانت تُسمى سابقا بنظرية ثراء الوسيلة أو غنى المعلومات، التي تُعد إطارا لوصف وسائل الاتصال على حسب قدرتها على إنتاج المعلومات التي تُنقل من خلالها، فتبحث نظرية غنى الوسائط في دراسة معايير الاختيار بين الوسائط الإعلامية التكنولوجية وفقا لدرجة ثراها المعلوماتي، وتطرح النظرية إطارا نظريا رصينا يربط بين المتطلبات التي تضمن فعالية عملية الاتصال، وقدرة الوسيلة على تلبية تلك المتطلبات والاضطلاع بالمهام الاتصالية المنوطة بها بدرجات عالية من الكفاءة (سيد سلام، صابر عبد ربه، 2017، ص 230).

1-1- الخلفية التاريخية والمعرفية لنظرية (ثراء الوسائط الجديدة) وتطورها:

ظهرت نظرية ثراء الوسيلة على يد كل من الباحثين الأمريكيين ريتشارد دافت Richrd IDaft وروبرت لينجيل Robrt lengel (1984)، بحيث تم وضعها قبل أن يتم الاستخدام الواسع لوسائل الاعلام الحديثة مثل الكمبيوتر وشبكة الانترنت والهواتف الذكية، (نظرية ثراء الوسيلة، https://www.researchgate.net/publication/329487296_nzryt_thra_alwsylt, 2018) وترجع جذور هذه النظرية الأولى إلى مجال الاتصال التنظيمي لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات، وقد ارتبطت بمفهوم الاتصال الفعال لحل المشكلات داخل المنظمات لفترة طويلة، وهي تهدف إلى التغلب على تحديات الاتصال مثل الرسائل غير الواضحة أو الرسائل ذات التفسيرات المتناقضة (خضر ، 2018، ص 113) عن طريق إتاحة المزيد من المعلومات حول القرارات الإدارية المختلفة لإزالة الغموض لدى المديرين في المؤسسات المختلفة، وارتبطت دراسات هذه النظرية في هذه الفترة بدراسة الاتصال الشخصي والتقارير المكتوبة، لتمتد بعدها إلى دراسات النظرية لتشمل وسائل الاتصال الحديثة داخل المنظمات ومدى ثراء المعلومات الذي تتيحه هذه الوسائل، فقد تناولت الدراسات البريد الإلكتروني Email والبريد الصوتي V-mail كوسيلتين من وسائل الاتصال التنظيمي داخل المنظمات، والتي تعتمد عليها المنظمات في تنسيق الأنشطة بين الإدارات المختلفة في المنظمة ونشر المعلومات واتخاذ القرارات، (حسن عبد الصادق، 2019، ص 507)، ثم طبقت بعد ذلك هذه النظرية في مجال الاتصال التفاعلي، ثم الاتصال الجماهيري، وقد رأى الباحثان صاحباً هذه النظرية أن تقييم وسائل الاتصال وطرق تطبيقها في المواقف الاتصالية المختلفة يتم من خلال قدرتها الثرائية، بمعنى أن استخدام الوسيلة يتوقف على مدى تلبيتها لمتطلبات الجمهور المستقبل ولطبيعة الموقف الاتصالي، وإن نظرية ثراء الوسيلة هي نظرية الوسائل الشخصية وقدرتها على خلق الفهم المشترك، وقد بدأت

بفرضية نظرية الاتصال الوسيط الناجح في إطار الأوضاع التنظيمية، ولكن تطورت البحوث في هذه النظرية شيئاً فشيئاً نحو كونها نظرية تنبؤية نحو استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإعلام بناءً على الفروق الفردية واحتياجاتهم، (معيض الجعيد، 2018، ص 105)، من طرف لينجل وريتشارد ووترافون عام 1987 من خلال اعتماد نظرية معالجة المعلومات ونظرية الطوارئ، وأثناء تطوير هذه النظرية بدأ استخدامها في العديد من الدراسات الإعلامية، خاصة تلك المتعلقة بوسائل الاعلام المعتادة مثل الصحافة والتلفزيون والراديو وغيرها من وسائل الاعلام القديمة، وإن الدراسات السابقة الخاصة ببحوث الإعلام اعتادت استخدام نظرية ثراء وسائل الاعلام للتحقق من كيفية تأقلم المؤسسات في مواجهة تحديات الاتصال وبشكل خاص تلك المشاكل المتعلقة بالرسائل غير واضحة والمشوشة وذات التفسير المتضارب، وبعدها تم دراسة هذه النظرية على نطاق واسع منذ عرضها لأول مرة كما اختبرها علماء وباحثون في الاتصال آخرون من أجل تطويرها (خضر، 2018، ص 113) ففي تسلسل تطور النظرية برزت العديد من الاتجاهات والأبحاث للتحقق من صحة النظرية ، حيث إن نظرية ثراء وسائل الإعلام تم دعم فروضها بشكل كامل عندما اختبرت على ما يمكن أن نطلق عليه وسائل الاتصال التقليدية المتمثلة في الاتصال المباشر وجهاً لوجه، والاتصال التلفوني والرسائل والمذكرات (R.L..Daft,R.H.Lengel,and L,k Trevino, 1987, p 359) ومع ذلك فإن النتائج التي تم التوصل إليها أظهرت ما يسمى بوسائل الاعلام الجديد مثل: البريد الإلكتروني والبريد الصوتي، وقد شجعت النتائج المتضاربة على إعادة النظر في صحة نظرية ثراء وسائل الاعلام من الناحية الوصفية والتنبؤية فيما يتعلق بالنماذج البحثية الحديثة التي تحاول وضع تصور خاص بمفاهيم وسائل الاعلام (Fulk, J. Schmitz and D. Ryu ,1995).

وفي هذا الصدد يؤكد ألان دنيس وآخرون عام 1998 على أن غاية نظرية الثراء هو قياس كفاءة الوسيلة الإعلامية، وتقييم خصائصها وقدراتها الاتصالية وفي ضوء تلك القدرات يتم اختيار الوسيلة المعينة وتوظيفها في

توصيل الرسائل الإعلامية بدرجات متزايدة من الفعالية لتحقيق تأثيرات معرفية ووجدانية مواتية في أفراد الجمهور المستهدف (سيد سلام، صابر عبد ربه، صالح، 2017، ص 230) وبعدها اتجهت الدراسات والبحوث لتطبيقات نظرية ثراء وسائل الإعلام نحو وسائل الإعلام الجديدة، وأصبحت تستخدم تجريباً للدراسات التي تبحث عن تأثير وسائل الإعلام الحديثة، واتجهت لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها الاتصالي والمعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة (بن صقر، 2019، ص 669 - 670).

1-2- مفهوم النظرية والمصطلحات المرتبطة بها:

في عام 1984، قام Daft & Lengel بصياغة مصطلح "ثراء الوسيلة" Media Richness والذي يشير إلى قدرة الوسيط الاتصالي على تحسين الفهم بتقليل عدم التأكد Uncertainty والغموض Ambiguity لأي مفردات تحمل معنيين، الأمر الذي يساعد منتج الرسالة على استخدام الوسيلة الملائمة للموقف الاتصالي وفق درجة غموض الموضوع، (اللهي، 2014، ص 33).

فقد عرف دافت ولينجيل ثراء المعلومات على أنها: "قدرة المعلومات على تغيير الفهم خلال فترة زمنية"، وحسب الباحثين فإن عمليات الاتصال التي تستطيع التغلب على الأطر المرجعية المختلفة وتوضح القضايا الغامضة لتعزيز الفهم في الوقت المناسب تعتبر أكثر ثراءً، أما عمليات الاتصال التي تستغرق وقتاً أطول لنقل الفهم تكون أقل ثراءً.

وفي تعريف آخر: "يُعرف على أنه القدرة على حمل المعلومات المحتملة للبيانات بأشكال مختلفة ووسائط متعددة فهو يقوم بتفعيل العلاقات الاجتماعية بوسائل الاتصال المختلفة حيث يتيح الاتصال بعدة وجوه" (القحطاني، 2021)، وقد انطلقت النظرية من ثلاث اعتبارات رئيسية وهي:

أولاً: أن المعلومات يتم حملها عبر أنظمة اتصالية (رمزية ولغوية) تستخدم لتفسير المواقف والحكم على السلوك، حيث إن مهمة تبادل المعلومات تعد من المهام الأساسية التي تساعد على تفسير البيئة المحيطة بالأفراد.

ثانياً: أن النظام الاجتماعي معقد بشكل كبير ويوجد بداخله كثير من القضايا غير المفهومة والمضجرة، بالإضافة إلى وجود مواقف عديدة غمضية ومتشابهة، وللتخلص من هذه البيئة الغامضة لابد من تطوير مواقف عديدة وغمضية ومتشابهة وللتخلص من هذه البيئة الغامضة لابد من تطوير آليات التعامل مع المعلومات لكي تستطيع القنوات الاتصالية أن تخلق مجالا مشتركا للفهم بين أعضاء هذا النظام الاجتماعي.

ثالثاً: يتمثل في أن أهم ملامح النظام المعلوماتي المنظمة هي الشراكة، حيث يحاول أفراد المنظمة دائما الوصول لنظام مشترك للمعاني والآراء بشأن القضايا السائدة داخل المنظمة، فالوصول إلى هذه المعاني، سواء بين أعضاء المنظمة أنفسهم أو بين أعضاء المنظمة وصناع القرار بما يساعد على اتخاذ القرار بالشكل الأمثل، ذلك لأن القرار يتم الوصول إليه من خلال تألف الآراء المختلفة، وهنا يبرز دور النظام المعلوماتي في إزالة حالة الغموض وتخطي حالات الخلاف في الرأي (اللهيبي، 2014، ص 33).

وأيضا تنص نظرية " ثراء الوسيلة " في السابق على أن جميع قنوات الاتصال تمتلك خصائص معينة تجعلها أقل أو أكثر ثراءً، وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال معينة تجعلها أقل أو أكثر ثراءً، وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هو تقليل غموض الرسالة، حيث إذا كانت الرسالة غامضة، فإنها تكون غير واضحة، وبالتالي يكون فك شيفرتها أكثر صعوبة على مستقبلها، وتضع النظرية وسائل الاتصال على مقياس

متواصل يمثل ثراء الوسيلة وقدرتها على إيصال رسالة معقدة، وتشتمل النظرية على إطار له محاور على مستوى الغموض والشك تمتد من الأدنى إلى الأقصى، مع انخفاض درجة الغموض والشك، يصبح الموقف واضحاً ومعروفاً جيداً مع ارتفاع درجة الغموض والشك تصبح الأحداث مبهمّة ومتلبسة المعنى تحتاج إلى توضيح القائم بالاتصال (خضر ، 2018، ص 114).

على ذكر ما سبق نستخلص الفكرة الأساسية لنظرية ثراء الوسائط وهي أن "الاتصال المباشر هو الوسيلة الأكثر ثراءً وفاعلية في تقليل الالتباس الذي يمكن أن يحدث في عملية الاتصال"، لذلك فهو شكل اتصالي أعلى ثراءً من غيره فيما يتعلق بالرسائل الإعلامية ذات المحتوى المعرفي الكثيف خاصة تلك التي تحتوي على أقسام ومساحات تنظيمية، لذلك فإن الوسائط الاتصالية التي تستخدم التقنية الالكترونية تحتل مكانها بين طرفين هما الاتصال المباشر وجهها لوجه ووسائل الاتصال الورقية، وذلك اعتماداً على قدرتها في حمل الإشارات غير اللفظية، وسرعة نقل رجوع الصدى وإمكانية نقل السمات الشخصية للمرسل بشكل واضح بالإضافة إلى دعمها استخدام اللغة المبسطة.

وتتصف نظرية ثراء الوسيلة معايير الاختيار بين الوسائط الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة، وبالتالي تقوم النظرية على مصطلحين رئيسيين هما: (الثراء المرتبط بالوسيلة، وعدم التأكد والغموض) التي يمكن توضيحها فيما يلي:

أ- الثراء Richness ويعرفه Daft & Lengel بأنه : " الأفعال الاتصالية التي تساعد في توضيح القضايا الغامضة في الوقت المناسب"، أما Rulf Muller فقد عرفه بأنه قدرة الوسيط الاتصالي على توصيل المعلومات من خلال إرسال بعض الرموز المتنوعة، إضافة لتوافر سرعة رجوع الصدى في هذا الوسيط، ويرى Boland & Tankers أن الاتصال الثري هو الذي يقلل من حالة بتقديم كميات كبيرة من المعلومات بطريقة سريعة ، كما يمكن للاتصال تخفيض ازدواجية المعنى باستخدام الوسيط الاتصالي الملائم، وليس بتقديم المزيد من المعلومات، ويمكن أن يتم ذلك من خلال إجراء المناقشات والمناظرات بشأن المعلومات الموجودة فعلا حتى تثبت جودتها، ويتحدد مفهوم " ثراء الوسائط" في القدرة على تغيير الفهم خلال فترة زمنية معينة، وأن الاتصالات الثرية هي:

- تلك التي يمكنها تجاوز الاختلافات في الأطر المرجعية بين أطراف العملية الاتصالية، فتؤدي لاستجلاء القضايا الغامضة بهدف الوصول لتفاهم شامل خلال فترة زمنية محددة.

- التي يتعاضد فيها الحضور الاجتماعي للوسيلة باستخدامها قنوات اتصالية متعددة، وفورية فعالة ودفقا إنسانيا يقود في النهاية لنجاح العملية الاتصالية.

كما يعرفه Sitin , et AL بأنه قدرة الوسيلة على نقل المعلومات ما يعنيه من قدرتها على نقل رجوع الصدى وإعداد رسالة لمتلقي معين ونقل مشاعر القائمين بالاتصال وتقديم وسائط متعددة، والثاني : قدرتها على تحقيق التواصل (سعة حمل الرموز)، أي حمل معلومات عن الأشياء أو الأفراد القائمين فيما بينهم في الاتصال متعدد الاتجاهات ،وقد ربط Daft & Lengel & Trevino (1984) بين الثراء والتعلم من الرسالة الاتصالية، إذ إن الاتصال يعد أكثر كلما استطاع التغلب مختلف الأطر المرجعية أو توضيح المسائل الغامضة

التي تؤدي بالتالي إلى تغيير الفهم، وهو ما أدى لاستخدام النظرية في دراسات التعلم وإدخال الوسائط التكنولوجية في العملية التعليمية.

ب - عدم التأكد والغموض Ambiguity and uncertainty: يعبر عدم التأكد عن حالة نقص المعلومات، أما الغموض فهو ازدواجية المعنى التي تسببها التفسيرات المختلفة والمتصارعة إزاء مواقف بعينها أو البيئة المحيطة بها، وهو يختلف عن عدم التأكد، إذ التأكد الأخير يحدث في حالة معرفة الأفراد الجوانب المفقودة والتي هي بحاجة إلى توضيح، أما الغموض فتسوده حالة من التشويش ولم يكن لدى الأفراد أصلاً معرفة بالمعلومات التي يجب أن يحصلوا عليها، فالمهام المتلبسة لا يمكن التعبير عنها بسهولة أو معالجتها بتوفير المزيد من المعلومات، وهو ما يجعلها تتطلب تفسيراً ومناقشة وتفاوضاً لتوفير قاعدة للاتفاق على إطار مرجعي مشترك (اللهبي، 2014، ص ص 34-35).

1-3- فروض نظرية ثراء الوسائط الجديدة (غنى الوسائط الجديدة):

تفترض النظرية فرضين أساسيين هما:

الفرض الأول: أن الوسائط الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات، بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائط التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير لثراء الوسائط الاتصالية والوسيلة الإعلامية وهي مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي وهي سرعة رد الفعل (رجع الصدى الفوري)، وقدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات اتصالية تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية (فودة، 2018، ص 146)، وعلى هذا الأساس معايير الفرض الثاني في نظرية ثراء

الوسيلة، هي معايير الثراء **Richness Criteria**، حيث افترض كل من **Daft & Lengel (1984)** أن وسائل الاتصال تمتلك عددا من القدرات والإمكانيات لتوصيل المعلومات والمعارف لمستخدميها، وبالتالي تساعد في حل مشكلات الغموض لمستخدميها، وقدم الباحثان ما عرف بـ (التدرج الهرمي) الخاص بثراء الوسائل الاتصالية، وتم ترتيبه من الوسائل الأعلى إلى الأقل ثراء من أجل توضيح قدرات الوسائل الاتصالية المختلفة وذلك وفق أربعة معايير رئيسية وضعها الباحثان وتمثلت أسس الفرض الثاني لهذه النظرية في ما يلي:

أ- توفر ردود الفعل الفورية: Immediacy of feedback وتعني قدرة الوسيلة على تمكين المرسل من استقبال رد فعل فوري للاتصالات التي يجريها أو الدرجة التي تدعم فيها الوسيلة وجود تفاعل حي وشخصي، وتكمن أهمية هذا العامل في أنه يسمح بطرح الأسئلة وتصحيح المعلومات إذا كانت خاطئة بشكل فوري، ويُعد عامل حساسية الوقت هو العامل الحاسم الذي يتوقف عليه الحكم على رجوع الصدى، فكلما قل الوقت اللازم لحدوث رجوع الصدى زاد احتمال معرفة القائم بالاتصال بآراء الجماهير إزاء رسالته بشكل أسرع ويعدل بها إذا استدعى الأمر، ومن ثم يكون تأثيره عليهم أكبر، (حسن عبد الصادق، 2019، ص 508)، حيث إنه كلما زادت سرعة ردود الفعل كلما زادت القدرة على التحقق من المعلومات بشكل أسرع وتوضيح القضايا الشائكة، وبذلك فإن ردود الفعل تلعب دوراً هاماً في الحفاظ على وضوح وشمولية الاتصال، وتتميز الوسائط الاتصالية الأكثر ثراء بتوفير ردود فعل فورية من الجمهور والتحقق من المعلومات المشتركة، وتكون بذلك الوسائط أكثر ثراء (اللواتي، 2017، ص 350).

ب- استخدام أساليب متعددة في الاتصال "تعدد الرموز" Multiple cues وتشير إلى تعدد طرق توصيل المعلومات سواء كانت لفظية أو غير لفظية، ويقصد بالرموز تلك الأمور التي تحتويها الرسالة الاتصالية مثل الانطباعات أو ملامح الجسم والإيماءات والأرقام والرموز الصوتية مثل نبرة الصوت، وتؤدي القدرة على

نقل رموز متعددة بدرجات متفاوتة، إلى اكتساب الوسيلة قدرات متفاوتة على تقديم تفسيرات للمعاني والمواقف، كلما زادت قدرة الوسيلة على توصيل رموز متنوعة في رسالتها كلما زادت قدرتها على أن تسهل فهم المتلقي لهذه الرسائل، ومن ثم توصف بأنها وسيلة أكثر ثراء، كذلك التي تستطيع أن تقدم رسائلها مصحوبة بعناصر مساعدة كالصوت والحركة والرسوم.

ج- استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة Language Natural: "وهي طريقة بسيطة ومباشرة لتفسير الرسائل

المشتركة بين المرسل والمتلقي وتبادل المعلومات باستخدام اللغة الطبيعية في بث الرسائل الاتصالية بما يسمح بالتفاهم الفوري دون الحاجة إلى التفسيرات الإضافية التي يمكن أن تؤدي إلى الارتباك"، (اللواتي، 2017، ص 350) فمن خلال اللغة الطبيعية والمألوفة يمكن التعبير عن المحتوى المقدم لفهم مجموعة واسعة من المفاهيم والأفكار بين المستخدمين بدلا من اللغة التقنية التي تتيحها وسائل الاتصال الحديثة، وبالتالي فإن اللغة العامية المتداولة تكون أكثر ثراء من اللغة الرسمية، لأن نقل المعاني عن طريقها يكون أقل تعقيدا، وبالتالي فإن اللغة الثرية هي اللغة الطبيعية السائدة بين أفراد المجتمع والتي تسير العملية الاتصالية بين المرسل والمستقبل، وتتيح فهم المستقبل للمضامين التي تحتويها بسهولة ويسر، ومما يزيد في ثراء الوسيط الاتصالي.

د- الاستخدام الشخصي للوسيلة "التركيز الشخصي على الوسيلة" Personalization: وتعني قدرة

الوسيط الاتصالي على حمل العواطف والمشاعر ونقلها للمتلقي من خلال الرسالة، كما يمثل مقدرة هذا الوسيط على تحديد المتطلبات الأساسية للمستقبل والتي يريدها من الاتصال، ومقدرة هذا الوسيط على تلبية هذه الحاجات والمتطلبات، و بمعنى آخر أن يُقدم الوسيط والوسيلة ما يحتاجه المستقبل ويتفق مع رغباته الشخصية، ويتأثر التركيز الشخصي بزيادة عدد المتلقين، فهما متناسبان عكسيا، فكلما زاد عدد المتلقين قل الإحساس بالتركيز الشخصي، حيث إن هذا الوسيط والوسيلة يهتمان بنقل أفكارهم واتجاهاتهم، ومن هنا يتحقق ثراء

الوسيلة وبدونه تصبح الوسيلة فقيرة الثراء ومن ثم فإن المستقبل يختار المضمون الذي يفضل متابعته ويستبعد غيره من المضامين التي لا تتوافق مع رغباته واحتياجاته وتطوير فهم أفضل للجمهور (حسن عبد الصادق، 2019، ص 508).

1-4 - تطبيقات نظرية ثراء الوسيلة في ظل الوسائط الاتصالية الجديدة

على الرغم من أن النظرية ظهرت في منتصف الثمانينيات من القرن الماضي، أي قبل سنوات من ظهور شبكة الواب العالمية وغيرها من تطورات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي أعادت صياغة عملية الاتصال، وظهر أنماط جديدة بخلاف الاتصال الجماهيري التقليدي، إلا أن تطبيقات عديدة وجدت في افتراضاتها أساسا يمكن إعادة تطبيقه على الوسائط الاتصالية الجديدة، حيث أسهم باحثون بإدخال تعديلات عليها بما يتلاءم مع هذا التطور ، لما يوفر أساسا نظريا جيدا لبحث قدرات هذه الوسائل ومساعدة القائم بالاتصال على اختيار الوسيلة المناسبة (اللهي، 2014، ص 32)، لذلك اختبر علماء اتصال آخرون النظرية من أجل تطويرها، وتكييفها لتشمل وسائط الاتصال الجديدة مثل الفيديوها المتطورة وعقد المؤتمرات عبر الأنترنت (تسامي ، 2018، ص 17)، حيث تؤكد نتائج العديد من الدراسات التي أجريت في السنوات القليلة الماضية، أن الشبكة العنكبوتية تحمل بدورها سمات متشابهة للاتصال الشخصي، ومن ثم يتم تصنيفها ضمن أكثر وسائل الإعلام والاتصال ثراء وقدرة على تفعيل العملية الاتصالية، (سيد سلام، صابر عبد ربه، 2017، ص 231)، فالوسائط المتعددة ممثلة في النصوص والصوت والصور الثابتة والفيديو والجرافيك تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحا وفعالية من قبل مستخدمي الوسائط الجديدة، في هذا السياق أشار العديد من الباحثين إلى أن ثراء الوسائط الجديدة عبر أدواتها المتعددة يؤدي إلى إشباع وتفاعل الجمهور بشكل أكبر معها مقارنة بغيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى الأقل ثراء بالمعلومات (Simon,peppas,2004,p 270- 281).

وقد زادت التطورات التكنولوجية التي أتاحتها وسائط الاتصال الجديدة ثراء للوسيلة ذاتها مثل برامج المحادثة الصوتية مثل السكايب skype والياهو yahoo والفايبر viber وغيرها والتي تعتمد على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، حيث إن هذه الوسائط تمتلك قدرا كبيرا من المعلومات، فضلا عن تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائط التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها بالمقارنة بالخدمات الأخرى التي تقدمها هذه الوسائل والتي تعتمد على الرسائل النصية مثل البريد الإلكتروني، والتي قد ترسل رسالة نصية في الوقت المناسب ولكنها خالية من المشاعر الشخصية، لذا يستخدم ثراء الوسيلة أو الوسيط في المواقف الأكثر تعقيدا والتي تحتاج إلى كثير من المعلومات التي يمكن من خلالها إزالة الغموض والالتباس في الرسالة الإعلامية، ومن ثم فإن وسائط التواصل الجديدة تنطوي على كثير من عوامل الثراء من حيث إمكانية رجوع الصدى وسهولته وفوريته، ومن حيث تعدد الأشكال الاتصالية والإعلامية، والتي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من خلال استخدام العديد من الوسائط المتعددة مثل النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو، التطبيقات التفاعلية التي تشرح وتسهل فهم الرسالة الاتصالية بين المشاركين وشرح أبعادها المختلفة مما يزيل عدم التأكد والغموض الذي يحيط بالرسالة الاتصالية، بالإضافة إلى إمكانية تعديل الرسالة الاتصالية أو إضافة محتوى جديد مما يسمح للمشاركين بالتفاعلية في العملية الاتصالية من خلال سماحها بنقل المشاعر والعواطف ونقل التعبيرات، والقدرة على الاستماع وفهم ما به من معانٍ (حسن عبد الصادق ، 2019، ص 510).

وانطلقت هذه النظرية من فكرة أن وسائل الإعلام التي تستخدم التقنيات الاتصالية الحديثة وسائل ثرية طبقا لمفهوم نظرية ثراء الوسيلة؛ فهي تجمع بين وسائل الاتصال الشخصي ووسائل الاتصال التقليدية في قدرتها على نقل المعلومات، والاعتماد على الإشارات غير اللفظية ووجود رجوع صدى سريع وفوري، ونقل

تعبيرات الوجه واستخدما اللغة الطبيعية بين المشاركين، فكشفت الدراسات الحديثة أن وسائل الإعلام الجديد تتفاوت فيما بينها في ثراء المعلومات، فالفايسبوك يعتبر أكثر ثراء من البريد الإلكتروني والذي يكون فيه رجع الفعل فوراً وسريعاً بالمقارنة بالبريد الإلكتروني الذي يكون فيه رجع الصدى مؤجلاً في كثير من الأحيان، ومن ثم تفتقر إلى الفورية في رجع الصدى.

ويرتبط مفهوم نظرية ثراء الوسائط بالتفاعلية، حيث تتيح وسائط الاتصال الجديدة المناقشة حول العديد من الموضوعات ، فقد وجدت بعض الدراسات أن وسائط الاتصال الجديدة والموجات الثورية الاتصالية من الواب 2,0 هي وسائل أكثر ثراء من الواب 1,0 في إتاحتها للمعلومات والمعارف، كما يستطيع المستخدم أن يتحكم في المضمون المقدم من خلالها، حيث أتاحت هذه الوسائط التفاعلية أن يختار المستخدم الوسيلة التي تسهل له الحصول على المعلومات والتفاعل مع المرسل من خلال الأدوات التي تتيحها وسائط الاتصال الجديدة (المرجع نفسه، ص 515).

اهتم أيضاً الباحثون في مجال نظرية غنى الوسائط بطرح مفهوم الحضور الاجتماعي، والذي يعني لديهم حدود قدرة الوسيلة الإعلامية على دعم الحضور الاجتماعي لمستخدميها خلال عملية تبادل المعلومات والرؤى والمشاعر، فكلما أتاحت الوسيلة لمستخدميها فرصاً متزايدة للحضور الاجتماعي في العملية الاتصالية، زادت قدرة مستخدميها على تطوير إطار دلالي متوافق أو فهم مشترك وإجماع على أفكار ووجهات نظر بعينها، كما اهتم أيضاً الباحثون بدراسة متغير التفاعلية Interactivity والذي تم تحديده بوصفه قدرة الوسيط الاتصالي على توفير رجع صدى فوري فيما بين مستخدميها خلال عملية الاتصال، وفي هذا الصدد تم إجراء مقارنات بين الاتصال الشخصي في مقابل جودة الاتصال الذي توفره الوسائط الإلكترونية كالراديو والتلفزيون والمؤتمرات الصوتية والمرئية وكذلك الوسائط الرقمية وبخاصة الشبكة العنكبوتية، فقد أشارت تلك المقارنات إلى

تقدم الاتصال المواجهي أو الشخصي والشبكة العنكبوتية على الوسائل الإلكترونية في جودة الاتصال وتدعيم التفاعلية بين أطراف العملية الاتصالية، وبعد الحضور الاجتماعي والتفاعلية الأكثر التصاقا بطبيعة قدرات وبنية الشبكات الاجتماعية (سيد سلام، صابر عبد ربه، 2017، ص 231).

وتعتبر أيضا هذه النظرية مواكبة لما أشارت إليه نتائج دراسات عديدة من تحول الجمهور المستقبل للوسائل الاعلام من الوسائل التقليدية إلى الوسائط الجديدة بتقنياتها الرقمية وهو اتجاه تحول الرسالة الإعلامية من الرسائل التي تخاطب الجمهور أو كتلة متجانسة إلى تقديم قدر لا نهائي من الرسائل عبر عدد لا نهائي من القنوات الاتصالية، وهو ما يتحقق عبر كل من المرسل والمستقبل، حيث تصبح الرسالة متاحة في الطريق بينهما بكل أنواع المضمون وأشكاله المختلفة، وكذلك فإن هذا التبادل يصبح متاحا عبر الزمان والمكان ويتم بسرعة فائقة من خلال الإمكانيات والتقنيات الاتصالية الحديثة وهو ما عبر عنه (مالفين ديفلير) في مصطلح مفاتيح المستقبل التي فسرها في ست سمات تتميز بها وسائل الاتصال الجديدة وهي: (التفاعلية، سهولة الحركة والتنقل، قابلية التحول، الربط التوصيل، الانتشار، العولمة)، ومع تعاظم تلك السمات فإن التطور التقني بمرور الوقت يفسر محدودية الآثار المتجانسة لوسائط الاتصال الجديدة، أي أنه مع زيادة الفرص الاتصالية المتاحة فإن الآثار المتجانسة للاتصال تقل تدرجيا، وقد ناقشت كثير من الدراسات أسباب تحول الجمهور إلى وسائل الاتصال الجديدة، وجاءت النتائج مؤكدة على أن سمات تلك الوسائط الجديدة هي في حقيقتها دالة على ثراء الوسيلة الجديدة، ولذلك فإن وسائط الاتصال الجديدة تمنح الجمهور فرصة لاختيار بيئة الاتصال (زمانه- مكانه- ظروفه- وسائله) وهو ما يزيد الفرص المتاحة وفق اختيارات أفراد الجمهور بشكل عمدي لما يلائم ميولهم واهتماماتهم وسماتهم العمرية والثقافية والتعليمية (عبد الفتاح وليد، النجار عبد الفتاح، 2016، ص 189).

ونظرية ثراء الوسيلة هي من النظريات التي طورها الاعلام الجديد ووسائله وتقنياته من خلال بحوث ربطها بالوسائط الاتصالية الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي لأنها تُعد ثورة اتصالية جديدة وبهذا صارت تسمى **نظرية غنى الوسائط الجديدة أو ثراء الوسائط** فهي بمنزلة كيان اتصالي خاص ومُميز وجد ليبقى ولينافس غيره، ولفرض نموذج المتفرد على كل المعنيين بالدراسات الإنسانية والاجتماعية عامة والإعلامية خاصة، في وقت أفرزت فيه هذه الثورة تحولات كبيرة في مسارات التعامل المنهجي والنظري مع الظواهر الاتصالية، وتعد مواقع التواصل والشبكات الاجتماعية وسائط اتصالية ثرية، لأنها واستناداً إلى نظرية ثراء وسائل الإعلام تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها، ومن ثم تستطيع هذه الوسائط التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها، كما أنها تتميز بسرعة رد الفعل وقدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية (علي محمد، 2020، ص 22).

ويُعرف ثراء الوسائط بأنه: "الكثافة التي تُقدِّمُ بها الوسائط المعلومات، (Matthew, 2021, p 04).

وفقاً لنظرية الثراء يعد التواصل وجهاً لوجه هو أغنى وسيط متبوعاً بالفيديو والنص والصوت (Chang, Liang, Chou, Lin , 2017, p227) ويمكن تفسير الثراء الفائق للصور في مقاطع الفيديو تعدد الرموز التي تعمل على جعل الرسالة أكثر بروزاً وملفتة للانتباه (Xu, P Chen, Santhanam, 2015, p 88)، وتشير اللغة الطبيعية إلى اللغة العادية الشائعة الاستخدام، وهي الغير الرسمية (Michael Dickinson, 2012, p 02)، تتميز الوسائط الأكثر ثراءً باستخدام ردود الفعل سريعة الاستجابة والإشارات المتعددة، والاستخدام المناسب للغة (Charles H. Cho, Jillian R. Phillips, Hageman, Dennis, 2009).

وفي سياق متصل وضع **Jialum Qin (2006)** معايير لقياس ثراء المواقع الإلكترونية من منطلق تعريف لثراء الوسيلة، حيث يرى أنه كفاءة مواقع الويب وراثتها في استخدام الوسائط المتعددة (مثل الروابط الفائقة، الصور، الصوت، الفيديو....) في توصيل المعلومات للمستخدمين، مضيفا إليها كمية المعلومات المنقولة، ومحددا أربعة مؤشرات للثراء هي: الروابط الفائقة، الملفات القابلة للتحميل، الصور، ملفات الصوت الفيديو (اللهي، 2014، ص 45).

وأكد أيضا دان أورتيجا **Dan Ortega 2007** بوصفه أحد أبرز الباحثين في مجال رصد السمات الاتصالية الفريدة للمجتمعات الإلكترونية بأن الشبكات الاجتماعية تتميز بقدر من الثراء الإعلامي كونها تسمح لمستخدميها بتمرير وتبادل العديد من الرسائل والملفات والمحتوى الإعلامي الذي يتسم بالديناميكية مقارنة بالوسائل التقليدية ويشير مفهوم الديناميكية إلى إمكانية إضافة محتوى جديد أو تعديل الرسالة خلال عملية الاتصال الآني بين الأعضاء المنخرطين في الأنشطة التفاعلية بالشبكات الاجتماعية (سيد سلام، عبد صابر ربه، 2017، ص 232).

كما اختبر كل من ديباشيش وروبرت **Debashish and Robert (2015)** فروض نظرية ثراء الوسيلة في قياس تأثير قدرة الواجهة الفنية للفيديو على الجمهور، أما ليو وآخرون **Liu and Others (2015)**، فقد أجروا دراسة تجريبية استعانوا فيها بنظرية ثراء الوسيلة لبحث تأثير شكل المعلومات التي تتناولها بعض المواقع الحكومية عن الأحداث الإرهابية على الكيفية التي يسعى من خلالها الأفراد للحصول على المعلومات.

أما على صعيد الدراسات العربية فأجرى أحمد الشعراوي (2009)، دراسة لتحديد ثراء مواقع الصحافة الإلكترونية، وإدراك القارئ بالاتصال في الصحف المصرية (الأهرام- الأخبار) والسورية (تشرين- الثورة) لهذا الثراء، وأثر ذلك على المحتوى المطبوع، حيث توصل إلى أن غزارة المعلومات وسرعتها وفورية نشرها

في الصحافة الإلكترونية دفعت باتجاه تكثيف المعلومات في المادة التحريرية، والاهتمام بالدقة والمصداقية هذا إلى جانب الاهتمام بالصور والعناوين لموازنة عناصر الشراء المتعلقة بتعدد الرموز (نص، صور، فيديو) في المواقع الإلكترونية (اللهبي، 2014، ص 47)، واستعانت بالنظرية أيضا الباحثة سحر صادق (2014) واختبرت فروض النظرية لبحث العلاقة بين استخدام الشباب للفيسبوك وقت الأزمات، ومستوى الإدراك المحقق لديهم.

وكما وظفت النظرية أيضا أسماء معوض (2015)، فقد اعتمدت على النظرية للتعرف على مدى ثراء المواقع الإخبارية داخل أقسام العلوم والتكنولوجيا والإمكانات التي يمكن أن تستغلها تلك الأقسام بالمواقع الإخبارية لصنع رسالة أكثر تأثيرا من خلال اختبار معايير الشراء (الروابط الفائقة، الصور، الملفات القابلة للتحميل، ملفات الصوت والفيديو)، أما الباحثة دعاء السيد (2016) لتحديد مدى الثراء المعلوماتي لمواقع الأنترنت في مجال الأوراق المالية (أبو بكر أسماء، 2018، ص 255).

1-5- الانتقادات الموجهة للنظرية:

واجهت نظرية ثراء الوسائط أو كما كانت تسمى سابقا نظرية ثراء الوسيلة العديد من الانتقادات وهكذا وجه الباحثون مجموعة من جوانب النقد لنظرية ثراء الوسائط، منها:

- تجاهلها العوامل الاجتماعية التي قد تؤثر على إدراك الفرد، إذ رأى Markus (1994) أن الضغوط الاجتماعية قد تكون أكثر تأثيرا على استخدام الوسيلة من الشراء، كما أكد Ngwenyama & Lee (1997) أن الخلفيات الثقافية والاجتماعية تؤثر على اختيار الوسيلة الإعلامية بطريقة تتناقض مع فرضيات نظرية الشراء.

- فقد أرجع الباحثون التضارب في نتائج الدراسات إلى إغفال هذه العوامل الاجتماعية، ولمعالجة هذا الأمر قدم كل من Carlson & Zmud (1999) نظرية قناة التمدد التي تفترض أن خبرات محددة تؤثر على كيفية

تطوير الأفراد إدراكهم لثراء الوسيلة، والتي تم تحديدها في أربعة أنواع من الخبرات: الخبرة بالوسيلة، الخبرة بموضوع الرسالة، الخبرة بالسياق التنظيمي، والخبرة بشركاء الاتصال، وتفترض النظرية أنه كلما زادت خبرة الفرد في هذه المجالات الأربعة تمكن من استخدام الوسيلة بفعالية، وبالتالي يتغير إدراكه لثراء الوسيلة.

- ويرى أيضا Kunihiro Higa et Al (2000) أن البناء الاجتماعي يمكن أن يؤثر بقوة في تغيير وتعديل إدراك ثراء الوسيلة، فالبريد الإلكتروني على الرغم من كونه وسيلة ضعيفة الثراء من وجهة نظر نظرية الثراء، إلا أنه يمكن أن يتحول لأداء فعال وثرى عبر بنية اجتماعية فعالة، وهو ما تؤيده نظرية **Social influence theory** التي ترى أن المميزات الاجتماعية، مثل تأثيرات شركاء العمل وسلوك الرؤساء ومعايير الجماعة ومميزات شبكة الاتصال تلعب دورا حاسما في اختيار الأفراد للوسيلة وإدراكهم لفعاليتها، أي العوامل المرتبطة بالبيئة وليس بالوسيلة هي التي تؤثر على الاختيار، وبذلك يعتبر تحديد مدى ثراء الوسيلة أمرا ذاتيا يختلف من شخص لآخر وغير خاضع لمعايير معينة على خلاف ما تفترض نظرية الثراء.

- كما لوحظ أيضا أن نظرية ثراء وسائل الإعلام كان يجب ألا تفترض أن الآراء تجاه استخدام وسائل إعلام أكثر ثراء في موقف ما تتعارض تماما مع استخدام وسائل إعلام أقل ثراء في الواقع، اختيار وسائل الإعلام أمر معقد وبشكل عام حتى لو اعتبرنا وسيلة إعلامية أكثر ثراء هي "الأفضل" لنقل رسالة ما، فهذا لا يعني أن وسيلة إعلامية أخرى أقل ثراء لا تستطيع نقل هذه الرسالة على الإطلاق، وعلى الرغم من أن استخدام وسائل إعلامية أقل أو أكثر ثراء قد يحدث فروقا لبعض المهام، إلا أن استخدامها بالنسبة لبعض المهام الأخرى لا يشكل أي اختلاف للدقة التي تنقل بها الرسالة (عايض القحطاني، 2021).

- يُعد اختيار وسائل الإعلام أمرا معقدا وبشكل عام حتى لو افترضنا وسيلة إعلامية أكثر ثراء هي "الأفضل" لنقل رسالة ما، فهذا لا يعني أن وسيلة إعلامية أخرى أقل ثراء لا تستطيع نقل هذه الرسالة على الإطلاق.

- لم تأخذ هذه النظرية في الاعتبار الوظائف الكلية لوسائل الاعلام الجديدة والعلاقات المتداخلة في استخدام التكنولوجيا الجديدة.

- لم يظهر لهذه النظرية بناء متماسك إلا لبعض الفروض القليلة، والتي لم تختبر في مجتمعات متعددة ما عدا بعض المجتمعات المتقدمة.

- على الرغم من أن الجذور الأساسية لنظرية ثراء وسائل الإعلام للباحثين Daft و Lengel التي قامت بالتركيز على الإجابة عن السؤال "لماذا تعالج المنظمات المعلومات؟ إلا أن تركيز النظرية قد تغير بعد ذلك الإطار التنظيمي إلى المديرين كأفراد واختيارهم لوسائل الإعلام والوسائل التي يتبادلونها (بن عبد المحسن، سعود العساف، 2020، ص 3410).

- بالرغم من وجود أدلة تجريبية تدعم فرضية ثراء وسائل الإعلام، فقد أدى البحث في اختيار وسائل الاتصال والاتصالات وسلوكيات الاستخدام إلى نتائج تتناقض مع الفرضية. فولك وآخرون، وماركوس الذين ناقشوا الدراسات التي وجدت دعمًا ضعيفًا لفرضية ثراء وسائل الإعلام بالإضافة إلى أدلة تتناقض مع الفرضية. وجدت دراسات أخرى تحاول اختبار أو تكرار، أو توسيع نطاق فرضية ثراء وسائل الإعلام دعمًا ضعيفًا أو بدون دعم لها، وجد البعض آثارًا تخالف الفكرة القائلة بأن غياب التواجد الاجتماعي والسياق الاجتماعي هو أمر سيئ بالضرورة للمهام التعاونية حيث يمكن لمستخدمي وسائل الاتصال أن يعوضوا عن نقص ثراء وسائل الإعلام من خلال تكيف سلوكهم في التواصل، (مقال نظرية ثراء الوسيلة، 2018).

- وقد خلص الباحثان (Dennis & Kinney, 1998) في دراستهما الخاصة بمهمة صناعة القرار إلى أن الوسائل الأكثر ثراء معلوماتيا لم تدعم جودة القرار، وتوقيته، أو أحدثت أي تغير جماعي في الرأي، وبالتالي لم تقدم نتائج هذه الدراسة أي دعم للفروض الأساسية للنظرية، بمعنى أن فروض النظرية لم تنجح في إزالة

الغموض الذي لحق بالمهمة الاتصالية من خلال استخدام وسيلة إعلام ثرية (سعود العساف، 2020، ص 3410).

- وفي طرح بديل، أشار Ned Kock (2005) إلى أن فرضيات النظرية تفتقد إلى الأسس العلمية، حيث قدم نظرية بديلة وهي نظرية طبيعة الوسيلة والتي قامت على مبدئ نظرية داروين للتطور، حيث عرفت طبيعة الوسيلة بأنها مدى تشابها بالاتصال المواجهي الذي تعتبر أول وسيلة اتصال الإنسان منذ العصر الحجري، إذ تعد الوسيلة طبيعية كلما توفرت عناصر درجة التواجد في مكان واحد بما يسمح للأفراد بالتفاعل المباشر، التزامنية والتي تسمح للأفراد بالتبادل السريع للحوافز الاتصالية، القدرة على نقل وملاحظة تعبيرات الوجه، القدرة على نقل وملاحظة لغة الجسد، والقدرة على نقل وسماع الكلام (اللهي، 2014، ص 47 - 50).

1-6 - توظيف نظرية ثراء الوسائط الجديدة (غنى الوسائط الجديدة) في موضوع الدراسة:

وانطلاقاً مما سبق عرضه تم الاعتماد في هذه الدراسة على نظرية ثراء الوسائط (غنى الوسائط) كإطار نظري وإرشادي لنا قدم لنا المنطلق الفكري والعملية الذي مكنا من فهم وتفسير كيفية إسهام ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة في تهمين التراث الحرفي الجزائري، وهذا من خلال التطبيقات البحثية واختبار مؤشرات وافتراضات هذه النظرية لتوظيفها وإسقاطها على موضوع الدراسة، وبذلك تمكنا من خلالها من تحقيق نوع من التوافق الإبيستمولوجي في تحديد واختيار عينة الدراسة وتحليلها وفقاً لفروض هذه النظرية، وهذا ما سهل على علينا عملية ضبط الجانب التطبيقي لدراستنا وتحليله وفق هذه النظرية.

بما أن نظرية ثراء الوسائط تركز على تفسير مدى ثراء الوسيط الاتصالي الجديد وتساعد في تفسير العلاقة بين وسائط الاتصال ومتغيرات الأداء لهذه الوسائط، قمنا بتطبيق فروض النظرية على موضوع الدراسة لدراسة مدى ثراء الفيسبوك باعتباره وسيطاً اتصالياً جديداً ويتميز بحضور اجتماعي كبير، حيث تم إسقاط

فروضها في فئات الخور الثالث في استمارة تحليل المضمون للكشف عن طبيعة مضامين صفحات الفيسبوك للفاعلين وراثتها ودور هذه الصفحات في تبيين التراث الحربي الجزائري، وقد تعمدا الاستناد على هذه النظرية بالذات لدراسة وقياس معايير فعالية ثراء مضامين صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحربي الجزائري، وما تمتلكه هذه الصفحات من رموز ووسائط وأدوات اتصالية ورقمية وتقنية في توصيل الرسالة التي يريدتها القوائم بالاتصال وتكوين علاقة بينه وبين جمهورها مع توفير قنوات للتفاعل، والتي تسهم في تأسيس نمط اتصالي مبني على المشاركة (التفاعلية) والحق في التعقيب رفضاً أو قبولا، وذلك في ضوء أبعاد فروض نظرية الثراء التالية: الفورية، تعدد الرموز، اللغة الطبيعية، التركيز الشخصي، وتطبيق كل بعد من هذه الأبعاد على صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحربي.

يعني بصفة عامة تم الاستفادة من هذه النظرية من خلال الاستعانة بها بشكل أساسي في طرح تساؤلات الدراسة التحليلية وإعداد وبناء أبعاد ومؤشرات استمارة تحليل المضمون، وتحديد فئات ووحدات التحليل وفق منظور وفروض هذه النظرية.

2- مقارنة ترمين المصدر التراثي

كما تم الاستناد في هذه الدراسة أيضا على مقارنة بحثية أخرى تتمثل في: مقارنة ترمين المصدر التراثي، وهذا لتفسير وشرح كيفية ترمين التراث الحرفي، لكي تسهل عملية الإسقاط والربط بين متغيري الدراسة (الوسائط الجديدة، التراث الحرفي) واكتشاف العلاقة بينهما، وكذا لاستخدامها في الجانب التطبيقي والتحليلي للدراسة، حيث تم إسقاط عناصرها في فئات الموضوع الخاصة باستمارة تحليل المضمون.

تعتبر مقارنة ترمين (Evaluation) المصدر التراثي أحد أهم النماذج المستخدمة في نطاق الدراسات حول الحفاظ على التراث الثقافي ككل وتثمينه، ويمكن تفسير استخدام هذا النموذج في الدراسة لأنه النموذج الأنسب لدراسة كيفية ترمين التراث الحرفي، كون التراث الحرفي يُعد أحد أهم المصادر التراثية الثقافية التي تُعتبر جزءا مهما من ذاكرة الأفراد والأمم لما تحتويه من قيم ثقافية، وهي مهمة أيضا من ناحية التطوير الاقتصادي للمجتمع لما تتضمنه من قيم اقتصادية واجتماعية إن حسن استغلالها بالتخطيط السليم للتنمية المستدامة أو بالإدارة المنتجة لتلك المصادر (محمد النهار، 2003، ص 53).

إن مصطلحات المصدر التراثي والمصدر الثقافي والمعلم الثقافي هي مرادفات تعني الشيء نفسه، وهذا الاختلاف من حيث التسميات راجع للمدارس التي تهتم بالحفاظ على التراث ككل، فنجد أن المدرسة الأوروبية تركز على مصطلحين هما الحفاظ والترميم مثل الحفاظ على التراث الثقافي أو ترميم المعلم، وفي مراكز التخصص فيها تجعل الحفاظ هو الأساس والإدارة للمصادر التراثية هي فرع فيه ومكملة لعملية الحفاظ، أما المدرسة الأمريكية فتجعل الإدارة للمصادر التراثية هي الأصل والحفاظ جزء منه، وفي المحصلة يكون هناك حفاظ وترميم وإدارة للمصادر التراثية الثقافية (عليان، 2005، ص 54).

2-1- تحديد مفهوم المصدر التراثي

يعد مصطلح المصدر التراثي الثقافي من المصطلحات الخاصة والمستعملة بالمدرسة الأمريكية التي ترى أن: المصدر الثقافي (Culture Resource) أحد مظاهر النظام الثقافي الذي له قيم وأهمية ويمثل الثقافة، فالمصدر التراثي الثقافي يمكن أن يكون ملموساً أو يكون مهارة كالحرف اليدوية، أحياء من مدن، مواقع، مبان، إنشاءات ومواد تصنف في السجل الوطني للأماكن التاريخية ومواقع أثرية وإنشاءات ومواد متحفية... إلخ من المصادر الثقافية (عليان، 2005، ص 61).

ولتوضيح المقاربة أكثر وتفسيره لابد من معرفة معنى المصدر التراثي (الثقافي)، لذلك سيتم التطرق إلى مفهوم المصدر التراثي حسب ما جاء في الموائيق والاتفاقيات الدولية الذي ورد في اتفاقية باريس 2003 (يونسكو) للحفاظ على التراث غير الملموس (غير المادي)، التي أوجبت على الحفاظ على التراث والمصادر الثقافية وتأمينها، حيث تطرقت المادة 2 منها إلى مفهوم التراث غير الملموس (الغير المادي) كونه يندرج ضمن المصادر الثقافية التي تعتبرها الجماعة جزءاً من موروثها بالحاجة إلى تداولها وتفاعلها (الزهراني، البقصي، 2013، ص 354)، فيعرف بأنه: "الممارسات والتصورات وأشكال التعبير والمعارف والمهارات وما يرتبط بها من آلات وقطع ومصنوعات وأماكن ثقافية والتي تعتبرها الجماعات والمجموعات، وفي بعض الأحيان يعتبرها الأفراد جزءاً من تراثهم الثقافي، وهذا التراث والمصادر الثقافية غير ملموسة تنتقل وتتوارث جيلاً بعد جيل وتدعمه الجماعة والمجموعات من جديد بصورة مستمرة بما يتفق مع بيئتها وتفاعلاتها مع الطبيعة وتاريخها وهو يعطيهم الشعور بالهوية والاستمرارية، بما يساهم في تطوير احترام التنوع الثقافي والإبداع الإنساني"، وقد نصت الفقرة الثانية من نفس المادة بأنه "المصدر التراثي الثقافي غير الملموس" كما هو معرف في الفقرة الأولى آنفاً يتمثل في الموضوعات التالية:

(أ) التقاليد وأشكال التعبير الشفهي، بما في ذلك اللغة كواسطة للتعبير عن التراث الثقافي الغير المادي.

(ب) فنون وتقاليد أداء العرض.

(ت) الممارسات الاجتماعية والطقوس والاحتفالات.

(ث) المعارف والممارسات المتعلقة بالطبيعة والكون.

(ج) المهارات المرتبطة بفنون الحرف التقليدية (عليان، 2005، ص 60).

من التعريف السابق نستخلص أن الحرف والمنتجات التقليدية تُعد وتُعتبر إحدى المصادر التراثية الثقافية، لذلك فالتراث الحرفي الجزائري هو مصدر تراثي وثقافي ومن مكونات التراث الجزائري، وهذا ما يفسر استخدامنا لمقاربة تثمين (Evaluation) المصدر التراثي (الثقافي)، لأنه يتلاءم مع طبيعة الدراسة والأقرب لها، ووفقا لهذا النموذج يمكننا التعرف على المعنى الحقيقي لكيفية تثمين التراث الحرفي.

2-2- نبذة عن مقاربة تثمين المصدر التراثي

تقوم مقاربة تثمين المصدر التراثي على التأكيد على فكرة أن أساس التثمين لأي مصدر تراثي يقوم على الحفاظ على القيم الكامنة فيه وإبرازها وصونها، لذلك لا بد من التعرف على هذه القيم، أي لا بد أولا كخطوة أولى من معرفة القيم الكامنة في المصدر الثقافي للقيام بعدها بعملية التثمين (Evaluation) والحفاظ والصون لهذا المصدر الثقافي (عليان، 2005، ص 60).

وقد شكلت دراسة ألو ريغل (Alois Riegl) المعنونة بـ (Modern cult of Monuments- its Character and its Origin) (الانبهار الشديد بالعالم الحديث: خصائصه وأصله) حجر الأساس في التعريف بالمفاهيم والمبادئ الخاصة بالحفظ الحديث، (عوض، 2016، ص 10)، وضمن هذا السياق فأول من قام بتحديد ودراسة القيم الكامنة في المصادر الثقافية كان ألو ريغل (Alois Riegl) المؤرخ الفني

النمساوي ثم تبعه آخرون ومن خلال دراسة وتحليل ما كتب في هذا المجال نستطيع أن نقسم القيم الكامنة في المصادر التراثية إلى قسمين رئيسيين يتمثلان في:

أ- القيم الثقافية.

ب - القيم المعاصرة الاجتماعية - الاقتصادية.

أ- القيم الثقافية: (Cultural Values)

القيمة التاريخية: وتعتبر قيمة مطلقة لا تحددها آراء الأشخاص، وهي القيمة الأكثر وجودا وانتشارا في المصادر الثقافية وسبب ذلك أن الحدث التاريخي ليس له مثيل، لأنه يمثل متغيرات الزمان في المكان من تراكم الأحداث، والذي يحدد الإفرادية التاريخية لكل معلم وحدث تاريخي هو مفهوم المسار الخطي للتاريخ.

القيمة الجمالية: وتعتبر قيمة نسبية بالاعتماد على رأي الفرد فيها، فالقيمة الجمالية تعتمد على تربية وثقافة الشخص، وهنا نحتاج إلى متخصصين في النقد الفني حتى يحددوا هذه القيمة.

القيمة الأثرية: وهي قيمة تذكارية موجودة في طبائع الناس عامة، فإعطاء الأثار قيمة واحترامها موجود عند الناس عامة وبشكل فطري، بعكس القيمة الفنية التي تحتاج إلى تذوق خاص، إننا نحتاج إلى أثري ليحدد هذه القيمة بالتفصيل في داخل المعلم.

القيمة المعمارية: تحدد القيمة المعمارية للمبنى من خلال تحليل المعلم التاريخي إلى العناصر الأساسية المكونة للعمارة من حيث الشكل والوظيفة والرمزية والمعنى التاريخي، أي دور المبنى في تطوير تاريخ العمارة يحتاج إلى مؤرخ عمارة لتحديد هذه القيمة.

قيمة الهوية: تعتمد على الإدراك والمعرفة، فهوية القطر أو هوية شعب من الشعوب قد تكمن في معلم تاريخي أو موقع أثري، وهذا يحدث من شعور وإدراك عام لدى الناس وقد يأتي لأحد الأسباب التالية: العصر، التراث، الذاكرة، الخرافة، الشعور، (عليان، 2005، ص 104).

القيمة الرمزية: تعتمد على الربط والمشاركة، ونحدد هذه القيمة إلى ما يرمز المصدر الثقافي أو الأجزاء التي فيه بربطه بأحداث أو مشاركته في صنع أحداث.

القيمة المعلوماتية: المعلومات التي يقدمها المصدر الثقافي وفائدتها كلما زاد مستوى المهتمين والمستفيدين منها زادت تلك القيمة، وبذلك قد تكون قيمته المعلوماتية على مستوى محلي أو قطري أو عالمي.

القيمة الدينية: ما يحتوي المعلم من تاريخ له علاقة بدين شعب معين.

القيمة العلمية: تعتمد على البحث، وهي التي من خلالها تتم الإجابة عن أسئلة افتراضية من قبل الباحثين والعلماء في المجالات العلمية، ومن مجالاتها مثلاً البحث في الاتزان البيئي للمعلم.

ب- القيم المعاصرة الاجتماعية الاقتصادية: (contemporary socio economic values)

القيمة الاقتصادية: دراسة الجدوى الاقتصادية واختيار الوظيفة الأمثل للمصدر الثقافي، نحتاج إلى معماري متخصص في الاقتصاد يمثل هذه الدراسة.

قيمة الندرة: وتعتمد على الإحصاء، أي أنها تعتمد على كم عدد المصادر التراثية التي تماثل أو تشابه مصدراً معيناً في نمطه أو إنشائه أو المنطقة التي أنشئ فيها (مجتمعة أو منفردة)، هذه القيمة قد تتغير إذا اكتشفت مصادر جديدة لها القيم الثقافية نفسها ومعاصرة للمصدر الثقافي الذي يُدرس.

قيمة الاستخدام الوظيفية: جزء من القيمة المعمارية في المبنى تقيس تجانس الوظيفة الجديدة التي نختارها مع خصائص المعلم المعمارية، ويمكن أن نطوع في القيمة التاريخية لأنها أكثر طوعاً لتسهيل عملية استخدام المعلم (مع ترك دلالات القيمة التاريخية قدر المستطاع ظاهرة) نحتاج إلى معماري مصمم يراعي الحفاظ على التراث.

القيمة التربوية: مدى مقدرة المصدر الثقافي في أن يكون مادة للتربية الثقافية والسياحية.

القيمة الاجتماعية: وجود النشاطات والمهن التقليدية المربوطة باستخدامات المجتمع المحلي لها في حياته اليومية، وهذا يعزز الهوية الثقافية والاجتماعية لدى أفراد المجتمع.

القيمة السياسية: مدى ارتباط المصدر الثقافي في أحداث تاريخية ومدى ترابط تلك الأحداث مع السياسة الحالية لقطر من الأقطار.

القيمة العرقية: أي مصدر تراثي يحتوي على معان لها علاقة بعرق أو مجتمع معين يكون له قيمة عرقية، ومن الجدير ذكره أن الغرب يركز بصورة كبيرة على هذه القيمة لاعتزاز تلك الشعوب بأصولها وقوميتها، وهذا الاعتزاز كان على أساس تحالفات بشن الحروب العالمية السابقة، في حين أن الثقافة العربية الإسلامية حاربت معاني العنصرية.

قيمة الحداثة: لا بد من أن نقدم للإنسان الحالي الشعور بالفن الحديث، وهذا ممكن من خلال ضرورة التمييز بين الحديث والقديم التي هي من قواعد الحفاظ، أي لابد من أن يكون هناك تجانس بين القديم والحديث، وأن يكون الحديث في درجة ثانوية مع القديم المهيمن على الجديد (المرجع نفسه، ص 106).

2-3 تطور مقارنة تئمين المصدر التراثي: قد عرقت مقارنة تئمين المصدر التراثي تطورا وهذا تماشيا مع متطلبات الوضع الراهن والمتعلق بصون التراث بصفة العامة والحفاظ عليه من الزوال والاندثار والسرقة، وقد تطورت وأصبحت حاليا المسار والمنهج الذي تبناه العديد من الدول من أجل حماية موروثها الثقافي وتئمينه، وتمثلت هذه المراحل في:

أ- المقاربة المبينة على القيم:

تعتبر المقاربة المبينة على القيم في نواح عديدة استجابة للاعتراف الذي يتصف به التراث الثقافي، ولقد تطورت تلك المقاربة في مناطق مختلفة من العالم ، على سبيل المثال في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وأصبحت معروفة بصورة أفضل من خلال ميثاق بورا الذي وضعه المجلس الدولي للمعالم والمواقع " إيكوموس" أولا بأستراليا عام 1979 ، وبعدها جرى تحديثه في وقت لاحق ، وقد أكد الميثاق مبدأ تئمين التراث، بمعنى عرض وتقديم الأهمية استنادا لما ينسبها إليه المنتفعون والأطراف الفاعلة والمعنية في هذا التراث، واستخدام بيان الأهمية وإظهارها بوصفه أساسا لوضع استراتيجيات الصون والإدارة، وقد جرى تطوير هذا المفهوم إلى حد بعيد من خلال العمل على " خطط الصون" التي وضعها جيمس كير (James Kerr) في عام 1982، فقد طور مقارنة منهجية لرسم خطط الصون والإدارة مبينة على أساس القيم، والأهم من ذلك كونها مبينة على ما للمصدر التراثي من أهمية بالنسبة للمجتمع.

ب- المقاربة المبينة على القيم للتخطيط من أجل صون المصدر التراثي والحفاظ عليه

لقد تم تطوير هذه المقاربة إلى حد أبعد في أمكنة أخرى، مثلا من قبل "مؤسسة التراث الإنجليزي" في توجيهات الصون والحفاظ للمصدر التراثي، وفي الوقت الحالي يتجه مزيد من الدول نحو تبين مقارنة مبينة على القيم لصون التراث، يتم أولا تحديد أهمية المصدر التراثي من خلال عملية تشاركية تشمل جميع الفاعلين ومن

لهم صلة ومصلحة به، وبعد بيان أهمية هذا المصدر التراثي، يصبح هذا البيان هو الإطار لوضع سياسة الصون واستراتيجيته حيث يؤخذ بعين الاعتبار كل من حالة هذا المصدر التراثي والقواعد والتشريعات واللوائح الخاصة به، وكذا احتياجات المجتمع المحلية وغير ذلك.

تعد المقاربة المبينة التي تعتمد على القيم أساساً ملائمة جداً لصون ممتلكات التراث العالمي ككل وإدارتها، وتتميز هذه المقاربة بأنها لا تركز على النسيج وحده بل على مجموعة متنوعة من الفاعلين والمستفيدين الشرعيين والمندادين بتثمين هذا التراث من خلال إبراز أهميته والقيم السائدة فيه، فهذه القيم تعتمد على المجموعات الاجتماعية التي تشارك في نسبتها إلى التراث، ومنها القيم الاجتماعية والثقافية والبيئية إلخ.

إن الأمر الأساسي في المقاربة المبينة على القيم هو إعداد " بيان الأهمية " واستخدامه أساساً في تحديد استراتيجيات الصون والإدارة، وقد دخل هذا المفهوم في خطاب التراث العالمي عام 1995، وأدرج في عام 1997 في المبادئ التوجيهية التي تنص على أن بيان الأهمية ينبغي أن يوضح ماهي القيم المحسدة في المصدر والموقع التراثي، وفي عام 2007 بدأت لجنة التراث العالمي باعتماد هذه المقاربة " من خلال بيان القيمة العالمية الاستثنائية " ليكون وثيقة مرجعية أساسية للحماية الفعلية للممتلكات التراثية وإدارته في المستقبل (عوض، 2016، ص ص 25 - 26).

2-4- توظيف مقارنة تئمين المصدر التراثي في موضوع الدراسة:

بعد التعرف على معايير القيم الكامنة في المصدر التراثي، وطبعا باعتبار الحرف التقليدية تمثل مصدرا تراثيا كما ذكرنا سابقا، وانطلاقا من هذه الفكرة ولمعالجة الموضوع بدقة استعانا بمقاربة تئمين المصدر التراثي للتعلم والغوص في موضوع الدراسة أكثر، وهذا لتفسير وشرح كيفية تئمين التراث الحرفي الجزائري ولإسقاطها في الجانب التطبيقي للدراسة، وذلك باستخدام هذه المعايير والقيم المصنفة وفق هذه المقاربة والاعتماد عليها في وضع مؤشرات وأبعاد لقياس مدى توافر القيم الخاصة بتئمين المصدر التراثي في منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي، وأيضا للتعرف على مدى إظهارها في مضامين ومنشورات هذه الصفحات من أجل تئمين التراث الحرفي الجزائري، هذا ما ساعدنا في الجانب التطبيقي والتحليلي للدراسة ومكننا من بناء وضبط وتحديد فئات الموضوع الخاصة باستمارة تحليل المضمون وفق عناصر هذه المقاربة، وعلى هذا الأساس قمنا بقياس مدى تناول وعرض وإظهار صفحات الفيسبوك للفاعلين للقيم (القيمات) الموجودة في التراث الحرفي الجزائري وكيف تبرزها وتحافظ عليها وتضمنها هذه الصفحات عن طريق منشوراتها ومضامينها.

الفصل الثاني

تمهيد

تناولنا في هذا الفصل المقاربة المفاهيمية والنظرية للوسائط الاتصالية الجديدة والخدمات التي تتيحها هذه الوسائط ، وهذا من خلال التطرق إلى البناء النظري والإبستمولوجي للوسائط الاتصالية الجديدة عن طريق معالجة مجموعة من العناصر أولها محاولة تحديد مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة مع عرض السياقات التي ظهرت فيها، يليه عنصر القراءات النقدية للتنظير لظاهرة الوسائط الاتصالية الجديدة، حيث عُرِضَ فيه أهم وأبرز المنطلقات النظرية والفكرية لمقاربات الوسائط الاتصالية الجديدة، كما تم بالمقابل مناقشة مستجدات النظريات والبحوث التي تم تجديدها وتكييفها لتكون أكثر تخصيصا للتعامل مع هذه الوسائط بوصفها ظاهرة مختلفة متغيرة ومنتشرة في كافة مجالات الحياة.

المبحث الأول: المنظور المعرفي والمفاهيمي للوسائط الاتصالية الجديدة

حاولنا في هذا المبحث تقديم البنية المفاهيمية للوسائط الاتصالية الجديدة وأهم التعريفات التي تناولتها بحسب السياقات التي وردت فيها من عدة جوانب، لأن هذه الوسائط في حد ذاتها تتسم بطابعها المتشعب والواسع، لهذا أردنا توضيح هذا المفهوم أكثر من خلال عرض مختلف الآراء والتوجهات والمقاربات البحثية والفكرية التي حاولت دراسة وتحديد وضبط مفهوم هذه الوسائط.

المطلب الأول: الوسائط الاتصالية الجديدة بين إشكاليتي تحديد التعريف وتعدد الاتجاهات الفكرية

يقودنا الحديث التقليدي عن الثورات الاتصالية إلى أننا نعيش في خضم الثورة الخامسة للاتصال أو السادسة حسب آراء أخرى، والذي يشير إلى الجوانب التكنولوجية البحتة التي حدثت داخل المنظومة الاتصالية وداخل الوسائل بل وحتى في نطاق وسياق العلاقة بين الوسائل والجمهور التي تشهد اليوم تبادلاً واضحاً للأدوار والمواقع، وبالتالي فإننا اليوم على أعتاب مرحلة أسهمت في صياغة جديدة للمفاهيم بشأن الوسائل الاتصالية وآليات عملها وتحديثات لافئة للنماذج المفسرة لسريان العملية الاتصالية، وهو ما يجعلنا نذهب نحو القول إذا كانت الثورات السابقة تكنولوجية بحتة، فإننا اليوم أمام ثورة تجمع التكنولوجيا مع وسائل الاتصال والإعلام في العملية الاتصالية، فضلاً عن التغيرات الجوهرية في توصيف دور الجمهور وفاعليته في العملية الاتصالية التي أحدثت تغيرات مستحدثة في محور التفاعلية الذي بات بارزاً ولافتاً ورئيساً في نمط العلمية الاتصالية الجديدة، (فاضل راضي، التميمي، 2017، ص ص 13-14)، حيث عرفت السنوات الأخيرة تسارعاً مذهلاً في انتشار التكنولوجيات الحديثة وحركية الاتصالات وشيوعاً لتطبيقات شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيري ذات شعبية كبيرة وإقبال هائل من طرف المستخدمين، لهذا يرى الباحثون على أن الإنترنت أصبحت أكثر وسيلة لإثارة الجدل والنقاش، كونها أفرزت نمطاً اتصالياً جديداً له سمات يختلف

بمفهومه وخصائصه ووسائله عن القنوات الاتصالية التقليدية هو نمط الاتصال بالتقنيات والوسائط الرقمية ، أو ما يسمى بالاتصال الوسيط، والذي يُعرفُ حالياً بالوسائط الاتصالية الجديدة، التي لها سماتها ووسائلها الخاصة، لأنها تمتاز بالاتصال والتفاعل الثنائي والفوري، كما لها من سمات الاتصال الجماهيري عدم تجانس الجمهور والبعد المكاني والزمني وفورية الرسائل (بسام أحمد الشريف، حمدي ، 2019) ما أدى إلى بروز آراء مختلفة على التسميات والتوصيفات، حيث انقسم الباحثون بين تأييد الجديد لوسائل الإعلام ووسائله الاتصالية الجديدة والاعتراف بها وبفضلها ومزاياها، وبين آخرون يرفضون التطلع إلى الأمام ويقفون مع الوسائل التقليدية القديمة، حيث يُعدونَ نقدها ومقارنتها بغيرها عبثاً، وهنا برزت الكثير من التسميات والتوصيفات بعضها يصف النشاط الاتصالي الجديد عبر الانترنت بأنه يمثل الوسائل الاتصالية الجديدة التي ترتقي للجماهيرية وتمتلك الوسائل والقواعد وله الفنون والأساليب بل وحتى النظريات، والبعض الآخر الذي يرى بأنه نشاط اتصالي شخصي يعتمد على الجانب التقني وهو غير مؤسسي وغير منظم ويستند إلى الجهود الذاتية والفردانية في التخطيط والأهداف والنشاط (فاضل راضي، التميمي، 2017، ص 14).

وهذا ما أدى إلى ظهور العديد من الإشكاليات البحثية والآراء والطروحات العلمية التي تستدعي البحث عن مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة التي ليست وليدة التغيير في التطورات التكنولوجية فقط بل تعد مجال بحثي في ميدان علوم الإعلام والاتصال، لأن هذه الوسائط تشكل تحدياً بحثياً مهماً بالنسبة للمنشغلين في مختلف الحقول البحثية والاجتماعية والإنسانية، وهذا التحدي لا يقف عند حدود فهم الظاهرة والتنظير لها، وإنما يمتد إلى كيفية مقارنتها نظرياً ومنهجياً للتكيف مع الطابع التقني والافتراضي لأغلبية الوسائط الجديدة، لهذا ولكون ظاهرة وسائط الاتصال الجديدة حديثة النشأة وشديدة التعقيد والتطور، أصبح من الصعب مواكبة تطورها، إذ في كل يوم تظهر العديد من البرامج والتطبيقات ناهيك عن العديد من الابتكارات الاتصالية اليومية، والتي تحدث تأثيرات من الصعب تفسيرها ودراستها عن قرب، حيث تقف أمام الباحثين إشكالات

نظرية وأخرى منهجية استلزمت منهم إيجاد بدائل نظرية ومنهجية لها توافق مع بنية وطبيعة هذه الوسائط، وكذا للتطورات التي تعرفها، لأن هذه الوسائط التي تشمل كل من شبكة الانترنت والهواتف والألواح الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي على تنوعها تنتمي إلى الجيل الثاني من الدراسات الإعلامية أو ما يعرف بـ medias studies، والتي تختلف عن الجيل الأول من الدراسات الإعلامية فهذه الأخيرة عرفت مراحل عدة من التطور منها التطور الذي شهدته بسبب ظهور الوسائط الجديدة، والذي ترتب عنه تطور في الإطار النظري العام للدراسات الإعلامية، الذي أصبح ينظر إلى الجمهور كعنصر فاعل في العملية الاتصالية، حيث تعمل فيه الوسائط الجديدة بتوجيه من اختيارات واستخدامات الجمهور، على عكس الرؤى النظرية التقليدية التي تجعله الطرف الثاني المستقبل فقط في العملية الاتصالية (خامت ، 2020، ص 33).

لذلك فإن البحث في مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة لم يكن سوى امتداد للتراث الكبير المعروف في بحوث الاعلام التقليدية، ومن هنا يجب التأكيد على أن تفسير طبيعة وتأثيرات الوسائط الجديدة وفقا للأطر النظرية لوسائل الاعلام التقليدية يبدو ممكنا، غير أنه يحتاج إلى تطوير وتطعيم بأطر جديدة، وذلك بالنظر للطابع الخاص لهذه الظاهرة والمختلف إلى حد ما عن الوسائط التقليدية، وإن الجديد في وسائط الاتصال الجديدة ليس على صعيد الوسائل فقط كما يتصور البعض، وإنما على صعيد الانقلاب الذي أحدثه هذا النمط من الاتصال في عملية ونظرية الاتصال (بومعيزة، ذعمان، 2017).

فقد كانت بدايات اهتمامات الباحثين بدراسة الوسائط الاتصالية الجديدة إلى أواخر حقبة الستينيات، وبداية السبعينيات من القرن العشرين، لكن أغلبها اتسم في ذلك الوقت إما بالقصور، وإما بالانعزال عن الظاهرة، وتبلورت تلك الجهود في منظورين أساسيين، فالأول هو عبارة عن مقالات اعتمدت على الحدس الذي سار حينها في الاتجاه العام المتعلق برؤية جوانب التأثيرات المحتملة لهذه التكنولوجيا الجديدة، أما المنظور الثاني فتمثل في تلك المقالات التي تحدثت عن التحولات التي طرأت على وسائل الاتصال الجديدة،

وأغلبها أكد أن هذه الوسائل سوف تحدث ثورة في كافة مناحي الحياة البشرية، وقد هيمن ذلك الوضع حتى منتصف حقبة الثمانينيات من القرن الماضي، حين بدأ الباحثون في مجال الاتصال الكتابة حول التكنولوجيا الجديدة التي أتت بالتفاعلية إلى وسائل الإعلام، وبعدها تطورت الدراسات شيئاً فشيئاً بفعل التطورات المتنامية في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وقد أصبحت الوسائل الاتصالية الجديدة اليوم تخصصاً فرعياً من علوم الاعلام والاتصال، وحقلاً بحثياً يجذب عدداً من الدارسين لاستقصائه على نحو مستقل، أو في إطار تكاملي للدراسات الجديدة في علوم الاعلام والاتصال (الشامي عبد الرحمان، 2014، ص ص 106 - 112).

بعد التطرق إلى المراحل البحثية التي مرت بها الوسائل الاتصالية الجديدة، أردنا تحديد مفهومها، لأنه كما نعلم أن إشكاليات تحديد المصطلحات والمفاهيم أمر يطال المفاهيم المرتبطة بالاعلام والاتصال نظراً لتغيرها واتساع مجالها خاصة في مجال ما يعرف بدراسات الوسائل الاتصالية الجديدة، هذا ما يجعلنا نعترف بوجود اختلاف في تحديد مفاهيم لمصطلح الوسائل الاتصالية الجديدة وعدم اتفاق في تحديد تعريفها، لهذا أردنا في الأول التعرف على مصدر مصطلح الوسائل الاتصالية الجديدة حتى نتكمن من تحديد مفهومه، لأننا لاحظنا عدم الوضوح الذي يكتنف استخدام وتوظيف مصطلح الوسائل الاتصالية الجديدة في الكتابات والدراسات في مجال علوم الاعلام والاتصال وبالأخص في الدراسات العربية (قدوري، 2019، ص 62).

للحديث عن أصل مصطلح الوسائل نقول بأنه كمصطلح ظهر لأول مرة عام 1953 وذلك على يد الباحث الشهير مارشال مكلوهان الذي استخدم هذا المصطلح عند حديثه عن تكنولوجيا الاتصالات The Technologie of communication وقد رتقا على جمع المعلومات إلكترونياً، ولكن الاستخدام الفعلي والأكاديمي لمصطلح " الميديا " جاء مع الطفرة الكبرى لثورة الاتصالات التي عاصرها العالم في نهاية القرن العشرين، والتي عُرفت بعصر العولمة ، إذن نستطيع القول أن البدايات الأولى الفعلية لتداول المصطلح بدأت في سبعينيات القرن العشرين، من خلال النقاش الثقافي الذي جرى في أوروبا، وفي فرنسا على

وجه الخصوص، حيث في ذلك الحين بدأ مصطلح " الميديولوجيا " في الشيع وهذا للتعبير عن الوسائل الإعلامية التي تُحول الأفكار إلى أحداث ، والمقصود بالميديولوجيا (La Médiologie) أو علم الوسائط الإعلامية هي تلك النظرية التي تُعنى بالوسائط التقنية والآلية والمؤسسية التي يشغلها الفعل الثقافي، وقد ظهر واستخدم المصطلح بصفة فعلية ورسمية أول مرة سنة 1979م مع جهود المفكر الفرنسي ريجيس دوبريه (Régis Debray) (1940) التي أوردها في كتابه (السلطة الثقافية في فرنسا)، وهو يعني بالوسيط ذلك الوسيط الذي بواسطته تتحول الفكرة إلى قوة مادية، واستنادا إلى هذا التعريف الكلي يتكون المصطلح من كلمتين: الوسيط (Medio) وهو مجموع وسائل نقل ونشر كل ما هو رمزي من المعلومات، أما اللاحقة علم (Logie) فدالة على الاختصاص.

إن فكرة الاهتمام بمفاهيم الميديولوجيا والوسائطية وعلم الوسائطية لم تقتصر فقط على ما قدمه ريجيس دوبريه (Régis Debray) من نظريات تأسيسية، بل يوجد مجموعة أخرى من الباحثين اهتموا بالميديولوجيا وكل ما يتعلق بها، ومن الباحثين في هذا المجال نجد دانييل بونيو (Daniel Bounoux)، ولوي ميرزو (Louise Merzeau)، وكاترين بيرتو لا فونير (Catherrine Bertho- Lavenir)، وبير مارك دوبيازي (Pierre- Marc de Biasi)، ومونيك سيكار (Monique Sicard)، وفرانسوا بيرنار هويث (Francois- Bernard Huyghe) وفرانسواز جايار (Francoise Gaillard)، وميشيل ميلو (Michel Melot)، ومارك كيوم (Marc Guillaume)، وجاك بيربول (Jacques Perrialt)، وأودون فالي (Odon Vallet)، وبول سوريانو (Paul Soriano) (خضر إبراهيم حيدر، 2018، ص 145).

وبعد هذه المرحلة بدأت البحوث تتوسع في هذا الشأن، حيث صدرت المؤلفات العلمية الأولى التي تناولت موضوع الوسائط الاتصالية الجديدة بشكل دقيق ومفصل، وكانت هذه المؤلفات بمثابة الانطلاقة من أجل التأسيس الفعلي للوسائط الاتصالية الجديدة، وقد ظهرت في بدايات القرن الواحد والعشرين، ومن هذه

المؤلفات نذكر مؤلف بعنوان " الكتاب المرجعي في وسائل إعلام جديدة " للباحثين ليفروز وليفيغستون (Livingstone - Lievroutz) وكتاب بعنوان " وسائل إعلام جديدة - نظرية جديدة " للباحث دنييس مكويل (Denis McQuail)، إضافة إلى مجموعة مقالات صدرت في المجالات العلمية المتخصصة في وسائل ووسائط الإعلام الجديدة (تقنيت، 2019)، وهذه المؤلفات فصلت أكثر في مفهوم وسائل الإعلام والوسائط الاتصالية الجديدة، وبالأخص مصطلح الوسائط الجديدة الذي تقابله في الدراسات الأجنبية مصطلح الميديا الجديدة.

أما في الدراسات العربية فتصادف عدة اصطلاحات لنفس المسمى الواحد، على غرار النيوميديا، الميديا الجديدة، الإعلام الجديد، الوسائط الاعلامية الجديدة الإعلام البديل الإعلام الشبكي، الإعلام الاجتماعي، وغيرها، وهنا يشير الباحث التونسي الصادق الحمامي إلى أن المصطلحات التي تتداولها دراسات الاتصال عربيا مصطلحات وافدة على اللغة العربية وتشكلت في سياقات معرفية وثقافية مختلفة، فهو يرفض مصطلح الإعلام الجديد كترجمة للمصطلح الإنجليزي (New Media)، والمصطلح الفرنسي Nouveaux Medias والذي يحيل على التكنولوجيات المتاحة (من الفضائيات والاتصالات السلكية والراديو والتلفزيون، وفي سنوات الثمانينيات أضحى المصطلح يدل على التزاوج الحاصل بين وسائط الاتصال عن بعد والإعلام الآلي، أي ما يعرف بالتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال (nouvelles technologies de l'information et de communication) أو اختصارا NTIC ' والتي كانت نتاج التزاوج الحاصل بين الاتصال السمعي بصري والإعلام الآلي الذي برز في سنوات التسعينيات.

فلم يكن هناك اختلاف في ترجمة كلمة NEW، لكن كان الإشكال في ترجمة كلمة الإعلام التي لا تبدو أنها المقابل الأمثل للترجمة Media، فمصطلح الإعلام الجديد حسب رأي الباحث الصادق الحمامي يرتبط بمؤسسات التلفزيون والإذاعة والصحافة، التي تتمثل وظيفتها في إنتاج مضامين موجهة للجمهور، بينما تحيل

التقنيات الحديثة إلى الوسائل التقنية الرقمية كالحاسوب والهاتف التي تقوم بعمليات التوصيل والنقل والتواصل، رغم أن هذه التقنيات أصبحت تؤدي وظيفة الصحيفة والتلفزيون والإذاعة والكتاب معا، مما أدى إلى تداخل واندماج بين وسائل الإعلام والتقنية الحديثة وإلى تنوع وظائفهما وتنافسهما وتفاعلهما كما أن الاحتفاظ بمصطلح الإعلام يوحي بأن التحديد يشمل الوسائط فقط، في حين أن الحد الفاصل بين المجالي ليس دائما الطابع الجديد أو القديم للوسائط بل هو ظهور مجال مختلف إلى حد ما من جهة الوسائط التي تكونه والممارسات التي تتشكل داخله (مخلوف، 2016، ص 220).

وبناءً على ذلك نلاحظ أنه مصطلح "الإعلام الجديد" أصبح يُستخدم كثيرا في الأدبيات النظرية العربية كترجمة للمقابل الإنجليزي (New media)، والفرنسي (Nouveaux medias) وواضح أنه خطأ في تعريب المسمى الأجنبي، فأصل كلمة (Media) هو (Medium) التي تعني (الوسيط الناقل)، ولذلك عربت كلمة (Multimedia) سابقا إلى (الوسائط المتعددة)، ولم تعرب إلى (الإعلام المتعدد)، ولذلك يرى بعض الباحثين أن استخدام كلمة "الميديا الجديدة" هو الأصح، وهو حسب رأيي أن نحتكم إلى الترجمة الصحيحة للكلمات، واستنادا إلى هذه القاعدة في الترجمة، يصبح التعريب الصحيح لـ (New Media) هو الوسائط الجديدة المستخدمة في مجال الإعلام والاتصال على حد سواء، ويعني بأن كلمة "الوسائط الجديدة" هي الأصح ترجمة وتعريبا لاصطلاح (New Media)، (الطيب عيساني، 2014).

وعليه فإن مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة يذهب معناها الحقيقي عندما تترجم إلى اللغة العربية بوسائل الإعلام الجديدة، فالترجمة تتجاهل الاندماج والفصل في آن واحد الحاصل بين الجديد والقديم في وسائل الإعلام، لهذا لجأ الباحثون إلى صيغة للتحايل على الإشكالية التي تثيرها صفة القديم والجديد بوسائل الإعلام، فأطلقوا مسمى "الجيل الثاني" من وسائل الإعلام على الميديا الجديدة، وتتم ترجمة الميديا الجديدة بوسائل الإعلام الجديدة بسبب التصور الذي يقر للوسيلة الإعلامية بأنه الأداة الناقلة للمضمون الذي يتسم

بطابعه الإخباري والإعلامي، بينما يتعدى معنى الميديا والوسائط الاتصالية الجديدة ذلك التعريف البسيط والكلاسيكي المتداول في أذهان الباحثين في مجال الإعلام، هذا ما ترتب عنه الخلط بين المفهومين المذكورين السابقين، لكن هذا الخلط سببه عدم التمييز بين الإعلام والاتصال، فمجال تدخل وسائل الاعلام الجماهيري هو الإعلام، بينما مجال تدخل مواقع الشبكات الاجتماعية هو الاتصال، ورغم يوجد ترابط بينهما فلا يمكن أن نقر أن علاقتهما هي العلاقة ذاتها التي تجمع الحامل communication والمحمول Information، فالإعلام ذو طبيعة معيارية يروم الحقيقة بينما يحيل الاتصال إلى التشارك والترابط الاجتماعي والتفاعل وفن التعايش المشترك، فمشروعية وجود وسائل الإعلام تكمن في مدى التزامها بالموضوعية وتقديم الحقيقة، وفي مسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية، بينما مشروعية الشبكات الاجتماعية لا تستند إلى هذه المعايير بل تتجسد في إقامة العلاقات بين الأشخاص التفاعلية، التشاركية تقييم الذات.... الخ (العياضي،

2013، ص ص 37-39).

مما سبق عرضه لاحظنا أن إطلاق مصطلح الوسائط الاتصالية الجديدة على الوسائل الاتصالية الحديثة كان موضع اختلاف تام بين علماء الاتصال والباحثين المهتمين بهذا الحقل المعرفي، فحسب رأي الباحثة فلو Falو في هذا الخصوص هو تصنيف واعتبار لبعض وسائط الاتصال بأنها جديدة، ومن ثم فإن أي تصنيف من هذا النوع من شأنه أن يصاب هو أيضا بالتقادم على نحو سريع، لذلك حسب رأيها من الصعوبة تحديد الخطوط الفاصلة بين الجديد والقديم، كما يتساءل أيضا الباحث نوبلت Noblet هل وسائط الاتصال الجديدة جديدة حقاً؟ في حين يذهب عالم الاتصال رايس Rice إلى إن وسائط الاتصال هي جديدة فقط في أول استخدام لها وبداية تجريبها، ومن ثم فكل وسائط الاتصال كانت في وقت من الأوقات وسائل جديدة، فالجدة Newness هي مسألة تتولد في كل الأوقات، أما ديزارد Dizard فيرى أن وسائل الاتصال التقليدية والحديثة يقدمان صنوفاً من المعلومات المختلفة، كما يعدان مصدراً لعدد كبير من الجمهور للحصول على

المعلومات بطريقة ملائمة، فوسائط الاتصال الجديدة تختلف كلية عن النمط التقليدي لوسائل الاتصال القديمة المصممة أساساً لتوصيل رسالة موجهة ومعينة والتي تكون من المرسل فقط (الشامي ، 2014، ص 106).

بعد عرضنا لآراء الباحثين الغربيين لإشكالية مصطلح الوسائط الاتصالية الجديدة، والتي كانت مختلفة وغير متفقة لحد ما في تحديد مفهوم هذا المصطلح، أردنا أيضاً التعرف على آراء بعض الباحثين والمختصين العرب لإشكالية هذا المصطلح، ومن بين الباحثين نذكر:

- الباحث والبروفيسور علي قسايسية، إن أول ما لاحظناه عن هذا الباحث هو رفضه لاستخدام مصطلح الاعلام الجديد كمرادف للوسائط الاتصالية الجديدة، وحسب رأيه من العيب والعار أن تنجر الجامعة وراء ما ينتجه الشارع العام أو المهني، وتعمل على نشر أخطاء إيستومولوجية متداولة في الثقافة العامة والمهنية، وحسب الدكتور أنه من حق عامة الجمهور والناس أن يخلطوا بين الوسيلة ومحتوى الوسيلة، ومن حق المهنيين أيضاً أن يختصروا مهنتهم في السعي وراء المعلومة ومعالجتها ونشرها على الجمهور، ولكن ليس من حق الأكاديميين والمهنيين من يفترض أنهم ينتجون المعرفة ويقودون المجتمع والمهنة أن ينساقوا وراء التبسيط المشوه للمعنى والمفهوم الحقيقي لهذه الوسائط.

- ليلي فيلاي، وهنا تتوافق هذه الباحثة مع الدكتور قسايسية، حيث تتفادى استخدام مصطلح الاعلام الجديد، وحسب اعتقادها فهي ترجمة خاطئة لمصطلح New Media، لهذا كثيراً ما تستخدمه بلغته الأصلية أو تدعوه الوسائط الجديدة، أو وسائط الاتصال الجديدة.

ويوجد بالمقابل اتجاه وآراء أخرى حول مسألة اعتماد الإعلام الجديد مصطلح New Media، وهنا وجدنا بعض الآراء التي لا تمنع ولا تعارض اعتماد مصطلح الإعلام الجديد كمرادف لمصطلح الوسائط الاتصالية الجديدة، ومن بين هذه الآراء نذكر:

- عباس مصطفى صادق، بالنسبة له قال أفضل مصطلح مرادف لمصطلح الوسائط الاتصالية الجديدة هو مصطلح الإعلام الجديد كونه يستبطن داخله الوسائل المادية لنقل المعلومة والتواصل مثل شبكات الكمبيوتر وشبكات الهواتف الذكية، فضلا عن المنصات الجديدة من مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات المختلفة.

- الدكتور محمد الفاتح، يرى هذا الباحث أنه لكل مصطلح دلالة واستخداماته في بحوث الاتصال والإعلام، وهنا يتوقف الاستخدام والتحليل حسب قدرة كل باحث، وأشار إلى وجود إشكالية كبيرة في ترجمة المصطلحات من اللغات الأجنبية إلى العربية، وهو ما يوجب علينا العمل على تقديم الترجمة الأقرب له، فالمصطلح الأنسب للتعبير عن New Media هو وسائل الإعلام الجديدة التي ظهرت نتيجة تطور وسائل وتكنولوجيا الاتصال والإعلام.

لاحظنا مما سبق عرضه اختلاف بين الباحثين حول مصطلح وسائط الاتصال الجديدة، حيث وجدنا اتجاهها أول يرفض استخدام مصطلح الإعلام الجديد ويعتبره غير دقيق لكون أن الإعلام ما تطور فيه هو الوسيلة التي تحمله فقط، ومنه لا يجب تبني مصطلح وسائل الإعلام في الدراسات العربية بل يجب التأكيد على ضرورة اعتماد مصطلح وسائل الوسائط الاتصالية الجديدة كترجمة لـ New Media.

أما الاتجاه الثاني فيعتقد أنه لا مشكلة في استخدام مصطلح الإعلام الجديد ويرى أنه مناسب ولا يتعارض مع مصطلح New Media (قدوري، 2019، ص 62)، لهذا لم يستقر الباحثون على تعريف دقيق وواضح للوسائط الاتصالية الجديدة، فالمصطلح مازال محل نقاش وجدل الأكاديميين، كونه جديدا، ومتغيرا وغير ثابت، ولكن رغم هذا وجدت بعض التعريفات التي قدمت مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة، والتي تعتبر كبدائيات حاولت إظهار المفهوم الحقيقي للوسائط الاتصالية الجديدة، ومن أهم هذه التعريفات نذكر:

- الباحثان " ليفرو " و " ليفينغستون " A. Lievrouw Sonia Livingstone ترفضان تعريف التكنولوجيا من منطلقات تقنية وتكنولوجية أو حتى من منطلق الوسائل والمضامين، فالوسائط الاتصالية الجديدة من

منظورها هي تكنولوجيا المعلومات والاتصال، لهذا وجدنا صعوبة في تعريف " الوسائط الجديدة"، وبدلاً من تعريف المصطلح تعريفاً موضوعياً جامعاً، قدمنا وصفاً له من خلال محاور تميزها عن الوسائط القديمة، وهذه المحاور هي:

- تقنيات الاتصال الجديدة (الأقمار الصناعية والكمبيوتر والهواتف الذكية وغيرها)
- النشاطات والاستخدامات التي توفرها هذه التقنيات ثم العلاقة الاجتماعية والتنظيمات
- العلاقات الاجتماعية والتنظيمات والتشريعات التي تظهر من حول هذه الوسائل الجديدة.
- الوسائط الاتصالية الجديدة يمكن تحديد مفهومها ضمن أفق أوسع إذ تريان أنها: " مجالات أوسع من الثقافية السبرنيطيقية أو الافتراضية المرتبطة بالظواهر الاجتماعية ذات العلاقة بالإنترنت وبالأشكال الجديدة للتواصل الشبكي كالجماعات الافتراضية والهوية الرقمية (دهان، 2017).

- وأيضاً نجد تعريف كابلن ومايكل (Kaplan and Michael, 2010) بأن الوسائط الاتصالية الجديدة : "عبارة عن مجموعة من التطبيقات العملية التي تقوم على أسس التكنولوجيا الرقمية، وتعتمد على جولية الشبكة العنكبوتية؛ والتي تسمح بإنتاج المحتوى، وتغيير هذا المحتوى الذي تم توليده بوساطة المستخدم؛ أي إنها أحد أشكال التواصل الذي يتم من خلال الإنترنت، وتسمح للأفراد والمجموعات بإنتاج المواضيع ونشرها، بشكل مباشر (Online)، ومشاركة هذه الموضوعات مع الآخرين، ومناقشتهم بها، والاستماع إلى آرائهم، وتم تحديدها بالوسائط التي تقيسها أداة الدراسة وهي: الفيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، ومتعددة، وأخرى ويقصد بها نوع واحد من الوسائط لم يتم ذكره (التح زياد، حمود عليما، 2014).

- أما (Kirtman, Kris, Ian, and Bruno, 2011) حسب رأيهم تعرف الوسائط الاتصال التفاعلية الجديدة بأنها: "مجموعة من أدوات التفاعل الاجتماعي والتي تُعدّ أساس عملية التواصل الاجتماعي، وتم تمكينها عن طريق التواجد الكامل لتقنيات التعلم الإلكتروني التي يمكن الوصول إليها، والتي غيرت بشكل واضح طريقة التواصل بين المنظمات والمجتمعات والأفراد" (المرجع نفسه، 2014).

أما التعريفات التي قدمها الباحثون العرب فنجد:

الباحث **الصادق الحمامي** الذي يرى الميديا الجديدة New Media بأنها عبارة عن فضاء تواصلية بديل وموازي وفريد، تتشكل فيه أنماط جديدة من التفاعل والتعبير من خلال المضامين التي تحولت في سياق شائع إلى قوة سياسية وثقافية فاعلة في المجتمع وقادرة على تغييره، ويضيف أنها تشكل حقلا بحثيا مرتبطا ارتباطا عضويا بحقل دراسات الاتصال (دهان، 2017)، ولهذا يقترح الصادق الحمامي تعريف الباحثتين Sonia Livingstone و A.Lievrouw، حيث يعتبره من أكثر التعريفات دقة للميديا الجديدة، ذلك أنهما ترفضان تعريف الميديا الجديدة من منطلقات تقنية أو تكنولوجية، أو حتى من منطلق الوسائل والمضامين، فالميديا الجديدة من منظورها هي تكنولوجيات المعلومات والاتصال، والعوالم الاجتماعية المرتبطة بها، فالميديا الجديدة في تجدد دائم، لأن المستخدم فيها فاعل لا يكتفي بالاستعمال فقط بل يعد طرفا فاعلا ومهما، ومن جهة أخرى الوسائط الاتصالية الجديدة تتطور باستمرار، فهي التي تؤدي إلى تشكل الجديد، وإعادة تشكيل القديم (الشاوش، حسين المختار، 2020، ص 104).

مما سبق عرضه ولتحديد مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة في دراستنا لابد أولا من إحداث قطيعة مع التصور الأداتي والتقني للوسائط الاتصالية الجديدة، لأن التصور التقني والمقاربة التقنية تحتل هذه الوسائط في عملية إدماج وإدراج للتقنية في العملية التواصلية والإعلامية وبأنها مجرد وسيلة تقنية لنقل وتلقي المعلومات، وعليه يمكن القول بأن الرؤية التقنية لمفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة تجعل من التقنية عاملا ينقص من فعالية العملية الاتصالية (تنفرينت، 2019)، أما المقاربة التواصلية فهي مبنية على اعتبار هذه الوسائط فضاء تواصلية وتفاعلية وبديلا، تتشكل فيه أنماط جديدة من التفاعل والتواصل لهذا فالمقاربة التواصلية هي المنظور الذي انطلقنا منه لتحديد مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة في هذه الدراسة، وأيضا كون المقاربة الاتصالية قريبة ولها نفس التوجه مع المقاربة التي تبناها كل من الباحث التونسي الصادق الحمامي و الباحث الفرنسي

ريجيس دوبريه (Régis Debray) عند تناوله مفهوم الوسائط الجديدة، وأيضاً قريبة من توجه الباحثين الجزائريين الذين أصبحوا يميلون إلى استعمال مصطلح وسائط الاتصال الجديدة، كالأستاذين علي قسايسية والأستاذ نصر الدين العياضي اللذين لا يحبذان استخدام مصطلح "الإعلام الجديد" كترجمة للوسائط الاتصالية الجديدة، لهذا تبدو المقاربة الاتصالية هي الأنسب وهي التي حددنا وفقها مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة، لأن هذه المقاربة تتوافق مع إشكالية وأهداف دراستنا.

بناءً على ما سبق نفضل اعتماد هذه التسمية (أي الوسائط الاتصالية الجديدة) بغية تمييزها عن باقي المصطلحات المتشابهة والمتداخلة معها كالإعلام الجديد، الإعلام الإلكتروني، الإعلام البديل، الوسائط الرقمية، الوسائط الفائقة وغيرها، وعلى هذا الأساس استخدمنا مصطلح الوسائط الاتصالية الجديدة في هذه الدراسة كونه المصطلح الذي يؤدي المعنى المقصود ويخدم موضوع وإشكالية الدراسة.

ختاماً الوسائط الاتصالية الجديدة تعتبر مصطلح مركب ومتعدد المعاني، إذ يحيل هذا المصطلح على التقنيات والتطبيقات الحديثة التي تعتمد على التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال كالإنترنت واللوحة الذكية وعلى ممارسات إعلامية جديدة كالصحافة الإلكترونية، وعلى الممارسات التواصلية الجديدة كمواقع الشبكات الاجتماعية وعلى أشكال جديدة من الكتابة كالتدوين، ومن هذا المنظور فإن الوسائط الاتصالية الجديدة في الأساس هي تلك التقنيات والتطبيقات التي تجمع بين وسائل وممارسات تكنولوجية وإعلامية، تواصلية واجتماعية، ثقافية ورمزية.

المطلب الثاني: الأطروحات والمنطلقات الفكرية لمقاربات الوسائط الاتصالية الجديدة

أصبحت الوسائط الاتصالية الجديدة تشكل تحديا بحثيا مهما بالنسبة للمهتمين بهذا المجال، وهذا التحدي لا يقف عند حدود فهم هذه الظاهرة والتنظير لها وإنما يمتد إلى كيفية مقاربتها منهجيا، لأن الوسائط الاتصالية الجديدة تلقى حاليا اهتماما علميا متزايدا لكونها ظاهرة آخذة في التوسع، ولها صدى وانتشار كبير، ومن هذا المنطلق سنحاول التطرق إلى القراءات النقدية لبعض المنطلقات النظرية والفكرية والمقاربات لظاهرة الوسائط الاتصالية الجديدة، حيث سنعرض أهم وأبرز المقاربات المستخدمة في هذا المجال، وكيفية تكيفها لتصبح أداة علمية ملائمة للتعامل مع هذه الظاهرة الآخذة في الهيمنة على مختلف مظاهر الحياة، كما سنناقش بالمقابل مستجدات النظريات والمناهج التي تم تجديدها لتكون أكثر تخصيصا للتعامل مع الوسائط الاتصالية الجديدة بوصفها ظاهرة مختلفة في بعض الجوانب عن الوسائل الإعلامية القديمة من تلفزيون وصحف وإذاعة.

إن الدراسات والبحوث العلمية حول الوسائط الاتصالية الجديدة لم تكن سوى امتداد للدراسات والنظريات المعروفة والمستخدمه في بحوث الإعلام التقليدية، وهنا لا ننكر أن النظريات التقليدية والقديمة قد تتناسب مع ظاهرة الوسائط الاتصالية الجديدة في بعض الحالات وتقبل كإطار عام لتفسير هذه الظاهرة أحيانا ولكن ليس دائما لأن الطابع الخاص الذي يميز هذه الظاهرة والمختلف إلى حد ما عن الوسائل التقليدية كالتلفزيون والصحف والإذاعات يحتاج إلى أطر ونماذج جديدة لتفسير طبيعة وتأثيرات ظاهرة الوسائط الاتصالية الجديدة، لهذا وتزامنا مع التطور السريع في جهود البحث في ظاهرة الوسائط الجديدة ظهر منظرون وباحثون ينادون بإيجاد واستحداث مقاربات بحثية تتناسب وظاهرة الوسائط الاتصالية الجديدة، ومن بين الأوائل الذين دعوا لهذه المقاربات نجد دينيس ما كويل "McCoy Denis" الذي يُعد أحد أشهر منظري الإعلام في العالم في كتابه الشهير (نظريات الإعلام) في طبعته السادسة الصادرة عام 2010، وحسب هذا الباحث ثمة تطورات هائلة في ممارسة الاتصال من خلال الميديا الجديدة، وهذه التطورات تستدعي الانتقال إلى

مرحلة جديدة في التنظير، حيث خصص فصلا كاملا في هذا الكتاب معنونا ب(هل هي نهاية الاعلام الجماهيري التقليدي؟)، ويقول: أن ثمة حاجة ملحة لتقديم أفكار أكثر عمقا لفهم الميديا الجديدة، وبأن النظريات الحالية المتمحورة حول فهم الوسيط (medium) الاتصالي غير كافية (Denis, 2010,p 467).

كما يؤكد كل من الباحثين كيم سونغ تاي ودافيد ويفر في هذا الموضوع على الحاجة لإيجاد مقاربات ومناهج بحثية تتناسب مع الوسائط الاتصالية الجديدة، بالقول بأن نظريات الميديا التقليدية يجب أن يعاد صياغتها لتتلاءم والمعطيات الجديدة لتمدد شبكة الأنترنت في الحياة الاجتماعية، وإعادة الصياغة يجب أن تشمل كذلك أدوات البحث الإمبريقي والتأويلي، وكذلك إجراء مقارنات بين النظريات لاختيار الأنسب منها لتفسير التغيرات التي أفرزتها الميديا الجديدة (Kim sung Tae & david weaver,2004,p 521).

رغم التصورات والآراء السابقة، فقد بقيت التيارات النظرية التقليدية شائعة إلى حد ما في إطار دراسات الميديا الجديدة، حيث دعا البعض وعلى رأسهم الباحث الفرنسي الشهير دومنيك فولتون إلى إدراج التنظير لأثار شبكة الأنترنت ضمن مختلف النظريات التقليدية، لأنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تنفصل الوسائط الجديدة عن مسيرة تطور ظاهرة التواصل الإنساني في مختلف تجلياته. (Dominique Wolton, 1999, p 31)

وبسبب الآراء السابقة انتقلت بحوث الإعلام والاتصال إلى مرحلة جديدة من البحوث التي اهتمت بالتنظير للوسائط الاتصالية الجديدة والتفكير في الترابط والتشكيل بين الفعل الاتصالي الإنساني وهذه الوسائط في بالمجتمعات المعاصرة، وانطلاقا أيضا من مقارنة الدراسة الممثلة في نظرية غنى الوسائط والتي كانت تسمى في بداياتها نظرية المعلومات، وتماشيا معها اخترنا المداخل والمقاربات التالية من أجل تكييفها معها، وتتمثل في:

1- مقارنة المجتمع ما بعد الصناعي لدانيال بيل: ترسخت فكرة الانتقال إلى مجتمع ما بعد الصناعة بالولايات المتحدة في الستينيات من القرن العشرين، حيث أعطت صورة ما بعد الحياة الصناعية اعتقاد شائع بأن عصر الوفرة الاقتصادية كان قاب قوسين أو أدنى، وقد قيل إن التكنولوجيا الحديثة سوف تحل العديد من المشاكل السابقة للمجتمعات (بورقة، 2020).

يعد أول إسهام في هذا المجال لعالم الاجتماع الأمريكي دانيال بيل Danial Bell في كتابه المعروف بعنوان قدوم المجتمع ما بعد الصناعي The Coming Of post Industrial، الذي نشر عام 1974، وفي هذا الكتاب وضع بيل نظريته التي أشار فيها إلى نشأة نظام اجتماعي مختلف وجديد استجابة للتحويلات الحديثة في العمل والاقتصاد والتكنولوجيا، حيث ناقش دانييل بيل في كتابه " مجيء مجتمع ما بعد الصناعي " نوع المجتمع ما بعد الصناعي، كما حدد بيل طبيعة التحول الذي بدأته المجتمعات الصناعية، ويرى أيضا بيل بشأن مجتمع ما بعد الصناعة بأن هناك تغيرا واضحا في الاقتصاد وهذا يسمى "اقتصاد الخدمة"، ويُعد دانيال بيل المساهم الرئيسي في تحليل المعرفة والمعلومات، كونه حدد معالم مجتمع المعلومات وكيف استند إلى نظرية المعرفة في القيمة، ويعني بذلك أن المعرفة قد حلت محل العمل المنتج كمصدر للقيمة التي تحقق أرباحا مستقبلية، وبالتالي بالنسبة إلى Bell فإنه يؤكد على أهمية المعلومات في اقتصاد ما بعد الصناعة.

مما سبق وحسب بيل فإن النموذج التكنولوجي أو نموذج ما بعد الصناعة هو النموذج الذي نعيشه الآن هو المجتمع المعلوماتي الذي تسيطر عليه المعلومة الموظفة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وما تحمله هذه الأخيرة من وسائط متعددة الصورة والصوت والنصوص المكتوبة والمسموعة بالنظر إلى خصائصها ومميزاتها المتمثلة في: التفاعلية والمرونة والسرعة، وسعة التخزين، والتعدد والمجتمعات الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي، الإعلام الجديد أو إعلام المواطن، خدمة التعليم عن بعد، أجهزة الهواتف الذكية والحواسيب الفائقة... إلخ (بورقة، 2020).

2- مقارنة الموجات الثلاث لألفن توفلر Alvin Toffler: لعلنا في هذه المقاربة نشير إلى الدراسة الأكثر شيوعاً، وهي دراسة وأطروحة ألفن توفلر Alvin Toffler عالم الاجتماع الأمريكي، إذ له في بداية التسعينيات كتاباً عن تحول القوى Power Shift، وهو يذهب إلى أن الصورة المعاصرة للقوة تتمثل في ثورة المعلومات ومن يستطيع اقتناء أدوات " الذكاء"، ففقدت أقداء العالم اليوم على استثمار العلم والمعلومات وتطويرها لمصلحتهم هي التي نجدها وراء التنافس الدولي المعاصر، وهي نفسها التي ستؤدي إلى ارتكاب اجتماعي جديد للدول بالمعلومات والدول الفقيرة بالمعلومات (محاضرات نظريات مجتمع المعلومات، 2017).

فمصطلح "الموجة الثالثة" استخدمه "ألفن توفلر" في كتاب له بالعنوان نفسه "الموجة الثالثة" الذي أصدره سنة 1980، وفيه قسم تاريخ الحضارة البشرية إلى ثلاث موجات رئيسية وكل موجة تدفع نحو تكوين نمط معين من المجتمعات والثقافات، وفي نظره عندما تحدث الموجة الجديدة تزيج الثقافة القديمة جانباً، وهنا أشار توفلر إلى ثلاثة أنواع من "الموجات" وتتمثل في: الموجة الأولى وهذه الموجة بدأت عندما ارتبط الإنسان بالأرض، وأصبح يعتمد على الزراعة، واستغرقت هذه الموجة آلاف السنين، أما الموجة الثانية فقد بدأت من الثورة الصناعية عندما انتقل الإنسان إلى مرحلة التصنيع التي استمرت عدة مئات من السنين، بعدها الموجة الثالثة وهي التي يخوضها الإنسان حالياً وقد بدأت منذ عدة عقود وهي مرحلة ما بعد التصنيع، أو هي العصر المعلوماتي الذي نعيشه حالياً، وهو مجتمع يعتمد على " المعرفة " كمورد أساسي وهذا هو المجتمع الذي أطلق عليه مجتمع المعلومات.

إن المنطلق الفكري لتوفلر يقترب كثيراً من منطلق فكر ما بعد الصناعة لكن توفلر استخدم عبارة " موجة " فالتغيرات التي تحدث في حقبة زمنية معينة سواء الزراعة أو الصناعة أو المجتمع المعلوماتي تأتي كموجة تقلب موازين تلك الحقبة والحاجات والرغبات وتغيير الأنشطة والأعمال، عادات الاستهلاك، وكان توفلر هو من تنبأ بالعديد من مظاهر الحياة اليومية حالياً، قبل أن تحدث، من بينها أنه وجود وسائط إلكترونية،

وبالإضافة إلى تنبؤات أخرى ثبتت صحتها لاحقاً، كظهور خدمات طرق تواصل جديدة كمواقع التواصل الاجتماعي مثلاً والتي تحوي جميع الوسائط الجديدة الفائقة منها والمتعددة كالرموز والصور ثلاثية الأبعاد واللاموجي (بورقة، 2020).

3- مقارنة الحتمية التكنولوجية لمارшал ماكلوهان: إن مقارنة الحتمية التكنولوجية لمارшал ماكلوهان مازالت حتى اليوم من أكثر النظريات الإعلامية انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة الإعلامية، والوسيلة الإعلامية أو الوسيط كما سماه ماكلوهان، وإن مقارنة الحتمية التكنولوجية تنظر لتكنولوجيات الاتصال الحديثة كبنية مؤطرة للمجتمعات (حميدو كمال، 2017، ص 58)، وهي من النظريات التي اهتمت بتفسير إسهامات التطورات التكنولوجية في تقدم المجتمع وتطويرة، حيث ركزت على الدور الرئيسي الذي تقوم به التكنولوجية الاتصالية في تحديد الرسائل وتأثيرها على المجتمعات (عيسى عسيري، 2019، ص 34).

تعد مقارنة الحتمية التكنولوجية من النظريات الاتصالية التي درست تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال الجديدة على تطوير الفرد والمجتمع، فنظرية ماركس ماكلوهان التي ظهرت قبل نحو أربعين عاماً ما تزال حتى اليوم أكثر النظريات الإعلامية انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة والوسيلة (الدليمي، 2016، ص 203). في ظل الافتراضات الثلاثة لنظرية ماكلوهان والقائلة أن: وسائل الاتصال هي امتداد لحواسنا والوسيلة هي الرسالة، كما تقسم الوسيلة إلى وسيلة باردة وأخرى ساخنة، لكن أهم هذه الافتراضات الذي نراه حالياً في عصر الوسائط الاتصالية الجديدة هو الافتراض الثاني القائل "الوسيط الناقل هو الرسالة ذاتها" أو بمعنى آخر "الوسيلة هي الرسالة" والتي تعني أن لجودة الوسيط الناقل الأثر نفسه كما هو للمعلومة التي ينقلها حيث يرى ماكلوهان بأنه: ينشغل الكثيرون في تفسير الرسالة ويهملون الوسيط الذي سوف يتم عن طريقه نقل الرسالة، فحسب ماكلوهان إن الوسيط يُغيّرنا ويؤثر على البنية الفردية والاجتماعية لأننا نتفاعل معه مراراً وتكراراً حتى يصبح جزءاً من أنفسنا (الدليمي، 2016، ص 297).

إن طرح مكلوهان لتفسير تطور المجتمعات المرتبط بتطور وسائل وتكنولوجيات الإعلام والاتصال هو طرح صائب جداً، فالعصر الحالي الذي نعيشه هو عصر الرقمنة والتكنولوجيات الحديثة، حيث يظهر فيه جلياً الارتباط الوثيق بين الفرد والوسيلة، ومنه تبرز فكرة مقارنة مكلوهان على أن الوسيط الناقل هو الرسالة ذاتها، ومنه فالاستخدام للوسيلة هو ذلك التفسير الذي يربط العلاقة بين منطلق فكر مكلوهان والمجتمع الرقمي الحالي وما يحويه من وسائط اتصالية جديدة (بورقة، 2020).

4- مقارنة المجتمع الشبكي لمانويل كاستلز ودارين بارني: بالرغم من الدراسات السابقة التي تم استعراضها في الاقتراب من فهم طبيعة العلاقة بين الوسائط الجديدة والمجتمع الشبكي، تبقى مقارنة عالم الاجتماع الأمريكي الإسباني الأصل مانويل كاستلز Manuel Castells التي ظهرت في منتصف التسعينيات هي الأعمق و الأكثر دقة وشمولية في فهم طبيعة العلاقة الشائكة والمعقدة، حيث قدم كاستلز في دراسته الضخمة التي نشرت في ثلاثة أجزاء بعنوان (صعود مجتمع الشبكات)، فقد افضت دراسته لتحليل المجتمع الشبكي إلى تأسيس علم اجتماع جديد هو علم الفضاء المعلوماتي Cyber Sociology الذي يهتم بدراسة أنساق التواصل الاجتماعي وأشكاله وخصائصه في المجتمع الشبكي وتحليله تحليلًا شاملاً ، وتكمن أهمية دراسة كاستلز في تأكيدها على الدور المحوري الذي يقوم به الإنترنت في المجتمعات المعاصرة ؛ إذ تبين الدراسة أن السمات الفردية لهذه الوسيلة الاتصالية تجعل منه أعظم منجزات الثورة التكنولوجية في عالم التواصل الاجتماعي ، ونشأ ما يطلق عليه نموذج المجتمع الشبكي (السعدي، 2019)، وحسب هذا الباحث فإن المجتمع الشبكي الجديد يمتاز بخصائص ثقافية جديدة وأنماط حياة جديدة غير مسبقة يطلق عليها كاستلز: (الثقافة الافتراضية الواقعية)، لقد أولى كاستلز هذا النوع من الثقافة المتكونة في الفضاء الافتراضي اهتماماً كبيراً؛ إذ يرى أن وسائل الاتصال عملت على خلق نوع جديد من الحياة في هذا النوع من المجتمعات، فالحياة فيها ليست واقعية تماماً وليست بالخيالية تماماً، بل هي مزيج من الاثنين معاً، إن هذا المستوى الثالث من مستويات الحياة كما يقول

لم يسبق للوعي الإنساني أن خبره سابقاً، كما تمتاز وسائل الاتصال الحديثة في المجتمع الشبكي بسمة لم تكن موجودة سابقاً وهي صفة التدفق (Flows) الذي يعد خاصية أساسية من خصائص هذا المجتمع، ويعني التدفق عنده تلك السلسلة المتكررة والمبرمجة عبر المبادلات والتفاعلات بين نقاط جغرافية متباعدة يحتلها فاعلون اجتماعيون في البناءات الاقتصادية والسياسية والرمزية في المجتمع (المرجع نفسه ، 2019).

إن المجتمع الشبكي الذي يتحدث عنه دارن بارني هو مجتمع المعلومات أي المجتمع الحالي المجتمع بأفراده ومؤسساته الخدمائية والتعليمية والبنكية والصناعية وغيرها والتي تستخدم التقنية والتكنولوجيا الرقمية ضمن سياق شبكي وظيفي فعال، حيث تظهر العقد والروابط والتدفق المعلوماتي الواسع والمتنوع للوسائط الإلكترونية من نصوص وصور ومعلومات سمعية بصرية ونصوص مكتوبة وغيرها من الوسائط المدججة في التكنولوجيا الشبكية ذاتها (بورقعة، 2020).

بعد ذكرنا لأهم المنطلقات النظرية والفكرية لدراسة ظاهرة الوسائط الاتصالية الجديدة، سنعرض بعض النظريات والمداخل التي ظهرت لفهم ودراسة هذه الوسائط وتناول جانبها العملي والتطبيقي، وهي:

1-نظرية التلاقي أو الدمج Theory : هذه النظرية هي إحدى النظريات والأطر المهمة المستحدثة التي تسعى لتقديم فهم كامل لظاهرة الوسائط الاتصالية الجديدة، وتقدم هذه النظرية حصيلة لأهم إسهامات (هنري جينكيز) و (جون بافليك) و(فريدريك كيتلر) الذين يُعدون من أبرز منظري هذه النظرية ويدور محتواها حول جملة من الافتراضات الرئيسية، أهمها أن هناك تغيرات جسيمة تحدثها الوسائط الجديدة على طبيعة التواصل البشري من حيث طرق التواصل في كافة مناحي الحياة (Roberte Samuels, 2009, p 107).

ويقدم (جينكيز) المفاهيم الرئيسة للنظرية، وهي ثلاث: التلاقي أو الدمج convergence، ثقافة المشاركة Participatory Culture، والذكاء الجماعي Collective intelligence ، والمقصود بالتلاقي هو

التدفق المتداخل لمختلف أنواع المحتويات التي تقدمها مختلف تطبيقات الميديا الجديدة: النصوص، الفيديوها، الصور، ومختلف أنشطة الجماهير التي أصبحت لها القدرة على إنتاج وانتقاء المحتويات، ويصف (جينكينز) هذا

التداخل بالنظام الشامل للميديا الجديدة (Jenkins , 2006, p 241).

فمفهوم ثقافة المشاركة هو أن تصبح الوسائط الجديدة أكثر من مجرد عملية تكنولوجية، وهي تتضمن أبعادا اتصالية اجتماعية وسياسية، حيث تصبح هذه الوسائط بمثابة منتج يجري استهلاكه عبر عمليات تشاركية اتصالية واسعة تتم وفقا لقواعد منتظمة قائمة بالأساس على التبادل الواعي والانتقائي من قبل الجماهير نفسها، وبشير جنكينز إلى أن هذا التفاعل الحثيث بين الجماهير هو ما يعطي الوسائط الجديدة قوة في مواجهة الإعلام التقليدي القائم على مركزية الاقتناء، أما مفهوم الذكاء الجماعي فهو قدرة المستخدمين للوسائط الجديدة على توجيه بعضهم لبعض والاتفاق على آراء معينة، مثل ما حدث بثورات الربيع العربي، حيث كانت الجماهير تقود المظاهرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، (الشاوش، 2020، ص112).

2-نظرية الرقمنة Digitalisation Theory: أول ما يلاحظ على هذه النظرية أن لها نفس خصائص مع نظرية التلاقي أو الدمج إلى حد ما من حيث نظرتها إلى التداخل بين مختلف أنواع المحتويات في الإعلام التقليدي، حيث تشكل الانترنت بحسب وجهة نظر الباحث (فريديريك كيتلر) قاعدة Platform شاملة لمختلف أنواع المواد الإعلامية، غير أن هذه النظرية تهتم أكثر بالجانب التقني والإدراكي للعالم، وتأثيره على حساب الجانب الثقافي الذي أولاه (جينكينز) اهتماما أكبر، حيث تعد أعمال (كيلتر) استكمالا معلنا لأعمال (مارشال ماكلوهان)، ولكن بنزعة معاشية للتكنولوجيات الحديثة للإعلام القائم على الأنترنت والتشبيك، وأيضا يقدم (فريديريك كيتلر) في نظريته مفهوم (نشوة الجهاز) Hardware euphoria كمحور رئيسي لنظريته، وهو يعادل في منظوره مفهوم الحتمية التكنولوجية عند (ماكلوهان)، فالأهم برأيه أن الإنسان لم ينتقل من تعلم الهجاء إلى الطباعة إلى الاتصال الالكتروني، وإنما هناك نقطة فاصلة في تاريخ البشرية، وهي

اكتشاف التماثل analogy ، واختراع الهاتف، ومسجل الصوت والمذياع، والسينما، والتلفزيون، مكن الإنسان من الانتقال إلى مرحلة تجعله يحتك فيه مباشرة مع محتويات يدركها بالسمع وبالبصر، ونهاية هذا الانتقال كانت من خلال الرقمنة Digitalisation، التي أضحت تجمع القدرة على ماثلة الصوت أو الصورة (Friederich Kittler, 1999, p63).

3- مدخل إدارة خصوصية الاتصال : Communication Privacy Management وتعتبر ساندرا بيترونيو من أوائل من صمم إطارا نظريا مفسرا لما يمكن إفشاؤه للآخرين وما يمكن أن نخفيه عنهم في العملية الاتصالية ، ومع ظهور وانتشار الوسائط الاتصالية الجديدة وتطور هذا المدخل ، وربط بين الاتصال عبر هذه الوسائط وحدود الخصوصية الفردية لكل عضو أو مشارك في العملية الاتصالية ، حيث توجد معلومات خاصة متعلقة بالأفراد المستخدمين لهذه الوسائط يمكن أن يفصحوا عنها بصدق أو قد يلجؤون إلى التجهيل لعدة أسباب مختلفة ، كما يشير مفهوم الخصوصية الاتصالية الى عدة أبعاد مثل الحدود الخاصة للمستخدم ، والسمات الشخصية له، وهدفه في استخدام الشبكات والوسائط الجديدة وإدراكه لإدارة التحكم والملكية لصفحته الشخصية على الشبكة، ومدى إفصاحه عن هويته الحقيقة دون ادعاءات كاذبة أو مجهولة (Petronio, 2013, p 122).

4- نظرية الذات الثانية Second self theory: تفترض هذه النظرية لصاحبها شيري توركل أن ثمة اعتمادا كبيرا للجمهور على الوسائط الاتصالية الجديدة في مختلف مناحي الحياة، ويلجأون إلى هذا الاستخدام المكثف لأنها تشعرهم بحياة ثانية ذات نمط خاص من تخيلهم، وبالتالي يتقمص المستخدم ذاتا ثانية. وتشير النظرية إلى أن الناس يجدون في هذه الوسائط فضاء لممارسة هواياتهم بحرية أكبر بعيدا عن تلك التي يفرضها التفاعل في التواصل اليومي الفعلي، بالتالي نجحت هذه الوسائط في تأسيس ذوات جديدة لدى مستخدميها. وتتميز الذات الثانية هنا بالاجتماعية والحرية (Turkel, Sherry, 2013, p 35).

5-نظرية الكبسة الواحدة One click Theory : تشكل هذه النظرة المستجدة للجماهير التي كان (راسل نيومان) وآخرون يسمونها بالجماهير المفتتة والعشوائية، حيث تغيرت موازين القوى بفضل السمة التحريرية للوسائط الاتصالية الجديدة والتي تعني أن الجماهير أصبحت أكثر نشاطا وتفاعلا وقدرة على صناعة المحتويات أو على أقل الاختيار بين المحتويات المعروضة عليها، وتشير هنا (آنا أيفرت)، و(جون كادويل) إلى أن خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة ومحركات البحث المدججة فيها تسمح للجمهور بالوصول إلى أي محتوى عن طريق كبسة زر واحدة، وذلك بدلا من التعرض لمحتويات معينة كانت مفروضة ضمن نطاق الإعلام التقليدي، وهذه النظرية حسب أصحابها تعد مفتاحا رئيسا لفهم مجمل طرق إنتاج واستهلاك المواد، والخطابات المتناقلة عبر الوسائط الاتصالية الجديدة، وذلك بفضل جملة من المفاهيم الرئيسة على غرار المشاركة، الانتقاء، التفاعلية، التخصص (الشاوش، 2020، ص 114).

من كل ما سبق عرضه لاحظنا أن المقاربات والنظريات السابقة الذكر تناولت وصفاً لخصائص الوسائط الاتصالية الجديدة وأهم سماتها التي امتازت بها، وقد أجمعت على أن هناك مجتمعاً جديداً يختلف عن المجتمع الواقعي سمي في السابق بمجتمع المعلومات وحاليا يطلق عليه المجتمع الشبكي، وأن لهذا المجتمع بنية تختص به تختلف عن المجتمع الواقعي وهي قائمة على نظام اتصالي شبكي مرن ، وأن الوسائط الاتصالية الجديدة هي نتاج هذا الاتصال كي يلبي احتياجات المجتمع الرقمي الافتراضي، ويكون أكثر انسجاماً معه، كما نظرت هذه المقاربات إلى أن يوجد نمطا اتصالا جديداً ، ويُعرف بجيل الوسائط الجديدة الذي يمثل البناء البشري للمجتمع الشبكي، وأيضاً وجدنا أن هذه المقاربات اتفقت على أن الإنترنت تمارس دوراً محورياً في تطوير أدوات جديدة للاتصال متمثلة في الوسائط الاتصالية الجديدة ، وبروز المجتمع الشبكي القائم على المشاركة الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تسهم في تحول سريع نحو العولمة الرقمية، إذ أصبح الفرد يقوم بأدوار العملية الاتصالية جميعها، بل صار العنصر المسير لها.

المطلب الثالث: التوجهات البحثية الحديثة في دراسة خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة ووظائفها

أ- التوجهات البحثية الحديثة في دراسة خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة

قُدمت في مجال بحوث ودراسات الوسائط الاتصالية الجديدة العديد من الرؤى والمقاربات لفهم هذه الوسائط الجديدة وخصائصها، بعضها يعرضها من زاوية تكنولوجيا الاتصال، وبعضها من جوانب الدراسات الاجتماعية والسياسية وغيرها، لذلك وتماشيا مع النظرية المستخدمة في الدراسة وأيضاً حرصاً منا على مواكبة التطورات الجديدة في مجال الوسائط الاتصالية الجديدة أردنا تناول خصائص وسمات الوسائط الاتصالية الجديدة من منظور حديث ومعاصر، من طرف باحثين حاولوا نوعاً ما الخروج من الإطار الكلاسيكي لخصائص هذه الوسائط الذي عهدناها سابقاً بتناولنا لخصائص هذه الوسائط من زوايا وجوانب أخرى معاصرة، وهذا مواكبة للتطورات الحاصلة في هذا المجال، ومن بين هؤلاء الباحثين نجد الباحث هنري جينكينز¹ Henry Jenkins صاحب نظرية التلاقي أو الدمج وهو أستاذ رئيس قسم الاتصال والصحافة والفنون السينمائية جامعة جنوب كاليفورنيا، حيث وضع هذا الباحث ثماني سمات وخصائص لمشهد الوسائط الاتصالية الجديدة.

¹ - هنري جنكينز Henry Jenkins : (من مواليد 4 يونيو 1958) هو باحث إعلامي أمريكي وأستاذ في تخصص الاتصال والاعلام ، والصحافة، والفنون السينمائية، وأستاذ مشترك في كلية أنينبرغ للتواصل والصحافة وكلية الفنون السينمائية في جامعة جنوب كاليفورنيا لديه أيضاً منصب مشترك في هيئة التدريس في كلية روسبير للتعليم في جامعة جنوب كاليفورنيا سابقاً، كان جنكينز أستاذاً بدرجة بيتر دي فلوريس للعلوم الإنسانية، وكذلك المؤسس المشارك والمدير المشارك (مع ويليام إريكوي) لبرنامج دراسات الإعلام المقارن في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، وقد عمل أيضاً في المجلس الاستشاري التقني في زيني ماكس ميديا، الشركة الأم لنشر ألعاب الفيديو بيثيسدا سوفت ووركس، وفي عام 2013 عُيّن في المجلس الذي يختار الفائزين بجائزة بيبودي المرموقة.

- ألف جنكينز واشترك في تأليف أكثر من اثني عشر كتاباً من بينها كتاب بأي وسيلة إعلامية ضرورة: نشاط الشباب الجديد عام 2016، ووسائل الإعلام المنتشرة: خلق القيمة والمعنى في الثقافة الشبكية عام 2013، وثقافة التقارب: حيث تتصادم وسائل الإعلام القديمة والجديدة عام 2006، مقتنصو النصوص: معجبي التلفزيون والثقافة التشاركية عام 1992، وما الذي جعل الفستق من المكسرات؟ كوميديا الصوت المبكر وجمالية الفودفيل عام 1989.

يرى جنكينز **Jenkins (2006)** أن معظم الناس يفكرون في الأدوات والتقنيات التي اكتسبوها واستخدموها في حياتهم اليومية إلا أنه يقترح بديلاً لذلك يتمثل في التركيز على الممارسات الثقافية الناشئة بدلاً من اللجوء إلى هذه التقنيات يحتاج الناس إلى تعلم مهارات وكفاءات معينة مستمدة من فهم علاقتنا بوسائل الإعلام وتطوير المناهج لتعلمها، وذلك بهدف تبني ثقافة تشاركية والانخراط فيها .

Jenkins, H ,2006)

وتتمثل خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة حسب جنكينز فيما يلي:

- **الابتكار:** تتميز الوسائط الاتصالية الجديدة بسرعة بالغة في إنشائها وانتشارها واعتمادها وتكيفها واستيعابها، وقد شهدت أواخر القرن التاسع عشر والقرن العشرين نقلة نوعية من الشفوية إلى محو الأمية، وكذا انبثاق ثقافة الطباعة وظهور وسائل الإعلام الحديثة وما واكبها من تقنيات مبتكرة جديدة.
- **التقارب:** حسب هنري جينكينز، التقارب يعني المكان الذي تتصادم فيه الوسائط الكلاسيكية والجديدة، ويحدث التقارب من خلال اصدار تكتلات إعلامية ضخمة، تتمتع بالسيطرة والقدرة على توزيع المحتوى بانتظام، لقرارات من القمة إلى القاعدة. وتشكل هذه القرارات من خلال الدوافع التشاركية للمستهلكين الذين يسعون إلى تدفق الوسائط الاتصالية عند حاجتهم إليها.
- **الاستخدام اليومي:** تكتسح تقنيات الوسائط الاتصالية جميع تفاعلاتنا اليومية وجميع نشاطات حياتنا.
- **الملاءمة:** تتمثل في استخدام مقتطفات من محتوى الوسائط الاتصالية للتعبير الشخصي عن الذات، فكل شخص يستخدم ما يلائمه من وسائط اتصالية جديدة، حسب ذاته هو وتوجهه.
- **الاتصال الشبكي:** يتم الاتصال على مستويات متنوعة، من الحميمية والشخصية إلى العامة وعلى أوسع نطاق، فالقدرة على التواصل تعدّ مهارة اجتماعية ومهنية مهمة.

- **الشمولية / العالمية:** غيّر المشهد الإعلامي الجديد طريقة تفكيرنا في أنفسنا ومكانتنا في العالم، وأصبح توجه العالم كله نحو استخدامات الوسائط الاتصالية الجديدة لأنها شملت كل العالم.
- **الجيلية:** يعيش الشباب والبالغون في بيئة ذات وسائط مختلفة ولا يستخدمون تقنيات الاتصال بالطريقة نفسها كما أنهم يفسرون تجاربهم بطرق متناقضة، بمعنى هذه الوسائط يكون استخدامها حسب الفئة العمرية التي تستخدمها، فكل فئة لها احتياجاتها الخاصة، لهذا لا نجد نفس الاستخدامات من طرف جميع الأشخاص.
- **عدم التكافؤ:** ترمز المشاركة في ثقافة الوسائط الاتصالية الجديدة إلى مصدر جديد للسلطة والثروة والمعرفة، وكذا موقع جديد للامتياز وعدم المساواة، وهذا ما لا حظناه في عدم التكافؤ بين بعض الدول في امتلاكها للتقنيات الجديدة للرقمنة، فالدول التي تمتلك التكنولوجيات والتقنيات الحديثة هي الأولى والأحسن تطورا وتقدما عن تلك الدول التي لا تزال لا تعاصر هذه التكنولوجيات والوسائط الجديدة (Jenkins, H) 2015.

ب- وظائف الوسائط الاتصالية الجديدة:

إن الحديث عن وظائف وأدوار الوسائط الاتصالية الجديدة من المنظور العام هو نشر الأخبار والمعلومات، ولكن ليست هذه هي الوظائف الرئيسية لها، فهذه الوسائط بل يوجد وظائف أهم تؤديها، ونستطيع القول إن هذه الوظائف هي في تطور دائم بسبب ما شهدته المجتمعات المعاصرة من انتشار للوسائط الجديدة وتقنيات الإعلام الرقمي والالكتروني التفاعلي، وهذا ما أدى إلى تغيير هذه الوظائف، وبخاصة في مجال الوسائط الجديدة فلها وظائف تسعى لتحقيقها، وهي تختلف باختلاف الوسيط والهدف المراد من الرسالة في حد ذاتها، ومن أبرز هذه الوظائف نجد:

- **الوظيفة الإخبارية:** تظهر هذه الوظيفة من خلال العدد الهائل من المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت بدورها تبث الأخبار والمعلومات، لهذا أصبحت الوسائط الاتصالية الجديدة مصدرا

مهما من مصادر الأخبار وأصبح من السهولة في أي وقت ومن أي مكان الحصول على المعلومة الآنية، والأخبار من أي مكان وحول أي موضوع كان (السهمي، 2021، ص 23)، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في العالم في لحظة وقوعها.

- **الوظيفة السياسية:** وهذه الوظيفة التي استطاعت من خلالها الوسائط الاتصالية الجديدة لعب دور سياسي هام ، من خلال حشد الرأي العام وتحريك الجماهير للنزول للشارع، ولعل وسائط الاتصال الجديدة تأتي في علاقتها السياسية في إطار ظاهرة أشمل وأوسع ، والتي أطلق عليها اسم الديمقراطية الرقمية، وهنا أصبحت الديمقراطية الرقمية تفرض نفسها على الواقع الاجتماعي والسياسي للشعوب والمجتمعات، مما يحتم على الفاعلين بمختلف أطيافهم السياسية والاجتماعية والحقوقية، ضرورة التعامل معها والحرص على استثمارها خدمة للصالح العام (إيمان محمد عبد الفتاح، غز العرب 2018) لقدرة هذه الوسائط على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الانترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية، المنتشرة فيها، مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع “المواقع الرقمية التعبوية” التي تعمل بمعزل عن كل النظم التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية (حسنونة نسرين، 2022).

- **وظيفة التعامل مع الأفكار المستحدثة:** من بين الوظائف المهمة للوسائط الجديدة مواكبة التسارع الدولي في كل المجالات، والتي أدت إلى بروز مفاهيم ومصطلحات واستخدامات متجددة، ما يتوجب على وسائل الإعلام شرح مضامينها وأبعادها أمام الجمهور، وعدم ترك المجال للسلطات للقيام بشرح هذه الأفكار وحدها وفقا لما يتماشى مع مصالحها (بابا واعمر، تمار، 2017، ص 1378).

- **الوظيفة الدعائية:** أصبحت الوسائط الاتصالية الجديدة حالياً ترتبط في الغالب بأيدولوجية معينة يُهدف من خلالها إلى الدعاية، وهذا عبر مضامين ومحتويات إعلامية عبر هذه الوسائط لها القدرة على التأثير والتعبئة والإقناع بالأفكار التي تنادي لها، وهذا من خلال تقديم محتويات دعائية يمكن أن ستهم في تكوين رأي عام وطني أو إقليمي أو دولي نحو مواقف وقضايا سياسية كالحملات الانتخابية أو قضايا اجتماعية واقتصادية ودينية وتنموية.

- **الوظيفة التسويقية والإعلانية:** الوسائط الاتصالية الجديدة أصبحت في الوقت الراهن تمثل فضاءً تسويقياً بامتياز، وهذا لأن صارت العديد من المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي صارت مساحة هامة للإعلان، وهي تستخدم من طرف العديد من الشركات التي وجدت في هذه المواقع والفضاءات الرقمية فرصة فعالة وناجحة للدعوة إلى اقتناء منتجاتها، خصوصاً أن تكلفة الإعلان والتسويق في هذه المواقع والفضاءات تكون منخفضة، ولها سعة انتشار ومتابعة كبيرة، بالإضافة إلى أن هذه الشركات التي تقدم خدمات متعددة تمتلك مواقع خاصة بها تعرف بالشركة ومنتجاتها، وهذا ما أصبح يعرف بالتجارة الإلكترونية.

- **الوظيفة التعليمية:** توسعت دائرة استخدام الوسائط الجديدة في مجال التعليم، حيث نجد أن هناك توسعاً في استخدام هذه الوسائط في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدماً ملموساً للاستفادة من شبكة الانترنت في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي والفصول الافتراضية (حسونة نسرين، 2022)، وقد برزت أكثر الوظيفة التعليمية للوسائط الاتصالية الجديدة بعد جائحة كورونا، فقد ساهمت الوسائط الاتصالية الجديدة في تطوير وسائل التعليم الرقمية والابتعاد عن الصيغ التقليدية في التعليم، وانتشر بعدها ما أصبح يعرف أكاديمياً بالتعليم عن البعد (السهلي بلقاسم، 2021، ص 46).

المبحث الثاني: تصنيفات وتطبيقات الوسائط الاتصالية الجديدة ومجالات ثرائها

هناك عدة تصنيفات ومجالات ثراء للوسائط الاتصالية الجديدة، وهي تختلف باختلاف الظاهرة الاتصالية في حد ذاتها، وتتغير بتغيرها، ودائما يختلف تصنيف هذه الوسائط في الأدبيات، ولكن أغلبها يعتمد على هدف استخدامها، لهذا لا تتفق الدراسات والآراء حول هذه التصنيفات ومجالات الثراء، وقد وجدنا الكثير من التصنيفات، لذلك أردنا في هذه الدراسة تناول التصنيفات ومجالات الثراء التي ترتبط بموضوع ومقاربة الدراسة، والتي ارتأينا توضيحها في مطالب هذا المبحث.

المطلب الأول: تصنيفات وتطبيقات الوسائط الاتصالية الجديدة

كما ذكرنا سابقا وجدنا الكثير من التصنيفات الخاصة بالوسائط الاتصالية الجديدة إلا أن التصنيف الأكثر حضورا هو تصنيف **Andreas Kaplan¹ & Michael Haenlein²**، وهو التصنيف الأكثر قبولا أكاديميا، والذي حاز على نسبة اقتباسات علمية عالية، وأيضا أردنا إدراج هذا التصنيف تماشيا مع مقارنة الدراسة، لأن كلاً من الباحثين كابلان وهانلن اعتمدا على مجموعة من النظريات في مجال البحث الإعلامي، وهي نظرية الحضور الاجتماعي Presence Theory، ونظرية ثراء الوسائط بالإضافة كذلك للعمليات الاجتماعية والاتصالية مثل عملية العرض الذاتي Self-Presentation، وعملية الكشف أو

¹ - **Andreas Kaplan** ولد في 5 أكتوبر 1977 هو خبير اقتصادي ألماني، وهو مدرس وباحث في **ESCP Business School**، وهو متخصص في الشبكات الاجتماعية، والتسويق الفيروسي، والبيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي، وهي المجالات التي نشر فيها العديد من المقالات والدراسات البحثية وبالأخص المتعلقة منها بالوسائط الجديدة وثرائها، يشغل حاليًا منصب رئيس جامعة **ESCP** في برلين.

² - **haenlein-michael** هو خبير في التسويق وأستاذ في التكنولوجيات الجديدة وتكمن خبرة مايكل البحثية في تحليل تأثير التقنيات الجديدة على الشركات والمستهلكين، وتغطي موضوعات مثل ألعاب الفيديو، والألعاب المحمولة، والذكاء الاصطناعي، ووسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق المؤثر، وله أكثر من 50 مقالة منشورة في مجلات أكاديمية، ويشغل حاليًا منصب رئيس البحث المسؤول في التسويق في كلية الإدارة بجامعة ليفربول وأستاذًا للتسويق في **ESCP Business School**.

الإفصاح عن الذات Self – disclosure باعتبارهما عنصرين رئيسين للوسائط الاتصالية الجديدة، لذا يصنف

كابلان وهاينلان الوسائط الاتصالية الجديدة إلى الأنواع والأشكال التالية:

- مشاريع تعاونية Collaborative Projects

- المدونات Blogs

- مجتمعات المحتوى Content Communities

- مواقع الشبكات الاجتماعية Social Network Sites

- عوالم الألعاب الافتراضية Virtual game Worlds

- عوالم اجتماعية افتراضية Virtual Social World (Kaplan, Haenlein , 2010, p 62).

أولاً: المشاريع التعاونية Collaborative Projects إن المشاريع التعاونية تمكّن العديد من المستخدمين

النهائيين من المشاركة في إنشاء محتوى في وقت واحد مشترك ومتزامن، وهي بهذا المعنى ربما تكون أكبر مظاهر

ديمقراطية democratic manifestation للمحتوى الذي ينشئه المستخدمون بإضافة المحتوى المستند إلى النص

وإزالته وتغييره، بالإضافة كذلك لتطبيقات وضع الإشارات المرجعية الاجتماعية social book marking

applications والتي تتيح تجميع المستندات إلى مجموعة المفضلات وتصنيف روابط الأنترنت أو وسائط

المحتوى، والمشاروعات التعاونية تُعتبر شكلاً خاصاً من تطبيقات وسائط الاتصال الجديدة التي تسمح للعديد

من المستخدمين النهائيين بالمشاركة وإنشاء محتوى مرتبط بالمعرفة في نفس الوقت، لذلك هذه المشاريع تسمح

لجميع المستخدمين بنشر المحتوى أو إضافته أو تغييره، وبهذا المعنى ربما تكون أكثر أشكال الوسائط الاتصالية

تشاركية وديمقراطية (Kaplan, Haenlein, 2014, pp 623 – 624).

أنواع المشاريع التعاونية:

- النوع الأول (مواقع الويكي) **wikis** هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهر هذه المواقع، موقع Wikipedia وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم، وكلمة الويكي Wiki تعني نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الانترنت، وفي عام 1995 قام كل من وارد كينغهام وبوليوف بإنشاء أول موقع ويكي وهو WikiWikiWeb والذي شكل مجتمعاً متعاوناً مفتوحاً للجميع ، حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع، وقد ظهرت برامج ويكي كثيرة واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج، والهدف هو تبسيط عملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حد ممكن ، ومن أشهرها: الموسوعات الحرة wikipedia، الكتب الحرة wiki books، القواميس الحرة Wikitionary، مستودع الملفات المشتركة commonswikimedia (Adcock Phllis , 2010, P 03).

- النوع الثاني (المواقع والمفضلات الاجتماعية): **Social bookmarking sites** التي يطلق عليها اسم خدمات الفهرسة الاجتماعية، وهي عبارة عن نوع من المواقع التي تقدم خدمة تخزين عناوين مواقع الأنترنت مع إضافة وسوم Tags لوصف محتوى الموقع المخزن مما يجعلها متاحة لأي فرد من أي مكان وباستخدام أي جهاز، ونمط عمل هذه المفضلات هو مشاركة مجتمع المستفيدين في المصادر المفضلة لدى كل منهم، ففي نظام المفضلات الاجتماعية يمكن للمستخدمين حفظ الروابط لصفحات الأنترنت التي يريدون تذكرها أو مشاركتها في نفس الوقت، ويُعد موقع del.icio.us الذي ظهر عام 2003 أول مفضلة اجتماعية تقدم تطبيقات وصف المحتوى وتملكها شركة Yahoo وهي من أفضل المواقع المتخصصة بهذا المجال وأشهرها، تتمثل خدمتها الأساسية في تخزين الروابط وترتيبها، ويمكن لكافة المشتركين في هذا النوع من المواقع التعرف على ما

يضيفه الأعضاء الآخريين من روابط لمفضلاتهم، ومن أشهر خدمات المفضلة الاجتماعية موقع diigo وموقع bookmarks من Google.

- النوع الثالث (المنتديات عبر الإنترنت أو لوحات الرسائل) online forums or message boards

وهذا النوع يمكن الأشخاص من إجراء محادثات في شكل رسائل منشورة على عكس مواقع الويكي، لا تسمح المنتديات عادة للمستخدمين بتحرير المحتوى الذي ينشره الآخرون بل تقوم فقط بالرد على هذا المحتوى أو مناقشته ضمن منشوراتهم الخاصة، لأن حق التحرير مقصور على مسؤولي المنتدى أو المشرفين.

- النوع الرابع (مواقع مراجعة المواقع) review sites هذا النوع يركز على تبادل التعليقات فيما يتعلق

بالشركات والمنتجات، وتستخدم مواقع المراجعة شكلا من نظام السمعة الذي يسمح لها بالتعرف على

الموثوقية بناء على التقييمات التي تم الحصول عليها من آراء المستخدمين (Kaplan, Haenlein, 2014)

ثانياً: المدونات Blogs تمثل المدونات أحد أشكال الوسائط الاتصالية الجديدة، والمدونة كلمة تستخدم

كمقابل عربي للكلمة الانجليزية "blog"، والتي تعني سجل الشبكة، وهي يوميات شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تمكن الفرد من كتابة المعلومات والآراء الشخصية.

وتعرف المدونة بأنها: "تطبيق من تطبيقات الانترنت، يعمل من خلال نظام إدارة المحتوى، وفي أبسط صوره

عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً

تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات

القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة

معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة"، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون

تحللها (31 - 30 pp, 2007, Zizi Papacharissi).

وتعتبر مدونات الانترنت واحداً من أهم تطبيقات الإعلام الجديد هو Blog Weblog ، ويمكن توصيفها كصحيفة يومية إلكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على موضوع معين، مثل السياسة أو الأخبار المحلية، ويمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية، وهي تنشر بالنصوص، والصور والفيديو والصوتيات وتحمل وصلات لمدونات أخرى، (Laura, Gurak, Smiljana Antonijevic, 2008).

ثالثاً: مجتمعات المحتوى Content Communities يتمثل الهدف الرئيسي لمجتمعات المحتوى في مشاركة محتوى الوسائط بين المستخدمين، حيث توجد مجتمعات المحتوى لمجموعة واسعة من أنواع الوسائط المختلفة، بما في ذلك النصوص على سبيل المثال موقع فليكر Flickr ومقاطع بث ومشاركة الفيديو مثل موقع يوتيوب You Tube وموقع سلايدشאר Slideshare.

أما البودكاست Podcast فهي ملفات صوتية أو فيديو يتم بثها، وغالباً ما تكون حلقات أو مسلسلات تشترك في موضوع، حيث يأتي المصطلح من الكلمتين iPod الذي هو أحد أجهزة شركة أبل Apple، وكلمة Casting التي يقصد بها البث ويتم عرض البودكاست عليه غالباً، كذلك يمكن للأشخاص إنشاء ملفات Podcast لنشر المعلومات والمقابلات المسجلة وحتى كشكل من أشكال تدوين الفيديو، وأشهر مواقع البودكاست موقع أي تيونز iTunes، بينما المواقع الأخرى مثل موقع سمودكاست Smodcast مخصص لصناعة الأفلام (Kaplan, Haenlein , 2009, pp 563 -572).

رابعاً: مواقع الشبكات الاجتماعية أو مواقع التواصل الاجتماعي انتشرت الشبكات الاجتماعية في نهاية عام 2007 وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي وأشهرها الفيسبوك (Facebook) وماي سبيس (Myspace) وأيضاً ، Ning Orkut ، Hi5 ، Diaspora ، Bebo ، ASmallWorld ، Plaxo Tagged ، XING، Yammer، وتتميز هذه المواقع بسهولة التواصل مع الآخرين ومعرفة مستجدات

الأحداث وتتسم بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة ، وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة و إدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعلا ومشاركة في مختلف القضايا (Brintzenhoff, 2011).

خامسا: عوالم الألعاب الافتراضية Virtual game Worlds إن العوالم الافتراضية هي منصات تقوم على أساس بيئة ثلاثية الأبعاد، حيث يمكن للمستخدمين الظهور في شكل تجسيدات شخصية والتفاعل مع بعضهم البعض كما يفعلون في الحياة الواقعية، ويتطلب من مستخدميها التصرف وفقا لقواعد صارمة في سياق لعبة الأدوار متعددة اللاعبين عبر الأنترنت multiplayer online role-playing game ومن أمثلة عوالم الألعاب الافتراضية لعبة World Warcraft وكذلك لعبة EverQuest من Sony.

سادسا: العوالم الاجتماعية الافتراضية Virtual social Worlds إن العوالم الاجتماعية الافتراضية هي المجموعة الثانية من العوالم الافتراضية التي تسمح لمستخدميها باختيار سلوكهم بحرية أكبر بشكل أساسي حياة افتراضية مماثلة لحياتهم الحقيقية، حيث إنه كما هو الحال في عوالم الألعاب الافتراضية، يظهر مستخدمو العالم الاجتماعي الافتراضي في شكل أفاتار ويتفاعلون في بيئة افتراضية ثلاثية الأبعاد، ومع ذلك في هذا المجال لا توجد قواعد تقيد نطاق التفاعلات الممكنة، ويسمح هذا بمجموعة غير محدودة من استراتيجيات العرض الذاتي، وقد ثبت أنه مع زيادة كثافة الاستخدام وتجربة الاستهلاك، يُظهر مستخدمو العوالم الاجتماعية الافتراضية أو المقيمون كما يفضلون أن يطلق عليهم (kaplan, Haenlein, 2009 , pp 563 - 572).

المطلب الثاني: مجالات ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة

هنا أردنا الحديث عن مجالات ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة، أو غنى هذه الوسائط وهذا طبعا تماشيا مع المقاربة المستخدمة في الدراسة، وكما ذكرنا سابقا في شرحنا لمقاربة ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة بأن هذه نظرية أصبحت من أكثر النظريات الحديثة المطبقة في مجال دراسات الوسائط الجديدة بما تفرزه هذه الوسائط مثل التفاعلية والتبادلية وتحويل المستخدم لشخص نشط مشارك وفعال في عملية الاتصال بدلا من أن يكون متلقيا سلبيا للمعلومات (أسامة سيد عبد العزيز سيد، 2010، ص 02).

تنطلق النظرية السابقة الذكر من حقيقة أن كل وسيط من وسائط الاتصال له خصائص محددة في طبيعة الأداء وحجم ونوعية المعلومات والانتشار والوظائف والتأثير، فثراء الوسائط يعني قدرتها على إنتاج المحتوى في ضوء طبيعة خصائصها التقنية والاتصالية وحمل القضايا والتعامل مع المتلقي وتغيير المفاهيم (عكاشة، 2020، ص 225)، فقد أدى ظهور الوسائط الاتصالية الجديدة إلى إحداث تغيير في مفهوم الثراء، فميزات الوسائط اقترنت بقدرتها على توصيل المعلومات ودورها في حمل الرموز الاتصالية وأسلوب عرضها وتقديمها وتوصيلها، وثراء الوسائط أضحى له معايير جديدة تقوم على الخدمات التقنية للوسيلة من جهة، والخدمات الاتصالية التي يقدمها هذا التطور من جهة أخرى (حبيش حلمي، 2019، ص 89).

فأما رال مولر Ralf Muller فيعرف الثراء على أنه قدرة الوسيط الاتصالي على توصيل المعلومات من خلال إرسال بعض الرموز المتنوعة إضافة لتوفير رجع الصدى بهذا الوسيط (Richard jubilant ,1995 ,p 350).

وانطلاقاً من مستويات الثراء المتمثلة في المستويين التاليين:

المستوى الأول: يكون الثراء بالنسبة للوسائط الجديدة من نفس النوعية، وهذا الثراء من المفهوم الإعلامي ينقسم إلى (ثراء المضمون) من خلال تقديم رسالة اتصالية متميزة ونقل معلومات كثيرة للمستقبل، و(ثراء الوسيط) من خلال توافر قدرات وميزات تقنية وخصائص اتصالية وكفاءة تقنية للوسيلة تجعلها تتميز عن نظيرتها من نفس النوع.

المستوى الثاني: حيث يكون الثراء يتميز وسيط على وسيط آخر من نوع مختلف، من خلال تميز الخصائص والمميزات الاتصالية لكل منهم، وبالتالي فإن ثراء الوسائط هو المحور الرئيسي، هنا حيث يحقق تميزاً من خلال استفادته بالميزات التقنية التي تسهم في محاكاة الواقع الحقيقي بسهولة وفي وقت أسرع ليصل إلى الجمهور نستخلص أن مجالات ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة تتجلى في مستويين يتمثلان في:

ثراء المضمون (الرسالة الاتصالية)

ثراء الوسيط (القدرات والميزات التقنية)

أو بمعنى آخر تكمن مجالات ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة في البعدين التاليين:

البعد الاتصالي (الرسالة) ← الذي يظهر من خلال ثراء المضمون (الرسالة الاتصالية)

البعد التقني (الوسيط) ← الذي يظهر من خلال ثراء الوسيط (القدرات والميزات التقنية)

من هذا المنطلق فمجال الثراء في مجال البعد الاتصالي للوسائط يكون من خلال ثراء المضمون

(الرسالة الاتصالية)، أما الثراء في مجال البعد التقني فيكون من خلال ثراء الوسيط (القدرات والميزات التقنية)،

وعلى هذا الأساس حددنا مجالات ثراء الوسائط وفقى البعدين التاليين:

أ - البعد الاتصالي لثراء المضمون (الرسالة الاتصالية) (المحتوى)

ب - البعد التقني لثراء الوسيط (القدرات والميزات التقنية)

أ - البعد الاتصالي لثراء المضمون (الرسالة الاتصالية) أو (المحتوى):

هذا البعد هو الذي يظهر من خلال الرسائل الاتصالية والمحتويات المتاحة والمنشورة في هذه الوسائط، وأيضا يظهر من خلال الكم الكبير من المعلومات التي تقدمها لنا هذه الوسائط، وفي هذا الصدد نجد أنواعا مختلفة للمحتويات والرسائل الاتصالية المقدمة، والتي لها عدة أبعاد وأهداف تختلف باختلاف نوع الرسالة ومضمونها، قد تكون ذات بُعد اقتصادي، أو ثقافي أو اجتماعي، أو سياسي أو اتصالي فقط إلخ، وانطلاقا مما سبق نقدم أهم أنواع المحتويات والرسائل الاتصالية المقدمة عبر الوسائط الاتصالية الجديدة وفق منظورها وأهدافها ومضامينها، وتمثل في:

- المنظور الاقتصادي: أصبحت الوسائط الاتصالية الجديدة في الوقت الحالي تعتبر أحد الأسس الهامة التي تشكل النسيج الاقتصادي الراهن، فالوسائط الاتصالية لها ثراء كبير من جانب البعد الاقتصادي كونها أسهمت في التوجه نحو اقتصاد المعرفة، نتيجة للاعتماد على التكنولوجيا المتقدمة وتطبيقاتها وازدياد المعلومات والمعارف ذات الهدف الاقتصادي، لأن المعرفة أصبحت سلعة بالغة الأهمية وركيزة أساسية للتنافسية في القرن الحادي والعشرين، إضافة لما سبق فإن الوسائط الجديدة من خلال ثرائها في الجانب الاقتصادي كان لها دور كبير في التحول إلى الاقتصاد الافتراضي الذي ألغى الحواجز الجمركية وساهم في الاندماج في الاقتصاد العالمي، وهذا ما أدى إلى انتشار السلع العابرة للحدود ما عزز التجارة الإلكترونية التي ساعدت المؤسسات في تعزيز صورتها ووجودها في الأسواق العالمية (السويدي ، 2014 ، ص 77 - 88).

وحاليا تزايد الدور الاقتصادي للوسائط الجديدة في جميع المؤسسات وشركات الإنتاج، حيث أصبح لجمهور الوسائط الاتصالية الجديدة تأثير فعال في الأنشطة التسويقية بالاستخدام المنظم لمواقع التواصل الاجتماعي في التجارة الرقمية بآليات وسبل للتعامل والتواصل الرقمي بين الشركات والمؤسسات ومستخدمي شبكة الأنترنت، مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وسيلة إعلانية منخفضة التكلفة وواسعة

الانتشار، تلعب دورا فعال في الترويج للمنتجات والخدمات، وأصبح مصطلح التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي من المصطلحات الاقتصادية الواسعة الانتشار، لذلك فإن علاقة الاقتصاد بالوسائط الجديدة علاقة متداخلة تتميز بالطابع الانتشاري والمنطق الشبكي والمرونة وكثرة المعلومات والعمل في إطار نظام تكاملي (السهلي، 2021، ص ص 25 - 31).

المنظور الاجتماعي: يعتبر ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة من المنظور الاجتماعي من المتغيرات الأكثر نشاطا وتأثرا، على اعتبار أن هذه الوسائط ساعدت الأفراد على تنظيم مجتمعات افتراضية من خلال شبكات مترابطة يعاد تنظيمها باستمرار، وقد خلفت لنا هذه الوسائط مجتمع ما بعد الصناعة أو ما بعد الحداثة، وهو مجتمع رقمي عالمي أفرز بدوره ما بات يعرف بالإنسان الرقمي، وهذا لأن النشاط الاتصالي أصبح تيارا مجتمعيا جارفاً لا يمكن لأي فرد أن يكون بمعزل عنه، وفي جميع الأحوال فإن مجالات ثراء الوسائط في الجانب الاجتماعي باتت واضحة لأن هذه الوسائط استطاعت أن تنشئ مجتمعا افتراضيا حيا وتفاعليا يتشابه مع المجتمع الواقعي. إضافة لما سبق يوجد ثراء للوسائط الجديدة في الجانب التعليمي، إذ أدى التسارع والتطور لهذه الوسائط إلى التأثير على الجانب التعليمي، وهذا بسبب انتشار الشبكات التعليمية في الفضاء الافتراضي، حيث فتحت مجالات واسعة لتيسير وصول الطالب للمواد التعليمية مع تغيير أسلوب إعطاء المعلومة لتسهيل العملية التعليمية وزيادة قدرة الاستيعاب عند الطلاب، وهنا أيضا هذه الوسائط اختصرت المكان والزمان وأصبحت العملية التعليمية متاحة للجميع وفي أي وقت.

على صعيد آخر أسهمت أيضا الوسائط الاتصالية الجديدة في التمكين المعرفي للمرأة، وفي التشبيك بين النساء الناشطات، والمنظمات النسوية في العالم، وكذلك داخل المجتمع الواحد، وهذا ما عزز قدرة المرأة على إقامة علاقات اجتماعية في المجتمع الافتراضي تحقق من خلالها طموحها وتطلعاتها المستقبلية (السويدي، 2014، ص 60)، فلقد نجحت هذه الوسائط في تسهيل التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات،

فمن خلالها يمكن للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يجمع بين أفراداه اهتمام مشترك، وفي سياق المقاربة الاجتماعية باعتبارها المقاربة الأوسع انتشاراً، تعتبر الوسائط الاتصالية الجديدة فضاء مناسباً تماماً لتقديم المعلومات والرسائل لتشكيل رأي عام عريض القاعدة، لأنها تساهم في تعزيز مجموعة من القيم المجتمعية المعاصرة مثل الفردانية، المساواة، الحرية والحق في امتلاك المعلومة والوصول إليها والحق في إعادة نشرها ومناقشتها من أجل الصالح العام (السهلي، 2021، ص 25).

المنظور السياسي: بينت الوسائط الاتصالية الجديدة أن لها ثراءً كبيراً في جانب الرسائل والمحتوى السياسي كونها أصبحت قوة أو وسيلة أكثر فعالية من بقية الوسائل الإعلامية التقليدية، ومن بين التأثيرات الملحوظة للوسائط الاتصالية الجديدة سياسياً أنها باتت بمنزلة قوة مجتمعية ضاغطة لمصلحة مخططي السياسات وصانعي القرارات في العالم أجمع أو ضدهم، إذ بمقدور هذه الوسائط تهيئة "الحشود الجماهيرية الإلكترونية الهائلة"، تأييداً لأي قرار، أو رفضاً له، وبالتالي أصبحت لاعباً رئيسياً في المعادلات السياسية داخل الدول وخارجها (السويدي، 2014، ص 53 - 59).

كما يظهر الثراء السياسي للوسائط الجديدة كونها عززت مصطلح المواطنة الافتراضية من خلال إتاحة فرص التفاعل أو نشر مواضيع سياسية، بالإضافة إلى التعليقات والمناقشات والتعبئة والدعوة إلى الاحتجاج وإبداء الرأي حول المواضيع والقضايا السياسية التي تشغل الرأي العام الافتراضي، كما ساهمت في تفعيل دور الجمعيات المدنية وتشجيع العمل المدني من خلال الدعوة إلى المشاركة في عمل الجمعيات المدنية والتفاعل مع برامجها ومشاريعها، إذ تقوم هذه الوسائط بدعم الأهداف الرئيسية المباشرة وغير المباشرة لكل مجتمع وتشجيع ودعم الأنشطة المختصة بالأفراد وتشجيع الذات الفردية في اتجاه تحقيق الأهداف المتفق عليها ضمن الإطار الجماعي ككل (السهلي، 2021، ص 34).

المنظور الإعلامي: الوسائط الاتصالية الجديدة يظهر ثراؤها في الجانب الإعلامي كونها تطرح مساحات الحرية الهائلة التي تُمارسُ عبر هذه الوسائط من خلال الخطابات والمضامين التي أصبح كل فرد يستطيع نشرها، حسب الباحثين يُقال بأننا سوف نتقل إلى مرحلة إعلامية جديدة افتراضية غير مسبقة، يمكن أن نطلق عليها مصطلح " الإعلام الشخصي"، فكل من يستخدم وسيطا أو أكثر من وسائط يمكن أن يمثل قناة إعلامية مرئية أو مسموعة أو مقروءة، وهي قناة يمكن أن يتداولها ملايين المتلقين كما يستطيعون أن يحتفظوا بنسخ إلكترونية منها، لهذا فإن ثراء الوسائط من الجانب الإعلامي سوف يجعل الإعلام مستقبلا يتسم بمزيد من التفاعلية بين الوسيط والمستخدمين، نتيجة لتنامي الحرية الإعلامية ، وكذا سرعة التفاعل والمشاركة والتكامل. الأمر الذي سيوفر للإعلام مجالا أكبر للتحرك لتوافر الكم وانعدام التكلفة المادية، وحرية الاختيار للمتلقي، وسرعة الوصول إلى الخبر، واختفاء تأثير الزمان والمكان والتبعية للوسائل التقليدية، سوف يسهم كل هذا في انتشار وكالات الانباء الفردية والخاصة بشكل يفوق بمراحل ما هو حاصل اليوم حيث ستعزز مقدرة استخدام أي فرد للوسائط الاتصالية الجديدة على أن يرسل أخباراً وتقارير صحفية وفق رؤيته الخاصة في العالم (سند السويدي جمال، 2014، ص ص 94-97).

المنظور التواصلي: يمثل المنظور التواصلي الحلقة والهدف الأساس من وسائط الاتصال الجديدة، لكون هذه الوسائط فضاء اتصالي بالدرجة الأولى ولقدرتها على إيصال الأفكار والمعلومات وعرضها في لغة واضحة وبسيطة من خلال البرامج والتطبيقات التي تسهل عملية التواصل بين المرسل والمتلقي، أيضا لهذه الوسائط القدرة على التكيف مع المتلقين بغض النظر على خلفياتهم ومرجعياتهم ومستوياتهم العلمية والثقافية والاجتماعية ، كما أصبحت هذه الوسائط فضاء افتراضيا لتبادل الأخبار والمعلومات والمعارف والأفكار والعادات والثقافات بين الأفراد والمجتمعات، وهذا راجع لما تتمتع به الوسائط الجديدة من سرعة وتفاعل وسعة في الانتشار والاستمرارية والديناميكية، فالاتصال عبر هذه الوسائط متعدد الاتجاهات، يسمح للمشاركين في عملية التواصل بالتحكم في الفعل التواصلي، ويدعم تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي في الوقت نفسه (السهلي، 2021، ص ص 25-31).

ب- البعد التقني لثراء الوسيط (الميزات والعناصر التقنية): هذا البعد هو الذي يظهر من خلال القدرات والميزات والتقنيات الفائقة والرقمية والسريعة لهذه الوسائط التي تمتاز بالتعدد في الرموز المتاحة أو ما يطلق عليها تعدد الوسائط والرموز، وتشير هذه التسمية إلى عملية اندماج النص مع الصوت والفيديو والصور مع بعضها لتكون رسالة مفهومة وتفاعلية أكثر، فالوسائط المتعددة في الأصل هي مجرد أشكال ورموز متعددة متكاملة معاً، ومنه الوسائط الاتصالية من الجانب التقني هي نسيج من النص والصور والجرافيك والرسوم المتحركة والفيديوهات والمؤثرات الصوتية (الدعمي، 2019، ص 135)، وفي هذا الصدد نجد عدة ميزات تمتاز بها الوسائط الاتصالية الجديدة، وتتمثل أهم العناصر والمكونات التقنية لهذه الوسائط فيما يلي:

- **الرقمية:** أي توفر عنصر الرقمنة، وهذا عن طريق رموز قابلة للقراءة آلياً، ويمكن تعريف الرقمية بأنها أي بيانات ممثلة بسلسلة من الأرقام والبيانات الرقمية، وهي معلومات مجمعة على شكل حزم وتكون محفوظة رقمياً على جهاز الكمبيوتر، وتتضمن الأمثلة على الوسائط الرقمية البرمجيات، الصور الرقمية، الفيديو الرقمي، ألعاب الفيديو، ومواقع الويب، وسائل التواصل الاجتماعي والبيانات الرقمية والصوت الرقمي مثل MP3 .

- **النصوص المكتوبة (التقليدية والنصوص التشعبية):** ويقصد بالنص المكتوب كل ما تحتويه الشاشة من فقرات وبيانات مكتوبة تعرض على المستخدم أثناء تفاعليه مع البرنامج، وهي عبارة عن فقرات تظهر منظمة على الشاشة أو عناوين للأجزاء الرئيسية على الشاشة أو لتعريف المستخدم بأهداف البرنامج في صياغات متفرقة مرقمة أو لإعطاء إرشادات وتوجيهات المستخدم ويتم التعامل معها بحركة واحدة من المستخدم عن طريق الضغط على الفأرة (الماس) أو لوحة المفاتيح، ومن الممكن التحكم في حجم الكلمات المكتوبة وحجم الحروف وتوزيعها وكتابتها ولونها وطريقة ظهورها في البرنامج.

أما **مصطلح التشعبية** فيعتبر من المفاتيح الأساسية التي تميز الوسائط الاتصالية الجديدة، فالنص التشعبي أو الفائق هو وصف للنص الذي يوفر شبكة روابط إلى غيرها من النصوص التي هي خارجة أعلاه وما بعده، ويمكن تحديد عمل النص التشعبي على أنه يتكون من وحدات منفصلة من المواد، كل منها يحمل عدداً من المسارات إلى وحدات أخرى،

والعمل على شبكة الأنترنت هو الاتصال الذي يستكشف المستخدم باستخدام مساعدات لتصفح تصميم الواجهة (تامر عبد اللطيف، لينا عاطف، 2020).

- الصور والرسوم (الثابتة والمتحركة)، فالصور الثابتة عبارة عن لقطات ساكنة لأشياء حقيقية يمكن عرضها لأية فترة زمنية ويمكن تصغيرها أو تكبيرها حسب رغبة المستخدم، كما تؤخذ من فيلم سينمائي أو لقطة تليفزيونية، وعند نقلها إلى الكمبيوتر تملأ الشاشة بأكملها، ويمكن أن تكون ملونة وتوضع في الشاشة.

أما الصور المتحركة: Carton يمكن عن طريق الكمبيوتر إنتاج رسوم متحركة وذلك برسم شكل أولي وتعديله وتلوينه، وعن طريق برامج الرسوم المتحركة، يتم التحكم في تحريك الرسوم التي تم إعدادها بسرعة معينة ونقلها على الشاشة وتتبع القيمة الاستثنائية للصور المتحركة وقدرتها على تقديم تمثيل غني بالمعلومات والتفاصيل القابلة للتصديق لأحداث أو مشاهد تفصلنا عنها موانع زمانية أو مكانية لا سبيل لنا لتجاوزها.

- الفيديوها: وتظهر في صورة لقطات فليمية متحركة سجلت بطريقة رقمية تعرض بطريقة رقمية أيضا من الممكن أخذها من مصادر متعددة، ويُعرف الفيديو بأنه نظام لتسجيل المعلومات وذلك بتحويلها إلى إشارات إلكترونية يمكن عرضها إما في نفس الوقت أو بعد تسجيلها.

- الأنفوجرافيك: ويعرف محمد شوقي شلتوت (2016) الأنفو جرافيك على أنه التجسيد البصري للمعلومات أو الأفكار سعيا لتوصيل معلومات معقدة للمتلقى بطريقة تمكنه من فهمها واستيعابها بسهولة.

كما يعرفه Professor Rodderling، بأنه فن يستخدم لوصف مجموعة واسعة من الأشياء على شكل رسوم بسيطة نسبيا للمواضيع، أو المواد المعقدة بكميات كبيرة من الأفكار والبيانات» (مكاوي، 2021، ص 197).

أنواع الأنفوجرافيك:

1- الأنفوجرافيك الثابت: هو تصاميم ثابتة يختار محتواها المصمم أو الجهة التي أخرجتها، وتتضمن معلومات عن موضوع معين في شكل صور ورسومات يسهل فهمها، ويمكن استخدامه في المطبوعات.

2- الأنفوجرافيك المتحرك: هو تصميم البيانات والمعلومات تصميمًا متحركًا كاملاً، ويتطلب هذا النوع كثيراً من الإبداع واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجه بطريقة شيقة ممتعة، ويكون لها سيناريو كاملاً للإخراج النهائي.

3- الأنفوجرافيك التفاعلي: هو تصميم تفاعلي يستطيع الجمهور التحكم فيه من خلال بعض أدوات التحكم من أزرار وبرمجة (Code) معينة، تكون موضوعة لكي يستطيع القارئ عن طريقها التحكم في مكونات الأنفو جرافيك، وتصميم هذا النوع لا يتطلب مصمماً ولكن يتطلب مبرمجاً أيضاً يشارك في التصميم (مكاوي، 2021، ص 198).

- **الموسيقى والمؤثرات الصوتية**: وهي عبارة عن أصوات موسيقية تصاحب المثيرات البصرية التي تظهر على الشاشة ويمكن أن تكون مؤثرات خاصة مثل صوت الرياح، المطر، الطيور وإضافة الموسيقى والمؤثرات الصوتية يعطي عروض الوسائط المتعددة بعداً جمالياً، كما أنها تلعب عدة أدوار أثناء عرض البرنامج حيث تهيئ مناخ التعلم في بداية العرض، وتدعم مشاعر المتعلم وقد توضح له نقاطاً معينة في محتوى البرنامج بالإضافة إلى فهم الرسالة والمعلومة المقدمة.

- **توفر عنصر التشعبية أو الفائقة**: وتعني التشعبية عملية ربط بين النصوص والصور والجغرافيك والصوت بواسطة روابط متشعبة، وفي هذه الحالة فهي تتيح للمضمون الإبحار في العالم الافتراضي عن طريق وصلات متشعبة، وتختلف عن الوسائط المتعددة، كون إعلام الوسائط ينتج عن عملية اندماج بين ثلاث وسائط متمثلة بالنص، والصورة، والصوت، ومن ثم خلق تفاعلية Interactivity بين المضمون المنتج المعروض عن طريق الحاسوب والمستخدم، فضلاً عن أن الوسائط المتعددة تسير بشكل خطي، في حين الوسائط المتشعبة تتشعب بمستوى غير محدود (الدعيمي غالب، 2019، ص 136).

- **الواقع الافتراضي**: هو بيئة الوسائط الاتصالية الجديدة والفضاء الذي تنتشر فيه، وقد أصبح هذا المصطلح سمة مميزة لهذه الوسائط، والواقع الافتراضي هو إحلال الواقع الافتراضي بدلاً من العالم الحقيقي مع محاكاة، أما الحقيقة أو الواقع المدمج (AR) فهو يتم في الوقت الحقيقي وفي الإطار الدلالي لعناصر البيئة المحيطة، وتستخدم تكنولوجيا (AR) في أغراض التصور وبناء بيئات يمكن التحكم فيها تحتوي على أجهزة استشعار ومحركات (تامر عبد اللطيف، لبنا عاطف، 2020، ص 184).

المطلب الثالث: الوسائط الاتصالية الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية بين التكامل والتنافس

لم تأت الثورة الرقمية التي شهدناها حقل الإعلام والاتصال من فراغ، وإنما فرضتها التغيرات المتسارعة التي عرفتتها وسائل الإعلام والاتصال خاصة على المستوى التكنولوجي والتقني (مرواني، 2020، ص 490)، فالتغير الذي لحق بالاعلام والاتصال أثر أيضا على وسائله، وبخاصة مع التطور التكنولوجي والتقني الكبير الذي أثر وبشكل بالغ في الإعلام والاتصال ووسائله، فبعد التطور الكبير الذي طرأ على وسائل الاتصال وتقنية المعلومات في السنوات الماضية، أثير هنا عددٌ من التساؤلات لاسيما بعد ظهور ما يسمى بالوسائط الاتصالية الجديدة الذي حول المتلقي إلى مرسل ومصدر للمادة الإعلامية، ومن هذه الأسئلة التي تفرض نفسها بقوة، «هل يمكننا القول إن زمن الإعلام التقليدي انتهى؟»، أم إننا ينبغي أن ندرك حقيقة أن وسائل الإعلام لا تلغي بعضها؟، وهل يمكن اعتبار هذا الحراك الكبير في الوسائط الاتصالية الجديدة ظاهرة طبيعية وعالمية؟ قد يكون كذلك، هذا راجع للأثر والتأثير الكبير الذي أحدثته هذه الوسائط على وسائل الإعلام التقليدية، (طالة لامية، 2019، ص ص 187-193) وعليه قد أثرت هذه الوسائط وبشكل كبير على وسائل الإعلام التقليدية من عدة جوانب فنجد التأثيرات التالية:

- فعلى مستوى الإعلام الكلاسيكي دخلت أنماط حديثة على مستوى الصحافة المكتوبة وحولتها إلى الصحافة الإلكترونية، وأضافت لها عدة خصائص كخاصية النص الفائق والسرعة العالية في عرض المعلومة واختصاراتها، بالإضافة إلى تفاعلها واستجابتها لمتطلبات الملتيميديا، وتحولت الجريدة الإلكترونية إلى فضاء للحوار ولاستطلاعات الرأي والتعليقات، فضلا عن ارتباطها وتداخلها مع مواقع التشبيك، الاجتماعي ومختلف الأوعية التي تتبعها وسيلة الإنترنت.

- وعلى مستوى الإعلام المرئي والمسموع، وبعد أن أخضعت أجهزة التلفزيون والإذاعة لمعايير الرقمية والجودة العالية في البث والعرض التلفزيوني العالي الجودة والذكي، الإذاعة الرقمية الممتدة)، وهذا على المستوى

اللوغستيكي، واستجابة لمتطلبات التحديد عرفت البرامج الإعلامية في هاتين الوسيلتين تغييرات مهمة أفضيت إلى بث روح الحرية والشفافية في طرح ومعالجة مختلف المواضيع وخاصة ذات العمل السياسي والاجتماعي (كموش، 2016، ص ص 199-200).

- ساهمت الوسائط الاتصالية الجديدة في كسر احتكار مؤسسات الدولة للإعلام، وذلك بظهور وسائل إعلام شبكات التواصل الاجتماعي، إلى جانب وسائل أخرى مثل: الهاتف المحمول والمدونات، وعموما كل ما يتعلق بالإنترنت..، ورغم هذا فإن الإعلام التقليدي ما زال يحتل مساحة لا بأس بها في الساحة الإعلامية، ويتمتع بمصداقية أكبر من الوسائط الاتصالية الجديدة الذي لا يزال ينظر إليها بأنها مصدر إعلامي غير محترف أو إعلام هواة، ولا يؤخذ به كمصدر للأخبار والتحليلات.

أما عن نقاط الاختلاف بين الوسائط الاتصالية الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية، فيتفق الكثير من الباحثين أن أهم ما يميز الوسائط الاتصالية الجديدة هو التفاعلية والقدرة على دمج المحتويات الإعلامية ومعالجتها وتنسيقها وإرسالها واستقبالها وتخزينها بمرونة عالية، وهناك عدة جوانب في الوسائط الاتصالية الجديدة تميزها عن وسائل الإعلام القديم وتجعلها منافساً قوياً وبديلاً له في الكثير من الأحيان، وقد ناقش مكويل McQuail نقاط المقارنة بين الوسائط الجديدة والإعلام القديم من أربعة جوانب رئيسة هي:

1- من حيث النفوذ وعدم التكافؤ، حيث تختلف هنا الوسائط الاتصالية الجديدة عن الإعلام التقليدي كونها أكثر انفتاحاً وأقل إحتكاراً، فتمكين الوصول للوسائط الجديدة أسهل وأسرع منه في الإعلام التقليدي، كما أن المعلومات فيه لا تتدفق من مركز واحد بمعنى ليست مركزية، فحركة المعلومات في الوسائط الجديدة تصدر من عدة اتجاهات، وتستقبل في عدة اتجاهات أيضاً، ومن الواضح أن الوسائط الاتصالية الجديدة تتميز بخصائص الانفتاح وسهولة الوصول والمشاركة بقدر أكبر بكثير من وسائل الاتصال الجماهيري التقليدي.

2 - من حيث التلاحم الاجتماعي والهوية الثقافية، وهذا نظراً لاستخدامات الوسائط الاتصالية المتنوعة، وكذا التنوع الكبير في المستخدمين من حيث هوياتهم وأماكن تواجدهم وثقافتهم المتعددة، فالوسائط الاتصالية الجديدة تتيح ظهور أنواع جديدة من العلاقات الاجتماعية، وتساعد على تشكيل جماعات وشبكات من الأفراد الذين تربطهم اهتمامات وأهداف مشتركة بطريقة لم تكن متوفرة سابقاً.

3- من حيث القدرة على إحداث التغيرات الاجتماعية والمساهمة في مشاريع التنمية، فمن زاوية النظر التقليدية، الحملات الإعلامية الخاصة بالتنمية والتغيير الاجتماعي تحتاج إلى تخطيط مركزي وتنظيم ذي اتجاه واحد ومجهودات جماعية بالإضافة إلى ميزانيات ضخمة في أغلب الأحيان، هذه الخصائص غير موجودة في الوسائط الجديدة، حيث يغلب عليه طابع اللامركزية وتعتمد على المجهودات الفردية أو الجماعية المصغرة، ولكن أدوات ومضامين هذه الوسائط قد تتفوق في هذا المجال نظراً لتنوعها وجاذبيتها لدى الجمهور وخواصها التفاعلية، كما أن الجمهور يتفاعل معها بطريقة اختيارية تكون أحسن من طريقة الإلقاء من طرف واحد.

4- التعامل مع المكان والزمان، حيث نجد أن الإعلام التقليدي في الواقع وصل إلى مرحلة من القدرة على تخطي حواجز المكان قبل ظهور الوسائط الاتصالية الجديدة، ولكن مع انتشار هذه الوسائط تم التحرر من قيود المكان التي تفرض على الإعلام التقليدي التواجد في مراكز بث محددة وأماكن استقبال محددة، فالرسائل الإعلامية في عصر الوسائط الاتصالية الجديدة تصدر من أي مكان وتصل إلى أي مكان آخر في العالم بسرعة فائقة، أما من حيث التحكم بالوقت فنجد أن الوسائط الاتصالية الجديدة تتفوق على الإعلام القديم من حيث سرعة إرسال واستقبال الرسائل الإعلامية بطرق متعددة، وهذا ما نجده من خلال المواقع المخصصة للأخبار ومواقع الشبكات الاجتماعية، علاوة على مواقع المحادثات والدرشة (ضيات خلفلاوي، 2015،

ص ص 301 - 303).

رغم وجود الاختلافات والتأثيرات بين الوسائط الاتصالية الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية، إلا أننا لا ننكر وجود علاقة ارتباط وتكامل بين الوسائط الاتصالية الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية، ومن هذا المنطق فإن الإعلام الكلاسيكي يعيد تشكيل ذاته استجابة إلى تحديات وسائط الاتصال الجديدة، فلا يمكن أن تظهر الوسائط الاتصالية الجديدة بلا تجربة تاريخية متراكمة، (بسام أحمد شريف، حمدي، 2019، ص 45).

وتتجلى لنا العلاقة التكاملية والارتباطية بين الوسائط الاتصالية الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية من خلال النقاط التالية:

- الوسائط الاتصالية قد ساهمت في تطوير وسائل الإعلام التقليدية، ومن أشكال التطور في وسائل الإعلام التقليدية اعتمادها على الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر لاستكمال توصيل الرسالة الإعلامية، ومن أجل الوصول إلى جمهور أكبر، لهذا لا ننفي أن وسائل الإعلام التقليدية واصلت التعايش مع أشكال الوسائط الاتصالية الجديدة، بهذا يصبح وجود عنصر التقارب واضحاً بين التقنيات الإعلامية القديمة والحديثة (أبو الحسن، 2019، ص 62).

- كما أدخلت الوسائط الاتصالية طرق وآليات جديدة للتعامل مع وسائل الإعلام التقليدية، إذ استفادت المؤسسات الصحفية والمحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية من دخول وانتشار الوسائط الاتصالية الجديدة التي وفرت وسائل وطرق وآليات جديدة تستخدمها وسائل الإعلام التقليدية في تقديم الرسالة الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تعتبر منصات إعلامية جديدة متوفرة في شبكة الإنترنت والتي تستخدمها وسائل الإعلام التقليدية لبث ونشر وتوزيع وإذاعة الرسائل الإعلامية المنتجة سواء كانت تلك الرسائل صورا أو صوتا أو مقاطع فيديو أو نصوصا وكافة الأشكال والأعمال الإعلامية.

- أيضا اقتحمت شبكات التواصل الاجتماعي العمل الإعلامي في الإذاعة والتلفزيون بقوة كبيرة وبسرعة متزايدة، وتوقع بعض الخبراء أن ينقلب شكل ومضمون الإعلام المرئي والمسموع جذريا خلال السنوات القليلة

المقبلة وفقا لمتطلبات العمل الإعلامي وتماشيا مع تنامي حاجات ودوافع الجمهور في التعرض لوسائل الإعلام، إذ أن ظهور الوسائط الاتصالية الجديدة يولد حاجات أخرى للجمهور، ينبغي على وسائل الإعلام التقليدية مواكبة التطورات التقنية والتكنولوجية والفنية لضمان بقائها في ظل الثورة الاتصالية والإعلامية الجديدة (فاضل ، التميمي، 2017، ص 113).

- وفي ظل تفوق وسائط الاتصال الجديدة على وسائل الإعلام التقليدي في سرعة التقاط الخبر، سواء عن طريق الصحفيين أو مصورين أو بعد ظهور فئة جديدة جرى تسميتها بالمواطن الصحفي، لجأت وسائل الاعلام والقنوات التلفزيونية لا سيما ذات الطابع الإخباري منها، إلى بث بعض المواد الإعلامية المنشورة على صفحات التواصل الاجتماعي، حيث تحول المواطن العادي من مجرد متلقي للأخبار إلى مشارك في توثيق الأحداث بالصوت والصورة عبر كاميرات الهواتف النقالة (بسام، حمدي، 2019).

المبحث الثالث: الفيسبوك كأهم وأبرز أشكال الوسائط الاتصالية الجديدة

يُعد موقع فيسبوك من أكبر وأشهر المواقع والشبكات العالمية، ويرى مخترع الفيسبوك مارك زوكر بيرج أن فيسبوك هو حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً وارتباطاً، وقد تحول موقع فيسبوك من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأهل والأصدقاء إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبراً لعرض الأفكار السياسية والثقافية والاجتماعية، وأسهم فيسبوك في تكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها العديد من الأحزاب والتجمعات الحزبية السياسية المتواجدة على أرض الواقع، وأصبح قناة تواصلية تسويقية أساسية تعتمد عليها الآلاف من الشركات للتواصل مع جمهورها والتي تساعد في الإعلان عن منتجاتها (فاضل راضي، التميمي، 2017، ص ص 195-204).

المطلب الأول: الفيسبوك وديناميكية تطوره حتى الوصول إلى ما وراء العالم التقليدي " الميتافيرس "

يمثل الفيسبوك أحد أبرز الوسائط الاتصالية الجديدة وأهمها، التي أصبحت تحتل موقعا مهما بين أوساط المستخدمين والأكثر حضورا اجتماعيا واستخداما وتأثيرا على مستوى العالم، فقد انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماش (Face Match) التابع لجامعة هارفرد، وهو موقع من نوع (Hot or Not) يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد ابتكر مارك زوكر بيرج (Mark Zuckerberg) موقع فيس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفرد عندما كان طالبا في السنة الثانية (فاضل راضي، التميمي، 2017)، وبعدها تطور هذا الموقع، حيث تعود أصول Facebook إلى فبراير 2004 عندما تم إنشاء "The Facebook"، حيث كان يتألف من موقع ويب للتواصل الاجتماعي يسمح للمستخدمين بإنشاء ملف تعريف شخصي وتحميل الصور ومشاركة الاهتمامات والتواصل مع

أشخاص آخرين، مباشرة بعد إطلاقه اتهم زوكربيرج من قبل زملائه السابقين في Harvard Connection باستخدام أفكارهم لبناء منتج منافس بعد سنوات تمت مقاضاته بعد أن أثبت أنه فسخ "عقدًا شفويًا" مع المتهمين الذين انتهى بهم الأمر بتلقي مليون سهم من أسهم الشركة.

في البداية كان Thefacebook مفتوحًا فقط لطلاب جامعة هارفارد، ولكن بحلول نهاية عام 2004، وسع العضوية ليشمل جميع الجامعات في الولايات المتحدة وكندا، حيث جمع حوالي مليون مستخدم في غضون ذلك في يونيو 2004، نقل زوكربيرج عمليات الشركة من السكن الجامعي في كليته إلى بالو ألتو كاليفورنيا، في أغسطس 2004، قام Peter Thiel الشريك المؤسس لـ PayPal باستثمار 500000 دولار في الشركة وانضم إلى مجلس الإدارة كان هذا أول استثمار خارجي تلاه استثمار ضخيم في العام التالي من شركة رأس المال الاستثماري Accel، بما يعادل 12.7 مليون دولار.

وفي أغسطس 2005 تعرض Thefacebook لتغيير طفيف في اسمه ليصبح رسميًا "Facebook" وبحلول نهاية عام 2005 كان لدى الشبكة حوالي 6 ملايين مستخدم بعد الافتتاح لطلاب المدارس الثانوية والتوسع في المكسيك والمملكة المتحدة وأستراليا ونيوزيلندا وأيرلندا، حرّر Facebook أخيرا للجميع الذين تزيد أعمارهم عن 13 عامًا، في 26 سبتمبر 2006 ومن هنا لم تعرف الشركة شيئًا سوى النمو ركز زوكربيرج على توسيع الشبكة الاجتماعية وفتح أبواب مشروعه للمطورين الخارجيين من خلال إطلاق Facebook Platform1 في مايو 2007 وإضافة المزيد والمزيد من الميزات كل عام.

في عام 2007 أعلن Facebook عن وجوده في Mobile Web واعدت بتجربة محسنة على شاشة صغيرة بحلول عام 2009 أصبحت تطبيقات Facebook متاحة على الهواتف المحمولة، وبحلول يوليو 2010 أصبح Facebook الآن ثالث أكبر شركة ويب أمريكية بعد Google و Amazon وفقًا لدراسة Nielsen في عام 2011 أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ثاني أكثر المواقع زيارة في الولايات المتحدة بعد Google.

أما عام 2012 فكان عام الأحداث الكبرى للفيسبوك من بين أهم عمليات الاستحواذ التي قام بها FB كان Instagram الذي استحوذت عليه الشركة بمبلغ 1 مليار دولار في مايو من ذلك العام طرح زوكربيرج Facebook للاكتتاب العام من خلال أول طرح عام أولي للشركة والذي جمع 16 مليار دولار محققًا أكبر طرح عام على الإطلاق كان الاكتتاب العام مثيرًا للجدل وتسبب في انخفاض في الأسعار وكان موضوعًا لدعاوى قضائية أعلن الرئيس التنفيذي في أكتوبر أن لدى FB مليار مستخدم (Raquel Pita , 2020) .

ومع حلول عام 2016 أتاح موقع فيسبوك لمستخدميه خدمة البث المباشر، بحيث يمكن لمستخدمي موقع فيسبوك تصوير مقاطع فيديو ونشرها بصورة مباشرة على صفحاتهم الشخصية ويمكن للأصدقاء أو المستخدمين الآخرين مشاهدتها بصورة مباشرة، وتوفر هذه الخدمة أيضًا إمكانية معرفة عدد الأشخاص الذين يشاهدون الفيديو الذي تقوم ببثه على صفحتك الشخصية أو الصفحات والمجموعات الأخرى، وإمكانية التعليق عليها بصورة مباشرة وتسجل الإعجاب بها، وعند مشاهدة مقطع بث بصورة مباشرة لأحد الأصدقاء أو الشخصيات المشهورة توجد هناك علامة الاشتراك "Subscribe" والتي تقدم للمستخدمين تنبيهات عند بث مقطع في صفحتك الشخصية حالة حال أي فيديو آخر قمت بنشره سابقًا (فاضل ، التميمي، 2017، ص ص 195 – 204).

على الرغم من أن شركة فيسبوك أطلقت في عام 2019 عالمًا افتراضيًا باسم هوريزون وورد Word Horizon أي عالم الأفق، إلا أن مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg مالك شركة فاسبوك أعلن في 2021 عن تغيير اسم الشركة إلى ميتا بلاتفورمز Meta Platforms، وهنا أعلن رسميًا التزام الشركة بتطوير ميتا بلاتفورمز Meta Platforms، (بريك أيمن محمد إبراهيم، 2022، ص 59)، ففي سنة 2021 تم التغيير الفعلي لاسم الفيسبوك إلى الميتافيرس، فقد أعلن مارك زوكربيرج في 29 أكتوبر 2021 أن Facebook أنه سيتغير اسمه إلى Meta وسيجري أيضًا استثمارات كبيرة في Metaverse، وهنا رأى الكثير من الناس Metaverse كلمة جديدة، ولكن في الحقيقة مفهوم Metaverse ليس مصطلحًا جديدًا.

وقد ظهرت كلمة metaverse لأول مرة في عام 1992 في قصة خيالية تدعى Snow Crash كتبها نيل ستيفنسون

(metaverse (Muhammet Damar, 2021, pp 1 -2).

ولو أردنا الحديث عن البدايات الأولى للميتا فيرس، فقد تعددت الآراء حول ظهور هذا المصطلح واستخدامه الأول، فحسب الباحثين يعود أول استخدام لهذا المصطلح إلى عام 1992 حينما استخدمه نيل ستيفنسون Neal Stephenson في رواية الخيال العلمي، حيث يتفاعل البشر كشخصيات خيالية Avatar مع بعضهم البعض ومع البرمجيات في الفضاء الافتراضي ثلاثي الأبعاد مشابه للعالم الحقيقي، ثم بعد عقود أشار المستثمر الصناعي ماثيو بول Matthew Ball مفهوم الميتافيرس Metaverse في سلسلة من المقالات التي تم التركيز خلالها على حاضر ومستقبل Epic Games والتي تملك لعبة Fortnite.

وبعدها ظهرت الصورة الأولية للميتا فيرس في عام 2003، حيث تم إطلاق منصة العالم الافتراضي سكند لايف Second life، والتي تُصنف على أنها أول صور الميتافيرس Metaverse، فقد صورت المستخدم على أنه رمز في عالم ثلاثي الأبعاد، وقد دُجِّت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي وتمتعت بأهم ميزات العالم الافتراضي وهي الحياة الاجتماعية ووظائفها، كحياة ثانية موازية للحياة البشرية التي نعيشها على كوكب الأرض، حيث يعد سكان هذا العالم اليوم بالملايين من جميع أنحاء العالم، يتعايشون ويبيعون ويشتررون، ويمكنهم شراء الأراضي والجزر وبناء البيوت والبحث عن الترفيه والسعادة (بريك أيمن محمد إبراهيم، 2022، ص ص 57-58).

ثم بدأ المؤلفون في " دي سي كومكس" في استخدامه اعتباراً من عام 2019 للإشارة إلى نسخة مركزية من الواقع تؤثر على الإصدارات الأخرى في الخطوط الزمنية البديلة، ومع ذلك في غضون العامين الماضيين أخذ تطورا كبيرا، بل من المرجح أن يدعم " ميتافيرس" ملامح المستقبل بشكل كامل من خلال تطور الواقع المعزز والواقع الافتراضي المدعمن بالذكاء الاصطناعي (فرجون، 2022، ص 54).

ومع ظهور جائحة كورونا COVID 19 والتي أسفرت عن خسائر كبيرة في الأرواح البشرية في جميع أنحاء العالم وشكلت تحدياً غير مسبوق للصحة العامة، إلا أن حالة الإغلاق التي نتجت عن هذا الوباء أدت إلى تسريع

الاتجاه نحو إطلاق الميتافيرس Metaverse كبديل افتراضي، حيث شهدت المنصات الرقمية ارتفاعاً ضخماً في معدلات فاقت التوجهات السابقة نحو الوجود الرقمي وارتفعت نسب الإيرادات خلال 2021 بما يزيد عن 67 % (بريك أيمن محمد ابراهيم، 2022، ص 58).

لكن ظهرت الملامح الحقيقة للميتافيرس أكثر للملأ عندما قام مارك زوكربيرغ في 28 أكتوبر 2021 بتغيير اسم شركته إلى الميتا كمنصة جديدة على الانترنت مع إبقاء اسم تطبيق الفيسبوك ليحول الأنظار إليه ويلفت الانتباه، وحسبه أن ميتافيرس رؤية جديدة للمستقبل، وهو ما يراهن عليه مارك زوكربيرغ وبصف بأنه الثورة المقبلة في تطور الإنترنت، وتتكون الكلمة من مقطعين: الأول Meta وهو الاسم الجديد الذي تغيرت إليه فيسبوك، ويعني «ما وراء»، والمقطع الثاني Verse الذي يأتي اختصاراً لكلمة Universe بمعنى «العالم»، والكلمتان معا تأتيان بمعنى العالم الماورائي " (الفولي، 2022، ص 159).

معنى الميتافيرس " Metaverse": يختلف تحديد مصطلح "ميتافيرس" من شخص لآخر ومن منصة لأخرى، لكن يمكن وصفها ببساطة بأنه الدمج بين العالم الحقيقي الذي نعيش فيه والعالم الافتراضي، وتطبيق هذه الفكرة سيتم بالاعتماد على تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي، وبالرغم من أن الميتافيرس كما تُفهم حالياً قد تتضمن إمكانية استعراض معلومات في الوقت الحقيقي في أي مكان، إلا أنها قد تصل في المستقبل لإمكانية نقلك لأي مكان، حيث أنه يمكنك وأنت في منزلك أن تتواجد بشكل فعلي في أي مكان آخر، وأن يتفاعل معك الآخرين وكأنك فعلاً في هذا المكان (حمادي، خالد 2022، ص 07).

ويقصد بمصطلح ميتافيرس " Metaverse والذي يتكون من شقين، الأول Meta كلمة يونانية الأصل بمعنى ما وراء، أو زيد"، وتعني بعد شيء ما، أو انتقال إلى شيء ما، والثاني Vars مشتقة من " Universe أي تعني "ما وراء العالم" أو "ما وراء الكون" (فرجون، 2022، ص 52)، وفي حقيقة الأمر يعتبر Metaverse عالم ثلاثي الأبعاد يعتمد على محاكاة الواقع الافتراضي للتعبير عن الحياة الواقعية.

(Alsharif hasan, Aburbeian Mohamad, Amani Yousef Owda, Majdi Owda, 2022).

ميٹافيرس Metaverse بيئة دائمة ومتعددة المستخدمين تدمج الواقع المادي مع الواقع الافتراضي، يعتمد على تمازج التقنيات التي تتيح تفاعلات الحواس مع البيئات الافتراضية والأشياء الرقمية والأشخاص، مثل الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز، (AR) ومنه هو عبارة عن شبكة مترابطة من البيئات الاجتماعية والشبكات الغامرة في منصات متعددة المستخدمين (Stylianios Mystakidis, 2022, p 487).

كما يعتمد Metaverse على التقنيات التي تتيح التفاعلات متعدد الحواس مع البيئات الافتراضية والأشياء الرقمية والأشخاص فهو عالم رقمي يمكن الوصول إليه من خلال بيئة افتراضية، يتم انشاؤها من خلال دمج الواقع المادي والافتراضي (Almarzouki, Aburaya, Salloum, 2022, p 43421).

التوقعات المستقبلية من الميتافيرس: يتوقع Mark Zuckerberg المؤسس والرئيس التنفيذي لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، أن الواقع المادي والرقمي المتكامل للميتافيرس "سيكون سائدا" خلال العقد المقبل، بل وسيتمكن الأشخاص في جميع أنحاء العالم من الوصول إلى حقائق بديلة للواقع الحقيقي يمكنهم من خلالها التعلم والتواصل الاجتماعي بحرية وفاعلية (فرجون، 2022، ص 52).

الانتقادات والمخاوف من الميتافيرس: بالرغم من الاهتمام الكبير به وما يمكن أن يشكله من تحول كبير في العالم الافتراضي، وما يتسم به من خصائص، إلا أن هناك بعض المخاوف والانتقادات، ونذكر منها:

- خصوصية المعلومات: في Metaverse، حيث تمثل خصوصية المعلومات أحد المخاوف، وذلك لأن الشركات المشاركة ستجمع على الأرجح بيانات المستخدمين الشخصية من خلال الأجهزة القابلة للارتداء وكذلك التفاعل مع المستخدم.

- إدمان المستهلك، حيث يعد الاستخدام مصدر قلق آخر من الميتافيرس، الأمر الذي من الممكن أن يكون له تأثيرات نفسية وجسدية لفترة طويلة من الزمن، مثل الاكتئاب والقلق وكذلك السمنة، كما وهو الحال مع المستحدثات التكنولوجية.

- الاغتراب الجماعي ويكون جراء الاستمرار الطويل لساعات طويلة في العالم الافتراضي ما قد يخلق حالة من الانفصام عن الواقع الحقيقي (بريك أيمن محمد ابراهيم، 2022، ص 60).

المطلب الثاني: الوظائف الاتصالية والإعلامية لموقع الفيسبوك وخصوصية خدماته

لموقع الفيسبوك العديد من الخدمات التي تزيد من شعبيته وحضوره الاجتماعي، وتتمثل في الخدمات الاتصالية والتواصلية، حيث يتيح موقع فيسبوك العديد من الخدمات الاتصالية والتواصلية التي يوفرها للمستخدمين والتي لها دور كبير في زيادة شعبية موقع فيسبوك، وبالتالي تتكون شبكة متفرعة لا نهاية لها من المحتوى الخاص بكل مستخدم.

أ- الوظائف الإعلامية والاتصالية لموقع الفيسبوك:

- يوفر موقع الفيسبوك التواصل المستمر بين المستخدمين ليس فقط الاتصال المباشر بين الأفراد، وإنما هو أن تصل نشاطات وأخبار مستخدم إلى مستخدم آخر بشكل آلي دون تدخل يدوي، ويمكن أيضا الإعجاب والتعليق وإبداء الآراء والمناقشة بشأن تلك النشاطات والأخبار والموضوعات التي تم نشرها.

- التحكم في المحتوى المعروض: يتيح موقع فيسبوك روابط للخدمات والأدوات التي يمكن استخدامها بالإضافة للأصدقاء، وتحديد من يرغب في مشاهدة أنشطته وأخباره، وروابط الموقع والصفحات التي ترغب في عرض محتواها لديه، وعلى أساس اختياراته يتم تحديد محتوى صفحته، فالشخص هو فقط من يحدد المحتوى الذي سيعرض على صفحته (فاضل راضي، التميمي، 2017، ص 195).

- يتميز أيضا موقع الفيسبوك بتوفير الخدمات والوظائف الإعلامية كونه يعد وسيلة لزيادة مساحة انتشار المادة الإعلامية المنقولة إليه من وسائل أخرى، وفي هذا السياق تعيد وسائل إعلامية نشر موادها المقروءة والمرئية والمسموعة على صفحتها على فيس بوك، وكذلك الأمر بالنسبة إلى القائمين على برامج تلفزيونية وإذاعية، وفي السياق نفسه يحصل الناشرون على رجع صدى إضافي من خلال المرتبطين بهذه الصفحات، غير الذي توفره وسائل النشر الأصلية (المشهداني، العبيداني، 2020).

ب - الخدمات التي يُوفرها ويُتيحها موقع الفيسبوك:

كما يتميز موقع فيسبوك بعدد من الخدمات والخصائص، وتتمثل أهمها في:

- خدمة الصور **Photos** والفيديوهات **videos**: إذا كانت الصور تساوي ألف كلمة، فإن القدرة على نشر الصور ومشاركتها ووضع علامات عليها على مواقع التواصل الاجتماعي تعد تقدماً مهماً في زيادة التواصل، فعندما تنشر صوراً جديدة على الفيسبوك يتم إخطار أصدقائك تلقائياً في موجز الأخبار الخاص بهم إلا إذا قمت بمنعهم من ذلك، كما أن الفيديو يعتبر من أكثر الخدمات التفاعلية التي يتيحها الفيسبوك لمستخدميه، خاصة بعد ظهور خدمة **video live** التي أضفت ميزة البث المباشر التي من خلالها يتم التفاعل الفوري مع المشاهدين في الوقت الفعلي وتلقي ردودهم آنياً، وقد حققت خدمة الصور والفيديو أعلى نسبة لأنواع المشاركات.

- رسائل الحالة **Status messages**: كما هو الحال في الصور، يتم بث رسائل الحالة إلى شبكتك، مما يسهل تحديث مجموعة كبيرة من الأشخاص الذين تعرفهم جميعاً دفعة واحدة، وبهذا تتواصل بشكل فعال مع الجميع على شبكتك (Shih Clara , 2009 , P46).

- الملف الشخصي **Profile**: يوفر موقع فيسبوك ملفاً شخصياً يحتوي على المعلومات الشخصية للمستخدم، مثل: الصور الشخصية للمستخدم، والموضوعات المفضلة له، وأن هذه المعلومات المتوفرة في الملفات الشخصية تساعد على سهولة التواصل مع الآخرين عبر معرفة المعلومات الشخصية والتي من شأنها إعطاء صورة واضحة للشخص المستخدم.

- إضافة صديق **Add Friend**: يستطيع مستخدمو موقع فيسبوك إضافة أي صديق لكن ضرورة موافقة المستخدم الآخر الذي قمت بإضافته إلى قائمة الأصدقاء أو البحث عن أي فرد موجود في موقع فيس بوك بواسطة اسمه أو بريده الإلكتروني، كما يمكنك إلغاء طلبات الصداقة ورفضها.

- إنشاء مجموعات **Groups**: ويتم عبرها التعريف بالأفكار الجديدة والدعوة إليها وطرح القضايا والأحداث للمناقشة، وتزداد أهمية المجموعة بزيادة عدد أعضائها، ومشاركتهم وإيمانهم بالأفكار والمبادئ التي تدعو لها المجموعة، وتنتشر الأفكار والآراء عن طريق الحائط **Wall** أو إثارة موضوعات النقاش أو إرسال رسائل لكل أعضاء المجموعة.

- (ملصقات الحائط) أو لوحة الحائط **Wall**: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، إذ تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة، ويعرض فيها مشاركات الأصدقاء وإسهاماتهم التي تعكس مشاعرهم وآراءهم وأفكارهم التي يريد الأصدقاء التفاعل معها والتعليق عليها.

- **النكرة Pokes:** وهي السمة التي يتاح للمستخدمين عبرها إرسال "نكرة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- **الصور photos:** وتتيح للمستخدمين تحميل الألبومات والصور المحفوظة في الأجهزة (أجهزة كمبيوتر أو أجهزة هاتف محمول) والتي يدخلون عن طريقها لموقع فيس بوك بحيث يقومون بتحميل تلك الصور ونشرها في موقع فيسبوك.

- **سمة التغذية الإخبارية News Feed:** وتظهر على الصفحة الرئيسة لجميع المستخدمين إذ تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

- **سمة الاحداث والمناسبات Event:** تتيح هذه السمة للمستخدمين إمكانية الإعلان عن الأحداث التي تجري وإخبار الأصدقاء عن هذه الأحداث، ولإنشاء حدث أو مناسبة جديدة يتم الضغط على القائمة الجانبية في الصفحة الرئيسية على الرابط Event ومن ثم الضغط على أيقونة إنشاء حدث Event an Great من الصفحات المناسبة.

- **الرددشة وإرسال الرسائل messages:** وهي السمة التي يستطيع المستخدمون بموجبها الاطلاع على الرسائل الواردة وإرسال الرسائل الجديدة، فضلا عن رؤية التحديثات المرسله من الصفحات والمجموعات المشترك فيها ومشاهدة الرسائل التي قمت بإرسالها.

- **سمة الإعلان Maret Place:** وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن أي منتج مجانا، فضلا عن البحث عن أي منتج ترغب بشرائه.

- **الإشعارات Notification:** تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال دائم مع آخر التحديثات التي تحدث للموضوعات التي أبديت إعجابك بها أو قمت بالتعليق عليها (فاضل راضي، التميمي، 2017، ص ص 195-204).

المطلب الثالث: الثراء والحضور الاجتماعي لموقع الفيسبوك

رغم أنّ نظرية ثراء الوسيلة وجدت قبل الانتشار والتطور الكبير الذي عرفته وسائل الإعلام، إلا أنّ الباحثين حاولوا تكيف معايير الثراء على الوسائط الاتصالية الجديدة التي أضفت تغييرات جذرية على العملية الاتصالية من خلال الخصائص والسمات التي تتمتع بها على غرار التفاعلية، سرعة رجوع الصدى، تعدّد وتنوع الوسائط والرموز والتخلص من حدود الزمان والمكان، ولهذا حاول الباحثون تكيف معايير الثراء مع خصوصيات هذه الوسائط وإضافة بعض المعايير الأخرى تماشياً مع خصوصيات هذه الوسائط، ويمكن توضيح معايير ثراء الوسيلة بالإسقاط على الوسائط الاتصالية الجديدة وعلى رأسها موقع الفيسبوك باعتباره أبرز وأهم الوسائط الاتصالية وأكثرها ثراء من خلال العناصر الأربعة التالية:

- **إتاحة رجوع الصدى المباشر:** إذ يتمتع الفيسبوك بالتفاعلية، حيث يستطيع المستخدم أن يتفاعل مع الموضوعات التي تطرحها صفحات الفيسبوك من حيث الرد والإضافة والمناقشة، كما أنّها تتيح خاصية الإعجاب والتعليق والمشاركة.

- **تعدّد الرموز:** ويعني قدرة صفحات الفيسبوك على نقل إشارات ورموز عديدة باستخدام تقنيات حديثة مثل الرقمنة والوسائط المتعددة، حيث تستطيع هذه الصفحات أن تنقل إشارات ورموز عديدة باستخدام الوسائط المتعددة والرموز متمثلة في الفيديو والصورة والصوت والنصوص الثابتة والمتحركة والأنفوجرافيك

- **التركيز الشخصي للوسيلة:** ويتمثل التركيز الشخصي في تفاعل المستخدمين من خلال الإعجابات أو التعليقات أو المشاركات لمنشورات صفحات موقع الفيسبوك.

- **استخدام اللغة الطبيعية:** ويمكن أن تتحقق اللغة الطبيعية من خلال تعليقات المستخدمين على منشورات

صفحات التواصل الاجتماعي (الجنابي، حردان، 2021، ص 137).

كما اهتم الباحثون والمنظرون في مجال نظرية الثراء الإعلامي بطرح مفهوم الحضور الاجتماعي والذي يعني لديهم حدود قدرة الوسيلة الإعلامية في دعم الحضور الاجتماعي لمستخدميها خلال عملية تبادل المعلومات والرؤى والمشاعر، وهذا ما يتميز به موقع الفيسبوك ، فكلما أتاحَت الوسيلة لمستخدميها فرصاً متزايدة للحضور الاجتماعي في العملية الاتصالية، زادت قدرة مستخدميها على تطوير إطار دلالي متوافق أو فهم مشترك وإجماع على أفكار ووجهات نظر بعينها (اللهبي، 2014، ص 43).

إن موقع الفيسبوك يُعتبر وسيطاً اتصالياً ثرياً لأنه يمتلك العناصر الأربعة السابقة الذكر ويمتلك مستوى أعلى من الحضور الاجتماعي، لأنه يمتاز بالتفاعلية الكبيرة، ولأنه أيضاً يساعد المستخدمين في إثبات وجودهم في العالم الافتراضي وإظهار قابليتهم في التبادلات الشخصية.

والفيسبوك يحتل مرتبة مهمة ضمن التدرج الهرمي لمعايير الثراء، فهو وسيلة غنية بالعديد من خيارات الوسائط لنشر النصوص والصور والصوت والفيديو والتعليق عليها ومشاركة الرموز التعبيرية والرسوم التوضيحية والرسومات، كما يعتبر وسيطاً تفاعلياً يتيح لمستخدميه رجوع صدى فوري (Keith, 2019, p29)

مما سبق عرضه نستخلص أن موقع الفيسبوك يُعد من الوسائط الاتصالية الثرية، لأنه واستناداً إلى نظرية الثراء يمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها، ومن ثم يستطيع موقع الفيسبوك التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها، كما أنه يتميز بسرعة رد الفعل وقدرته على نقل الإشارات المختلفة باستخدام التقنيات الحديثة، والتركيز الشخصي على الوسيلة واستخدام اللغة الطبيعية والمألوفة لدى مستخدمي موقع الفيسبوك، ومنه موقع الفيسبوك موقع ثري بامتياز لديه شعبية وحضور اجتماعي قوي.

خلاصة الفصل:

في ختام هذا الفصل، يمكننا القول بأن البحث في مجال الوسائط الاتصالية الجديدة ومفهومها شهد عدة تحولات وتطورات مستمرة، لأن البحث في مجال الوسائط الجديدة يختلف عن دراسات وبحوث وسائل الاعلام والاتصال التقليدية بسبب المتغيرات المرتبطة بخصائص ظواهر الاتصال الجديدة في حد ذاتها، لهذا تُعد الوسائط الاتصالية الجديدة مجالاً بحثياً واسعاً جديراً بالاهتمام لأنه دائم التطور وغير ثابت وصعب التحليل والدراسة نظراً لتعدد ظواهره ومكوناته التي لم يعد بالإمكان دراستها نظرياً ومنهجياً استناداً إلى الموروث النظري والمنهجي المستلّف من دراسة وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، فخصائص وسياقات وطبيعة هذه الأخيرة تختلف إلى حد كبير عن خصائص وسياقات وتركيبات الوسائط الاتصالية الجديدة، الأمر الذي يستوجب العمل على إجراء بحوث ودراسات جديدة تواكب هذا التطور التكنولوجي السريع الذي يتسم بالسرعة والانتشار والتجدد، لهذا فإن الوسائط الاتصالية الجديدة بحاجة إلى إيجاد الأطر النظرية الجديدة والمنهجية الفعلية لفهمها ولتحديد بناءها المفاهيمي والإبستمولوجي، وهذا لتكييفها وفق متطلبات المتلقي الجديد وسياقات البيئة الاتصالية الجديدة ككل.

الفصل الثالث

تمهيد:

إن التراث الحرفي أو الحرف التقليدية هي الذاكرة التي حفظت حضارات الشعوب، والصناعات الحرفية في المجتمعات تُعد من أبرز المورثات والفنون الشعبية في تاريخ الحضارة الإنسانية، فهي شاهد حي على الثراء الثقافي والتحضر والتقدم.

وفي الوقت الراهن الذي يعرف غزو تكنولوجيا مذهل وسريع ، واكتساح العولمة جميع المجالات تعالت أصوات تنادي بضرورة الحفاظ على التراث الحرفي والمساهمة في إعادة إحيائه وبعثه من جديد ، لأنه يعتبر أحد الأعمدة الأساسية للتنمية المستدامة للأمم، والحفاظ على هذا التراث وإبراز قيمته أصبح أكثر من ضرورة فالتراث الحرفي الذي لا يُستخدم ولا يُحافظُ عليه يندثر ويختفي ويزول، لهذا يجب الاعتراف به وحمايته وصونه، وعليه جاء هذا الفصل لتناول موضوع التراث الحرفي والتطرق إلى آليات وسبل حمايته والحفاظ عليه وتثمينه في ظل التحديات الراهنة.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للتراث الحرفي وأهميته

تناولنا في هذا المبحث ماهية التراث الحرفي عبر ثلاث مستويات لتوضيحه، فالمستوى الأول يبحث في المدخل المفاهيمي للتراث الحرفي، ويتطرق المستوى الثاني إلى السياق التاريخي لتطوره والمقاربات النظرية المفسرة له، أما المستوى الثالث فعرضنا فيه قيمة وأهمية التراث الحرفي.

المطلب الأول: مدخل مفاهيمي للتراث الحرفي

يعتبر التراث الحرفي مُكوّنًا أصيلاً للذاكرة الحضارية ورصيد مخزون للخبرات الحياتية والإمكانات الإنتاجية المتاحة داخل المجتمع، كما يُعد جزءاً هاماً من التراث الشعبي والثقافي للشعوب باعتباره همزة وصل حضارية تنقل من خلالها المعالم الثقافية والحضارية لهذه الشعوب (بن سعيد ، تركي ، 2019، ص 161)، على هذا الأساس في هذه الدراسة تم ربط الحرف والصناعات التقليدية بالتراث وسميناه بالتراث الحرفي، كون الحرف والصناعات التقليدية تمثل الجزء الأساسي للتراث، وكونها تنتمي إلى التراث المادي واللامادي، ولأن التراث الحرفي أيضاً في حد ذاته هو عبارة عن موروثات ثقافية تحمل تعابير وملامح تاريخية وتمثل هوية الشعوب وتراثها الإنساني بما تحمله في طياتها من جذور حضارية متراكمة نتيجة التفاعل بين الأمم والشعوب.

إن التراث الحرفي كمفهوم يرتبط بالعديد من المتغيرات والمعاني لأنه مفهوم ذو مدلول واسع ومرن، وقد اختلف المختصون بشأن معناه، وهذا ما يُصعب تحديد مفهومه وفهم مضمونه وإدراك ماهيته، لأن التراث الحرفي في حد ذاته هو مصطلح مركب من جزأين هما: التراث، الحرف، وكلا الجزئين يشكلان مجالا واسعا، لذلك سوف نقوم بتحديد مفهوم كل جزء على حدة حتى نتمكن من الضبط النهائي لهذا المفهوم، وأيضا للتعرف على تأثير كل جزء على الآخر، وعليه نبدأ أولاً بتحديد مفهوم التراث.

أ- مفهوم التراث:

يشكل التراث ثروة حضارية تمثل قيم وأفكار ومعتقدات وعادات وتقاليد الشعوب، ويُعد امتدادا للماضي في جزئياته وتفاصيله، مشكلا بذلك السمة المميزة لكل أمة من غيرها (أعراب، 2011، ص أ) وللتراث أهمية متزايدة في كل مجتمع، فهو يمنح الشعور بالانتماء والهوية، كما أن فهم الماضي يساعد في إدارة شؤون الحاضر والمستقبل، ولهذا يُنظر إلى التراث بشكل أساسي على أنه إبداع ونتاج عفوي أصيل، يحمل ملامح شعب ما، ويحفظ سماته، ويؤكد عراقتة، وهو صورة لروحهم العامة، وشعورهم المشترك. يعد التراث ركيزة أساسية من ركائز الهوية الثقافية للشعوب والمجتمعات، ومصدر ذاتيتها وإلهامها، ويعزز حضورها في الساحة الثقافية العالمية، وليس التراث الثقافي معالم وآثار فحسب، بل هو كل ما يؤثر عن أمة ما من تعبير غير مادي، من فلكلور، وأغاني، وموسيقى، وحكايات، ومعارف تقليدية، إذ كلها تعبر عن روحها، وثقافتها، وتتوارثها من جيل إلى آخر (أبو تاية، النعيمات، 1998، ص 05).

وفي عام 1996 عرفت منظمة الإيكومس ICOMS التراث على أنه: "مفهوم واسع يشمل البيئة الطبيعية (المواقع الطبيعية) والبيئة الثقافية (المواقع الأثرية) وكل الممارسات الثقافية القديمة والمستمرة والتجارب المعرفية الحية، ووضعت تصنيفات للتراث كالتراث الاجتماعي والتراث الديني والتراث الثقافي وغيرها.

وحسب الباحث FranÇois Moinet مفهوم التراث لا يجب حصره في تعريف ضيق كمجموعة من المنشآت القديمة المتوارثة بين الأجيال، بل يحمل معنى أكبر من ذلك، فهو مجموعة من العناصر المادية (المآثر والمنشآت التاريخية، المشاهد الطبيعية، منتوجات الصناعة التقليدية والغذائية)، وغير المادية كذلك كالمعارف، والمهارات، اللهجات المحلية، الموسيقى، الحفلات، التقاليد الشاهدة على العلاقة الخاصة لجماعة بشرية معينة مع مجالها الذي تنتمي إليه عبر التاريخ" (بلمير خديجة، 2017، ص ص 25-26).

كانت هذه أهم المفاهيم المتعلقة بالتراث بصفة عامة بعدها ننتقل إلى تحديد مفهوم التراث الثقافي لأنه يشكل أهم عنصر في التراث وأحد فروع المهمة، ولأن التراث الثقافي هو الأساس والقاعدة المشكلة للتراث الحرفي، وعليه لا بد أن نحدد مفهوم التراث الثقافي حتى نصل لمفهوم التراث الحرفي.

ب- مفهوم الحرف:

يُعد تعريف الحرف إشكالية كبيرة لأن كلمة "حرفة" دائما تتغير، لأن التركيز كان خلال السنوات السابقة حول دور الصناعة اليدوية والوظيفة التكنولوجية للحرف، كما كان التقارب بين الحرف والفن، فمن وجهة نظر عملية يُنظر إلى الحرف اليدوية على أنها: تشير إلى مشاركة الشكل والمادة والتقنية والتعبير الجمالي، ولكنها أيضا لها دلالة أعمق لعملية صنع شمولية تؤكد دور الصانع (Pollanen , 2009 , p 251).

وأول مرة تم استعمال كلمة الحرفة "Craft" كان في القرن السادس عشر، حيث استعملت هذه الكلمة كمرادف للقوة والطاقة، وقد كانت تعني في الوقت ذاته المهارة، فكان يُقصد بها في ذلك الوقت الفن الاستعراضي أو السحر، وكانت تعني أنها مهارة خاصة ومعرفة وفن يدوي، ولم يكن معنى الحرف هي العمل اليدوي، وبعدها ظهر أول تعريف للحرفة في عام 1533، حيث ورد هذا التعريف في قاموس أكسفورد وقدم معنى للحرفة Craft وبأنها تتحول إلى مهارة، وهي تعني الطاقة الكامنة وراء اكتساب المهارة، كما أنها القدرة على التصميم والتخطيط، ومعنى آخر بأنها التعلم المتقن، وبعدها بدأ التداول لمصطلح الحرفي Craftman بأنه هو الإنسان الذي يعمل بالحرفة ويكتسب مهارات تؤهله للتفوق والاستمرار، ليأتي بعدها تعريف للحرفي عام 1876 يفسر بأن الحرفي هو الإنسان الذي يترجم عمليا فكر الفنان، وبعد هذه التطورات أصبح مصطلح الحرف متداولاً ومنتشراً، وبدأت الدراسات والبحوث تتناول الحرف وكل ما يتعلق بها كنشاط إنساني، حيث وضعت هذه الدراسات تعريفات للحرفة، وتم تعريفها لغويا واصطلاحا، ووفق هذا سنحدد مفهوم الحرفة، وبعض المفاهيم المرتبطة بها (الجوازنة عوالي صابر، 2012، ص 05).

لعل أول ما يستوقف أي باحث في مجال الحرف والصناعات التقليدية هو قضية التسمية والتعريف، إذ أنه في كثير من الأحيان يُمزج بين مفاهيم الصناعة اليدوية والحرفية، فالاختلاف يكمن في الأصناف المختلفة لهذه الحرف وطبيعة المنطقة الممارسة عليها.

تعود أول محاولة لتقسيم الحرف والصناعات التقليدية من قبل منظمة العمل الدولية إلى عام 1968، حيث قسمت الصناعات اليدوية إلى ثلاث مجموعات وهي: الحرف التقليدية للقرى، الصناعات التقليدية الفنية، الصناعات اليدوية والخدمات الموجودة في المنطق الريفية.

وفي سنة 1969 أوجد Cnuced تعريفا للصناعات التقليدية والحرفية، والمتمثل في كونه تعبير يطلق على المنتجات والوحدات المنتجة بمساعدة الأدوات والوسائل البسيطة وكل المعدات المستعملة من طرف الحرفي، والتي تحتوي في جزئها الأكبر على عمل اليد أو مساعدة الرجل (الأحمري بنت سعد، 2021، ص 10).

أما في الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية (1986) فتضم الحرف كل أنواع الأنشطة التي تستخدم الوسائل اليدوية في الإنتاج وتطوير هيئة الماديات، وكل الأشكال الاجتماعية التي تندرج ضمن الإطار التصوري لهذا المفهوم (رقاني، 2013، ص ص 30-33).

كما عرفت اليونسكو والمركز العالمي للتجارة (1997) في ندوة الحرف والسوق العالمي الحرف بأنها: "المنتجات المصنوعة من طرف الحرفيين إما حصرا باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو باستخدام مواد أولية مأخوذة من الطبيعة، وتستمد طبيعتها الخاصة من سماتها المتميزة والتي تكون منفعية، جمالية، خدماتية، إبداعية، تعكس وجهة عقائدية أو اجتماعية، وهذا ما يجعلها تلعب دورا اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا (رقاني، بوكميش،

2018، ص 169).

وعرفها القحطاني على أنها: "أيضا تلك الصناعات التي يقوم بمزاولتها الحرفي معتمدا في عمله على مهاراته الفردية الذهنية واليدوية التي اكتسبها من تطور ممارسته للعمل الحرفي وذلك باستخدام الخامات الأولية المتوفرة

في البيئة الطبيعية المحلية أو الخامات الأولية المستوردة، بحيث يتم التعامل معها في الإنتاج بصورة يدوية أو باستخدام بعض الأدوات البسيطة" (معوض، تمام، 2016، ص 228).

الحرف والمفاهيم المرتبطة بها

يتداخل مفهوم الحرفة مع العديد من المفاهيم، والتي تعبر عنها بشكل أو بآخر، وسنحاول سرد بعض المفاهيم المرتبطة المتداخلة قصد توضيح اللبس بينهما كلما أمكن ذلك على النحو التالي:

1- الصناعة: وفيما يتعلق بالاختلاف القائم بين الصناعة والحرفة، فقد ميز بعضهم بين الصناعة والحرفة، حيث جعل مفهوم الصناعة أضيق، وحصره فيما هو مكتسب بالممارسة والتمرن، ومن ثم فالحرفة أشمل والصناعة عند هؤلاء هي كل عمل يقتضي استعمال الأيدي " الأعمال اليدوية".

فالحرفة في اللغة: اسم من الاحتراف وهو الاكتساب، ويقال: هو يحرف لعياله ويحترف، بمعنى يكتسب من هنا وهناك، وقيل: الحرفة هي الصناعة، والمحترف هو الصانع.

الحرفة في الاصطلاح: الطعمة والصناعة التي يرتزق منها، وهي جهة الكسب، وكل ما اشتغل به الإنسان فإنه يسمى عند العرب صنعة وحرفة.

أما الصناعة في اللغة: هي حرفة الصانع، وعمله الصنعة، ورجل صنيع اليدين، وصنع اليدين، أي صانع حاذق بعمل اليدين، وامرأة صناع اليدين، أي حاذقة ماهرة بعمل اليدين، وامرأتان صناعتان ونسوة صنع والصناع (جمع صانع) وهم الذين يصنعون أو يعملون بأيديهم.

الصناعة بالمعنى الاصطلاحي: عبارة عن عمل يدوي يجريه الصانع في صنعته، ويكون مما يغير في ذات المصنوع مثل الحدادة والصياغة، وفي هذه وأمثالها يسمى المصنوع باسم غير اسم مادته، وعماد الصانع على يديه، يستعملها في صنع الأشياء، ويعتمد على ذكائه في تحويل الأشياء إلى أشياء أخرى، وهي محور الإنتاج في الحياة الاقتصادية.

يبدو أن مفهوم الحرفة أعم وأشمل من مفهوم الصناعة، حيث يدخل في نطاق الحرفة، كل عمل يقوم به الإنسان، فالحرفة هي الطعمة والصناعة التي يرتزق منها وهي جهة الكسب، والاحتراف هو الاكتساب أيا كان، وبهذا تكون الحرفة عبارة عن كل وجه يتقلب فيه الإنسان وينصرف للكسب، وتشمل التجارة، والزراعة، والسمسرة، والخياطة، والصياغة، والحدادة الخ، ومن هنا يمكن النظر للحرفة كصناعة تقليدية تعتمد على مهارات الحرفي بتقنيات تتميز ببساطتها غالبا، لأن الحرفة كمفهوم تدل على الصناعة التي تستخدم المهارات اليدوية في إنتاج سلع حرفية ولا تخضع لمقاييس مقننة، وهي تتعامل مع البيئة بشكل مباشر في أغلب الأحيان.

2- المهنة: ترتبط المهنة في العديد من الكتابات سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية بالحرفة فكان لابد من إعطاء هذه النقطة شيئا من التوضيح، وذلك بالتركيز على التعاريف التي تدرج المهنة كحرفة والعكس.

كما تعرف المهنة على أنها " مجموعة الأنشطة التي تستهدف توفير الحاجيات وهي متعلقة بإنتاج سلع من صنع الإنسان والصناعات الحرفية."

وباعتبار المهنة عملا يحتاج إلى أفراد ذوي خبرة ومهارة لتلبية الاحتياجات الخاصة والعامة كما تم الإشارة لها في التعاريف السابقة وهذا بدوره ينطبق على الحرفة، فالحرفي يمتلك مهارات وخبرات وقدرات في التعامل مع المادة الأولية لإفادة المجتمع وتلبية متطلباته، كما أن الحرفة لم تعد مقتصرة على الخبرات المتوارثة فقط بل أصبحت تدخل حيز التكوين ويكتسب الحرفي خبرات وممارسة واقعية (رقاني، 2013، ص 24).

في ضوء ما سبق لاحظنا وجود عدة تعابير ومصطلحات كثيرا ما ترد وتستخدم للتعبير على مصطلح الحرف، من بينها الحرف التقليدية أو الشعبية، الصناعات اليدوية، أو الصناعات الحرفية، أو الحرف اليدوية، وكلها دلالات تستخدم للدلالة على هذا المصطلح، أما في الجزائر فيستعمل مصطلح الحرف والصناعات التقليدية للدلالة على هذا المصطلح، لهذا فضلنا استخدام مصطلح الحرف والصناعات التقليدية في هذه الدراسة وبالأخص في الجانب التطبيقي لكون الدراسة التحليلية تدرس وتركز على السياق الجزائري، وكذا تماشيا مع إشكالية الدراسة وأهدافها.

المطلب الثاني: المقاربات المفسرة للنشاط الحرفي وتطوره

لما كانت الحرفة تمثل جزءا هاما من تراث الشعوب، فإن العناية بها كموضوع للبحث قد زاد من مكانتها في المجتمع وأصبحت تمثل بعدا هاما لدى المجتمعات للتعبير عن هويتها من جهة ولرسم الخطط التنموية من جهة أخرى، لذا ارتأينا من خلال هذا المطلب أن نعرض المقاربات المفسرة للنشاط الحرفي وتطوره من خلال ثلاث مقاربات نستعرض في كل مقارنة تطورها والدور الذي أدته سابقا وفي الوقت الحالي.

أولا: المقاربة التاريخية

إن المتأمل للنشاطات الحرفية الموجودة اليوم يستطيع من الوهلة الأولى أن يستنتج أن هذه النشاطات ضاربة في أعماق تاريخ وحضارات الشعوب، لأن الحرف والصناعات التقليدية لها تاريخ عريق وطويل كونها وُجدت مع وجود الإنسان، لهذا تطرقنا للمقاربة التاريخية من أجل التفصيل في مراحل تطور هذا النشاط والتعرف عليه، وقد مر تطور الحرف وفقى المراحل التالية:

أ- مرحلة البدايات الأولى، نشأة الحرف في المجتمعات البشرية البدائية: حيث نشأت الحرف حين بدأ الإنسان يعي ضرورة توفير حاجاته بصنع أدواته وما يلزمه من غذاء ولبس ومسكن، وكان في الأول يجمع الثمار ويأكلها بدافع غريزة الجوع شأنه شأن الحيوانات، وتطورت حاجاته بعد ذلك فأصبح يصيد السمك والحيوانات ويجهز بعض الثمار لغذائه ويصنع بيده أدوات من حجر تزيد في قدرته على كسب عيشه وحماية نفسه من الطبيعة، وهنا بدأ بصنع أدوات حجرية، لكي تساعد في نشاطاته اليومية، ومع اكتشاف الزراعة وما تحتاجه من وسائل توسعت أساليب العمل الحرفي وتنوعت الأدوات وتحرر الإنسان البدائي من سيطرة الطبيعة وابتكر بذلك ما يتناسب مع هذا النمط المعيشي الجديد من أدوات تمكنه من إشباع حاجاته المختلفة، فأوجد الفأس والمنجل وعرف صناعات يدوية من أجل الأكل كالأواني الفخارية والأثاث، ومع اكتشاف الإنسان للنار، استخدمها في توفير الدفء والدفاع عن النفس من الحيوانات المفترسة، وراح يصنع الأدوات المختلفة

منها، واستعملها في فلاحة الأرض وبناء السكن وتوظيف نتاج الحيوانات من صوف وجلد وعظم لستر جسده بصنع لباس يقيه البرد والحر، فأنشأ حرفة الغزل والنسيج والحياكة والحدادة وصنع الفخار والأدوات المنزلية، وتعددت الأعمال والمهن وازدادت تخصصاً، وأصبح الأفراد يعملون فيما يناسبهم لتوفير الخدمات التي يحتاجونها في حياتهم ومعاشهم، وهكذا بدأت الحركة التبادلية للمنافع والخدمات بين الأفراد ، أدت إلى ظهور الكثير من الحرف والمهن وتوسع بذلك انتشارها أكثر.

ب- مرحلة النشاط الحرفي في العصور القديمة والوسطى: من الصعب تحديد الزمن الذي بدأت فيه المهن والحرف كشيء يسمى حرفة أو مهنة بالمعنى الذي نعرفه حالياً، ولكن يمكن القول إن أول وجود الإنسان اقتضى وجود حاجات له، وذلك كان بصورة بدائية بحسب الحاجات الإنسانية والبشرية، فلهذا بدأ الإنسان بالعمل من أجل توفير هذه الحاجات، وهنا قام العمل بتحرير الإنسان من الحالة الحيوانية التي كان يعيشها في المجتمعات البدائية، حيث أصبح كيف الطبيعة لخدمة غاياته وأهدافه، فبعدما كان الإنسان يمسك القضبان والحجارة ويستخدمها كأسلحة دفاعية أو هجومية، بدأ يستعملها بالتدرج للصيد أو لاقتلاع الجذور الصالحة للأكل، فقد تعلم بتفكيره وملاحظته كيف ينحتها ويشحذها لتصبح جاهزة لاستعماله اليومية، **(لكحل ، 2016، ص 50)** وهنا تعلم الإنسان توفير ما يحتاجه وما يتطلبه قوام العيش من حرف ومهن، ولم يكن ذلك اختراعاً فجائياً، وإنما كان ذلك نتاجاً طبيعياً لتطور الحاجات البشرية، ثم كان كلما اجتمع الإنسان مع غيره تطورت حاجاته وكثرت، وكلما كثرت التجمعات البشرية احتاجت إلى خدمات متنوعة، وبهذا تطورت الخدمات والمهارات والمهن مع اختلاط البشر وهجراتهم، سواء مهارات العمل والإنتاج أو الآلات التي يحتاجها الناس، بعد هذا بدأ الإنسان يتطور في صنع الأدوات الضرورية في حياته اليومية إلى أن تطور إلى صنع أشياء ومنتجات يدوية تُوجه للسوق والبيع. ومن هنا برزت الحرف والمهن كعامل مهم لتسهيل الحياة ومتطلباتها.

ومنذ القرن الثاني عشر إلى حوالي القرن التاسع عشر ظهر ما يُعرف بالمجتمع الإقطاعي، وكانت الحرف هي الصناعة التي تحتاج إلى مهارة يدوية خاصة ورؤوس أموال ليست بالقليلة، حيث كانت تمارس في البلاد والمدن بأيدي صناع مدربين بطريقة تقليدية، وكانت التعاملات المالية بين الفلاحين وملاك الأراضي تتمثل في تسديد الربح في شكل سلع حرفية، ثم بعدها انطلق تصريف هذه المنتجات في أقرب المعارض التي كانت تقام أيام العطل تحت أسوار القصور والأديرة الكبيرة، ثم إلى الأسواق المتسعة نسبياً والقريبة من المدن، وهكذا أصبح يلتقي الحرفيون والتجار بسبب تشابك مصالحهم وتشابكها تكتلوا في تنظيم خاص بهم عُرف بنظام الطوائف الحرفية (المراجع نفسه، ص 50) وقد شكل نظام الطوائف الحرفية تنظيمًا اجتماعيًا واقتصاديًا وسياسيًا مهماً للحرفيين خلال العصور الوسطى، حيث ساد التنظيم الحرفي المدن بزيادة الطلب على خدمات الحرفيين وتطوير البناء التنظيمي للحرف ضمن طوائف متنوعة باختلاف الحرف، وسوف نقوم بتحليل هذا النظام من خلال تعريف الطوائف الحرفية، النقابات الحرفية، وإن انتشار الجمعيات والتعاونيات الحرفية والتي تحوي مجموعات حرفية متنوعة ساهمت في توفير الحماية لأعضائها، مما أدى إلى ظهور ما عرف فيما بعد بالنقابات الطائفية، التي كانت قائمة بشكل واسع ومتعدد الجوانب خلال (العصور الوسطى)، وخلال القرن العاشر توسعت دائرة التكتلات الحرفية في فرنسا وإنجلترا (رقاني، 2013، ص 49)، وبعد نهاية نظام الطوائف الحرفية ظهر النظام المنزلي الذي نما بين منتصف القرن الخامس عشر ومنتصف القرن الثامن عشر وقبل بداية نظام المصنع الذي ربط لأول مرة بين العمال وبين التجار أصحاب رؤوس الأموال، ومن أجل أن يُشرف صاحب العمل على عمله ويكون قريباً من الإنتاج والمنتجين استأجر قاعات في بلدته، وعمل على جمع عدد من الحرفيين تحت سقف واحد قصد استغلال المواد والوسائل والعمال أحسن استغلال، وبهذا ظهرت المصانع في شكلها الأول la manufacture ؛ حيث تشكلت المصانع بطريقتين إما بجمع حرفيين

ينتمون إلى حرفة واحدة يقومون بجزء معين من مراحل الإنتاج أو جمع حرفيين ذوي حرف مختلفة يسهم كل منها في تحقيق منتج، وهكذا فقد كانت هذه المراحل تمهد لقيام المنشآت والمصانع الكبرى الحديثة.

أما في البلاد العربية فقد ازدهرت الحرف والصناعات التقليدية فيها في القرن السادس الهجري، فقد كان العرب يحبون تعلم حرفتهم ويكرهون التقصير فيها حتى وإن احترفها بعضهم كراهية للبطالة، أو ضاق حاله بعد يسر وعلو منزلة وفقدان رئاسة أو ملك، كما كان بعض الشعراء وأهل العلم يحبون أن يأكلوا من أيديهم، حتى المتصوفين كانوا يبقون على القيام بحرفهم رمزا للزهد والتعبد، وقد ساعد تحضر الدولة العربية وتوسع احتياجاتها على قيام الصناعات الجديدة في البلاد العربية كالصناعات الحربية ومواد المعمار وأدواته، إضافة إلى ما احتاجه الترف الذي دب في حياة العرب فتطورت بعض حرف أدوات الزينة والزخرفة. (لكحل، 2016، ص 51)، رغم هذا فقد كانت البلاد غير العربية أكثر ازدهارا في الصناعات والحرف كونها كانت تمثل القوى العظمى والرئيسية في التاريخ القديم، ولها العديد من المدن وال عمران ما يجعلها تحتاج إلى كثير من الصناعات والحرف، وهذا ما ذكره ابن خلدون عند كلامه على الحرف والصناعات، حيث قال عنهم إنهم: "أقوم الناس عليها أو على الحرف والصناعات لأنهم أعرق في العمران الحضري وأبعد عن البدو وعمرانه"، فابن خلدون هنا يؤكد أن الصناعات والحرف كثرت عند الأمم ما عدا العرب، وذلك لقلة التمدن عند العرب، ويظهر من هذا أن دواعي وجود المهن والحرف وكثرتها هو ما يكون من العمران والمدن التي تستدعي بطبيعة الحال ما يسهل العيش فيها، بمعنى أنهم لم يكونوا فقط يتشغلون في السلع الضرورية والمستهلكة محليا بل يهتمون أيضا بإنتاج السلع الاقتصادية والتجارية، مما ينبئ عن حسهم التجاري والاقتصادي الذي يساعدهم في تحسين ظروف العيش ويجعلهم في صدارة الأمم، إضافة لذلك العرب القدامى كانوا يحتقرون الحرف والصناعات، لأنهم يميلون إلى عدم الاستقرار، والتنقل وراء المراعي، ولذلك لم يعرف عنهم أنهم اشتغلوا بالحرف أو الصناعات التي تتطلب استقرارا واستمرارا، وقد اقتصر عملهم فيها على مصنوعات بسيطة يصنعها العربي لنفسه، ومن هنا فإن

حياة العرب القديمة كانت تعتمد بصورة أساسية على الزراعة والرعي الذي كان المورد الاقتصادي الأساسي، ولذلك تجد أدبيات كثيرة من الثقافة العربية في الإسلام تستهجن مهن الصناعة والتعدين وتعدهما من خسيس المهن، وهي مهن لا يشتغل فيها العربي إلا مضطراً، بل إنها متروكة للرقيق والموالي واليد العاملة المجلوبة من خارج الجزيرة العربية، وقد كان العرب يطلقون على أصحاب بعض المهن كالحدادة مثلاً (القين)، وهو مرادف للعبد المملوك مما يدل على احتقارهم المهن وعدم اكتراثهم بها، وكانت طبقة الحرفيين هي أدنى الطبقات في المجتمع.

ج - مرحلة النشاط الحرفي في العصر الحديث: بعد ظهور الثورة الصناعية في أوروبا والعالم مع نهاية القرن الثامن عشر تغيرت طريقة الإنتاج، حيث ظهرت آلات صناعية حديثة بفضل التطور التكنولوجي الكبير في الوسائل والآلات وظهور اختراعات كثيرة وظهور المصانع الحديثة، فتحوّلت المصانع اليدوية إلى مصانع أكثر حداثة بعدما أعلن جيمس وايت سنة 1769 في القرن الثامن عشر اختراعه الآلة البخارية لتعوض الأدوات الحرفية القديمة، حيث تم استخدامها لأول مرة في إنجلترا، لتنتشر بعد ذلك في بلجيكا ثم أغلب دول العالم بدرجات متفاوتة. وبهذا نمت العديد من الاختراعات خاصة في مجال النسيج سنة 1785 وحدث تراكم في رأس المال وعوضت بذلك العمل الحرفي لاقتصادها على عدة عمليات كان الحرفي يقوم بها بعد جهد، مما جعل الصناعات اليدوية تتحول إلى صناعات آلية، والتي لم تستطع الصمود في وجه الآلات الصناعية الكبرى.

لقد أحدثت الثورة الصناعية التي امتدت من القرن الثامن عشر حتى أوائل القرن التاسع عشر تغيرات كبيرة في الأساليب المتبعة في صناعة الأشياء، فقد قلبت هذه الثورة الحياة الاجتماعية والاقتصادية بل حتى السياسية وبدأت الصناعات اليدوية تتحول إلى صناعات آلية، ومن الاعتماد على الطاقة الإنسانية إلى الطاقة القائمة على الكهرباء، ولم تستطع بذلك الصناعة اليدوية الصمود في وجه الآلات الصناعية الكبرى (رقاني، 2013، ص ص 40 - 51) فقد أصبح باستطاعة من بحوزتهم الآلات صنع الأشياء بسرعة فائقة وتكلفة أقل مما يصنعه الأفراد يدوياً، وبهذا توسعت ظاهرة تقسيم العمل من خلال تجزئة العملية الإنتاجية إلى أجزاء

بسيطة مترابطة فيما بينها والتي أثرت على العمل والنمط الإنتاجي، فبعد أن كان الحرفي يقوم بكامل العملية الإنتاجية أصبح يقوم بجزء بسيط منها فقط يركز على درجة التخصص في العمل، كما غيرت من العلاقات الاجتماعية بين الحرفي والتاجر والمستهلكين، وقلل الإنتاج الصناعي للسلع الجاهزة فرص الإقبال على منتجات الحرف اليدوية وأصبحت الأعمال اليدوية هوايات أكثر منها ممارسات ضرورية.

لكن بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية (1939 - 1945) ومع نهاية القرن العشرين تضاعف اهتمام كثير من الناس بالصناعة الجاهزة، ولكنها كانت تسبب تضايقا من طرف المستهلكين وهذا بسبب التشابه النمطي للسلع، فقد سئمو التكرار وغياب التصميم الفنية للصنائع الجاهزة، في مقابل هذا الاتجاه سنحت الفرصة لكثير من حرفي الصناعات اليدوية لإنشاء سوق متسعة لترويج منتجاتهم، وبهذا انبثق الاهتمام مرة أخرى بالحرف اليدوية (لكحل فاطمة الزهراء، 2016).

على ذكر ما سبق يمكن القول إن الثورة الصناعية أثرت على النشاط الحرفي، فبعد أن كان الحرفي يقوم بكامل العملية الإنتاجية أصبح يقوم بجزء بسيط فقط منها، ولكن بعد الحرب العالمية الثانية انبثق الاهتمام بالحرف اليدوية مرة أخرى، وبنهاية الخمسينيات من القرن العشرين تضاعف اهتمام كثير من الناس بالصناعة الجاهزة نظرا للتشابه النمطي للسلع، وبهذا سمحت الفرصة للكثير من الحرفيين اليدويين في إيجاد سوق متسعة لتسويق منتجاتهم (رقاني الزهرة، 2013).

أما في الوقت الراهن فتعيش المنتجات الحرفية تهميشا ومنافسة كبيرة أمام المنتجات الجاهزة، ولهذا وجدنا العديد من الدول عملت على إخراج صناعاتها التقليدية أو الأصلية من دائرة التهميش وإعادة إدماجها تدريجيا في برامج التنمية الثقافية والاقتصادية والاجتماعية، واستطاعت أن تحقق بعض المكاسب بدرجات متفاوتة من بلد لآخر، وهناك أخرى كادت أن تفرط في رصيدها وتراثها من الصناعات التقليدية وتحكم عليه بالاندثار أو الفناء التام وبقاء بعضها معزولا عن الوظيفة الحقيقية التي يمكن أن تكون له (لكحل، 2016).

ثانيا: المقاربة الأنثروبولوجية

يبرز البعد الأنثروبولوجي للحرف والصناعات التقليدية في اختلاف فنون الإنتاج وأدواته من عائلة إلى أخرى ومن منطقة إلى أخرى، ولا يجب أن نفرض أن جل العمل الحرفي هو مجرد حب وانسجام بل هو دائما وحدة متميزة ومتنافسة تسمح بتأكيد الذات ومختلف الأهواء التمليلية إلا أن هذه الأهواء يكتسيها التعاطف طابعا اجتماعيا خاضعا لنظام الروح العامة ويصبح الفرد طموحا، وينتج عن هذه الوحدة تنظيم اجتماعي حرفي على النمط التالي:

- التناسق التام والتنظيم الكلي للحرفة في الوسط الاجتماعي الريفي باعتباره نظاما من الجماعات المتشابهة التي تشترك في أغلب النشاطات الحرفية الخاصة بتلك المنطقة.
- الحرفيون والحرفيات يشتركون في الخدمات المقدمة على أساس عمل مشترك في نوع معين من الحرفة، وهنا تتكون بين الأعضاء علاقة وثيقة ومتينة وصادقة، لأنهم يرتبطون بعمل ونشاط واحد.
- كما نجد التفاعلية الكبيرة بين الحرفيين والحرفيات، وهذا ما يؤدي إلى التكامل والترابط المعنوي وخلق الروح المعنوية الطيبة في ظل ممارسة أي حرفة مشتركة.
- حرفة تقليدية تورث من جيل إلى جيل دون أي إضافات جديدة، وهذا يؤدي إلى ربط الأجيال مع بعضها (قدور، 2012، ص 36).

إن المقاربة الأنثروبولوجية للحرف، تركز دائما على الحرفي سواء كان ذكرا أو أنثى لأنه الأساس في النشاط الحرفي، فالحرفي في المنظور الأنثروبولوجي حسب ما جاء في معجم العلوم الإنسانية والعلوم السوسيو إنثروبولوجية، دائما ينظر إليه من حيث مدى مشاركته في المجتمع ويتعلق الأمر بالمكانة الاجتماعية للحرفي، أيضا علاقته مع مستعمل صناعاته أي المستهلك، وكذلك علاقته مع من يعلمهم حرفته، لهذا لا يجب أن نفرض أن جل العمل الحرفي هو مجرد حب وانسجام بل هي دائما وحدة متميزة ومتناسقة وتسمح بتأكيد

الذات وبمختلف الأهواء التمليلية إلا أن هذه الأهواء يكسيها التعاطف طابعا خاضعا لنظام الروح العامة ويصبح الفرد طموحا وينتج عن هذه الوحدة تنظيم اجتماعي حرفي على النمط التالي: التنظيم الكلي للحرفة في الوسط الاجتماعي الريفي نظام من الجماعات المتشابكة من جميع الأنواع الحرفية، وكما أن الحرفيين والحرفيات ذوو مكانة في العمل يشتركون في الخدمات على أساس عمل مشترك في نوع معين من الحرفة، وتكون العلاقة بين الأعضاء وثيقة صادقة بدرجة متباينة والمعبر عنها بأنهم يعملون ويتحدثون معا (المرجع نفسه، ص 35).

كما ظهرت عدة دراسات وأبحاث ووجهات نظر لباحثين في ميدان الأنثروبولوجيا والتي اهتمت كلها بدراسة ومتابعة النشاط الحرفي باعتباره نسقا مهما في المجتمعات، ومن بين هذه الدراسات نجد:

- الحرفة في نظر برنار زاركا Bernard Zarca : يتناول زاركا في دراسته لهذا الموضوع جانب هوية الحرفة وعلاقتها بالهوية الحرفية نفسها، لأنه يعتقد أن الحرفة تعبر عن نسق ثقافي مهم لأي مجتمع، ينتقل من جيل لآخر عن طريق التعلم ولديها منظومة من الحركات واللغة الخاصة بها، تصبح متجذرة في سلوكيات الأفراد أثناء العمل وتشكل إطار حدوده غير مرئية أثناء تكوينها للهوية، دون أن يكون هذا مرتبطا بالأجرة فقط، السلوك الجسماني للحرفي هو الأصل، هدفه اقتصادي، وهذا هو النموذج الحقيقي لصورة الحرفة، بمعنى أن الأفراد العاملين في الصناعة الحرفية التقليدية ما هم إلا جماعة مصلحة، لكن هذا لا يمنع أن هؤلاء الأفراد يعملون وفق وحدة متكاملة مبنية على التكامل والانسجام.

- الممارسات التجارية والتمثيلات في الصناعة التقليدية - لروني ماردلت René Mardellat : يطرح روني ماردلت إشكالية متعددة المتغيرات ذات الأبعاد المختلفة، فهو في تقديمه لموضوع البحث ينطلق من واقع مسلم به في فرنسا، ويتعلق الأمر بالثغرة الكبيرة التي يشغلها النشاط الحرفي في فرنسا، خاصة ما يتعلق بالتسيير التجاري، فأصل هذا المشكل مرتبط بمجموعة متعددة من الأسباب ذات علاقة بهذا النشاط وهويته وتاريخه وبتقييمه، لأن المشكل الأساسي هو التركيز على الصورة فقط والجانب التجاري لهذا النشاط وأهمت هويته

وتاريخه، ومن خلال هذا المدخل يتبين لنا التعدد في طرح الكثير من العوامل لهدف فهم النشاط الحرفي ودراسته كظاهرة اجتماعية، وهذا ما تبين لنا من خلال دراسة روني مارملت للصناعة التقليدية التي هدف من خلالها إلى محاولة فهم تحفظ الحرفيين لتبني طريقة أكثر نجاعة لسلوكهم الذي يركز على الجانب الاقتصادي والتجاري وإهمالهم للجانب الروحي والتكاملي الناتج عن التفاعلات الموجودة بين الحرفيين وتمثلاهم، لأنه حسب روني مارملت لها الجانب الثقافي لسلوكيات الحرفيين تجاه اندماجهم في الاقتصاد الرسمي، هو أساس نجاح واستمرار النشاط الحرفي (بن سعدون ، 2011، ص 26).

ثالثا: المقاربة السوسيولوجية

إن الحرف اليدوية كموضوع سوسيولوجي برزت لحاجة الأفراد في المجتمعات التقليدية إلى الحرف والصنائع والمهن بقدر حاجتها إلى الاجتماع والتي هي سبب بقائها، لهذا زاد الاهتمام بموضوع الحرف وتناوله في مجال سيسيولوجيا العمل، وسيسيولوجيا المهن لأهميتها في الحياة الاجتماعية والاقتصادية للأفراد. فالحرف في الجانب السوسيولوجي لها أهمية كبيرة، وذلك لأهميتها في حياة الأفراد والمجتمعات، فمن خلال الحرفة يُشبع الفرد حاجياته المادية وحتى المعنوية، وفي هذا الصدد وجدنا باحثين في المجال السوسيولوجي أولوا أهمية بالغة وكبيرة للحرف كونهم اعتبروها الرابط والعملية الاجتماعية والتي تتضمن الحرفي والحرفة، التي تمارس في السياق الاجتماعي المتكامل والمتناسق، وهذا ما يقوي الروابط الاجتماعية ويساهم في استمرارها.

كما يبرز الجانب السوسيولوجي للحرف عند الباحث ابن خلدون الذي أطلق مفهوم الصنائع كذلك على الحرف وخاصة في المجتمعات التقليدية والضرورية منها والتي تصبح ملكة لدى الصانع أو ينشغل بها حياته، حيث يصعب على الكثيرين تبني ملكة أخرى وهذا ما أكده في قوله: " العمران البدوي لا يحتاج من الصنائع إلا البسيط خاصة المستعمل في الضروريات من نجار، حداد، خياط، أو جزار وإلخ، ممن حصلت له ملكة في صناعة ما فإن قلما يجيد بعدها ملكة أخرى".

وقد أكد ابن خلدون على ضرورة التعليم في الصنائع، فبقدر كفاءة المعلم تكون براعة المتعلم في وجوب تعلم الصنائع، ويقول في هذا الشأن أن الصناعة ملكة في أمر عملي فكري، وبكونه عمليا هو جسماني محسوس، وعلى قدر جودة التعليم وملكة المعلم يكون مهارة وحذق المتعلم في الصناعة.

أما في التراث الأنجلوساكسوني فإن مفهوم الحرفة يقصد به المقدرة، المهارة والبراعة في أداء العمل ومن ثم يشتمل هذا المفهوم على مفهوم الفن نظرا لأن هذا الأخير يعتمد على الإحساس بالتعبير الذي يؤدي إلى تحقيق الجمال والإحساس بالبهجة والسرور.

أما الاتجاه الفرنسي وتحديدًا Jean Jacques Rousseau فإنه يعرف الحرف على أنها: "فن ميكانيكي حيث تعمل الأيدي أكثر من العقل"، كما تعتمد الحرف على الجهد العضلي أكثر من الفكري، فهي تحتاج وقتا أكثر واتقانا أكثر، وفي التراث الماركسي كذلك جاء فيه الكثير عن الحرف، حيث يشير مصطلح الحرف عند Karl Marx إلى صيغة من صيغ مسار العمل، وتتمتع هذه الصيغة بالوحدة بين مجموعة من الأدوات المعينة، حيث إن الحرفة انبثقت من تقسيم العمل الاجتماعي وساهمت في عرقلة وتكليسها لكنها جعلت الأفراد خاضعين إلى مهنة وحيدة (باشي، 2019، ص ص 95 - 100).

ويعد النشاط الحرفي من الجانب الاجتماعي الذي يعمل على خلق قيم اجتماعية لدى الأفراد، وأهمها الانتماء في أداء العمل الحرفي في نسق متكامل، وذلك في الحرف التي ورثتها عن الأجيال السابقة، حيث يبدأ الفرد في اكتساب القيم التي تلقاها منذ مراحل الطفولة وحتى ممارسته للحرف التي تمارس في داخل إطار الأسرة الواحدة، الأمر الذي يترتب عليه تكوين فئة منتجة والتي تعمل في النسق الواحد خاصة الحرفية منها أو التقليدية أو البيئية، ويمكن تدعيم هذا النسق الأسري المتكامل على مستوى الأقاليم المختلفة حيث تنتشر الحرف، لأن الحرف تعمل على محاربة أنماط السلوك الاجتماعي غير السوية، وبالتالي المساهمة في توفير فرص

عمل والإنقاص من البطالة والقضاء على ظواهر الانحراف والفساد الاجتماعي، فيتكون بذلك النسق الاجتماعي المتكامل في أداء الحرف على مستوى المجتمع كله (الحسين ، 2016، ص 15).

أيضا تظهر المقاربة الاجتماعية في النمط المثالي للحرفية عند عالم الاجتماع Charles Wright Mills فقد وضع تصورا نظريا كأداة تحليلية للحرف اليدوية، حيث أعطى أهمية كبرى لتفاصيل العمل اليومي للحرفي ولم يهتمها لأنها مرتبطة كلياً بإنتاج العمل، وهذا التصور النظري يلعب دورا مهما في مختلف عمليات إنجاز المنتج الحرفي إذا تكاملت فيما بينها لدى الحرفي الممارس للعمل اليدوي فإنها تحقق له الرضا إزاء ما أنجزه من عمل وتحقيق ذاته، وإن التصور الذي وضعه تشارليز رايت ميلز حول العامل الحرفي ما هو إلا انعكاس لأسلوب الممارسة الحرفية اليومية، نوعية الحياة الاجتماعية للحرفي، وأسلوب معيشته، حيث إن العمل الحرفي يتأتى من التراث الثقافي للحرفي، والمجتمع الذي يعيش فيه، كما يعتمد على المهارة والإبداع، ذلك لأنهما أهم عنصرين لجودة المنتج ، ونستخلص أن النموذج المثالي للنشاط الحرفي عند Charles Wright Mills هو انعكاس لأسلوب حياة الحرفي الذي يركز اهتمامه على تفاصيل العمل اليومي التي تعتبر مفتاح النجاح في جودة المنتج الحرفي (باشي، 2019، ص 38).

استخلاصا مما سبق لاحظنا تعدد المقاربات والنظريات واختلاف وجهات وتعددتها حول الحرف والصناعات التقليدية، ولعل السبب الأساسي في ذلك يعود لمدى أهميتها في حياة الإنسان سواء في الماضي أو الحاضر لأن لها ارتباطا كبيرا بثقافات الشعوب ودخولها جميع المجالات الحياتية، فضلا على هويتها الضاربة في حضارات الشعوب، وهذا لأن الحرف لها أبعاد اجتماعية واقتصادية وثقافية وتاريخية، لذلك عند دراستها لابد من دراستها في سياقها الأنثروبولوجي والثقافي وكذا التاريخي والاجتماعي حتى لا ننقص من قيمتها، ونسهم بذلك في المحافظة عليها وتثمينها (بن سعدون، 2011، ص ص 23-26).

المطلب الثالث: قيمة وأهمية التراث الحرفي

كثيرا ما يُعتقد أن الحرف والصناعات التقليدية هي نشاطات وصناعات ذات أهمية وقيمة اقتصادية فقط، باعتبارها سلعا لها مقابل مادي يحدد قيمتها، وهذا الاعتقاد غير صحيح، لأن الحرف والصناعات التقليدية لها أبعاد اجتماعية وثقافية وحضارية، وتاريخية، وفنية، إلخ من الأبعاد التي تحدد قيمتها الفعلية وأهميتها في عدة مجالات، وهذا ما أردنا توضيحه في هذا المطلب، ولكن أولا نحدد مفهوم القيمة بصفة عامة، ومفهومها في المفردات التراثية، وطبعا ينطبق المفهوم أيضا على قيمة الحرف لأنها بدورها تعتبر مفردات تراثية.

مفهوم القيمة:

القيمة في اللغة: كلمة القيمة المستخدمة في حياتنا المعاصرة تدل على اسم النوع من الفعل " قام "، بمعنى وقف واعتدل وانتصب وبلغ واستوى.

القيمة في الاصطلاح: تعرف بأنها الركيزة الأساسية في البناء الثقافي للمجتمعات المتحضرة، ولها مبادئ وأسس يلتزم بها الفرد، وتتكون هذه القيمة لديه من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، وعدم الالتزام بهذه القيم يعتبر مخالفة للضوابط المتعارف عليها في المجتمع، كما عرف أفلاطون القيم بأنها معايير ومصدر للالتزام الفني والجمالي والأخلاقي (محمد حسن إمام، 2021، ص ص 193-199).

أما القيمة والأهمية التي نجدها في الحرف والصناعات التقليدية فتتمثل في:

أولا- القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف:

- مساهمة الحرف والصناعات التقليدية في الإنتاج الوطني، بحيث تحقق جزءا هاما من القيمة المضافة التي تكون مرتفعة في هذا القطاع مقارنة بالقطاعات الأخرى، لاعتمادها على العمل اليدوي وعلى الموارد المحلية.

- تعد الحرف ركيزة حيوية للقطاع السياحي، وهنا تلعب الحرف والصناعات التقليدية دورا مهما في تدعيم وترقية القطاع السياحي، فالسائح يبحث دائما على أخذ منتج تذكاري يعكس ثقافة البلد المضيف له وما يلاحظ كذلك من خلال التطورات العالمية ظهور السياحة الجماعية، حيث لا يعود السائح إلى بلده بدون اقتناء المنتجات التقليدية التي تعتبر كواجهة للبلد أو المنطقة التي زارها.

- يعتمد الإنتاج في الحرف والصناعات التقليدية بشكل رئيسي على الأفراد، وغالبا فإن النسبة بين رأس المال والعمالة منخفضة مقارنة مع الصناعات غير اليدوية ونظرا لتدني النسبة بين رأس المال والعمالة فإن هذا المجال مصدر قوي من مصادر توفير فرص العمل كما برهنت الصناعات اليدوية على أنها مصدر حيوي للعمالات الأجنبية في عدد من الدول النامية، حيث يساهم مساهمة كبيرة من إجمالي العمالات التي تحصل عليها بعض الدول من تصدير المنتجات المصنعة في الدولة، ويحتسب ذلك ضمن عائدات السياحة للدولة (سوسن إبراهيم، رجب، 2015، ص ص 11-13).

- تمكننا الحرف والصناعات التقليدية من الاستفادة من الموارد الأولية المحلية، وعلى وجه الخصوص تلك المتوفرة في المناطق الريفية (بنت مرزوق، حروز عبد الغني، 2019، ص 65).

- المساهمة في رفع نسبة التشغيل، بحيث تتيح أنشطة الصناعة التقليدية والحرفية العديد من فرص العمل وتستقطب العمالة ممن لم يتلقوا التدريب والتكوين المناسبين، والتخفيف من حدة مشكلة البطالة التي تعاني منها معظم الدول، وذلك بتكلفة منخفضة نسبيا مقارنة بتكلفة خلق فرص العمل بالصناعات الحديثة، كما أنها تستخدم فنونا إنتاجية أكثر تكثيفا للعمل ومن هنا تتميز بارتفاع نسبة العمل إلى رأس المال، كما أنها لا تحتاج إلا إلى تدريب بسيط وسريع للعامل العادي.

- استخدام الموارد المحلية: تساعد الحرف في استغلال الموارد المحلية التي ما كانت لتستغل وتترك عاطلة، فمن المعروف أن طلب مؤسسات الصناعة التقليدية على رأس المال هو طلب محدود، ومن ثم فإن المدخرات القليلة لدى الأفراد والعائلات كافية لإقامة مشروع من هذه المشاريع المفيدة بدلا من ترك هذه الأموال عاطلة، كما تقوم باستغلال النفايات والفضلات الناتجة عن الاستهلاك النهائي للسلع فمثل هذه المسترجعات تكون كمادة أولية تفيد في عملية الإنتاج وتعتبر كإقتصاد في صرف الأموال لشرائها.

- إن أنشطة الحرف والصناعة التقليدية بما تتميز به من ندرة على التوطن والانتشار الجغرافي يمكن أن تلعب دورا كبيرا في التنمية الإقليمية وجعلها تتمتع بمرونة أكبر من غيرها في اختيار أماكن توطنها، فهي تتطلب القليل من البيئة الأساسية، وهي قادرة على تصريف منتجاتها في الأسواق الصغيرة، فضلا عن أنها قادرة على الاستفادة من المناطق التي تتركز فيها كميات محدودة من المواد الخام والمستلزمات الإنتاجية الأخرى.

- مساهمة الأنشطة الحرفية والصناعة التقليدية في تحقيق التنمية الإقليمية: تحقيق التوازن لعلمية التنمية، حيث تتسم الصناعات التقليدية والحرف في التوطن والتنقل بين مختلف المناطق والأقاليم، الأمر الذي يساهم في خلق مجتمعات إنتاجية جديدة في المناطق النائية والريفية وإعادة التوزيع السكاني، والحد من الهجرة إلى المدن الكبرى.

- المساهمة في زيادة الصادرات: من بين أهم المشاكل التي تعاني منها اقتصاديات الدول خاصة النامية مشكل العجز في الميزان التجاري أو اعتمادها على محدودية السلع المصدرة، أي الاعتماد على سلعة معينة كما هو الحال في الجزائر المرتبط بالحروقات، فهذا القطاع يمكنه توفير منتوجات تصديرية قادرة على المنافسة أو توفير سلع تحتل محل السلع المستوردة أي تصنيع بدائل الواردات.

- المساهمة في الادخار: تعتبر مؤسسات الصناعة التقليدية وحدات إنتاجية ومراكز استثمارية تعمل على تعبئة المدرات الخاصة بالأفراد لتشغيلها داخل الاقتصاد الوطني، لأن هذه المؤسسات تعد قناة إضافية لجذب

المدخرات للمساهمة في تمويل الاستثمار على مستوى الاقتصاد الوطني بما يؤدي إلى زيادة مساهمة الادخار الخاص في تمويل التنمية ويخفض من درجة الاعتماد على الإقراض سواء من الداخل أم من الخارج.

- تدعيم دور المشاركة الوطنية في تنمية الاقتصاد الوطني: تعد النشاطات الحرفية إحدى وسائل تدعيم المشاركة الوطنية في تنمية الاقتصاد الوطني، لأنها تعتمد على رؤوس الأموال الوطنية ومدخرات صغار المدخرين للاستثمار فيها، ومن ثم فإنها تعد من الوسائل التي ترفع من مستوى مشاركة أفراد المجتمع في التنمية وتساهم في إعداد الوطنيين الصناعيين وتكوين مجتمع صناعي من الحرفيين (بوناب، 2015، ص ص 73-81).

ثانيا: القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف

- تتمثل الأهمية الاجتماعية لقطاع الصناعات التقليدية في استيعابه لطاقات تشغيل هامة، ومساهمته في تقليص النزوح من الريف إلى المدينة.

- دور الصناعات التقليدية والحرف في تعبئة اليد العاملة، حيث تلعب الصناعات التقليدية دورا مميزا في تعبئة اليد العاملة خاصة منها العنصر النسوي، وهي تخص أيضا تلك التي ترغب أن تعمل في المنازل، هذا فضلا عن مكانتها المميزة التي أصبحت تحظى بها على المستوى الدولي في مجال التشغيل.

- مساهمة الحرف التقليدية في تقليص النزوح الريفي، لأن الحرف والصناعة التقليدية تستجيب للأهداف الوطنية المتعلقة بخلق وتوزيع الدخل في المحيط الريفي، ويخفف من الضغط الديمغرافي على المدن، فامتهان عدد كبير من الأشخاص والمتواجدين خاصة في الأرياف، يساعد على تثبيت الحرفيين في القرى، وبالتالي إحداث نوع من التوازن في التوزيع الديمغرافي للسكان، والاستغلال الأمثل للموارد البشرية، والحفاظ على الحرف التقليدية المنتشرة كثيرا في الأرياف.

- تعتبر أيضا الحرف والصناعات اليدوية إحدى المجالات التي تساهم في إتاحة الفرصة لاستيعاب النساء العاملات وهي إحدى الوسائل الهامة لبلوغ ذلك الهدف، وترك خطط التنمية التي يتم وضعها لزيادة فرص العمل وإيجاد وظائف جديدة، وما يتم استحداثه من وظائف سيكون متاحا، خاصة أن الصناعات اليدوية هي إحدى المجالات التي لا تتردد المرأة عن العمل فيها.

- المساهمة في جذب الشباب للعمل وتغيير نظرهم نحو العمل الحرفي.

- الحفاظ على الهوية الاجتماعية من خلال انتماء الحرفي لمجتمعه.

- تعمل الحرف التقليدية على تنمية البنية التحتية للمجتمع، حيث يساهم الحرفي في تنمية بيئته المحلية وتحسين مستوى معيشته (رقاني، 2013، ص 35).

- التخفيف من المشكلات الاجتماعية، وذلك من خلال ما توفره الحرف والصناعات التقليدية من مناصب الشغل، وما تنتجه من سلع وخدمات موجهة إلى الفئات الاجتماعية الأكثر حرمانا وفقرا، وبذلك توجد علاقات للتعامل مما يزيد الإحساس بأهمية التأزر والتأخي، فالحرف أقدر على احتواء مشكلات المجتمع مثل البطالة، والتهميش والفراغ وما يترتب عليهم من آفات اجتماعية خطيرة، عن طريق إتاحة مناصب عمل قارة تؤمن لهم الاستقرار النفسي والمادي.

- التكامل الأسري، حيث تعمل الأنشطة الحرفية على خلق قيم اجتماعية لدى الأفراد، وأهمها الانتماء في أداء العمل الحرفي إلى نسق أسري متكامل وذلك في الحرف التي يتوارثها الأجيال، حيث يبدأ الفرد في اكتساب القيم التي تلقى عليه منذ مراحل الطفولة وحتى تمارس في داخل إطار الأسرة الواحدة الأمر الذي يترتب عليه تكوين فئة من العمالة المنتجة والتي تعمل في النسق الواحد.

- إشباع رغبات واحتياجات الأفراد لأن المنتجات الحرفية والتقليدية فرصة للأفراد لإشباع حاجاتهم ورغباتهم من خلال التعبير عن ذواتهم وآرائهم وترجمة أفكارهم وخبراتهم وتطبيقها من خلال هذه المنتجات فهي أداة لتحقيق الذات لدى الأفراد وتحقيق الإشباع النفسي وتحقيق القوة والسلطة.

- تؤدي نشاطات الصناعة التقليدية خدمة جليلة للمجتمع من حيث ما تقدمه من سلع وخدمات متناسبة مع قدراته وإمكانية وزيادة قدراته الاستهلاكية وتحسين مستوى معيشة أفرادهم وتحسين مستوى الرفاهية وتعزيز العلاقات الاجتماعية.

- إبراز دور المرأة في التنمية وترقيته، وذلك من خلال توفير فرص عمل للمرأة التي لا تتيح لها ظروفها المختلفة العمل في القطاع الرسمي، حيث إن الحرف والصناعات التقليدية بمختلف أنواعها تعد نموذجا مناسباً في هذا الإطار، ومما تجدر الإشارة إليه أن العديد من المنتجات التقليدية من صنع أنامل النساء كالخياطة والطرز والعديد من الحرف الأخرى التي تمارس في المنازل.

- تجسيد سياسة الاعتماد على الذات على المستوى المحلي، لأن الحرف والصناعات التقليدية تعتمد على حشد الموارد والإمكانات المحلية، من خامات محلية وشبكات علاقات اجتماعية، وخبرات ومهارات محلية وصولاً لمصادر تمويلية محلية (بوناب، 2015، ص 75).

- الحرف والصناعة التقليدية تساهم في خلق الثروة على المستوى المحلي، كما أنها مصدر آخر للدولة من خلال الضرائب والرسوم كنسبة من الناتج المحلي، أيضاً النشاط الحرفي يعمل على تحسين مداخيل فئات عريضة من المجتمع، إذ يساهم في امتصاص البطالة وخلق فرص العمل بفتح مناصب شغل دائمة وموسمية، ومنه يعتبر العمل الحرفي قطاعاً قادراً على التصدي للبطالة ومحركاً للقوى العاملة إذ يحتوي هذا القطاع على جميع الشرائح الاجتماعية من رجال ونساء وأطفال وشيوخ..... إلخ، وهذا للوسائل البسيطة التي يحتاجها الحرفي في عمله

ليمارس أي نشاط كما بإمكانه أن يشكل نسيجاً اقتصادياً للأسر المنتجة مما سيؤثر إيجابياً على شبكة العائلات الاجتماعية من خلال رفع المستوى المعيشي، فمثلاً بالنسبة للمرأة يوفر لها فرصة عمل قد لا تتيح لها ظروفها المختلفة العمل الرسمي وتمثل الصناعات المنزلية بمختلف أطرافها نموذجاً مناسباً في هذا الإطار (منوبية شودي، 2016، ص ص 39-41).

- كما أن للحرف والصناعات اليدوية أهمية بالغة، وقدرة على توفير فرص العمل، ومساهمتها في عملية توازن التنمية وخفض الهجرة من القرى للمدن، وقد استطاعت الدول التي نظمت نفسها وتهيأت لمواكبة التحولات التي تفرضها المستجدات الاجتماعية والاقتصادية أن تحافظ على فرص العمل في الحرف (عبيد أحمد، حامد علي، 2019، ص ص 43-46).

ثالثاً: القيمة والأهمية الثقافية للحرف

- يعتبر المنتج الحرفي بنك معلومات لمختلف الحضارات والمجتمعات التي مرت بالبلاد، وذلك من خلال البصمات التي نجدها في شكل تصاميم ورموز تعكس الخصوصية الحضارية المستوعبة من طرف المجتمع الذي ينتمي إليه الحرفي، وفي هذا الشأن قيل عنها إنها تعبر عن هوية شعب وثقافة أمة، جذورها غائرة في التاريخ فهي بدون شك النافذة التي يمكن الإطلاع منها لمعرفة الأصول وما طرأ عليها من تأثير نتيجة الاتصال بغيرها.

- يعتبر المنتج التقليدي وسيلة للاتصال والتواصل بين أفراد المجتمع، فالإشارات والخطوط المرسومة تعتبر وسيلة اتصال بين الأفراد والمجتمعات (شنيبي عبد الرحيم، 2010، ص ص 34-39).

- تستوحي الحرف إلهامها من التراث، وتمثل جانباً مهماً منه، وقيمة كبرى تعكس قدرات الأمم على ممارسة الحضارة بجميع أبعادها المادية والروحية، من أجل هذا كانت الدعوة ملحة لصيانة التراث الحرفي، واستخراج ملامح الأصالة فيه، وتوسيع توظيفه اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً.

- كما تدخل الحرف ضمن التراث المادي للمجتمعات، وتعتبر ناتج حضاري لآلاف السنوات من التفاعل الحي بين المجتمعات المحلية، فهي مكون أصيل للذاكرة الحضارية وتعبّر عن الهوية الجماعية للأفراد وعن الامتداد الثقافي والتقاليد والتراث والانتماء، فهي الموروث الشعبي الذي يعتبر البصمة المميزة للأمم والشعوب لأنه يرتبط بالإرث الجماعي المشترك، والصناعات التقليدية تحمل العديد من الرموز الثقافية والتاريخية للمجتمع بمعنى أنها مخزون للخبرات الحياتية والإمكانات الإنتاجية الذاتية المتاحة داخل كل مجتمع محلي، فهي إذن تعتبر مصدرا للإبداع والتفنن المرتكز على خصوصياتها الحضارية أي أن كل منطقة تتميز بإنتاجها الخاص الذي يعبر عن ثقافتها وهويتها، ويتميز المنتج التقليدي بمركبات ثلاثة هي المواد الأولية، الرموز والتقنية المتبعة، وتفاعل هذه المركبات يصنع المنتج التقليدي ويعطي له روحه، وفي مجال القيمة والأهمية الثقافية للحرف نجد مجالات أخرى فرعية تندرج ضمن هذا المجال ونذكر منها:

أ- قيمة الهوية للحرف: تنعكس أهمية الحرف والصناعات اليدوية في أن بعض المنتجات الحرفية ذات دلالة على جوانب الهوية الوطنية للدولة المنتجة للحرف والصناعات اليدوية، وبصفة عامة ينظر إلى الصناعات الحرفية اليدوية على أنها مرآة تعكس جانبا من جوانب الهوية الوطنية للبلد، وتعتبر تراثا وطنيا تحافظ عليه معظم الدول كجزء من هويتها وأصالة شعوبها ورمزا لعراقتها وحضارتها وتطورها (رقاني، 2012، ص 35).

ب- القيمة التاريخية للحرف: أما من الناحية التاريخية فالتاريخ مليء بمسميات الصناعات والصناع وتعتبر الآن أفضل وسيلة تعبير عن هوية البلد الوطنية، ومن أهم وسائل الحفاظ على التراث ونظرا لغزو الصناعة الحديثة انحسرت الصناعات التقليدية وأصبح ينظر إليها بأنها إما تراث تقليدي لا يجوز المساس به أو إدماج ما يمكن دمجها في الصناعات الحديثة وإهمال الباقي حتى يندثر أو بنظرة شمولية باعتباره تراثا وصناعة توفر وظائف ليلي رغبة المستهلك وذوي الاهتمام (ماجد غادة، جلال محمد، 2014، ص 03).

ج - **القيمة الجمالية:** تتضمن هذه القيمة خصائص ومميزات المنتجات الحرفية ويرى المجتمع في هذه الحرف مصدرا للفخر أو رمزا للثقافة المحلية، وتستمد من جماليات الماضي قيمتها، وتنبع أهمية الحرف لاحتوائها مفردات وعناصر نادرة مستمدة أصالتها ومهارات صناعتها، والقيمة الجمالية هي المعيار الأكثر موضوعية لتحديد الأهمية، من حيث ارتباطها بالخلفية الثقافية والذوق الشخصي، ومن خلالها ينجذب الناس للحرف التقليدية، والحرف والصناعات التقليدية تعد عملا جماليا، وهي قيمة تعكس ثقافة المجتمع المحلي من خلال تصميم المنتجات اليدوية ونوعية المواد المستخدمة في المنتج التقليدي الحرفي (محمد حسن إمام، 2021).

- الصناعات التقليدية الحرفية تعتبر عنصرا منافسا هاما للصناعات الأخرى، وهذا مرده لقيمة الأصالة والحرفية اليدوية في إنجاز منتج فني إبداعي في مختلف المجالات الإنتاجية، سواء كان في الملابس أو المنتجات الفخارية والزجاج.

- الصناعات التقليدية تحتاج إلى الحرفي الماهر والفنان ذي الذوق العالي والحس الجمالي المستوعب للذوق المستهلك واحتياجات السوق، كما أن الصناعات التقليدية تلبي احتياجات السكان المحليين ثم أنها تباع كهدايا تذكارية تجسد ثقافة المجتمع المضيف، وتبرز قيم الإبداع والحس المحلي المجسد لبيئته الثقافية والاجتماعية (عمر أحمد قاشيش، 2014، ص ص 40 - 41).

مما سبق عرضه نستخلص أن الحرف والصناعات التقليدية تجسد تراثا غنيا له حضور شامل في مختلف نواحي الحياة بما يؤديه من وظائف شتى ومتنوعة: ثقافية، اقتصادية، واجتماعية في مختلف مظاهر الحياة وال عمران، وتتيح لأبناء كل منطقة الانفتاح على ثقافتهم وثقافة غيرهم، وبالتالي هم بمثابة جسر للتواصل مع الغير داخليا وخارجيا وبعد الحفاظ على الصناعة التقليدية من صميم الحفاظ على تراث الأجداد.

المبحث الثاني: آليات وسبل حماية التراث الحرفي والحفاظ عليه

يعرض هذا المبحث مختلف آليات وسبل حماية التراث الحرفي والحفاظ عليه وصونه

المطلب الأول: الاتجاهات والمداخل المتعلقة بالحفاظ على التراث الحرفي وصونه

كانت نشأة وتطور علم الحفاظ على التراث الثقافي وإدارته من خلال اهتمام أفراد اهتموا بالتراث الأثري، ثم انتقل الاهتمام إلى الحفاظ على التراث الثقافي المعماري، وحاليا أصبحت الآراء تنادي بالحفاظ على التراث الثقافي سواء كان التراث ماديا أو غير مادي وصولا إلى التراث الحرفي، وقد كانت بدايات الاهتمام في الحفاظ على التراث في كل من إيطاليا وإنجلترا، أما وصوله إلى الولايات المتحدة الأمريكية تحت مظلة إدارة المصادر الثقافية (CRM) فكان متأخرا في السبعينيات من القرن العشرين بعد أن تبلورت أسسه العامة في أوروبا عبر ميثاق البندقية عام 1964 الذي يعتبر مرجعا أساسيا للعاملين في حقل الحفاظ على التراث الثقافي بشكل عام والتراث الحرفي بشكل خاص، وبعدها تطور اهتمام الأفراد المثقفين إلى اهتمام مؤسسات ثقافية غير حكومية محلية ثم عالمية، ومن ثم اهتمت المؤسسات الحكومية بذلك المجال ووضعت قوانين تحمي هذا التراث الثقافي وتحافظ عليه، وحاليا أصبح يحتل اهتماما عالميا ترعاه اليونسكو والبنك الدولي وغيرها من المؤسسات العالمية، مما أدى إلى وضع اتفاقيات عالمية أوصلت الاهتمام بهذا التخصص إلى كل أرجاء العالم.

وتمشيا مع ما سبق ذكره سوف نعرض مراحل تطور الحفاظ على التراث الحرفي استنباطا من مراحل تطور الحفاظ على التراث الثقافي، وهذا كون التراث الحرفي يعد جزءا مهما من التراث الثقافي، حيث نجده في التراث الثقافي المادي والتراث الثقافي اللامادي، ومنه وكل ما ينطبق على التراث الثقافي ينطبق على التراث الحرفي، وللتعرف على مراحل الحفاظ والحماية سنتطرق إلى مدارس ومداخل واتجاهات الحفاظ انطلاقا من تطوره في البلدان الأولى التي نشأ فيها وهي إيطاليا وفرنسا وبريطانيا، وأخيرا الولايات المتحدة.

- **إيطاليا:** كانت إيطاليا من أوائل المنادين للترميم وأكثر الشعوب الأوروبية حفاظا على تراثهم، وبسبب ارتباط إيطاليا بالتراث، وبسبب وجود الفاتيكان وسلطة البابا التي ساعدت على الحفاظ، كان لإيطاليا سبق في معظم ميادين الحفاظ على التراث وإدارته منذ عصر النهضة، ففي العام 1375 رفع دوندي (G.Dondoni) المعالم المهمة في روما ووثقها، وفي العام 1471 افتتح البابا سيكستوس الرابع مكتبة ومتحفا في الفاتيكان، وفي العام 1500 بنى البابا جوليس متحفا آخر جديدا في حديقة الفيلا الرومانية وافتتحها لعامة الناس، وفي عام 1502 أنجز ألبرتي (F.Albertini) مرشدا للمباني القديمة والحديثة في مدينة روما، وهنا نستطيع أن نقول إن روما وشبه الجزيرة الإيطالية تقدمت أكثر من أي دولة أوروبية في الحفاظ على التراث الثقافي بشكله الحديث، ومن أهم المنظرين الأوائل في مجال الحفاظ على التراث نجد رفايلو ستيرن (1822-1762) وجوزبه فالادير (1849-1749) (Raffaello Stern and Giuseppe Valadi)، وترفليوني وروبباني (Travagliani and Rubbiani) وهو من الذين اتبعوا في تطبيقاته نظرية الترميم الطرازي (فيوله لو دوك)، لوكا بيلترامي (Luca Beltrami) الذي اهتم بالجانب التقني في الترميم والترميم الإنشائي للتراث الحرفي، وشيسري براندي (1906-1988) (Cesare Brandi) أستاذ جامعي وهو من أكبر المنظرين في الفن والترميم ومن عرّف معنى الحفاظ للأعمال الفنية الحرفية.

- **فرنسا نظرية الترميم الطرازي:** فرنسا اهتمت أيضا بالتراث الثقافي عموما والحرفي على وجه الخصوص، وكانت من المنادين الأوائل للترميم الطرازي للمباني والمنحوتات والأعمال الحرفية القديمة، فرنسا هي موطن الترميم الطرازي (Stylistic Unit)، الذي بلور ونشر نظريته ونفذ تطبيقات عملية عليها هو **وفوليه لوك**، الذي تأثر بالمفكرين الفرنسيين الذين سبقوه، ومن المنظرين الأوائل في هذا المجال نجد ألكزندر لونوار (Alexander) وكاترومير دي كانسي Quatremere de Quincy الذي نادى بالحفاظ على التراث الأثري، والمنحوتات اليدوية والحرفية، وفيكتور هوغو (Victor Hugo) وهو الذي عمل على بث الوعي بين طلاب

أكاديمية الفنون الجميلة، داعيا إلى الحفاظ على العمارة القديمة بما تحتويها من تصاميم المباني والمنحوتات الحرفية اليدوية، وأوجين إيمانويل فيوليه لو دوك (1814-1879) الذي يعتبر أول معماري أثري فرنسي يهتم بالعمارة والمنحوتات اليدوية التقليدية.

- إنجلترا، الدعوة إلى الحفاظ عوضا عن الترميم: وصلت أفكار لو دوك إلى إنجلترا وكان من المطبقين لها سير سكوت الذي عارضه رسكين وأنشأ نظرية الحفاظ التي تعتمد على الصيانة (Maintenance) بدلا من الترميم الطرازي وكان له فيما بعد عدد كبير من الأتباع، وهنا بدأت مقاربات الحفاظ تتطور وانتقلت من مرحلة الترميم إلى مرحلة الصون ومن ثم مرحلة الحفاظ، ومن أهم المنظرين في هذا المجال نجد سير جيلبرت سكوت (1811-1878) (Sir Gilbert Scott)، حيث حافظ على تصميماتها ومنحوتاتها الحرفية، وأيضا وليام موريس (1834-1896) (William Morris) معماري وسياسي فقد عارض هذا الباحث المنتجات الصناعية لأنه كان مع استخدام المنتجات اليدوية والتقليدية وحمايتها، ونادى بأن تكون مربوطة بمحيطها الثقافي، كما أنه أسس جمعية حماية المباني القديمة.

- الولايات المتحدة الأمريكية ومدرسة إدارة المصادر الثقافية (CRM) نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية في بدايات السبعينيات من هذا القرن مدرسة إدارة المصادر الثقافية (Cultural Resources Management)، وتُعنى بالحفاظ وإدارة المصادر الثقافية فيها، وبالتأكيد كان للمدرسة الأوروبية دور وأثر في نشأة وتطور هذه المدرسة، حيث إن ميثاق البندقية كان قد صدر قبل بضعة سنين من نشأة تلك المدرسة، كما أن الأحداث الداخلية في الولايات المتحدة الأمريكية كان لها أثر مباشر في نشأتها.

كان الأثريون أول من أطلق مصطلح (CRM) في بداية السبعينيات في المنطقة الجنوبية الغربية من الولايات المتحدة الأمريكية، ولقد طالبوا بإدارة جميع المصادر التراثية حتى تلك التي لم يعتن بها المخططون

الفيدراليون، لكن بعض النقاد وجدوا أن الأثرين اهتموا بداية بالتراث الأثري وأرادوا أن يضيفوا التراث البيئي إليه، ولم تكن نظرتهم شمولية لكل المصادر الثقافية بما في ذلك المباني التاريخية.

في السبعينيات صدرت عدة قوانين تحدد المجالات والمصادر الثقافية التي يجب الحفاظ عليها بالولايات المتحدة الأمريكية، أما في الثمانينيات والتسعينيات أنشأ الهنود نشاطات خاصة للحفاظ على تراثهم الثقافي والديني (الملموس وغير الملموس)، وأصبحوا مؤثرين في سياسة الحفاظ على التراث في الولايات المتحدة، ومن النظريات المهمة التي ينادي بها منظرو مدرسة (CRM) ونجدها في الموائيق العالمية للأيكوموس ومحتواها أن إدارة المصادر الثقافية تعتمد بشكل أساسي على طبيعة الموقع والمنتج اليدوي وليس القانون المجرد العام، ولذلك فإن كل مشكلة في الحفاظ دراستها وحلها على حدة أي أن كل موقع يحتاج إلى طريقة خاصة به مختلفة في التحليل وفي تقديم الحلول للحفاظ عليه (عليان جمال، 2005، ص ص 87 - 95).

وبعد هذا تواصلت المناقشات والجدل حول مفاهيم الترميم والحفاظ في القرن العشرين والقرن الواحد والعشرين، حيث تحولت النظريات المختلفة إلى وثائق وطنية ودولية تدعو إلى حماية التراث بفهمومه العام، إذ سادت حديثاً مصطلحات كثيرة في مجال الحفاظ وتصنيفات التراث مثل التراث المبني والتراث الحرفي، والأثار المنقولة وغير المنقولة، وظهرت معها مصطلحات تشير إلى الوسائل المتاحة منها : الوقاية، المحافظة، الصيانة، الترميم، التأهيل، إعادة الاستخدام، الإكمال، التحديث، التجديد، الصون، التثمين، وقد تعددت أساليب تعريف هذه المصطلحات طبقاً لكل مفهوم، وظهرت محاولات عديدة لإيجاد صيغة مشتركة بين الدول، ومازال النقاش والجدل قائماً، وتوالت على أثر ذلك الأبحاث والدراسات المعمقة في مستويات الحفاظ على التراث.

المطلب الثاني: وسائل وآليات حماية التراث الحرفي وتثمينه

تطورت فكرة حماية التراث الحرفي من حماية مبنى أو كتاب الى اعتبار كل ما يحيط بالإنسان هو ممتلك وتراث يستهل الحفاظ عليه، وانطلاقاً من الاعتراف أولاً بأن قيمة هذا التراث متجذرة وتكمن في أصالته وتوعيته، مهما اختلفت مكوناته وتعددت لتشمل مختلف العادات والتقاليد، يجب أن تُوفر لها الحماية اللازمة لبقائها، وهذه الأخيرة لن تتحقق إلا في حالة القيام بعملية تثمينه وإعطائه القيمة الحقيقية التي يستحقها، وهذا ما يمكن ترجمته إلى واقع عملي بإقرار تنمية مستدامة له، مع ضمان الآليات الكفيلة لتحقيق ذلك (خير الله، نعى 2018، ص 24).

إن كلمتي حماية وتثمين (Sauvergade et Valorisation) ليستا متناقضتين، بل يمكن أن يشكلتا مفهومين متكاملين، ونقصد بالتثمين كمفهوم جعل المجتمع يفتح على مجموعة من الثروات المعرفية والخبرات الحضارية الموروثة، التي لا نزال نجهل قيمتها، وربما ما تزال إلى يومنا هذا غير معروفة، أو خفية عن هذا المجتمع، طبعاً هناك عدة اعتبارات أخرى لهذا الجهل بقيمة التراث الحرفي، الذي نتج عن تقديرنا لقيمته الحقيقية، خاصة إذا كان الهدف من تثمين التراث الحرفي، هو المحافظة عليه والعمل على تأخير اندثاره وزواله وإبراز قيمته، وتمديد استمراره، من خلال تحدي عدة عوامل، لأجل تحقيق ذلك لابد من اتخاذ عدة تدابير تفيد وتقي التراث الثقافي بصفة عامة والتراث الحرفي بصفة خاصة، وتضمن استمراريته وديمومته للأجيال القادمة، ومن أهم هذه التدابير نجد الحماية لهذا التراث، فالحماية هي الأساس والمنطلق لنجاح عملية التثمين لهذا التراث (بلهاري،

خبزراوي، 2017، ص 14).

والحماية حسب النظم والتشريعات السائدة في منظمة اليونسكو تعني العمل اللازم لتوفير الظروف الملائمة التي تساعد على الحفاظ على التراث الثقافي بكل أنواعه وتصنيفاته، ومن هذا المنطلق أدرك المجتمع الدولي ضرورة دعم التراث الحرفي، وهذا بهدف صون هذا التراث وتعزيزه والتوعية بأهميته، والترويج له محليا ودوليا، وذلك في محاولة لتحقيق التعاون الدولي والمساعدة الدولية في هذا المجال، بما يضمن التنمية المستدامة للتراث وتثمينه، وهذا من خلال النظم المؤسساتية التي تشمل تدابير وطنية نحو السياسات ذات الصلة بالتراث الثقافي الحرفي، وكذا أطر قانونية دولية ووطنية بما في ذلك الأحكام الدستورية أو التشريعية التي تتعلق بالتراث غير المادي في السياسات الثقافية أو التراثية، ومما سبق نلاحظ أن وسائل ومظاهر وسبل حماية وتثمين والتراث الحرفي ، تتضمن الوسائل والآليات التالية:

أولا: الحماية القانونية

البعد القانوني يهدف إلى إعطاء الحماية القانونية والتشريعية للحرفيين والمشتغلين في مجال الحرف التقليدية لمنحهم التغطية القانونية لما يقومون به، إضافة إلى سن قوانين وإجراءات تمكنهم من الاستفادة من مختلف الامتيازات والضمانات التي تمنحها الدولة لمختلف المؤسسات العامة والخاصة وأن العاملين في هذا المجال لا ينضمون إلى أي مؤسسة، وعادة ما يعملون بشكل منفرد داخل البيوت أو في ورشات خاصة مما يجعلهم غير خاضعين لقانون المؤسسة وغيرها من التشريعات (بن شراط نجاة، 2011، ص 90).

كما يتمثل هذا البعد في الحماية القانونية التي تستند على التشريعات والقوانين التنظيمية، ولا تعد الحماية القانونية غاية بل وسيلة من وسائل الحماية والصون والتي تهدف إلى ضمان الدفاع عن التراث والحرف التقليدية، فالحماية القانونية تعمل أيضا على سن العقوبات لمن يتعدى على أي تراث مهما كان نوعه، بحيث تتضمن حماية التراث الثقافي ككل والحرفي على وجه الخصوص ثلاث مستويات من الحماية وهي المستوى الدولي، والمستوى الإقليمي، والمستوى المحلي، ولن تتحقق الحماية الفعالة إلا بتطبيق هذه المستويات كلها مع

بعض، وتتراوح ما بين مجموع القواعد القانونية الرسمية وتقاليده تنقل من جبل لجبل، وقد يكون مزيجاً من شروط الموائيق والاتفاقيات الدولية والتشريعات واللوائح الإقليمية والقوانين الداخلية المحلية.

إن التشريعات المتعلقة بحماية التراث الحرفي شأنها شأن أي تشريع آخر، يمكن أن تكون ذات أغراض متعددة، ويمكن صياغة الأطر القانونية لإدارة التراث الثقافي في تشريع يوضع خصيصاً للتراث، أو يمكن أن تكون متفرعة عن التشريع العام الذي يتم استخدامه لأغراض حماية التراث الثقافي ككل، وتتمثل مصادر التشريع الخاصة بالتراث الحرفي في المراسيم الدستورية، التشريعات الوطنية والإقليمية أو المحلية الخاصة بالموضوعة خصيصاً لصون التراث الحرفي والحفاظ عليه، العادات والتقليدية والأعراف الخاصة والراسخة، وبعض التشريعات الأخرى ذات التأثير على صون التراث الحرفي وإدارته، مثل قوانين التخطيط الحضري والقوانين البيئية إلخ، كما نجد أيضاً القانون الدولي: مثل الاتفاقيات الدولية كاتفاقية اليونسكو لعام 1972 للتراث

العالمي التي ينبغي لأحكامها أن تدمج في التشريعات والسياسات الوطنية (عوض، 2016، ص 65).

على ذكر ما سبق لاحظنا أنه قد تنوعت وتعددت الموائيق والتشريعات والاتفاقيات التي تتناول حماية التراث الحرفي، لهذا اخترنا أهمها وأبرزها لنعرفها ونذكر أهم التوصيات التي خرجت بها من أجل حماية هذا التراث وصونه وتثمينه، مع مراعاة التسلسل الزمني لإصدارها.

1- ميثاق أثينا للحفاظ على المعالم التاريخية: بدأ التشريع لحماية التراث الثقافي مع بداية القرن العشرين، وقد توج ذلك بعقد ميثاق أثينا الذي يعتبر أول ميثاق يختص بالتراث والحفاظ عليه، وقد صدر عام 1931 عن معهد التعاون للجمعية الدولية، ويتحدث هذا الميثاق عن المحافظة على الممتلكات الثقافية متمثلة في التراث الفني والأثري والمعالم المهمة كتراث عالمي لكل الإنسانية، وحمايتها واجب على الدول المهتمة بالحضارة (عليان، 2005، ص 57).

2- اتفاقية لاهاي 1954 وبروتوكولاتها الإضافية: بعد الحرب العالمية الثانية تعرض التراث الثقافي إلى الهدم والخراب، فظهرت الحاجة إلى حماية التراث الثقافي وصونه، هنا جاء مؤتمر لاهاي الذي يعد أول اتفاق دولي شامل لحماية الممتلكات الثقافية سواء كانت منقولة أم غير منقولة والحفاظ عليها، ويقصد بالنزاع المسلح حالة الحرب القائمة بين متحاربين اثنين أو أكثر بغض النظر عما إذا كانت حالة الحرب هذه معلنة رسمياً، أو كان معترفاً بها من قبل أحد المتحاربين أو أكثر (طاهر عبد القادر، 2013، ص 134).

3- ميثاق البندقية 1964: صدر هذا الميثاق عن المؤتمر الدولي الثاني للمعماريين والتقنيين للمعالم التاريخية، الذي انعقد في مدينة البندقية سنة 1964 تحت رعاية منظمة اليونسكو، وقد تبعه عدد من المواثيق والتوصيات الرسمية المتعلقة بالحفاظ على المباني والتراث الثقافي ككل (عليان، 2005، ص 57).

4- اتفاقية حماية التراث العالمي والثقافي والطبيعي، باريس (اليونسكو) 1970: إن اتفاقية منظمة اليونسكو لعام 1970 تشكل أول اتفاق متعدد الاطراف ينظم النقل الدولي للممتلكات الثقافية، وتهدف هذه الاتفاقية إلى تعزيز حماية الممتلكات الثقافية في الدول المختلفة وحماية تراث الانسانية الثقافي وصونه من خلال تعاون الدول جميعها ومحاربة الاتجار غير المشروع بالممتلكات الثقافية الذي يشكل أحد الاسباب الرئيسية لإفقار التراث الثقافي في دول المنشأ.

5- اتفاقيات وتوصيات اليونسكو لحماية التراث اللامادي: تتركز مبادرات وجهود اليونسكو للإقرار على أهمية صون التراث اللامادي بشتى أشكاله وصوره، فعقدت اليونسكو عدة اجتماعات في هذا المجال ونتج عنها عدة اتفاقيات دولية وتوصيات للاستعانة بها من قبل الدول، ونذكر منها:

- اتفاقية اليونسكو لعام 1972 "لحماية التراث العالمي الثقافي والطبيعي" هي الاتفاقية الدولية الوحيدة الملزمة قانونياً المطبقة على الممتلكات الثقافية والممتلكات الطبيعية معا (عوض، 2016، ص ص 106-113).

اتفاقية اليونسكو لعام 2001: جاءت هذه الاتفاقية بهدف تأمين حماية التراث الثقافي المغمور بالمياه وتعزيزها، وتنص على مبادئ عامة مثل حفظ التراث الثقافي المغمور بالمياه في موضعه الأصلي ورفض استغلال هذا التراث لأغراض تجارية، وتعترف الاتفاقية بأن الدول الأطراف تتمتع في ممارستها لسيادتها بالحق الخالص في تنظيم الأنشطة التي تستهدف التراث الثقافي المغمور بالمياه الواقع في مياهها الداخلية أو الأرخيلية أو في بحرها الإقليمي وفي الترخيص بالاضطلاع بها.

اتفاقية اليونسكو لعام 2003: تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية: صون التراث الثقافي غير المادي، واحترام التراث الثقافي غير المادي للجماعات والمجموعات المعنية وللأفراد المعنيين: والتوعية على الصعيد المحلي والوطني والدولي بأهمية التراث الثقافي غير المادي وأهمية التقدير المتبادل لهذا التراث والتعاون الدولي والمساعدة الدولية. اتفاقية اليونسكو لعام 2005 "بشأن حماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي على حق الدول السيادي في مواصلة وتنفيذ السياسات والتدابير التي تراها ملائمة لحماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي في أراضيها"، وهي تستثني تلك السياسات من قيود تحرير الخدمات التي تفرضها منظمة التجارة العالمية (عوض، 2016).

ثانيا: الحماية الإدارية والمؤسسية

تتمثل هذه الحماية في المؤسسات القائمة على تحديد عناصر والتراث الحرفي، من خلال حصره وصونه وإدارته والهدف منها تأسيس هيئات حكومية أو غير حكومية لتعمل على حصر التراث الثقافي غير المادي وتطوير طرائق صونه بمشاركة المجتمعات المحلية من أجل الحفاظ عليه وتثمينه، بما يتناسب مع ظروف الدول الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، ويتم تمكين الأطر المؤسسية بواسطة التشريع الرسمي أو بالممارسات التي ترسخت مع مرور الزمن، أو بمزيج من الاثنين معا، ويمكن أن تكون هذه الأطر منظمة واحدة أو منظمات متعددة، يساهم كل منها فيه، وتجمع الأطر المؤسسية معا بصورة عامة الإنشاءات التنظيمية الدائمة لكنها تلجأ أحيانا إلى تدابير مؤقتة تتناول أوضاعا معينة، ويمكن تقسيمها إلى:

1- المنظمات والهيئات الدولية المهتمة بحماية التراث الثقافي والحرفي

للتراث الثقافي والحرفي قيمة كبيرة، وأصبحت حالياً من القضايا المهمة محلياً وإقليمياً ودولياً، لذلك يزداد الاهتمام بحماية المصادر والممتلكات الثقافية خصوصاً مع كثرة المخاطر وازديادها من حروب وكوارث طبيعية وتهدد وعولمة، وما تحمله من تهديد للتراث الثقافي للدول وللإنسانية جمعاء، فمع ازدياد هذه المخاطر التي تهدده دفع العالم إلى أن يهب لحمايته والمحافظة عليه، وذلك من خلال جهود عديدة ظهرت في بروز لمنظمات دولية حكومية (كالیونسكو، الأمم المتحدة) وغير الحكومية (كاللجنة الدولية للصليب الأحمر، اللجنة الدولية للدرع الأزرق)، وكذا الجهود الإقليمية (الأوروبية، العربية) والتي لعبت دوراً مهماً على مستوى رفع الوعي بأهميته وضرورة المحافظة عليه وذلك من خلال الاتفاقيات والتوصيات التي قدمتها في هذا المجال (سعيد كرم، 2016، ص 76)، وقد ساهمت المنظمات العالمية والإقليمية بشكل فاعل في تناول موضوع التراث والمصادر التراثية كالتراث الحرفي بعدما تعددت وتنامت دورها على مستوى العالم ككل، فقد عملت على وضع استراتيجيات وقوانين تتعلق بعمليات الحفاظ عليه، وحالياً تشكل في مجملها إطاراً نظرياً يمكن أن تستمد منه الدول الأفكار المناسبة لوضع أنظمتها، وتشريعاتها الخاصة بإدارة التراث الثقافي وحمايته، وسنقوم باستعراض أبرز المنظمات الدولية والإقليمية العاملة في مجال الحفاظ على هذا التراث، والتي كان لها الدور الأكبر في هذا المجال مرتبة بحسب أقدميتها التاريخية:

1- المنظمات الدولية العاملة في مجال الحفاظ على التراث الحرفي:

1-1- المنظمات الحكومية:

1-1-1- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو UNESCO) أنشئت اليونسكو في عام 1945، ومقرها باريس، وتعد من أهم الهيئات الدولية المعنية بحماية التراث الثقافي في العالم، فقد قامت بوضع الاستراتيجيات والسياسات والبرامج الهادفة، وسعت إلى إيجاد وبلورة المواثيق، والمعاهدات المتعلقة بصون

وحماية التراث الثقافي والطبيعي، ولقد وفرت اليونسكو الغطاء الفكري والتنفيذي لحماية تراث الأمم والشعوب، والدعوة للبحث فيه، ونشره، والاستفادة منه، كما أوضحت القيم الإنسانية التي يعكسها التراث الثقافي (الهياجي، 2016، ص 93).

1-1-2 - المركز الدولي لدراسة ترميم الممتلكات الثقافية وصونها (الإيكروم ICROM): هو منظمة حكومية دولية مكرسة لصون التراث والمصادر التراثية، وأنشئ هذا المركز بقرار من اليونسكو في مؤتمره التاسع في نيودلهي عام 1956، ولكن عمله الفعلي بدأ في عام 1959، وهو منظمة دولية انبثقت عن منظمة اليونسكو ومركزها روما بإيطاليا، وتكرس الإيكروم جهودها لحماية الإرث الثقافي والتراثي، والأثري دون استثناء، بما يخدم المجتمع الدولي وصون تراثه الثقافي، وتمثل مهامها النظامية في الاضطلاع ببرامج في مجال البحوث، والتوثيق والمساعدة التقنية، والتدريب والتوعية، بهدف تعزيز صون التراث الثقافي الثابت والمتنقل، ويعد الإيكروم واحدا من ثلاث هيئات استشارية في لجنة التراث العالمي التي تعمل على تنفيذ اتفاقية التراث العالمي لعام 1972م، وله إسهامات فاعلة في زيادة الاهتمام باحتياجات مواقع التراث وإدارتها وتطوير المعايير التي تؤدي إلى حفظها بصورة متكاملة (الهياجي عصام ياسر، 2016، ص 93).

1-2-2- المنظمات غير حكومية:

1-2-1- المجلس الدولي للنصب التذكارية والمواقع الأثرية (الإيكوموس ICOMOS): يعتبر المجلس الدولي للنصب التذكارية والمواقع الأثرية هيئة دولية غير حكومية أسستها اليونسكو في عام 1965، ومركزها باريس وهدفها الحفاظ على المواقع والمعالم التاريخية في العالم، له مجموعة من الأهداف تتمثل في تسهيل وتشجيع القائمين على إدارة المواقع الأثرية لجعل هذا التراث مقصدا للسكان المحليين، والسياح، وتشجيع صناعة السياحة، وتوجيهها بما يضمن تعزيز التراث والثقافات الحية للمجتمعات المضيفة، ويتمثل دوره في تعزيز تطبيق

نظرية صون التراث ومنهجيته وتقنياته العلمية (المبادئ التوجيهية لتنفيذ اتفاقية التراث العالمي، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، 10 يوليو، 2019، ص 18).

1-2-2 الصندوق العالمي للآثار هذا الصندوق تأسس في العام 1965 وهو منظمة دولية غير ربحية مقرها في نيويورك ولندن، ولها مركز إقليمي في باريس، ويتلقى طلبات المساعدة المقدمة من الأطراف المعنية في جميع دول العالم، من أجل المحافظة على مواقع التراث الثقافي (الهياجي عصام ياسر، 2016، ص 93).

1-2-3 صندوق التراث العالمي (WHF) هذا الصندوق أنشئ بموجب اتفاقية حماية التراث العالمي عام 1972م، ويمول هذا الصندوق من المساهمات الإلزامية والطوعية التي تقدمها الدول الأعضاء، أو المنظمات الخاصة أو الأفراد، ويستخدم الصندوق لتلبية الطلبات التي تقدمها الدول الأعضاء لتأمين حماية التراث الثقافي الموجود على أراضيها، أو تلبية الاحتياجات العاجلة لصون ممتلكات مدرجة في قائمة التراث العالمي المعرض للخطر أو تقديم الدعم الفني في صيانة الآثار والمباني التراثية (الهياجي عصام ياسر، 2016، ص 93).

1-2-4 لجنة التراث العالمي: تعد هذه اللجنة واحدة من اللجان المرتبطة بإدارة التراث الثقافي العالمي، والتي انبثقت عن اتفاقية اليونسكو لحماية التراث العالمي الثقافي والطبيعي في العام 1972، وتعمل منذ عام 1976 والغرض من الاتفاقية هو تعيين التراث الثقافي والطبيعي ذي القيمة العالمية الاستثنائية، وحمايته، والمحافظة عليه وإصلاحه، ونقله للأجيال المتعاقبة (بادمان تيم، باستين بوهارد، 2010، ص 07).

2- المنظمات الخاصة بحماية التراث الثقافي والحرفي في العالم العربي والإسلامي

1-2-1 المنظمات الحكومية:

1-1-2 المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الإكسو ALECSO) تأسست في عام 1945 مع نشأة جامعة الدول العربية ومقرها تونس، وتهدف إلى تنسيق الجهود العربية للحفاظ على التراث العربي، وحمايته، ونشره سواء أكان مخطوطاً أم تحفاً فنية، أم أثرية.

2-1-2 مركز الأبحاث للتاريخ والفنون والثقافة الإسلامية (إرسيكا IRCICA) انبثق عن منظمة المؤتمر

الاسلامي في عام 1976، وبدأ نشاطه عام 1982م، ويهدف المركز إلى الاهتمام بالحرف اليدوية التقليدية وتنشيطها في بلدان العالم الإسلامي بالتعاون مع الهيئات والمنظمات الإقليمية والدولية.

2-1-3 المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو ISESCO) تأسست في فاس في عام

1982م، ومقرها الرباط، تتمحور أهدافها في الحفاظ على الهوية الإسلامية، والاهتمام بالتراث الثقافي الحضاري في العالم الإسلامي.

2-2 المنظمات الغير حكومية

1-2-2 منظمة الدول العربية (ATO) تأسست هذه منظمة في عام 1967م ومقرها الدائم مدينة

الكويت، وتهدف إلى رعاية التعاون وتبادل الخبرات بين الدول العربية، إضافة إلى الحفاظ على هوية المدينة العربية، وتراثها، ومساعدتها في تحقيق مشروعاتها الإنمائية، وقد انبثق عن المنظمة عدة مؤسسات هي المعهد العربي لإنماء المدن، ومقره الرياض، وصندوق تنمية المدن العربية، ومقره الكويت، وجائزة منظمة المدن العربية، ومقرها قطر التي أعلنت عام 1984، ومن ضمن محاورها جائزة التراث المعماري.

2-2-2 مؤسسة الأغا خان للثقافة تعد هذه المؤسسة الوكالة الثقافية لشبكة الأغا خان للتنمية، وقد

أنشئت رسميا في عام 1988م في جنيف كمؤسسة خيرية تسعى إلى تحسين الحياة الثقافية في المجتمعات الإسلامية وحماية التراث الإسلامي.

2-2-3 مؤسسة التراث: مؤسسة التراث هي في الأصل مؤسسة خاصة أسسها الأمير سلطان بن سلمان

ابن عبد العزيز آل سعود في عام 1996، ثم تحولت إلى مؤسسة خيرية عام 2008م، وهي تهتم بالتراث فكريا وعمليا، وهو مركز التراث العمراني الوطني التابع للهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني السعودي الذي يهدف إلى المحافظة على التراث العمراني وتنميته (الهياجي عصام ياسر، 2016).

ثالثاً: الحماية التقنية

تظهر هذه الحماية من خلال مراكز البحث والتوثيق ودورها في حماية التراث الحرفي والحفاظ عليه، والمتمثلة في مراكز البحث والتوثيق كمؤسسات تساهم في صون هذا التراث وتثمينه، لهذا تُشدد خطط صون التراث الحرفي والحفاظ عليه على أهمية ودور المراكز البحثية في تحقيق أهداف مشتركة ينخرط في تنفيذها القطاع العام والخاص والمجتمع المدني والمنظمات الحكومية وغير الحكومية وجماعات المجتمع المحلي والمنظمات الدولية، وذلك من أجل العمل على تعزيز التعاون والتبادل الثقافي، ومن ثم حماية التراث الثقافي بكل أنواعه من الزوال والتدهور والتشتت، بحيث تضمن مراكز البحث والتوثيق صون هذا التراث، والتوعية بأهميته وصونه، من خلال تقوية التعاون، وصون التراث ككل وأرشفته وجعله متاحاً للباحثين والمشتغلين بهذا المجال، ويظهر دور هذه المراكز من خلاله كونها تساهم في:

- دعم عملية تحديد وتوثيق التراث الثقافي بكل أنواعه، وهذا بغرض فهم عمليات تغير التراث عبر الزمن.
- إعداد وتشغيل البرامج والموارد التعليمية بغية كفاءة النقل المستمر لهذا التراث من جيل لجيل آخر.
- تعزيز نشر التراث الثقافي في هذه المراكز بغرض توعية الجمهور، وخاصة جيل الشباب بأهميته.
- تعزيز التعاون الدولي والإقليمي بين المنظمات المعنية بالتراث الثقافي غير المادي بغية تبادل المعلومات.

إلى جانب هذه المراكز والمؤسسات نجد المتاحف ودورها الفاعل في صون التراث الحرفي وحمايته، وهنا يبرز دور المتاحف كونها تحافظ على هذه المورثات وتحميها، كما تعمل على بث الوعي بمستوياته المختلفة، فأى احتفاظ أو تسجيل أو عرض لأي مناحي التراث من شأنه نشر الوعي بأهمية التراث الثقافي غير المادي والحفاظ عليه (تقرير تقيمي لسلسلة الدورات التدريبية لبناء القدرات العربية في مجال التراث الثقافي غير

المادي، الصادر عن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2015، ص 56).

رابعاً: التدابير المرافقة والمساعدة من أجل حماية التراث الحرفي وتنميته

أ- البعد الجمعي (المشاركة المجتمعية، أو المقاربة التشاركية): من خلال منظمات المجتمع المدني والجمعيات)، وتتمثل في مشاركة منظمات المجتمع المدني والجمعيات غير حكومية ودورها في صون التراث الثقافي غير المادي والحفاظ عليه، بالتعاون مع الحكومات والجمعيات المحلية.

إن لمنظمات المجتمع المدني دوراً هاماً وفعالاً في بناء قوة ثقافية للحرف والصناعات التقليدية، وتحديدًا في مواجهة العولمة وتحدياتها وإفرازاتها وتأثيراتها، ويتجلى دور منظمات المجتمع المدني في العديد من الأنشطة والتي تعد آليات عمل مبكرة تسهم في فتح آفاق جديدة تمكن هذه الحرف من الخروج من النطاق المنزلي المحلي إلى النطاق الدولي، لكونه وسيلة نقل وترويج لثقافة شعب ومجتمع فضلاً عن فتح أسواق غير تقليدية تتمثل بالأسواق التراثية والتي تعد مصدراً للاقتصاد، كما يمكن أيضاً من خلال منظمات المجتمع المدني تفعيل انعكاسات السمات التراثية على المنتج الحديث، كأحد عناصر الجذب السياحي التي تتمتع بها مناطق إنتاج الحرف اليدوية وإمكانية أن تدرج على قوائم المقاصد السياحية، وبذلك تصبح منظمات المجتمع المدني وسيلة لتحقيق نقلة حضارية حديثة للصناعات التقليدية والحرف لتصميمات ترضي الزبائن وترفع قيمة المنتج.

إن التفاعل والمواءمة بين القوانين والأنظمة للمجتمع مع منظمات المجتمع المدني من خلال الدعم والمتمثل في شكل تشريعات فاعلة مع منح ومزايا وتسهيلات وإعفاءات وغيره، يضيف إمكانيات جديدة لواقع منظمات المجتمع المدني في التحفيز على إبداع تقنيات ذاتية جديدة وتحسين عملية إدارة المحتوى التراثي ومراقبة ومراجعة المنتجات الحرفية اليدوية تاريخياً وفنياً واعتماد جودتها وأصالتها، إذ أثبتت منظمات المجتمع المدني التجربة العالمية كفاءة عالية في إمكانية رفع مستوى الجودة وخفض التكلفة وإقامة بيئة إبداعية وطنية قادرة على توفير تصميمات صناعية وتأهيلها لتلبية الحاجات العصرية والمستقبلية لمشروعات الصناعات والحرف اليدوية، وأيضاً في دعم الأنشطة الفاعلة لمكافحة الفقر وحل مشكلة البطالة وتنمية أنشطة الصناعة اليدوية الحرفية ليس

في الوسط الريفي فقط بل الحضري أيضا، ويمكن الإشارة إلى بعض المجالات التي تسهم من خلالها منظمات المجتمع المدني في دعم وتنمية الحرف والصناعات اليدوية (سوسن إبراهيم، إبراهيم رجب، 2016، ص 09).

- للجمعيات دور بالغ في التعريف بالتراث الحرفي في مختلف المجتمعات، وذلك من أجل نشرها وفي نفس الوقت التعرف على ثقافة الآخر في هذا المجال، ولا يأتي ذلك إلا بإقامة أيام تحسيسية من خلالها تقوم الجمعية بتسليط الضوء على مختلف مجالات وعناصر التراث الحرفي للمجتمع، وأيضا بإقامة وتنظيم الملتقيات والندوات التي موضوعها التراث الثقافي اللامادي، وذلك من أجل التحسيس بأهميته وترسيخه، وإصدار الكتب والمجلات الخاصة بالتراث الحرفي، وهذا لتحقيق غرض الإعلام والتحسيس من أجل نشر التراث الثقافي اللامادي إلى أفراد المجتمعات الأخرى والوصول به إلى العالمية (حيلة حنان، 2018، ص 331).

ب - المجال العلمي والتربوي

إن إنشاء نسق تعليمي يعتمد على الاعتراف بقيمة التراث الحرفي، إلى جانب التعاون والتنسيق بين الوزارات المختلفة كالتربية والثقافة وسائر الهيئات الحكومية وغير الحكومية، والمراكز الثقافية، والمدارس وغيرها تشكل جميعها عوامل تُسهم في إنشاء منظومة تربوية تُعنى بتثمين وصون التراث الثقافي بصفة عامة والتراث الحرفي بصفة خاصة (تقرير تقيمي لسلسلة الدورات التدريبية لبناء القدرات العربية في مجال التراث الثقافي غير المادي، 2015، ص 58)، ومن أجل الحرص على إنشاء هذه المنظومة وتفعيلها عملت المنظمات والهيئات الدولية من أجل ترسيخ مبدأ الحفاظ على التراث في المنظومة التربوية، وظهر هذا عندما أطلقت منظمة اليونسكو دعوات متكررة منذ السبعينيات من القرن الماضي لتعزيز العلاقة بين التراث الثقافي والتعليم، كان ذلك إدراكا منها لأهمية الدور الذي يؤديه التعليم في المحافظة على التراث الحرفي من التهديدات التي يتعرض لها، (اتفاقية حماية التراث العالمي الثقافي والطبيعي، 1972، ص 13).

كما يشكل البحث الجامعي حجر الزاوية في أي مشروع تنموي، فهو الأصل في دعم ابتكار وتحديد أدوات الفعل والعمل الثقافي، خاصة فيما يتعلق بالتراث الثقافي اللامادي وبالأخص في التراث الحرفي، ذلك من خلال التأسيس لمؤسسات بحثية وجامعية وسيطة عابرة للتخصصات تنسق العلاقات والتفاعلات بين الباحثين والمتخصصين والخبراء، وتوفر بدورها فضاء للقاء والنقاش وتبادل المعارف والخبرات، مع الانفتاح على مختلف التجارب ومواكبة المستجدات وفك العزلة عن الكفاءات التي من شأنها تأهيل وتثمين التراث وجعله رافعة للتنمية المستدامة، جامعة موصولة مع العالم منفتحة عليه منكب على تدارس واقع التراث اللامادي وأفاق تطويره واستثماره، جامعة تعاونية تسعى إلى تطوير القدرة على العمل في مجموعات وشبكات ومع مختلف الشركاء وجعل بيئة التعلم مفتوحة وشمولية تخدم التراث (عراي مراد، 2019، ص ص 89-90) وهناك محاولات جيدة انتهجتها عدة دول لتطوير سياسة تعليم التراث، مثل تجربة الهند وبعض دول أمريكا اللاتينية، إذ يوظف التراث في البرامج التعليمية، بهدف تحقيق أهداف التنمية والحفاظ على التراث في الوقت ذاته.

في الأخير نقول إنه ينبغي التنبيه إلى أن تضمين التراث بكل أنواعه في البرامج التعليمية لا بد أن يكون بتشجيع نقل التراث بروح من التسامح في مجتمع قد تتعدد أطرافه الاجتماعية وتتباين أصوله، كل ذلك ربما يقود إلى زيادة الاهتمام بالمعاني العميقة التي ينطوي عليها التراث وعلاقته بالممارسات الاجتماعية الأخرى، ولما كان الحديث هنا عن الشباب ودورهم في نقل وما ينتظر من الأنساق التربوية المختلفة وما تلعبه من دور في هذا المضمار، ومع التقدير للجهود المتراكمة والهادفة إلى صون التراث في العقود الأخيرة، وإننا بذلك نحمل الأجيال المعاصرة عبئا ثقيلا يفوق طاقتها، ولهاذ وجب القيام بخطوات احترازية مهمة لكي لا يظن الجيل الجديد أننا نثقل كاهله ونحن نضع سياسات حفظ التراث الثقافي غير المادي وصونه، مما ينعكس سلبا على عملية الصون لهذا التراث بمجملها (هياجنة هاني، 2010، ص ص 05-06).

المطلب الثالث: نماذج وتجارب دولية رائدة الحفاظ على التراث الحرفي

أولاً: الدول العربية

- التجربة المغربية: في المغرب يُعد توارث واستمرارية الحرف اليدوية التقليدية من مستلزمات الحياة اليومية، وهذا ما ساعد كثيراً في الحفاظ على التراث الحرفي في مدن المملكة المغربية، ومما لا شك فيه أن أعمال الحفاظ وأعمال إدارة أعمال مدينة فاس المدرجة في لائحة التراث العالمي والممولة من البنك الدولي على الرغم من طول الفترة التي احتاجتها تلك الأعمال تعطي مثالا جيدا على شمولية تلك الأعمال وحسن نوعية تنفيذها (عليان، 2005، ص ص 190 - 195).

تشمل الحرف التقليدية بالمغرب كل الأنشطة الحرفية التي يمارسها الحرفيون ومختلف الصنائع والخدمات المعروفة في الوسط المغربي التقليدي، ويمكن اعتبارها إحدى أسس التجارة الداخلية والتبادل بين البوادي والمدن، ويعد هذا القطاع ثاني مشغل لليد العاملة بعد الفلاحة، وتنوع منتجات الحرف والصناعات التقليدية بتنوع أذواق الصناعات ومهاراتهم، ويمكن حصرها في الغزل، النسيج، النحاس، الخزف.... إلخ، ويندرج قطاع الصناعات التقليدية بالمغرب تحت وصاية وزارة الاقتصاد الاجتماعي والمقاولات الصغرى والمتوسطة والصناعة التقليدية (جودة أيمن، 2021، ص ص 223 - 225).

يندرج قطاع الصناعة التقليدية بالمغرب تحت وصاية وزارة الصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي، وتتولى السلطة الحكومية المكلفة بالصناعة التقليدية مهمة إعداد السياسة الحكومية في مجال الصناعة التقليدية وتمارس الوصاية على المؤسسات العمومية والمنظمات الأخرى التي لها علاقة بهذه السلطة، واعتبارا لدور الحرف والصناعات التقليدية في المجالات التنموية، تعددت اهتمامات المملكة بالصناعات التقليدية حيث تم الحرص على رد الاعتبار لها من خلال القرارات والإجراءات الرائدة التي ساهمت في إعطائه دفعا هاما، لقد انخرط المغرب في سلسلة إصلاحات تستهدف انفتاح الاقتصاد الوطني في المحيط الاقتصادي العالمي، هذا الانخراط

الذي يندرج في إطار محيط سوسيو اقتصادي جديد، وإحداث مناطق للتبادل الحر إضافة إلى توقيع المغرب على عدة اتفاقيات شراكة من بين أهمها اتفاقية مع الاتحاد الأوروبي، الشيء الذي حتم على المغرب رفع التحدي الاقتصادي والاجتماعي، وذلك عن طريق تأهيل وتقوية جهازه الإنتاجي، وهذا ما لمسناه من خلال رؤية 2015 التي تركز على سياسة انتعاشيه واسعة تؤسس لبناء صورة متميزة للصناعة التقليدية المغربية على مستوى الأسواق المستهدفة، يتولى أدوارا اقتصادية على الصعيد الوطني عوض الاكتفاء بالدور الاجتماعي الذي كان يلعبه من قبل (عليان، 2005).

- التجربة التونسية: إن تونس بلد عريق في تاريخه وحضارته، يقع في قلب العالم، كما يعد ملتقى مختلف الحضارات التي عرفتها منطقة البحر الأبيض المتوسط منذ القديم، وقد تركت كل تلك الحضارات بصماتها في ثقافة التونسيين وسلوكهم ولغتهم وصناعاتهم وحرفهم، وتزخر تونس بمنتجات حرفية التي زادت السياحة تطورا وانتعاشا، حيث تعتمد تونس على الحرف والصناعات التقليدية كقطاع واعد يزخر بإمكانيات هامة لدفع الاستثمار والتشغيل والتصدير، ولتحقيق الأهداف التنموية والارتقاء إلى مستوى أفضل من النمو، لهذا تعمل تونس على تعزيز مساهمة قطاع الحرف والصناعات التقليدية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ومتابعة التوجهات الأساسية وتنفيذ المخططات وضبط الأولويات تماشيا مع تطوير وتنمية الصناعات التقليدية، والنهوض بالكفاءات المهنية للموارد البشرية العاملة في القطاع، والمساندة الفنية وتنمية الابتكار والبحث والتجديد لدى الحرفي والمؤسسات الحرفية، وكذا إرساء منظومة للجودة والمراقبة لحماية منتوجات ومختلف أنشطة الصناعات التقليدية على المستوى الوطني والدولي.

تعتبر استراتيجية النهوض بالصناعات التقليدية في أفق 2020 من أهم الإجراءات التي تم إقرارها لفائدة قطاع الحرف والصناعات التقليدية في تونس، إذ تقدمت بخطة عمل للرفع من القدرة التنافسية للقطاع والتأقلم مع المتغيرات تتمثل في إنجاز مشاريع إلى أفق 2016، وتهدف الاستراتيجية إلى الارتقاء بالقطاع إلى:

- جعل الصناعات تقليدية عصرية، تتكون من مجموعة اقتصادية واجتماعية متناسقة تحمل هوية متجذرة ومترسخة في القيم والتقاليد وموجهة نحو الجودة والابتكار.

- تصبح الصناعات التقليدية بتونس منتوجا يتميز بطابعه التراثي، ويرتكز أساسا على المهارات اليدوية في كافة مراحل إنتاجه (تاج الدين صحراوي، 2019، ص ص 198-202).

- **التجربة الأردنية:** يعد الأردن من البلدان الغنية بالحرف اليدوية القديمة التي توارثتها الأجيال المتعاقبة كصناعة البسط والسجاد اليدوي، والحلي اليدوية الفضية والأواني الخزفية والفخارية والزجاجية والتطريز، والسلال وغيرها من الصناعات اليدوية التي تمثل موروثا حضاريا وتنوعا ثقافيا يعكس روح الحضارة الإسلامية والعربية، ويعد المنتج الحرفي الأردني من المنتجات الحرفية المميزة في المنطقة، إذ أضحت قادرا على الدخول والمنافسة في الأسواق الخارجية، وخاصة إن تمكنا من وضع علامة وطنية تميزه عن غيره من الصناعات المستوردة، وتجدر الإشارة إلى أن الدولة الأردنية قد حرصت على دعم وتمكين المرأة الأردنية كمنافسة في قطاع الحرف والصناعات اليدوية التقليدية وخلق أدوار قيادية لها وتعزيز قدرتها عن طريق إشراكها في النشاط الحرفي مما ساهم في تطوير هذا القطاع بشكل كبير جدا، أصبح صون التراث الثقافي غير المادي غاية تسعى لتحقيقها المجتمعات والدول والمنظمات الحكومية وغير الحكومية.

إن الأردن قد قطع شوطا طويلا في مجال الحرف والصناعات التقليدية اليدوية باعتراف جهات دولية عديدة، كما حاز الحرفيون الأردنيون على احترام وتقدير عدد كبير من المنظمات الدولية العالمية، وقد توج هذا الإعجاب بفوز مدينة مادبا بلقب المدينة العالمية للحرف اليدوية لعام 2016، وحظي قطاع الحرف اليدوية التقليدية في الأردن باهتمام الحكومات المتعاقبة كونه يشكل ركيزة من ركائز التنمية الاقتصادية (الفرجات،

2017، ص ص 94-99).

ب- الدول الغربية:

- **التجربة الأمريكية:** وضعت أمريكا استراتيجية دعم وتشجيع الصناعات الحرفية، حيث كانت تلك الاستراتيجية تهدف إلى إعطاء دور أكبر لذلك الحجم من الصناعات في تنمية الاقتصاد الأمريكي، من خلال ضخ مدخرات أكبر من القنوات الاستثمارية في ذلك الحجم من الصناعات، للحد من مشكلة البطالة وتحقيق معدلات نمو مضطردة في عناصر الإنتاج، وقد ارتكزت تلك الإستراتيجية على المحاور التالية:
- إنشاء جهاز مركزي عرف باسم (الإدارة الاتحادية للمنشآت الصغيرة)، يتولى تنفيذ السياسة فيما يتعلق بتنمية ودعم المشروعات الصغيرة.
- قيام الإدارة الاتحادية الصغيرة بوضع برامج وتقديم الاستشارات اللازمة.
- وضع نظام تمويلي خاص لمساعدة الصناعات الصغيرة، يشجع المستثمرين على طلب الائتمان اللازم لتمويل مشروعاتهم الصغيرة.
- **التجربة الكندية:** اعتمدت التجربة الكندية على تقديم الدعم للنشاطات الحرفية، وقد ارتكزت الإستراتيجية الكندية في تشجيعها لهذا النوع من الصناعات على المحاور التالية:
- تطبيق نظام تمويلي يتولى تقديم الدعم المالي للمشروعات الحرفية.
- وضع نظام للإعفاءات الضريبية على أنشطة الصناعات الحرفية.
- تشجيع البحث والابتكار للمنتجات وتطوير أساليب الإنتاج في الصناعات الصغيرة.
- تشجيع الصناعات الصغيرة التي تتمتع بقدرات وإمكانيات تصديرية (جودة أيمن، 2021، ص 219).
- **التجربة الألمانية:** يعتبر قطاع الحرف والصناعات التقليدية بألمانيا القطاع الأكثر تنوعاً، فهو يمثل قلب اقتصاد هذا البلد، الحرف والصناعات التقليدية في ألمانيا تحمل تأثيراً كبيراً على الحياة العامة للألمانيين نظراً لمزاجتها بين الجانب الاجتماعي المليء بالتقاليد المثمرة والممتدة والجانب الاقتصادي بعرضها مجموعة كبيرة

ومتنوعة من المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية، ولقد أولت ألمانيا أهمية بارزة جدا للحرف والصناعات التقليدية بدليل توفير الحكومة الألمانية لكافة أشكال الدعم القاعدي اللازم لترقيته إلى جانب إمكانية استفادته من دعم المنظمات الأوروبية والدولية، ومن أهم آليات المساندة الموجهة للقطاع على سبيل المثال:

اتحاد الصالونات الحرفية (GHM): وهو اتحاد لمراكز تسوق مخصصة للحرفيين ومتخصصة في تلبية احتياجاتهم، تعمل على المستوى الوطني والدولي ولها شبكة ممثلة في 80 دولة، هدفها الرئيسي هو تقديم المشورة الفردية ودعم العملاء والمساعدة في التخطيط والتنسيق وتوفير الدعم العملي لتصميم جناح وتنظيمه.

معهد تسير الجودة للصناعات التقليدية (ZERT- ZDH)، والذي يهدف إلى دعم المؤسسات في جميع جوانب الحصول على شهادات المطابقة وضمان ومراقبة الجودة.

معهد الصناعة التقليدية والحرف الألماني (DHI)، هذا المعهد عبارة عن منشأة علمية خاصة بالحرف والصناعات التقليدية، حيث يقوم بنشر مجموعة واسعة من المواضيع، وهو المعهد الرئيسي لستة معاهد موزعة على مستوى التراب الألماني، هدفه الرئيسي هو تشجيع البحث العلمي في الحرف والصناعة التقليدية في مجالات تكنولوجيا المعلومات، الإدارة، التسويق، الإبداع، المهارة، التكوين، السياسات العامة، وهو ممول من طرف وزارة الاقتصاد الألمانية.

معهد التكنولوجيا الحرفية (HPI) مهمته الأساسية هو تمكين المؤسسات الحرفية وكذا الصغيرة من التكيف مع التطورات التكنولوجية المختلفة والعمل على التنمية والإبداع، وكذا المساهمة في التكوين المهني كمهمة أساسية واعتماد نظام نموذج يعتمد على دمج التكوين الأكاديمي والمهني (جودة أيمن، 2021، ص 220).

- التجربة الفرنسية: يندرج قطاع الحرف والصناعات التقليدية بفرنسا تحت وصاية وزارة الاقتصاد والمالية والصناعة، ويحظى هذا القطاع في فرنسا باهتمام كبير من طرف السلطات المعنية، ويحظى بإجراءات تنظيمية وتشجيعية كبيرة سعياً من هذه السلطات لتطوير الحرف والحفاظ عليها، حيث تمثل الحرف التقليدية في فرنسا وحدها 25% من الاقتصاد الفرنسي، وهذا يدل على ديناميكية هذا القطاع الذي يعمل به 3,1 مليون عامل، مع أكثر من 250 مهنة مختلفة في المواد الغذائية والبناء والإنتاج، كما توفر الحرف والصناعات التقليدية في فرنسا العديد من فرص العمل

للمتخرجين الشباب والمؤهلين ، وذلك عن طريق إنشاء منتدى Studyrana وهو مكان للتبادل بين طلاب المدارس الثانوية والطلاب والمعلمين المحترفين، كما يمكنهم هذا الموقع من التعريف بأنفسهم وعرض حرفتهم وتقديم منتجاتهم، ولذلك زاد عدد الأعمال التجارية من الحرف اليدوية بنسبة 11,3 % من الاقتصاد الفرنسي بنسبة 6 ملايين كل عام من خلال الصادرات وارتفع عدد الوظائف إلى 1,200,00 وظيفة ، والتي كانت أغلبها في قطاعات: البناء، الخدمات، التصنيع، الغذاء، كما يقوم القطاع بتوظيف وتدريب 180 ألف شاب سنويا، ومن أهم هذه المهن نجد: صانعي الأجبان والشكولاتة، صانعي الزجاج والحرف والمجوهرات، الطلاء... إلخ (إسماعيل ، مزيان ، 2022، ص 137) ومن الإجراءات التنظيمية والتشجيعية الموضوعية لفائدة الحرف والصناعات التقليدية نجد:

الجمعية الدائمة لغرف الصناعة التقليدية (APCM): وتمثل هذه الجمعية غرف الحرف والصناعة التقليدية بفرنسا على مستوى فرنسا والاتحاد الأوروبي والدولي وتوحد بين 106 غرفة إقليمية، و 22 غرفة جهوية.

الاتحاد المهني للحرف (UPA): والذي يجمع بين 50 نقطة منظمة مهنية موزعة على التراب الفرنسي، وحوالي 4500 نقابة إقليمية، والتي بدورها تتجمع داخل كونفدراليات ممثلة لميادين الصناعة التقليدية، CGAD، وهذا الاتحاد هو ممثل قطاع الحرف بفرنسا.

مرصد المساعدات المقدمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المطور من طرف المعهد العالي للحرف وهذا المرصد عبارة عن قاعدة مجانية يتم تحديثها باستمرار تشتمل على قاعدة معلومات حول جميع أجهزة الدعم المالي المتاحة أوروبا ووطنيا وجهويا وإقليميا، منظمة على المباشر ويمكن استثمارها إلكترونيا، وهي مخصصة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، وتمكن هذه البوابة المقاول الحرفي من الحصول على المعلومات عن كافة المساعدات والدعم التي يمكن أن يستفيد منها، والمتعلقة بإنشاء أو تطوير أو نقل ملكية مؤسسة، فضلا عن تفاصيل دقيقة حول الدعم الموفر لكل مشروع (بن العمودي، 2012، ص 42).

المبحث الثالث: حماية وصون التراث الحرفي في ظل التحديات الراهنة

خصصنا المبحث الأخير من هذا الفصل للتطرق إلى حماية وصون التراث الحرفي في ظل التحديات الراهنة، بالحديث عن المشاكل والصعوبات التي يواجهها هذا التراث، كما تم عرض بعض الحلول والتدابير التي قد تساهم في حمايته ومن بين هذه الحلول وسائل الاعلام والوسائط الجديدة التي تم التركيز عليها بصورة مباشرة، وهذا نظرا لأهميتها الكبيرة في حماية وصون التراث الحرفي.

المطلب الأول: إشكالات وتحديات حماية وصون التراث الحرفي

لعل أبرز عائق يواجه التراث الحرفي والصناعات التقليدية هو العولمة، لأنها تمثل التحدي الأبرز أمام التراث ككل والتراث الحرفي بصفة خاصة، لأن التراث الثقافي بصفة عامة والتراث الحرفي بصفة خاصة هو الحاضنة التاريخية للشعوب، من هنا فإن الحفاظ عليه يعتبر من أولى الأولويات على الإطلاق، غير أن العولمة ونمط الحياة المتسارع صعب المهمة بشكل كبير على المهتمين بحفظ تراثهم للأجيال القادمة، فما يحدث اليوم زحف كبير للعولمة، بات يشكل تهديدا لمنظومات القيم والرموز وتغييرا في المرجعيات الوجودية وأنماط الحياة، فلقد تمكنت العولمة ووسائلها من اختراق الحدود الثقافية بترويج وترسيخ ثقافات أخرى للشعوب غير ثقافتها، ومن هنا أصبحت الثقافات الحقيقية للشعوب مهددة بالذوبان في خضم هذه العولمة و تيارها الجارف، ويحرص أصحاب العولمة على توظيف كل الخبرات والوسائل الفنية والتقنية والتكنولوجية، وكل ما يعمل على التلاعب بالعواطف وتغيب الوعي، كل هذا من أجل تهميش الثقافات القومية، وطمس تراثها والقضاء عليه، ففي ظل تجليات الحداثة والعولمة وصلت الأمور حتى لدرجة سرقة ونهبه (عبد العزيز مني، العبد الله ، 2012، ص 1540)، فقد تأثر التراث الحرفي بموجة العولمة، لأن هذه الأخيرة عملت على نبذه وتجاوزه نحو الحداثة، خاصة لأنه يعتبر من التراث اللامادي، نظرا لكونه المرجعية الشرعية والحركية الطبيعية في المجتمعات التي أنتجته،

وهذا ما نلاحظه في الوقت الراهن ففي ظل تجليات الحداثة والعولمة، يكاد التراث الحرفي يندثر ويختفي (باخويا ، 2016، ص 107).

- ومن التحديات التي تواجه التراث الحرفي نجد تحريف هذا التراث، لأن عملية نقل التراث الحرفي بكل أنواعه إلى الأجيال القادمة ليست سهلة، فاحتمالية تحريف القيم التراثية المتواجدة فيه تُعد من أبرز الأخطار التي تواجهه لأنه إذ لم تتم عملية نقل هذا التراث بالطريقة الصحيحة والفعلية يفقد قيمته الفعلية ومعناه ودوره الحقيقي في المجتمعات التي يتواجد فيها (عبد العزيز منى، العبد الله، 2012، ص 1540).

- أيضا من التحديات نجد السيطرة الخفية التي تمارسها بعض الحكومات على المنظمات الدولية، بحيث يجعل هذه الأخيرة تحيد عن ممارسة وظيفتها في مجال حماية التراث الثقافي بصفة عامة والتراث الحرفي بصفة خاصة، وخصوصا في حالات الحرب والتهريب.

- عدم انضمام بعض البلدان إلى الاتفاقيات المعنية بحماية التراث الحرفي، وعدم اتخاذها للتدابير اللازمة لتوفير الحماية من خلال التشريعات واللوائح الوطنية.

- غياب التنسيق الفعال بين المنظمات الدولية، والمؤسسات الوطنية العاملة في مجال حماية التراث الثقافي، وما يترتب على ذلك من ازدواجية في العمل وهدر للجهد والمال، والطاقات.

- قلة الموارد المالية وعدم توفرها بالقدر الكافي الذي يمكن منظمات حماية التراث الحرفي من تحقيق طموحاتها، وتوسيع أنشطتها في مجالات الحماية، والحفاظ.

- عدم تبني قضايا التراث والممتلكات الثقافية واليدوية والحرفية في المناهج التعليمية في كثير من البلدان.

- نشوب الحروب والنزاعات المسلحة التي فرضت نفسها على المنظمات الدولية العاملة في مجال حماية التراث الثقافي بصفة عامة والتراث الحرفي بصفة خاصة، الأمر الذي أضاف عبئا كبيرا على هذه المنظمات، فلم

تستطع هذه المنظمات إيقاف عمليات التدمير والتهريب والنهب الذي يتعرض له التراث الثقافي بفعل

الحروب، أو العدوان العسكري المسلح الذي يطال بعض البلدان (الهياجي، 2016، ص 106).

- قلة الدراسات الأكاديمية والعلمية التي تخص مناهج البحث في إشكالية صون التراث الحرفي، مما يحتم توسيع

دائرة الاهتمام العلمي والجامعي بهذا المجال (تقرير تقييمي لسلسلة الدورات التدريبية لبناء القدرات العربية

في مجال التراث الثقافي غير المادي، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم،

2013-2015، ص 65).

- الاندثار وبداية الزوال: بدأت تتعرض بعض الحرف والصناعات التقليدية للاندثار نتيجة تضافر عدة عوامل،

كقلة مراكز تدريب المواطنين على ممارسة الحرف التقليدية، وهجرة الحرفيين لحرفهم القديمة من أجل وظائف

أسهل وظائف بدخل أفضل وأمان مهني واجتماعي، وكذا افتقاد الفخر بالإنتاج الوطني للحرف، وتفضيل

المنتجات الأجنبية ومنافستها في السعر والجودة، وهجرة الحرفيين لموطنهم الأصلي، ولا ننسى ندرة المواد الخام

وارتفاع أسعارها، مما جعل التجار والحرفيين يستبدلون بها مواد تعطي نفس الشكل ولكنها تفتقد الأصالة، مما

أدى إلى ندرة المنتجات الأصلية وارتفاع أسعارها في كثير من البلدان.

- ظهور الآلات الحديثة التي أدت إلى ضياع تقاليد بعض الحرف، بل وافتقار بعض الحرفيين للمهارات المطلوبة

(بن زيدان، بودية، زيان، 2019، ص ص 137-138).

المطلب الثاني: الحلول والتدابير لحماية وصون التراث الحرفي

بعد ذكرنا لأهم وأبرز التحديات التي تواجه التراث الحرفي، والتي تُعيق بدورها الحماية والحفاظ على هذا التراث، ولمواجهة هذه التحديات والقضاء عليها لابد من اتخاذ التدابير والحلول الكفيلة إن لم نقل السريعة من أجل صون هذا التراث وضمان استمراره وتواجده لدى الأجيال القادمة وبالتالي نضمن عدم اندثاره وديمومته، وهنا نجد عدة مساع وجهود من أجل هذا، ولعل منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) كانت من أوائل المطالبين والمنادين بحماية التراث الثقافي والحفاظ عليه، وهنا قمنا بالتطرق أولاً إلى التدابير والحلول التي اتخذتها هذه المنظمة لأنها تدابير مهمة ولأنها ذات بُعد دولي وذات نطاق واسع وشامل، لأن منظمة اليونسكو اهتمت بتحديد الأطر العامة التي يتم من خلالها تنظيم وتوجيه عمليات الحفاظ على الموروث الثقافي، ومنه أردنا إسقاط هذه التدابير على التراث الحرفي كون التراث الحرفي كما ذكرنا سابقاً هو جزء لا يتجزأ من التراث الثقافي لأنه يندرج ضمن التراث المادي والتراث اللامادي معاً، وقد كانت التوصيات التي أقرتها منظمة اليونسكو في مؤتمراتها وقوانينها بشأن حماية هذا التراث أتت بتبني تدابير علمية وتقنية وإدارية وتشريعية ومالية من أجل تفعيل آليات الحماية والعمل على استمرارها، ومن أهم هذه التدابير نجد:

التدابير العلمية والتقنية: تؤكد المواد رقم 19 و 20 و 21 على ضرورة أن تتخذ الدول الأعضاء الترتيبات اللازمة لصيانته تراثها الثقافي بعناية تامة وبشكل دائم، ولهذا توصي اليونسكو باتخاذ التدابير لإجراء رقابة منتظمة على عناصر هذا التراث وبالأخص التراث اللامادي وأنواعه كالحرف التقليدية، وأن تقوم الدول بدراسة الأساليب الفعالة لدعم حماية عناصر التراث، وتبحث في المشكلات العلمية والتقنية والفنية المطروحة وتحديد الوسائل التي تستخدم لمعالجتها.

التدابير الإدارية: تدعو المواد من رقم 29 إلى 39 الدول الأعضاء إلى حصر التراث الثقافي بهدف حمايته، بما في ذلك الممتلكات التي لا تتسم بأهمية فائقة، وبعدها تجميع نتائج هذا الحصر بطريقة ملائمة وترتيبها وتنظيمها، وهنا على الدول الأعضاء أن تضع خططاً قصيرة وطويلة الأمد تقوم على حصر تراثها ككل وتستهدف إقامة شبكة لصون هذا التراث حسب احتياجات البلد.

التدابير التشريعية: تناولت المواد من رقم 40 وحتى الرقم 48 ضرورة صون ممتلكات التراث الثقافي بكل أنواعه، وبالأخص الممتلكات اليدوية المتمثلة في الحرف والصناعات التقليدية، وتسهيل إحياء عناصرها من خلال أحكام خاصة تطبق على الأفراد، وعلى السلطات العامة التي تملك عناصر من التراث، وهنا لا بد من إلزام الحصول على ترخيص من المصالح المتخصصة قبل إحداث تغييرات أو تعديلات من شأنها تغيير مظهره، وكذا إعداد قوانين متعلقة بتخطيط التنمية تأخذ في الاعتبار التشريعات المعمول بها في مجال صون التراث الثقافي بكل أنواعه، وفرض عقوبات أو جزاءات إدارية وفقاً للنصوص القانونية والدستورية المعمول بها في كل دولة، على كل من يتعمد هدم أو تشويه أو إتلاف أي موروثة تراثي سواء كان مادياً أو غير مادي مشمول بالحماية أو له أهمية أثرية أو تاريخية أو فنية.

التدابير المالية: هنا حثت المواد من 49 إلى 54 على اتخاذ تدابير مالية وآليات عمل وتسهيلات ضريبية ومحفزات وتعويضات وتوفير صندوق خاص من أجل تأمين صيانة الممتلكات الثقافية من بينها الحرف والصناعات التقليدية، وكذا الحفاظ عليها وإحيائها، وهنا منظمة اليونسكو أكدت بشكل خاص على ضرورة أن تخصص السلطات العامة في ميزانياتها اعتمادات خاصة لحماية التراث الذي تعرض للخطر والتلف من جراء أشغال عامة أو خاصة واسعة النطاق (الهيأجي، 2016، ص 106).

على ذكر ما سبق نستخلص أن منظمة اليونسكو تعد أهم فاعل في اتخاذ الإجراءات والتدابير من أجل حماية التراث الحرفي وصونه، وهذا ما لمسناه من خلال القوانين والتشريعات في هذا الشأن، فهذه المنظمة كانت ولا زلت تسعى من أجل الحفاظ على هذا التراث لضمان استمراره وديمومته، لكن يوجد تدابير إضافية أخرى أردنا الإشارة إليها والتي لا بد من العمل بها، وهذا للتغلب على الصعوبات التي لا يزال يعاني منها التراث الحرفي، ومن بين هذه التدابير والإجراءات نذكر:

- تعريف النشء والجيل الجديد بهذا التراث، ويكون ذلك من خلال التوعية بأهمية التراث لضمان استمراره، وتعزيز وجوده، وبيان وظيفته وضروره صونه، بهدف رفع الوعي بالتراث الحرفي من أجل صونه وتثمينه.

- إعادة بعث وإحياء الحرف التقليدية القديمة من جديد، وعمل برامج خاصة تعترف بالحرفيين التقليديين وترفع من قيمتهم، فالحفاظ على الحرف المرتبطة بالتراث واجب للحفاظ على الهوية الثقافية، ومن هنا يجب توثيق هذه الحرف والقضاء عن مشاكلها وأسباب تدهور بعضها واندثار البعض الآخر، فالحرف تواجه خطر الانقراض بسبب العديد من المعوقات كغياب العائد المادي الذي يكفل للعاملين فيها الاستمرارية، وعدم الاعتناء بها وتركها تندثر (عبد العزيز مني، حسين عبد الله، 2012، ص ص 1534-1547).

- نشر ثقافة الوعي والاهتمام والحفاظ على التراث الحرفي، والتي تهدف إلى إبراز هذا التراث للشعوب، باعتباره من مقومات المجتمعات الإنسانية، ومزيج المقومات التراثية والتاريخية بالأنشطة الإنسانية المعاصرة.

- إيجاد التشريعات القانونية الصارمة التي تضمن حماية الموروث الحرفي، ومنع الاعتداء عليه لضمان ديمومته، والحرص على ضمان الحماية القانونية اللازمة لهذا النوع من التراث ومظاهره وفقا للاتفاقيات الدولية المصادق عليها، وبالتالي منع طمس التراث الثقافي في مختلف أنحاء العالم (المرجع نفسه، 2012).

- تفعيل دور المجتمعات المحلية وجميعيات المجتمع المدني في صون التراث، وذلك من خلال إشراك المجتمع المحلي والجمعيات في عملية الحفاظ على التراث الحرفي، وذلك من خلال الحث على المشاركة المجتمعية الواسعة في

عمليات الصون والحفاظ بشكل فاعل، وعند الاقتضاء مشاركة المعنيين والأفراد والممارسين، وتكون مشاركتهم لكافة المراحل بدءًا من التخطيط وجمع المعلومات حتى التنفيذ.

- لا بد أن يكون هناك اهتمام حكومي بعمليات الصون والحماية للتراث الحرفي، عن طريق اتخاذ التدابير اللازمة بهذا الشأن، واعتماد سياسات لجرده وتوثيقه وحصره وتنميته، وجعله رافدا من روافد التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية بدلا من أن يكون واقع حال هذا الموروث الثقافي الضياع والإهمال والاندثار (معلا طلال، 2017، ص 24).

- العمل على توثيق المصادر والممتلكات التراثية وبالأخص اليدوية والتقليدية منها، وتعتبر عملية التوثيق من أولى خطوات الحفاظ على تراثنا الثقافي وهي عملية ضرورية وملحة قبل أن يُفقد ذلك التراث ويندثر.

- التعاون بين الجامعة والعاملين في مجال الحفاظ على التراث الحرفي في القطاعين العام والخاص، وإيجاد العلاقة المتجانسة بين الجانبين النظري والعملي اللذين لا يمكن الفصل بينهما.

- مساعدة وتقديم التسهيلات من قبل الحكومة والإدارة المحلية لمن يرغب من القطاع الخاص بالقيام بترميم ملكيته إن كانت من التراث الثقافي.

- الاهتمام بالشركات التي تنفذ أعمال الحفاظ والإدارة للمصادر التراثية، فهي من الأمور المهمة لإكمال العمل بشكل جيد، وهنا لا بد من اختيار الشركة ذات الخبرة المتخصصة في تنفيذ تلك الأعمال (عليان، 2005، ص 19).

- تشجيع وتعزيز التعاون الدولي والإقليمي بين المنظمات المعنية بالتراث الحرفي بغية تبادل المعارف بشأن صون وحماية هذا التراث والحفاظ عليه من خلال تشاطر المعلومات والخبرات بين الشبكات الدولية والمراكز البحثية المتخصصة في هذا المجال، وذلك من أجل بناء القدرات في حقل التدريب والبحث والصون في مختلف مجالات التراث، وتشجيع الدارسات والأبحاث العلمية لصون التراث الثقافي، وخاصة المعرض منه لخطر النهب

والتدمير، ويكون ذلك من خلال تكوين شبكة وطنية ودولية مختصة بين الممارسين والخبراء والمسؤولين في مجال التراث الحرفي، وكذا توظيف مجموعة من المختصين بهذا التراث بغرض الاتصال و التنفيذ الفعال لأنشطة الصون، وأيضا لابد على الدول التي ليست لديها مؤسسات وأطر في مجال صون التراث الثقافي غير المادي على المبادرة باتخاذ اللازم بهذا الخصوص والاستفادة من تجارب دول أخرى في هذا المجال.

- وجوب حرص الدول على تضمين موضوع التراث الحرفي في استراتيجياتها وخططها الوطنية.
- تعزيز دور الإعلام ووسائله واستثماره في صون التراث الحرفي.
- تعزيز دور المؤسسات التعليمية في صون التراث غير المادي والتوعية بأهميته ونقله إلى الأجيال القادمة.
- تعزيز نشر التراث الحرفي بغرض توعية الجمهور، وخاصة جيل الشباب، بأهمية هذا التراث، وذلك من خلال تشجيع تنظيم الأحداث العامة، مثل العروض الفنية والمعارض، وكذا نشر المطويات والكتب بهذا التراث (تقرير تقييمي لسلسلة الدورات التدريبية لبناء القدرات العربية في مجال التراث الثقافي غير المادي، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2013-2015، ص 72).

المطلب الثالث: وسائل الاعلام والوسائط الجديدة جانب جديد من جوانب حفظ التراث الحرفي

يمثل التراث الحرفي ثروة حضارية تترجم قيم وأفكار ومعتقدات وعادات وتقاليد الشعوب، ولأن التراث يمثل هوية الأمم، كان لابد من التمسك بأصالته والمحافظة عليه، فهو التاريخ والمرآة الحقيقية لأي حضارة، وعلاقة الإنسان بتراثه علاقة عضوية تتمثل في هويته، وترتبط بأبعاد تاريخية ودينية وثقافية واجتماعية وسياسية على حد سواء، (عواج سامية، 2020، ص 42)، وللحفاظ على هذا التراث ودوره في حياة المجتمع اليومية دون انقطاع وجعله ينتقل من جيل إلى جيل آخر، يجب علينا مواكبة التطورات والتحديات الراهنة من أجل ديمومته واستدامته، وهذا من خلال استخدام وسائل الإعلام ووسائط الاتصال الجديدة وتوظيفها لأجل صون ذلك التراث والحفاظ عليه، (بلهوارى، خبزاي، 2017، ص 16)، وهذا لأن هذه الوسائط لها الدور الفاعل في إبراز التراث الحرفي بكل جوانبه ونقله، من خلال الخدمات التي تقدمها وفق تقنياتها وأدواتها، فهذه الوسائط تعد كأحد ركائز ودعائم إعادة بعث الموروث الحرفي، للمحافظة على خصوصياته وكذا حفظه من الزوال (عواج سامية، 2020، ص 42).

وفي الوقت الراهن تعد وظيفة نقل التراث الحرفي وتثمينه من أهم الوظائف التي تضطلع بها وسائط الاتصال في المجتمعات، وقد اهتم بعض الباحثين بدراسة العلاقة بين الاتصال ووسائطه ووسائله والتراث، ووجدوا أنه قادر على التعريف به ونشره وتكوين صورة ذهنية إيجابية عنه وصونه.

إن عملية نقل التراث الحرفي إلى الأجيال القادمة من أجل الحفاظ عليه وديمومته يمكن أن تتم عبر عدة أنماط من الاتصال والمتمثلة في وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، وكذا الوسائط الاتصالية الجديدة، وقبل التطرق لأهمية الوسائط الاتصالية الجديدة في تثمين التراث الحرفي أولاً نُعرج على أهمية ودور وسائل الإعلام والاتصال التقليدية لأنه كان لها دور فاعل في تثمين التراث الحرفي وهذا قبل ظهور الوسائط الجديدة، والتي لازالت لحد اليوم تساهم في عملية صون التراث الحرفي وتثمينه، لهذا أردنا التطرق لهذا الدور باختصار لأنه كما

نعلم وسائل الاعلام والاتصال التقليدية هي الأساس والمنطلق في عملية التثمين لهذا التراث، فوسائل الاعلام والاتصال التقليدية تتخذ هنا عدة أساليب وطرق والمتمثلة في: الاتصال الشخصي، الاتصال الجمعي، الاتصال الجماهيري الذي يتم من خلال وسائل الإعلام.

- يتضمن الاتصال الشخصي عامة مواجهة بين القائم بالاتصال (الفاعلون في مجال التراث الحرفي) من ناحية والجماهير من ناحية أخرى وتتسم هذه المواجهة بأنها مباشرة وتهدف إلى التغيير في الاستجابات المعرفية والوجدانية للأفراد دون وجود قنوات أو عوامل وسيطة، ويمكن توظيف الاتصال الشخصي في نقل مفاهيم وخصائص التراث الحرفي، حيث يغلب قادة الرأي الذين يحتفظون بمكانة متميزة في جماعاتهم المرجعية وهم قادرون على الإطلاع بوظيفة نقل التراث إلى الآخرين كما أنهم قادرون على تدعيم الرسائل التراثية التي تبعثها أو تنشرها وسائل الإعلام عبر الزمن.

- ويستند نقل التراث الحرفي عن طريق الاتصال الجمعي على توسيع نطاق الجمهور المستهدف الذي يعتمد على مجموع كبير الجماهير ومن أبرز أشكاله الندوات والمؤتمرات والاحتفالات والملتقيات، كما يمكن توظيف الاتصال الجمعي في نقل التراث إلى الأفراد عامة وإلى قادة الرأي خاصة ويتسم هذا النمط الاتصالي بمرونته وسهولة إعدادة، كما أنه غير مُكَلِّفٌ ويسمح بالتفاعلية بين القائم بالاتصال والجماهير.

وقد لقيت عملية نقل التراث بدورها اهتماما من قبل القائمين على الاتصال الجماهيري بحيث تكون هذه العملية ضمن أولويات واهتمامات وسائل الإعلام وذلك عبر فترة زمنية طويلة، خاصة وأن التراث يتسم بكونه عملية تراكمية لا تحدث بين يوم وليلة ولكنها تقع عبر فترات ممتدة نسبيا من الزمن، وكما تعمل وسائل

الإعلام في المجتمع بالحفاظ على تراثه وخصوصيته عبر الزمن (عصام الدين الأمين، 2015، ص 42).

مما سبق عرضه لاحظنا الدور الذي لعبته وسائل الإعلام والاتصال التقليدية سواء كانت مرئية أو مكتوبة أو مسموعة في نقل التراث الحرفي والتعريف به من خلال من تعريف بالحرفة ومكان إنتاجها وتحفيز

المشاهد لاقتنائها وحتى الذهاب إلى مكان تواجدها، خاصة إذا ما تمكنت الوسيلة الإعلامية من إبراز مواصفاتها الجمالية والابتكارية وقابليتها للاستعمال ومنافعها (سباعي عويضة، 2008، ص 43).

كما لوسائل الاعلام والاتصال التقليدية دور في التعريف بالمنتج الحرفي وإظهاره، كونها تساهم في إبراز قيمة المنتجات الحرفية التقليدية للحفاظ عليها من طي النسيان والتهميش، وحتى المهرجانات والمعارض والصالونات لها دور كبير في عرض هذه المنتجات، حتى يتمكن الزوار من التطلع عليها واكتشافها لأنها تعكس الواقع الاجتماعي والثقافي والاقتصادي لأي منطقة كانت (بوسليم، 2002، ص 140).

في السياق ذاته ونظرا للدور الذي لعبته وسائل الإعلام والاتصال التقليدية في التعريف بالحرف والصناعات التقليدية والتراث ككل، حرصت منظمة اليونسكو على التأكيد على هذا الدور والأهمية، حيث دعت كل الدول الأعضاء لاستخدام هذه الوسائل في عملية صون هذه الحرف والحفاظ عليها من الاندثار وضمان استدامتها، من خلال المراسيم والتقارير التي تضمنت هذا الدور (تقارير منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، 2016).

وقد لاحظنا بأن منظمة اليونسكو تؤكد دائما على دور وسائل الإعلام في التوعية بأهمية التراث غير المادي ككل والتراث الحرفي على وجه الخصوص باعتباره وسيلة لدعم التماسك الاجتماعي، لأنه حسبها وسائل الإعلام تعتبر أداة فاعلة قادرة على إثارة الوعي لدى الجمهور ككل بتنوع مظاهر هذا التراث وتنوع أوجه التعبير عنه، وخاصة عن طريق إعداد برامج ومنتجات متخصصة تخاطب مجموعات مستهدفة مختلفة. أيضا لوسائل الإعلام السمعية البصرية أهمية في تعزيز بروز وإظهار التراث الحرفي في المجتمعات المحلية، وهذا من خلال شبكات البث المحلية، وللإذاعات الخاصة بالمجتمعات المحلية أن تؤدي دوراً رئيسياً في تحسين المعرفة باللغات والثقافة المحلية، وكذلك في نشر المعلومات عن ممارسات الصون الجيدة لهذا التراث.

بينما لا تزال وسائل الإعلام التقليدية تؤدي دورا مهما في نشر المعلومات والتأثير على الجماهير في عملية تثمين التراث الحرفي وصونه، ما فتى دور الوسائط الاتصالية الجديدة يظهر لخدمة التراث الحرفي، من أجل بثّه ونشره على نطاق واسع داخل المجتمعات وخارجها، (مشروع السياسة الثقافية للجزائر، 2013، ص 42) فكما نعلم أن تأثير العولمة وانتشارها أكثر عبر هذه الوسائط أدى إلى احتكار قطاع الاتصالات في العالم، مما جعل الثقافات ذات طابع أحادي، وهو الأمر الذي ألقى بآثاره السلبية على المجتمعات الأصلية التي تفككت تراكيبها الاجتماعية وثقافتها، ولهذه الأسباب وغيرها حرصت كل الدول إلى السعي نحو تعزيز تراثها الثقافي وحمايته بوسائل وأساليب شتى، ومن بين هذه الوسائل نجد استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة، لأن استخدام هذه الوسائط وتوظيفها في هذا المجال أضحت ضرورة ملحة باعتبار أن هذه التكنولوجيات والوسائط تعتبر بمثابة وسيط اتصالي فعال لصون الحرف والصناعات التقليدية، لأنها تمثل مجالا جديدا لنقل هذا التراث والحفاظ عليه، وهذا يعني أن استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة ستؤدي إلى الحفاظ على التنوع الثقافي في عصر العولمة، سواء من حيث الوسائل التعليمية والتربوية، أو من خلال الثقافة الرقمية، ولكن لا بد أن تضمن أي عملية استثمار للوسائط الجديدة مراعاة العادات والأنساق الاجتماعية والبيئات التي نشأت فيها تلك الحرف والصناعات التقليدية، وهذا لكي لا تفقد قيمتها الفعلية ومكانتها في المجتمع الذي وجدت فيه (تقرير تقييمي لسلسلة الدورات التدريبية لبناء القدرات العربية في مجال التراث الثقافي غير المادي، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2013-2015، ص 54).

إن توظيف التقدم التكنولوجي وبالتحديد الوسائط الاتصالية الجديدة في تقديم التراث الحرفي ونقله خلق سياسة حماية وصون، لهذا الملاحظ أن الدول التي تهتم بوسائط الاتصال الجديدة ليس من باب التطور التكنولوجي فقط، فهي تسعى إلى ما يخدم ثقافتها وترسيخ حاضرها، حيث تشير التحولات الأخيرة إلى التأثير

القوي للوسائط الاتصالية الجديدة في تقديم التراث الحرفي والحفاظ عليه (أعراب فهمية، 2011، ص 57)

ويظهر هذا في مايلي:

- أن للوسائط الإتصالية الجديدة دورا أساسيا في الحفاظ على التراث الحرفي وحمايته والتعريف به.
- تمكن الوسائط الاتصالية الجديدة من الإمداد بالمعلومات عن القضايا والموضوعات التي تخص التراث الحرفي لتكوين الرأي العام، وتوسيع الأفراد مما يدعم عنصر المشاركة الإيجابية.
- تساهم الوسائط الاتصالية الجديدة في تامين الحرف والصناعات التقليدية عن طريق حث وإشراك كافة المؤسسات العامة والخاصة ومنظمات المجتمع المدني في الاهتمام بالقضايا المتعلقة بهذه الحرف والصناعات.
- كما يمكن للممارسات الإعلامية والاتصالية الجديدة سواء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أو عن طريق التطبيقات الرقمية، المساهمة في تشكيل وعي جماعي حول أهمية التراث الحرفي وضرورة المحافظة عليه.
- بعد ظهور الوسائط الاتصالية الجديدة ، توجهت الكثير من المؤسسات الإعلامية إلى تبني استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة لتتولى تفعيل حالة التواصل بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة والتلفزيونية والإذاعية والهاتفية وجملة التطبيقات الإعلامية غير المسبوقة، وهذا لنقل وتوصيل الثقافة المحلية والحفاظ عليها وخصوصا المتعلقة بالحرف والصناعات التقليدية وهذا لحمايتها من الاندثار والزوال وهذا في ظل التيارات الثقافية الغربية ، حيث نجد مجموعة من المواقع الجزائرية ذات الطابع الوطني أو الولائي كموقع " خبار بلادي " الذي خصص جزءا تحت عنوان " التراث الثقافي الشعبي كمبادرة تحسب لصون التراث الثقافي المحلي ".
- أما الحديث عن الشبكات الاجتماعية وبالخصوص موقع الفيسبوك فهو إعلام خاص قائم بذاته يحوي العديد من الصفحات الإلكترونية المتعلقة بالتراث الثقافي، سواء الراصدة للجانب التاريخي للموروثات الثقافية وصفحات تهتم بالأثرية والتراث الغنائي أو اللباس الشعبي والحرف والصناعات التقليدية الجزائرية، ووفق اتفاقية بين منظمة الأمم المتحدة للتربية والتعلم والثقافة بالتعاون مع جوجل تم وضع تطبيق مخصص للهواتف

الذكية يمكن للمستخدمين التنقل داخل أي متحف ، موقع أثري أو مدينة تاريخية وكأنه بها، من خلال خاصية Google Street View ، وعلى هذا الأساس منحت اليونيسكو فرصة الولوج إلى المواقع الأثرية الجزائرية والعالمية عبر منصة جوجل لهواة الآثار والراغبين في اكتشاف ثقافات الشعوب وتاريخها.

خلاصة لهذا فيمكن القول إن التراث الحرفي يستفيد من الوسائط الاتصالية الجديدة باعتبارها فضاء جديدا وداعما من خلاله يمكن الوصول بشكل أسرع وأوسع إلى الجماهير، وبالتالي المساهمة في عملية التعريف بهذا التراث وقيمه وتوفير الحماية له وتثمينه في ظل التحديات المعاصرة، ولهذا فإن محاولة طرح رؤى مستقبلية حول إمكانية توظيف الوسائط الاتصالية الجديدة بتطبيقاتها المختلفة للتعريف بالموروثات الحرفية وحمايتها وتثمينها، أصبحت من الأولويات التي تسعى إليها المجتمعات المعاصرة لاسيما تلك المالكة لموروثات حرفية متنوعة، من خلال تعزيز علاقة الاستفادة المتبادلة بين متغيري " الوسائط الاتصالية الجديدة والحرف والصناعات التقليدية الجزائرية " (بن عمر، العربي، 2022، ص ص 44 - 60).

خلاصة الفصل

في ختام هذا الفصل، يمكن القول بأن التراث الحرفي يشكل نسيجاً متشابكاً من الماضي والتاريخ والحاضر للمجتمعات، وهو يعتبر إرثاً إنسانياً للأجيال القادمة لأنه يضمن لهم هويتهم وقيمتهم الإنسانية، لهذا سعت العديد من الدول والمنظمات والهيئات الدولية والمحلية لحماية هذا الموروث، وهذا من خلال التعريف به، وكذا اتخاذ مختلف السبل والآليات من قوانين وتشريعات ومراسيم.... وغيرها من الوسائل الكفيلة بحمايته، والتي تُسهم بدورها في توعية مختلف الشعوب بضرورة صونه والمحافظة عليه وتجديده ونقله إلى الأجيال الجديدة لتحقيق تنمية مستدامة له، بالإضافة لهذا سعت هذه الهيئات والمنظمات إلى تدوينه والبحث عن أساليب جديدة لإظهاره بأسلوب عصري، وهذا عن طريق الاستعانة بوسائل الإعلام وكذا الوسائط الاتصالية الجديدة وتوظيفها في النشاط الحرفي للتعريف به وإظهاره والمحافظة عليه وتثمينه وبالأخص في ظل التحديات الراهنة التي قد تهدد التراث الحرفي بالزوال والاندثار.

الفصل الرابع

تمهيد:

تُمثل الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية الذاكرة الحضارية للمجتمع الجزائري بوصفها من أهم الموروثات التقليدية التي توارثتها الأجيال، وباعتبارها رمزا للهوية الوطنية التي تجسد تراث الآباء والأجداد. وعلاوة على دورها في ترسيخ الهوية الثقافية والحضارية الجزائرية، فهي تحتل مكانة كبرى في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتحتل موقعا مهما في الاقتصاد الوطني من حيث مساهمتها في الناتج المحلي ومعالجة كثير من المشاكل الاجتماعية من خلال دورها في تقليص حجم البطالة، وكذا بوصفها رافدا أساسيا في الاقتصاد الجزائري بما توفره من سلع وخدمات ذات صلة مباشرة بحياة المواطنين، بالإضافة إلى دورها في خلق فرص عمل مضمونة الدخل من خلال تشغيل رأس المال بطرق نشطة، الأمر الذي أدى بالجزائر إلى تبني استراتيجية تنموية من أجل استدامتها والحفاظ عليها من الزوال، ولمعالجة موضوع الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية خصصنا هذا الفصل لطرح وعرض مجموعة من الجوانب المتعلقة بهذا الموضوع لكون الحرف والصناعات التقليدية تعتبر قطاعا حيويا له نفس أهمية القطاعات الأخرى في الجزائر.

المبحث الأول: الحرف والصناعات التقليدية مكون رئيس للموروث الثقافي الجزائري

يتناول هذا المبحث الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية نشأتها وتطورها، كما يستعرض خصائصها وأنواعها ليتطرق في الأخير لقيمتها وأهميتها كموروث ثقافي في المجتمع الجزائري.

المطلب الأول: سياق التطور التاريخي للحرف والصناعات التقليدية في الجزائر

عرف النشاط الحرفي في الجزائر جملة من التطورات أملت لها التغيرات وتعاقب الحضارات، إضافة إلى التحولات والظروف التي شهدتها الجزائر سواء من حيث تداول مختلف أنظمة الحكم أو من حيث مختلف التجمعات البشرية التي شهدتها المنطقة ما أثر على النشاط الحرفي في الجزائر وفي مسار تطوره وانتشاره والحفاظ عليه من الاندثار، وهذا ما سوف نعرضه ونقدمه في هذا المطلب.

أ - واقع الحرف والصناعة التقليدية الجزائرية قبل الاستعمار الفرنسي: كانت الجزائر في فترة المملكة الأمازيغية بقيادة الملك ماسينيسا تعرف انتشار كبير للحرف التقليدية والفنون، فقد تطورت في هذه الفترة بطريقة تلفت الانتباه فرغم المعلومات التاريخية القليلة عن هذه الفترة، إلا أن كل البحوث تؤكد على ازدهار الحرف التقليدية في تلك الفترة وانتشارها، وهذا التطور الذي حصل كان بفضل إسهامات كل من الحضارة اليونانية والحضارة المصرية القديمة، لأنه آنذاك كان الحاكم ماسينيسا يشجع التعاون والتبادلات الثقافية بين أصحاب الصنعة والحرف وهذه المبادلات أحدثت في الاقتصاد الفلاحي والحرفي تطورات كبيرة وجعلت من الجزائر قوة إبداعية كبيرة في المغرب العربي الكبير (شطبية، 2015، ص 39)، وقد كانت الحرف والصناعة التقليدية تنتشر في هذه الفترة بالمدن التي تكون ذات سوق محدودة، إلا أنها عرفت تطورا ملحوظا وذلك راجع إلى قدوم أفواج من اليهود والمسلمين من الأندلس الذين طردوا من إسبانيا سنة 1491 من طرف النصاري، حيث وفروا حركة صناعة في المدن مثل: ندرومة، الجزائر، مستغانم، شرشال حيث أحصى هايدو في القرن

التاسع عشر (19) عدد 3000 حرفي من النساجين في الجزائر بقسنطينة وتلمسان، وكان يوجد عدد كبير من المصانع للنسيج والإسكافة والسراجة والحداة، واختص اليهود بصنع الجواهر والساعات والحلي بالإضافة إلى الحداة والخياطة، حيث كانت الحرف والصناعات التقليدية آنذاك في الجزائر تكفي السوق الداخلية، وكان الإنتاج التقليدي مثل المنسوجات يُسوق في الأرياف تحت رعاية تجار المدن، وقد كان سكان الريف أغلبيتهم من النساجين يصنعون الزرابي والبساط من الصوف، وفي أواخر القرن 16 أصبحت السوق تتميز بالكساد بسبب استغلال أصحاب المدن للأرض التي كانت للنساجين، وهذا ما أدى إلى تدهور الطلب لدى سكان الأرياف نتيجة الضرائب المفروضة عليهم من طرف الباي (قدور فريدة، 2012، ص ص 25-26).

ب - واقع الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية أثناء الاستعمار الفرنسي: إن سيرورة النشاط الحرفي في فترة الاستعمار الفرنسي كانت جد صعبة، وذلك راجع للسياسة الكولونيالية التي عمد المستعمر اتباعها بطمس الهوية الثقافية وتراث الجرائر الشعبي وكذا تهديم نمط الحياة الاجتماعية التقليدية التي كان يتميز بها المجتمع الجزائري، فالحياة الاجتماعية به كانت بسيطة، أي تعتمد على وسائل تقليدية للعيش واستنباطها من ذلك الوسط الذي كان يقدم خيارات مادية، فالعلاقات الاجتماعية التي كانت سائدة في تلك البيئة التقليدية ساعدت على الاستفادة منها، وكذلك تسخيرها للمصلحة العائلية، لكن هذه الحياة لن تستمر على نفس الوتيرة بل إن هذه العلاقات الاجتماعية دخلت في إطار جديد تمثل في السيطرة الاستعمارية، وذلك من خلال الأساليب التي استعملها المستعمر الفرنسي من أجل تفكيك البنية الاجتماعية التقليدية للمجتمع الجزائري، وذلك من خلال نقل الأهالي إلى سفوح الجبال لكي يسهل عليهم مراقبتهم ومراقبة حركاتهم وممارستهم وغط علاقاتهم، وكذلك تكوين الأحياء التجمعية وملئها بالأهالي، والاستعمار الفرنسي للجزائر أدى إلى تدمير النشاط الحرفي الذي كان سائدا في الجزائر، فإصدار قانون إلغاء النظام والنشاط الحرفي سنة 1868 كان بمثابة السبب المباشر لتدمير للحرف والصناعات التقليدية وتحويل الحرفيين إلى عمال كادحين، وقد ألحق هذا الأخير

ضررا كبيرا على سيرورة النشاط الحرفي والصناعة التقليدية وعلى مستوى مجالات تصريف المنتجات بالنسبة للمواد الأولية (شطبية، 2015، ص 45) وهنا تأثرت الحرف والصناعة التقليدية بشكل واضح، فقد أصبح إنتاج الصوف والجلود والخشب أكثر توجهها نحو التصدير تحت ضغط التجارة والضريبة وارتفاع سعر المادة الأولية بالنسبة للحرفيين، وقد ضاعفت الحرب العالمية الأولى هذه الزيادة في الأسعار حتى حرم الحرفيون من موادهم الأولية وكذلك بالنسبة للصوف التي كانت أسعارها مرتفعة.

ولقد بدأت فرنسا تنفيذ الهدف الأول وهو السيطرة على السوق الداخلية الجزائرية عن طريق إصدار القوانين التي وحدت الجزائر مع فرنسا في عامي 1851م-1867م، والتي كان الهدف منها عزل الجزائر تجاريا، وتلك القوانين هي التي حرمت الجزائر من حماية صناعاتها وحرفها الوطنية التي لم تستطع المنافسة مع الشركات الفرنسية الحديثة التي كانت تنتج بضائع وبيع ذات جودة وأسعار أقل مما كانت تنتجها الصناعات الحرفية الجزائرية مما أدى إلى خنق الصناعة الحرفية الجزائرية وتدميرها، وبدأت المنتجات المحلية تختفي تدريجيا مما دفع الحرفيين إلى خفض من سعر منتوجاتهم الذي نجم عنه التخلي عن أماكنهم وإقفال الورشات والدكاكين في كل من قسنطينة والجزائر ووهران، وبسبب الوفود الأوروبية التي حلت بالجزائر لم يستطع الحرفيون البقاء على اتصال بالداخل لذلك اضطروا إلى الهجرة خاصة إلى تونس والمغرب وبدأت تتلاشى بنية الورشات وتفرقت الحرف، وهذا ما مكن الصناعة الأوروبية من إنتاج كل النماذج الشرقية ماعدا المنتجات الجزائرية المحلية الفريدة من نوعها، فلم تقدر على إنتاج مثلها مثل السجاد والأغطية الصوفية (قدور، 2012، ص 27).

ومنه نلاحظ أن الحرف الصناعة التقليدية إبان الاستعمار الفرنسي للجزائر كانت نادرة جدا ومهمشة، وهذا لسياسات المستعمر الفرنسي الذي كان هدفه القضاء على هذه الحرف وتغييبها، وكان همه الوحيد آنذاك هو التصنيع واستخراج المواد الأولية من الجزائر واستغلالها في صناعاته هو، كما كان يروج لمصنوعاته ومنتوجاته مما جعل بعض من الحرف والصناعة التقليدية تندثر وتزول، رغم هذا بقي المجتمع الجزائري

محافظا على موروثه الحرفي، وهذا عند بعض الحرفيين الذين كانوا متمسكين بصنائعهم وحرفهم ما أدى إلى عودتها بعد الاستعمار واستمرارها إلى يومنا هذا (بن جدو محي الدين، 2019، ص ص 52-60).

ج - واقع الحرف والصناعة التقليدية الجزائرية بعد الاستقلال: وجدت الجزائر نفسها بعد الاستقلال في مواجهة مع مشاكل عديدة نجمت عن استعمار غاشم دام 132 عام بالإضافة إلى حرب مريعة دامت سبع سنوات ونصف والتي دمر من خلالها المستعمر مختلف الأنشطة الاقتصادية والثقافية التي تعبر عن شخصية وهوية المجتمع الجزائري (شطبية، 2015، ص 39)، وهذه المشاكل التي عرفها المجتمع الجزائري أثناء الفترة الاستعمارية وقفت أمام ديناميكيته واستثماره، والتي أثرت على عدة مجالات خاصة المتعلقة بالنشاط الحرفي، حيث وجدت الحرف والصناعة التقليدية نفسها مهمشة وغائبة، ولكن بعد الاستقلال وبعد عناء كبير بدأت الحرف والصناعات التقليدية تظهر مجددا وتجد طريقها وبصعوبة، حيث استطاع الحرفيون استرجاع صناعتهم وإدخال بعض التغييرات التي أخذت من الأوروبيون، وكذلك بدأت الدولة الجزائرية بمبادراتها من أجل تطوير المنتج الحرفي الجزائري وجعله عالميا وذلك ببناء المصانع وتطوير الورشات من أجل إعادة بعث الحرف وإعادة إحيائها من جديد، وكذا بتدريب الحرفيين ومساعدتهم (قدور فريدة، 2012، ص 28)، ومن هنا بدأت الجزائر تشهد تطورا ملحوظا في مجال النشاط الحرفي والصناعة التقليدية كونها تمثل موروثا يعكس خصوصية هذه الدولة في مختلف جوانبه، ويتميز الجزائريين بعدة صناعات حرفية يدوية تجعلها مشهورة عالميا، كما أن هذه الفترة اعتمدت الجزائر فيها وضع استراتيجية لتنمية وإنعاش هذا القطاع من خلال الفترات الزمنية التي تربطنا بين الماضي والمستقبل، وهذا ما سوف نتعمق فيه في المباحث القادمة من هذه الدراسة (بن جدو محي الدين، 2019، ص ص 52-60).

المطلب الثاني: خصائص وأنواع الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية

تزخر الجزائر برصيد هائل من الحرف والصناعات التقليدية، فهي متعددة ومختلفة باختلاف مناطق البلاد، وهذا راجع لكونها مرتبطة بالظروف البيئية والموقع الجغرافي للمنطقة التي وُجدت فيها ومناخها، على هذا الأساس تُصنف الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر إلى حرف وصناعات تقليدية ريفية أو حضرية أو صحراوية، هذا ما جعل الحرف والصناعة التقليدية بالجزائر تنفرد ببعض المزايا والخصائص التي تميزها عن باقي الدول، ومن بين أهم هذه الخصائص نذكر:

- المنتج الحرفي التقليدي الجزائري ينطلق من الثقافة المحلية والبنية الاجتماعية للمنطقة، وبالتالي يعبر عن تراث حضاري خاص بأشكاله وألوانه، فيصعب إيجاد نفس المواصفات في منطقة أخرى، وهذا ما يمنحه ميزة تنافسية مكتسبة من خلال التراكم الثقافي والاجتماعي لمنطقة محددة (بن العمودي، 2012، ص27).

- ارتباط الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية بالبيئة: تختلف الصناعات التقليدية والحرف باختلاف المجتمعات والثقافات، بل والأنماط الثقافية من ريفية إلى حضرية إلى بدوية، ويرجع ذلك إلى أن البيئة في أي مجتمع تؤثر في سلوك أفرادها وتوجههم نحو الاهتمام والإقبال على بعض الحرف وتفضيل ممارستها عن غيرها، فالإنسان يستخدم ما تمنحه الطبيعة من مواد، وخدمات لصنع أدواته التي يستخدمها في حياته اليومية، حيث لا يقدمها كما هي، وإنما قد يضيف لها اللمسات الفنية الجمالية الخاصة به، وتبدو أهمية ارتباط الحرف بالبيئة في تميز كل دولة باسم منتجات حرفية معينة.

- تمتاز الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية بالتوارث والاستمرار، لأنه يستمر وجود حرفة معينة في حال وجود أجيال متواصلة من الحرفيين تحافظ عليها وتعلمها للأجيال التي بعدها (بن زيدان، زيان، بروجعة، 2019 ص 137).

- الصناعة التقليدية الجزائرية أكثر انتشارا في الأوساط الريفية والمدن الصغرى، فالمنتج يعبر على قيم مرتبطة بماضي وأصالة أهالي الريف، كما تعد الصناعة التقليدية الوسيلة التي تلي الاحتياجات المعيشية اليومية للمجتمع الريفي.

- نجد المنتج التقليدي الجزائري مركبا من مواد أولية ورموز وتقنية عمل، وحينما تتفاعل هذه المركبات الثلاث تصنع لنا منتجا تقليديا له قيمة معنوية من خلال المدلول الرمزي الذي يعكس لنا هوية وتراث المجتمع الجزائري، وتصبح للحرفي

فكرة الجودة والنوعية كأداة لإشباع متطلبات المستهلكين وبيعاتهم ومستوياتهم المعيشية وثقافتهم التي تعد كلها عوامل غير متحكم فيها، ومن تلك اللمسات الفنية التي يستعملها الحرفي من فنيات متميزة مثل (أشكال، ألوان، رموز...)، وكل هذه اللمسات تضيف للمنتج التقليدي جمالية أكثر، ولكن عند إضافة هذه اللمسات لا بد من عدم المساس بالخصائص الفنية لهذا المنتج وهذا حفاظا على أصالة المنتج وعراقته (بن جدو ، 2019، ص ص 61-68).

- المنتج الحرفي التقليدي الجزائري هو منتج فريد من نوعه ومتميز، وهذا راجع لشساعة وتنوع الجزائر (تضاريس، مناخ، عادات، تقاليد،)، لهذا فهو متنوع حسب تنوع واختلاف مناطق البلاد.

- في الحرف والصناعات التقليدية العملية الإنتاجية تعتمد على العنصر البشري أكثر منه على التكنولوجيا المستخدمة مما يجعله قطاعا كثيف العمالة (بن العمودي، 2012، ص 27).

- صعوبة تنميط وتقليد ومطابقة منتجات الحرف الجزائرية، إن الهدف من تنميط المنتجات يتمثل في تحديد المعايير والمقاييس التي تجعل المنتجات متجانسة من حيث الأبعاد والاستعمال والشكل، الأسلوب الفني، السعر، النوعية، وفي حالة الصناعات التقليدية، نجد أن هناك ارتباطا إيجابيا بين التنميط والمنتجات ذات القيمة الاستعمالية، على العكس من ذلك نجد علاقة الارتباط سلبية بين التنميط والمنتوج التقليدي الفني، حيث كلما كان ذا قيمة استعمالية كلما كان قابلا للتنميط وكلما زادت قيمته الفنية كلما صعب تنميطه، وكلما كان المنتوج على هذا الشكل المعقد والأسلوب الدقيق كلما كانت كلفته كبيرة وكان سعره أقل قابلية للتنميط (بوكابوس ، 2003، ص 220).

كذلك إن الجزائر تشتهر بعدة أنواع من الحرف والصناعات التقليدية، حيث عُرفت منتوجاتها وانتشرت في الكثير من البلدان العربية والأجنبية لما تتميز به من إتقان وجودة عالية، ومن أهم هذه الحرف نذكر:

- **صناعة النسيج:** تحتل هذه الحرفة مكانة كبيرة في المجتمع الجزائري سواء البدوي أو الحضري، وتشتهر عدة مدن جزائرية بصناعة الزربية وكل منطقة لها خصوصياتها وتقنياتها، وهذا الاختلاف يكمن في الشكل الحجم، وحسن استخدام الألوان والتفنن وكذا نوعية الأصواف المستعملة هو الذي جعل المنتوج الجزائري ذا قيمة وجودة كبيرة، وله

مكانة وصار يُعرف وانتشر في العديد من البلدان العربية والأجنبية، ومن هنا صارت الجزائر تشتهر بصناعة النسيج والصوف مثل البرانس (القبائل) والجلابات والأغطية والحايك والجبة التي هي اللباس الأصلي الجزائري، وزخرفة النسيج بالألوان التي تقوم بها الهضاب العليا (قدور ، 2012، ص 34).

- **صناعة الزربية التقليدية**، الزرابي في الجزائر تبقى بمثابة تعبير جمالي مستمد من الطبيعة التي يصنع فيها والتي تعد بمثابة تعبير عن الثقافة الشعبية التي تميز صانعه، حيث تصنع وتزخرف بأشكال هندسية مركبة في شكل خيوط بسيطة تتقاطع في زاوية حادة أفقية على شكل خطوط منكسرة، وأحيانا على شكل خطوط شائكة على هيئة مشط، كما تستعمل فيها المثلثات والمعينات وهذه العناصر الزخرفية توحى لنا بفن محلي جد عريق يعكس ثقافة المنطقة التي أحيكت فيها هذه الزربية (شبيطة، 2015، ص 51) ومن الولايات المشهورة والمعروفة بزربيتها بسكرة والأغواط وقالمه وتبسة وغرداية وجبل عمور ومعسكر وتلمسان المدينة التي اشتهرت وطنيا وعالميا بهذا النوع من الصناعة النسيجية.

- **صناعة الفخار**: في الجزائر ومما لا شك فيه أن توفر المادة الطينية في كثير من المدن الجزائرية هو السبب الرئيسي في وجود عدد كبير من المناطق التي تهتم بالصناعة الفخارية حيث نجدها تتركز في بني ميزاب، وجرجرة والأوراس والهضاب العليا وتلمسان.

- **الصناعة الجلدية**: في الجزائر الصناعة الجلدية متواجدة ومنتشرة في أغلب المدن الجزائرية وخاصة في المناطق التي تتوفر على ثروة حيوانية كبيرة، ومن المناطق التي تزال محافظة عليها الصحراء وخصوصا تمنراست ومن مصنوعاتها محافظ السفر ومحافظ السروج (السديرة) وتلمسان إحدى هذه المدن التي اشتهرت بهذه الصناعة ومن منتوجاتها صناعة البلاغي المطرزة من الخيط الذهبي، سروج الخيل، والوسائد الجلدية هذه بعض الصناعات التي اشتهرت بها بلادنا (قدور، 2012، ص 32).

- **صناعة النحاس**: هذه الحرفة والصناعة جد منتشرة في الجزائر وهي موجودة منذ القدم، وهذا راجع للمغرب العربي والبربر خاصة، الذين تمكن عدد كبير منهم من الإطلاع على معدن النحاس واستعماله والانتفاع به، وتعتبر حرفة

صناعة الأدوات النحاسية التقليدية القديمة، بحيث يعود عمرها إلى ما قبل القرن الثامن عشر، ويعود الفضل في جلب هذه الحرفة إلى قسنطينة والجزائر كافة للسيد خوجة بن أمين خوجة الذي ترجع أصوله الأولى لبلد تركيا، وقد توارث عنه هذه الحرفة من بعده أبنائه وحرفيون آخرون، أما بالنسبة للأشكال والرموز ومجمل تقنيات العمل فإنها أخذت من الأتراك، ولكن بعد أن تعلموا الصنعة بكل تقنياتها الفنية وبعد مرور الزمن اكتسبت صبغتها المحلية الخاصة بالمنطقة التي تواجدت فيها (شبيطة، 2015).

- **صناعة السلالة:** كانت النخلة ولا تزال مصدر فخر واعتزاز شعب الجزائر حيث اشتهرت الصحراء منذ القديم بنخيلها، فإنتاجها يدخل في جميع الأدوات التقليدية، وجميع البيوت الصحراوية القديمة دخل جذع النخلة وسعفها وجريدها في بنائها، فمن خلال وبواسطة سعف النخيل تفنن الحرفيون في صناعة العديد من المنتجات، فمنها يتم صناعة الحصير الذي تفرش به أرضية المنازل، وكذلك تصنع به القفف والسلال.

- **الحلي والمجوهرات:** تشتهر مختلف مناطق الجزائر بهذا النوع من النشاط حيث نجده في الأوراس، قسنطينة، بلاد القبائل والحقار، حيث يصنع الحلي الأوراسي في أغلب الأحيان من الفضة ويمتاز بدقة النقوش كالحزام الفضي، والعقد والقيراط، نلاحظ أن معظم هذه المجوهرات خالية من الألوان، أما الحلي المصنوعة في بلاد القبائل فتتميز بألوانها المختلفة حيث تضاف إلى الفضة قطع صغيرة من الزجاج الملون بالألوان الأساسية كالأحمر والأصفر والأخضر والأزرق مما يزيد رونقا وجمالا.

- **الطرز التقليدي:** يعتبر من بين أشهر أنواع الحرف، وقد عرف هذا النوع من النشاط انتشارا كبيرا على المستوى المحلي والوطني والدولي، وهذه الحرفة على وجه الخصوص تسرد من خلال نسيجها وحياتها وطرزها عادات وتقاليد جزائرية من الشرق إلى الغرب ومن الشمال إلى الجنوب (شنوف، 2017، ص 94).

المطلب الثالث: قيمة وأهمية الحرف والصناعات التقليدية في المجتمع الجزائري

أولا: الأهمية الاقتصادية للحرف والصناعات التقليدية الجزائرية

- يعتبر قطاع الحرف في الجزائر قطاعا غير مكلف مقارنة بالصناعات الأخرى، بسبب اعتماده على إمكانيات محلية وموارد مالية وبشرية بسيطة وهو سهل الانتشار والتوسع، حيث يوجد في كل منطقة مهما كانت ريفية أو حضرية، فالصناعات التقليدية والحرف في المجتمع الجزائري تمثل نشاطا اقتصاديا يحتفظ بمكانته الخاصة والمتميزة، وهذا لتوفيرها لفرص العمل ورفع مستوى المعيشة وتحسين المستوى الاقتصادي وتحقيق تنمية مستدامة، فهي تساهم في خلق قيمة مضاعفة، وفي خلق ثروة على المستوى المحلي والوطني.

- من جهة أخرى الحرف والصناعات التقليدية تعمل على تحسين مداخيل فئات عريضة من المجتمع فهي تساهم في توفير فرص عمل دائمة وموسمية، وبالتالي محاولة امتصاص مشكل البطالة، كما تعد الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية إحدى اللبنات الأساسية في خلق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأن هذه الأخيرة ماهي إلا امتداد لوحدات تقليدية بفضل روح المبادرة التي يتحلى بها الحرفي المبدع والمقاوم (بن جدو،

2019، ص ص 85 - 89).

- كما للقطاع الحرفي في الجزائر دور في المحافظة على ديمومة النمو الاقتصادي، كونه أداة للتنمية الاقتصادية لأن هذا القطاع يعتبر نموذجا مثاليا للنمو الاقتصادي لتمييز نشاطاته بعدة خصائص، وله دور كبير في الإنتاج والاستثمار، حيث تعتبر الاستثمارات في النشاطات الحرفية غير مكلفة وجاذبة للمدخرات، ويعتمد هذا القطاع في نشاطه على الإمكانيات والموارد الإنتاجية الذاتية داخل كل مجتمع محلي وقابلة للانتشار حتى لأصغر وحدة عمرانية، لهذا يشكل إنتاج الحرف التقليدية في الجزائر جزءا كبيرا من الاقتصاد المحلي، وتزداد أهمية الإنتاج الحرفي بسبب التحول إلى المزيد من استخدام الآلات في مختلف فروع النشاط، خصوصا أن القطاع قد

شهد عمليات منظمة لدعم الإنتاج عبر إدخال استخدام التجهيزات الآلية المدعمة في إطار الصندوق الوطني لدعم ترقية النشاط الحرفي.

- وأيضا تساهم الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر في بعث روح المقاولاتية، لأن الحرف والصناعة التقليدية تعتبر مدرسة أولى للمقاولة، لأنها تتيح للمبادرين تجريب أفكارهم المقاولاتية بأقل مخاطرة ممكنة، كما يتيح القطاع الحرفي طريقا آخر للتقاؤل يرفع عبء التقاؤل الفردي، وينقلهم إلى عالم مواجهة السوق جماعيا، وإن تنظيم النشاطات الحرفية في شكل تعاونيات أو مقاولات تعد فرصة للنهوض بروح المقاولة والتشغيل الذاتي للشباب، من خلال تكثيف النشاطات الحرفية المحلية لتكون منبعا للدخل المنشئ للحركة التنموية والمحرك الأساسي لتطوير الطلب المحلي عبر أنظمة الإنتاج المحلي SPL ، والتي تهدف إلى عصنة المؤسسات الحرفية وتطوير منتجاتها وبناء ميزة تنافسية لتكون بذلك حاملة لاستراتيجية مبنية على اقتحام جماعي للأسواق من خلال شبكة التعاون والاتصال بين المتعاملين، وبالتالي الاندماج الكامل للقطاع الحرفي في دائرة التنمية الوطنية والإقليمية وحتى الدولية.

- تقديم مختلف المشاريع التدميمية للمشاريع الكبرى حيث تعتبر النشاطات الحرفية نواة المشروعات الكبرى عبر تقديم خدمات لهذه المشاريع خاصة تلك المتعلقة بقطاع السكن، الأشغال العمومية، الفلاحة، وحتى الصحة، حيث تغطي مدى بالغ التنوع والاتساع من المجالات الاقتصادية، وفي هذا الشأن كان لقطاع الحرف مساهمات معتبرة في المشاريع ذات البعد الوطني، ولعل أهم مشروع شارك فيه القطاع مشروع تزيين القاعة الشرفية لمطار الجزائر الدولي، ونجد أيضا مشروع تزيين المتحف العمومي للفنون والتعايير الثقافية التقليدية قصر الحاج أحمد باي الأثري بإشراف غرفة قسنطينة.

- المساهمة في زيادة مداخليل الخزينة العمومية وكذا تفعيل الصادرات خارج قطاع المحروقات، وهذا لأن وفرة المنتجات الحرفية أدت إلى خلق نشاط تجاري، وهذا ما يعطي دافعا لتحقيق تنمية شاملة وتوفير مداخليل أخرى للخزينة العمومية (بن زعرور، مخناش، 2019، ص ص 15 - 22).

- أيضا للقطاع الحرفي في الجزائر دور في المساهمة بالتنمية المحلية المتوازنة بين مناطق الوطن ومواجهة الفروقات الإقليمية، لأن القطاع الحرفي يؤدي دورا في تجميع القدرات المحلية خاصة فيما تعلق باستغلال المواد الأولية المتوفرة كالصوف للنسيج والطين للفخار والفواكه لنشاطات صناعة المربيات ونبات الدوم والحلفاء وسعف النخيل للسلالة، ويستغل الحرفيون العديد من المعادن كالحديد في نشاط التطريق إلخ، وتعتبر أنظمة الإنتاج المحلي أحد أهم أشكال التعاون المعتمد في القطاع الحرفي من أجل النهوض بالنشاطات الحرفية وبالاقتصاد المحلي.

- وفي ظل تجسيد المقاربة التنموية من خلال منطق التهيئة الديناميكية للأقاليم، فإن نشاطات الصناعة التقليدية تقدم نفس المستوى من التنمية للمحيطين الريفي والحضاري مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصيات المحيط وأنماط المعيشة في إطار استراتيجية وطنية للتنمية الريفية المستدامة الرامية إلى تنمية بشرية متجانسة باعتبارها عاملا للتطور الاقتصادي والاجتماعي بناء على عمل جوارى متفتح يركز على الإبداع والابتكار، يرفع من إمكانية تثبيت السكان في مناطقهم بل وحتى المساهمة في الهجرة العكسية عبر تنظيم محيط مضاعفة أقطاب النشاطات الصغيرة.

ثانيا: الأهمية الثقافية للحرف والصناعات التقليدية الجزائرية

- تدخل الحرف والصناعة التقليدية ضمن التراث الثقافي الجزائري، بحيث تعتبر مكونا أصيلا للذاكرة الحضارية، وبذلك فهي ذلك الامتداد الثقافي الذي يعبر عن التقاليد والانتماء، فهي البصمة المميزة للتراث الجزائري كونها

ترتبط بالإرث الجماعي المشترك، ونجد الحرف والصناعة التقليدية في نفس الوقت تحمل العديد من الرموز الثقافية والتاريخية للمجتمع الجزائري أي هي ذلك الرصيد المخزون للخبرات الحياتية والإمكانات الإنتاجية الذاتية المتاحة داخل المجتمع الجزائري، حيث تعتبر مصدر الإبداع والفن، فالتراث الحرفي الجزائري الذي اختبر بالممارسة عبر الأجيال يعطينا اتجاهات مستقبلية متميزة للتفكير والخيال وبالتالي الإبداع المنطلق والمرتكز على خصوصياتها الحضارية أي أن كل منطقة تتميز بإنتاجها الخاص، ويتميز المنتج التقليدي الجزائري بمركبات ثلاث: هي المواد الأولية، الرموز المتضمنة وكذا التقنية المتبعة وتفاعل هذه المركبات يصنع المنتج الحرفي التقليدي، ويعطي له ميزة ذات قيمة لامادية تعبر عن لغة يمكن الاحتفاظ بها للأجيال السابقة، إذا نجد فيها لغة أجدادنا التي تربطنا بهم، كما نجد أنها تحافظ على الارتباط الثقافي لشخصية الدولة داخليا وإقليميا، وتحافظ أيضا على الإرث الثقافي الحضاري المتعدد والمتنوع (بن جدو محي الدين، 2019، ص ص 85-89).

- كما تظهر الأهمية الثقافية كون الحرف والصناعات التقليدية بصفة عامة والفنية بصفة خاصة تعتبر بمثابة تعبير عن الهوية الثقافية للجزائر.

- للحرف والصناعات التقليدية مساهمة كبيرة في التنمية الثقافية، كونها تمثل جانبا هاما من التراث الثقافي الجزائري، وكذا وسيلة هامة للاتصال وضممان انتقال الخبرات والمهارات في هذا المجال بين الأجيال، وتظهر أكثر هذه المساهمة في الحرف والصناعات التقليدية الفنية على وجه الخصوص لأنها تساهم في حفظ وصيانة الإرث الحضاري الجزائري وتصور مكانته، لأن بلادنا الجزائر تزخر بالعديد من الصناعات التقليدية الناتجة عن التزاوج بين مختلف الثقافات والحضارات التي تعاقبت على بلادنا، والتي جلبت معها عاداتها وتقاليدها، وهو ما سمح ب بروز فن حرفي جزائري ينعكس إنعكاسا حيا لماضي أصيل وحاضر كون لنا تراثا ثقافيا ساهم في تحقيق الوحدة الوطنية وبالتالي المحافظة على الهوية الثقافية الجزائرية بين مختلف الشعوب والأمم (سلال مختار، 2000، ص 26).

- وتبرز أهميتها الثقافية أيضا في أهميتها وقيمتها التاريخية كونها الأساس الذي تقوم عليه الحياة الاجتماعية للمجتمع الجزائري والمصدر الرئيسي لنظامها الاقتصادي عبر المراحل التاريخية.
- للحرف والصناعات التقليدية قيمة الهوية التي تمثلها الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية كونها أساس الهوية الثقافية الجزائرية، لأنها تُعد أداة للتعبير عن مقومات الهوية الثقافية الجزائرية، وهي في حد ذاتها تشكل الذات الثقافية الجزائرية المعبرة عن الهوية الوطنية الجزائرية ككل (عليوش نجمة، 2022، ص 95).

ثالثا: الأهمية الاجتماعية للحرف والصناعات التقليدية الجزائرية

- لقطاع الحرف والصناعة التقليدية في الجزائر قدرة كبيرة في امتصاص البطالة وخلق فرص العمل وهذا للوسائل البسيطة التي يحتاجها الحرفي في عمله ليمارس أي نشاط كان، بإمكان القطاع أن يشكل نسيجاً اقتصادياً للأسر المنتجة مما سيؤثر إيجابياً على شبكة العائلات الاجتماعية، من خلال رفع المستوى المعيشي، وتساهم الحرف والصناعات التقليدية في الارتباط الروحي بالعمل الحرفي والتمسك بممارسته والحفاظ عليه، وبالتالي تفعيل دور الحرفي بإشباع رغباته الاجتماعية والنفسية بإنجاز وتحقيق الذات.
- تحقيق الاستقرار الاجتماعي، لأن نشاطات الصناعة التقليدية بمفهومها الواسع توفر مجالا للاستقرار الاجتماعي لإضفاء جو ملائم لتحقيق تنمية محلية رشيدة، بفعل مساهمته في رفع المستوى المعيشي للسكان من خلال توفير عدة احتياجات استهلاكية أساسية تتوافق ورغبات المجتمع الضرورية، فضلا عن دوره في توفير مداخل للعائلات والأسر في المدن والأرياف والمناطق الصحراوية، كما يساهم في القضاء على عدة آفات اجتماعية كالإدمان والتفكك الأسري.... إلخ من خلال الاستثمار في الموارد البشرية وجعلها يداً عاملة منتجة وفعالة، وهذا كله يعزز مبدأ تعايش الأجيال بفضل الاحتكاك الدائم بين مختلف الفئات العمرية للمجتمع عبر

آليات التمهين ونقل المهارات التي يوفرها قطاع التكوين المهني ويحتضنها الحرفيون والتي تؤسس لأواصر الثقة

والاحترام بين أفراد المجتمع (بن زعرور، مخناش، 2019، ص ص 15 - 22).

- تعزيز فرص الإدماج والتضامن، لأن لقطاع الحرف والصناعات التقليدية دورا في إدماج ذوي الاحتياجات الخاصة والمسبوقين قضائيا، بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لعمل المرأة خاصة الريفية أو الماكثة بالبيت من أجل تحقيق تفاعل اجتماعي خلاق يجعل منها فئات منتجة تبرز دورها الإنتاجي والخدمي في المجتمع لإمكانية ممارسة بعض النشاطات الحرفية بالمنزل التي تمنح لهذه الفئات الحق في التأمين الاجتماعي ناهيك عن إمكانية تنظيمها في شكل تعاونيات أو الاندماج عبر آلية نظام الإنتاج المحلي SDP اللذين يعززان في مضمونهما مبدأ التكافل والتضامن الاجتماعي.

- القيمة البيئية: إن للحرف والصناعات التقليدية قيمة وأهمية بيئية كبيرة، كونها أداة مساهمة في المحافظة على الصحة العمومية، حيث تساهم المنتجات التقليدية في الحفاظ على صحة المجتمع من خلال توفير منتجات للتداوي كالخل الطبيعي ومختلف الزيوت النباتية والحيوانية التي أثبتت نجاعتها في الطب البديل، فضلا عن الوقاية الصحية التي يحققها استعمال عدة منتجات تقليدية كالفخار، الطين، والتي أكدت عدة دراسات علمية، إضافة لهذا لا تصنف الحرف والصناعات التقليدية ضمن المنشآت المصنفة ذات الخطورة العالية، حيث إن هذا التصنيف يدل على ملاءمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف لتحقيق أداء بيئي متميز بفضل المساهمة في احترام التوازنات الإيكولوجية، حيث إنه يساهم في الحد من مسببات الاحتباس الحراري بفعل تقليص حجم انبعاث الغازات الدفيئة باعتبار النشاطات الحرفية التي يغلب عليها الطابع اليدوي، فضلا عن المحافظة على المحيط لعدم تأثير الحرف التقليدية خصوصا على البيئة لاستخدامها مواد أولية طبيعية في الغالب ترتب عنها نفايات عضوية لا سيما في ما يتعلق بنشاطات الصناعة التقليدية الفنية (بن زعرور ، مخناش،

2019، ص ص 15 - 22).

رابعاً: الحرف والصناعة التقليدية دعامة أساسية لتنشيط وترقية السياحة الجزائرية

أصبح من المسلم به على المستوى العالمي أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين الحرف والصناعات التقليدية والسياحة، وعليه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نفصل العلاقة القائمة بين الحرف والصناعات التقليدية والسياحة، وهذا ما يتضح من خلال العلاقة التي تظهر في مايلي:

- تعتبر منتجات الحرف والصناعات التقليدية سياحية بامتياز لأنها تواكب الاتجاهات الحديثة في المجال السياحي على المستوى العالمي التي ترمي إلى تطوير أنماط جديدة من المنتجات السياحية المحافظة على الصحة والبيئة في بعدها الواسع مع الأخذ بعين الاعتبار البعد التراثي والثقافي للمناطق.

- يمكن لدور الصناعة التقليدية ومراكز الصناعة التقليدية أن تشكل نقاط تنشيط هامة في المسالك السياحية، كما يمكن لورشات الحرفيين أن تصبح مصدر جذب سياحي إذا كانت تتيح للسائحين إمكانية تجريب بعض المراحل الإنتاجية.

- تشكل الصناعة التقليدية مصدراً لتمييز الهياكل الفندقية بإعطائها طابعاً معمارياً أصيلاً وتجهيزاً داخلياً للغرف والمطابخ بتزيين تقليدي يميزها عن الفنادق النمطية.

- إن وجود ورشات الصناعة التقليدية ببعض المقاصد السياحية كالمدين العتيقة يعيد لها الحياة القديمة من جديد (بن زعرور، مخناش، 2019).

- تلعب الصناعات التقليدية دوراً مهماً في تدعيم وترقية القطاع السياحي، كما أن السائح عند عودته لبلده وباقتنائه لمنتجات تقليدية يكون بذلك قد نقل صورة وتذكارات عن تلك المنطقة أو البلد الذي زاره، ومن هنا يعتبر المنتج التقليدي مرآة عاكسة للبلد أو المنطقة التي زارها السائح، كما أن أهمية المنتج التقليدي بالنسبة للمستهلك الأجنبي لا يقتصر على السائح فقط بل أيضاً على الشخص المغترب عن بلده والسبيل الوحيد الذي يصل الحرفي التقليدي المحلي بالمستهلك الأجنبي هو المنتج التقليدي، والذي يعبر عن ثقافة وتراث

المنطقة ويعطي صورة عن المنطقة أو البلد المنتج لهذه السلعة مما قد نعتبره ترويجا غير مباشر للمنطقة أو للبلد الأصلي للمنتج (بودي ، 2006، ص 127).

- يساهم قطاع الحرف والصناعات التقليدية أيضا في ازدهار السياحة في البلاد، فهو يعتبر من أكبر الرهانات التي تطور الحركة السياحية، فتطور القطاع السياحي يؤثر إيجابيا على مستوى التشغيل وما يحققه من مداخل للحرفيين، فتطور القطاع السياحي يؤثر إيجابيا على مستوى التشغيل وما يحققه من مداخل للحرفيين يؤثر مباشرة على مستوى معيشتهم ورفع أدائهم الحرفي بما يكفل استمرار تحقيق معدلات نمو ترسم مسار التنمية في القطاعين على الأمد البعيد (بن حمودة، بن عمار، 2017، ص 891).

- مساهمة تظاهرات الصناعة التقليدية في تنشيط السياحة في الجزائر: في إطار الاستراتيجيات التي وضعتها الجزائر والمتعلقة بترقية السياحة والصناعة التقليدية الرامية إلى ترويج للمنتج التقليدي على الصعيدين الوطني والدولي، تسعى الهيئات المختصة بذلك إلى محاولة إيجاد قاعدة استهلاك وطنية، وكذا موقع للمنتج التقليدي على الساحة الدولية تلاؤما مع التطورات العالمية في مجالي السياحة والتجارة، ويشكل هذا المسعى وسيلة للثمين الاعتبار لنشاطات الصناعة التقليدية وإدماجها في التنمية الاقتصادية، ويجسد ذلك من خلال برجة تظاهرات وطنية ومشاركات في معارض وصالونات دولية والمساهمة في تنظيم أعياد محلية لها دور في التعريف بمختلف الصناعات التقليدية في الجزائر والتسويق لها، ومنه تساهم هذه التظاهرات في التعريف والترويج للصناعات التقليدية وبالتالي تفعيل وتنشيط الحركة السياحية (حمادي ، عرقوب، 2000، ص 79).

- تعد الحرف والصناعة التقليدية الفنية أحد عناصر الجذب السياحي، ففي الجزائر تعد منتجات الصناعات التقليدية والحرف من أهم عناصر الجذب السياحية الثقافية، وأهم عناصر العرض السياحي التي تقدمها الدولة السياحية لجذب السياح وإشباع رغبتهم، فهي تمثل أحد المعالم الثقافية التي تستطيع الدولة من خلالها أن تقدم

نفسها للسياح وتؤكد على خصوصيتها، لأنها تجسد ملامح الثقافة المحلية للبلد المضيف، وكما تشير إلى تاريخ الشعوب القديمة وثقافتها (شبيطة، 2015، ص 131).

- وكذلك الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر لها دور في ترقية المقصد السياحي وتفعيله أمام السائح من خلال التأكيد على نقطة التواصل والإلهام الحضاري في الكثير من منتجات الصناعات التقليدية والحرف التي تمتاز بطابعها الخاص، لتكون مصدرا تكميليا وأداة جذب للسائح من خلال مساهمتها في التعريف بخصائص البيئة الداخلية لكل منطقة، واستعراض عاداتها وتقاليدها، حيث تساهم الصناعات التقليدية والحرفية في التنمية السياحية التي ترتبط بالمكان ارتباطا وثيقا من حيث القيمة والأهمية والخصائص البيئية والجمالية بالمنطقة (قطافي، 2017، ص 57).

بعد هذا التشخيص وبالرغم من العلاقة المترابطة والمتكاملة بين الحرف والصناعة التقليدية والسياحة، إلا أنه في الجزائر مازال لا يوجد الترابط الكافي بينهما، وهذا راجع لكون الحرف والصناعة التقليدية تسير بمعزل عن السياحة المستقبلية الخارجية، وقد طور الحرفيون الجزائريون منتجاتهم التقليدية بما يخدم المجتمع والاقتصاد المحليين، وقد تكون هذه المنتجات محل إقبال السائح الجزائري فقط أو بعض السائح الأجنبي على قلتهم (بن زعرور، 2022، ص 09)، وهذا ما نتج عنه حصر الحرف والصناعة التقليدية في السياحة الداخلية فقط وعزلها عن السياحة الخارجية، أيضا من الاختلالات التي أصابت العلاقة بين النشاطين السابقين هو استمرار انفصال النشاط الحرفي بوجه عام عن بقية القطاعات الأخرى وخاصة قطاع السياحة، مما جعل النشاط الحرفي يفتقد إلى خاصية تنمية هامة، وهي الترابط القطاعي فيما بين القطاعات، وبالتالي عدم الاستفادة من الآثار الإيجابية التي توفرها هذه القطاعات لبعضها البعض (بودي، 2006، ص 127).

مما سبق عرضه ظهرت لنا بوضوح القيمة والأهمية الكبيرة التي تحتلها الحرف والصناعات التقليدية في المجتمع الجزائري، والتي تساهم بدورها في تحقيق تنمية شاملة في جميع المجالات.

المبحث الثاني: تشخيص قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر

يعرض هذا المبحث واقع قطاع الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر بشكل عام من حيث مسار تطوره وإطاره التشريعي والتنظيمي، ومن ثم يتطرق للفاعلين في هذا القطاع، كما تم التركيز فيه على المشاكل والتحديات التي تواجه هذا القطاع.

المطلب الأول: مسار تطور قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر والإطار التشريعي له

عرفت الحرف والصناعة التقليدية في الجزائر فترات ومراحل تحول عديدة تباينت بين تجاهلها من جهة كونها قطاعا لا يتميز بميزة اقتصادية واضحة، وتطويرها من جهة أخرى من خلال إنشاء مجموعة من الهياكل تسمح بالتلاؤم مع متطلبات المجتمع والانفتاح الاقتصادي، لهذا اعتمدت الجزائر على وضع استراتيجية، وهذا لتنمية وإنعاش هذا القطاع، وتتمثل مراحل تطور هذا القطاع في مايلي:

أولا: مسار تطور قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر

1- مرحلة بدايات تأسيس القطاع (1962-1969): جاءت هذه المرحلة بعد الاستقلال حيث قامت السلطات الجزائرية بتبني التسيير الذاتي والتوجه الاشتراكي على أساس التخطيط المركزي، وقد تم التركيز في الأول على القطاع الصناعي، لذا لم تعتبر الجزائر أنذاك النشاط الحرفي من بين الأولويات التنموية، وإن أهم ما شهدته هذه المرحلة هو إنشاء مديرية الصناعة التقليدية بصدور الأمر (62- 25) الصادر في أوت 1962 والمتعلق بتنظيم مديرية الصناعة التقليدية وصلاحياتها، وتعتبر هذه الخطوة بمثابة أول خطوة بعد الاستقلال من أجل تنظيم هذا القطاع والتعامل مع خصوصياته، حيث أنشئت هذه الأخيرة تحت وصاية وزارة التصنيع والطاقة، وأوكلت لها مهمة تطوير مؤسسات الصناعة التقليدية والحديثة وتطوير كل أشكال التعاون الإنتاجي بالإعانة التقنية أو الملائمة، وبصفة عامة تشجيع الإنتاج الحرفي سواء الموجه للسوق المحلي أو الخارجي، وبعدها في سنة 1963 أنشئ الديوان الوطني للصناعة التقليدية (ONATA) والذي يتكفل بتحديد البرنامج العام لنشاط الصناعة التقليدية في الجزائر، ثم في شهر

مارس من نفس السنة تم إلحاق مديرية الصناعة التقليدية بوزارة الشباب والرياضة لمدة سنة واحدة فقط وليتم بعدها في ماي 1964 تحويل إدارة إنتاج الصناعة التقليدية إلى وزارة السياحة بما فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وفي سنة 1965 تم إلحاق هذه المديرية بوزارة الصناعة والطاقة (جعيل، زعطوط، 2017، ص 04).

2- مرحلة تطوير المساهمة العمومية في القطاع (1970-1981): عرفت هذه المرحلة زيادة معتبرة في الموارد المالية للدولة الجزائرية ما عزز للدولة زيادة رغبتها في الانفتاح الاقتصادي، ومن هنا بدأت الجزائر بالتركيز على المجال الاقتصادي، وهذا ما أثر طبعاً على الحرف والصناعة التقليدية من خلال تطوير إمكانيات الإنتاج العمومية بوضع سياسة استثمارية لهذا القطاع، وهذا من خلال إنشاء المؤسسة الوطنية للصناعة التقليدية (SNAT) سنة 1971 وهذا بعد حل المكتب الوطني للصناعات التقليدية الجزائرية، وتهدف هذه المؤسسة إلى القيام بجميع العمليات التي ترمي إلى تنمية الصناعة التقليدية كتقديم الاستشارات الفنية وتسيير مراكز الصناعة التقليدية التي اعتبرت كمراكز نموذجية وطنية وتسويق منتجات الصناع التقليديين... الخ، وفي سنة 1973 أخذت المؤسسة الوطنية للصناعة التقليدية تسمية جديدة هي "مديرية الصناعة التقليدية والحرف" وهذا تحت وصاية وزارة الصناعة والطاقة بهدف جمع صلاحيات سجل الحرف التي كانت من صلاحيات الديوان الوطني للملكية الصناعية، ثم بعدها في سنة 1980 تم إلحاق هذه المديرية بوزارة الصناعات الخفيفة، وقد حدد ذلك بموجب المرسوم (80 - 16) المؤرخ في 31 جانفي 1980 (بن عمار، 2016، ص 62).

3- مرحلة إعادة هيكلة قطاع الحرف والصناعات التقليدية (1982-1991): إن أهم ما يميز هذه المرحلة هو بداية وضع الأطر التنظيمية والتشريعية لهذا القطاع، وتتمثل في:

- صدور القانون الأساسي للحرفي في سنة 1982، حيث تم إصدار القانون (82- 12) المتضمن تعريف الحرفي وحقوقه وواجباته وقواعد ممارسة الأعمال الحرفية ومجالها، كما يعرف ويحدد تنظيم التعاونية الحرفية، ويؤكد تصميم الدولة على حماية الأعمال الحرفية وترقيتها وتطويرها، نظراً أهميتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

- صدور المرسوم الخاص بتنظيم سجل الصناعة اليدوية والحرف سنة 1983 بموجب المرسوم رقم (83-550)، والمتضمن تنظيم سجل الصناعات اليدوية والتقليدية، والمحدث بواسطة قانون رقم (82-12)، حيث انقسم هذا السجل إلى قسمين: سجل الصناعات اليدوية الذي يسجل فيه الحرفيون الفرديون وسجل الحرف ويسجل فيه التعاونيات الحرفية، إذا يترتب عن هذا التسجيل المباشر في السجل التجاري.

- أيضا صدور المرسوم الخاص بكيفية إعدادا الفهرس الوطني للحرفيين والتعاونيات (83-551) والذي يتولى جمع المعلومات المتعلقة بالحرفيين والتعاونيات على المستوى الولائي.

- بعدها أحدث القانون رقم (88-16) المؤرخ في 10 ماي 1988 الذي يعدل ويتمم القانون رقم (82-12) والمتضمن تعديل القانون الأساسي للحرفي، والذي أدخل عدة تعديلات معتبرة على النشاط الحرفي، لكنه رغم ذلك لم يحقق هذا القطاع الأهداف المرجوة منه وذلك راجع لتراجع دور الدولة من الدائرة الاقتصادية الحقيقية في ظل اقتصاد تم تحريره فجأة، بحيث لم يتح الفرصة للقطاع للتكيف مع الواقع الجديد (بن عمار، 2016، ص 62).

بالرغم من كل هذه التعديلات والجهود التي قامت بها الدولة لترقية قطاع الصناعة التقليدية والحرف التقليدية إلا أن هذه الفترة اتسمت بمجموعة من النقائص لكون القطاع كان يعاني من عدم الاستقرار الإداري وعدم الاهتمام الكافي من طرف الدولة الجزائرية نظرا للأزمة الاقتصادية والمؤسسية التي عرفت الجزائر خلال هذه الفترة، وهذا ما أدى إلى فقدان تأطير النشاط الحرفي وتذبذبه وتراجع الإنتاج فيه، وبطبيعة الحال كل هذا يؤثر على تطور هذا النشاط.

4- مرحلة إعادة بناء وتنظيم وتأطير القطاع (1992-1995) أو مرحلة الحرف والصناعة التقليدية في ظل

الانفتاح الاقتصادي: لقد أثرت الأزمة الاقتصادية والمؤسسات التي عرفت الجزائر خلال سنوات الثمانينيات والتسعينيات بشكل كبير على قطاع الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية، فبالإضافة إلى التدهور الأمني والمديونية التي أثرت سلبا على الاقتصاد الجزائري ككل، وجراء كل هذا قطاع الصناعة التقليدية تدهور بشكل كبير حتى أوشك على فقدان مقوماته البشرية والمالية، فقد تراجع إنتاج القطاع وتدهورت مكانته، لهذا قررت الدولة الجزائرية إعادة تنظيم القطاع وتأطيره عن طريق إصدار نصوص قانونية تسمح بإنشاء هياكل تتكفل بتأهيل الحرفيين ومساعدتهم في أداء

حرفتهم بأحسن الظروف (لعوج، 2011، ص 33) وهذا من أجل تكثيف العلاقة بين الإدارة العمومية والحرفيين حيث كانت الإجراءات المتخذة آنذاك كلها هادفة إلى دعم وتطوير القطاع الحرفي، فقد شهد القطاع في هذه الفترة تغيرات وإجراءات بهدف التعرف على وضعية الحرفين وطبيعة انشغالاتهم والتقرب منهم.

وكانت بداية هذه المرحلة بتحويل قطاع الحرف والصناعات التقليدية من وزارة الصناعة والطاقة إلى إشراف وزارة السياحة بموجب المرسوم الرئاسي رقم 92-307 المؤرخ في 19 جويلية 1992، وكان لهذا التحويل أثر كبير في تطوير القطاع وانفتاحه أكثر، كما عملت الدولة الجزائرية في هذه المرحلة على تعزيز العمل القطاعي المشترك في مجال دعم وترقية الحرف والصناعة التقليدية وهذا من خلال إصدار النصوص المتعلقة بإنشاء **الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف (CNAM)** سنة 1992 والغرف (CAM) والتي كان عددها آنذاك 08 **غرف جهوية**، بالإضافة إلى إنشاء **الوكالة الوطنية للصناعات التقليدية (ANART)** أيضا في سنة 1992، وهذه الفترة كانت هي البدايات الأولى لنشاطات الغرف الجهوية التي مقرها بمقر الولايات التي أنشئت فيها وتمارس مهامها تحت وصاية مديريات المناجم والصناعة، حيث يمثل الغرفة رئيس مكتب الصناعات التقليدية آنذاك، وبعدها تم إنشاء **الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية في جانفي 1993**، ومهمته القيام بتمويل الأنشطة المرتبطة بترقية الصناعة التقليدية (شيبان، 2019، ص 144)، وهكذا تم إنشاء الهيئات والمؤسسات المؤطرة للنشاط الحرفي، التي سوف نتناولها في المبحث القادم.

5- مرحلة إعادة التنظيم والتشريع للقطاع (1996-2002): في هذه المرحلة حظي القطاع باهتمام متزايد من طرف الدولة الجزائرية، ولهذا عُرفت هاته المرحلة بالتشريع، حيث تم إصدار العديد من النصوص التشريعية والتنظيمية للقطاع من أجل ترقية النشاط الحرفي، ويعتبر الأمر رقم (96-01) الصادر في جانفي 1996 الذي يحدد القواعد التي تحكم الحرف والصناعة بمثابة الإطار العام الذي يسير القطاع، وحدد المفهوم الشامل والدقيق للحرف والصناعة التقليدية، وكيفية تنظيم نشاطها وقواعدها ومجالاتها بغرض تمييزها والحفاظ عليها (شيبان، 2019، ص 144)، ولقد شهدت هذه المرحلة أيضا بذل جهود معتبرة بجمع المعلومات من أجل نشاطات الصناعة التقليدية من خلال

ربط علاقات وطيدة مع الحرفيين، وكانت الأهداف الأساسية لهذه المرحلة تتمحور حول تحسين التأطير المؤسسي للقطاع، ترقية منتجات الصناعة التقليدية (نعيمى ، تواتي ، 2017، ص 08).

كما عرفت هذه المرحلة إصدار القانون الرئيسي النموذجي لتعاونية الصناعة التقليدية في مارس 1997، والذي جاء المرسوم التنفيذي 97- 99 المؤرخ في 29 مارس 1997 الذي يتضمن القانون الأساسي النموذجي لتعاونية الصناعة التقليدية والحرف، وفي أبريل من نفس السنة صدر المرسوم التنفيذي رقم 97- 140، ليحدد قائمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف، بالإضافة إلى مراسيم أخرى تضمن أحسن تنظيم للقطاع والحرفيين على حد سواء (شيبان ، 2019، ص 145)، وقد امتدت هذه المرحلة إلى غاية جوان 2002 وهي السنة التي تم إدراج قطاع الحرف والصناعات التقليدية في وزارة واحدة مع قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

6- مرحلة تطوير قطاع الصناعة التقليدية والحرف وترقيته من خلال وضع استراتيجيات لتنميته المستدامة)
2003- 2009): تعتبر هذه المرحلة مرحلة التطور الحقيقي لقطاع الصناعة التقليدية، لأن هذا القطاع عرف نقلته الهامة منذ إلحاقه بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 2002 وهذا ما مكنه من إعطائه البعد الاقتصادي الجديد ، وبهذا خرجت نشاطات هذا القطاع من الركود الذي كان يعانيه، وهذا التغيير ليس مفاجئا، بل كان مطلبا للعارفين بقدرات هذا القطاع، بأن يتم اعتباره كقوة وبديل اقتصادي فعال في مجال الاستثمار و التشغيل، (بن عمار ، 2016، ص 64) ومن أجل تدعيم هذا القطاع وتطويره تم اتخاذ خطوة عملاقة بإعداد مخطط عمل لتطوير الحرف والصناعة التقليدية وربطها بالديناميكية الشاملة للتنمية المستدامة للحرف والصناعة التقليدية أفاق 2010 وقبل نهاية هذه الإستراتيجية بسنة تم التحضير لاستراتيجية أخرى أفاق 2020، وذلك في إطار تنفيذ توصيات نابعة من الجلسات الوطنية للصناعات التقليدية والحرف بالجزائر في 22 و 23 نوفمبر 2009.

إضافة لهذه الإستراتيجية وبصدور المرسوم التنفيذي رقم 472 /03 المؤرخ في 02 سبتمبر 2003 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 100/97 تم استحداث 11 غرفة جديدة للصناعة التقليدية والحرف، وأصبح عدد الغرف 31، ثم صدر المرسوم التنفيذي المعدل والمتمم 323/09 حيث أصبح عدد غرف الصناعة التقليدية والحرف

رسميا 48 غرفة موزعة على التراب الوطني، أي انتقل عدد الغرف من 08 غرف 1993 إلى 20 غرفة سنة 1997 إلى 31 غرفة سنة 2003 لتصل إلى 48 غرفة سنة 2009 (منشورات الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، تطور قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر 1962-2009، ص 95).

7- مرحلة تعزيز مكانة قطاع الحرف والصناعات التقليدية في الاقتصاد الجزائري بوضع الإستراتيجية الثانية لتنميته المستدامة أفاق 2020، جاءت هذه المرحلة بعد التوصيات الناتجة عن الملتقيات الجهوية في (أفريل 2011) والندوة الوطنية المنعقدة في (12 و 13) جوان من نفس السنة التي قررت وضع استراتيجية مكاملة للاستراتيجية السابقة وهذا من أجل تنمية مستدامة لقطاع الصناعة التقليدية والحرف أفاق 2020، والتي كان مخطط لها فترة (2010-2020)، ولكن تم تعديلها في سنة 2016 لتمتد إلى أفاق 2035 وقسمت هنا لعدة مراحل، فالمرحلة الأولى كانت فترة (2010-2015)، حيث تم سنة 2010 إلحاق قطاع الصناعة التقليدية والحرف بوزارة السياحة، وأصبحت تسمى وزارة السياحة والصناعة التقليدية، وتعتبر هذه المرحلة مكاملة للمرحلة التي سبقتها، فغرفت هذه المرحلة بتعزيز مكانة الحرف والصناعات التقليدية في الاقتصاد الجزائري أكثر، من خلال دعم الحرفيين على الإنتاج الكمي والنوعي وتشجيع وتحسين المهارات في النشاط الحرفي قصد الاستجابة للمعايير الدولية، ومن ثم تحقيق القدرة على تصدير منتجات الصناعات التقليدية والحرف، كما عرفت هذه المرحلة إدراج وزارة للتهيئة العمرانية تحت وصاية وزارة السياحة والصناعات التقليدية سنة 2015 (بوحديد، شراف، 2019، ص 181).

8- بعد المرحلة السابقة جاءت مرحلة استراتيجية التنمية المستدامة للحرف والصناعات التقليدية أفاق 2035، والتي تبدأ من سنة 2016 وهي السنة التي تم فيها تعديل مخطط عمل لتطوير الحرف والصناعة التقليدية لتمتد لآفاق 2035، وما يميز هذه المرحلة هو إدماج قطاع الحرف والصناعات التقليدية في المخطط الوطني للتهيئة السياحية (SNAT 2025)، والذي رفع التحدي لمواجهة مختلف العراقيل التي تكبح نمو هذا القطاع وتعزل اندماجه الكلي في ديناميكية التنمية الوطنية، حيث كان من الضروري تقديم أدوات جديدة لفاعلي القطاع لأجل

تحسين إجراءات الدعم الموجودة حاليا، لا سيما في مجال الدعم والمرافقة وتفعيل المقاربة التشاركية والثقافة الجموعية والتكوين في الحرف وتعزيز المقاولاتية، التي سوف نفصل فيه في المباحث القادمة.

ثانيا: الإطار التشريعي لقطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر

يعتبر التشريع القانوني من أهم قواعد حسن التسيير والتأطير، وهذا نظرا لأهميته في ضبط مسار التوجيه لبلوغ الأهداف المرجوة، لذا كان لابد من إعادة النظر في التشريعات الخاصة بقطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر (العلوي، حامد نور الدين ، 2020، ص07) ، لهذا عملت الجزائر على إصدار العديد من النصوص التشريعية والتنظيمية للقطاع من أجل ترقية النشاط الحرفي، ويعتبر الأمر رقم (96-01) الصادر في جانفي 1996 الذي يحدد القواعد التي تحكم الحرف والصناعة بمثابة الإطار العام الذي يسير القطاع وحدد المفهوم الشامل والدقيق للحرف والصناعة التقليدية، وكيفية تنظيم نشاطها وقواعدها ومجالاتها بغرض تثمينها والحفاظ عليها، حيث تم تحديد التعريف الدقيق للصناعة التقليدية والحرف بصدور الأمر رقم (96-01) المؤرخ في 10/01/1996 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف والنصوص التطبيقية لها، حيث نصت المادة 5 منه أن: "الصناعة التقليدية والحرف هي كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطنى عليها العمل اليدوي وتُمارس بصفة رئيسية ودائمة، وفي شكل مستقر أو متنقل أو معرضي، وبكيفية فردية أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف أو مقولة للصناعة التقليدية والحرف.

فبمقتضى الأمر (96-01) تنقسم الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر إلى ثلاثة ميادين وهذا حسب أنواع مجالات النشاط الرئيسي الممارس، والتي حددها وضبطها المرسوم التنفيذي رقم 07-339 المؤرخ في 31/10/2007 (المرسوم التنفيذي 07-339 المؤرخ في 31 أكتوبر 2007 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 97-140 المؤرخ في 30 أبريل 1997 المتضمن قائمة النشاطات الصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 70، الجزائر، 2007، ص 17)، حيث تضم قائمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف حسب الميادين الثلاثة 24 قطاعا يحتوي على 338 نشاط، وتتمثل ميادين ممارسة الأنشطة الحرفية في :

1- الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية :يقصد بها حسب المادة 06 من الأمر رقم 96-01 بأنها:

"هي كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين فيه الحرفي أحيانا بآلات لصنع أشياء نفعية أو تزيينية ذات طابع حرفي، وتكتسي طابعا فنيا يسمح بنقل مهارة عريقة، وتتميز الصناعة التقليدية الفنية بأصالتها وطابعها الانفرادي والإبداعي (الأمر 96-01) وتنقسم إلى نوعين:

أ- صناعة تقليدية فنية (تزيينية): تعتبر الصناعة التقليدية صناعة تقليدية فنية عندما تتميز بالأصالة والطابع الانفرادي والإبداع، إذ تتطلب هذه الصناعة مواهب فنية عالية وفترة صناعة طويلة ومواد أولية رفيعة وهو ما يفسر ارتفاع أسعارها بينما لا تتطلب تقسيما للعمل وتتمثل الوظيفة الأساسية لمنتجات الصناعة التقليدية الفنية في الوظيفة التزيينية أساسا، فهي بذلك تعكس مجمل التعابير المتعلقة بتقاليد وثقافات وطقوس أي بلد.

ب- الصناعة التقليدية الاستعمالية (الوظيفية): ما يميزها عن سابقتها هو أنها لا تتطلب خبرة فنية عالية من الحرفي حيث تكون عادة التصاميم الفنية لمنتجات ذات طابع تكراري بسيط يعتمد على العمل المتسلسل وتوزيع المهام في كل مراحل الإنتاج، وهذا بغض النظر عن الحرفيين الذين ينتجون منتجات استعمالية والذين يعملون في منازلهم . وتتمثل الوظيفة الأساسية لمنتجات الصناعة التقليدية الاستعمالية في تلبية حاجيات الحياة اليومية.

يرمز لميدان النشاط الأول للصناعة التقليدية والفنية بالرمز 01 ويحتوي على ثمانية (08) قطاعات نشاطات موزعة ومرقمة من 01 إلى 08 مرتبة حسب المادة الأولية وتضم 75 نشاطا.

2- الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد (النفعية الحديثة): هي كل صنع لمواد استهلاكية عادية، لا تكتسي

طابعا فنيا خاصا وتوجه للعائلات وللصناعة وللزراعة، وتتميز هذه الصناعة باعتمادها على درجة أكبر من التخصص وبأنها غير عاكسة لثقافة أو هوية شعب معين، إلى جانب أنها منتشرة في كل دول العالم كما تعرف عادة باسم الصناعات الصغيرة.

يرمز لميدان النشاط الثاني بالرمز 02 ويحتوي هذا الميدان على 09 قطاعات نشاط موزعة ومرقمة من 09 إلى 17

مرتبة حسب المادة الأولية المستعملة وتضم 131 نشاطا.

3- الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات: وتتمثل في مجمل النشاطات التي يمارسها الحرفي والتي تقدم خدمة خاصة

بالصيانة أو التصليح أو الترميم الفني. (الأمر 96-01):

يرمز لميدان النشاط الثالث في القائمة بالرمز 03 وهو يتشكل من 07 قطاعات للنشاطات مرقمة من 18 إلى 24

ومرتبة حسب طبيعة الأشغال المنجزة والتقنيات المستعملة وميادين التدخل وتضم 132 نشاطا.

مما سبق عرضه نستخلص أن العدد الإجمالي للأنشطة الحرفية هو 338 نشاطا، ويرقم كل نشاط بسبعة

أرقام، بحيث يمثل الرقمان الأوليان مجال النشاط أما الرقمان المواليان فيمثلان قطاع النشاط في حين أن الأعداد الثلاثة

المتبقية تتمثل التسلسل الزمني للتسجيل في قطاع النشاط. (المرسوم التنفيذي 07-339 المؤرخ في 31 أكتوبر

2007 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 97-140 المؤرخ في 30 أبريل 1997 المتضمن قائمة

النشاطات الصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 70، الجزائر، 2007، ص 18)، وفيما يتعلق

بكيفيات ممارسة نشاطات الحرف والصناعات التقليدية، فإنه يتمثل في:

1- الحرفي الفردي: تم تعريفه أول مرة في المادة 03 من القانون 82-12 المتضمن القانون الأساسي للحرفي

والمؤرخ في 28 أوت 1982، وقد تم تعديل مفهومه بموجب الأمر 96-01، وأصبح يعرف على أنه: "كل

شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف ويمارس نشاطا من الأنشطة السالفة الذكر يثبت تأهيلا

ويتولى بنفسه مباشرة تنفيذ العمل وإدارة نشاطه وتسييره وتحمل مسؤوليته" (الأمر 96 - 01 المؤرخ في 10 جانفي

1996 والحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 03، 1996، ص 05).

2- تعاونية الصناعات التقليدية والحرف: عُرِفَت التعاونية حسب الأمر (96 - 01) على: "أنها شركة مدنية

يكونها أشخاص، ولها رأس مال غير قار وتقوم على حرية انضمام أعضائها الذي يتمتعون جميعا بصفة الحرفي" حسب

مفهوم هذا الأمر، وتهدف التعاونية إلى إنجاز العمليات وأداء كل الخدمات التي من شأنها أن تساهم بصفة مباشرة أو

غير مباشرة في تنمية النشاطات التقليدية والحرف وفي ترقية أعضائها وممارسة هذه النشاطات جماعيا، كما يتمتع

المتعاونون بحقوق متساوية مهما كانت قيمة حصة كل واحد منهم في رأس المال التأسيسي ولا يمكن التمييز بينهم

، وتسجل التعاونية قانونيا في سجل الصناعات التقليدية والحرف، وهي خاضعة لرقابة الوزارة المكلفة بالصناعات التقليدية بغرض مراعاة جميع الاحكام التنظيمية والتشريعية المطبقة على هذا النوع من الشركات، ويشترط وجود خمسة منخرطين على الأقل لتأسيس تعاونية للصناعة التقليدية، وتعمل التعاونيات على إنجاز وتسهيل كل العمليات التي تتعلق بإنتاج المنتجات التقليدية لمنحيتها وتحويلها وحفظها وتسويقها، فهي تقوم بصفة عامة لحساب منحيتها بكل العمليات التي تندرج عادة في إطار النشاط الحرفي ومهنة الصناعة التقليدية (المرسوم التنفيذي 97-99 المؤرخ 29 مارس 1997 الذي يتضمن القانون الأساسي النموذجي لتعاونية الصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 18، الجزائر، 1997، ص 09).

3- مقالة الصناعة التقليدية والحرف: وتنقسم إلى قسمين:

أ- مقالة الصناعة التقليدية: هي كل مقالة مكونة حسب أحد الأشكال المنصوص عليها في القانون التجاري الجزائري، تتوفر على الخصائص التالية:

- يستلزم عليها ممارسة أحد نشاطات الصناعة التقليدية وكذا تشغيل عدد غير محدد من العمال الأجراء؛ كما يجب توفر إدارة يشرف عليها حرفي أو حرفي معلم، أو بمشاركة أو تشغيل حرفي آخر على الأقل يقوم بالتسيير التقني للمقالة عندما لا يكون لرئيسها صفة الحرفي.

ب- المقالة الحرفية لإنتاج المواد والخامات: هي كل مقالة تنشأ وفق أحد الأشكال المنصوص عليها في القانون التجاري الجزائري، وتتوفر فيها الخصائص التالية:

- ممارسة نشاط الإنتاج أو التحويل أو التصليح أو أداء الخدمات في ميدان الحرف لإنتاج المواد والخدمات.

- تشغيل عدد من العمال الأجراء الدائمين أو صناع لا يتجاوز عددهم 10 ولا يحسب ضمنهم كل من: رئيس المقالة، الأشخاص الذين لهم روابط عائلية مع الرئيس (زوج، أصول، فروع)، ممتننين لا يتعدى عددهم ثلاثة ويربطهم بالمقالة عقد تمهين.

المطلب الثاني: الفاعلين في قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر

يتعدد الفاعلون في النشاط الحرفي الجزائري ويختلفون باختلاف الأشخاص والهياكل والهيئات التي تُعنى بقطاع الحرف والصناعة التقليدية، ويتمثل الفاعلون بهذا النشاط في الفاعلين على المستوى المركزي والتي مهمتهم تصميم ومراقبة استراتيجيات وسياسات وتنمية القطاع، وفاعلين على المستوى اللامركزي (المحلي) والذين مهمتهم تنفيذ توصيات الوزارة المكلفة بالحرف والصناعة التقليدية، والفاعلين الخواص يتمثلون في الشركاء الخواص والمؤسسات الخاصة، وفاعلين من المجتمع المدني والذي يمثلون الجمعيات الناشطة في هذا المجال ومهمتهم الحفاظ على هذه الحرف ونشر الوعي عنها وحمايتها من الزوال والاندثار، ولهذا يصنف الفاعلون في النشاط الحرفي الجزائري إلى:

1- الفاعلين من القطاع العام:

إن الفاعلين من القطاع العام هم فئة الفاعلين الممثلين في الهيئات والمؤسسات العمومية المؤطرة والمسيرة للحرف والصناعات التقليدية بالجزائر، لأن اهتمام الدولة الجزائرية بالحرف والصناعات التقليدية يجعل منها الإطار والفاعل الرئيسي في وضع الآليات المناسبة من أجل الاستثمار في هذا القطاع وتنميته، لهذا تسعى الدولة لتحقيق ذلك بإعطاء السلطة التنفيذية للهيئات القائمة على هذا القطاع سواء على المستوى المركزي والمؤسسات التابعة له، أو على المستوى المحلي، وهنا يأتي دور الهياكل المؤسساتية الرسمية في تحريك عجلة تنمية هذا القطاع وترقيته، وينقسم الفاعلون من القطاع العام إلى:

1-1- الفاعلين على المستوى المركزي:

1-1-1- الوزارة المكلفة بالصناعة التقليدية (وزارة السياحة والصناعة التقليدية): تعد وزارة السياحة والصناعة التقليدية أعلى سلطة في القطاع، وهي من أبرز الفاعلين في القطاع العام وتعتبر الوزارة هي المسؤول الأول على قطاع الحرف والصناعات التقليدية، لأنها المخطط لتنمية القطاع الحرفي في الجزائر، وقد تأثر النشاط الحرفي في الجزائر بالعديد من التعديلات الحكومية وتحويله من قطاع لآخر، ويعتبر المرسوم التنفيذي (10 - 254) (المرسوم

التنفيذي رقم 10- 54 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010، الجريدة الرسمية رقم 63 / 2010) آخر تعديل وزاري يحدد صلاحيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية لا سيما فيما يتعلق بتنمية قطاع الحرف والصناعة التقليدية، ومن أهم هذه صلاحيات هذه الوزارة:

- إعداد وتنفيذ استراتيجية تنمية الحرف والصناعة التقليدية وضمان تنفيذها.
- اقتراح وتنفيذ كل التدابير الرامية إلى إدماج نشاط الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية الوطنية، وقد تم في هذا الشأن تنظيم وتأسيس المديرية العامة للصناعة التقليدية بوزارة السياحة والصناعة التقليدية وهيكلتها تبعا للمرسوم التنفيذي رقم 10- 255 (المرسوم التنفيذي رقم 10- 54 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010، الجريدة الرسمية رقم 63 / 2010)، وقد تم تحديد مهام وصلاحيات المديرية العامة للصناعة التقليدية بإدراج أبعاد تتعلق بتنمية القطاع منها: إعداد استراتيجية تطوير الصناعة التقليدية وتنميتها، وإعداد مخططات التطوير والإدماج الاقتصادي لنشاطات الصناعة التقليدية.

1-1-2- الوكالة الوطنية لترقية الصناعة التقليدية: هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، وهي تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم (04 - 313) (المرسوم التنفيذي رقم 04- 313 المؤرخ في 22 سبتمبر 2004 الجريدة الرسمية 62- 2004 ، ص 09) الذي يعدل المرسوم التنفيذي رقم 92- 12 (المرسوم التنفيذي رقم 92- 12 المؤرخ في 09 جانفي 1992 الجريدة الرسمية رقم 4- 1992، 105) وتهدف الوكالة إلى الحفاظ على الصناعة التقليدية الفنية وتطويرها وترقيتها من خلال:

- دراسات للأسواق في مجال الصناعات التقليدية الفنية.
- التنظيم والمشاركة في كل اللقاءات والتظاهرات الخاصة بالصناعة التقليدية في الجزائر وخارجها مثل المعارض، الملتقيات والأيام الدراسية إلخ من النشاطات الهادفة إلى ترقية منتجات الصناعة التقليدية الفنية وتطويرها.
- المساهمة في تحديد الشروط التقنية الضرورية لمراقبة جودة وأصالة منتجات الصناعة التقليدية والفنية.

- نشر أو اقتناء كل المطبوعات والمنشورات والدعائم الترقية المتعلقة بالصناعة التقليدية الفنية.
- مساعدة وتوجيه الحرفيين حول كل ماله علاقة بالتقنيات والتكنولوجيات الحديثة للصناعة التقليدية.
- تمويل الحرفيين الذين ينشطون بالبيت والمؤسسات الحرفية التي تعبر عن حاجاتها مع ضمان تسويق منتجاتهم وكذا التصدير في إطار عقود تقديم خدمات تبرم لهذا الغرض.
- 1-1-3- الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف:** تم إنشاء الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف بموجب المرسوم التنفيذي رقم 14- 82 (المرسوم التنفيذي رقم 14- 82 المؤرخ في 20 أفريل 2014 الجريدة الرسمية 11- 2014) الذي يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 97- 101 (المرسوم التنفيذي رقم 97- 101 المؤرخ 29 مارس 1997 الجريدة الرسمية رقم 18- 1997) الذي يحدد تنظيم الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف وعملها، وتعمل الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية، وهي مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري مستقلة ماليا لها فروع في 48 ولاية، وتعتبر شريك السلطات الإدارية والوطنية في كل الميادين التي تعنى بتنمية قطاع الصناعات التقليدية والحرف، وهي فضاء لتمثيل الحرفيين، الشريك الأمثل للسلطات الإدارية والتقنية الوطنية في كل الميادين التي تعنى بتنمية النشاط الحرفي، وتقوم بمهمة الخدمة العمومية (مقابلة مع السيدة دمي وفياء، مارس 2023) ومن مهامها:
- أنها تمسك البطاقة الوطنية للصناعات التقليدية للحرف وتنظمها.
- تزود السلطات العمومية بمبادرة منها أو بناء على طلب من هذه السلطات بالمعلومات والآراء والمقترحات المتعلقة بالمسائل التي تخص بطريقة مباشرة أو غير مباشرة قطاع الصناعات التقليدية على الصعيد الوطني.
- التشاور بين الحرفيين وتجمع آرائهم في المسائل التي تعرضها عليها الإدارة لدراستها وإبداء الرأي فيها.
- تلخص الآراء والتوصيات التي تعتمدها غرف الصناعات التقليدية والحرف وتشجع التنسيق بين برامجها ووسائلها.
- تنجز كل عمل ذي منفعة مشتركة بين غرف الصناعات التقليدية والحرف وتحفزها على القيام بالمبادرات.
- تتولى تمثيل أعضائها لدى السلطات العمومية وتعين ممثلها لدى هيئات التشاور والاستشارة الوطنية.

- تقوم بكل عمل يرمي إلى ترقية النشاط الحرفي وتنميته وانتشاره، لاسيما في الأسواق الخارجية.
- تنظم وتشارك في جميع اللقاءات والتظاهرات الحرفية في الجزائر وخارجها، لاسيما المعارض، الندوات، المحاضرات، الأيام الدراسية والمهام التجارية التي يكون غرضها ترقية النشاطات الحرفية والوطنية والمبادلات التجارية مع الخارج.
- تقيم علاقات التعاون والتبادل وتبرم اتفاقيات مع الهيئات الأجنبية المماثلة أو الشبيهة.
- تقوم بمهارات تكوين الحرفيين وتحسين مستواهم وتحديد معلوماتهم.

1-2- الفاعلين على المستوى اللامركزي (المحلي)، ويتمثلون في:

1-2-1 المديرية الولائية للسياحة والصناعة التقليدية

تعد مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية من المصالح اللامركزية التابعة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ومن أبرز الفاعلين في النشاط الحرفي على المستوى المحلي، حيث أنشئت على مستوى كل ولاية بموجب المرسوم التنفيذي رقم (95-260) المؤرخ في 29 أوت 1995 المتضمن إنشاء مصالح خارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية آنذاك، وحتى يتسنى النهوض بالمهام المسندة إليها، تم رسم الهيكل التنظيمي لها والمصالح والمكاتب الملحقة لها، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-216 المؤرخ في 11 جويلية 2005 المتضمن إنشاء مديرية السياحة والقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 02 جوان 2007، وفي سنة 2010 تم إنشاء مرسوم تنفيذي رقم (10-257) (المرسوم التنفيذي رقم 10-57 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 والمتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها، الصادر بالجريدة الرسمية العدد 63، المؤرخة في 26 أكتوبر 2010، ص 18) الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتحديد مهامها وتنظيمها، وبصدور القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 ماي 2012 الذي يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية تم تحديد تنظيم هذه المديرية في مصالح ومكاتب تابعة لكل مصلحة، ومن مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية في ما يلي:

(أ) - في مجال السياحة:

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية والتنمية السياحية
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تهيئة القدرات المحلية.
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية.
- تنفيذ برامج وتدبير ترفيه وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم نتائجها.
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية لاسيما في مجال الاستثمار وتكوين الموارد البشرية.
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية.
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال.
- السهر على تلبية حاجيات وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه.
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجموعية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي.

(ب) - في مجال الصناعة التقليدية :

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية وكذا الحصائل الثلاثية والسوية وجميع المعطيات الإحصائية وضمان توزيعها.
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية.
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له.
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية، وكذا المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية.
- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية.
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها.
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية (الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتحديد مهامها وتنظيمها، ومتاحة على الموقع <https://www.mta.gov.dz>).

1-2-2- عُرف الصناعة التقليدية والحرف

إن غرف الصناعة التقليدية والحرف تعتبر الفاعل المحلي والشريك الأساسي لتمثيل مصالح الحرفيين ونقل انشغالاتهم، وتعد الغرف منتدى حقيقيا لتمثيل المهن الحرفية على المستوى المحلي وفضاء يجمع ما بين الإدارة والحرفيين وممثليهم وهذا بحكم قربها من الحرفيين، وهي بذلك تعمل ككيان مخول لها أحقية متابعة انشغالات واهتمامات الحرفيين، كما تمثل هذه الغرف الشريك الأمثل والوسيط بين السلطات المحلية والمركزية في كل الميادين التي تُعنى بتنمية النشاط الحرفي وهذا في إطار الخدمة العمومية، والتي تُوكل لها خدمة مصالح الحرفيين بالدرجة الأولى، من خلال تسجيلهم في هذه الغرف ودعمهم ومرافقتهم في عملية التكوين والتأهيل على المستوى المحلي، بالإضافة إلى خلق فضاءات ونشاطات وتظاهرات تساهم في تسويق المنتج المحلي، والتنمية المحلية (أيت سعدي، 2104، ص 94).

أنشئت عُرف الصناعة التقليدية والحرف سنة 1992 كغرف جهوية للحرف، خدمتها ومهامها التكفل بمصالح الحرفيين والنشاط الحرفي، وأعيد تنظيمها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 97-100 والمرسوم التنفيذي رقم 97-101، المحدد لهياكلها وتنظيمها، وقد عُرفت الغرف حسب هذا المرسوم على أنها: "مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، توضع تحت وصاية الوزير المكلف بالصناعة التقليدية والحرف"، ومن مهامها:

- أنها تمسك البطاقة الوطنية للصناعات التقليدية للحرف وتنظمها.
- تقترح على السلطات المعنية برنامجا لتنمية نشاطات الصناعة التقليدية والحرف على مستوى دوائرها الإقليمية، وتتولى تنفيذها بعد موافقة الوزير المكلف بالصناعة التقليدية.
- تقوم بالتصديق على منتوجات الصناعة التقليدية وتسليم كل الوثائق أو الشهادات أو التأشيرات المتعلقة بنوعية الخدمات.

- تقوم بكل عمل يرمي إلى ترقية القطاع الحرفي وتطويره، لا سيما في مجال التصدير والاستثمارات.
- تشارك في مبادرات الهيئات التمثيلية التي لها نفس الأهداف.
- تقوم بأعمال التكوين وتحسين المستوى وتحديد المعلومات لصالح الحرفيين التابعين لدوائرها الإقليمية.
- تبدي آراءها في إحداث نشاطات الصناعة التقليدية والحرف (المرسوم التنفيذي رقم 97-101 المؤرخ 29 مارس 1997 الذي يحدد تنظيم الغرف الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 18، الجزائر، ص 18).

2- الفاعلين من القطاع الخاص (الشركاء الخواص وأرباب العمل):

إن الفاعلين من القطاع الخاص هم فئة الفاعلين الممثلين في الأفراد وأرباب العمل والشركاء الخواص ومؤسسات القطاع الخاص، وتشكل مساهمة القطاع الخاص في عملية التنمية الحرفية أهمية بارزة، فهم من الفاعلين الذين لا بد من أخذهم بعين الاعتبار لما لهم من دور كبير في هذا المجال، وبالخصوص مع الاستراتيجية التي تبنتها الجزائر بحرصها على تشجيع القطاع الخاص وتدعيمه كتشجيعها للعمل المقاولاتي والابتكار وتقديم تسهيلات للمقاولين وتعزيز المناخ الاستثماري وتسريع وتيرة إنشاء المؤسسات الحرفية، ينقسم الفاعلون من القطاع الخاص إلى:

2-1 الحرفي: يلعب الحرفي في النشاط الحرفي الدور الأكبر، ويعتبر الحرفي من أهم الفاعلين لأنه أساس

النشاط الحرفي فلا نتخيل أي نشاط حرفي بدون حرفي.

2-2 المقاولات الحرفية: مقالة مكونة حسب أحد الأشكال المنصوص عليها في القانون التجاري الجزائري.

2-3 التعاونيات الحرفية: عرفت التعاونية حسب الأمر 96 - 01 على أنها شركة مدنية يكونها أشخاص،

ولها رأس مال غير قار وتقوم على حرية انضمام أعضائها الذي يتمتعون جميعا بصفة الحرفي.

2-4 الشركاء الخواص وأرباب العمل: هذا النوع من الفاعلين يظهر ويتجسد في المؤسسات الخاصة وأرباب العمل وأصحاب الشراكة والتعاقد مع وزارة السياحة والصناعة التقليدية أو مع الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية أو الغرف الولائية، حيث تكون هذه الشراكة في إطار استفادة كل طرف من الآخر ومثال على ذلك أن تقدم المؤسسات الخاصة دورات تكوينية وتأهيلية في مجالات جديدة تم الحرفيين وتفيدهم في عملهم مثل تقديم دورات تكوينية في مجال التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، أو توجد مؤسسات خاصة تساعد الحرفيين على تسويق وعرض منتوجاتهم في البيئة الرقمية، حيث أتاحت هذه المؤسسات منصات ومتاجر إلكترونية للحرفيين، وعلى سبيل المثال مؤسسة قيديني من خلال فتحها منصة أنامل والخاصة بتسويق المنتجات الحرفية والترويج لها (مقابلة مع السيدة دمعي وفيما، مارس 2023).

3- الفاعلين من جمعيات ومنظمات المجتمع المدني:

الفاعلون من منظمات المجتمع المدني هم فئة الفاعلين الممثلين في الجمعيات الحرفية الجمعيات المهنية الناشطة في مجال الحرف والصناعات التقليدية، وكذا المنظمات الوطنية والولائية التي تهتم وتُعنى بالنشاط الحرفي، وهنا نجد الجمعيات الحرفية الجمعيات المهنية الناشطة في مجال الحرف والصناعات التقليدية.

إن إدراج الجمعيات المهنية ضمن قانون الجمعيات 12-06 سمح لفئة الحرفيين من إنشاء الجمعيات المهنية الناشطة في مجال النشاط الحرفي، وهذا ما أدى إلى انتشارها، وحاليا تلعب هذه الجمعيات دورا فعالا في التعريف بالمنتجات التقليدية وإبرازها، وكذا المساهمة في إحياء وإعادة الاعتبار لبعض الحرف اليدوية التي كانت في طريق الاندثار، وتجسد ذلك من خلال عمليات التكوين والتمهين التي تقدمها هذه الجمعيات لفائدة مختلف الشرائح في المجتمع وبالأخص الشرائح الشبانية، وهذا في مختلف التخصصات الحرفية وإقامة مختلف المعارض المحلية والوطنية لإبراز أهمية المحافظة على التراث الثقافي (بن زعرور ، مخناش، 2019).

4 - الفواعل الداعمة للنشاط الحرفي في الجزائر

إلى جانب الفاعلين المحسوبين بشكل مباشر على قطاع الحرف والصناعات التقليدية، يوجد فاعلون آخرون، ويعتبرون من الفواعل الخارجية، وهم ينتمون إلى قطاعات ونشاطات أخرى ولكن يعتبرون من الفواعل الداعمة للنشاط الحرفي الجزائري، ونذكر منهم: وزارة التكوين والتعليم المهنيين مثال عن طريق الصندوق الوطني لتطوير التمهين والتكوين المتواصل FNAC، وزارة الشؤون الدينية عن طريق صندوق الزكاة، وزارة التضامن والأسرة وقضايا المرأة، وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، وزارة التجارة، البنوك، وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي والذي يظهر تعاملها مع القطاع الحرفي من خلال الصندوق الوطني للتأمينات لغير الأجراء، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة، وكذا الوكالة الوطنية لترقية المقاولاتية..... إلخ من الفواعل الداعمة والمهمة في النشاط الحرفي الجزائري (مقابلة مع السيدة دمعي وفياء، مارس

(2023).

المطلب الثالث: المشاكل والتحديات التي تواجه الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر

بالرغم من النتائج المثمرة التي حققها قطاع الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر إثر تطبيق استراتيجية التنمية المستدامة الموضوعة له، إلا أن الدراسات والأبحاث الخاصة بالصناعة التقليدية والحرف بالجزائر تشير إلى تعرض النشاط الحرفي والحرفيين للعديد من الصعوبات التي تعرقل أنشطتهم وتحدد نمو مؤسساتهم وبقائها، وبالتالي هذه معوقات سوف تعترض إنتاج المنتجات الحرفية، وتوسع هذا النشاط وعرقلة تنميته وتطويره أو حتى قد تؤدي إلى زواله واندثاره، وتتجسد هذه المشاكل في الجوانب التالية:

- عدم الاستقرار التنظيمي الذي عرفه القطاع الحرفي من حيث التسيير وتغيير الهيكلة والإشراف: يمكن هذا المشكل في تعدد الجهات المشرفة على القطاع مما أدى إلى ضعف التنسيق بينها وفق استراتيجية مندمجة وتشاركية، فعملية تأرجح القطاع من وصاية إلى أخرى أفقدته قيمته الحقيقية وأدى إلى عدم استقراره وثباته (بن العمودي، 2018، ص ص 292 - 294).

- تأخر الاهتمام بالنشاط الحرفي في الجزائر لسنوات عديدة وعدم إدراج هذا النشاط كأولوية تنموية ضمن السياسات الاقتصادية والإصلاحية للبلاد وضعف التشريعات والنظم الواضحة لدعمه، حيث كان النشاط الحرفي مُغيباً عن الأولويات التنموية للجزائر ومحل تجاهل دائم، ويعود السبب في ذلك إلى الاختصار على التعامل معه من وجهة نظر تاريخية وتراثية فقط دون الوعي بأهميته الاقتصادية والاجتماعية، هذا ما جعل هذا النشاط لم يستفد من الدعم بالوسائل والتأطير الملائمين، فكل الجهود المبذولة إلى يومنا هذا لتنظيمه ودعمه تبقى ضعيفة نظرا لحجم الاحتياجات وقلة الوسائل المسخرة سواء على المستوى المركزي أو على المستوى المحلي، كما يبدو جليا القصور الملاحظ على التشريعات الحالية الموضوعة للنهوض بهذا القطاع وعدم قدرة هذه التشريعات على التأقلم مع التغيرات السريعة التي يعرفها هذا الأخير (العباسي، عموري، 2018، ص 57).

- سوء وعدم توفر ظروف العمل المناسبة لممارسة النشاط الحرفي: وهنا يتعلق الأمر بصعوبة الحصول على المحلات ومشكل المقر، وفي حالة امتلاك الحرفي محل فعادة ما يتميز بقدمه وعدم توفره لأدنى شروط الأمن والنظافة فضلا عن ضيق المساحة، بالإضافة إلى تشغيل يد عاملة غير مؤهلة وقليلة الخبرة ما يترتب عنه إساءة إلى نوعية المنتج وعدم القدرة على احترام المقاييس والمعايير لعمل هذا المنتج (عمي موسى نادية، 2022) فمشكل المقر يعد أهم العوائق التي تواجه الحرفي في ممارسة نشاطه (بداري عائشة، 2021).

- غياب روح المقاوله وكذا ضعف الثقافة المقاولاتية لدى الحرفيين وتسجيل الخلط والمزج في المقاولات لأن تكوين الحرفيين في الجزائر يركز أكثر على التمهين فقط، ولا يستفيد الحرفيون في الغالب من دورات تكوينية إضافية في مجالات المقاولاتية والتسيير والتسويق التي تمكنهم من تحسين عمل مؤسساتهم وتطويرها ودخول عالم المقاولاتية والمؤسسات الناشئة.

- ضعف القدرة التنافسية لمنتجات الصناعة التقليدية الجزائرية: نظرا لارتفاع تكاليف الإنتاج المتعلقة بالمواد الأولية المستوردة بأثمان عالية ونوعية تتأرجح بين الرفيعة والرديئة، إضافة إلى تكاليف أخرى كالضرائب والإيجار، إضافة إلى سعي الحرفي للتكيف مع الأسواق التي تتغير بتغير أذواق المستهلكين وبيئتهم ومستواهم المعيشي وثقافتهم، ما يجعل بعضهم يصنع المنتج التقليدي على هذا الأساس ويقضى بذلك على المنتج التقليدي وعراقته عبر التاريخ، كما أن استعمال مواد أولية غير ملائمة أو ذات نوعية رديئة من طرف الحرفيين تجعل منتجاتهم ذات جودة سيئة، إضافة إلى كل ذلك انفصال النشاط التقليدي عن بقية قطاعات النشاطات الأخرى كالصناعة، السياحة، وحتى الزراعة جعله يفقد خاصية الاندماج والاستفادة من الآثار الإيجابية التي تقدمها القطاعات لبعضها البعض (شيبان، 2019).

- ضعف التحفيز المالي والجباي: يعتبر الحرفيون سعر الفائدة هو أكبر عائق يُواجههم، فالحرفي يواجه هذه الصعوبات نظرا لضعف إمكانياته، بالإضافة إلى ثقل الإجراءات المعمول بها في مجال الاستفادة من موارد أجهزة الدعم (العباسي، عموري، 2018، ص 57).

- صعوبة تسويق وتصدير المنتجات التقليدية: إذ تصدم هذه الأخيرة بمشكل السوق وإيجاد مستهلكين لها في الداخل والخارج (مقابلة مع السيدة دمعي وفياء، مارس 2023)، أما عن صعوبة تصدير المنتجات التقليدية، فهي راجعة إلى فاتورة التوطين التي يفرضها النظام الجمركي على كل المصدرين، وبما أن رأسمال الحرفي قليل فإن هذا الإجراء يسبب له أضرارا تلحق بإنتاجه، لأن تجميد هذا من المال سيجعله لا يستطيع تعبئة الموارد المالية اللازمة للإنتاج خاصة إذا تحصل على سوق أجنبية، وأيضا عدم دراسة السوق لمعرفة الأسواق التي تتيح فرصا حقيقية لهذه المنتجات من حيث الحجم والمنافسة بغرض المشاركة في المعارض التي تتيح الفرص لتوسيع السوق الخارجية (شيبان ، 2019، ص 109-113).

- مشكلة التمويل: أصبح التمويل بالمواد الأولية وخاصة المستوردة منها تطرح مشاكل حقيقية للنشاط الحرفي وبصفة خاصة تلك التي لم تعود على تقنيات أو إجراءات الاستيراد، فمنذ انفتاح السوق على الخارج تغيرت كل المعطيات، حيث أصبحت المؤسسات العمومية تستورد لصالح الدولة، أما عن المستوردين الجدد ومنهم الخواص فيهتمون بالمواد الاستهلاكية فقط.

- الافتقار إلى الخبرة التنظيمية لدى الحرفيين التي تؤثر سلبا على مردودية نشاطاتهم، ويلاحظ هذا النقص في الجهل بالأوضاع الاقتصادية وحركة الأسعار والأسواق، وأيضا عدم معرفة طرق التوسع في تسويق المنتجات وإمكانية فتح أسواق جديدة لمنتجاتهم داخل وخارج الوطن، وكذا الجهل بكيفية التعامل مع البنوك والإجراءات المتبعة للحصول على قروض وعدم معرفة أشكال الإعانات وطرق الحصول عليها.

- محدودية وضعف برامج التكوين وتنمية المهارات: وتظهر هذه المشكلة في نقص التكوين والتدريب والتوعية بأهمية النشاط الحرفي والحث على الدخول إليه وممارسته باعتباره نشاطا مساهما في التنمية الشاملة. (مقابلة مع السيد بوعال مصطفى، 2021)، فالحرفي في الجزائر في الوقت الراهن يفتقر كثيرا إلى نقص التكوينات وبالأخص المتعلقة بمجال الرقمنة (مقابلة مع السيدة محمدي أحمد، 2021).

- نقص الدراسات والبحوث العلمية وغياب التنسيق بين القطاع والجامعة: ويعد هذا الإشكال من بين العوامل التي تقف عقبة أمام تطوير قطاع الحرف والصناعات التقليدية، وهذا راجع لعدم التنسيق بين الجامعات ومؤسسات البحث وقطاع الحرف والصناعات التقليدية، فبالرغم من أهمية هذا القطاع لم يحظى بالبحوث اللازمة لتحليله وفهم إشكالياته وأدواره، فالدراسات حول قطاع الحرف في الجزائر قليلة جدا ومجزأة، والدراسة الوحيدة والشاملة التي وجدناها دراسة قد أعدتها الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية سنة 2010 بتكليف من وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية (بن زعرور، 2022، ص 02) فمشكلة نقص البحوث العلمية أو ندرتها تعتبر إشكالية تحتاج وحدها إلى بحث، فكم من تصورات وأبحاث جادة في النشاط الحرفي لا تزال حبيسة الرفوف، وكان بالإمكان الاستفادة منها لحل المشكلات التي تواجه تنمية هذا القطاع وتعيق تطوره، وبالتالي فإن مثل هذه الظروف والمعطيات التي تغيب فيها البحوث والدراسات حول النشاط الحرفي، لا يمكن التخطيط فيها لإنشاء وتطوير هذا النشاط والحفاظ عليه من الزوال والإندثار.

- مشاكل تخص تجارة المنتجات الحرفية التقليدية وعدم حماية المنتج الوطني من تدفق السلع المستوردة ومشكل التصاميم ومعايير الجودة والملكية الفكرية، الذي سببها بالدرجة الأولى هو انعدام التركيز على محور الملكية الفكرية كأداة للحد من المنافسة غير المشروعة التي تواجه المنتج الحرفي التقليدي، وهذا الذي أدى إلى دخول المنتجات الأجنبية بطرق غير مشروعة وبيعها بأسعار منخفضة رغم النوعية الرديئة للمنتج، وكل هذا طبعاً يفتح الأبواب واسعة أمام المنافسة غير المشروعة (بوحديد، شراف، 2019، ص ص 186-187) فعندما تتشكل هذه المنافسة التي تفرضها المنتجات التقليدية المستوردة الرخيصة تظهر المشكلة الحقيقية والمتمثلة في القضاء على روح الإبداع والابتكار، فهي بذلك تقتل المنتجات التقليدية المحلية، فصرنا حالياً نجد محلات الصناعة التقليدية قد امتلأت بالمنتجات التقليدية المقلدة وبالأخص الآسيوية منها، والتي تقدم بأسعار أقل وفي بعض الأحيان بجودة أعلى وتصاميم أكثر جاذبية، وفي بعض الأحيان تكون مقلدة لتصاميم المنتجات الجزائرية وبتكلفة أقل بكثير (صديقي، بوناب، 2017، ص 86) وهذا ما يسهم في تقليص نشاطات هذه الصناعات وعزوف الحرفيين عنها ويولد لنا مشكلة الجودة

والمعايير التي يعاني منها المنتج التقليدي الحرفي الجزائري (العباسي، عموري، 2018، ص 57)، وأمام هذه الصعوبات التي تواجه نشر المعايير في مجال الحرف والصناعات التقليدية، يبرز طريق علامات الجودة كحل منقذ، لكن لايزال مجال الجودة بدوره أيضا بكرا دون اشتغال وتجسيد حقيقي، رغم أن النص التنظيمي الأساسي يعود لسنة 1997 وهو المرسوم التنفيذي 79-390 الذي يحدد شروط تسليم علامات النوعية والأصالة ودمغ منتوجات الصناعة التقليدية وكيفياتها وشكلها، لكن لم يؤخذ منه سوى مسألة الدمغ لا غير، وجوهر علامات الجودة في هذا النص هو العلامات الجماعية فقط، إذن الجودة مغيبة في التجسيد الميداني (بن زعرور، 2022، ص 30)، وبالتالي يفقد المنتج الحرفي الجزائري صورته وهويته ويكون دون حماية وأكثر عرضة للسرقة والتقليد.

وفي السياق ذاته ومن خلال مقابلاتنا الميدانية التي قمنا بها وجدنا بعض الحرفيين يجهلون كل ما يتعلق بالملكية الفكرية وكيف يستخدمونها لحماية منتوجاتهم وعلامتهم التجارية، وأيضا حسب تصريح إحدى الحرفيات بأن نقص المراكز الخاصة بحماية المنتج ونقص فروعها على مستوى الوطن كالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية INAPI الذي يوجد مقره في العاصمة فقط ما يضطر الحرفيين للتنقل للعاصمة من أجل وضع العلامة التجارية الخاصة بمنتوجاتهم لحمايتها وهذا ما أعجز الحرفيين وأرهقهم ماديا ومعنويا من خلال عناء وتكاليف التنقل وخاصة في ولايات الجنوب (مقابلة مع السيدة عمي موسى نادية، 2022).

- **مشكلة الضرائب:** حيث لا يملك أصحاب النشاطات الحرفية السجلات المحاسبية، هذا ما يؤدي بمصلحة الضرائب إلى التقدير الجزائي لأرباحهم، كما أن قوانين الضرائب لا تراعي الظروف والحاجات الخاصة للحرفي والنشاط الذي يؤديه.

- **مشكلة التمويل:** حيث غالبا ما ترفض مؤسسات التمويل لاسيما البنوك من تزويد الحرفيين باحتياجاتهم من التمويل لأغراض الاستثمار والتوسع لمواجهة نفقات الاستغلال، ويرجع ذلك إلى ارتفاع درجة المخاطرة على القروض المقدمة للحرفيين، ونظرا لغياب الضمانات المناسبة تضع البنوك شروطا صعبة لإقراض الحرفيين، وهذا ما يعيق الحرفيين

وينقص من إقبالهم على ممارسة النشاط الحرفي، وهذا ما يضطر الحرفي إلى أن يمول نفسه بنفسه لأنه لا يوجد دعم في هذا المجال (مقابلة مع السيد بوعال مصطفى، 2021) وهذا يشكل أيضا عائقا كبيرا في وجه الحرفيين (مقابلة مع السيدة عمي موسى نادية، 2022) لأن الحرفي على عاتقه العديد من التكاليف لهذا لا بد له من التمويل والمساعدة من أجل ممارسة نشاطه الحرفي (مقابلة مع السيد رافع زايد، 2022).

- إشكالية غياب البُعد الاتصالي والإعلامي في النشاط الحرفي: يتمثل هذا في وجود نقائص بالنظام المعلوماتي والإعلامي والاتصالي، وهذا من خلال محدودية وجود نشاط الحرف والصناعات التقليدية في البرامج الإعلامية وكذا نقص في المعلومات والبيانات لدى الجهات القائمة على تنمية الحرف والصناعات التقليدية وإن وجدت فهي ناقصة أو متضاربة أو قديمة تحتاج إلى تحديث، (جماعي أم كلثوم، 2019، ص 90) وهذا ما يؤدي إلى وجود فجوة كبيرة بين الهيئات القائمة على تنمية النشاط الحرفي والفاعلين فيه (بوحديد، شراف، 2019، ص 187).

ومن بين هذه المشاكل المتعلقة بالجانب الإعلامي والاتصالي نجد نقص الدعاية والإشهار للنشاطات الحرفية، وكذا المعارض التي تقام من أجل التعريف بها، (حواس، حبوشي، 2016) مما يؤدي إلى الحضور المتقطع للمنتج التقليدي الجزائري في التظاهرات والمعارض سواء كانت وطنية أو حتى دولية (العباسي، عموري، 2018، ص 57)، وكما يشكل عدم الإلمام الجيد بتكنولوجيات الاعلام والاتصال والوسائط الجديدة إشكالية حقيقية يعاني منها النشاط الحرفي في الجزائر.

- المشاكل الإدارية والتنظيمية والتشريعية: وتتضمن ضعف تشريعات وقوانين تنظيم النشاط الحرفي وتطويره، إذ نجد أهم مشكل هو عدم الفصل بين الملكية والإدارة، وهذا ما يمنع من القيام بجميع هذه المهام بكفاءة بسبب جهل معظم الحرفيين بأسس التنظيم والإدارة أو عدم استشارة المختصين في الإدارة، مما يشكل لنا غياب الوعي الإداري وعدم الإلمام به من طرف الحرفيين والفاعلين في النشاط الحرفي بالتشريعات والقوانين التي قد تُمنح بموجبها بعض

المساعدات الإدارية والفنية، وكذلك الجهل بالهيئات المساعدة للنشاط الحرفي وللصناعة التقليدية (حواس، حبوشي، 2016، ص 276).

- اقتصار المساعدة التقنية والمالية في مجال الحرف والصناعات التقليدية على الحرف والصناعات التقليدية الفنية فقط، والتي لا تمثل سوى نسبة 15% من المسجلين، في حين أن الميادين الأخرى تمثل أعلى نسبة من التسجيلات، بحيث تبلغ حصة حرف الخدمات 55% وحصة حرف إنتاج المواد 30% (مقابلة مع السيد رافع زايد، 2022).

- في مجال التنظيم والمنافسة: يشكل العمل غير الرسمي في السوق الموازية منافسا شرسا للأنشطة الحرفية الممارسة في إطار قانوني منظم، وهذا لجاذبية هذا النوع من العمل بسبب المزايا التنافسية التي يوفرها التهرب الضريبي، وكذا عدم احترام نوعية المنتجات والخدمات، وانخفاض تكاليف المواد الأولية، هذا ما جعل الحرفيين يعملون في أطر غير رسمية ويقومون إما بتغيير النشاط أو التحول إلى السوق الموازية (أيت بشير، لعيداني، 2016، ص 64).

- مشكل غلاء وارتفاع تكاليف المعارض وتكاليف التنقل والإيواء والمبيت سواء في المعارض الوطنية أو الدولية (مقابلة مع السيدة عمي موسى نادية، 2022) وهذا ما قد يحبط بعض الحرفيين ويؤدي بهم إلى الامتناع والعزوف عن المشاركة في هذه المعارض (مقابلة مع السيدة راضي نصيرة، 2021).

- مشكل نقص المواد الأولية الخام، وإن وجدت فتتواجد بسعر غالي الثمن (مقابلة مع السيد تريشان صالح، 2023) فحسب رأي الحرفيين مشكل نقص المواد الأولية الخام التي يستخدمونها يشكل لهم عائقا كبيرا لأنه له عواقب كبيرة ووخيمة على الحرفي والزبون في نفس الوقت، لأن الحرفي يتضرر من غلاء أسعار هذه المواد ونقصها وهذا ما يؤثر بطبيعة الحال على السعر النهائي للمنتوج الحرفي والذي يكون مرتفعا، وطبعا ما يؤدي بالزبون إلى عدم الاقتناء والشراء بسبب الغلاء للمنتوج النهائي (مقابلة مع السيد محمدي أحمد، 2021).

- مشكل وعائق ثقافة الاهتمام بالنشاط الحرفي والإقبال عليه في المجتمع الجزائري وكذلك استخفاف وعزوف الشباب الجزائري عن هذا النشاط والذهاب إلى النشاطات السهلة وغير المتعبة، فالكثير من الشباب الجزائري يفضل العمل في القطاع العام والنفور منها، فبالرغم من النقص الكبير الذي يعانيه الاقتصاد الجزائري من هذه المهن، إلا أنه يوجد أسباب عديدة تدفع الشباب إلى النفور، قد يكون بسبب استصغار هذه الحرف أو الهروب من المشقة، أو بحث بعضهم عن المكانة الاجتماعية، وآخرون يرونها مرهقة ومضرة بالصحة (بن زعرور، 2022، ص 12).

على ذكر ما سبق نرى بأن هذه الصعوبات والمشاكل جعلت من النشاط الحرفي بالجزائر ضعيفا وهو مازال لحد اليوم ضحية لهذه الصعوبات التي لا تزال قائمة، وهو ما جعل السلطات العمومية تسعى نحو إيجاد حلول لها، وهذا من خلال تسطير أهداف وبرنامج طموح وواقعي ينطلق من رؤية واضحة لما نريد أن نرى عليه النشاط الحرفي في الجزائر حدود أفاق 2035، وعلى هذا الأساس سُخر لهذه الأهداف مجموعة من الآليات والتدابير في إطار مقارنة تعزيز التعاون القطاعي عبر مخططات تُقدم أفضل السبل للوصول إلى الأهداف المبتغاة وتحقيق الانسجام بين النشاط الحرفي والنشاطات الأخرى ذات الصلة كالسياحة والفلاحة، والتي كلها موجهة نحو تحقيق تنمية مستدامة للنشاط الحرفي في الجزائر (بن العمودي، 2018، ص ص 292 - 294).

المبحث الثالث: مكانة الوسائط الاتصالية الجديدة ضمن استراتيجية التنمية المستدامة للحرف والصناعات التقليدية في الجزائر

نحاول الإجابة في هذا المبحث على أهمية توظيف الوسائط الاتصالية الجديدة في قطاع الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر، بالحديث فيه عن الاستراتيجيات التي وضعتها الجزائر لتنمية الحرف والصناعات التقليدية، مع التطرق إلى المقاربة الاتصالية التشاركية بين الفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري وأهمية إدماجها كأداة لتطوير هذا النشاط وترقيته، ونستعرض أيضا بشكل معمق تكامل الوسائط الجديدة مع سياسات الدعم والمرافقة للنشاط الحرفي، أما الجزء الأخير فقد خصصناه للتطرق للأفاق المستقبلية لتنمية وتأمين الحرف والصناعات التقليدية في ظل الوسائط الجديدة من خلال استراتيجية أفاق 2035.

المطلب الأول: الاستراتيجيات التي وضعتها الجزائر لتنمية الحرف والصناعات التقليدية واستدامتها

مر قطاع الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر، بعدة تطورات تخللتها عدة مراحل أملت فيها التغييرات التي عرفها الاقتصاد الجزائري، فقد شهد عدة تحولات بدءا بمرحلة إعادة البناء بعد دوامة التقهقر والتفكك مع بداية الثمانينيات عن طريق نسج أواصر الثقة بين الإدارة العمومية ومجتمع الحرفيين، تبعته مرحلة التنظيم وإرساء قواعد عمل القطاع من خلال إصدار الأمر 96-01 والنصوص التطبيقية المصاحبة، وصولا إلى مرحلة التطوير الحقيقي عن طريق إعطاء البعد الاقتصادي للقطاع من خلال تبني مخططات واستراتيجيات تنموية لهذا القطاع بهدف العمل على تنميته المستدامة وتعزيز مكانته الاجتماعية والثقافية من جديد، ومنه أردنا عرض الاستراتيجيات التنموية التي وضعتها الجزائر وتتمثل في:

أولا: استراتيجية التنمية المستدامة لقطاع الحرف والصناعات التقليدية أفاق 2010

لأول مرة منذ استقلال الجزائر تم اعتماد مخطط عمل للتنمية المستدامة لقطاع الصناعة التقليدية يأخذ بعين الاعتبار التنمية المحلية والتشخيص الخاص بالقطاع، حيث يهدف هذا المخطط إلى اقتراح الحلول لأهم

العراقيل التي يعرفها القطاع و مواجهة التحديات المستقبلية، وقد كانت أهم أهداف هذا المخطط في: إحداث مناصب جديدة وتنمية الشغل في هذا القطاع، تغطية حاجات المجتمع من السلع والخدمات الأساسية والضرورية لمزاولة نشاطاتهم ومهنتهم، تحسين نوعية السلع والخدمات، زيادة التكامل بين فروع النشاط الاقتصادي، وأيضا المساهمة في تطوير الاستقلالية الاقتصادية من خلال الاندماج الاقتصادي، وهذا لتدعيم الصادرات خارج قطاع المحروقات، وهذا للحد من التبعية الخارجية، والرفع من مستوى الكفاءات المهنية والتأهيل عن طريق تحسين نمط التكوين والتمهين، تهيئة الإقليم من خلال إنشاء مناطق نشاط للحرف والصناعات التقليدية، مما يساهم في دعم التنمية المحلية وإنشاء أقطاب لنشاطات صغيرة، ما يسمح بتثبيت السكان في مناطقهم الريفية، وبالتالي التقليل من النزوح الريفي (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مشروع استراتيجية الحرف و الصناعات التقليدية أفاق 2010، وثيقة داخلية، 2003، ص ص 31-34)، ولبلوغ هذه

الأهداف حددت الإجراءات والتدابير التالية:

- ملاءمة وتبسيط الجهاز التشريعي والتنظيمي بالتوافق مع الواقع الاقتصادي والتحديات المستقبلية؛
- تعزيز ودعم التأطير سواء من حيث التنظيم أو المهام أو قدرة التدخل.
- تنمية نشاطات العمل البيئي التي تعتبر إحدى خصوصيات نشاط الصناعة التقليدية الممارس في أغلب الأحيان من طرف الحرفيات بالمناطق الريفية.
- تدعيم وتنمية نشاطات الصيانة والمناولة قصد خلق مناخ متكامل بين الحرفيين والمؤسسات الكبرى.
- وضع شبكات تمويل خاصة بالحرفيين تشرف على عملية تنظيم وتحسين التموين بالمواد الأولية والتجهيزات والعتاد والحصول على المحلات التي تعتبر إحدى أكبر العراقيل التي تواجه القطاع.
- دعم نشاطات تسويق وترويج وترقية وتصدير منتوجات الصناعة التقليدية بفتح المجال أمامها للدخول في الأسواق الوطنية والدولية.

- ترقية الموارد البشرية عبر إعداد برامج تكوينية ملائمة وذلك بالتنسيق مع قطاع التكوين والتعليم المهنيين.
- وضع أرضية لنظام معلوماتي يتولى ضبط وتوحيد المعطيات وتسيير محكم للملف الوطني للحرفيين.
- استغلال فرض التعاون الدولي في إطار علاقات ثنائية أو متعددة الأطراف وهذا للاستفادة من التسهيلات التقنية والمالية التي يمكن أن تقدمها المنظمات الدولية المتخصصة التي تهتم بتطوير حرف الصناعة التقليدية (بن زعرور، 2012، ص 54).

ثانيا- استراتيجية التنمية المستدامة لقطاع الحرف والصناعات التقليدية أفق 2020:

جاءت هذه الإستراتيجية كمكملة للاستراتيجية السابقة، والتي كانت حققت نتائج جيدة، لهذا وعلى إثر تنفيذ توصيات الجلسات الوطنية للصناعة التقليدية أيام 22-23-24 نوفمبر سنة 2009 والملتقيات الجهوية (أفريل 2011) والندوة الوطنية (جوان 2011) تقرر إعداد استراتيجية التنمية المستدامة لقطاع الحرف والصناعات التقليدية أفق 2020، من أجل تفعيل مساهمة نشاطات الصناعة التقليدية في التنمية المحلية والاقتصادية الشاملة للبلاد، وقد تبنت هذه الإستراتيجية في مرحلتها الأولى من (2010-2015) الأهداف التالية:

- ترقية التشغيل بقطاع الحرف والصناعات التقليدية وخلق نشاطات فردية أو شكل مؤسسات حرفية.
- تحسين وتطويره الإنتاج وتعزيز التنافسية، وكذا السعي إلى تقديم الأفضل في المنتوجات التقليدية الحرفية.
- الاندماج الاقتصادي والاجتماعي من خلال مشاركة الحرفيين في نشاطات المقاولات والمشاركة في التنمية واثمين الحرف والصناعات بدلا من الاستيراد، وهذا يساهم في تطوير وتعزيز الإنتاج المحلي.
- تعزيز المقاولاتية وتنميتها.
- ترقية منافذ التصدير وتنمية الصادرات وتطوير الأسواق الخارجية.

- الحفاظ على الحرف والصناعات التقليدية المهددة بالزوال والاندثار، والذي سببه راجع إلى ارتفاع أسعار المنتجات وابتعاد الشباب عن تعلم وممارسة هذه المهن، ولذلك يجب تكوين الحرفيين من خلال برامج التعاون التقني مع مراكز التكوين على المستوى الوطني، وكذا على المستوى الدولي من خلال الشراكات والاتفاقيات المتخصصة في ذلك المجال كالشراكة الأوروبية الجزائرية في ميدان التكوين (بوفاس، بوخضرة، 2017، ص ص

09-13) ولبلوغ هذه الأهداف وتحسينها حددت مجموعة من الإجراءات والتدابير لتنفيذها وتتمثل في:

- إعادة النظر في الجهاز التشريعي الذي يحكم قواعد الحرف والصناعات التقليدية وتعزيزه: بالرغم من النقاط الإيجابية التي حققها الأمر رقم 96-01، إلا أنه أصبح من الضروري إعادة النظر ومراجعة هذا الأمر وتقديم نص قانوني يحدد ويعرف الحرف والصناعة التقليدية وترقية ممارستها وبالتالي تطوير جهاز التشريع الذي يجعل المنظومة القانونية مواكبة للتغيرات المتسارعة، بحيث يضمن هذا القانون الفصل بين مهام التمثيل الحرفي والتسيير الإداري لأنشطة الحرف والصناعة التقليدية، وكذا تكريس مبادئ التأهيل والابتكارات والتجمعات المهنية، وإعطاء الحق للحرفي في توظيف اليد العاملة مما يسمح بتوفير مناصب شغل وتحسين الإنتاج وبالتالي تلبية حاجات المجتمع (المديرية العامة للصناعة التقليدية، مشروع مخطط عمل في قطاع الصناعة التقليدية أفاق 2020، أبريل 2011، ص 15).

- ترقية التكوين بمساهمة التكوين المهني، عن طريق تطبيق آليات تهدف إلى إيجاد وضع أجهزة تقوم بتمكين مستويات التأهيل المهني وتميزها (حرفي معلم مكون، حرفي معلم، حرفي، حرفي عامل، حرفي متمهن)، وكذا تحفيز الحرفيين وتدريبهم بشكل مستمر في مراكز تهمين المهارات المحلية على استعمال الأجهزة التكنولوجية الحديثة التي أصبحت ضرورية في تطوير نوعية الإنتاج الحرفي، وأيضاً تقديم دعم بدون قيد أو شرط، والعمل على التأطير الجوّاري لأفضل الحرفيين ومرافقتهم أثناء تحولهم إلى عالم الشغل وإنشاء مؤسساتهم الخاصة (المديرية للصناعة التقليدية، مشروع مخطط عمل في قطاع الصناعة التقليدية أفاق 2020، 2011، ص 16).

- **تشجيع الكفاءات والموارد البشرية:** يتطلب تحسين الموارد البشرية في قطاع الحرف والصناعات التقليدية والحرف مشاركة فعالة للحرفيين من خلال تجمعاتهم الحرفية "Neleus" في التعليم والتكوين، لأن تامين الكفاءات والموارد البشرية لهذا القطاع ستزيد من قدرة الغرف الولائية للحرف على أداء دورها في نسج علاقات تعاون وشراكة وطيدة مع هياكل دعم التكوين والتمهين والتعليم العالي ومختلف الفاعلين بالنشاط الحرفي.

- **حواجز التصدير،** هنا ركزت الإستراتيجية على إعادة التموقع في الأسواق الخارجية، وحتى يتحقق ذلك لا بد من التركيز على دعم بروز منتجات الحرف والصناعات التقليدية انطلاقا من التجمعات الحرفية، وكذا تعزيز مسارات النوعية والابتكار والتنافسية ودعمها ومرافقتها، وأيضا الترويج المتواصل للنشاطات ومنتجات الحرف والصناعات التقليدية من خلال المشاركة في التظاهرات الاقتصادية والمهنية الدولية، وتعزيز ترويج الأنشطة الترقية ومرافقتها في التظاهرات الدولية المتخصصة (المديرية العامة للصناعة التقليدية، مشروع مخطط عمل

في قطاع الصناعة التقليدية أفاق 2020، أبريل 2011، ص 16).

- **دعم التأهيل والقدرة التنافسية:** من أجل دعم تنافسية المنتج التقليدي الحرفي والحفاظ عليه، يجب الحرص على تقديم أفضل المزايا لمنتوجاتهم من خلال حرصهم على دعم قدرتهم الإنتاجية وتحسين نوعية منتوجاتهم، هذا من جهة أما فيما يخص النوعية التي تعتبر من المزايا والمقومات الرئيسية فإن مخطط العمل قد اهتم بوضع جهاز مرافقة وبرامج تامين المنتجات الحرفية التقليدية الجزائرية الأصل والمنشأ، كما اهتم بحماية الحرفيين، لهذا الغرض وبالتعاون مع المؤسسات المكلفة بالتقييس التي تعمل على نشر الإجراءات المتخذة في مجال المعايير ووضع أجهزة جديدة خاصة في مجال الصناعات التقليدية والحرف وسوف تساعد هذه العملية على تحقيق أمرين يتمثلان في ضمان أصالة المنتج (تسمية المنتج خصوصا) وحماية الملكية الفكرية.

- **وضع آليات وأساليب جديدة للتمويل،** هنا تعلق الأمر فيما يخص الصندوق الوطني لترقية الصناعات التقليدية والحرف من أجل إعادة النظر في طرق تدخله من خلال البحث عن موارد مالية جديدة للصندوق

تكمل الموارد المتاحة، واشتراط المساهمة الشخصية للحرفيين عند تقديم لطلبات الدعم عن طريق الصندوق، وكذا الإعداد المباشر لبرامج التنمية السنوية بين المؤسسات المسيرة لأجهزة الدعم والغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، وتدخل المصالح اللامركزية بالاتصال مع غرف الحرف والصناعات التقليدية والحركة الجمعوية خاصة تجمعات الحرفين "Nucleus" وأنظمة الإنتاج المحلي "SPL"، وأيضا دعم النساء الحرفيات في الوسط الريفي أو في الوسط الحضري وبالأخص للماكنات بالبيت (المديرية العامة للصناعة التقليدية، مشروع مخطط عمل في قطاع الصناعة التقليدية أفاق 2020، أبريل 2011، ص 16).

- تطوير وتنفيذ المعايير والعلامات في الحرف: أصبح التوحيد القياسي بلا شك أحد العناصر الأساسية للحياة التجارية وعامل تمايز وأحد مجالات المنافسة الجديدة، لهذا فقد أصبح أداة استراتيجية لا غنى عنها لتطوير الحرف، ومن خلال تطبيق المعايير يكون لدى الحرفيين والشركات الحرفية ضمان احترام القواعد المعترف بها للفن هذا يوفر للعملاء ضمانات الأداء وتنمي ثقة المستهلك، ويشكل وضع وتنفيذ المعايير في الحرف اليدوية مكوناً استراتيجياً لخطة العمل لتطوير الحرف التقليدية وحمايتها.

- مجال الابتكار والإبداع وترقية النوعية والحفاظ على المنتج التقليدي والملكية الفكرية له: بهدف تنشيط وإنعاش روح الإبداع والابتكار لدى الحرفيين وتنمية مهاراتهم بمبادرات جديدة في ميدان الإبداع، وضعت الوزارة اليوم الوطني للحرفي يوم 09 نوفمبر من كل سنة الذي أعلن عنه سنة 2007، فضلا عن إحداث مسابقات مفتوحة على النشاطات الحرفية، والتي تهدف إلى تشجيع الأعمال والأشغال الإبداعية، ومن ثم استحداث الجائزة الوطنية للصناعة التقليدية (بن العمودي، 2018، ص 60).

- كما عملت الوزارة على ترقية النوعية والمقاييس في المنتجات الحرفية خلال العمل على ترقية النوعية وجودتها في المنتج التقليدي الجزائري، وهذا تماشيا مع متطلبات الأسواق الخارجية وإن كانت الأسواق الأجنبية لحد

الآن تستقبل هذا المنتج فإنها في المستقبل لن تفعل ذلك إلا وفق معايير جودة لا تخالف شروطها، وننتقل من الحواجز الجمركية والكمية إلى حواجز من نوع آخر هي حواجز النوعية والمقاييس.

أما فيما يخص النوعية (Qualité)، فإن المقاييس والمواصفات الخاصة بصنع الزربية والمنسوجات التقليدية المختلفة الأخرى تمليه الأهمية الاقتصادية والاجتماعية التي تكتسيها هذه الصناعة التقليدية على المستوى الوطني، حيث عرفت عملية الدمغ نوعا من التفعيل حيث وصل عدد الزراري المدموغة سنويا بمتوسط 1000 زربية (من إنجازات قطاع الصناعة التقليدية للفترة 1999 – 2014).

وفي السياق نفسه وفي إطار حماية حقوق الملكية الفكرية للمنتج التقليدي الجزائري من المنافسة والتقليد وضمان أصالته، قامت الوزارة الوصية بإصدار نصوص تنظيمية تتضمن الشروط التي يتم على إثرها منح المنتج التقليدي الجزائري تسمية صناعة تقليدية جزائرية صالحة لمدة خمس سنوات، وكذا منح علامة الدمغة لمنتجات الزراري والمنتجات المماثلة لها ابتداء من سنة 2005، من طرف مراكز دمغ تم إنشاؤها على المستوى الوطني وهي تابعة للمعهد الجزائري للتقييس (LANOR)، والتي تعتبر بمثابة ضمان مطابقة مختلف المنتجات النسيجية للمعايير الدولية، والتي تدرج في مجال ترقية النوعية والتقييس، وتم ضمن ذلك وضع جهاز مرافقة ومراقبة للمنتجات الحرفية التقليدية الجزائرية، من أجل حماية منتجيها وتشجيعهم على استعمال المواد الأولية الجيدة في الأسواق الدولية، وهذا لتحقيق أفضل المزايا والمقومات من حيث الجودة والنوعية وبالتالي توفير حماية لهم لمنتجاتهم (بن العمودي، 2018، ص 61).

على العموم إن معظم أهداف الاستراتيجيات التي وضعتها الجزائر من أجل ترقية وتنمية الحرف والصناعات التقليدية، قد حُققَت نوعا ما، وتجسد بعضها على أرض الواقع، وهذا ما دفع بهذا القطاع دفعة نوعية وإيجابية على النشاط الحرفي بصفة عامة والحرفي بصفة خاصة (دمعي وفياء، مارس 2023).

استنادا إلى ما سبق وجدنا أن جهود الجزائر في تنمية قطاع الحرف والصناعات التقليدية في إطار الاستراتيجيات الموضوعة للنهوض بهذا القطاع، قد حققت نتائج مرضية إلى حد ما، وسعت إلى تنمية القطاع، فقد أكدت على دور القطاع وأظهرت أهميته كفاعل مساهم في التنمية الشاملة، وهذا ما لمسناه من خلال تسجيل إنجازات معتبرة كمية ونوعية في مجال توفير مناصب شغل والتي تجسدت بفضل إجراءات الدعم والتدابير التي كانت السند الكبير لإنجاح هذه الاستراتيجيات، إضافة إلى الحرص الكبير على التركيز في الوقت الراهن على تعزيز روح المقاولة وتشجيع العمل الجماعي والتشاركي الذي سهل من مهام الهيئات المسؤولة على الإشراف والتأطير، فبالرغم من النتائج الإيجابية على النشاط الحرفي في الجزائري بصفة عامة، إلا أنه مازال يعاني من وجود نقائص في الإجراءات والتدابير والتي حالت طبعاً دون بلوغ كافة الأهداف المسطرة كما ونوعاً، أمام هذا الوضع على الوزارة تجاوز كل هذا من أجل تعزيزه وتطويره.

المطلب الثاني: إدماج المقاربة الاتصالية التشاركية بين الفاعلين في النشاط الحرفي لتطويره

لقد ثبت في العالم أنه من غير الممكن تحقيق تنمية دون المشاركة المجتمعية، ولن توجد هذه المشاركة دون حوار وتقاسم المعلومات والخبرات، أودون تبادل المعارف والتقنيات، انطلاقا من هذا المبدأ بدأت المساعي من أجل تطبيق المقاربة التشاركية التي مبدؤها الأساسي هو المشاركة المجتمعية بشكل كبير في مجال تصميم وإدارة جميع الأنشطة الإنمائية في المجتمع ككل والمجتمعات المحلية على وجه الخصوص، وتعمل المقاربة التشاركية على تغيير الوعي بأدوار كل الفاعلين بالمجتمع في إدارة الفعل التنموي، وتقاسم المعرفة والمسؤولية بين مختلف الفاعلين بما يضمن المشاركة الفعالة مع المشاكل المطروحة، وإذا كانت تنمية الصناعة التقليدية إحدى أهم المسائل التي تفرض نفسها بشكل عام للمساهمة في معالجة الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية الراهنة (بن زعرور ، 2014، ص ص 21-23)، لهذا ونظرا لأهمية الحرف والصناعات التقليدية ودورها الفاعل في جميع المجالات يستوجب من الهيئات الفاعلة في هذا النشاط تبني مبدأ التشارك، حيث لا تتصور تنمية دائمة لهذا النشاط دون تعاون وتشارك بين مختلف الفاعلين فيه، ولا يأتي ذلك إلا عن طريق تبني التشاركية التي هي في الأساس محصلة جهود تفاعلية اتصالية تكاملية تقوم وفق مقومات المقاربة التشاركية.

وفي الجزائر كانت تعتبر سنة 2010 مرحلة تحول في مسيرة قطاع الحرف والصناعات التقليدية، حيث تم إلحاق القطاع بوزارة السياحة مجددا ما ساهم في إنعاشه وإعادة بعثه من جديد وبعدها جاءت مرحلة تنفيذ المخططين الاستراتيجيين على مبدأ أساسه أن تنمية قطاع الحرف والصناعات التقليدية لا يمكن أن تتحقق دون مشاركة إيجابية من مختلف الفاعلين بهذا القطاع، وبالأخص من طرف الحرفيين وممثلهم الذين يعدون أهم الفاعلين في النشاط الحرفي، حيث يتمثل مبدأ التشاركية في إشراك الحرفيين وممثلهم في استقراء واقع القطاع والتحديات التي يواجهها، وعمليا يقوم مبدأ التشاركية في صياغة القرارات والسياسات باستخدام أسلوب الاتصال والتداول والاستماع للمهنيين لحصر الانشغالات والحلول المقترحة، ولهذا يتطلب مبدأ المقاربة

التشاركية معرفة تامة بالفاعلين في هذا القطاع وكذا البيئة المحيطة بهم، وهذا ليضمن تحقيق توازن مقبول بين جميع الأطراف، وكذا لتجنب السلطوية في القرار أي يكون القرار جماعيا ومشاركا (المراجع نفسه ، 2014، ص ص 16-17).

من هنا بدأ التركيز على دور المقاربة التشاركية بين جميع الفاعلين في النشاط الحرفي من خلال تفعيلها والعمل بها بين الجماعات المحلية والجمعيات والمقاولات والحرفيين والغرفة الوطنية والغرف الولائية للحرف والصناعات التقليدية، وأيضا من خلال تجسيدها في البرامج التنموية ذات البعد التشاركي كبرنامج تجمعات الحرفيين Nucleus، برامج أنظمة الإنتاج المحلي SPL، وهذا من أجل إدماج كل الفاعلين في النشاط الحرفي في العملية التنموية لهذا القطاع.

بدأت تظهر ملامح المقاربة التشاركية الاتصالية وتُطبق في قطاع الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر من سنة 1999، وهذا على مستوى الغرف الولائية لغرف الحرف والصناعات التقليدية، وهذا من خلال العمل الدائم للمنتخبين ممثلي الحرفيين على مستوى غرف الصناعة التقليدية والحرف أو المجلس الوطني للغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف الذي يضم رؤساء الغرف، أو من خلال تنظيم الجلسات الوطنية التي كانت سنوات (1994-1997-1998) أو عن طريق تنظيم الندوات الجهوية والوطنية سنة 2011، وقد كان العمل لاعتماد مقاربة الاتصال المباشر مع الحرفيين ليس فقط للاستماع إلى انشغالاتهم بل كانت من أجل تحفيز الحرفيين على روح المشاركة والتواصل والتخلي عن عادة الاكتفاء فقط، وحثهم على طرح المشاكل والانشغالات والصعوبات والانتقال بهم إلى تعميق التفكير إلى ما هو أبعد من ذلك من خلال تطوير واكتساب مقاربة التواصل الفعال والناجع بطرح الحلول والمقترحات أو على الأقل طرح أفكار ووجهات نظر حول ما يروونه مناسبا لمواجهة ما يعيق عملهم، وذلك لاعتبارهم أهم طرف فاعل في النشاط الحرفي بل هم أساسه، وموضوعه وهدفه (بن زعرور ، 2014، ص 16).

نظرا لأهمية هذه الغرف أولتها الجزائر اهتماما، لهذا جعلتها من بين المحاور الكبرى في المخططين الاستراتيجيين لتنمية الحرف المستدامة، مخطط أفاق 2010 ومخطط أفاق 2020، حيث ركزت في هاتين الاستراتيجيتين على عمل هذه الغرف وتعزيز دورها، لهذا أصبح يُشار إليها **بالفضاء الوسيط** لأنها منتدى لتمثيل المهن الحرفية على المستوى المحلي، ومن أجل هذا تم زيادة عدد غرف الحرف إلى 48 غرفة سنة 2009 أي غرفة واحدة للحرف لكل ولاية، ما عمل على التغطية الكاملة لربوع الجزائر (استراتيجية وزارة السياحة والصناعة التقليدية، ص06).

تُعد الغرفة الوطنية والغرف الولائية للحرف والصناعات التقليدية منتدى حقيقيا لتمثيل المهن الحرفية على المستوى الوطني والمحلي، كما تعتبر فضاء ووسيط اتصالي يجمع ما بين الإدارة والحرفيين وممثليهم، فهي الشريك الأمثل للسلطات المحلية أو الوطنية في كل الميادين التي تعنى بتنمية النشاط الحرفي، وهذا في إطار خدمة مصالح الحرفيين، وحسب المادة 04 من الأمر 96-01 المؤرخ في 10 جانفي 1996، فإن تنظيم غرف الصناعات التقليدية والحرف وعملها يكون من حيث العضوية إما تكون:

- **عضوية كاملة:** وتكون للحرفيين والتعاونيات والمؤسسات الحرفية، وهم ممثلو الأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الخاص الذين لهم نشاط الإنتاج والتحويل وخدمات تتصل بالحرف والصناعة التقليدية بصفة رئيسية.

- **بصفة شركاء:** يعتبر أعضاء شركاء في الغرفة بصفة استشارية، وهم الممثلون المحليون للإدارات ومنظمات أرباب العمل والهيئات العمومية التي تعنى بنشاط الغرفة، والوزير القائم على القطاع المكلف بالنشاط الحرفي هو الذي يعين قائمة الأعضاء الشركاء بعد استشارة مكتب الغرفة (خليفة، 2017، ص 72) وإن هذا الاندماج بين الإدارة والمنتخبين يتيح الفرصة لممارسة حق اتخاذ القرار من منظور تشاركي، وهو مختلف عما سبقه في عملية اتخاذ القرار الذي كان فيه محتكرا بين القطاعين العام والخاص، من هنا بدأت أهمية غرف الحرف

والصناعات التقليدية والحرف كونها تستجيب للمتطلبات وتلبي الحاجات، وتعمل هذه الغرف جاهدة لتلبية الحاجات العامة والمصالح المشتركة لفئة كبيرة من الحرفيين، وهذا جوهر عمل هذه الغرف.

بعد تجربة إشراك الحرفيين في تسيير غرف الحرف منذ أول انتخابات سنة 1999، بدأت تظهر أكثر أهمية المقاربة التشاركية الاتصالية، لأن الحرف تعتبر جزءا من عملية التغيير داخل أي مجتمع، فهي ليست مجالا من مجالات التخبط العشوائي، أو العمل الفوضوي الموسوم بالعجلة وسوء التسيير، بل هي في حقيقتها نسق يقوم على معادلة دقيقة جدا، تعتمد على تضافر الجهود بين مختلف الفاعلين في النشاط الحرفي خصوصا الحرفيين، ومنه فالغرف تعد فضاءات وسيطة ومنتديات تدافع عن مصالح الحرفيين وترفع للسلطات الوصية المقترحات التي تزيد من فعالية هذا النشاط وتطوره محليا ووطنيا (شكري، 2014، ص ص 21-23).

كما أولت الجزائر أهمية كبيرة للمقاربة التشاركية الاتصالية من خلال العمل بها وتجسيدها بالبرامج التنموية ذات البعد التشاركي الاتصالي، وهذا من أجل العمل على ترقية الموارد البشرية وتكوينها في إطار هذه المقاربة، وكذا إدماج كل الفاعلين في النشاط الحرفي في العملية التنموية لهذا القطاع، ما نتج عنه إحداث مؤسسات تكوين مهنية خاصة بالنشاط الحرفي، وهذا لضمان تأقلم وتشاركية الحرفي كفاعل اقتصادي مع واقعه التنافسي لضمان خلق قيمة مضافة وتوفير مناصب شغل جديدة إضافة لما تقدمه من تلبية حاجيات المجتمع المحلي، وبالتالي المساهمة في التنمية الاقتصادية ككل، وتتمثل هذه البرامج في:

1- برنامج (CRRE / Germe) (أنشئ وحسن تسيير مؤسستك) لدعم روح المقاول:

Creez et gérez mieux votre entreprise معناه أنشئ مؤسستك وسيرها بشكل أفضل، وهو منهجية تكوينية تهتم بدعم أو إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويركز هذا البرنامج على تطوير المهارات التقنية التسييرية للمقاولين الجدد (أوبختي، بوجنان، نبوية، 2018، ص 49).

يعتمد المكون في هذا البرنامج على المقاربة التشاركية (Approche participative) بالتكوين، وتعتبر المنهجية الأساسية أثناء التكوين والتي تجعل المترشح للتكوين فعالا ويشارك بتقديم خبراته واقتراح حلول للإشكاليات المبرجة من خلال مخطط الأعمال الموضوع تحت تصرفه في أخذ التكوين الذي من خلاله يتمكن من تطبيق تقنيات تسيير المؤسسة المطابقة للاحتياجات الحقيقية (لعوج، 2011، ص 63).

إن هذا البرنامج هو برنامج تكويني خاص بدعم إنشاء وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصغيرة وُضع من قبل المنظمة الدولية للعمل، وهو معتمد من طرف المكتب الدولي للعمل (OIT)، ويقدم منهجية متكاملة في التكوين ووسائله على المستوى العالمي، موجه لمنشئي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويهدف إلى دعم ومساندة هياكل وترقية هذا النوع من المؤسسات، وكذا العمل على التحسين المستمر لسيرورة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والحرفية من خلال تكوين حاملي أو مسيري المؤسسات، ويمر هذا البرنامج عبر ثلاث مراحل:

(1) - اختيار الفكرة المناسبة لإنشاء مؤسستك (TRIE): خاصة بالمقبلين على إنشاء على المؤسسات.

(2) - إنشاء المؤسسة (GREE): خاصة بحاملي المشاريع.

(3) - التسيير الحسن للمؤسسة (GERME): خاصة بمسيري المؤسسات.

(Chambre Nationale de l'artisan et des Métiers, Gérez mieux votre entreprise (GERME/ SIYB), 2014, p 06).

وقد تبنت الجزائر هذا البرنامج في 2004 من خلال عقد مبني بين المكتب الدولي للعمل ووزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية كحل لدعم روح المقاولاتية لدى الحرفي والتحكم الجيد في آليات التسيير أمام بيئة سريعة التغير، من خلال تمكينه من أسلوب دراسة السوق وانتهاز الفرص وكذا تسيير الزبون والتحكم في السعر والإنتاجية وغيرها، وقد نصت هذه الاتفاقية على تنقل خبراء أجبيين تابعين للمكتب الدولي للعمل والتكوين في الجزائر من أجل تكوين إطارات الغرف ليصبحوا مكوّنين معتمدين

ومرافق اقتصاديين على مستوى مختلف هياكل الدعم لقطاع الحرف والصناعات التقليدية وباقي هيئات دعم إنشاء المؤسسات وتشغيل الشباب (Ansej, Angem, Cnac, cnam) من أجل تكوين الحرفيين وأصحاب المؤسسات الصغيرة والمصغرة ومرافقتهم في مجال نشاطاتهم (خليفة، 2017، ص 77).

2- برنامج تنشيط الإنتاج المحلي أو أنظمة الإنتاج المحلي SPL لدعم التنمية المحلية والتهيئة الإقليمية: هو نمط تنظيمي فعال وناجح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمقاولات، قائم على التعاون والتكامل والاتصال والتشاركية بين المتعاملين لنفس القطاع، ويشكل مركز الاتصال فيما بينهم، والذي يسمح بتنسيق الإمكانيات والتطوير والتحديث فيما بينهم مع خلق ديناميكية اتصالية تشاركية (لعوج، 2011، ص 53) ويُعرف هذا النظام بأنه: "هو عبارة عن نظام إنتاج مشترك بين المقاولين الحرفيين من نفس النشاط الحرفي أو القطاع الإنتاجي، وهو برنامج تم اقتراحه سنة 2007 كنهج لتنسيق الأنشطة الحرفية مع مقاربة تشاركية على الميدان وترتكز أساسا على تنسيق التآزر داخل نفس فرع النشاط وفي نفس الموقع بين المقاولين ويبتعثهم المحلية (خدمات خاصة، سلطات، هيئات دعم)" (دربال، بن العمودي، 2018، ص 218)، ويرجع أصل هذا البرنامج إلى نظام الإنتاج المحلي في الاقتصاد الصناعي المحلي كشكل من أشكال العمل الجماعي المحلي، لهذا يعتبر هذا البرنامج تنظيميا يشمل مجموعة من المقاولين الحرفيين، وتربط هذه المجموعة علاقة تعاون، ويقومون بعمل جماعي مشترك تحت إشراف هياكل الدعم كغرف الصناعة التقليدية والحرف أو الجماعات المهنية، وهي مدعمة من طرف السلطات المحلية بهدف إنجاز مشاريع مشتركة تؤثر إيجابا على التنافسية الفردية والقطاعية في النشاط الحرفي.

(Programme d'appui à l'artisanat algérienne mise en de la stratégie d'appui au secteur de l'artisanat, programme stratégique from Internet, 2007).

وتم على إثر هذا البرنامج وضع 07 أنظمة إنتاجية رائدة في الحرف وتتمثل في: ترميم البيانات، النسيج الوبري، صناعة الزرابي، الحلي التقليدية، صناعة الطين، الفخار، صناعة النحاس، حرفة

العمارة (دربال، بن العمودي، 2018، ص11)، فأساس هذا البرنامج هو العمل التساهمي والاتصالي والتشاركي بالدرجة الأولى بين السلطات العمومية وهياكل الدعم بين القطاع والحرفيين بغرض تطوير الإنتاج الحرفي والتغلب على المشاكل التي يواجهونها في ظل اقتصاد السوق.

(Ministère du Tourisme et de l'artisanat, Plan d'action pour le développement de l'artisanat- Horizon 2020 Synthèse, Algerie,p14).

لنظام الإنتاج المحلي دور كبير وأهمية بتطوير الحرف والصناعات التقليدية، وتتمثل في:

- زيادة التنافسية الميدانية وتحسين المهارات الاقتصادية.
- تنشيط عملية الاتصال بين المقاولين الحرفيين.
- إنشاء شبكات تضامن وتعاون بين المتعاملين مع الربط بين الغرف والحرفيين والمؤسسات العمومية.
- نمو اقتصادي عقلاني.
- تنفيذ استراتيجية تقوم على الوصول الجماعي إلى السوق.
- تطوير الكفاءات والمؤهلات المهنية والتسييرية.
- إمكانية إنشاء مؤسسات وتخصصات جديدة مع تطوير الموجود منها.
- تشكيل مراكز الإبداع والابتكار بالتفاعل مع النسيج المؤسساتي.
- الشراكة بين المتعاملين العموميين والخواص (شرفاوي، خومية، 2018، ص 07).

3- برنامج (NUCLEUS) لدعم تآزر الحرفيين: يعتبر كمكمل لبرنامج نظام الإنتاج المحلي SPL، وقد جسد في إطار التعاون الجزائري مع وكالة التعاون الألماني GTZ، وهو برنامج هدفه تآزر العمل بين الحرفيين الذي يمارسون نفس النشاط عن طريق مقاربة اتصالية تشاركية، (بن زعرور، 2009، ص 23) وتعود فكرة هذا البرنامج إلى التجربة الناجحة التي قامت بها الوكالة الألمانية بالبرازيل سنة 1990 من خلال التعاون الألماني لدعم روح المقابلة لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة البرازيلية، ثم اعتمدت هذه الطريقة في الجزائر،

وهذا في ظل التعاون الألماني، حيث استفادت الجزائر من هذا البرنامج بين وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية والوكالة الألمانية للتعاون التقني سنة 2006.

(Perret, Cécile ,Amina Chibani , 2010, p 13).

يعرف هذا البرنامج على أنه: "مركز اتصال بين مقاولين يعملون نفس الحرفة أو ضمن حرف مختلفة داخل غرفة أو جمعية، بحيث يجتمعون لتبادل الخبرات والتفكير معا في المشاكل المشتركة بينهم، وهذا برئاسة وتنظيم ومرافقة من طرف مستشار نوكلس (NUCLEUS) الذي يكلف من طرف الغرفة".

إن برنامج النوكلس (NUCLEUS) هو عبارة عن نواة اتصال تسمح بتبادل الخبرات والأفكار بين الأعضاء ويسمح بتحديد هيكلية وتنظيم الطلب على الخدمات من الأسفل إلى الأعلى، وتحسين أداءات غرف الحرف والصناعة التقليدية، وكذا الربط الشبكي بين هذه الأخيرة وباقي المرافق والمؤسسات العمومية والخاصة، كما له أهداف كثيرة يستفيد منها المقاولون الحرفيون المنخرطون فيه والمتمثلة في إعانة الأعضاء على إنشاء وتطوير مؤسساتهم، ويتمثل الحجم الأمثل للنواة الواحدة في برنامج (NUCLEUS) بين 12 - 30 حرفي مقاول (منشورات وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية، دليل الحرفي، (NUCLEUS)، الجزائر، 2007)، وفي الجزائر تم التبنى الفعلي لهذا البرنامج وتطبيقه في أواخر سنة 2007، وقد طُبق على مستوى 10 غرف ولائية للحرف والصناعة التقليدية وتمثل في الولايات التالية: الجزائر العاصمة، بجاية، البليدة، جيجل، مستغانم، وهران، سطيف، تيزي وزو، تلمسان، في انتظار تعميمه عبر كافة ولايات الجزائر.

(R.N. Nouvelle Approche pour les Entreprises les pme se regroupent en NUCLEUS, journal l'expression, Alger, 2009, p 06).

قد سمح هذا البرنامج للكثير من الحرفيين التعرف على فوائد العمل الجماعي والعمل بمبدأ المشاركة والتواصل فيما بينهم، وقد سمحت تجربة هذا البرنامج في اعتماده كوسيلة لتطوير العمل الجماعي، والرفع من

قدرة الحرفي، ولعل العامل الرئيسي لاتباع هذا البرنامج وتطبيقه كان النجاح الكبير الذي حققه الحرفيون في زخرفة القاعة الشرفية لمطار الجزائر الدولي بتأطير من ثلاث غرف ولائية للحرف والصناعة التقليدية وهي:

الجزائر البلدية، تلمسان (بن زعرور، 2009، ص 23).

على ذكر ما سبق نستخلص أن الجزائر تعمل على إرساء مبدأ المقاربة الاتصالية التشاركية في قطاع الحرف والصناعات التقليدية بين مختلف الفاعلين بهذا القطاع، هذا ما لمسناه من خلال عمل الغرف الولائية للحرف والبرامج السابقة الذكر التي تبنتها الجزائر والتي تركز كلها على مبدأ المقاربة الاتصالية التشاركية، من خلال التواصل الدائم والتعاون بين القطاعين العام والخاص والحرفيين في إطار تجسيد مبدأ التشاركية والاتصال وتوزيع المهام والأدوار، لهذا يجب مشاركة جميع الفاعلين في القطاع الحرفي من أجل التصدي التحديات الراهنة التي تواجهه، التي ستكون لا محال حافز من أجل المشاركة الفعلية والفعالة في تطوير هذا القطاع وتحقيق تنمية مستدامة أساسها المقاربة الاتصالية التشاركية بين جميع الفاعلين.

المطلب الثالث: الوسائط الجديدة والرقمنة أداة فاعلة في سياسات الدعم والمرافقة للنشاط الحرفي

من أجل النهوض بقطاع الحرف والصناعات التقليدية عملت الجزائر على تفعيل المكانة التي تتمتع بها هذا القطاع، وهذا من خلال اتخاذها جملة من التدابير والإجراءات والتي تندرج ضمن سياسة الدولة واستراتيجيتها المخصصة لتحقيق تنمية مستدامة لهذا القطاع، ولهذا أسفرت هذه الإجراءات عن تسخير آليات وهيئات عديدة لتقديم الدعم حتى تستفيد المؤسسات الحرفية والحرفيين من هذا الدعم والمرافقة التي من شأنها المساهمة في ترقية النشاط الحرفي الجزائري وتطويره، ومن بين هذه الأليات وأبرزها في الوقت الحالي نجد استخدامها لتكنولوجيات الإعلام والاتصال ووسائل الإعلام والوسائط الاتصالية الجديدة، لأنه مع التطورات الحالية التي تشهدها دول العالم تتعرض الحرف التقليدية والصناعات التقليدية لتحديات كبيرة تطرحها العولمة وهذه الوسائط، مما فرض على الجزائر مواكبة هذه التطورات والتوجه والاعتماد على هذه التكنولوجيات والوسائط إلى جانب وسائل الاعلام والاتصال التقليدية واستخدامها في النشاط الحرفي، لذلك أضحت الوسائط الاتصالية الجديدة ضرورة ملحة ومطلبا أساسيا من أجل ترقية النشاط الحرفي، وقد وضعت الجزائر حاليا تكنولوجيات الإعلام والاتصال والوسائط الجديدة من ضمن مخططاتها وسياساتها التنموية لهذا النشاط، وهذا بالضبط ما حددته في الإستراتيجية التي وضعتها لقطاع الحرف والصناعات التقليدية أفاق 2035، والتي ركزت فيها على الجانب الإعلامي والاتصالي والوسائط الجديدة التي وضعتها ضمن المحاور الكبرى لهذه الإستراتيجية، وهذا ما أردنا تناوله في هذا المطلب لنبرز مدى اعتماد الجزائر في برامجها واستراتيجياتها الترقية على الوسائط الجديدة باعتبارها كآلية دعم ومرافقة تسهم مع باقي آليات الدعم في تطوير النشاط الحرفي، وتنمية مستدامة له.

كانت البدايات الأولى لاستخدام تقنيات الإعلام والاتصال في قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر من خلال اهتمام الهيئات القائمة على هذا القطاع باستغلال هذه التقنيات من أجل ترقية الصناعات

التقليدية والحرف، فقامت باستخدام نظام المعلومات والاتصال واعتبارها من الشروط الأساسية لاسيما أمام الانتشار الكبير والواسع للإنترنت في ذلك الوقت، ومن هنا بدأت هذه الهيئات بالاهتمام بتأسيس النظام المعلوماتي والاتصالي لهذا القطاع، لهذا تم وضع سجل الصناعة التقليدية والحرف على مستوى الغرف الولائية، كونها تعتبر كقنوات معلوماتية يربطها مركز واحد على المستوى الوطني هو البطاقة الوطنية للصناعة التقليدية الموضوعة على مستوى الغرفة الوطنية، (لعوج، 2011، ص 45)، وقد كانت هذه أول خطوة لوزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية استخدمت فيها نظام المعلومات والاتصال لكن البداية الفعلية لرقمنة قطاع الحرف الصناعات التقليدية واستخدامه للتقنيات والوسائط الجديدة كان عندما قامت وزارة المؤسسات ص و م والصناعة التقليدية بالتعاون الجزائري الفرنسي سنة 2004 والذي نتج عنه إنجاز الأرضيتين الخاصتين بالمعلومات والرقمنة والتكوين عن بعد وتمثل هاتان الأرضيتان في:

أ- أرضية نظام المعلومات (Système d'Information de l'Artisanat): انطلاقا من الحاجة إلى التحليل للمعلومات على مستوى المؤسسات القطاعية الوسيطة تم تقديم تقرير مفصل حول الحاجات لأجل وضعها في صالح المؤسسة A6 التي قامت بتطوير الأرضية الرقمية للنشاطات الحرفية في الجزائر، وقد تضمن النظام عدة وحدات نذكر منها: نظام تسيير الملف الوطني للحرفيين ومتابعة الهياكل القاعدية للقطاع، وكذا نظام تسيير المنتديات والمحادثات للمجموعات الموضوعية، أيضا نظام توزيع المعلومات العمومية والخاصة.

ب- أرضية التكوين عن بعد: في إطار نظرة مستقبلية، نجد قطاع الصناعة التقليدية اتجه نحو تقسيم عمليات التكوين والتي كانت تجري بطريقة تقليدية إلى اعتماد التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وإن اعتماد هذه التكنولوجيات سمح بتوسيع شريحة المستفيدين من التكوين في مجال الإعلام والاتصال في قطاع الحرف والصناعة التقليدية، وتشمل هذه الأرضية نظام تسيير برامج بيداغوجية، ونظام تسيير ومتابعة المتكولين، وكذا نظام تسيير المنتديات والعمل الجماعي على الإنترنت (لعوج، 2011، ص 64-65).

ج- إنجاز أرضية النظام المساعد على اتخاذ القرار في الصناعة التقليدية (SADA): ونظرا لأهمية النظام الإعلامي والاتصالي زُودت أرضية المعلومات الخاصة بقطاع الحرف والصناعات التقليدية بمحرك بحث يسمى (Maestro)، يكمن دوره في تصفية المعلومات التي يتم جمعها في قاعدة المعطيات للنظام من أجل استغلالها في شكل خريطة توضع فيها المعلومات الخاصة بالقطاع من جهة، كما تسمح لأصحاب القرار من إعداد تقارير معلوماتية من خلال برمجة مسبقة لحاجاتهم لهذه المعلومات، بما يمكن من إنجاز لوحة تجمع مختلف المؤشرات الصحيحة والمدققة والمحيّنة آنيا، بُغية الحصول على أرضية مساعدة على اتخاذ القرار تدعى هذه الأرضية بالنظام المساعد على اتخاذ القرارات (SADA) (بن العمودي، 2018، ص 61).

استناد لما سبق ذكره نرى أن الجزائر كانت بداياتها الأولى لاستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال والرقمنة في قطاع الحرف والصناعات التقليدية عندما استخدمت الأنترنت والربط الشبكي، الذي تمكنت من خلاله من تطوير المنظومة الرقمية والاتصالية الخاصة بهذا القطاع، وقد نتج عن استخدام الربط الشبكي بين الفاعلين عن طريق الأنترنت من السير الحسن لعملية الاتصال والربط بين مختلف الفاعلين، وكذا تجميع المعلومات الواردة بينهم وبين مختلف هياكل القطاع في شكل شبكة اتصالية رقمية أطرافها في الغرف الولائية للصناعة التقليدية والحرف ومركزها الأم في الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، وبالتالي أصبحت الرقمنة ونظم المعلومات والاتصال والوسائط الجديدة عبارة عن آلية وأداة تفاعلية تسمح بخلق لغة مشتركة بين المتعاملين والفاعلين في قطاع الحرف والصناعات التقليدية، وكذا تكثيف التبادلات واستكمال للأهداف المرجوة من أجل تعزيز النظام الرقمي والمعلوماتي والاتصالي في القطاع، والذي يقوم على نمطين من الواجهات، وتتمثل بواجهة خاصة بالزائرين، حيث يضع في متناولهم مواقع للمعلومات ووسائل الاتصال بالفاعلين في النشاط الحرفي، كما يشمل من جهة أخرى واجهة ثانية خاصة بالمسيرين ومسؤولي القطاع لتمكينهم من متابعة

كل العمليات التي تقوم بها الهيئات الوسيطة، وهذا يسمح بتقديم المنهجية المتبعة في إطار استراتيجية الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر.

أما في السنوات الأخيرة فقد اتجهت الجزائر وجميع الفاعلين في النشاط الحرفي إلى استخدام الوسائط الجديدة في قطاع الحرف والصناعات التقليدية واعتبار هذه الوسائط أداة داعمة وفاعلة في تنمية وتطوير هذا القطاع، وعلى هذا الأساس قام قطاع الحرف والصناعات التقليدية بالجزائر بالاستعانة بوسائل الإعلام والاتصال التقليدية ومن ثم بالوسائط الاتصالية الجديدة، لهذا سوف نبدأ بعرض استخدام القطاع لوسائل الاتصال التقليدية، ثم نتطرق بعدها لاستخدامه الوسائط الجديدة.

إن وسائل الاتصال التقليدية مازال استخدامها قائما لحد اليوم في قطاع الحرف والصناعات التقليدية، وبالأخص في مجال الترويج كونه من أهم أدوات المزيج التسويقي للمنتجات الحرفية، حيث يعتبر أداة فاعلة بالتعريف بالمنتج الحرفي وزيادة مبيعاته وتعزيز صورته لدى زبائن المنتجات الحرفية، فكلما تعددت الأنشطة الحرفية وتنوعت كلما احتاجت إلى استخدام العديد من عناصر المزيج الترويجي، وتميزت استراتيجية الجزائر في ترويج المنتجات الحرفية بإعادة التعريف بالأسواق الوطنية والدولية بالمنتج التقليدي الجزائري بعد الانقطاع الذي دام لسنوات (بن زعرور، 2022، ص 66) وهنا استعانت بالوسائل الاتصالية المباشرة في مجال الترويج وترقية المنتجات الحرفية وقد تمثلت في:

- تنظيم أروقة عرض مخصصة لبيع المنتجات الحرفية: دعمت السلطات العمومية هياكل قطاع الحرف والصناعات التقليدية بمساحات ترويجية بمختلف جهات الوطن عن طريق فتح أروقة للعرض وبيع المنتجات الحرفية، وتكون هذه الأروقة إما عن طريق أن يودع الحرفي منتجاته ثم تباع في الأروقة أو عن طريق أن تشتري الأروقة المنتجات من الحرفيين وتملكها ثم تعيد بيعها، أو عن طريق إيجار مساحة من الأروقة للحرفي والتي يبيع فيها منتجاته الخاصة (شيبان، 2009، ص 170).

- التظاهرات الوطنية والدولية الخاصة بقطاع الحرف والصناعات التقليدية: تنظم الهيئات المكلفة بالنشاط

الحرفي عدة تظاهرات ترقية لهذا النشاط، وهذا قصد التعريف بمنتجات الحرفيين وتسويقها، وتتمثل في:

أ- الصالونات المحلية والوطنية: هي عبارة عن تظاهرات محلية تقام على مستوى الولايات، حيث تشرف

عليها الغرفة الوطنية للصناعات التقليدية والحرف والغرف الولائية، وتسعى إلى ترقية المنتج التقليدي، وتنظيم

مثل هذه التظاهرات يساهم في التطور الحقيقي لهذه المؤسسات على أرض الواقع، وكذا انخراط أكثر من طرف

الحرفيين في هذه الغرف، وضم هذه الغرف إلى الميدان التجاري، ومن بين هذه التظاهرات نجد الصالون الوطني

للحرف، الصالون الوطني للنحاس بقسنطينة، الصالون الوطني للصناعة التقليدية الصحراوية بتمراست،

الصالون الوطني للزربية بغرداية،..... إلخ (مقابلة مع السيدة سايب فضيلة، 2023).

ب- الصالونات والمعارض الدولية للحرف والصناعات التقليدية: يأتي هذا الصالون لتتويج سلسلة من

التظاهرات الوطنية والمحلية، حيث هذا الصالون يعد بمثابة أداة فاعلة في ترقية المنتجات الحرفية وخلق فرص

التعارف بين محترفي الحرف والصناعات التقليدية وتبادل الخبرات بين الحرفيين الجزائريين والأجانب، وتهدف

هذه الصالونات والمعارض إلى تحقيق جملة من الأهداف: كالتطوير الفعلي والحقيقي للمؤسسات الحرفية، أيضا

تعزيز صورة المنتج الحرفي الجزائري على المستوى العالمي، وهذا ما يكسبها صورة ومكانة عالمية.

ج- تنظيم أسابيع الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية في الخارج: تندرج هذه الأسابيع في إطار اتفاقيات

التعاون مع البلدان، وتهدف هذه الأسابيع إلى تفعيل العلاقات التجارية والاقتصادية مع دولة وبلدان تهتم

بالنشاط الحرفي، وكذا البحث عن فتح أسواق وعقد شراكات مع هذه الدول، وهذا كله يساهم طبعاً في

الترويج للمنتجات الحرفية على المستوى العالمي ما يعزز مكانة هذه المنتجات ويزيد من انتشارها والإقبال عليها

(خليفة، 2017، ص 83).

ت- الاحتفالية باليوم الوطني للحرفي: تقرر أول مرة الاحتفال باليوم الوطني للصناعات التقليدية والحرف يوم 09 نوفمبر 2007، وقد تم اختيار هذا اليوم بناء على المرسوم التنفيذي رقم 97-273 والمحدد للجائزة الوطنية للصناعة التقليدية (منشورات الغرفة الوطنية للحرف والصناعات التقليدية، أرضية الاحتفال باليوم الوطني للصناعة التقليدية، 2008، ص 09)، ولكن بعدها تم تغيير تسمية هذا اليوم إلى " اليوم الوطني للحرفي " والذي مازال لحد اليوم يحمل هذا الاسم، وذلك حتى يخص هذا الاحتفال كل الحرفيين دون استثناء لأي فئة أو أي مجال أو نشاط (بن حمودة، 2014، ص24)، ويهدف هذا الاحتفال بهذا اليوم إلى إبراز الدور الاقتصادي والاجتماعي وحتى الثقافي للنشاط الحرفي، كما يعتبر هذا اليوم بمثابة منبر يجمع جميع الفاعلين في النشاط الحرفي، لأنه من خلال هذا اليوم الاحتفالي يلتقي الكثير من الفاعلين من مختلف ولايات الوطن، وكما ويقوم الكثير من الحرفيين في هذا اليوم بإجراء معارض لمنتجاتهم، وهذا ما يعتبر فرصة لترويج وتسويق الحرفيين لمنتجاتهم والتعريف بها أكثر.

أما الوسائط الاتصالية الجديدة فظهرت واستخدمت في إنشاء المنصات الرقمية والمواقع الإلكترونية ونذكر بعضا من استخداماتها على سبيل المثال:

1- منصة ورشتي (2014): هي منصة إلكترونية تجمع المنتجات الحرفية الجزائرية، ومن خلالها يمكن الإطلاع على جميع إبداعات الحرفيين الجزائريين، وكذا التواصل معهم والتعليق على منتجاتهم، وهذه المنصة هي عبارة عن موقع صمم من أجل الترويج لمنتجات الصناعة التقليدية، وهي متاحة على الرابط www.warchaty.dz ، وقد تم استحداثها خصيصا للمنتجات الحرفية المنتشرة عبر ربوع الوطن، حيث يذكر في هذه المنصة اسم المنتج وكذا الحرفي، وذلك من أجل ترويج منتجات الصناعة التقليدية وتعريف الجمهور بها، إلا أن ما يعاب على هذه المنصة هو العدد الضئيل للمنتجات المعروضة فيه، حيث إنها لا تعكس كل التراث الحرفي الجزائري المنتشر عبر كل ربوع الوطن وثراءه، وكذا عدم وجود المعلومات الكافية والدقيقة حول المنتج ما

عدا صورة المنتج واسمه وصاحبه (خليفة، 2017، ص 83)، وهذا راجع لغياب ثقافة التسويق عبر الوسائط الجديدة، وأيضا لغياب التكوينات في هذا الميدان مما يتسبب في جعل الحرفيين يجهلون الطرق السليمة لتسويق منتجاتهم عبر هذه الوسائط.

2- تطبيق ألو حرفي (2019): هو عبارة عن تطبيق رقمي ودليل إلكتروني أطلقته (CNAM)، وقد سجل فيها واستفاد من خدمة هذا التطبيق أكثر من 12000 حرفي في بدايته الأولى، ويعتبر هذا التطبيق فرصة لكل من يملك حرفة يريد أن يسوقها إلكترونيا فقط عليه أن يدفع حقوق الاشتراك والتسجيل عبر هذا التطبيق، وهذا التطبيق موجود في الأنرويد يعني أنه متاح على الحاسوب أو الهاتف، وهذا التطبيق يعتبر فرصة للحرفيين من أجل تسويق منتوجاتهم والترويج لها، حيث تشرف الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية على تسجيل الحرفيين في هذا التطبيق، حيث تقوم بإدخال بيانات الحرفيين وتسجيل بياناتهم وترتيبها وفق أماكن إقامتهم وبلديات وولايات نشاطاتهم لتسهيل عملية الاتصال بهم من طرف زبائنهم موقع الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، 2020، متاح على الرابط: <http://www.cnam.dz/>.

3- رقمنة البطاقة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف: هي منصة إلكترونية تعمل تحت (CNAM)، وقد تم رقمنة هذه البطاقة في أبريل 2015، وهذا من أجل الترويج لمختلف المنتجات الحرفية وأيضا إقامة المعارض والصالونات الافتراضية، وقد رافق هذا المشروع نصوص تنظيمية وتطبيقية لتحقيق إجراءات تسييرها وضمان مصداقية المعلومات الإحصائية، وتعتبر هذه البطاقة بمثابة بنك معلوماتي اتصالي رقمي يضم قاعدة بيانات الحرفيين يسهل الولوج إلى أي معلومة تخص الحرفيين ونشاطاتهم في جميع ولايات الوطن (مقابلة مع السيدة دمعي وفيما، 2023).

4- Artisanat d'Algérie: هذا المتجر أطلقته (CNAM) كأول متجر إلكتروني في الجزائر لبيع منتجات الصناعة التقليدية الفنية، إن (CNAM) تهدف من خلال هذا المتجر إلى إبراز الدور الذي يلعبه التسويق

الإلكتروني في الترويج لمنتجات الحرف والصناعات التقليدية، وكذا من أجل تمكن الجمهور الإطلاع على المنتجات التقليدية الجزائري وبالأخص منها الفنية مع توفير خدمة التوصيل دون عناء التنقل لمكان الحرفي أو الأسواق، مما يساهم في جعل المنتجات الحرفية تباع على نطاق واسع ، وأيضا تصل إلى الزبائن في وقت قصير وبأقل التكاليف، بالتالي تمكين الحرفيون من تحقيق أكبر نسبة للمبيعات كما تسعى (CNAM) من خلال إطلاقها لهذا المتجر لمساعدة الحرفيين من جهة وتسوية مشكل التسويق الذي يعاني منه الحرفيين من جهة أخرى، ويتميز هذا المتجر بواجهته المتميزة وبسهولة الولوج إليه ، وكذا تنوع المنتجات المعروضة فيه على اختلافها ، (موقع الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، 2020. ، متاح على الرابط: <http://www.cnam.dz/>)

<http://www.cnam.dz/>

5- إنشاء نظام المعلومات الرقمي والخاص بقطاع الصناعات التقليدية والحرف " Prometica " : تم إنشاء هذا النظام على الموقع الرسمي للوزارة، وهذا لتبادل المعلومات وتخزينها بين الوزارة والمؤسسات التابعة لها، والمتمثلة في: الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف والغرف الولائية للحرف، وكذا الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية (قاسمي، عام، 2021، ص 30).

6- منصة أنامل (09 نوفمبر 2023): هي عبارة منصة رقمية تحتوي على متجر إلكتروني خاص بالمنتجات الحرفية وكل ما يتعلق بالنشاط التسويقي لهذه المنتجات، وأيضا هذه المنصة متخصصة بدعم الحرفيين وتمكينهم من الترويج والتسويق لمنتجاتهم، حيث تهدف هذه المنصة التي تندرج ضمن استراتيجية الحكومة الجديدة الرامية إلى مواكبة التطور التكنولوجي عبر رقمنة كافة القطاعات إلى فتح آفاق واعدة للحرفيين في الجزائر وتقديم وإبراز مختلف منتجات الصناعة التقليدية كما ستكون هذه المنصة نافذة ترويجية للثروة السياحية الوطنية، وهذه المنصة تندرج في إطار الاتفاقية المبرمة بين الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف ومؤسسة قيديني بهدف تعزيز التجارة الإلكترونية في مجال الصناعة التقليدية وكذا استغلالها من طرف الحرفيين من أجل

تسويق وعرض منتوجاتهم من أجل التعريف بها وانتشارها على نطاق واسع حتى خارج الوطن (مقابلة مع رئيسة مؤسسة قيديني: حاج محمد نايلة ، 2023).

أمثلة لاستخدامات الفاعلين في النشاط الحرفي للوسائط الجديدة في عملهم: لعل أبرز فاعلين يستخدمان الوسائط الجديدة هما وزارة السياحة والصناعة التقليدية والغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، فنجد وزارة السياحة والصناعة التقليدية تستخدم الوسائط الاتصالية الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في: موقع الفيسبوك واليوتيوب والانستغرام وموقع التوتير، موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية، متاح على الرابط:

<https://www.mtatf.gov.dz>

والغرفة الوطنية للصناعة التقليدية بدورها تستخدم الوسائط الاتصالية الجديدة في عملها سعيا منها لتطوير وترقية القطاع الحرفي في الجزائر وجعله يتماشى مع متطلبات العصر الحالي وثوابه من خلال دخول عالم الرقمنة، من خلال تعاقدتها مع عدة مؤسسات رقمية تنشط في مجال التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي، ومثال على ذلك مؤسسة قيديني، كما أن الغرفة تركز على الجانب الإعلامي والاتصالي فهي تركز على استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة في عملها من أجل التعريف بنشاطاتها وكذا النشاط الحرفي بصفة عامة، ولاعتبارها أيضا همزة الوصل بين الغرفة والمتابعين بما فيهم الحرفيين كونها أداة مرافقة للحرفيين ووسيلة تساهم في تقديم الشروحات والتوضيحات حول استفساراتهم المتعلقة بالنشاط الحرفي ككل، فبهذا هي فعلا تعزز صورة الحرف والصناعات التقليدية وتبرز قيمتها وأهميتها وهذا ما يساهم في تثمينها، وللغرفة صفحة رسمية على موقع الفيسبوك أنشئت سنة 2011، وصفحة أيضا على موقع اليوتيوب، وكما لها صفحة على الإنستغرام، وموقع إلكتروني (دمعي وفياء، 2023).

وأيضا كمثال آخر لاستخدامات الوسائط الجديدة من طرف أهم الفاعلين في قطاع الصناعات التقليدية والحرفية بالجزائر والمتمثل في الحرفي الذي يعتبر هو الصانع والمنتج والمسوق في نفس الوقت لمنتوجاته الحرفية، فقد لاحظنا كثيرا بالآونة الأخيرة استعمال الحرفيين الجزائريين للوسائط الجديدة في التسويق والترويج لمنتجاتها الحرفية ولعل أبرز الوسائل الجديدة التي يستخدمها الحرفي تمثلت في موقع الفيسبوك وهذا راجع لكثرة استعماله وانتشاره وشهرته

وأيضاً قلة تكلفته بالمقارنة مع باقي الوسائط الأخرى، في هذا الصدد أيضاً أنشأ الحرفيين ما يسمى بمجموعات أو **groupes** عبر موقع الفيسبوك وهذا لتسويق منتجاتهم الحرفية وقد لاقت هذه المجموعات رواجاً واستخدماً كبيراً من الحرفيين والمستهلكين فهذه الفضاءات ساعدت كثيراً الحرفيين في ترويج منتجاتهم وأسهمت في تسويق هذه المنتجات وانتشارها بشكل واسع (تومي فريدة، 2023).

ومن أهم وأشهر هذه المجموعات الخاصة بتسويق المنتجات الحرفية الجزائرية نجد:

- مجموعة سوق الصناعات التقليدية والحرفية: وتاريخ إنشائها في: 07 جانفي 2017، عدد الأعضاء في المجموعة: 7667 عضو لحد يوم تاريخ الزيارة (2022/09/10)، وهي متاحة على الرابط التالي:

<https://www.facebook.com/groups/409340402742718>

- مجموعة إشهار كل أعمال الحرفيين والمنتجات المحلية: وتاريخ إنشائها في: 20 جوان 2017، عدد الأعضاء في المجموعة: 15222 عضو لحد يوم تاريخ الزيارة (2022/09/10)، وهي متاحة على الرابط التالي:

<https://www.facebook.com/groups/172267359977798>

كما وجدنا أيضاً أن الجمعيات الحرفية بدورها تستخدم الوسائط الجديدة في نشاطاتها، كونها تفيد هذه الجمعيات في التعريف بها (مقابلة مع السيدة: محمدي سعاد، 2020) وأداة وصل بينها وبين جمهورها سواء داخل إقليم الولاية المتواجدة فيها أو خارج الولاية، وأيضاً تعتبر وسيلة إعلانية تسويقية وترويجية بامتياز تمكن الحرفي والجمعية بصفة عامة من ربح الوقت والجهد وحتى المال (مقابلة مع السيدة: عمي موسى نادية، 2022).

والوسائط الاتصالية الجديدة أصبحت ضرورية من أجل مواكبة متطلبات عصر الرقمنة، لأنها لها دوراً كبيراً وفاعلاً في توصيل صورة المنتجات الحرفية الجزائرية خارج الجزائر وتعزيز مكانتها بالخصوص في الوقت الراهن الذي كثرت فيه السرقات وانتهكات الحقوق والملكيات في المنتجات الحرفية، وهذا ما يساهم في تهمين هذه الحرف وتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية (تريشان صالح، 2022).

وقد لجأت حالياً الكثير من الجمعيات الحرفية لاستخدام الوسائط الجديدة لأنها ساهمت في التعريف بهذه الجمعيات والتسويق بمنتجاتها والمعارض التي تقيمها وبالأخص في وقت أزمة وباء كورونا، حيث هنا وعى الكثير من

أصحاب هذه الجمعيات أهمية هذه الوسائط ومن ثمة زاد الاستخدام لها والاستعانة بها (السيد: محمدي أحمد 2021)، كما أن الوسائط الاتصالية الجديدة بكل أشكالها، وبالأخص موقع الفيسبوك أصبح ضرورة لا بد منها في عمل الجمعيات الحرفية، لأنه أداة ووسيلة اتصال بين الجمعية ومحيطها وجمهورها الداخلي الأعضاء وجمهورها الخارجي والممثل في المتابعين لهذه الصفحات (بداري عائشة، 2021)، كما أن الوسائط الاتصالية الجديدة لها دورها في تعزيز مكانة المرأة من خلال تعريف الجمعيات الحرفية النسوية (:صباح صنهاجي، 2020)، رغم هذا ومن خلالنا مقابلاتنا التي أجريناها في الدراسة التطبيقية مع رؤساء بعض الجمعيات الحرفية، فقد وجدنا العديد من الجمعيات الحرفية لا تحبذ استخدام الوسائط الجديدة لأنه حسب رأيهم هذه المواقع والصفحات إذا عرضوا فيها منتجاتهم قد تتعرض للسرقة أو التقليد (بوعال ، 2021).

مما سبق لاحظنا أن الجزائر قد دخلت فعلا عالم الرقمنة والوسائط الجديدة من خلال استخدامها لمختلف أشكال الوسائط الجديدة والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف الشبكات الاجتماعية، وبخاصة في مجال التعريف بالمنتجات الحرفية وكذا الترويج لها وتسويقها، وهذا كله يساهم في ترقية عملها وتطويره.

كخلاصة نقول إن الرقمنة والوسائط الاتصالية الجديدة تعتبر آلية فاعلة وداعمة للاستراتيجية الوطنية للصناعة التقليدية والحرف والحرفيين وفعلا وظفتها الجزائر في هذا القطاع، فقد لاحظنا تكاملا بين هذه الوسائط ومختلف أليات الدعم، على اعتبار أن الوسائط الاتصالية والإعلامية لها القدرة على إظهار القيمة الحقيقية للحرف وتعزيز صورته من أجل الحفاظ عليه من الزوال، رغم هذا إلا أن هذا القطاع مازال يعاني من صعوبة عدم تمكن كل الفاعلين من استخدام هذه الوسائط وبالأخص الحرفي الذي يفتقد كثيرا لثقافة استخدام هذه الوسائط وكيفية استغلالها وفوائدها الأمر الذي ينعكس سلبا على ترقيتها وتطوير هذه المنتجات والعاملين فيها، وبالتالي عرقلة تنميتها المستدامة وتذهب للزوال والاندثار.

المطلب الرابع: رؤية تحليلية لثمين الحرف والصناعات التقليدية في ظل الوسائط الجديدة من خلال

استراتيجية أفق 2035

كما ذكرنا في الفصول السابقة من الدراسة تلعب وسائل الإعلام والوسائط الاتصالية الجديدة دورا مهما في التعريف والتوعية بأهمية الحرف والصناعات التقليدية لذلك سعت كل الدول لإدراج الوسائط الاتصالية الجديدة ضمن استراتيجياتها وآلياتها التنموية، وهذا من أجل تعزيز صورة منتجاتها الحرفية والمحافظة عليها من الزوال والاندثار في ظل تحديات البيئة الاتصالية الجديدة.

والجزائر طبعا واكبت هذه المتطلبات بإعطاء الأهمية الكبيرة والبالغة للتحويل الرقمي وللوسائط الاتصالية الجديدة لإدراكها التغيرات العميقة والرهانات الجذرية الحاصلة على مستوى الاقتصاديات العالمية، بفعل تأثير التكنولوجيات الجديدة خاصة في مجال الرقمنة والوسائط الجديدة، وقد رافق ظهور وباء كورونا الاستخدام الكثيف للوسائط الجديدة بسبب بقاء الناس في منازلهم بسبب الحجر المنزلي.

فأزمة كورونا التي أوقفت كل النشاطات في العالم برمتها، والنشاط الحرفي في الجزائر الذي كان من بين القطاعات والنشاطات المتضررة جدا من هذه الأزمة نتيجة ارتباطه بقطاع السياحة بشكل مباشر والذي توقف تماما نظرا لتوقيف كل الرحلات الداخلية والخارجية، إلى جانب تراجع القدرة الشرائية للسائح المحلي مما جعله يعزف عن اقتناء المنتجات الحرفية باعتبارها من الكماليات لاسيما أن تداعيات هذه الأزمة غير المسبوقة، والتي ضربت القطاع وامتد تأثيرها على المدى البعيد نحو توقف نشاطات بعض الحرف والمهن المتميزة في الجزائر، كما أدت هذه الأزمة إلى إيقاف العديد من النشاطات والتظاهرات، وما أدى ببعض الفاعلين بهذا القطاع إلى التوقف عن ممارسة أنشطتهم أو الغلق أو حتى الإفلاس، كل هذا أدى بمختلف الفاعلين بهذا النشاط بالتوجه إلى استخدام الوسائط الجديدة من أجل استمرار عملهم ومحاولة إنقاذ ما تبقى لهم بعد هذه الأزمة، فالمؤسسات المؤطرة للقطاع الحرفي في الجزائر استعانت بهذه الوسائط من أجل تسير مهامها إداريا عن طريق

عقد الاجتماعات وتسيير هياكلها المركزية واللامركزية ومؤسساتها الموضوعة تحت الوصاية عن بعد، واستخدمتها من أجل نشر مختلف آليات المساعدة للحرفيين في هذه الأزمة كتقديم منحة كورونا، واستغلتها أيضا في نشر أعمال القطاع في هذه المرحلة المتمثلة في تلك الفترة في صناعات الكمادات والألبسة الطبية الوقائية.... إلخ من النشاطات التي كان يقوم بها الحرفيون، وهذا يعني أنه رغم أزمة كورونا فإن قطاع الحرف بقي ينشط رغم تحديات الأزمة، وهذا طبعاً باستغلال الوسائط الاتصالية الجديدة، والتي جندتها من أجل التصدي لهذه الأزمة ومحاوله الخروج منها وتجاوزها، كمواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالوزارة والمديريات والهيكل التابعة لها عن طريق وضع الإعلانات والأخبار وكل ما يتعلق بمعايشة أزمة وباء كورونا، من خلال إقامة المعارض الافتراضية واللقاءات والاجتماعات عن بعد من أجل تسيير شؤون القطاع وعدم التوقف والتصدي لها.

تعد فئة الحرفيين باعتبارهم أهم فاعل في النشاط الحرفي، وهم يُعدون من أكبر المتضررين من أزمة كورونا، وفي هذا الصدد وجدنا فئتين، فئة قد أثرت عليها الأزمة كثيرا مما أدى بهم إلى غلق مؤسساتهم وتوقيف أنشطتهم، ويوجد من وصل بهم الحد إلى الإفلاس، في ظل غياب التسويق وهنا الأمر يتعلق بالحرفيين أصحاب المهن والحرف الفنية والإنتاجية.

أما الفئة الثانية والتي حاولت مسايرة ومعايشة هذه الأزمة، وهذا من خلال مشاركتها في عملية صنع الكمادات والألبسة الواقية والخاصة بعمال المستشفيات والمراكز الطبية، فقد ساهمت هذه الفئة ولو بالقليل من أجل استمرار نشاط هذا القطاع، وأيضا استخدمت الوسائط الاتصالية الجديدة من أجل نشر كل ما كانت تقوم به من نشاطات وأعمال، وفي هذه المرحلة برزت كثيرا الجمعيات الحرفية التي نشطت كثيرا في من خلال العمل على صنع الكمادات والألبسة وتقديمها في إطار المساعدات والهبات لمختلف شرائح المجتمع كفئة الطلبة الجامعيين، وأعوان الحماية المدنية، والأطفال المتدربين.... إلخ من الفئات التي استفادت، وكل هذا طبعاً كان

عن طريق استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة كمواقع الفيسبوك والتويتر، الإنستجرام.... إلى غير ذلك من الوسائط التي كانت توظفها من أجل التوعية والنشر، والعرض لمختلف المنتجات المصنوعة والتي كانت طبعا خاصة بكورونا، وهذا ما زاد تعزيز دور الوسائط الاتصالية الجديدة في هذه المرحلة وزاد من الإقبال عليها واستخدامها لأنها الوسيلة الوحيدة والمنفذ من أزمة كورونا وتجاوزها.

إذن من كل ما سبق نرى بأن قطاع الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر يحتاج بكافة مكوناته المضي لتفعيل استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة ضمن الاستراتيجية الجديدة لتنميته، وخصوصا مع تزايد الحاجة في ظل الأزمة المرتبطة بجائحة كورونا وتأثيراتها المدمرة لنسيج الفاعلين في هذا القطاع، وفي هذا الصدد تعمل الجزائر حاليا على إعادة بعث وإحياء هذا القطاع عن طريق سياسة تكون شاملة ومتكاملة ومدججة لجميع الفاعلين والنشاطات وخصوصا بعد هذه الأزمة، وهذا ما لاحظناه من خلال حرص الجزائر على تخطي هذه الأزمة وتجاوزها بتبني مخططات وآليات شأنها إنقاذ هذا القطاع.

لكن الجزائر في حقيقة الأمر كانت قد قامت بوضع مخطط استراتيجية التنمية المستدامة للحرف والصناعات التقليدية أفاق 2035 وهذا قبل أزمة وباء كورونا، ولكن بعد هذه الأزمة زاد إصرار الجزائر على تفعيل هذا المخطط وتطويره لكي يتماشى مع المتغيرات الحاصلة، والذي كانت أسسه التركيز على البعد التثميني والترقوي لهذا القطاع، ما مكنه من تحقيق خطوات معتبرة في المساهمة في دعم الديناميكية الاقتصادية الوطنية والمحلية، وفيما يلي نقدم هذه الإستراتيجية:

بعد تحقيق الاستراتيجيتين السابقتين لنتائج إيجابية معتبرة، قامت الجزائر بوضع استراتيجية أخرى تكملهما، والمتمثلة في استراتيجية التنمية المستدامة لقطاع الحرف والصناعات التقليدية أفاق 2035، وبلوغ أهداف هذه الإستراتيجية وتحقيقها حددت مجموعة من الإجراءات والتدابير وتشمل باختصار في: إعادة النظر في الجهاز التشريعي الذي يحكم قواعد الحرف والصناعات التقليدية وتعزيزه، ترقية التكوين بمساهمة

التكوين المهني، تشجيع الكفاءات والموارد البشرية: يتطلب تحسين الموارد البشرية في قطاع الحرف والصناعات التقليدية، حوافز التصدير، دعم التأهيل والقدرة التنافسية، وضع آليات وأساليب جديدة للتمويل، تطوير وتنفيذ المعايير والعلامات في الحرف.

كانت هذه التدابير التي قد أُتخذت في المرحلة الأولى من استراتيجية التنمية المستدامة للقطاع الحرفي خلال آفاق 2020 والتي أطلق عليها مرحلة الدمج والتوحيد خلال السنوات (2010-2015) لكن بعد أن تم تعديل الإستراتيجية سنة 2016 لتمتد لآفاق 2035، جاءت مرحلة أخرى (2016-2020) سميت بمرحلة التدابير الرامية إلى تعزيز المقاولاتية والتعاون بين القطاعات (التشاركية)، وهنا تم إضافة أهداف ومحاور تتمثل في:

- **تنمية الإقليم:** لقطاع الحرف والصناعات التقليدية فرصة حقيقية لتنمية حقيقية لقطاع الحرف وتطويره من حيث إنه يحدد التوجهات الاقتصادية والاجتماعية التي يجب اتباعها في كل منطقة وفقاً لخصوصياتها بحلول عام 2020، مع الإشارة إلى المبادئ التوجيهية الأربعة المتمثلة في استدامة الموارد الاستراتيجية، التوازن الإقليمي جاذبية وتنافسية الأقاليم، العدالة الاجتماعية والإقليمية.

- **التنمية الريفية:** تهدف سياسة التجديد الريفي إلى بقاء السكان في أماكنهم الأصلية، مما يعزز تنمية الأنشطة الحرفية التي تولد الثروة وتسهم في توفير مناصب شغل جديدة، لا سيما من خلال المجالات الثلاثة: استثمارات كبيرة، السياسات القطاعية، العمل الإقليمي في مجال التنمية الريفية.

- **السياحة:** تشكل الخطة الرئيسية لتطوير السياحة الوطنية كعنصر من عناصر التخطيط والتنمية المستدامة للإقليم فرصة لتطوير الأنشطة الحرفية، ولا سيما من خلال ديناميكياتها الخمس: مخطط وجهة الجزائر، مراكز التميز السياحي، خطة "جودة السياحة"، خطة الشراكة العامة / الخاصة، خطة التمويل التشغيلي في السياحة

(استراتيجية وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية، 2020، ص 15-16).

بعد المرحلة الثانية عملت الجزائر على تعزيز الإستراتيجية السابقة وتعديلها ولتمدها حتى أفاق 2035، وهذا لتكييفها مع متطلبات البيئة الاقتصادية الجديدة، وكذا لتطوير القطاع وربطه بالديناميكية الشاملة للتنمية الاقتصادية، وقد قسمت مراحل هذه الإستراتيجية إلى الفترات التالية:

- فترة الخمس سنوات 2016-2020: ترسيخ الإنجازات تعزيز المقاولاتية والتعاون بين القطاعات
- فترة الخمس سنوات 2021-2025: مراجعة الإطار التشريعي والتنظيمي الذي يحكم الحرف
- فترة الخمس سنوات 2026-2030: توحيد وتنفيذ الملصقات في الحرف اليدوية
- فترة الخمس سنوات 2031-2035: تعزيز تصدير منتجات الحرف اليدوية

وجاءت المحاور الأساسية المبرمجة ضمن مخطط استراتيجية التنمية المستدامة لقطاع الحرف والصناعات التقليدية أفاق 2035، فيما يلي:

- 1- تطوير المقاولاتية:** تعد من المحاور التي يعمل قطاع الصناعة التقليدية على تطويره من خلال مايلي:
 - (أ) - **تطوير مهارات التسيير:** عن طريق تكوين حاملي المشاريع والحرفيين في كيفية إنشاء والتسيير الحسن للمؤسسة GERME، تكوين المكونين المرافقين (إطارات الغرف) في منهجية GERME، تقوية مهارات المكونين المرافقين، تكوين المكونين المرافقين (إطارات الغرف) EYB، تكوين الحرفيين في كيفية توسيع النشاط EYB.
 - (ب) - **تطوير المقاولاتية النسوية:** من خلال تكوين المكونين (إطارات الغرف) في منهجية Get Ahead، مرافقة النساء الحرفيات وحاملات المشاريع وفق منهجية Get Ahead
 - (ج) - **تطوير مهارات العرض والبيع:** من خلال تنظيم تكوين المكونين (إطارات الغرف) في منهجية YES، تكوين الحرفيين والحرفيات في منهجية IYES.
 - (د) - **التجمعات المهنية:** عن طريق تكوين المنشطين الاقتصاديين، إنشاء وتنشيط التجمعات المهنية.
 - (هـ) - **تشجيع الابتكار:** من خلال تنظيم الصالون الوطني للابتكار في الصناعة التقليدية، الصالون الوطني للابتكار في الحرف وكذلك مرافقة الحرفيين للابتكار.
 - (و) - **التصميم:** من بين الوسائل التي سوف تساهم في تطوير التصميم داخل قطاع الصناعة التقليدية، تنظيم دورات تكوينية في التصميم بالإضافة إلى إعداد دليل المصمم.
- 2- تحسين النوعية:** يتعلق الأمر ب:

(أ) - تطوير المهارات التقنية: عن طريق تكوين الحرفيين في تقنيات الإنتاج، تكوين الحرفيين في تقنيات تحضير المادة الأولية.

(ب) - تطوير التأهيلات المهنية: من خلال إعداد الدعامات المرجعية للمهارات في الأنشطة الحرفية، التأهيل في رتبة الحرفي المعلم.

(ج) - إعداد ونشر المعايير Normes : إعداد المعايير، دليل المعيارية، ملتقيات إعلامية في المعيارية، مرافقة الحرفيين لتطبيق نموذجي لمعيارية المنتجات، معaine ودمغ الزراي (مراكز الدمغ)، الإشهاد بالمطابقة لدعامات مرجعية معيارية.

(د) - منح العلامات LABEL: عن طريق إعداد دليل العلامة، تنظيم ملتقيات تكوينية، بالإضافة لمرافقة الحرفيين للتطبيق النموذجي للحصول على العلامات.

(هـ) - الحصول على شهادة ISO9001: عن طريق التحضير للحصول على شهادة ISO9001 للغرف ومرافقة الحرفيين في الحصول على شهادة ISO9001.

(و) - الجائزة الوطنية للصناعة التقليدية.

3- الترويج والتسويق والتصدير لمنتجات الصناعة التقليدية والحرف، يكون من خلال:

(أ) - الترويج: من طريق تنظيم الصالون الدولي للصناعة التقليدية، المعارض المحلية للصناعة التقليدية، المعارض الوطنية، الصالونات الوطنية المتخصصة، المعارض المحلية للحرف، معرض وطني للحرف، اليوم الوطني للحرفي، اقتناء خيم العرض استغلال وتنشيط موسم الاصطياف والمواسم السياحية.

(ب) - التسويق: من خلال مرافقة الحرفيين في مجال إنشاء مؤسسات التسويق، استغلال منصات التسويق الالكتروني، إنجاز أكشاك الصناعة التقليدية في الأماكن العمومية، تنشيط الهياكل (دور ومراكز الصناعة التقليدية).

(ج) - التصدير: من خلال دراسة أسواق التصدير الخارجية (تكنو اقتصادية)، تكوين إطارات الغرف في تقنيات التصدير.

(د) - تكوين الحرفيين في تقنيات التصدير، الصالونات الدولية، إنشاء تكتلات الغرف في التصدير، استغلال التكتلات في التصدير، مرافقة المؤسسات المصدرة، إنشاء التوأمة بين الغرف ونظيرتها الأجنبية، استغلال التوأمة في التصدير.

4- تطوير الأنشطة في المناطق الخاصة: يتعلق الأمر بتطوير الأنشطة الآيلة للزوال، إعادة انتشار الأنشطة،

تنشيط ورشات الصناعة التقليدية ومراكز تثمين المهارات، تنمية النشاطات الحرفية في المناطق الخاصة.

5- التشريع والتنظيم: يتعلق الأمر بمراجعة الأمر 96 - 01، إعداد نصوص تنظيمية مرافقة، إعداد

الشارات المهنية، تطبيق نموذجي للشارات، إعداد البطاقة المهنية المغناطيسية، العمل على تحين مدونة النشاطات.

6- تعزيز نظام الرقمنة والوسائط الجديدة والإعلام والاتصال: من خلال استغلال وتحين وتطوير البطاقة

الوطنية، إنجاز منظومة إدارة المعلومات، إعداد وإنجاز مجلة، إعداد نشرية إحصائية سنوية، استخدام المواقع الالكترونية والوسائط الجديدة، بوابة رقمية للحرف والصناعة التقليدية.

7- التمويل: تمويل نشاطات الصناعة التقليدية في إطار الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية،

تمويل نشاطات الصناعة التقليدية والحرف ضمن المرفق العمومي، مرافقة الحرفيين للاستفادة من تمويل أجهزة الدعم المختلفة، تنويع مصادر التمويل الأخرى (خدمات، الرعاية، تعاون دولي...)، العمل مع البنوك لتطوير خدمات بنكية ملائمة.

8- هياكل الصناعة التقليدية: استكمال برنامج المشاريع في طور الإنجاز، إنجاز مشاريع جديدة وصيانة

الهياكل.

9- تطوير قدرات مؤسسات التأطير: عن طريق تطوير خدمات الغرف حسب حاجيات الحرفيين والاقتصاد

المحلي، تعزيز التعاون والشراكة المحلية للغرف، تطوير مهام اليقظة المعلوماتية والرصد والتحليل، تطوير خدمات الاقتصاد الرقمي، تطوير قدرات الحرفيين المنتخبين، تطوير قدرات القيادة للإطارات المسيرة.

10- الدراسات: يتعلق الأمر بإعداد دراسة ظرفية اقتصادية، إعداد دراسات الأثر لبرامج التطوير، إعداد

دراسات متخصصة (مديرية الصناعة التقليدية، مخطط عمل الصناعة التقليدية لسنوات 2019-2020-2021).

نلاحظ من خلال محاور هذه الإستراتيجية ونتائجها الأولية نلاحظ أن الجزائر ركزت على عدة

جوانب من أجل تنمية الحرف والصناعات التقليدية من بينها محور الرقمنة والوسائط الجديدة واعتبارها بديلا

مبتكرا وحديثا، ما سيمكن القطاع من التطور ومواجهة التحديات الراهنة.

على ذكر ما سبق، ومن خلال كل المخططات التي وضعتها الجزائر من أجل تنمية القطاع الحرفي لاحظنا الاهتمام المتزايد للجزائر بأفاق تطوير وتحديث المنظومة الرقمية والاتصالية للحرف والصناعة التقليدية، فكانت في كل مخطط تحرص على الجانب الاتصالي والإعلامي، وكذا على إدراج الرقمنة وتحسين نظم وعمليات سير المعلومات والبيانات في هذا القطاع، وهذا بدأ من المخطط الأول لاستراتيجية التنمية المستدامة للحرف والصناعات التقليدية أفاق 2010 وبعدها المخطط الثاني لاستراتيجية التنمية المستدامة للحرف والصناعات التقليدية أفاق 2020، والذي عدلته سنة 2016 ليمتد لأفاق 2035، وبعد هذا ركزت الجزائر أكثر على الحرص على استخدام وتوظيف الوسائط الاتصالية الجديدة والرقمنة في مجال الحرف والصناعات التقليدية كونها أصبحت ضرورة ومطلباً أساسياً لتحقيق تنمية مستدامة للحرف والصناعات التقليدية، وهذا ما لمسناه من خلال عملية الرقمنة والعصرنة التي شهدتها القطاع خلال السنوات الأخيرة، ومن النتائج الأولية لأفاق إدماج الرقمنة والوسائط الجديدة في هذا القطاع نجد:

- إطلاق البوابة الإلكترونية للخدمة العمومية لقطاع السياحة والصناعة التقليدية، وتحمل اسم

Portail.mtaf.gov.dz لتخفيف وتبسيط الإجراءات الإدارية.

- تهيئة البوابة الإلكترونية للترويج السياحي (**Visitageria.dz**).

- تصميم منصات إلكترونية للترويج والتسويق لمنتجات الصناعة التقليدية، وتتمثل في:

Allohirafi.dz - artisanatalgerie.dz- warchati.dz

- إطلاق عملية تشمل اقتناء تركيب ووضع حيز الخدمة " **Solution wan** " لتصميم وإنجاز مواقع

الوالب لفائدة مديريات السياحة والصناعة التقليدية ل 58 ولاية.

- تصميم وتطوير أداة رقمية لليقظة وتسيير المعطيات الاقتصادية للصناعة التقليدية وتسيير المعطيات

الاقتصادية للصناعة التقليدية، واقتناء أجهزة الاعلام الآلي المخصصة لعملية رقمنة القطاع (حصيلة نشاطات

قطاع السياحة والصناعة التقليدية، 2022، متاح على الرابط: www.mtaf.gov.dz).

خلاصة الفصل

في ختام هذا الفصل، يمكن القول إن الجزائر أولت اهتماما متزايدا بقطاع الحرف والصناعات التقليدية في السنوات الأخيرة من خلال تبني مخططات استراتيجية حققت نتائج مرضية إلى حد ما في تنمية هذا القطاع، فقد أكدت على دوره وأظهرت أهميته كفاعل مساهم في التنمية الشاملة، وهذا ما لمسناه من خلال تسجيل إنجازات معتبرة كمية ونوعية في مجال توفير مناصب شغل وإجراءات الدعم، إضافة إلى التركيز على تعزيز روح المقاوالتية من أجل تطوير هذا القطاع وإعطاء المكانة الحقيقية له.

إضافة لما سبق تمكنت الجزائر في مجال الحرف والصناعات التقليدية نوعا ما من مواكبة البيئة الرقمية الجديدة، من خلال توظيفها واستخدامها للوسائط الاتصالية الجديدة التي ساهمت بدورها في التعريف بالحرف الجزائرية، وهذا ما عزز أكثر صورة وهوية المنتج التقليدي الجزائري في الأسواق العالمية، ومنه الوسائط الجديدة تعتبر مرافقا داعما للاستراتيجية الوطنية للصناعة التقليدية، فهناك تكامل بين الوسائط الجديدة وقطاع الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر، على اعتبار أن هذه الوسائط لها القدرة على تنمية الوعي وغرس ثقافة الاهتمام بالنشاط الحرفي وتثمينه، رغم هذا فإن القطاع الحرفي مازال يعاني من صعوبة عدم تمكن كل الفاعلين من استخدام هذه الوسائط وبالأخص الحرفي الذي يفتقد كثيرا لثقافة استخدام هذه الوسائط وكيفية استغلالها وفوائدها الأمر الذي ينعكس سلبا على ترقية وتطوير الحرف والصناعات التقليدية، وبالتالي عرقلة تنميتها المستدامة والمحافظة عليها من الزوال والانقراض.

الفصل الخامس

تهيد

بعد عرض الجانب المنهجي والنظري للدراسة، سنقوم في هذا الفصل بتناول الجزء التطبيقي للدراسة من خلال عملية التحليل الكمي والكمي لكل البيانات المجمعة في هذه المرحلة والمتعلقة بمضامين منشورات صفحات الفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري، حيث قمنا بتحليل بيانات الدراسة التحليلية وذلك استنادا على مخرجات استمارة تحليل مضامين منشورات لعينة من صفحات الفاعلين في النشاط الحرفي، والتي تم التوصل إليها من خلال التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام أدوات التحليل المستخدمة في الدراسة.

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

نقدم في هذا المبحث الإجراءات المنهجية للدراسة في أربع جزئيات، حيث تناولت الأولى منها نوع الدراسة ومنهجها، بينما الجزء الثاني قدمنا فيه مجتمع وعينة الدراسة، والثالث كان حول أدوات ومجالات الدراسة، أما الجزء الأخير فتعلق بأساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها

1- نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث والدراسات الوصفية التحليلية باعتبارها الملائمة لموضوع وإشكالية الدراسة، والتي تبحث في وصف العلاقات السببية ومحاولة الكشف عن طبيعة هذه العلاقات، وذلك من خلال دراسة لعينة من منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري وهو ما يتوافق مع متغيرات دراستنا التي تسعى لتشخيص ووصف ظاهرة الوسائط الاتصالية الجديدة وتأثيراتها على النشاط الحرفي الجزائري، وهذا بهدف الكشف عن إسهامات هذه الوسائط في ترقية النشاط الحرفي الجزائري وتثمينه.

وتعتبر هذه الدراسة وصفية تحليلية أيضا لأنها تستهدف الوصول إلى وصف كامل وتحليلي لطبيعة العلاقات بين المتغيرين الأساسيين للدراسة (الوسائط الاتصالية الجديدة والتراث الحرفي) والتأثيرات المتبادلة بينهما لإظهار علاقة وارتباط كل منهما بالآخر للوصول إلى نتائج تفسر العلاقات بينهما وتأثيراتها، وهذا للتعرف على إسهامات الوسائط الاتصالية الجديدة في مجال التعريف بالحرف والصناعات التقليدية ودورها في الحفاظ عليه وإبرازها وتثمينها، وهذا من خلال تحليل لعينة من منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري.

كما يظهر الجانب التحليلي أيضا في هذه الدراسة من خلال اعتمادنا على أداة تحليل المضمون في تحليل منشورات الصفحات محل الدراسة، والكشف عن مدى ظهور الجانب التعريفي والتثميني للحرف التقليدية الجزائرية، فهدف هذه الدراسة لا يتوقف عند حدود الرصد الكمي لتكرار فئات الشكل والمضمون، بل يتعدى ذلك إلى الوصول إلى التحليل الكيفي الذي يفسر تواجد وحضور النشاط الحرفي في هذه الصفحات وما يمكن أن يكون لها من تأثير، فهذه الدراسة لا تسعى إلى جمع البيانات والحقائق فقط عن الموضوع المدروس بل تتجه إلى تصنيف هذه الحقائق والبيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها كما وكيفا للوصول إلى النتائج العامة للدراسة من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة.

2- منهج الدراسة

انطلاقا من إشكالية هذه الدراسة وطبيعتها كونها دراسة وصفية تحليلية، فإن المنهج المناسب هو المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي الذي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة المدروسة بطريقة كمية وكيفية، وذلك من أجل التعرف على الظاهرة من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعدنا في فهم الواقع وتطويره.

يعد المنهج المسحي أحد أنواع المناهج المرتبطة بالبحوث الوصفية التحليلية باعتباره من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، حيث يرى الباحث "كارلينغ" (Kerling) بأن "المسح هو وصف وتفسير وتحليل ثم بعد ذلك نصل إلى التنبؤ (Dominick , 1997, p 19).

يعرفه Camppe et Catona بأنه: "جمع البيانات بطريقة منظمة سواء من جمهور معين أو عينة معينة منه، وذلك عن طريق استخدام المقابلات أو أي أداة أخرى من أدوات البحث (التائب، 2018، ص 228).

وعليه تم الاعتماد على المنهج المسحي في هذه الدراسة الذي يندرج في إطار الدراسات الوصفية التحليلية لكونه أنسب المناهج العلمية التي تحقق هدف الدراسة، ولكن نظرا لمجتمع البحث وخصائصه ولطبيعة المضمون (الفضاء الافتراضي) استخدمنا المسح الافتراضي (online Survey)، وهذا لمسح مضامين الصفحات المدروسة وذلك من خلال تحليل ما تحتويه منشورات هذه الصفحات من نصوص وصور وأخبار ومقاطع فيديو وتعليقات..... وغيرها من المضامين (التائب، 2018، ص 243)، وذلك لاستقراء وتحليل خصائص وأشكال منشورات هذه الصفحات للتعرف على مدى توفر المواضيع والأهداف المرتبطة بالأبعاد والقيمات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للحرف والصناعات التقليدية عبر صفحات الفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري وربطها بتثمين التراث الحرفي الجزائري.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

1- مجتمع الدراسة

يعتبر تحديد مجتمع الدراسة من الخطوات الأساسية لبناء أي تصور منهجي يحمل صفة البحث التحليلي أو الميداني، ومجتمع البحث في العلوم الإنسانية كما يراه Jean de Bonville هو مجموعة من الأشخاص أو مجموعة من العناصر لهم خصائص وصفات مشتركة (Jean de Bonville , 2006 ,p 103) . لهذا تُعد مرحلة تحديد مجتمع البحث خطوة أساسية لانطلاقة الباحث في دراسته، في حين لا يمكن للباحث أن يلم بجميع مفردات مجتمع بحثه (بن مرسل، 2013، ص 145)، فالتحديد المثالي لمجتمع البحث سوف يقود الباحث بعد ذلك إلى اختيار وسحب عينة مثالية وممثلة لمجتمع الدراسة (التائب، 2018، ص 163).

فمجتمع البحث هو مجتمع محدود أو غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المدروسة التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة (Madelène Crawitz, 1988 , p293)، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، ويختار منه عينة بحثه (عبد الحميد محمد ، 2004، ص 130).

فالمجتمع المستهدف: هو ذلك الكل من الوحدات التي يستقي منه الباحث العينة، والتي يريد دراستها وبالتالي فهو يمتاز بالانتشار إلى درجة استحالة دراسته بالكامل، أما **المجتمع المتاح** فهو ذلك الجزء الذي يختاره الباحث عن طريق المعاينة والذي يكون ممثلا في خصائصه للمجتمع المستهدف باعتباره جزءا منه.

مجتمع البحث المستهدف La population cible: كما يسمى عند البعض بالمجتمع النظري، والمقصود به ذلك المجتمع الذي ينوي الباحث تعميم نتائجه عليه.

مجتمع البحث المتاح La population observée: ويسمى كذلك بالمجتمع الممكن، وهو العدد المتوفر من مجتمع البحث المستهدف، أي جزء منه والذي يمكن سحب مفردات العينة منه، ولا بد أن يكون ممثلا له في كل مواصفاته، إذن مجتمع البحث المستهدف هو المجتمع الكلي الذي نريد تحليله، والمتاح هو المجتمع الذي نستطيع تحليله (قمار، 2017، ص 77).

وفي هذه الدراسة **مجتمع الدراسة** يتمثل في جميع الوسائط الاتصالية الجديدة، وهي تشكل بالنسبة لنا **مجتمع البحث المستهدف**، ولكن نظرا لكبر حجم مجتمع البحث المستهدف وصعوبة إجراء مسح شامل لجميع مفرداته بسبب تعدد الوسائط الاتصالية الجديدة واستحالة تناولها ودراستها كلها، وبالإسقاط على الدراسة الحالية ومتطلبات هذه الدراسة وإشكالياتها كان لا بد علينا من اختيار مجتمع بحثي يتمثل في المجتمع

المتاح ليمثل لنا المجتمع المستهدف، على هذا الأساس اخترنا صفحات الفيسبوك كمجتمع دراسة متاح ليمثل المجتمع المستهدف الكلي المتمثل في الوسائط الاتصالية الجديدة، ومما سبق فمجتمع البحث متاح في هذه الدراسة يتمثل في: صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري.

2- عينة الدراسة وتحديدتها

إن عملية اختيار العينات وحصرها في بحوث الاعلام والاتصال من الخطوات الأساسية التي تسهم في جمع بيانات ومعلومات عن مجتمع البحث الأصلي الذي سوف يُجرى عليه البحث، ومن ثم تحليل النتائج وتعميمها، (الدليمي، 2016، ص 80)، فكلما حرص الباحث على اختيار عينته بطريقة علمية سليمة كانت نتائجه مضبوطة كما لو أنها طبقت على كافة وحدات المجتمع الأصلي الذي سحبت منه.

وفي دراستنا التي استهدفت وصف وتحليل عينة من منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري، وبعد الإطلاع الأولي على هذه الصفحات، تم ملاحظة وجود العديد من الصفحات سواء كانت صفحات لأفراد (حرفيين) أو فاعلين من القطاع العام أو من القطاع الخاص أو الجمعيات الحرفية، وأيضا لا ننسى أزمة وباء كورونا التي أجرينا نحن فيها دراستنا والتي أثرت كثيرا على القطاع الحرفي الجزائري الذي أدى بالعديد من الفاعلين إلى التوقف وأحيانا حتى الإفلاس والابتعاد عن هذا النشاط كبعض الجمعيات الحرفية هذا ما صعب علينا القيام بإجراء الدراسة بأسلوب الحصر الشامل نظرا للأسباب السابقة الذكر وكذا لضخامة المجتمع الأصلي للدراسة، لهذا تم الاعتماد على "العينة القصدية" وهي من أنواع العينات الغير الاحتمالية، والتي لا يتم اختيارها بطريقة عشوائية وإنما يتم اختيارها وفق معايير يقرر الباحث اعتمادها.

وتُعرف العينة القصدية: "أنها العينة التي يتم انتقاؤها بشكل عمدي وتدخل مباشر من الباحث بناء على معايير موضوعية يحددها الباحث نفسه وفقا لمتطلبات بحثه والغرض منها" (Lavrakas, 2008).

وقد تمثلت خطوات ومبررات اختيار العينة فيما يلي:

لو أردنا التفصيل في مراحل اختيار عينة الدراسة وتحديدتها، فإن اختيارها كان وفق مراحل منهجية وبحثية، وبما أننا نتعامل في هذه الدراسة مع مجتمع بحث يتسم بالضخامة والديناميكية، فقد تم الحرص على تحديد هذه العينة في إطار التمثيل السليم لمجتمع البحث، تماشياً مع إشكالية الدراسة بما يحقق الأهداف البحثية المطلوبة، وقد تمثلت خطوات ومراحل اختيار عينة الدراسة التحليلية فيما يلي:

المستوى الأول: مستوى العينة الخاصة بالمصدر أو الوسيط الاتصالي (عينة الصفحات)

فالمستوى الأول هو مستوى العينة الخاص بالمصدر أو نوع الوسيط الاتصالي، إذ لا يمكن أن نقوم بالإلمام والتحليل الشامل لمضامين كل الوسائط الاتصالية الجديدة، لهذا تم اختيار وسيط اتصالي واحد كما ذكرنا سابقاً، والذي تمثل في موقع الفيسبوك من أجل تحقق أهداف الدراسة وتمثيل المجتمع الأصلي للدراسة، فنظراً لصعوبة واستحالة حصر جميع صفحات الفاعلين بالنشاط الحرفي الجزائري على موقع الفيسبوك، اخترنا عينة قصدية كما ذكرنا سابقاً ممثلة لمجتمع البحث تمثلت في **06 صفحات**، وقد تم اختيار هذه الصفحات بطريقة عمدية ومقصودة للأسباب والمبررات التالية:

1- الإطار المكاني (الجغرافي): وهنا تم اختيار هذه الصفحات بمراعاة النطاق الجغرافي الجزائري (شمال،

جنوب، شرق، غرب، والوسطى الداخلية)، ومراعاة أيضاً خصوصية كل منطقة في النشاط الحرفي، وهذا لتكون العينة المختارة تمثيلية وشاملة دون إجحاف لأي منطقة في الجزائر.

2- الإطار الموضوعي

- محاولة توحيد القضايا المتناولة في كل الصفحات المختارة في عينة الدراسة.

- الجدية في طرح المواضيع والاهتمامات على الصفحات المختارة في عينة الدراسة.

- الانتظام والاستمرارية في النشر، وكذا لعدد وكثافة المنشورات على هذه الصفحات.

- قياسا لعدد الأعضاء والمتابعين وعدد الإعجابات لهذه الصفحات.
- تاريخ إنشاء الصفحة يعني أقدميتها.
- رسمية الصفحة بمعنى يكون لها موقع رسمي.
- توفر نطاق المتابعة الجماهيرية وهو يمثل في الحقيقة قياسا لحجم الجمهور المتابع لهذه الصفحات، وهي دليل يؤكد على أهمية هذه الصفحات، وتمثلت عينة الصفحات المختارة في الصفحات التالية:
- الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية بومرداس¹ على موقع الفيسبوك وهي ممثلة لولايات الشمال الجزائري.
- الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة² على موقع الفيسبوك وهي ممثلة لولايات الجنوب الجزائري.
- الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية سطيف³ على موقع الفيسبوك وهي ممثلة لولايات الشرق الجزائري.
- الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية تلمسان⁴ على موقع الفيسبوك وهي ممثلة لولايات الغرب الجزائري.
- الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البليدة⁵ على موقع الفيسبوك وهي ممثلة للولايات الوسطى الداخلية في الجزائر.
- الصفحة الرسمية للغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف⁶ على موقع الفيسبوك.

1- الصفحة متاحة على الموقع: https://web.facebook.com/DTA35/?_rdc=1&_rdc

2- الصفحة متاحة على الموقع: https://web.facebook.com/dtaouargla/?_rdc=1&_rdc

3- الصفحة متاحة على الموقع: <https://web.facebook.com/Direction.Tourisme.setif>

4- الصفحة متاحة على الموقع: https://web.facebook.com/Dtatlemcen/?_rdc=1&_rdc

5- الصفحة متاحة على الموقع: <https://web.facebook.com/people/>

6- الصفحة متاحة على الموقع: https://web.facebook.com/cnamdz/?_rdc=1&_rdc

أما صفحة الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف على موقع الفيسبوك، فقد تم اختيارها بالذات كعينة للدراسة مع الصفحات الخمسة السابقة الذكر لمبررات علمية وبحثية، تمثلت في:

- كونها تعتبر أهم وأبرز فاعل يشارك في إنجاز السياسات والاستراتيجيات الوطنية التي تهدف إلى الحفاظ على الحرف والصناعة التقليدية وتثمينها.

- هي المسؤولة على تسيير ومتابعة عمل 58 غرفة ولائية متواجدة على المستوى الوطني.

- لأنها مؤسسة أنشئت سنة 1997 وهي تنشط ومتخصصة في النشاط الحرفي والصناعات التقليدية، ما يعني أن لها خبرة كبيرة في هذا النشاط.

- وهي أيضا مؤسسة ذات طابع تجاري وصناعي تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وهي من المرافق الاقتصادية الاستثمارية للنشاط الحرفي.

- كما تعد هذه الغرفة المنبر الجامع للفاعلين الآخرين في النشاط الحرفي من حرفيين وأرباب عمل والشركاء الخواص ومؤسسات ناشئة ومقاولات وتعاونيات في قطاع الصناعة التقليدية والحرف.

- لأنها هيئة متميزة في عملها ونشاطها الدائم وأغلب مضامينها هادفة لتثمين وترقية التراث الحرفي الجزائري حتى في عز أزمة وباء كورونا، لاحظنا استمرارها ودعمها للقطاع رغم كل الظروف، وهذا ما يتناسب مع مشكلة وأبعاد الدراسة ومؤشراتها وما خدم موضوع بحثنا بشكل كبير وهذا بعد تتبع عملها لأنها شاملة وتجمع مختلف الفاعلين الآخرين كالحرفيين والمقاولات وأرباب العمل والجمعيات الحرفية إلى جانب بعض الفاعلين من القطاع الخاص، وهذا الاختيار الذي اعتمدناه لا ينفي أهمية الفاعلين الآخرين في هذا النشاط والذين لهم دور مهم وبارز في ترقية وتطوير النشاط الحرفي الجزائري.

المستوى الثاني: مستوى العينة الخاص بمفردات عينة الدراسة التحليلية (عينة من منشورات الصفحات المدروسة)

بعدما اخترنا وحددنا عينة الصفحات التي سوف ندرسها ونحللها، قمنا بالاطلاع الأولي عليها وعلى منشوراتها، فلاحظنا أنه من غير الممكن تحليل كل منشوراتها، ومنه ونظرا لصعوبة الحصر الشامل لمنشورات هذه الصفحات والمتكون من آلاف المنشورات، لجأنا إلى اختيار عينة من هذه المنشورات في فترة زمنية محددة حسب ما تقتضيه الدراسة، وفي هذه المرحلة تم اختيار المنشورات وتحديدتها عن طريق العينة العشوائية المنتظمة في شكلها الدوري أو ما تسمى بالعينات الدورية، باتباع أسلوب الدورة، أو الأسبوع الاصطناعي وهو أسلوب علمي متبع في تحليل المضمون، وقد تم استخدامه من قبل العديد من الباحثين أمثال هارت وديكر (Hart & Deker)، وهو من الأساليب التي يلجأ إليها الباحثون عند اختيار المفردات والوحدات أسبوعيا، والذي إن تم بطريقة منتظمة فإنه يساعد الباحث على اختصار الكثير من الوقت والجهد، فهو يضمن عدم تكرار التواريخ والأيام أو ظهور مفردات أو وحدات العينة مع إعطاء فرصة متساوية لجميع أيام الصدور في تمثيل العينة (محمد عبد الحميد، 2000، ص 20).

وعند قيامنا باتباع أسلوب الدورة قمنا ببناء أسبوع مصطنع على طريقة "ستامبل Stemple"، حيث اخترنا 36 شهرا والممثلة للسنوات (2019 - 2020 - 2021) ثم يليه تحديد أربعة أسابيع من كل شهر، وقد قمنا باختيار اليوم الأول من الأسبوع الأول بطريقة عشوائية ثم يليه اليوم الثاني من الأسبوع الثاني للشهر الأول، وهكذا تم إكمال عملية اختيار مفردات العينة بطريقة منتظمة على أساس تساوي البعد الزمني بين هذه المفردات إلى غاية إكمال المدة الزمنية المحددة للدراسة، والجدول التالي يوضح كيفية اختيار وتحديد مفردات العينة التحليلية للدراسة (عينة من منشورات الصفحات المدروسة)، وهذا حسب الفترة الزمنية المحددة للدراسة.

الجدول رقم (01): يوضح طريقة اختيار مفردات عينة الدراسة التحليلية

السنة	الشهر	الأسابيع	الأيام محل التحليل	تواريخ الأيام المحللة
2019	جانفي	الأسبوع الأول	الثلاثاء	01 جانفي 2019
		الأسبوع الثاني	الأربعاء	08 جانفي 2019
		الأسبوع الثالث	الخميس	17 جانفي 2019
		الأسبوع الرابع	الجمعة	25 جانفي 2019
	فيفري	الأسبوع الأول	السبت	02 فيفري 2019
		الأسبوع الثاني	الأحد	10 فيفري 2019
		الأسبوع الثالث	الاثنين	18 فيفري 2019
		الأسبوع الرابع	الثلاثاء	26 فيفري 2019
	مارس	الأسبوع الأول	الأربعاء	06 مارس 2019
		الأسبوع الثاني	الخميس	14 مارس 2019
		الأسبوع الثالث	الجمعة	22 مارس 2019
		الأسبوع الرابع	السبت	30 مارس 2019
	أفريل	الأسبوع الأول	الأحد	07 أفريل 2019
		الأسبوع الثاني	الاثنين	15 أفريل 2019
		الأسبوع الثالث	الثلاثاء	23 أفريل 2019
		الأسبوع الرابع	الأربعاء	30 أفريل 2019
	ماي	الأسبوع الأول	الخميس	08 ماي 2019
		الأسبوع الثاني	الجمعة	17 ماي 2019
		الأسبوع الثالث	السبت	25 ماي 2019
		الأسبوع الرابع	الأحد	31 ماي 2019
	جوان	الأسبوع الأول	الاثنين	03 جوان 2019
		الأسبوع الثاني	الثلاثاء	11 جوان 2019
		الأسبوع الثالث	الأربعاء	19 جوان 2019
		الأسبوع الرابع	الخميس	27 جوان 2019
	جويلية	الأسبوع الأول	الجمعة	05 جويلية 2019
		الأسبوع الثاني	السبت	13 جويلية 2019

	أوت	الأسبوع الثالث	الأحد	21 جويلية 2019
		الأسبوع الرابع	الاثنين	29 جويلية 2019
		الأسبوع الأول	الثلاثاء	06 أوت 2019
		الأسبوع الثاني	الأربعاء	14 أوت 2019
		الأسبوع الثالث	الخميس	22 أوت 2019
		الأسبوع الرابع	الجمعة	30 أوت 2019
	سبتمبر	الأسبوع الأول	السبت	07 سبتمبر 2019
		الأسبوع الثاني	الأحد	15 سبتمبر 2019
		الأسبوع الثالث	الاثنين	23 سبتمبر 2019
		الأسبوع الرابع	الثلاثاء	30 سبتمبر 2019
	أكتوبر	الأسبوع الأول	الأربعاء	08 أكتوبر 2019
		الأسبوع الثاني	الخميس	16 أكتوبر 2019
		الأسبوع الثالث	الجمعة	25 أكتوبر 2019
		الأسبوع الرابع	السبت	31 أكتوبر 2019
	نوفمبر	الأسبوع الأول	الأحد	04 نوفمبر 2019
		الأسبوع الثاني	الاثنين	12 نوفمبر 2019
		الأسبوع الثالث	الثلاثاء	19 نوفمبر 2019
		الأسبوع الرابع	الأربعاء	27 نوفمبر 2019
	ديسمبر	الأسبوع الأول	الخميس	05 ديسمبر 2019
		الأسبوع الثاني	الجمعة	13 ديسمبر 2019
		الأسبوع الثالث	السبت	21 ديسمبر 2019
		الأسبوع الرابع	الأحد	29 ديسمبر 2019
	السنة	الأسابيع	الأيام محل التحليل	تواريخ الأيام المحللة
2020	جانفي	الأسبوع الأول	الاثنين	06 جانفي 2020
		الأسبوع الثاني	الثلاثاء	14 جانفي 2020
		الأسبوع الثالث	الأربعاء	22 جانفي 2020
		الأسبوع الرابع	الخميس	30 جانفي 2020
	فيفري	الأسبوع الأول	الجمعة	01 فيفري 2020

08 فيفري 2020	السبت	الأسبوع الثاني	
16 فيفري 2020	الأحد	الأسبوع الثالث	
24 فيفري 2020	الاثنين	الأسبوع الرابع	
03 مارس 2020	الثلاثاء	الأسبوع الأول	مارس
11 مارس 2020	الأربعاء	الأسبوع الثاني	
19 مارس 2020	الخميس	الأسبوع الثالث	
27 مارس 2020	الجمعة	الأسبوع الرابع	
04 أبريل 2020	السبت	الأسبوع الأول	أفريل
12 أبريل 2020	الأحد	الأسبوع الثاني	
20 أبريل 2020	الاثنين	الأسبوع الثالث	
28 أبريل 2020	الثلاثاء	الأسبوع الرابع	
06 ماي 2020	الأربعاء	الأسبوع الأول	ماي
14 ماي 2020	الخميس	الأسبوع الثاني	
22 ماي 2020	الجمعة	الأسبوع الثالث	
30 ماي 2020	السبت	الأسبوع الرابع	
07 جوان 2020	الأحد	الأسبوع الأول	جوان
15 جوان 2020	الاثنين	الأسبوع الثاني	
23 جوان 2020	الثلاثاء	الأسبوع الثالث	
30 جوان 2020	الأربعاء	الأسبوع الرابع	
09 جويلية 2020	الخميس	الأسبوع الأول	جويلية
17 جويلية 2020	الجمعة	الأسبوع الثاني	
31 جويلية 2020	السبت	الأسبوع الثالث	
31 جويلية 2020	الأحد	الأسبوع الرابع	
07 أوت 2020	الاثنين	الأسبوع الأول	أوت
07 أوت 2020	الثلاثاء	الأسبوع الثاني	
19 أوت 2020	الأربعاء	الأسبوع الثالث	
27 أوت 2020	الخميس	الأسبوع الرابع	
04 سبتمبر 2020	الجمعة	الأسبوع الأول	سبتمبر

		الأسبوع الثاني	السبت	12 سبتمبر 2020
		الأسبوع الثالث	الأحد	20 سبتمبر 2020
		الأسبوع الرابع	الاثنين	28 سبتمبر 2020
		الأسبوع الأول	الثلاثاء	06 أكتوبر 2020
أكتوبر		الأسبوع الثاني	الأربعاء	14 أكتوبر 2020
		الأسبوع الثالث	الخميس	22 أكتوبر 2020
		الأسبوع الرابع	الجمعة	30 أكتوبر 2020
		الأسبوع الأول	السبت	07 نوفمبر 2020
نوفمبر		الأسبوع الثاني	الأحد	15 نوفمبر 2020
		الأسبوع الثالث	الاثنين	23 نوفمبر 2020
		الأسبوع الرابع	الثلاثاء	30 نوفمبر 2020
		الأسبوع الأول	الأربعاء	08 ديسمبر 2020
ديسمبر		الأسبوع الثاني	الخميس	16 ديسمبر 2020
		الأسبوع الثالث	الجمعة	23 ديسمبر 2020
		الأسبوع الرابع	السبت	31 ديسمبر 2020
		الأسابيع	الأيام محل التحليل	تواريخ الأيام المحللة
2021	جانفي	الأسبوع الأول	الأحد	31 جانفي 2021
		الأسبوع الثاني	الاثنين	11 جانفي 2021
		الأسبوع الثالث	الثلاثاء	19 جانفي 2021
		الأسبوع الرابع	الأربعاء	27 جانفي 2021
فيفري		الأسبوع الأول	الخميس	04 فيفري 2021
		الأسبوع الثاني	الجمعة	12 فيفري 2021
		الأسبوع الثالث	السبت	20 فيفري 2021
		الأسبوع الرابع	الأحد	28 فيفري 2021
مارس		الأسبوع الأول	الاثنين	08 مارس 2021
		الأسبوع الثاني	الثلاثاء	16 مارس 2021
		الأسبوع الثالث	الأربعاء	24 مارس 2021
		الأسبوع الرابع	الخميس	31 مارس 2021

أفريل	الأسبوع الأول	الجمعة	04 أفريل 2021
	الأسبوع الثاني	السبت	12 أفريل 2021
	الأسبوع الثالث	الأحد	20 أفريل 2021
	الأسبوع الرابع	الاثنين	28 أفريل 2021
ماي	الأسبوع الأول	الثلاثاء	04 ماي 2021
	الأسبوع الثاني	الأربعاء	12 ماي 2021
	الأسبوع الثالث	الخميس	20 ماي 2021
	الأسبوع الرابع	الجمعة	28 ماي 2021
جوان	الأسبوع الأول	السبت	05 جوان 2021
	الأسبوع الثاني	الأحد	13 جوان 2021
	الأسبوع الثالث	الاثنين	21 جوان 2021
	الأسبوع الرابع	الثلاثاء	29 جوان 2021
جويلية	الأسبوع الأول	الأربعاء	04 جويلية 2021
	الأسبوع الثاني	الخميس	12 جويلية 2021
	الأسبوع الثالث	الجمعة	20 جويلية 2021
	الأسبوع الرابع	السبت	28 جويلية 2021
أوت	الأسبوع الأول	الأحد	05 أوت 2021
	الأسبوع الثاني	الاثنين	13 أوت 2021
	الأسبوع الثالث	الثلاثاء	20 أوت 2021
	الأسبوع الرابع	الأربعاء	29 أوت 2021
سبتمبر	الأسبوع الأول	الخميس	02 سبتمبر 2021
	الأسبوع الثاني	الجمعة	10 سبتمبر 2021
	الأسبوع الثالث	السبت	18 سبتمبر 2021
	الأسبوع الرابع	الأحد	27 سبتمبر 2021
أكتوبر	الأسبوع الأول	الاثنين	04 أكتوبر 2021
	الأسبوع الثاني	الثلاثاء	12 أكتوبر 2021
	الأسبوع الثالث	الأربعاء	20 أكتوبر 2021
	الأسبوع الرابع	الخميس	28 أكتوبر 2021

نوفمبر	الأسبوع الأول	الجمعة	06 نوفمبر 2021
	الأسبوع الثاني	السبت	14 نوفمبر 2021
	الأسبوع الثالث	الأحد	22 نوفمبر 2021
	الأسبوع الرابع	الاثنين	30 نوفمبر 2021
ديسمبر	الأسبوع الأول	الثلاثاء	07 ديسمبر 2021
	الأسبوع الثاني	الأربعاء	15 ديسمبر 2021
	الأسبوع الثالث	الخميس	23 ديسمبر 2021
	الأسبوع الرابع	الجمعة	31 ديسمبر 2021

يتضح من الجدول أعلاه أن مفردات العينة المختارة (عينة منشورات الصفحات المدروسة) تغطي جميع أيام الأسبوع، وجميع الأسابيع والأشهر الخاصة بالدراسة، وهذا بشكل دوري ومنتظم، وقد تحصلنا على عينة اصطناعية مكونة من 144 يوما موزعة على 144 أسبوعا طليه 36 شهرا، والمثلة للسنوات التالية (2019- 2020 - 2021)، وتشكل لنا الأيام المختارة مفردات العينة التحليلية، وبعد تفريغ وحساب المنشورات من هذه الأيام تحصلنا على 998 منشور، إذن عدد المنشورات الخاص بالدراسة كان 998 منشور.

المطلب الثالث: أدوات ومجالات الدراسة

1- أدوات الدراسة

حتى يتمكن الباحث من الوصول إلى النتائج الموضوعية بالنسبة لإشكالية الدراسة، يستلزم عليه استخدام أدوات وطرق لجمع المعلومات، حيث أن تحديد الأدوات يعد أهم خطوة في الإجراءات المنهجية المعتمدة في تصميم البحث، وفيها يقوم الباحث بتحديد الأداة أو الأدوات التي سوف يستخدمها في جمع البيانات والمعلومات التي يتطلبها موضوع دراسته وفق طبيعة المشكلة البحثية.

وفي هذه الدراسة تم الاستعانة بأداتين وفقا لمقتضيات الدراسة النظرية والتحليلية ونظرا لطبيعة الموضوع، وهما:

- **أداة تحليل المضمون** التي قمنا عن طريقها بدراسة وتحليل عينة من منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري، وهذا لجمع المعلومات المتعلقة بالدراسة التحليلية والتعرف على طبيعة مضامين الصفحات المدروسة، ووصف خصوصيتها ومحتوياتها من ناحية الشكل والمضمون.

- **أداة المقابلة**، التي استخدمناها كأداة تدعيمية، وقد تحصلنا من خلالها على المعلومات غير الموثقة عن موضوع الدراسة، والتي أفادتنا كثيرا في الجانب التطبيقي والتحليلي للدراسة.

1-1 - أداة تحليل المضمون:

استنادا على مشكلة الدراسة والاحتياجات البحثية التي حددناها سلفا في الإجراءات المنهجية تم استخدام أداة تحليل المضمون للإجابة على إشكالية وموضوع الدراسة، وكما ذكرنا سابقا إن دراسات تحليل المضمون تندرج ضمن الدراسات المسحية التي تقوم على وصف وتحليل ما تبثه أو تنشره الوسائل الإعلامية من مواد قصد التعرف على المعلومات والمضامين التي تنشرها في هذه الوسائل، ومن هنا بدأ تحليل المضمون يظهر كأداة تتغلغل وتغوص في المعاني، حيث لم يعد يقتصر على الوصف فقط، وإنما امتد إلى الوصف والتحليل الكيفي للكشف عن المعاني والدلالات الكامنة التي تتضمنها المضامين الخفية.

فحسب بيرسلون Berenson أن تحليل المضمون: هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا، ومنتظما، كميا، كما عرفه على أنه: "أسلوب البحث الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري أو المضمون الصريح لمادة الاتصال ووصفها وصفا موضوعيا ومنهجيا وكميا بالأرقام".

بينما أورد الدكتور محمد عبد الحميد لتحليل المضمون التعريف الآتي: إنه مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى كشف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي، والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى (أبو خليل فارس، 2015، ص 23).

كما يُعرف يوسف تمار تحليل المضمون تعريفا إجرائيا بأنه: تقنية بحث يمكن الاعتماد عليها لمقاربة كل أنواع التعبير الاتصالي للرسائل مهما كان حاملها support، عن طريق تصنيف وتبويب المادة الإعلامية في شكل فئات محددة ودقيقة، ثم عد وتكميم العناصر والمؤشرات التي تدل على اتجاه تلك الفئات ومنه إعادة بناء الاستدلالات الكامنة بين النص (المضمون) والسياق الذي انتجت فيه (تمار، 2018، ص 12).

وبما أن دراستنا تتعامل مع محتوى رقمي، وعليه تم استخدام أداة تحليل المضمون لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة التحليلية، ولكن هذا الاستخدام لهذه الأداة كان بأسلوب مُستجد نوعا ما عن تحليل المحتوى التقليدي أو تحليل المضمون في الوسائل التقليدية، لأنه يندرج ضمن تحليل **المضمون الافتراضي** الذي يتجاوز حدود النص ذاته على كل ما هو متاح على الفضاء الافتراضي وما يشمله من معلومات، نصوص، أدوات التوصيل، الإتاحة،،،، إلخ، لهذا تحليل المضمون في الوسائط الاتصالية الجديدة وصفحات الفيسبوك بالذات مختلف نتيجة اختلاف الوسيلة والمحتوى الإلكتروني وطريقة نشره وتقديمه، والذي يتميز ب:

✓ توفر أدوات التجول والإبحار navigation، وكذا توفر الوسائط المتعددة والفائقة.

✓ الروابط Links التي تدخل في بناء النص الفائق.

✓ الطبيعة التقنية لموقع الفيسبوك Facebook، وأيضا كثافة وكثرة الروابط الإعلانية وروابط المواقع.

✓ التشابك Intreconnectivity بين الصفحات.

✓ توفر أدوات التفاعل مع المحتوى أو غيره من أطراف العملية الاتصالية.

✓ خصوصية المحتوى الرقمي المتحرك وغير الثابت مقارنة بوسائل الإعلام الجماهيرية.

✓ المحتوى الإلكتروني الكبير والشاسع وصعوبة تكميم الرموز emojis.

وبالإسقاط على الدراسة الحالية وحسب طبيعة الموضوع المدروس وخصوصية الوسائط الاتصالية الجديدة وبالتحديد موقع الفيسبوك، فقد تم تصميم استمارة تحليل المضمون إلكتروني بمراعاة خصائص هذه الوسائط ومحتوياتها من حيث الحامل الإلكتروني المتعدد الوسائط ومن حيث المضمون الشاسع والصوت والصورة والحركة والنص... وعدة خصوصيات أخرى، لهذا فقد استحدثنا ووضعنا فئات جديدة تلائم طبيعة هذه الوسائط، لأنه كما يجمع الباحثون في مجال تحليل المضمون لا يوجد فئات نمطية جاهزة للاستخدام في كافة البحوث، على هذا الأساس كان بناء نسق الفئات ومؤشراتها حسب إشكالية الدراسة وبما يتوافق مع خصوصية الوسائط الاتصالية الجديدة وكذا تساؤلات الدراسة وأهدافها وذلك بالاعتماد والاستعانة بالدراسات السابقة والرصيد النظري الذي له علاقة بالدراسة وأيضا النظريات الموظفة في الدراسة، حيث حاولنا إسقاط فروض ومبادئ هذه النظريات على فئات الاستمارة، بغية استخراج السمات العامة للمنشورات من أجل التوصل إلى ما تحتويه منشورات صفحات العينة المدروسة من دلالات ومعان، وتقديم تفسير دقيق موضوعي لمضامينها للحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات للتعرف على طبيعة مضامين صفحات الفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري، وعلى هذا الأساس صنفنا محتويات الاستمارة إلى فئات خاصة بالشكل وفئات خاصة بالمضمون، بحيث كل فئة تحاول الإجابة على تساؤل من تساؤلات الدراسة، وقد تم بناء وتصميم استمارة تحليل المضمون وفق المراحل والخطوات الإجرائية التالية:

أولاً: تحديد وضبط فئات التحليل الأساسية والفرعية ومؤشراتها

إن عملية تحديد وضبط الفئات المقصود بها عملية تصنيف المحتوى أو تقسيمه إلى فئات محددة، لأن التصنيف المنظم لتلك المحتويات وتقسيمها إلى فئات تخدم إشكالية وأهداف الدراسة، هو الذي سيتيح قدراً أكبر من العلمية والموضوعية للتعميمات الناشئة عنها (قمار، 2018، ص 104)، ومنه تم بناء وتصميم استمارة تحليل المضمون استناداً إلى فئات التحليل التالية:

أولاً: فئات الشكل (ماذا قيل) وهي الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المزمع دراسته، وهي أيضاً الفئات التي تحاول الإجابة عن السؤال كيف قيل؟ أي ما هو الشكل الذي قُدمت فيه المادة أو المحتوى محل التحليل وما هو دوره في تحديد طبيعة الرسالة؟، فهذه الفئات تعمل كلها في إطار تحديد الشكل الذي جاء به المضمون محل التحليل (قمار، 2018، ص 115)، ونقصد بها شكل المنشورات التي تُعرض وتقدم وفقها صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري، وتهدف هذه الفئة للكشف عن شكل وطبيعة وأنماط عرض مضامين الصفحات التي هي محل الدراسة وفق الفئات التالية:

1- فئة البيانات الخاصة بالصفحات المدروسة: تم وضع هذه الفئة لتقديم المعلومات والبيانات الخاصة بالصفحات المدروسة، وتمثلت مؤشراتنا في: بطاقة تقديمية عن الصفحة، Profil الصفحة، رابط الصفحة.

2- فئة العناصر التعريفية للصفحة: تسعى هذه الفئة للكشف عن مدى توفر العناصر التعريفية والخصائص الشكلية للصفحات المدروسة، وتمثل في: شعار الصفحة / سجل الصفحة / عنوان ومقر الهيئة المسؤولة عن الصفحة / توفر خانة الإعجاب والمتابعة للصفحة / توفر الموقع الإلكتروني الرسمي للصفحة.

3- فئة طبيعة الخدمات المقدمة في منشورات صفحات الدراسة: تهدف هذه الفئة للتعرف على مجمل الخدمات المقدمة في منشورات الصفحات المدروسة، ومدى ارتباط هذه الخدمات باحتياجات الجمهور والمتابعين لهذه الصفحات، وتشمل الفئات الفرعية التالية:

3-1- فئة الخدمات الإخبارية: وتتمثل في مجمل الخدمات الإخبارية التي تقدمها الصفحات المدروسة،

وتشمل المؤشرات التالية: أخبار نقلا عن وسائل الإعلام الوطنية / أخبار عن مواقع إخبارية دولية/ تقديم أخبار الغرف والمديريات الولائية.

3-2- فئة الخدمات الإعلانية: وتتمثل في مجمل الإعلانات التي نجدها في الصفحات المدروسة، وتشمل

المؤشرات التالية: إعلانات تجارية/ إعلانات اجتماعية/ إعلانات خاصة بالتسويق والترويج

3-3- الخدمات العامة: وتتمثل في مجمل الخدمات العامة التي تقدمها الصفحات المدروسة، وتشمل

المؤشرات التالية: تقديم تحية للجمهور/ تقديم معلومات عامة/ تهنئة الجمهور بالمناسبات العامة/ تقديم خدمات ترفيهية للجمهور.

4- فئة الاستمالات والأساليب الإقناعية المتضمنة في منشورات صفحات الدراسة: تعبر هذه الفئة عن

مختلف الاستمالات الإقناعية التي تُعنى بالتأثير على الآخرين عن طريق مختلف الأدلة والبراهين وإثارة المشاعر والميولات والرغبات التي تستخدمها الصفحات المدروسة في عرض منشوراتها، وكان الهدف من هذه الفئة هو الكشف عن أكثر الجوانب التي تسعى الصفحات المدروسة فيها للإقناع والتأثير على المتابعين لها، ويتفرع عن هذه الفئة الفئات الفرعية التالية:

4-1- فئة الاستمالات العقلية: هي تلك الفئة التي تستهدف الجوانب العقلية والمنطقية، والتي تعتمد على

مخاطبة عقل الجمهور المتلقي للمنشورات من خلال عدة مؤشرات هي: تقديم الحجج والبراهين والأدلة والشواهد العلمية وتقديم أرقام وإحصائيات، وتتمثل في: تقديم الأرقام والإحصائيات/ الاستشهاد بمصادر متخصصة/ الاستشهاد بالدراسات والتقارير/ تقديم آراء مختصين بالنشاط الحرفي/ استشهاد بشهادات حية للحرفيين/ استخدام الصور كدليل ملموس.

2-4 - فئة الاستمالات العاطفية: أو كما يسميها البعض " أسلوب التعبير العاطفي"، وهي تثير الجوانب العاطفية والوجدانية، حيث تعتمد الرسالة الموجهة للجمهور في المنشورات على مخاطبة وجدان المتلقي وإثارة انفعالاته وحاجاته النفسية، والقصد من هذه الأساليب مخاطبة العاطفة والأحاسيس للجمهور المستقبل للرسالة، وتشمل هذه الفئة المؤشرات التالية: إبراز إيجابيات ومحاسن النشاط الحرفي/ الترغيب بالنشاط الحرفي/ التخويف والتهويل.

ثانيا: فئة المضمون (كيف قيل) ويقصد بها محتوى مضامين الصفحات المدروسة، وتتم فئات المضمون بمادة المحتوى الإعلامي لمواد الاتصال المزمع تحليلها ودراستها، وتعد عملية وضع فئات المضمون من أهم إجراءات تقنية تحليل المضمون، لذلك فإن فئات المضمون هي مجموعة من الأفكار والمواضيع والأبعاد التي تحمل خصائص مشتركة من معاني وأبعاد وأهداف على الباحث تقسيمها وترتيبها لما تهدف إليه الدراسة وإشكالياتها (تمار، 2018، ص 135)، وفئات المضمون هي المعاني والأفكار التي تتضمنها منشورات صفحات الفاعلين في النشاط الحرفي، وتهدف هذه الفئة للكشف عن طبيعة المضامين التي تنشرها الصفحات محل الدراسة، وقد تم تحديد أبعاد ومؤشرات هذه الفئات بناء على إشكالية الدراسة و مقاربات الدراسة، حيث استرشدت الباحثة في ضبط فئات المضمون بالأبعاد التي جاءت في مقارنة الدراسة الخاصة بتثمين المصدر التراثي التي تم إسقاطها في ضبط هذه الفئات ومؤشراتها.

5- فئة مواضيع منشورات الصفحات المدروسة والمرتبطة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية: القصد من هذه الفئة رصد المواضيع التي تضمنتها الصفحات المدروسة، فهي المحتوى الذي يدور حوله منشورات هذه الصفحات، وتهدف هذه الفئة إلى الكشف عن المواضيع المتعلقة والمرتبطة بتثمين الحرف التي تعالجها هذه الصفحات وتقدمها في مضامين منشوراتها، وقد تم تقسيمها بدورها إلى الفئات الفرعية التالية:

5-1 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف: تهدف هذه الفئة إلى التعرف على

المضامين والمواضيع المرتبطة بتثمين التراث الحرفي من ناحية البعد والقيمة الاقتصادية، وتم تقسيمها إلى الفئات

الفرعية التالية: قيمة الندرة والقيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية، وتتمثل في:

5-1-1-1 فئة قيمة الندرة: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر قيمة الندرة للحرف كونها تراث نادر

وفريد وليس لها مثيل أو شبيهه فلكل حرفه خصائص تميزها عن حرفه أخرى، وتشمل هذه الفئة المؤشرات

التالية: المنتج الحرفي ثمين وقليل الوجود/ المنتج الحرفي فريد ومتميز / الحرف هي من المهن التراثية النادرة.

5-1-2-1 فئة القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية: حاولنا من خلال هذه الفئة إبراز أهمية التراث الحرفي

من الناحية الاقتصادية، وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: المساهمة في التنمية الاقتصادية/ تفعيل

الصادرات خارج قطاع المحروقات/ زيادة مداخيل العملة الصعبة/ دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة/ تعزيز روح

المقاولاتية وتطويرها/ زيادة الإنتاج المحلي والدخل العام/ ترقية القطاع السياحي وتنشيطه/ تنشيط الحركة

الإنتاجية والتسويقية/ رفع نسبة التشغيل والتخفيف من حدة البطالة/ المساهمة في تدعيم المشاريع الكبرى.

5-2 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف: تهدف هذه الفئة إلى التعرف على المضامين

التي تتناول المواضيع المرتبطة بتثمين التراث الحرفي الجزائري من ناحية الأهمية والقيمة الثقافية، وقد تم تقسيمها

إلى الفئات الفرعية التالية:

5-2-1-1 فئة القيمة التاريخية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة التاريخية للحرف،

وقد شملت هذه الفئة المؤشرات التالية: الحفاظ على الهوية الوطنية/ تعزيز الروابط بين الماضي والحاضر/ مرجعية

تاريخية للتراث الثقافي الجزائري.

5-2-2- فئة القيمة الجمالية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة الجمالية للحرف، وشملت هذه الفئة المؤشرات التالية: الإبداع الجمالي في التصميم/ جمالية التشكيل التعبيري الفني/ البعد الجمالي في الألوان والرموز.

5-2-3- فئة القيمة الأثرية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة الأثرية للحرف، وشملت هذه الفئة المؤشرات التالية: ربط العصور الماضية بالعصر الحالي/ رسم المعالم الحياتية للحضارات القديمة/ التعرف على ثقافات الشعوب الماضية.

5-2-4- فئة القيمة المعمارية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة المعمارية للحرف وشملت هذه المؤشرات: إظهار الطابع المعماري الإسلامي/ تعكس تصميمات المقتنيات القديمة/ إبراز معمار ثقافات الحضارات الماضية.

5-2-5- فئة القيمة الفنية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة الفنية للحرف، وشملت هذه الفئة المؤشرات التالية: وسيلة للتعبير الفني الثقافي/ أداة لإبراز القدرات الإبداعية / مصدر للإلهام والتصميم الفني.

5-2-6- فئة قيمة الهوية: وهي تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر قيمة الهوية للحرف، كون الحرف تعتبر من مقومات الهوية الثقافية الجزائرية، وتشمل هذه الفئة المؤشرات التالية: التعبير عن الهوية الثقافية الجزائرية / إبراز خصوصيات المجتمعات المحلية / تحتفظ بجوهر التقاليد والثقافات المحلية.

5-2-7- فئة القيمة الرمزية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة الرمزية للحرف، وقد شملت هذه الفئة المؤشرات التالية: الرموز والإشارات في المنتج الحرفي/ المدلولات الرمزية في التصميمات/ البعد الرمزي في التشكيل.

5-2-8- فئة القيمة المعلوماتية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة المعلوماتية للحرف

وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: التعريف بالحرف الجزائرية عالميا/ التعريف بالحرف التقليدية لكل منطقة/ الحرف سلعة ثقافية معلوماتية.

5-2-9- فئة القيمة الدينية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة الدينية للحرف، وقد

اشتملت هذه الفئة على المؤشرات التالية: خاضعة لهوية الأمة العربية الإسلامية/ تبرز خصوصية التراث الجزائري الإسلامي/ تمثل مظاهر الإبداع للامة الإسلامية.

5-2-10- فئة القيمة العلمية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة العلمية، وقد

اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: مصدر لبحوث التراث الثقافي/ تراث علمي وحضاري للشعوب/ تعزيز المعرفة المشتركة حول الحرف.

5-3- فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف، وتهدف هذه الفئة إلى التعرف على

المضامين التي تتناول المواضيع المرتبطة بتثمين التراث الحرفي من ناحية البعد والقيمة الاجتماعية، وقد احتوت على الفئات الفرعية التالية:

5-3-1- فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف والصناعات التقليدية بصفة عامة،

وفيها المؤشرات التالية: زيادة التماسك الاجتماعي والأسري/ تعزيز وجود الحرف بالمجتمعات المحلية/ توفير مناصب شغل دائمة وموسمية/ الحد من النزوح الريفي/ التخفيف من المشكلات الاجتماعية/ تحقيق تنمية متوازنة بين الريف والحضر/ إبراز دور المرأة ومكانتها في التنمية/ بناء علاقات مع الجماعات المحلية ما يؤدي لتوحيد الجهود لاستغلال الإقليم/ تعزيز تعاون الفاعلين بالنشاط الحرفي/ زيادة مشاركة المجتمع المحلي في التنمية.

5-3-2- فئة القيمة التربوية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة التربوية للحرف، وقد

اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: مصدرا للتربية المجتمعية/ ترسيخ قيم التربية على الثقافة الحرفية/ تشكيل محتوى معرفي للأجيال القادمة.

5-3-3 فئة القيمة العرقية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة العرقية للحرف، وقد

اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: التعريف بالمجتمعات المحلية / وعي المجتمعات المحلية بتراثها الثقافي/ نشر التراث الحرفي للأقليات العرقية.

5-3-4 فئة قيمة الحداثة: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر أهمية قيمة الحداثة للحرف، وقد

اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: ربط الأصالة بالحداثة في المنتج الحرفي / تمثل رسالة الماضي للحاضر والمستقبل/ موروث متفتح على التجديد والعصرنة.

5-4- فئة المواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى: واشتملت الفئات الفرعية التالية:

5-4-1 فئة القيمة السياسية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة السياسية للحرف،

وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: تعزيز روح المواطنة / المشاركة والوحدة بين المجتمعات/ تحسين وتوطيد العلاقات بين المجتمعات.

5-4-2 فئة القيمة البيئية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة البيئية للحرف، وقد

اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: تصليح المنتجات المستعملة وإطالة عمرها/ تقدم منتجات صديقة للبيئة/ الوقاية الصحية بعد استعمال المنتجات اليدوية والمنتجات الطبيعية للتداوي.

6- فئة أهداف منشورات الصفحات المدروسة والمرتبطة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية: نقصد

ب هذه الفئة في موضوعنا مجمل الأهداف التي تسعى الصفحات المدروسة الوصول إليها وتحقيقها من خلال مضامينها ومنشوراتها التي تُقدمها، وتُعنى هذه الفئة برصد الأهداف التي يرغب صاحب المحتوى أو الرسالة في

تحقيقها، ونهدف من خلال هذه الفئة إلى التعرف على أهداف الصفحات المدروسة والمرتبطة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية، وقد تم تقسيمها بدورها إلى الفئات الفرعية التالية:

6-1- فئة الأهداف العامة، وتشمل المؤشرات التالية: التعريف بالحرف التقليدية الجزائرية والحفاظ عليها/

نشر ثقافة الاهتمام بالصناعة التقليدية في المجتمع الجزائري/التشجيع على الاستثمار للنهوض بالقطاع الحرفي الجزائري/ محاولة إيجاد مخطط ملائم للحرفي وللمؤسسة الحرفية لتجاوز أزمة وجائحة كورونا/ تعزيز التعاون والشراكة بين الفاعلين في النشاط الحرفي.

6-2- فئة الأهداف في مجال تطوير المقاولاتية، وتشمل هذه الفئة المؤشرات التالية: تطوير مهارات التسيير

المقاولاتي/ تشجيع المقاولات النسوية/ إنشاء وتنشيط التجمعات المهنية/تشجيع الابتكار في المقاولاتية الحرفية.

6-3- فئة الأهداف في مجال تحسين النوعية والجودة للمنتجات الحرفية، وتشمل المؤشرات التالية: تطوير

المهارات التصميمية والتقنية في الإنتاج/ إعداد الدعامات المعيارية المرجعية (Référentiel)/ مرافقة الحرفيين في الحصول على شهادة ISO9001/ تعزيز آليات المراقبة عند تصدير المنتجات الحرفية/ مكافحة تقليد المنتجات الحرفية الجزائرية/ الملكية الفكرية.

6-4- فئة الأهداف في مجال التسويق والترويج والتصدير للمنتجات الحرفية، وتشمل المؤشرات التالية:

تكثيف المشاركات في المعارض والصالونات المحلية الجهوية والوطنية والدولية/ التشجيع على الترويج والتسويق للمنتجات الحرفية/ إنشاء مواقع ومنصات إلكترونية لعرض وبيع وتسويق المنتجات الحرفية/ مرافقة الحرفيين والمؤسسات الحرفية المصدرة.

6-5- فئة الأهداف في مجال المحافظة على الحرف الآيلة للزوال، المؤشرات التالية: إعادة إحياء وبعث

الحرف الآيلة للزوال/ تنمية النشاطات الحرفية في المناطق الحدودية/ تنمية النشاطات الحرفية في البلديات النائية.

6-6- فئة الأهداف في مجال دعم وتمويل الحرفيين، وتشمل المؤشرات التالية: تمويل نشاطات الصناعة

التقليدية والحرف ضمن المرفق العمومي/ مرافقة الحرفيين للاستفادة من تمويل أجهزة الدعم المختلفة/ تنوع مصادر التمويل الأخرى (خدمات، الرعاية، تعاون دولي...).

6-7- فئة الأهداف في مجال تنمية الكفاءات وتطوير المهارات، وتشمل المؤشرات التالية: مرافقة وتكوين

الحرفيين في كيفية توسيع النشاط وإنشاء المؤسسات والتسيير الحسن لها/ تكوين وتأهيل المكونين المرافقين (إطارات الغرف)/ مرافقة النساء الحرفيات وحاملات المشاريع.

7- فئة الشخصيات المحورية والفاعلة في منشورات الصفحات المدروسة: تمثل هذه الفئة الشخصيات

الأساسية في محتوى المنشورات والذين يكونوا مؤثرين وفاعلين في الرسالة المراد إيصالها للجمهور، وتشمل المؤشرات التالية: الحرفيين/ القطاع العام / الشركاء الخواص وأرباب العمل/ الجمعيات الحرفية/ المقاولات الحرفية /التعاونيات الحرفية.

8- فئة الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة: تساعد هذه الفئة في اكتشاف الجمهور

المراد الوصول إليه، وهو الجمهور المقصود والمعني من منشورات الصفحات المدروسة، وتهدف هذه الفئة لمعرفة طبيعة ونوع الجمهور المستهدف في منشورات الصفحات المدروسة، وتشمل المؤشرات التالية: الجمهور العام/ الحرفيين (نساء، رجال) / المؤسسات العمومية/ المؤسسات الخاصة/ الجمعيات الحرفية.

9- فئة استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة: تترجم هذه الفئة الإطار الدلالي للغة المستخدمة في مضامين

الصفحات المدروسة، وكان الهدف من هذه الفئة التعرف على طبيعة اللغة المستخدمة في مضامين منشورات الصفحات المدروسة، وهي من الفئات الهامة في عملية التحليل لأنها تمكننا من التعرف على مدى استخدام الصفحات المدروسة للغة المألوفة والطبيعية والمناسبة للجمهور، وأيضا مدى فهم الرسالة الاتصالية واستيعابها

من طرف الجمهور، واشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: اللغة العربية الفصحى / اللغة الفرنسية / لغة مختلطة (عربية + فرنسية) / اللغة العامية والدارجة / لهجات محلية / لغات أخرى.

10- فئة التركيز الشخصي على الوسيلة: تعني هذه الفئة قدرة الوسيط الاتصالي (الفيسبوك) ومنشوراته صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي على حمل العواطف والمشاعر ونقلها للمتلقي من خلال مضامين المنشورات المقدمة، كما يمثل مقدرة هذا الوسيط على تلبية حاجات ومتطلبات الجمهور المتابع، بمعنى آخر أن يُقدم من خلال المضامين المنشورة ما يحتاجه الجمهور ، وتهدف هذه الفئة إلى التعرف على قدرة المضامين المنشورة في الصفحات المدروسة التركيز على الاتصالات الشخصية المباشرة، وأيضا التعرف على مدى توفر منشورات الصفحات المدروسة على ما يحتاجه الجمهور من معلومات تتفق مع رغباتهم وميولاتهم، وقد شملت هذه الفئة المؤشرات التالية: توفير خدمات الاتصال المباشر بالصفحة / قدرة المنشورات على ملاءمة احتياجات الجمهور المستهدف / إتاحة المعلومات التي يحتاجها الجمهور / سهولة الوصول إلى المعلومات في أي وقت / توفير المعلومات حسب رغبات واحتياجات الجمهور / الرد على الاستفسارات والإجابة عليها.

11- فئة تعدد الرموز والوسائط المتاحة: ويقصد بها الأدوات والرموز المتوفرة والمساعدة لتوصيل مضامين المنشورات في الصفحات المدروسة، وتتمثل في العناصر والوسائط والرموز التقنية والسمعية البصرية التي استخدمتها هذه الصفحات، وتهدف هذه الفئة للكشف عن نوع وطبيعة الوسائط المتعددة المرافقة للمنشورات المقدمة، وتحدد هذه الفئة الغرض من استخدام وسيط أو رمز دون الآخر، والذي يخضع أيضا لطبيعة وهدف المنشور، فالتنوع في أساليب العرض يضيف حيوية على المحتوى ويساعد في تبسيط الفكرة المراد إيصالها ويجذب الجمهور نحو المنشورات، وتشمل الفئات الفرعية التالية:

1-11- فئة النصوص: هي مجموعة النصوص المكتوبة الحرة سواء كانت مقالات أو تعبيرات عن الرأي، وتشمل المؤشرات التالية:

- نص تقليدي: هو عبارة عن رموز تُستخدم لتعكس الخطاب الاتصالي أو الرسالة، فالنص في صفحات

الفيسبوك هو مجموعة من الحروف المنظمة التي تشكل الكلمات التي تستخدم لتشكيل المعنى ليكون مفهوما.

- نص تشعبي وفائق: هو النص المعروض على جهاز الحاسوب مع وصلات إلى نص آخر ومعلومات أخرى

تمكن القارئ من الوصول إليه على الفور، بزر الماوس أو سلسلة من الضغط على المفتاح.

11-2- فئة الصور: هي مجموعة الصور الفوتوغرافية المنشورة في مضامين الصفحات المدروسة، وتشمل

المؤشرات التالية: صور فقط/ صور + نص.

11-3- فئة الفيديوها المتاحة: هي مجموع الأشرطة المصورة والمسجلة والتي تنشر في مضامين

الصفحات، وتشمل المؤشرات التالية: فيديو فقط/ فيديو + نص/ فيديو + نص + صورة.

11-4- فئة الأنفوجرافيك: يقصد بالأنفوجرافيك أنه هو شكل من أشكال التواصل المرئي الذي يساعد

على تبسيط المعلومات، وكذا تحويل هذه المعلومات والبيانات المعقدة إلى صور مرئية لتوصيل النقاط الرئيسية

للمضمون بشكل أسهل وأكثر فعالية، وله تأثير بصري جذاب، ويحظى بتفاعل كبير من قبل الجمهور، وقد تم

وضع هذه الفئة بهدف الكشف عن مدى استخدام الصفحات المدروسة للأنفوجرافيك، وشملت هذه الفئة

المؤشرات التالية:

- أنفوجرافيك ثابت: هو تلك التصميم الثابتة، وتتضمن معلومات عن موضوع معين في شكل صور

ورسومات يسهل فهمها ويمكن استخدامه أيضا في المطبوعات.

- أنفوجرافيك متحرك: هو تصميم البيانات والمعلومات تصميمًا متحركًا كاملاً، ويتطلب هذا النوع كثيرا من

الإبداع واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجه بطريقة شيقة وممتعة.

- أنفوجرافيك تفاعلي: هو تصميم تفاعلي يستطيع الجمهور التحكم فيه من خلال بعض أدوات التحكم من أزرار وبرمجة (Code) معينة، تكون موضوعة لكي يستطيع القارئ عن طريقها التحكم في مكونات الإنفو جرافيك، وتصميم هذا النوع لا يتطلب مصمما فقط ولكن يتطلب مبرمجا أيضا يشارك في التصميم.

11-5- فئة الروابط المتاحة: يتم من خلال هذه الفئة الكشف والتعرف عن نوع الروابط في منشورات الصفحات المدروسة، وهل هذه الروابط ذات فعالية، ولها دور في تقديم خدمة للجمهور والمتابعين، وتشمل المنشورات التالية:

- **الروابط الداخلية:** هي الروابط الموجودة في الصفحات المدروسة التي تشير وتقود بالنقر عليها إلى صفحات أخرى ضمن الصفحات ذاتها دون الخروج منها، وتستخدم بشكل أساسي لتسهيل التنقل ضمن الصفحات مما يمنح المستخدم انطبعا جيدا عن الصفحات وتنظيمها.

- **الروابط الخارجية:** هي روابط توجد في الصفحات المدروسة والتي تشير وتقود بالنقر عليها إلى صفحات أخرى خارجية مختلفة عن هذه الصفحات، وتستخدم للإشارة والإحالة إلى مواقع وصفحات أخرى، وتتمثل أهمية هذه الروابط في زيادة انتشار الصفحات واستقطاب أكبر لعدد الزوار.

12- فئة ردود الفعل الفورية والتفاعلية: تحدد هذه الفئة خصوصية تحليل المحتوى الإلكتروني عن باقي المحتويات الأخرى، والتي تهدف إلى تبيان مدى تفاعلية الجمهور وتجاوله مع المحتوى الذي تنشره الصفحات المدروسة، من خلال التعرف على ردود الأفعال المختلفة، والتي تعبر بشكل من الأشكال على انطباع الجمهور نحو المحتوى المنشور، وبالتالي تساعد هذه الفئة على التعرف على مدى تفاعل الجمهور وكذا القياس النسبي لاتباعهم نحو المنشورات، وتهدف هذه الفئة التعرف على مدى اعتماد الصفحات المدروسة على تحديث محتواها ومنشوراتها بشكل دوري ومستمر، وأيضا كان الهدف من هذه الفئة التعرف على توفر السرعة والفورية

في مضامين الصفحات المدروسة في تلقي ردود الفعل من الجمهور المستهدف، وكذا ضبط مستوى تفاعلية الجمهور ورجع الصدى عنده على المنشورات في الصفحات المدروسة من حيث آنية المشاركات، والتعليقات.

12-1 - فئة معدل النشر اليومي في الصفحات: جاءت هذه الفئة بهدف التعرف على معدل النشر

اليومي في مضامين الصفحات المدروسة، وهذا لتحديد درجة التحديث في النشر ومعدل عرض المنشورات على الصفحات المدروسة لنقيس بها معدل الانتظام والاستمرارية في النشر وعدم الانقطاع على الجمهور، وتشمل المؤشرات التالية: مرة واحدة / مرتين / ثلاث مرات / أكثر من ثلاث مرات.

12-2 - فئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة: الهدف من هذه الفئة قياس

حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة من خلال المؤشرات التالية: عدد المشاهدات، عدد الإعجابات، عدد التعليقات، عدد المشاركات، تجاه التعليقات، طبيعة التعليقات، التعليق برموز وأيقونات (إيموجيات)، وقد شملت الفئات الفرعية التالية:

12-2-1 فئة عدد المشاهدات: تمثل هذه الفئة عدد المشاهدات لمنشورات الصفحات المدروسة، وقد

شملت هذه الفئة المؤشرات التالية: منعدمة (لم تحقق أي مشاهدة) / منخفضة (من 0 إلى 250 مشاهدة) / متوسط (من 250 إلى 500 مشاهدة) / مرتفعة (من 500 إلى 1000 مشاهدة) / مرتفعة جدا (أكثر من 1000 مشاهدة).

12-2-2 فئة المشاركات في المنشور: وهي تعبير عن رغبة المستخدمين في تقاسم محتوى معين مع

الآخرين، وجعل ذلك المنشور أكثر انتشارا وتشمل المؤشرات التالية: منعدمة (لم تحقق أي مشاركة) / منخفضة (من 0 إلى 250 مشاهدة) / متوسطة (من 250 إلى 500 مشاركة) / مرتفعة (من 500 إلى 1000) / مرتفعة جدا (أكثر من 1000 مشاركة).

- فئة التعليقات: وهي فئة التعبير الكتابي أو الرمزي عن محتوى ذلك المنشور، أو عن أحد المستخدمين

الآخرين الذي علقوا بدورهم عن المنشور، أو عن أحد المشاركين الآخرين، وتشمل الفئات الفرعية التالية:

12- 2- 3 فئة اتجاه التعليقات: وضعنا الفئة لتحديد اتجاه تعليقات المستخدمين لهذه الصفحات نحو

مضامينها ومنشوراتها، وتشمل المؤشرات التالية: التعليقات والانطباعات السلبية على المنشور/ التعليقات

الإيجابية والمؤيدة للمنشور/ التعليقات بين المستخدمين على المنشور/ التعليقات خارج الموضوع المنشور.

12- 2- 4 فئة طبيعة التعليقات: تهدف هذه الفئة إلى معرفة محتوى وطبيعة التعليقات التي يدرجها

الأعضاء المشاركون في الصفحات على المنشورات التي يتفاعلون معها وتشمل المؤشرات التالية: التعليقات

بفيديو/ التعليقات بصورة/ التعليقات برابط/ التعليقات المتضمنة التهاني/ التعليقات المتضمنة استفسارات

وطلب المعلومات/ التعليقات، الشكوى والشتيم.

12- 2- 5 فئة التعليقات برموز وأيقونات (إيموجيات): تمثل التعبير العاطفي الذي يقوم بتسجيله أحد

المستخدمين على منشور ما تعبيراً منه، ومن خلال النقر على هذا الزر يسجل المستخدم كأحد المعجبين

بالمنشور وتشمل المؤشرات التالية: التعليق بإعجاب (وهذه الفئة متعلقة بعدد الإعجابات على المنشورات،

والتي تمثل التعبير العاطفي الذي يقوم بتسجيله أحد المستخدمين على منشور ما تعبيراً منه عن الإعجاب

بذلك المحتوى، ومن خلال النقر على هذا الزر يسجل المستخدم كأحد المعجبين بالمنشور) / التعليق بردة

فعل حب/ التعليق بردة فعل تضامن/ التعليق بردة فعل أدهشت/ التعليق بردة فعل أضحكت/ التعليق بردة

فعل أحزنت/ التعليق بردة فعل أغضبت.

ثانيا: تحديد وحدات التحليل ووحدات العد والقياس:

إن وحدة التحليل في أبسط معانيها هي الوسيلة القياسية التي يتبناها الباحث عند تحليله للمضمون، وفي معناها الدقيق، قصد قياس مدى تواجد أو عدم تواجد مكونات الفئة، وإن اختيار وحدة التحليل تملئها طبيعة الموضوع المدروس من جهة ووفق طبيعة الفئة أو الفئات المختارة من جهة أخرى، سواء كان ذلك من حيث الشكل أو المضمون (قمار، 2018، ص152)، كما تعتبر تحديد وحدات التحليل إحدى أهم خطوات تحليل المحتوى وذلك دائما وفق مقتضيات الدراسة، وقد استخدمنا في هذه الدراسة الوحدات الآتية:

- **وحدة الفكرة:** وتُعرف بأنها: "عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، وتكون عادة جملة مختصرة محددة تتضمن مجموعة من الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل" (محمد حسين سمير، 2002، ص 79).

ووحدة الفكرة تعد من أكثر وحدات التحليل استعمالا في البحوث التي تستعين بأداة تحليل المضمون، وهي لا تتوقف عند حدود معينة كالجملة أو الفقرة، بل تمتد ما امتد معناها، فقد تكون في كلمات معدودات أو جملة طويلة أو فقرة، فمتى انتهى معناها انتهت الفكرة، على هذا الأساس ينبغي على الباحث التعامل بهذا المنطق إذ قرر استعمال وحدة الفكرة (قمار، 2018، ص 155)، لهذا اخترنا وحدة الفكرة، والتي تندرج ضمن وحدات السياق أو التحليل، وقد اعتمدنا عليها كأسلوب وكوحدة للقياس والتحليل لمحتوى الدراسة، على اعتبار موضوع الدراسة الحالية يتجسد في الفكرة التي يحملها كل منشور، لأن كل منشور من منشورات الصفحات المدروسة يحمل في طياته فكرة واحدة مرتبطة بموضوع معين.

أما فيما يخص وحدات العد فقد استخدمنا وحدة المنشور (posts): وهذه الوحدة تندرج ضمن وحدات التحليل الحديثة التي تستخدم في تحليل مضمون الوسائط الجديدة، وقد اعتمدنا على وحدة المنشور باعتبار المفردات عبارة عن منشورات إلكترونية (Gerodimos, Justinussen, 2015, p 113 -132).

ثالثا: إجراءات تقييم الاستمارة والصدق والثبات

بعد استكمال المراحل الأساسية في بناء أداة التحليل، قامت الباحثة بإخضاعها للصدق والثبات من أجل إضفاء الطبيعة الموضوعية والعلمية عليها، وكذا للوصول إلى نتائج تتسم بالدقة والصدق في تحليل الصفحات عينة الدراسة، وذلك من خلال مجموعة من الخطوات والإجراءات التالية:

1- إجراءات الصدق وتحليل مستوى الثبات:

أ - إجراءات الصدق: ويقصد بها صلاحية الأداة أو الأسلوب لقياس وتحليل المضمون المراد تحليله، بمعنى أدق هو صلاحية وقدرة تلك الأداة على تحقيق أهداف الدراسة، وتتطلب عملية الصدق مراجعة استمارة التحليل، ووضع تعريفات ومؤشرات دقيقة لجميع فئات التحليل الرئيسية والفرعية، والتأكد من أن فئات التحليل تعبر تعبيرا دقيقا عن التساؤلات المطلوب الإجابة عليها، وحسن اختيار الوحدات المناسبة للتحليل. بعد القيام بعملية تصميم استمارة مبدئية مع دليلها والتعريفات الإجرائية للفئات، ثم توزيعها على مجموعة من الأساتذة المحكمين¹، وبعد استرجاعها من عند المحكمين تم إجراء التعديلات والتصويبات اللازمة وفقا للملاحظات التي قدمها المحكمين، وضبط الاستمارة النهائية للدراسة.

ب - تقدير مستوى الثبات: يقصد بالثبات إمكانية الوصول إلى النتائج نفسها عند إعادة تطبيق المقياس المستعمل على المادة نفسها في المواقف والظروف نفسها (المشهداني، 2019، ص 189)، وعليه قامت الباحثة بتقديم استمارة تحليل المضمون مع دليل التعريفات الإجرائية لفئات ومؤشرات الاستمارة لأساتذة

¹ - أ. د / بن حمودة محبوب: أستاذ التعليم العالي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة الجزائر 3، ورئيس مخبر الصناعات التقليدية.

أ. د / فلاق أحمد: أستاذ التعليم العالي، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

د/ ساحل عبد الحميد: أستاذ محاضر أ، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

د/ ليليا بوسجرة: أستاذة محاضر أ، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر.

د/ حمزة فندوشي: أستاذ محاضر أ، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر.

مختصين في الإعلام والاتصال وفي مجال الحرف والصناعات التقليدية، وهذا من أجل تحكيمها، وبعد استرجاعها تم حساب درجة ومتوسط التوافق والاختلاف بين المحكمين لهذه الاستمارة، قمنا بترميز كل محكم بحرف أبجدي (أ - الأستاذ بن حمودة محبوب / ب - الأستاذ قلاق أحمد / ج - الأستاذ ساحل عبد الحميد / د - الأستاذة بوسجرة ليليا / هـ - الأستاذ فندوشي حمزة) لتحكيم 65 عنصرا، وهذا بتطبيق معادلة هولستي لحساب درجة التوافق والتجانس بين المحكمين، وتحسب هذه المعادلة على الوجه الآتي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{عدد المحكمين} \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}}{1 + (\text{عدد المحكمين} - 1) \times (\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين})}$$

حيث هنا ن يمثل عدد المحكمين، وكان تطبيق المعادلة على نتائج تحكيم المرمزين كالتالي:

متوسط الاتفاق بين كل محكمين اثنين:

- بين (أ) و(ب) تم الاتفاق على 28 من أصل 65 عنصرا وبقسمة 28 / 65 نحصل على نسبة 0,43
- بين (أ) و(ج) تم الاتفاق على 33 من أصل 65 عنصرا وبقسمة 33 / 65 نحصل على نسبة 0,50
- بين (أ) و(د) تم الاتفاق على 38 من أصل 65 عنصرا وبقسمة 38 / 65 نحصل على نسبة 0,58
- بين (أ) و(هـ) تم الاتفاق على 49 من أصل 65 عنصرا وبقسمة 49 / 65 نحصل على نسبة 0,75
- بين (ب) و(ج) تم الاتفاق على 55 من أصل 65 عنصرا وبقسمة 55 / 65 نحصل على نسبة 0,84
- بين (ب) و(د) تم الاتفاق على 43 من أصل 65 عنصرا وبقسمة 43 / 65 نحصل على نسبة 0,61
- بين (ب) و(هـ) تم الاتفاق على 51 من أصل 65 عنصرا وبقسمة 51 / 65 نحصل على نسبة 0,78
- بين (ج) و(د) تم الاتفاق على 44 من أصل 65 عنصرا وبقسمة 44 / 65 نحصل على نسبة 0,67
- بين (ج) و(هـ) تم الاتفاق على 61 من أصل 65 عنصرا وبقسمة 61 / 65 نحصل على نسبة 0,93
- بين (د) و(هـ) تم الاتفاق على 59 من أصل 65 عنصرا وبقسمة 59 / 65 نحصل على نسبة 0,90

متوسط الاتفاق بين كل المحكمين: ويتم حسابه بجمع جميع متوسطات الاتفاق بين كل محكمين اثنين وتقسيمها على عدد الأزواج لاستخراج متوسط الاتفاق، وتم حسابها كالتالي:

$$0,69 = \frac{0,90 + 0,93 + 0,67 + 0,78 + 0,61 + 0,84 + 0,75 + 0,58 + 0,50 + 0,43}{10}$$

10

$$0,91 = \frac{3,45}{3,76} = \frac{0,69 \times 5}{(0,69) \times (1 - 5) + 1} = \text{ومنه معامل الثبات}$$

وعليه فنسبة الثبات المتحصل عليها هي نسبة عالية من حيث درجة الثبات وقابلة للتحليل، ولهذا تؤكد النسبة المتحصل عليها على صلاحية أداة تحليل المضمون المستخدمة في هذه الدراسة، وتعني أيضا أن ما تم اختياره من طرف الباحثة فيما يخص الفئات وفروعها، وكذا المؤشرات المختارة، صالحة لهذا النوع من المحتويات ولإشكالية الدراسة وأهدافها.

1-2- أداة المقابلة: في هذه الدراسة بالإضافة إلى أداة تحليل المضمون، لجأنا إلى استخدام أداة المقابلة

كأداة تدعيمية، لأنها تحقق تواجدا مباشرا وفعالا مكننا من الاقتراب من المبحوثين ومن المعطيات الميدانية أكثر، وضمن دراستنا لم نعتمد على النمط الكلاسيكي للمقابلات فقط بل استخدمنا المقابلة الافتراضية (**interview online**) أيضا، وكان توجهنا إليها تماشيا مع وباء أزمة كورونا التي كانت في وقت إجرائنا للدراسة التطبيقية، والتي فرضت علينا التواصل وإجراء بعض المقابلات عن طريق التراسل الفوري، أو البريد الإلكتروني، الماسنجر، وقد استخدمنا هذه الأداة لجمع المعلومات اللازمة والمتعلقة بموضوع الدراسة من خلال المقابلات مع أشخاص وأطراف فاعلة بشكل مباشر وأساسي في إشكالية الدراسة وهنا نقصد فئة الفاعلين في النشاط الحرفي كالحرفين ورؤساء الجمعيات الحرفية وبعض العاملين في الهيئات التابعة للنشاط الحرفي، وهذا بغية الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات غير الموثقة عن موضوع الدراسة، والتي أفادتنا كثيرا في الدراسة التحليلية والجانب الكيفي لها وهذا لتقديم التفسير للنتائج الكمية المتوصل إليها.

2- حدود الدراسة:

لابد لأي دراسة علمية أن يكون لها حدود متعلقة بالجوانب الخاصة بمشكلة البحث، فحدود الدراسة هي كل ما يحدد مسارات الباحث في مجتمع البحث، وهي بذلك الإطار الذي يختار الباحث أن يبحث ضمنه، لهذا يعتبر حدود الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي لأنها تسمح للباحث التحكم في كل خطوات البحث وموضوع الدراسة، ويمكن تفصيل حدود هذه الدراسة على النحو التالي:

1-2 الحدود المكانية: تتمثل في الفضاء الافتراضي وبالتحديد موقع الفيسبوك، ومنه الحدود المكانية لهذه الدراسة تمثلت بالضبط في صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري كون هذه الدراسة حول الوسائط الاتصالية الجديدة التي تعتبر فضاء افتراضيا، لهذا اعتمدنا في هذه الدراسة على تحليل منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين بالنشاط الحرفي الجزائري (عينة الدراسة).

2-2 الحدود الزمانية: ويقصد به المدة الزمنية والمراحل المستغرقة في إجراء وتحرير الدراسة، وهذا منذ اختيار الموضوع وعينة الدراسة إلى غاية تدوين النتائج المتوصل إليها أي منذ سنة 2018 مرحلة بداية البحث والدراسة، لتليها بعدها مرحلة (الدراسة التطبيقية) تحليل منشورات الصفحات المدروسة في الفترة الممتدة من (01 جانفي 2019 إلى غاية 31 ديسمبر 2021)، وصولا بعدها لمرحلة تفرغ المعلومات المتحصل عليها من استمارة تحليل المضمون وتحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج العامة للدراسة في نهاية سنة 2022.

المطلب الرابع: أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة

نستطيع القول إن المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة التحليلية قد مرت بمراحل، وتمثلت في:

أولاً: قبل عملية المعالجة الإحصائية قمنا بإنشاء حساب لنا في موقع الفيسبوك، حيث تم إنشاؤه خصيصاً لهذا الغرض، فقد قمنا بحفظ المنشورات الخاصة بمفردات عينة الدراسة التحليلية، وذلك عن طريق تقنية الحفظ التي يوفرها موقع الفيسبوك، وهذا من أجل ترميزها ومن ثم تفريغها.

ثانياً: في هذه المرحلة تمت الاستعانة ببرنامج ¹NODEXL، وقد ساعدنا في التوصل إلى المحتويات التفاعلية للصفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي، علماً أننا استغلينا الفترة المجانية للبرنامج لتعذر الحصول على النسخة المدفوعة من البرنامج وصعوبة العمل به نوعاً ما، ما اضطرنا إلى إكمال ما تبقى من المعالجة الإحصائية بالطريقة اليدوية، حيث قمنا بتفريغ باقي البيانات من البرنامج السابق في جداول Excel.

ثالثاً: بعد هذا قمنا بإكمال وضبط النتائج النهائية للدراسة وحسبها باستخدام جداول برنامج Excel.

¹NODEXL برنامج يؤسس لآليات متقدمة في الدراسات الإعلامية تنسجم وطبيعة الشبكات الاجتماعية وتعقيدات الوسائط الجديدة، وأداة NODEXL هي برنامج متخصص في المنصات الاجتماعية كما تعتبر أداة مدمجة مع برنامج Microsoft Exel لاستخراج البيانات الشبكية من المواقع مثل موقع الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، وعلى المستوى الضيق من موقع الفيسبوك، وإظهار تلك البيانات بشكل مرئي يتعلق بالفرز التفاعلي للإعجابات والتعليقات والمشاركة، غير أنها ليست مجانية، وسميت الأداة بهذا الاسم كاختصار لعبارة اكتشاف الشبكات في برنامج Exel أو بالإنجليزية (Network Overview,Discovery and Exploration for Exel).

المبحث الثاني: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة التحليلية لمضامين الصفحات المدروسة

بعد تهيئة منشورات الصفحات المدروسة إلى فئات خاصة بالشكل وأخرى خاصة بالمضمون، سيتم في هذا المبحث تحليل البيانات المتوصل إليها تحليلًا كمياً من خلال الأرقام والنسب، وتحليلًا كيفياً من خلال التعليق على الجداول ومحاولة تقديم تفسيرات وتحليلات علمية وبحثية لمخرجات كل جدول.

المطلب الأول: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بشكل المضامين التي تنشرها الصفحات المدروسة

في هذا المطلب سنقوم بعرض ومناقشة النتائج المتعلقة بشكل المضامين التي تنشرها الصفحات المدروسة، يعني سوف نعرض كيف قُدم شكل مضمون الصفحات المدروسة (بمعنى نقدم فئات الشكل) التي توضح لنا الشكل الذي تم تقديم المضمون به، وهي تشمل بدورها فئات فرعية تم استخراجها من منشورات الصفحات المدروسة، وقد تم تصنيف فئات التحليل في جانبها الشكلي إلى أربع فئات رئيسية وهي:

1- فئة البيانات والمعلومات الخاصة بالصفحات المدروسة.

2 - فئة العناصر التعريفية للصفحات المدروسة.

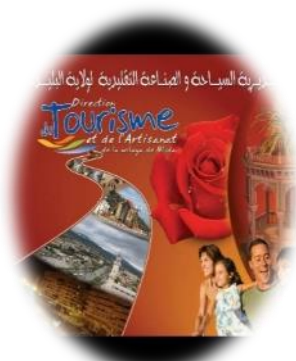
3- فئة طبيعة الخدمات المقدمة في منشورات الصفحات المدروسة.

4- فئة الاستمالات والأساليب الإقناعية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة.

1- فئة البيانات والمعلومات الخاصة بالصفحات المدروسة

الجدول رقم (02): يبين فئة البيانات والمعلومات الخاصة بالصفحات المدروسة

البيانات الصفحة	بطاقة تقديمية عن الصفحة	Profile الصفحة	رابط الصفحة
الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية بومرداس	هي صفحة رسمية تابعة لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية بومرداس، فمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية بومرداس هي مؤسسة أو هيئة إدارية حكومية على مستوى الولاية، تم إنشاؤها وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ 20 أكتوبر 2010 الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها، أما صفحة الفيسبوك الرسمية لهذه المديرية فقد أنشئت سنة 2014		https://www.facebook.com/DTA35/
الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة	هي صفحة رسمية تابعة لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة، فمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة هي مؤسسة أو هيئة إدارية حكومية على مستوى الولاية، تم إنشاؤها وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ 20 أكتوبر 2010 الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها، و صفحة الفيسبوك الرسمية لهذه المديرية أنشئت في 29 ماي 2017		https://www.facebook.com/dtaouargla
الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية سطيف	هي صفحة رسمية تابعة لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية سطيف، فمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية سطيف هي مؤسسة أو هيئة إدارية حكومية على مستوى الولاية، تم إنشاؤها وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ 20 أكتوبر 2010 الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها، أما صفحة الفيسبوك الرسمية لهذه المديرية فقد أنشئت في سنة 2011		https://www.facebook.com/Direction.Tourisme.se.tif

https://www.facebook.com/Dtatlemce n		هي صفحة رسمية تابعة لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية تلمسان، فمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية تلمسان هي مؤسسة أو هيئة إدارية حكومية على مستوى الولاية، تم إنشاؤها وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ 20 أكتوبر 2010 الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها، أما صفحة الفيسبوك الرسمية لهذه المديرية فقد أنشئت سنة 2014	الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية تلمسان
https://www.facebook.com/profile.php?id=100067490869454		هي صفحة رسمية تابعة لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البلدة، فمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البلدة هي مؤسسة أو هيئة إدارية حكومية على مستوى الولاية، تم إنشاؤها وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ 20 أكتوبر 2010 الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها، أما صفحة الفيسبوك الرسمية لهذه المديرية فقد أنشئت سنة 2013	الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البلدة
https://www.facebook.com/cnamdz		هي صفحة رسمية تابعة للغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف أنشئت هذه الصفحة في 04 أكتوبر 2012	الصفحة الرسمية للغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف

2- فئة العناصر التعريفية للصفحات المدروسة

الجدول رقم (03): يبين فئة العناصر التعريفية للصفحات المدروسة

الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف	البلدية	تملسان	سطيف	ورقلة	بومرداس	الصفحات العناصر التعريفية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	شعار الصفحة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	عنوان الهيئة المسؤولة عن الصفحة
✓	✓	✓	✓	✗	✗	توفر خانة الاتصال بالصفحة عن طريق الهاتف
✓	✓	✓	✓	✓	✓	توفر خانة الإعجاب والمتابعة للصفحة
✗	✗	✓	✗	✗	✓	توفر الموقع الإلكتروني للمديرية على الصفحة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	توفر البريد الإلكتروني
✗	✗	✗	✗	✗	✗	وصف الصفحة (من نحن)

القراءة التحليلية للجدول:

تُعد العناصر التعريفية بمثابة الهوية الرسمية للصفحات المدروسة وصورتها أمام المتابعين والجمهور فهي ضرورة أساسية لا بد منها، ويُظهر الجدول أعلاه أن كل الصفحات تحرص على وضع العناصر التعريفية الخاصة بصفحاتها، وتوفر بذلك كل الأدوات التفاعلية التي يوفرها موقع الفيسبوك وهي الإعجاب، بيانات الاتصال، الموقع الإلكتروني، أرقام الهاتف... إلخ، ففي ما يخص شعار الصفحة وعنوان الهيئة المسؤولة عن الصفحة فكل الصفحات تُبين اهتمامها بإبراز نفسها عن طريق إظهار شعارها وعنوانها لتسهيل إمكانية وصول

الجمهور المتابع الوصول إلى مقر الهيئة المسؤولة عن الصفحات، وبالأخص لكون هذه الصفحات تابعة للمديريات الولائية للصناعة التقليدية والتي لها علاقة مباشرة مع المجتمع المحلي، وبهذا تكون قريبة منه أكثر، كما حرصت الصفحات المدروسة ما عدا صفحتي ولاية ورقلة وولاية بومرداس على إتاحة خدمة الاتصال بالقائمين على الصفحة عن طريق الهاتف ما يؤكد اهتمام الصفحات على تواصل المتابعين لها لتقديم المعلومات التي يحتاجونها أو إبداء آرائهم أو لتقديم المقترحات لتعديل المضامين المنشورة فضلا عن إيصال الشكاوى وطلب الاستفسار عن خدمة الهيئات المسيرة لهذه الصفحات، إضافة لهذا هذه الصفحات توفر خانة الإعجاب والمتابعة وذلك ما يُعطي للمتابعين تصورا عن مكانة هذه الصفحات لدى جمهورها الحالي وجمهورها المحتمل ما يبعث الثقة لديه وحب الإطلاع على هذه الصفحات واكتشاف محتوياتها ومتابعتها، وقد اهتمت بعض الصفحات المدروسة بوضع الموقع الإلكتروني لها وهذا لقيادة المتابعين لها لموقعها الإلكتروني الذي يوفر خدمات تختلف عما تقدمه وتتيحه صفحة الفيسبوك، وهذه الخدمة لم تتوافر إلا بصفحتي ولاية بومرداس وولاية تلمسان، ووجدنا أيضا أن الصفحات وضعت خدمة البريد الإلكتروني الذي يعتبر وسيلة اتصال تفاعلية وفي ذات الوقت وسيلة أكثر شخصية مقارنة بالتعليقات أو الرسائل التي تكون على مرئ الجميع أو قد لا يتم الرد عليها، فهو وسيلة يستطيع بها المتابعون من خلالها التواصل مع القائمين على هذه الصفحات إما من أجل استفسار أو طلب خدمة أو معلومة أو حتى تقديم الشكاوى، ولكن ما يؤخذ على هذه الصفحات هو عدم توفر عنصر (وصف الصفحة: من نحن) فهو غائب تماما ولم تهتم به الصفحات المدروسة، فرغم أهميته الكبيرة إلا أنه لا يتوفر في كل هذه الصفحات.

مما سبق نستخلص أن العناصر التعريفية هي من أكثر الأشياء ارتباطا بهوية وصورة صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي، والملاحظ أن هذه الصفحات تولي أهمية كبيرة لإبراز العناصر التعريفية الخاصة بها، والتي تعتبر الوجه المرئي لها، وهذا لأن العناصر التعريفية لها دور كبير يخلق وعيا معرفيا عن الصفحات ومضامينها عند الجمهور ويجذبه للتعرف عليها والإقبال على متابعتها.

الجدول رقم (04): يبين فئة طبيعة الخدمات المقدمة في منشورات الصفحات المدروسة

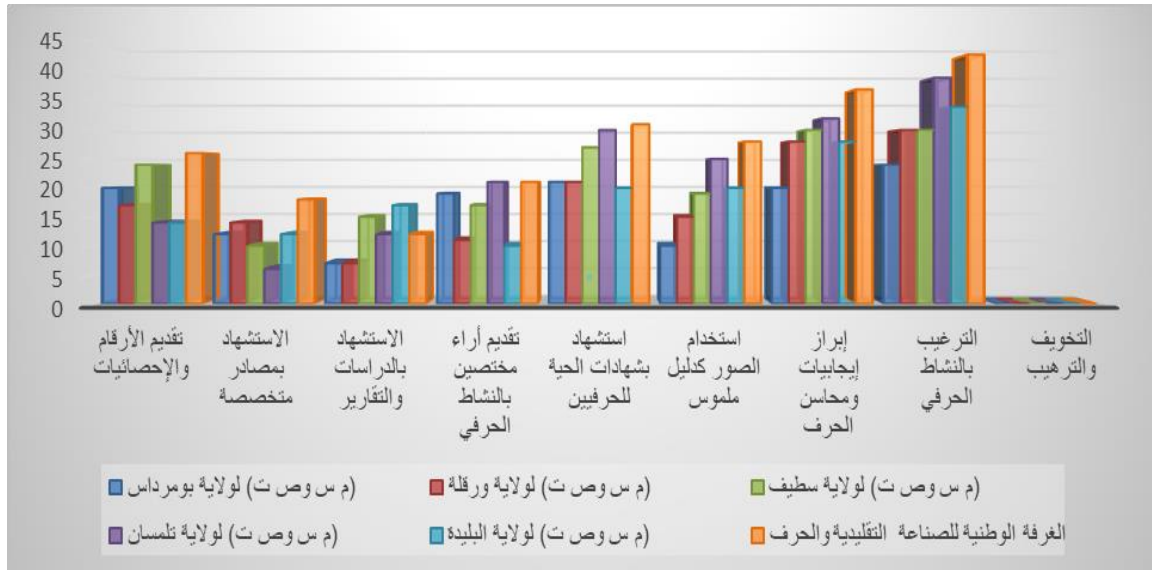
المجموع		الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف		(م س وص ت) لولاية البليدة		(م س وص ت) لولاية تلمسان		(م س وص ت) لولاية سطيف		(م س وص ت) لولاية ورقلة		(م س وص ت) لولاية بومرداس		الصفحات	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات ومؤشرات	
%14,63	146	%12,50	28	%16,33	24	%15,12	26	%15,72	25	%14,94	23	%14,08	20	أخبار من وسائل الإعلام الوطنية	الخدمات الإخبارية
%4,41	44	%5,36	12	%4,08	6	%5,23	9	%3,14	5	%2,60	4	%5,63	8	أخبار من مواقع دولية	
%16,53	165	%17,86	40	%14,29	21	%13,95	24	%18,87	30	%18,18	28	%15,49	22	أخبار عن نشاطات الغرف والمديريات الولائية	
%10,32	103	%8,93	20	%10,20	15	%9,88	17	%12,58	20	%9,09	14	%11,97	17	إعلانات اجتماعية	الخدمات الإعلامية
%12,93	129	%12,50	28	%16,33	24	%14,53	25	%12,58	20	%11,69	18	%9,86	14	إعلانات خاصة بالتسويق	
%10,42	104	%8,48	19	%10,88	16	%12,21	21	%7,55	12	%12,34	19	%11,97	17	إعلانات خاصة بالترويج والتصدير	
%6,51	65	%6,70	15	%7,48	11	%4,07	7	%6,29	10	%7,79	12	%7,04	10	تقديم تحية للجمهور	الخدمات العامة
%15,83	158	%16,52	37	%13,61	20	%17,44	30	%16,98	27	%15,58	24	%14,08	20	تقديم معلومات عامة للجمهور	
%8,42	84	%11,16	25	%6,80	10	%7,56	13	%6,29	10	%7,79	12	%9,86	14	تقديم التهاني بالمناسبات العامة	
%100	998	%100	224	%100	147	%100	172	%100	159	%100	154	%100	142	المجموع	

بالنشاط الحرفي، وهذه الأخبار إما تكون نقلا عن نشاطات الغرف والمديريات الولائية للحرف والصناعة التقليدية، أو قد تكون هذه الأخبار منقولة من وسائل الإعلام الوطنية التي تقدم المعلومات الشاملة حول النشاط الحرفي في الجزائر، فعلى سبيل المثال يتم نشر الأخبار الوطنية كالزيارات الرسمية لوزير السياحة، وأحيانا الصفحات تقوم بتنويع الأخبار وتكرارها على حساب تقدير أهميتها بالنسبة للمتابعين لهذه الصفحات، كما تحرص أيضا على تقديم خدمات عامة ومتنوعة للجمهور لإثارة اهتمامه وجلبه من خلال إتاحة المعلومات التي يطلبها، وكذا خدمة تقديم التهاني (يوم عيد المرأة، عيد العمال، عيد الفطر والأضحى... إلخ)، فالصفحات وجدنا أنها تشارك متابعيها كل المناسبات على اختلاف طابعها: دينية، وطنية، عالمية من خلال منشورات التهاني، فمشاركة الصفحات لمتابعيها لمختلف المناسبات مع متابعيها وتبادل التهاني معهم يدعم أواصر الترابط الاجتماعي بينهما ويجعلها قريبة منهم ما يلغي الحواجز التي قد تعرقل عملها، فهذا الجانب الاجتماعي من العلاقة له دور في تشكيل الانطباعات الإيجابية الذهنية عن منشورات الصفحات وبالتالي الإقبال عليها أكثر، وهذا ما يؤدي إلى تأكيد انتماء هذه الصفحات للمجتمع مما يزيد ثقة الجمهور وكسب وده وتوطيد العلاقات معه وكل هذا يشعر أفراد المجتمع بأنهم موضع اهتمام وهذا ما يزيد من معدل التفاعلية والتجاوب مع هذه الصفحات والإقبال عليها، كما تمت ملاحظة أن هذه الصفحات تعتني أيضا بالخدمات الإعلانية بالأخص الخدمات الخاصة بالتسويق والترويج من أجل المساهمة في تسويق وترويج المنتجات الحرفية، ومساعدة الحرفيين وأصحاب المهن على تسويق منتجاتهم وترويجها، وقد ركزت هذه الصفحات على تقديم الخدمة التسويقية في مضامين منشوراتها، لأن التسويق والترويج يندرجان ضمن المخططات الترقية والتنمية التي وضعتها الجزائر من أجل تطوير وترقية الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية، وتؤكد هاته النتائج ما توصلت إليه نتائج دراسة (بلعياشي محمد الأمين، سمعون خليصة، 2021)، والتي تبين أن الهدف الرئيسي لصفحة وزارة السياحة والصناعة التقليدية على موقع الفيسبوك يتمثل أساسا في الإخبار والإعلام وهذا من أجل تحقيق هدف توصيل الصفحة لرسالة إعلامية إخبارية، وأيضاً ما أكدته (السيدة رشيدة عيساني، مارس 2023) بأنه يركزون في المنشورات على الخدمات الإخبارية بهدف التعريف بنشاطات الغرفة ونشاطات القطاع الحرفي بصفة عامة.

الجدول رقم (05): يبين فئة الاستثمارات والأساليب الإقناعية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة

الصفحات		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		الجموع			
		لولاية بومرداس		لولاية ورقلة		لولاية سطيف		لولاية تلمسان		لولاية البليدة		للصناعة التقليدية والحرف			
الفئات ومؤشراتها		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
الاستثمارات العقارية	تقديم الأرقام والإحصائيات	20	%15,04	17	%11,89	24	%13,95	14	%7,82	14	%9,03	26	%12,04	115	%11,52
	الاستشهاد بمصادر متخصصة	12	%9,02	14	%9,79	10	%5,81	6	%3,35	12	%7,74	18	%8,33	72	%7,21
	الاستشهاد بالدراسات والتقارير	7	%5,26	7	%4,90	15	%8,72	12	%6,70	17	%10,97	12	%5,56	70	%7,01
	تقديم آراء مختصين بالنشاط الحرفي	19	%14,29	11	%7,69	17	%9,88	21	%11,73	10	%6,45	21	%9,72	99	%9,92
	استشهاد بالشهادات الحية للحرفيين	21	%15,79	21	%14,69	27	%15,70	30	%16,76	20	%12,90	31	%14,35	150	%15,03
	استخدام الصور كدليل ملموس	10	%7,52	15	%10,49	19	%11,05	25	%13,97	20	%12,90	28	%12,96	117	%11,72
الاستثمارات العاطفية	إبراز إيجابيات ومحاسن الحرف	20	%15,04	28	%19,58	30	%17,44	32	%17,88	28	%18,06	37	%17,13	175	%17,54
	الترغيب بالنشاط الحرفي	24	%18,05	30	%20,98	30	%17,44	39	%21,79	34	%21,94	43	%19,91	200	%20,04
	التخويف والترهيب	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00
المجموع		133	%100	143	%100	172	%100	179	%100	155	%100	216	%100	998	%100

رسم بياني رقم (02): يبين فئة الاستمالات والأساليب الإقناعية المتضمنة في منشورات الصفحات



القراءة التحليلية:

بناء على النتائج الظاهرة في الجدول والرسم البياني أعلاه يتضح بأنه يوجد اختلاف طفيف بين الصفحات من حيث استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية، حيث كانت أعلى نسبة لمؤشر الترغيب بالنشاط الحرفي بنسبة 20% ثم تلاها مباشرة في المرتبة الثانية إبراز إيجابيات ومحاسن الحرف بنسبة 17.54% ثم جاء مؤشر الاستشهاد بالشهادات الحية للحرفيين وفي المرتبة الثالثة بنسبة 15.03%، وبعدها ظهرت مؤشرات استخدام الصور كدليل ملموس وتقديم الأرقام والإحصائيات بنسب متقاربة 11.72%، 11.52% على التوالي، ثم بعدها تقديم آراء مختصين بالنشاط الحرفي بنسبة 9.92%، ومن جهة أخرى عرفت أيضا كل من مؤشرات “الاستشهاد بالدراسات والتقارير” و “التخويف والترهيب” نسباً متفاوتة وكانت النسب الأقل وتمثلت في 7.21%، 7.01% على التوالي، وفي الأخير كانت نسبة 0% للترغيب والترهيب الذي كانت نسبته منعدمة يعني أن الصفحات المدروسة لا تستخدم أسلوب الترغيب والترهيب في منشوراتها.

ولو أردنا تفسير النتائج السابقة فيمكن مرد تركيز الصفحات المدروسة على استخدام الاستمالات العاطفية في منشوراتها بسبب الحرص الدائم لهذه الصفحات على التأثير على عاطفة ومشاعر المتابعين والجمهور العام بصفة عامة من أجل إقناعهم وترغيبهم بالنشاط الحرفي وإبراز محاسنه وإيجابياته، لأن الاستمالات العاطفية تلعب دوراً مهماً في عملية الإقناع، حيث تُستخدم للتأثير في عواطف ووجدان المتابعين وإثارة مشاعرهم لحثهم على الإقبال على هذا النشاط وممارسته بالأخص من طرف الشباب، لأن النشاط الحرفي في الجزائر في الوقت الحالي نوعاً ما لا يعرف إقبالا كبيرا عليه

من طرف هذه الفئة بالذات، وهذا لعزوف الشباب عن ممارسته لجهلهم وعدم تعرفهم الكامل عليه، وأيضا توجههم إلى الأعمال السهلة والنشاطات غير متعبة، لهذا تركز الصفحات المدروسة في منشوراتها دائما على الاستمالات العاطفية لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الشباب لممارسة هذا النشاط، ومن أجل المحاولة أيضا القضاء على مشكل وعائق ثقافة الاهتمام بالنشاط الحرفي والإقبال عليه في المجتمع الجزائري من أجل استمراريته وحمايته من الزوال والاندثار خاصة في ظل هيمنة المنتجات الجاهزة والمقلدة ، فالكثير من الشباب الجزائري يفضل العمل في القطاع العام وينفر من المهن اليدوية، فبالرغم من النقص الكبير الذي يعانيه الاقتصاد الجزائري من هذه المهن، إلا أنه يوجد أسباب عديدة تدفع الشباب إلى النفور، قد يكون بسبب استصغار هذه الحرف أو الهروب من المشقة، أو بحث بعضهم عن المكانة الاجتماعية، وآخرون يرونها مرهقة ومضرة بالصحة (شكري بن زعرور، 2020)، كما لجأت أيضا الصفحات المدروسة في منشوراتها إلى استخدام الأساليب العقلية كأساليب مكلمة للأساليب العاطفية من خلال سرد الحجج الإقناعية والبراهين المنطقية ومخاطبة عقل المتابعين وجمهور هذه الصفحات وهذا عن طريق تقديم الأرقام والإحصائيات والدراسات السابقة واستخدام الصور كدعائم وبراهين من أجل تعزيز صورة النشاط الحرفي ومحاولة التأثير على الجمهور وبالأخص فئة الشباب بفائدة وأهمية النشاط الحرفي، كما ركزت الصفحات المدروسة على تقديم الحجج من خلال الاستشهاد بشهادات حية للحرفيين والمختصين في هذا المجال الذين يُعتبرون الجيل السابق للنشاط الحرفي من أجل تعريف الجيل الحالي بهذا النشاط من طرف أصحابه وممارسيه الأصليين والحقيقتين، وهذا ما يساهم في ربط الجيل الحاضر مع الجيل السابق، ما يؤدي إلى توارث الحرف والصناعات التقليدية وبقائها واستمرارها والحفاظ عليها.

ومما سبق نستخلص أن الصفحات المدروسة تستعمل وتوظف الاستمالات العاطفية والعقلية معا، وهذا استنادا إلى طبيعة الرسالة والموقف الاتصالي الإقناعي الذي على ضوئه يتحدد نمط الاستمالات المستخدمة للتأثير على المتابعين ومستخدمي هذه الصفحات، وحسب النتائج السابقة فصفحات الدراسة توظف الاستمالات العاطفية أكثر من العقلانية وهذا راجع لنوع المضمون المنشور والذي هدفه إقناعي، كما أن الاستمالات العاطفية تستخدم دعائم من شأنها تغيير السلوك بشكل أفضل من أجل الإقبال على ممارسة النشاط الحرفي والمحافظة عليه.

المطلب الثاني: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بطبيعة المضامين التي تنشرها الصفحات المدروسة

قمنا في هذا المطلب بعرض ومناقشة النتائج المتعلقة بطبيعة المضامين التي تنشرها الصفحات المدروسة، يعنى سوف نعرض ما يدور موضوع بمحتوى الصفحات المدروسة، (بمعنى نقدم فئات المضمون) وهي تشمل بدورها فئات فرعية تم استخراجها من منشورات الصفحات المدروسة، وقد تم تصنيف فئات التحليل من حيث المضمون إلى أربع فئات هي:

- فئة المواضيع التي اندرجت تحتها أربع فئات فرعية وهي:

❖ فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف

❖ فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف

❖ فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف

❖ فئة المواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى

- فئة أهداف منشورات الصفحات المدروسة

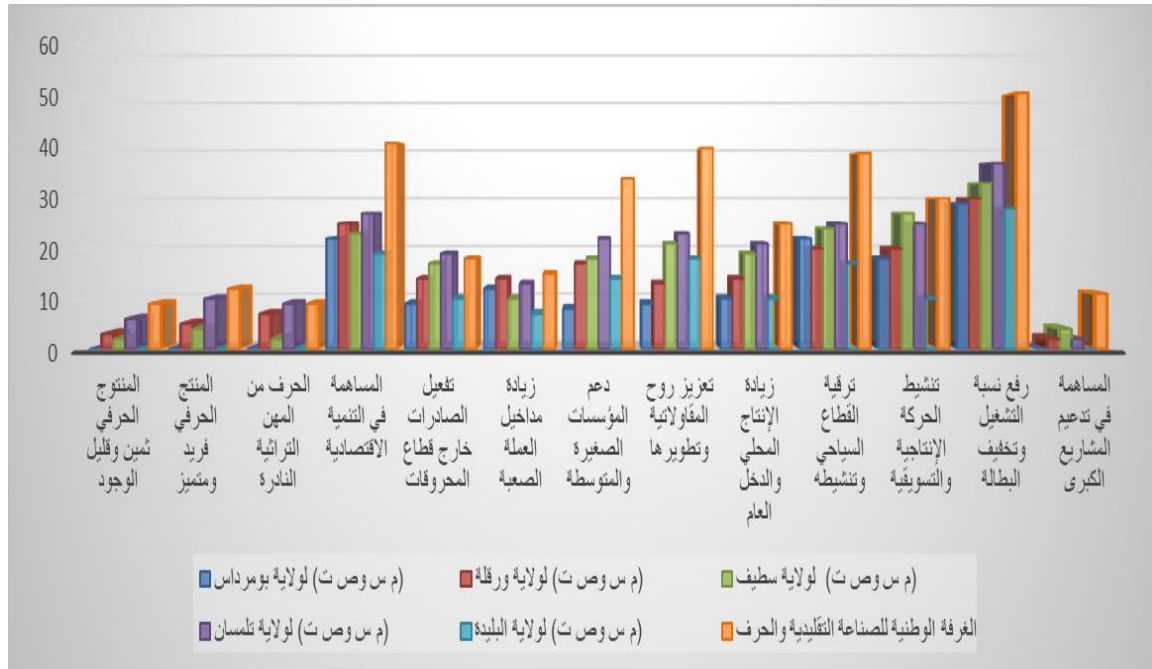
- فئة الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة

- فئة الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة

الجدول رقم (06): يبين فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف

الفئات ومؤشراتها														
الصفحات		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		
الجموع		الغرفة صناعة التقليدية والحرف		(م س وص ت) لولاية البليدة		(م س وص ت) لولاية تلمسان		(م س وص ت) لولاية سطيف		(م س وص ت) لولاية ورقلة		(م س وص ت) لولاية بومرداس		
ت		%		ت		%		ت		%		ت		
%		ت		%		ت		%		ت		%		
20		2,69%		0		2,51%		2		1,63%		0		
31		3,59%		0		4,18%		4		2,72%		0		
27		2,69%		0		3,77%		2		3,80%		0		
157		12,28%		19		11,30%		23		13,59%		22		
87		5,39%		10		7,95%		17		7,61%		9		
71		4,49%		7		5,44%		10		7,61%		12		
113		10,18%		14		9,21%		18		9,24%		8		
124		11,98%		18		9,62%		21		7,07%		9		
99		7,49%		10		8,79%		19		7,61%		10		
147		11,68%		17		10,46%		24		10,87%		22		
130		8,98%		10		10,46%		27		10,87%		18		
208		15,27%		28		15,48%		33		16,30%		29		
19		3,29%		0		0,84%		4		1,09%		0		
1233		100%		133		100%		204		100%		139		
الجموع														

رسم بياني رقم (03): يبين فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف



القراءة التحليلية:

تشير البيانات الموضحة في الجدول والرسم البياني أعلاه إلى مجموعة المواضيع المتعلقة بالقيمة والأهمية الاقتصادية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة، وقد عادت النسب الأعلى لفئة القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية فقد احتلت مؤشراتها أعلى النسب، حيث عرف مؤشر رفع نسبة التشغيل وتخفيف البطالة النسبة الأكبر قُدرت بـ 16.87% ثم بعده مؤشر المساهمة في التنمية الاقتصادية بنسبة 12.73%، في حين جاء بعدها مؤشر ترقية القطاع السياحي وتنشيطه بنسبة 11.92%، بعدها جاءت مؤشرات تنشيط الحركة الإنتاجية والتسويقية وتعزيز روح المقاولاتية وتطويرها بنسب متقاربة 10.54% و 10.06%، تلتها مؤشرات دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بنسبة 9.16%، زيادة الإنتاج المحلي والدخل الخام بنسبة 8.03%، تفعيل الصادرات خارج قطاع المحروقات بنسبة 7.06%، ثم مؤشر زيادة مداخيل العملة الصعبة بنسبة 6.76%، وفي الأخير كانت النسبة الأضعف في هذه الفئة لمؤشر المساهمة في تدعيم المشاريع الكبرى“ بـ 1.54%، ومن جهة أخرى لاحظنا أن النسب الأقل كانت من نصيب فئة قيمة الندرة، حيث

جاءت مؤشراتنا بنسب ضعيفة وشبه معدومة، والتي كانت كالتالي: المنتج الحرفي فريد ومتميز بنسبة 2,51% والحرف من المهن التراثية نادرة الوجود “بـ 2.19 %، ثم أخيراً المنتج الحرفي ثمين وقليل الوجود “بـ 1.62%.

من خلال قراءة النتائج المبينة في الجدول أعلاه، وجدنا أن المجموع الكلي للتكرارات وصل إلى (1233) تكرار وكان أكبر من المجموع الكلي للمنشورات والذي عدده هو (998) منشور، وهذا راجع لاحتواء المنشور الواحد لأكثر من قيمة في نفس الوقت، ويُفسر مجيء المواضيع المرتبطة بالقيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية بالترتيب الأول في منشورات الصفحات المدروسة لأن هذه القيمة تعتبر من المحاور المهمة والأساسية للاستراتيجية التنموية للقطاع الحرفي في الجزائر، لهذا كان تركيزها على إبراز قيمة وأهمية الحرف والصناعات التقليدية كونها تساهم في رفع نسبة التشغيل وتخفيف البطالة من خلال نشرها لبعض الأرقام المتعلقة بما حققه قطاع الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية في رفع نسبة التشغيل وتخفيف البطالة، وكذا أظهرت الصفحات في منشوراتها الدور الكبير للحرف والصناعات التقليدية في المساهمة بالتنمية الاقتصادية وهذا أيضا ما أكدته (رشيدة عيساني، مارس 2023) على تركيز الصفحة الخاصة بهم على الجانب والقيمة الاقتصادية للحرف والصناعات التقليدية، وهذا من أجل الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية، من خلال نشر وطرح مختلف المواضيع والمضامين المتعلقة بالقطاع السياحي وارتباطاته بالحرف والصناعات التقليدية وكيف تؤثر فيه وتعمل على ترقيته وتنشيطه، ولا ننسى الدور والأهمية الكبيرة للحرف في تنشيط الحركة الإنتاجية والتسويقية وهنا وجدنا منشورات كثيرة أظهرت الأهمية الكبيرة للحرف في انتعاش الأسواق من خلال المعارض والتظاهرات الوطنية والدولية، ولا ننسى تعزيز روح المقاوالاتية وتطويرها ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي كانت أهم المرتكزات التي تحرص دائما الصفحات المدروسة على نشرها في صفحاتها وهذا لأنها أساس الإستراتيجية التنموية والترقوية التي تبناها الجزائر، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (xiaofang zhan , stuart

(walker,2018) بأن القيمة الاقتصادية للحرف اليدوية قد برزت إلى حد ما من خلال الاستفادة بشكل كبير من منصات التجارة الإلكترونية مثل Taobao وdongjia وكذا الوكالات الثقافية للصناعات الإبداعية في الترويج للمنتوجات الحرفية، وذلك ساعد على زيادة الدخل للحرفيين المهمشين وتعزيز مكانتهم الاجتماعية، وهذا ما حفز إقبال الشباب على تحويل حياتهم المهنية إلى الحرف مما شكل مجتمعات أكثر تفاعلية ومساحة لتقارب الحرفيين، وهذا ما خلق القيمة الاجتماعية للحرف اليدوية في المجتمع الصيني، وأيضا لاحظنا وجود منشورات قليلة جدا أظهرت فيها بعض الصفحات المدروسة قيمات أخرى إضافية تمثل القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية أكدت فيها على دور النشاط الحرفي في زيادة الإنتاج والدخل الخام وكذا تفعيل الصادرات خارج قطاع المحروقات وزيادة مداخل العملة الصعبة والمساهمة في تدعيم المشاريع الكبرى، وحسب رأينا فإن القيمات السابقة الذكر جد مهمة ولكن نوعا ما هي ناقصة في مضامين منشورات الصفحات رغم أنها من بين محاور الإستراتيجية التنموية للقطاع الحرفي في الجزائر، وهذا راجع دائما لتركيز هذه الصفحات على الجوانب الأخرى كالسياحة والتشغيل وإغفالها لهذه الجوانب وهذا ما قد يؤثر على ترقية وتطوير القطاع الحرفي، أيضا **قيمة الندرة** تقريبا غائبة في منشورات مضامين الصفحات المدروسة وربما سبب هذا كما ذكرنا سابقا هو التركيز على القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية بالدرجة الأولى والإهمال لقيمة الندرة التي تعد جزءا لا يتجزأ من القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف والصناعات التقليدية، رغم هذا وجدنا بعض المنشورات لبعض الصفحات أظهرت فيها قيمة الندرة والتي نشرت فيها أهمية المنتج الحرفي كونه ثمينا وقليل الوجود ومتميزا وفريدا، كما أشادت بأهمية الحرف كونها من المهن التراثية النادرة.

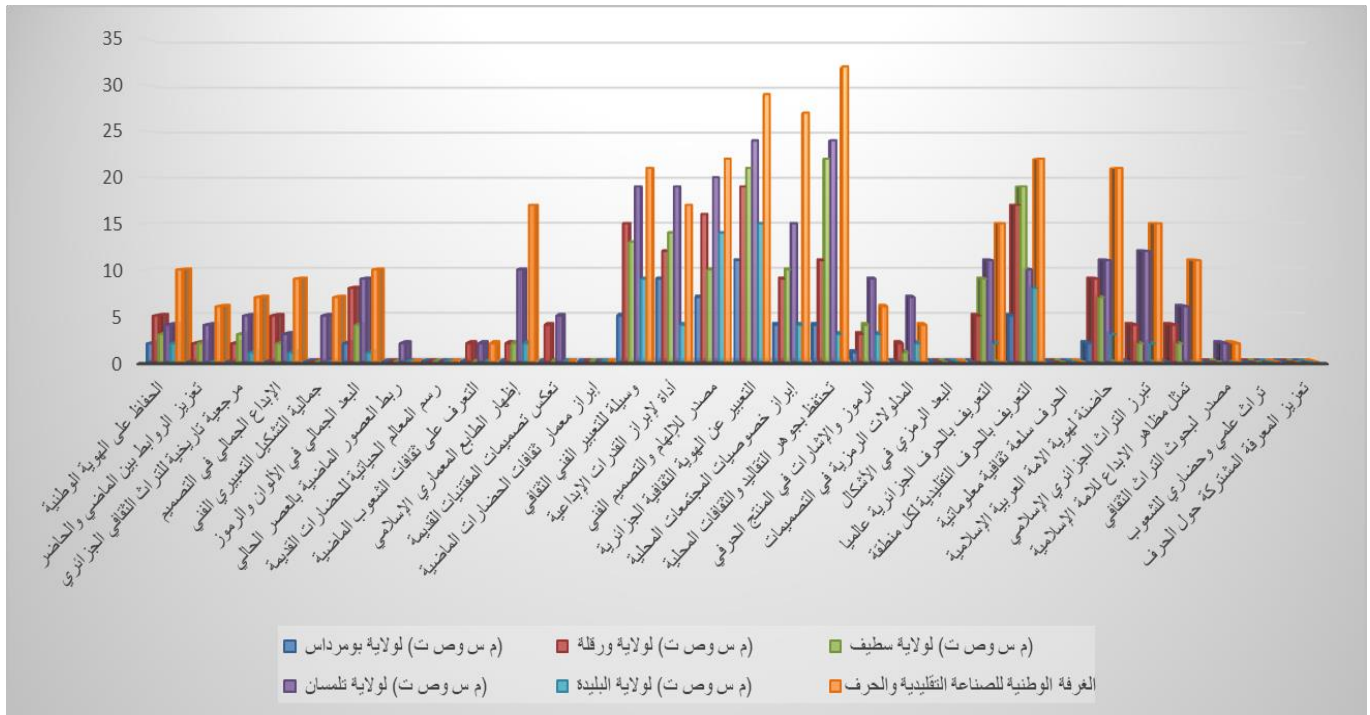
الجدول رقم (07): يبين فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف

الجموع		غرفة الصناعة التقليدية والحرف		(م س وص ت) لولاية البلدية		(م س وص ت) لولاية تلمسان		(م س وص ت) لولاية سطيف		(م س وص ت) لولاية ورقلة		(م س وص ت) لولاية بومرداس		الصفحات		الفئات ومؤشراتها		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت					
%2,64	26	%3	10	%2,63	2	%1,68	4	%2,00	3	%3,21	5	%3,85	2	الحفاظ على الهوية الوطنية	القيمة التاريخية	المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف		
%1,42	14	%2	6	%0,00	0	%1,68	4	%1,33	2	%1,28	2	%0,00	0	تعزيز الروابط بين الماضي والحاضر				
%1,83	18	%2	7	%1,32	1	%2,10	5	%2,00	3	%1,28	2	%0,00	0	مرجعية تاريخية للتراث الجزائري				
%2,03	20	%3	9	%1,32	1	%1,26	3	%1,33	2	%3,21	5	%0,00	0	الإبداع الجمالي في التصميم	القيمة الجمالية			
%1,22	12	%2	7	%0,00	0	%2,10	5	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	جمالية التشكيل التعبيري الفني				
%3,46	34	%3	10	%1,32	1	%3,78	9	%2,67	4	%5,13	8	%3,85	2	البعد الجمالي في الألوان والرموز				
%0,20	2	%0	0	%0,00	0	%0,84	2	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	ربط العصور الماضية بالعصر الحالي	القيمة الأثرية			
%0,00	0	%0	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	رسم المعالم الحياتية للحضارات القديمة				
%0,61	6	%1	2	%0,00	0	%0,84	2	%0,00	0	%1,28	2	%0,00	0	التعرف على ثقافات الشعوب الماضية				
%3,35	33	%5	17	%2,63	2	%4,20	10	%1,33	2	%1,28	2	%0,00	0	إظهار الطابع المعماري الإسلامي	القيمة المعمارية			
%0,91	9	%0	0	%0,00	0	%2,10	5	%0,00	0	%2,56	4	%0,00	0	تعكس تصميمات المقتنيات القديمة				
%0,00	0	%0	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	إبراز معمار ثقافات الحضارات الماضية				

الفصل الخامس تقييم لدور صفحات الفيسبوك للفاعلين كأداة مساهمة في تثمين الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية

وسيلة للتعبير الفني الثقافي	5	%9,62	15	%9,62	13	%8,67	19	%7,98	9	%11,84	21	%7	82	%8,33
أداة لإبراز القدرات الإبداعية	9	%17,31	12	%7,69	14	%9,33	19	%7,98	4	%5,26	17	%5	75	%7,62
مصدر للإلهام والتصميم الفني	7	%13,46	16	%10,26	10	%6,67	20	%8,40	14	%18,42	22	%7	89	%9,04
التعبير عن الهوية الثقافية الجزائرية	11	%21,15	19	%12,18	21	%14,00	24	%10,08	15	%19,74	29	%9	119	%12,09
إبراز خصوصيات المجتمعات المحلية	4	%7,69	9	%5,77	10	%6,67	15	%6,30	4	%5,26	27	%9	69	%7,01
تحتفظ بجوهر التقاليد والثقافات المحلية	4	%7,69	11	%7,05	22	%14,67	24	%10,08	3	%3,95	32	%10	96	%9,76
الرموز والإشارات في المنتج الحرفي	1	%1,92	3	%1,92	4	%2,67	9	%3,78	3	%3,95	6	%2	26	%2,64
المدلولات الرمزية في التصميمات	0	%0,00	2	%1,28	1	%0,67	7	%2,94	2	%2,63	4	%1	16	%1,63
البعد الرمزي في الأشكال	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0	0	%0,00
التعريف بالحرف الجزائرية عالميا	0	%0,00	5	%3,21	9	%6,00	11	%4,62	2	%2,63	15	%5	42	%4,27
التعريف بالحرف التقليدية لكل منطقة	5	%9,62	17	%10,90	19	%12,67	10	%4,20	8	%10,53	22	%7	81	%8,23
الحرف سلعة ثقافية معلوماتية	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0	0	%0,00
حاضنة هوية الامة العربية الإسلامية	2	%3,85	9	%5,77	7	%4,67	11	%4,62	3	%3,95	21	%7	53	%5,39
تبرز التراث الجزائري الإسلامي	0	%0,00	4	%2,56	2	%1,33	12	%5,04	2	%2,63	15	%5	35	%3,56
تمثل مظاهر الإبداع للامة الإسلامية	0	%0,00	4	%2,56	2	%1,33	6	%2,52	0	%0,00	11	%4	23	%2,34
مصدر لبحوث التراث الثقافي	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	2	%0,84	0	%0,00	2	%1	4	%0,41
تراث علمي وحضاري للشعوب	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0	0	%0,00
تعزيز المعرفة المشتركة حول الحرف	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0	0	%0,00
المجموع	52	%100	156	%100	150	%100	238	%100	76	%100	312	%100	984	%100

رسم بياني رقم (04): يبين فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف



القراءة التحليلية:

تشير الأرقام الموضحة في الجدول والشكل البياني أعلاه إلى المواضيع المتعلقة بالقيمة والأهمية الثقافية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة، فقد أظهرت بيانات الجدول أعلاه إلى أن فئة **قيمة الهوية** تصدر قائمة الفئات، حيث إن مؤشر التعبير عن الهوية الثقافية الجزائرية هو الذي عرف أكبر نسبة والتي قدرت بـ 12.09%، يليها مؤشر الاحتفاظ بجوهر التقاليد والثقافات المحلية“ بنسبة 9.76% ثم مؤشر مصدر للإلهام والتصميم الفني بنسبة 9.04%، بعدها جاءت فئة **القيمة الفنية** حيث جاء مؤشر وسيلة للتعبير الفني الثقافي بنسبة 8,33%، وبعده جاء المؤشر التابع لفئة **القيمة المعلوماتية** التعريف بالحرف التقليدية لكل منطقة بنسبة 8,23% ، ثم جاء مؤشر أداة لإبراز القدرات الإبداعية والتابع لفئة **القيمة الفنية** بنسبة 7,62% ، ثم تلاه مؤشر إبراز خصوصيات المجتمعات المحلية بنسبة 7,01% والتابع بدوره لفئة قيمة الهوية، ثم ظهر مؤشر حاضنة لهوية الأمة العربية الإسلامية بنسبة 5,39%، كما بينت الأرقام في الجدول وجود نسب ضعيفة مقارنة

ومتراوحة بين 4% و1% لكل من المؤشرات التالية: التعريف بالحرف الجزائرية عالميا بنسبة 4,27%، إبراز التراث الجزائري الإسلامي بنسبة 3,56%، ثم البعد الجمالي في الألوان والرموز “3.46%، تلاه مؤشر إظهار الطابع المعماري الإسلامي 3.35%، بعدها مؤشري الحفاظ على الهوية الوطنية والرموز والإشارات في المنتج الحرفي ب 2,64%، تمثيل مظاهر الإبداع للأمة الإسلامية 2.34%، الإبداع الجمالي في التصميم ب 2,03%، مرجعية تاريخية للتراث الثقافي الجزائري 1.83%، المدلولات الرمزية في التصميمات 1.63%، تعزيز الروابط بين الماضي والحاضر 1.42%، جمالية التشكيل التعبيري الفني 1.22%، وكانت النسب الضعيفة جدا لمؤشر تعكس تصميمات المقتنيات القديمة بنسبة 0,91%، التعرف على ثقافات الشعوب الماضية ب 0,61%، ثم مؤشر مصدر لبحوث التراث الثقافي بنسبة 0,41%، بعدها مؤشر ربط العصور الماضية بالعصر الحالي بنسبة 0,20%.

من جهة أخرى تم ملاحظة أن كُلاً من مؤشرات رسم المعالم الحياتية للحضارات القديمة، وإبراز معمار ثقافات الحضارات القديمة، البعد الرمزي في الأشكال، الحرفة سلعة ثقافية معلوماتية، تراث علمي وحضاري للشعوب، المعرفة المشتركة حول الحرف، قد عرفت نسب منعدمة 0%.

ولو أردنا تفسير النتائج السابقة ومن خلال قراءة النتائج المبينة في الجدول أعلاه، فقد وجدنا أن المجموع الكلي للتكرارات لفئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف وصل إلى (984) تكرار والذي كان أقل نوعا ما من المجموع الكلي للمنشورات والذي عدده (998) منشور، وتفسير لهذه النتائج يمكن القول إن السبب هو نقص اهتمام الصفحات المدروسة بإبراز الأهمية الثقافية للحرف كأولوية في منشوراتها، لكن رغم هذا كانت هناك بعض المنشورات التي عملت على إبراز قيمة وأهمية الحرف والصناعات التقليدية في الجانب الثقافي، حيث ركزت بالدرجة الأولى على قيمة الهوية التي تمثلها الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية كونها أساس الهوية الثقافية الجزائرية، عن طريق نشرها لمضامين تبرز قيمة الهوية للحرف على

أنها تُعد أداة للتعبير عن مقومات الهوية الثقافية الجزائرية وهي في حد ذاتها تشكل الذات الثقافية الجزائرية المعبرة عن الهوية الوطنية الجزائرية (عليوش، 2022، ص95) وتتفق النتيجة السابقة مع نتيجة دراسة (قواسم بن عيسى، 2020) بشأن نشر توظيف التراث الثقافي بصفة عامة والتراث الحرفي بصفة خاصة عبر الوسائط الرقمية الذي يزيد في قيمة حضوره، ونقله للمتلقى تدريجيا من أجل التأسيس لنماذج تراثية تفاعلية أساسها الحداثة للحفاظ على الهوية والثقافة الوطنية وتقاليدها وتراثها، وهذا ما أكدته لنا أيضا السيدة (رشيدة عيساني، مارس 2023) بأنهم يركزون بالدرجة الأولى على طرح المضامين المرتبطة بالقيمة الفنية وبالأخص قيمة الهوية في صفحاتهم لأنه حسب رأيها هذه القيمة مرتبطة بالموروث الثقافي الجزائري وتعبّر عنه وهذا ما يساهم في إبراز الهوية الثقافية الجزائرية ككل، كما نشرت الصفحات المدروسة في مضامينها أيضا بأن الحرف والصناعة التقليدية وعاء يمكن من خلاله إبراز خصوصيات المجتمعات المحلية والحرف وهذه الحرف أيضا يمكن عن طريقها الاحتفاظ بجوهر التقاليد والثقافات المحلية وهذا ما لاحظناه كثيرا في منشورات الصفحات لأنه كما نعلم هذه الصفحات هي تابعة لمديريات ولائية من مختلف مناطق الوطن ولكل ولاية موروث حرفي خاص بها، ولهذا تسعى كل مديرية ولائية من خلال صفحاتها الرسمية على موقع الفيسبوك لإبراز وإظهار نوع الحرف والصناعات التقليدية التي تميزها عن باقي مناطق الوطن، وبعد قيمة الهوية اهتمت الصفحات المدروسة بالقيمة الفنية للحرف والصناعات التقليدية الجزائرية، حيث حرصت في منشوراتها على تقديمها دوما بأنها مصدر للإلهام والتصميم الفني وكذا وسيلة للتعبير الفني الثقافي الجزائري، وكما تعد وسيلة للحفاظ على التقاليد الفنية والثقافية وتعزيزها (بن زعرور، 2020)، كما تعتبر وسيلة لإبراز القدرات الإبداعية، ويمكن تفسير اهتمام هذه الصفحات بالقيمة الفنية في منشوراتها لكون الجزائر في استراتيجياتها التنموية والترقوية للنشاط الحرفي تركز بالدرجة الأولى على القيمة الفنية للحرف وتحمل باقي الجوانب والأنواع الأخرى للحرف لأن الحرف والصناعة التقليدية الفنية تمثل المجال التراثي المرتبط بالثقافة والهوية والأصالة الجزائرية (بن زعرور 2020) وحتى الحرفيين

أغلبهم يتوجهون للحرف الفنية، هذا سبب الاهتمام الكبير من طرف الصفحات المدروسة بنشر الجانب والقيمة الفنية للحرف والتركيز عليها ومثال على ذلك تصميمات السلال والأطباق والتحف الفنية التقليدية الراقية المصنوعة من الطين وسعف النخيل الخاصة بولاية ورقلة، وتتفق النتيجة السابقة مع نتيجة دراسة (غوي شقرون، 2017) التي تطرق فيها إلى الجانب الإيجابي للوسائط الاتصالية الجديدة ، والتي تتميز بالقدرة على نشر الأعمال الفنية بهدف المحافظة على التراث، وكذا التطوير الثقافي عن طريق توسيع أفاق الفرد، وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية، وإطلاق قدراته الإبداعية، أما القيمة المعلوماتية والخاصة بالتعريف بالحرف التقليدية لكل منطقة فوجدناها بنسب قليلة جدا في المنشورات التي تحرص فيها مديريات الصناعة التقليدية من خلال صفحاتها على إبراز الحرف التقليدية الخاصة بكل منطقة وولاية من ولايات الوطن وهذا ما يعزز صورة الحرف والصناعات التقليدية في المجتمع الجزائري ومثال على ذلك التصميمات والرموز المتواجدة في التحف الفنية الخاصة بولاية ورقلة هذا على المستوى المحلي، أما المستوى العالمي فوجدنا بعض المنشورات التي ساهمت في التعريف بالحرف الجزائرية عالميا وتعود قلة هذا النوع من المنشورات رغم دورها في إبراز القيمة والأهمية الثقافية للحرف عالميا والتعريف بها وحتى الحفاظ عليها من السرقة والتقليد بسبب نقص الاهتمام بثقافة نشر التراث الحرفي، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (سعيد يقطين، 2020) التي بينت نتائجها أن الوسائط الجديدة أتاحت للتراث الشعبي ما عجزت عنه الوسائط القديمة والتقليدية من انتشار وحضور وتعريف، إلا أن الثقافة الشعبية العربية بصفة عامة ظلت عاجزة عن التحليق في فضاءات الإبداع والتلاؤم مع منجزات العصر الرقمي والتعامل مع تقنياته بسبب عدم التفكير والتخطيط الجادين لتطوير الاهتمام بالموثرات الشعبية العربية من منظور جديد يتلاءم مع ما توفره الوسائط التفاعلية الجديدة، ولا ننسى أيضا القيمة الدينية التي ظهرت لنا في بعض منشورات الصفحات المدروسة التي حرصت على إظهار الحرف والصناعة التقليدية على أنها حاضنة لهوية الأمة العربية الإسلامية وتساهم في إبراز التراث الجزائري الإسلامي، ومثال على ذلك ما

وجدناه في منشورات بعض صفحات عينة الدراسة كصفحة ولاية تلمسان التي دائما تحرص على إبراز البعد والقيمة الدينية للحرف لأنه كما نعلم ولاية تلمسان تتميز بتراثها الحرفي ومعمارها الإسلامي العريق، ومثال على ذلك المساجد العريقة والزوايا القديمة في تلمسان، وأما القيمات والأهميات التي كان تواجهها في مضامين الصفحات المنشورة قليلا جدا أو نادرا، فكانت **القيمة الجمالية** والمتمثلة في البعد الجمالي في الألوان والرموز، وكذا الإبداع الجمالي في التصميمات الحرفية، جمالية التشكيل التعبيري الفني التي تظهر في الألوان والأشكال الزخرفية في الصناعات التقليدية، وأيضا **القيمة المعمارية** المتمثلة في إظهار الطابع المعماري الإسلامي تعكس تصميمات المقتنيات والتصميمات الحرفية القديمة، وكذا إبراز معمار ثقافات الحضارات القديمة والتي وجدناها في منشورات الصفحة الخاصة بولاية تلمسان وولاية ورقلة اللتين تتميزان بطابع عمراني متميز أساسه الحرف مثال على ذلك إبراز الطابع الهندسي الزخرفي الزباني الذي يميز قصور ومباني ولاية تلمسان كالمنارة الحمراء والقصور في ولاية ورقلة ، وأيضا **القيمة التاريخية** التي تعتبر الحرف والصناعات التقليدية مصدرا للحفاظ على الهوية الوطنية، ومرجعية تاريخية للتراث الثقافي الجزائري وأداة تساهم في تعزيز الروابط بين الماضي والحاضر، فالحرف باعتبارها عنصرا من التراث الإبداعي توفر وسيلة مباشرة لأشكال التعبير الثقافي التي غالبا ما تكون فردية من نوعها لبلد أو منطقة أو مجتمع، حيث تستحضر هذه المنتجات جوانب من جوانب التاريخ الجزائري وتقاليد المحلية (بن زعرور، 2021)، وتبرز أهميتها التاريخية في كونها الأساس الذي تقوم عليه الحياة الاجتماعية للمجتمع الجزائري والمصدر الرئيسي لنظامها الاقتصادي عبر المراحل التاريخية (عليوش، 2022، ص 90) وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Obiageli Pauline OHIAGU, Victor Ogbonnaya (OKORIE, 2014)، والتي بينت إحدى نتائجها أن الوسائط الاتصالية الجديدة هي قنوات لنقل واستمرارية التراث الثقافي ككل بما فيه الحرف والصناعات التقليدية من الماضي إلى الحاضر، فوسائل الإعلام الجديدة وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي واصلت الوظيفة التقليدية لوسائل الإعلام في نقل التراث الثقافي بصفة

عامة والحرف والصناعات التقليدية بصفة خاصة عبر الحدود ولكن بمساهمة بشكل أكبر وأقوى من الوسائل التقليدية التي كانت محصورة ومحدودة.

أما القيمات والأهميات التي عُيبت عن مضامين ومنشورات الصفحات المدروسة والتي تقريبا لم نجدها بمنشورات هذه الصفحات هي **القيمة الرمزية** والمتمثلة في الرموز والإشارات في المنتج الحرفي، والمدلولات الرمزية في التصميمات والبعد الرمزي في الأشكال، وكذلك **القيمة الأثرية** للحرف والصناعات التقليدية التي تساهم في التعرف على ثقافات الشعوب الماضية، ربط العصور الماضية بالعصر الحالي، رسم المعالم الحياتية للحضارات القديمة، ومن جهة أخرى تم ملاحظة الغياب التام لعرض وإظهار **القيمة العلمية** للحرف والصناعات التقليدية في منشورات الصفحات المدروسة على اعتبار الحرفة سلعة ثقافية معلوماتية، وبأنها تراث علمي وحضاري للشعوب، وهي مصدر لبحوث التراث الثقافي، وكما تساهم في تعزيز المعرفة المشتركة حول الحرف هذه القيمة المهمة عُيبت تماما من منشورات الصفحات المدروسة فلم نجد أي منشور يتحدث عن هذه القيمة، ويفسر هذا كما قلنا سابقا عدم وجود ثقافة الاهتمام بالجانب العلمي والتربوي للتراث الحرفي من طرف المجتمع الجزائري والاهتمام فقط والتركيز على القيمة الفنية، وكذا عدم حرص الفاعلين في النشاط الحرفي على الجانب العلمي والبحثي في هذا المجال، فالجانب البحثي والعلمي حول النشاط الحرفي الجزائري لم يتم تناوله وعرضه في مضامين الصفحات المدروسة، فالمنشورات المتعلقة به قليلة جدا وأحيانا منعدمة، وهذا ما يتفق مع ما طرحه الباحث **شكري بن زعرور** بشأن قلة البحوث العلمية، فحسب رأيه بالرغم من أهمية هذا القطاع فلم يحظ بالبحوث والدراسات العلمية اللازمة لتحليله وفهم إشكالياته وأدواره، فبغض النظر عن البحوث الجامعية القليلة للطلبة لم يتعرض قطاع الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر للدراسة إلا قليلا، فالدراسات حول قطاع الحرف في الجزائر نادرة ومجزأة، والدراسة الوحيدة والشاملة التي وجدناها دراسة قد أعدتها الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية سنة 2010 بتكليف من وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية (**شكري بن**

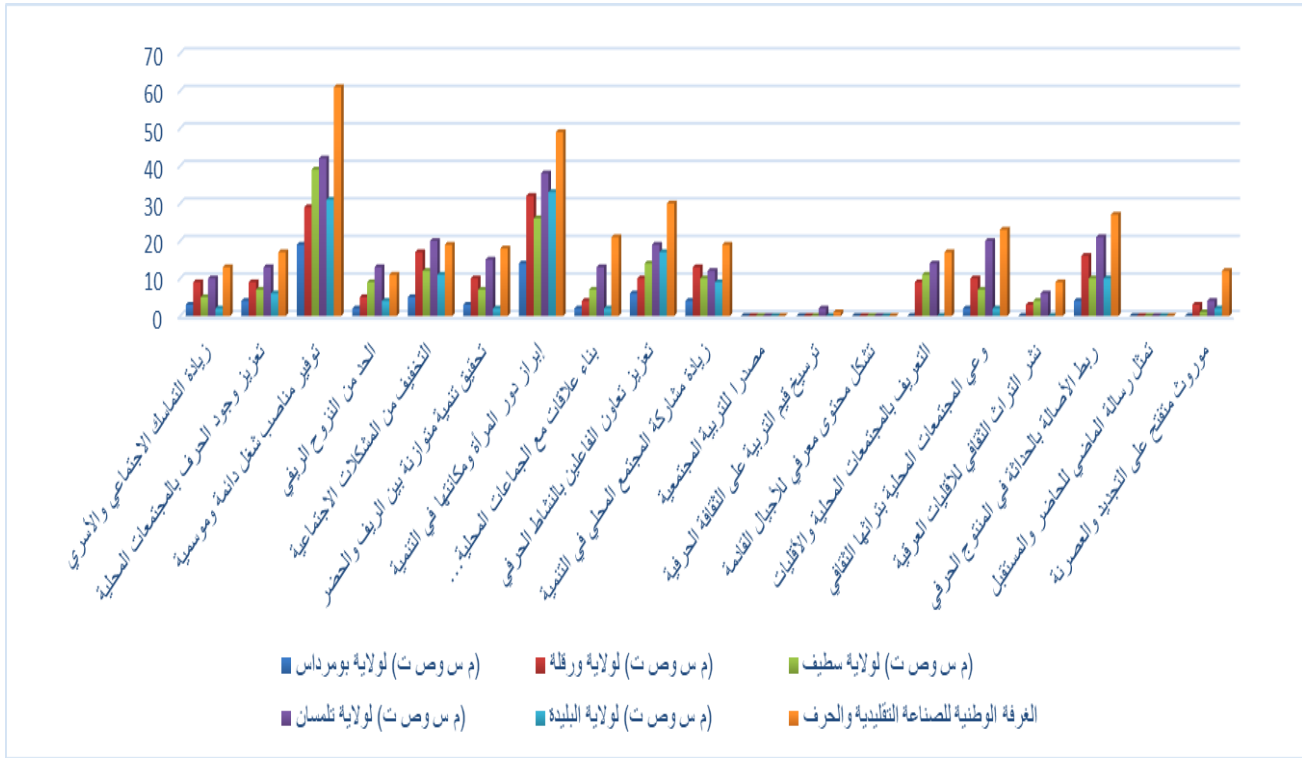
زعرور، 2021) وتتفق النتائج السابقة مع نتيجة دراسة (قواسم بن عيسى، 2020) والتي بينت نتائجها أن الإعلام التراثي بوسائله المختلفة ورسائله الهادفة إلى المحافظة على التراث الحضاري وحمايته من الاندثار وصيانه ونشره أضحي اليوم أكثر من وقت مضى سلوكا استراتيجيا حتميا باعتباره حاميا لذاكرة الأمم بشكل خاص، والإنسانية بشكل عام، غير أن جهود الجزائر في هذا المجال تبقى محتشمة وضعيفة، ولا ترقى إلى مستوى الكم الهائل والنوعي من التراث الحضاري الذي تزخر به الجزائر وتكتنزه في موروثاتها الثقافية، والدليل على ذلك أن المضامين والبرامج الإعلامية ذات الطابع الثقافي التراثي قليلة جدا، ولا شك أن أي تقصير في مجال الإعلام التراثي يعتبر تهديدا للهوية الوطنية وتعثرا في أهداف التنمية المستدامة، لكن رغم كل السلبيات السابقة فقد أكدت لنا السيدة (رشيدة عيساني، مارس 2023) بأنه يوجد مساعٍ من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية في هذا المجال فهي تعمل في مخططاتها القادمة على إبراز القيمة العلمية والمعمارية للحرف من خلال تكثيف البحوث والدراسات في هذا المجال والحث على إظهار هذه القيمات.

الجدول رقم (08): يبين فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف

الصفحات		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		الغرفة للصناعة التقليدية والحرف		المجموع	
الفتات ومؤشراتهما		ت		%		ت		%		ت		%		ت		%	
المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف	بصفة عامة	زيادة التماسك الاجتماعي والأسري		3	4,41%	9	5,03%	5	2,96%	10	3,82%	2	1,53%	13	3,75%	42	3,63%
		تعزيز وجود الحرف بالمجتمعات المحلية		4	5,88%	9	5,03%	7	4,14%	13	4,96%	6	4,58%	17	4,90%	56	4,84%
		توفير مناصب شغل دائمة وموسمية		19	27,94%	29	16,20%	39	23,08%	42	16,03%	31	23,66%	61	17,58%	221	19,12%
		الحد من النزوح الريفي		2	2,94%	5	2,79%	9	5,33%	13	4,96%	4	3,05%	11	3,17%	44	3,81%
		التخفيف من المشكلات الاجتماعية		5	7,35%	17	9,50%	12	7,10%	20	7,63%	11	8,40%	19	5,48%	84	7,27%
		تحقيق تنمية متوازنة بين الريف والحضر		3	4,41%	10	5,59%	7	4,14%	15	5,73%	2	1,53%	18	5,19%	55	4,76%
		إبراز دور المرأة ومكانتها في التنمية		14	20,59%	32	17,88%	26	15,38%	38	14,50%	33	25,19%	49	14,12%	192	16,61%
		بناء علاقات مع الجماعات المحلية لتوحيد الجهود لاستغلال الإقليم		2	2,94%	4	2,23%	7	4,14%	13	4,96%	2	1,53%	21	6,05%	49	4,24%
		تعزيز تعاون الفاعلين بالنشاط الحرفي		6	8,82%	10	5,59%	14	8,28%	19	7,25%	17	12,98%	30	8,65%	96	8,30%

زيادة مشاركة المجتمع المحلي في التنمية	4	%5,88	13	%7,26	10	%5,92	12	%4,58	9	%6,87	19	%5,48	67	%5,80
مصدر للتربية المجتمعية	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00
القيمة التربوية	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	2	%0,76	0	%0,00	1	%0,29	3	%0,26
تشكل محتوى معرفي للأجيال القادمة	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00
التعريف بالمجتمعات المحلية والأقليات	0	%0,00	9	%5,03	11	%6,51	14	%5,34	0	%0,00	17	%4,90	51	%4,41
القيمة العرقية	2	%2,94	10	%5,59	7	%4,14	20	%7,63	2	%1,53	23	%6,63	64	%5,54
نشر التراث الثقافي للأقليات العرقية	0	%0,00	3	%1,68	4	%2,37	6	%2,29	0	%0,00	9	%2,59	22	%1,90
ربط الأصالة بالحدثة في المنتج الحرفي	4	%5,88	16	%8,94	10	%5,92	21	%8,02	10	%7,63	27	%7,78	88	%7,61
قيمة الحدثة	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00
تمثل رسالة الماضي للحاضر والمستقبل	0	%0,00	3	%1,68	1	%0,59	4	%1,53	2	%1,53	12	%3,46	22	%1,90
موروث متفتح على التجديد والعصرية	0	%0,00	3	%1,68	1	%0,59	4	%1,53	2	%1,53	12	%3,46	22	%1,90
المجموع	68	%100	179	%100	169	%100	262	%100	131	%100	347	%100	1156	%100

رسم بياني رقم (05): يبين فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف



القراءة التحليلية:

تشير البيانات الموضحة في الجدول والرسم البياني أعلاه إلى مجموعة المواضيع المتعلقة بالقيمة والأهمية الاجتماعية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة، ومن خلال الأرقام والنسب المبينة في الجدول أعلاه والمتعلق بالمواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف وجدنا أن مؤشر توفير مناصب شغل دائمة وموسمية قد عرف أعلى نسبة قدرت بـ 19.12% يليها مؤشر إبراز دور المرأة ومكانتها في التنمية بنسبة 16.61%، كما عرف كل من المؤشرات التالية نسباً متقاربة يمكن تقييمها من متوسطة إلى ضعيفة نوعاً ما، وتمثلت في: تعزيز تعاون الفاعلين بالنشاط الحرفي بنسبة 8.30%، ربط الأصالة بالحدثة في المنتج الحرفي بنسبة 7.61% والذي يمثل فئة قيمة الحدثة، بعدها مؤشر التخفيف من المشكلات الاجتماعية بنسبة 7.27% ثم مؤشر زيادة مشاركة المجتمع المحلي في التنمية 5.80%، ثم مؤشر وعي المجتمعات المحلية بتراتها الثقافية بنسبة 5.54%، ثم تليها نسبة 4.76% لمؤشر تحقيق تنمية متوازنة بين الريف والحضر، بينما كانت النسبة الأضعف

لهذه المؤشرات تعزيز وجود الحرف بالمجتمعات المحلية 4,81 %، التعريف بالمجتمعات المحلية والأقليات بنسبة 4,41 %، بناء علاقات مع الجماعات المحلية لتوحيد الجهود لاستغلال الإقليم بنسبة 4,24 %، ثم مؤشر وزيادة التماسك الاجتماعي والأسري بنسبة 3,63 % والحد من النزوح الريفي بنسبة 3,81 %، ثم مؤشرا نشر التراث الثقافي للأقليات العرقية وموروث متفتح على التجديد والعصرنة اللذان جاءا بنفس النسبة 1,90 %، وأخير مؤشر ترسيخ قيم التربية على الثقافة الحرفية التابع لفئة القيمة التربوية بنسبة 0,26 %.

ومن جانب آخر عرف كل من مؤشر مصدر التربية المجتمعية ومؤشر وتشكل محتوى معرفي للأجيال القادمة نسبة منعدمة واللذان يمثلان فئة القيمة التربوية، كما جاء مؤشر تمثيل رسالة الماضي للحاضر والمستقبل أيضا بنسبة منعدمة والذي يمثل بدوره فئة قيمة الحداثة.

فمن خلال قراءة النتائج المبينة في الجدول أعلاه، وجدنا أن المجموع الكلي للتكرارات لفئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف وصل إلى (1156) تكرار وكان أكبر من المجموع الكلي للمنشورات والذي عدده (998) منشور، وهذا راجع لاحتواء المنشور الواحد لأكثر من قيمة وأهمية اجتماعية في نفس الوقت، ونُفسُ هذه الزيادة لاهتمام الصفحات المدروسة بإبراز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف، وأكثر شيء ركزت عليه الصفحات المدروسة في منشوراتها هو إظهار قيمة الحرف بهذا المجال كونها تساهم كثيرا في توفير مناصب شغل دائمة وموسمية للشباب الجزائري، حيث وجدنا في منشوراتها إحصائيات وأرقام متعلقة بنسبة التشغيل والتوظيف، وكذا نشرها لنماذج لحرفيين وكذا مؤسسات وتعاونيات ومقاولات حرفية ناجحة، طبعاً كل هذا ساهم في توفير مناصب الشغل الدائمة والموسمية، وبالتالي التخفيف من المشكلات الاجتماعية التي قد تخلفها البطالة، ومن أهم النقاط التي ركزت أيضا عليها هذه الصفحات في منشوراتها هو إبراز دور المرأة ومكانتها في التنمية، حيث ركزت في هذه المنشورات على هذا الدور المحوري الذي تلعبه المرأة في قطاع الحرف والصناعة التقليدية من أجل تنميته والارتقاء به ، وهذا ما أكدته لنا السيدة (رشيدة عيساني، مارس 2023)

بأنه في منشوراتهم يركزون على جميع فئات المجتمع الجزائري بدون استثناء حتى فئات ذوي الهمم، ومن خلال تحليلنا أيضا للمنشورات ظهر لنا اهتمام هذه الصفحات بإظهار إسهامات النشاط الحرفي بتعزيز تعاون الفاعلين في هذا النشاط، وهذا ما أظهرته هذه الصفحات عن طريق نشرها لمختلف المشاريع والبرامج التعاونية التي تكون وفق نمط عمل تعاوني وتشاركي وكذلك الجمعيات الحرفية والتركيز على إبراز التعاون بين الفاعلين وهذا بناءً على الاستراتيجية التنموية التي وضعتها الجزائر من أجل تنمية النشاط الحرفي وترقيته والتي أساسها هو العمل بالمقاربة التشاركية عن طريق إشراك جميع الفاعلين في هذا النشاط والحث كذلك على زيادة مشاركة المجتمع المحلي في التنمية وإتاحة الفرص له من أجل تقديم المساهمة لتطوير هذا القطاع وحمايته، وكل ما ساعد هذا هذه الصفحات كونها تابعة لخمسة مديريات السياحة والصناعة التقليدية والتي مثلت خمس ولايات مختلفة من مناطق الوطن، فهذه المديريات أساس عملها العمل الجوّاري والمحلي، وهذا ما ساعد على تعزيز التعاون بين الفاعلين في النشاط الحرفي، أما قيمة الحداثة التي تمثلها الحرف والصناعات التقليدية فظهرت في الصفحات المدروسة في منشورات تحدثت عن أهمية المنتج الحرفي كونه يربط الأصالة بالحداثة، وموروث متفتح على التجديد والعصرنة، والقيمة العرقية فقد أظهرتها في منشورتها من خلال التأكيد على أهمية الحرف في وعي المجتمعات المحلية بتراثها الثقافي والتعريف بالمجتمعات المحلية والأقليات ونشر تراثها الثقافي، أما ما لاحظناه فهو قلة المنشورات التي تتناول أهمية الحرف كونها أداة فاعلة في تحقيق تنمية متوازنة بين الريف والحضر، وتعزيز وجودها بالمجتمعات المحلية وكذا مساهمتها في بناء علاقات مع الجماعات المحلية لتوحيد الجهود لاستغلال الإقليم وأيضاً اعتبار النشاط الحرفي يساهم في زيادة التماسك الاجتماعي وكذا الحد من النزوح الريفي.

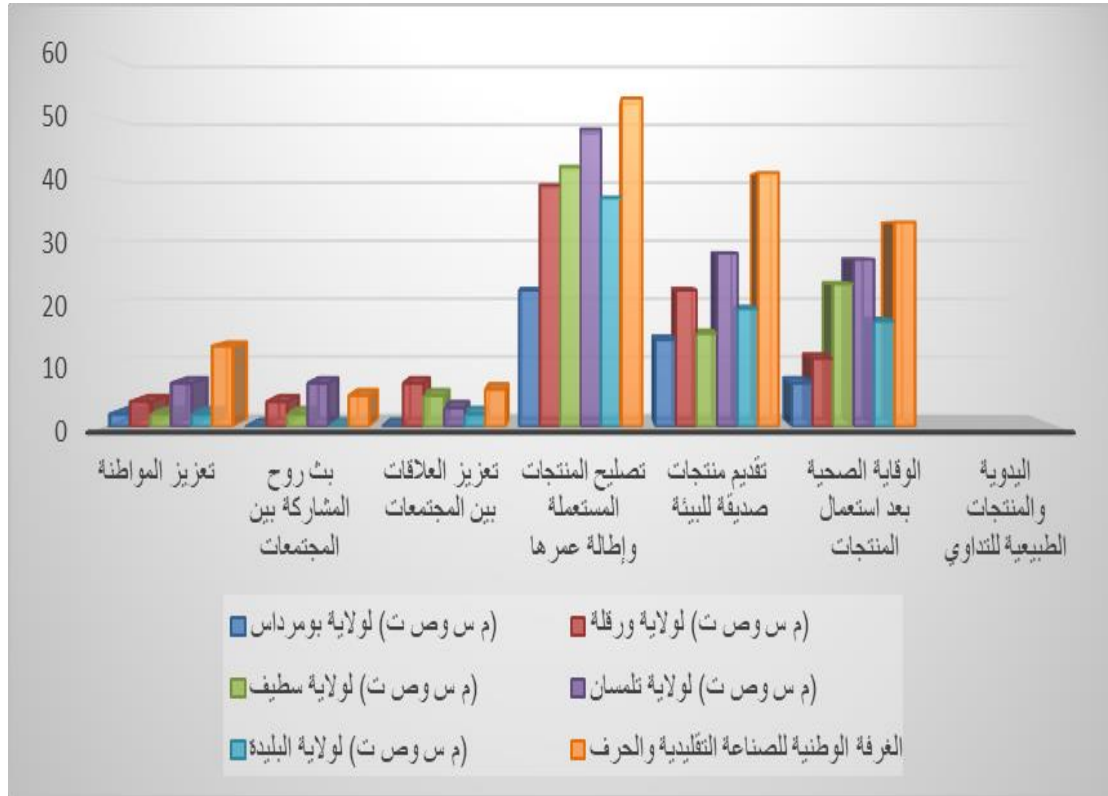
ومن جهة أخرى تم ملاحظة الغياب التام لعرض وإظهار القيمة التربوية للحرف والصناعات التقليدية في منشورات الصفحات المدروسة على اعتبار الحرف تشكل مصدراً للتربية المجتمعية التي أساسها التربية على الثقافة الحرفية، والتي تعتبر محتوى معرفياً للأجيال القادمة، فهذه القيمة رغم أهميتها غُيّبت تماماً من منشورات

الصفحات المدروسة فلم نجد منشورات أظهرت هذه القيمة، ويفسر هذا عدم وجود ثقافة الاهتمام بالجانب التربوي للحرف والصناعات التقليدية من طرف المجتمع الجزائري والاهتمام فقط والتركيز على القيمة الفنية، وكذا عدم حرص الفاعلين في النشاط الحرفي على الجانب التربوي وكذا العلمي والبحثي في هذا المجال، فالجانب التربوي في النشاط الحرفي في الجزائر قليل وناقص، وتتفق هذه النتيجة السابقة مع نتيجة دراسة (رضا عامر، 2018)، والتي بينت نتائجها أنها بالرغم من قيام الجزائر بتأسيس مراكز بحث ومؤسسات وهيئات تقوم بحفظ تراثها الشعبي كالمركز الوطني للبحث في الأنثروبولوجيا الثقافية والاجتماعية في الجزائر، وكذا مجلة حوليات التراث لجمعية مستغانم بالجزائر..... إلخ من المجالات التي أسهمت في التعريف بالتراث الثقافي الجزائري، إلا أن هذه الوسائل والمؤسسات لا تكفي وحدها وبخاصة في ظل العولمة التي تتطلب وسائل جديدة وعصرية تتكيف مع عصر التكنولوجيات والوسائط الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي التي تكون فضاء ووسطا جديدا يسهم في الحفاظ على التراث الشعبي للأمم .

الجدول رقم (09): يبين فئة المواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى

الصفحات														الفئات ومؤشراتها					
المجموع		الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف		م س و ص ت لولاية البليدة		م س و ص ت لولاية تلمسان		م س و ص ت لولاية سطيف		م س و ص ت لولاية ورقلة		م س و ص ت لولاية بومرداس							
ت %		ت %		ت %		ت %		ت %		ت %		ت %		ت %		المواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى			
30	5,27%	13	8,61%	2	2,60%	7	5,83%	2	2,25%	4	4,60%	2	4,44%	تعزيز المواطنة					القيمة السياسية
18	3,16%	5	3,31%	0	0,00%	7	5,83%	2	2,25%	4	4,60%	0	0,00%	بث روح المشاركة بين المجتمعات					
23	4,04%	6	3,97%	2	2,60%	3	2,50%	5	5,62%	7	8,05%	0	0,00%	تعزيز العلاقات بين المجتمعات والدول					
241	42,36%	53	35,10%	37	48,05%	48	40,00%	42	47,19%	39	44,83%	22	48,89%	تصليح المنتجات المستعملة وإطالة عمرها					القيمة البيئية
139	24,43%	41	27,15%	19	24,68%	28	23,33%	15	16,85%	22	25,29%	14	31,11%	تقديم منتجات صديقة للبيئة					
118	20,74%	33	21,85%	17	22,08%	27	22,50%	23	25,84%	11	12,64%	7	15,56%	الوقاية الصحية بعد استعمال المنتجات اليدوية والمنتجات الطبيعية للتداوي					
569	100%	151	100%	77	100%	120	100%	89	100%	87	100%	45	100%	المجموع					

رسم بياني رقم (06): يبين فئة المواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى



القراءة التحليلية:

من الواضح من خلال المعطيات المبينة في الجدول والرسم البياني أعلاه المتعلق بالمواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى أن فئة القيمة البيئية هي التي مثلت النسبة الأكبر، وقد جاء مؤشر تصليح المنتجات المستعملة وإطالة عمرها بنسبة 42.36% ثم يليها مؤشر تقديم منتجات صديقة للبيئة بنسبة 24.43% ثم مؤشر الوقاية الصحية بعد استعمال المنتجات اليدوية و المنتجات الطبيعية للتداوي بنسبة 20.74%، من جانب ثان عرفت كل من المؤشرات التابعة لفئة القيمة السياسية والممثلة في مؤشر تعزيز المواطنة ومؤشر تعزيز العلاقات بين المجتمعات والدول ومؤشر بث روح المشاركة بين المجتمعات نسباً تراوحت بين 5.27% و 4.04% و 3.16% يمكن القول عنها إنها متوسطة إلى ضعيفة نوعاً ما.

من خلال المعطيات المبينة في الجدول المتعلق بالمواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى وجدنا أن الصفحات المدروسة تحرص أيضاً في منشورات على إبراز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى غير

المجالات التي تم ذكرها سابقا، ومن المجالات التي ركزت عليها كثيرا هذه الصفحات في منشوراتها القيمة البيئية التي تميز الحرف والصناعات التقليدية، وهذا نظرا لفائدة النشاط الحرفي في المجال البيئي في تصليح بعض المنتجات المستعملة وإطالة عمرها، وكذا تقديم منتجات صديقة للبيئة، ومساهمتها في الوقاية الصحية بعد استعمال المنتجات اليدوية والمنتجات الطبيعية للتداوي كل هذه المؤشرات المتعلقة بالقيمة البيئية التي أظهرتها الصفحات من خلال منشوراتها الدائمة أكدت فيها للمتابعين الأهمية البيئية للحرف وبأنها فعلا تساهم في الحفاظ على البيئة لأنها توفر منتجات طبيعية محافظة على البيئة ومثال على هذا المنشورات المتعلقة بتفادي استعمال الأكياس البلاستيكية واستبدالها بقفة الدوم أو الأكياس الكرتونية، كما يمكن استعمالها أكثر من مرة، وهذه النتيجة تتفق مع طرحه الباحث بن زعرور شكري كون الحرف والصناعة التقليدية لها قيمة بيئية كبيرة كونها أداة مساهمة في المحافظة على الصحة العمومية، حيث تساهم المنتجات التقليدية في الحفاظ على صحة المجتمع من خلال توفير منتجات للتداوي كالخل الطبيعي ومختلف الزيوت النباتية والحيوانية التي أثبتت نجاعتها في الطب البديل، فضلا عن الوقاية الصحية التي يحققها استعمال عدة منتجات تقليدية كالخمار، الطين، والتي أكدت عدة دراسات علمية (بن زعرور، 2021) ومن جانب آخر تم ملاحظة الحضور القليل أو الشبه منعدم لعرض وإظهار القيمة السياسية للحرف في منشورات الصفحات المدروسة، إلا استثناء عندما وجدناها في منشورات قليلة ونادرة تحدث فيها عن الأهمية والقيمة السياسية للحرف والصناعات التقليدية كونها أداة تساهم في تعزيز روح المواطنة وتعزيز العلاقات بين المجتمعات والدول وأيضا بث روح والمشاركة بين المجتمعات، فرغم أهمية هذه القيمة وحرص الدولة الجزائرية في استراتيجياتها التنموية المتعلقة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية والحفاظ عليها بالخصوص في الوقت الراهن الذي كثر فيه التقليد والسرقة للمنتجات التقليدية اليدوية إلا أن ظهور هذه القيمة كان قليلا جدا، والسبب لعدم الاهتمام بإبراز أهمية الجانب السياسي للمنتجات الحرفية هو الاهتمام والتركيز على إظهار الأهمية البيئية للحرف والصناعات التقليدية وباقي القيمات

الأخرى كالقيمة الفنية والاقتصادية والاجتماعية، لكن رغم هذا فقد أكدت لنا السيدة (رشيدة عيساني، مارس 2023) بأنه يوجد مساعٍ من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية في هذا المجال والمتعلق بإظهار القيمة السياسية والتركيز عليها كونها أداة تساهم في تعزيز علاقات الدول من خلال إقامة معارض لمنتجات التقليدية جزائرية في القنصليات والسفارات المتواجدة في الجزائر وهذا من أجل التعريف بالتراث الحرفي الجزائري وتعزيز صورته خارج الجزائر.

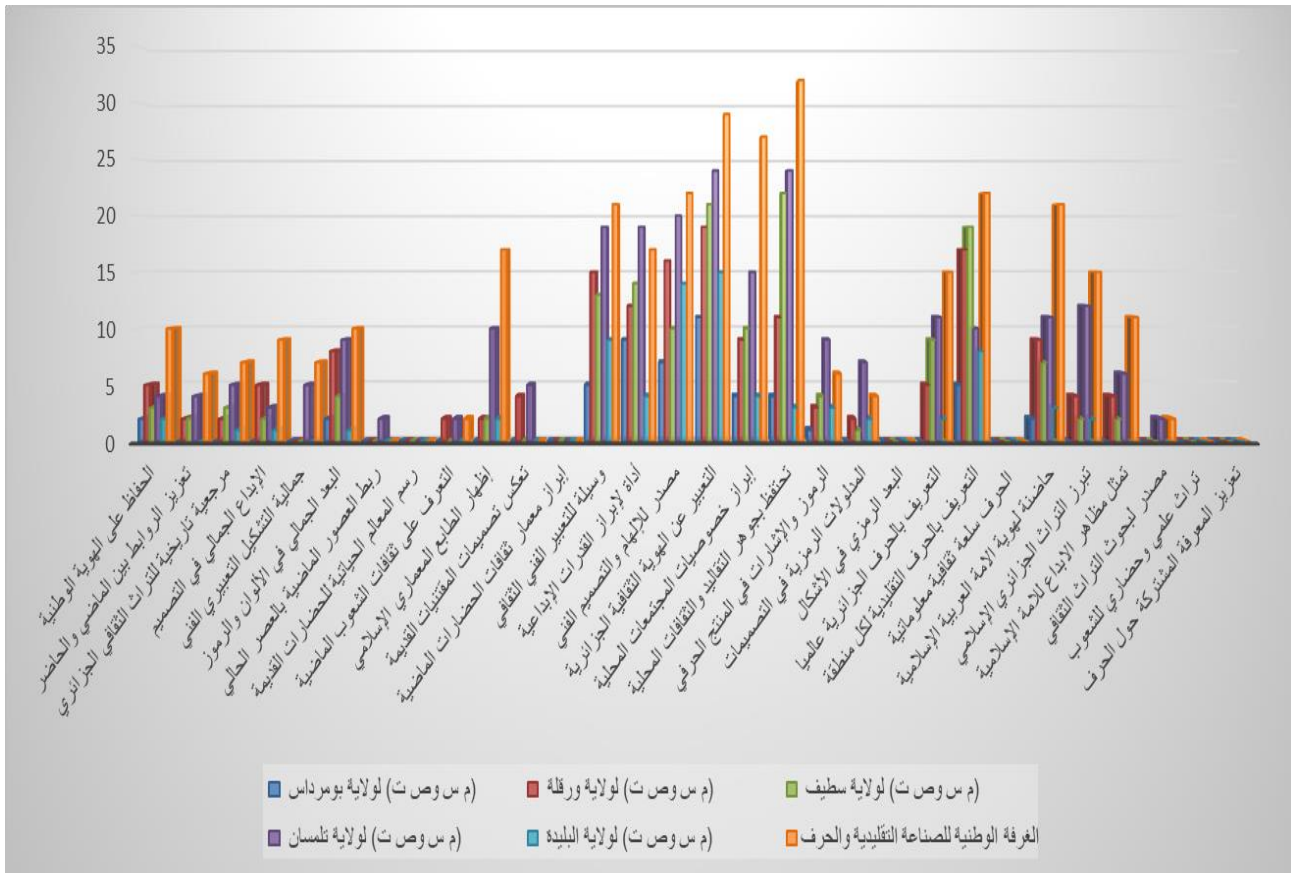
الجدول رقم (10): يبين فئة أهداف منشورات الصفحات المدروسة

المجموع		غرفة الصناعة التقليدية والحرف		(م س و ص ت) لولاية البليدة		(م س و ص ت) لولاية تلمسان		(م س و ص ت) لولاية سطيف		(م س و ص ت) لولاية ورقلة		(م س و ص ت) لولاية بومرداس		الصفحات		الفئات ومؤشراتها
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			الأهداف العامة
%8,46	138	%8,70	38	%7,04	14	%8,26	28	%9,16	24	%8,00	18	%9,41	16	التعريف بالحرف التقليدية الجزائرية والحفاظ عليها		
%6,31	103	%6,41	28	%8,54	17	%5,90	20	%5,73	15	%5,33	12	%6,47	11	نشر ثقافة الاهتمام بالصناعة التقليدية في المجتمع الجزائري		
%3,19	52	%2,52	11	%3,02	6	%3,54	12	%1,91	5	%4,00	9	%5,29	9	التشجيع على الاستثمار للنهوض بالقطاع الحرفي الجزائري		
%3,98	65	%2,75	12	%4,52	9	%4,13	14	%3,44	9	%4,44	10	%6,47	11	محاولة إيجاد مخطط ملائم للحرفي وللمؤسسة الحرفية لتجاوز أزمة كورونا		
%4,60	75	%5,26	23	%4,52	9	%4,42	15	%3,05	8	%4,89	11	%5,29	9	تعزيز التعاون والشراكة بين الفاعلين		
%4,11	67	%2,97	13	%5,53	11	%3,83	13	%4,20	11	%1,78	4	%8,82	15	تطوير مهارات التسيير المقاوالاتي		الأهداف في مجال
%5,15	84	%5,26	23	%4,02	8	%5,60	19	%6,49	17	%4,44	10	%4,12	7	تشجيع المقاوله النسوية		
%1,59	26	%2,75	12	%0,00	0	%2,06	7	%0,76	2	%2,22	5	%0,00	0	إنشاء وتنشيط التجمعات المهنية		تطوير المقاوالاتية
%1,84	30	%0,46	2	%2,01	4	%2,95	10	%3,44	9	%0,00	0	%2,94	5	تشجيع الابتكار في المقاوالاتية الحرفية		
%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	تطوير المهارات التصميمية والتقنية في الإنتاج		الأهداف

في مجال تحسين النوعية والجودة للمنتجات الحرفية	إعداد الدعامات المعيارية المرجعية (Référentiel)	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00
مرافقة الحرفيين في الحصول على شهادة ISO9001	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0
تعزيز آليات المراقبة عند تصدير المنتوجات الحرفية	0	%0,00	0	%0,00	2	%2,65	9	%1,53	4	%0,00	0	%0,00	0	%0,92	15	%0,00	0
مكافحة تقليد المنتجات الحرفية الجزائرية	2	%1,18	3	%1,33	7	%2,67	5	%1,47	3	%1,51	9	%2,06	29	%1,78	29	%2,06	9
الملكية الفكرية	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0
الأهداف في مجال تسويق وتصدير المنتجات الحرفية	11	%6,47	16	%7,11	23	%8,78	28	%8,26	13	%6,53	38	%8,70	129	%7,90	129	%8,70	38
تشجيع المشاركة في المعارض والصالونات المحلية الجهوية والوطنية والدولية	10	%5,88	15	%6,67	13	%4,96	17	%5,01	12	%6,03	34	%7,78	101	%6,19	101	%7,78	34
التشجيع على الترويج والتسويق للمنتجات الحرفية	9	%5,29	19	%8,44	22	%8,40	29	%8,55	17	%8,54	28	%6,41	124	%7,60	124	%6,41	28
إنشاء منصات ومواقع إلكترونية لعرض وبيع وتسويق المنتجات الحرفية	2	%1,18	10	%4,44	3	%1,15	12	%3,54	3	%1,51	16	%3,66	46	%2,82	46	%3,66	16
مرافقة الحرفيين والمؤسسات الحرفية المصدرة	9	%5,29	17	%7,56	14	%5,34	19	%5,60	8	%4,02	20	%4,58	87	%5,33	87	%4,58	20
إعادة إحياء وبعث الحرف الآيلة للزوال	2	%1,18	5	%2,22	5	%1,91	9	%2,65	4	%2,01	11	%2,52	36	%2,21	36	%2,52	11
تنمية النشاطات الحرفية في المناطق الحدودية	3	%1,76	5	%2,22	7	%2,67	9	%2,65	3	%1,51	13	%2,97	40	%2,45	40	%2,97	13
تنمية النشاطات الحرفية في البلديات النائية	4	%2,35	5	%2,22	9	%3,44	11	%3,24	8	%4,02	17	%3,89	54	%3,31	54	%3,89	17
تمويل نشاطات الصناعة التقليدية والحرف ضمن																	

المرفق العمومي	مجال تقديم دعم وتمويل الحرفيين	مجال تنمية الكفاءات وتطوير المهارات	المجموع
مرافقة الحرفيين للاستفادة من تمويل أجهزة الدعم المختلفة	10	15	170
تنويع مصادر التمويل الأخرى (خدمات، الرعاية، تعاون دولي ...)	0	4	225
مرافقة وتكوين الحرفيين في كيفية توسيع النشاط وإنشاء مؤسساتهم والتسيير الحسن لها	15	6	262
تكوين وتأهيل المكونين المرافقين (إطارات الغرف)	4	7	339
مرافقة النساء الحرفيات وحاملات المشاريع	6	13	437
المجموع	170	437	1632

رسم بياني رقم (07): يبين فئة أهداف منشورات الصفحات المدروسة



القراءة التحليلية:

تشير البيانات الموضحة في الجدول والرسم البياني أعلاه إلى أهداف منشورات الصفحات المدروسة، وقد جاء مؤشر التعريف بالحرف التقليدية الجزائرية والحفاظ عليها في مقدمة الأهداف التي ترغب الصفحات المدروسة في تحقيقها وهذا بنسبة 8,46 % ، يليه هدف تكثيف المشاركات في المعارض والصالونات المحلية، الجهوية والوطنية والدولية بنسبة 7.9% إضافة إلى هدف إنشاء منصات ومواقع الكترونية لعرض وبيع وتسويق المنتجات بنسبة 7.6%، ثم بعدها هدف مرافقة وتكوين الحرفيين في كيفية توسيع النشاط وإنشاء والتسيير الحسن لمؤسساتهم بنسبة 7.48%، ثم جاء هدف نشر ثقافة الاهتمام بالصناعة التقليدية في المجتمع الجزائري بنسبة 6,31 % ، يليها هدف التشجيع على الترويج والتسويق للمنتجات الحرفية بنسبة 6,19 % ، ثم هدف إعادة إحياء وبعث الحرف الأيلة للزوال ب 5,33%، ثم هدف تشجيع المقالوة النسوية ب 5,15 % ،

بعدها هدف مرافقة الحرفيين للاستفادة من أجهزة الدعم المختلفة ب 4,90%، ثم هدف تعزيز التعاون والشراكة بين الفاعلين في النشاط الحرفي ب 4,60%، ثم هدف تطوير مهارات التسيير المقاولاتي ب 4,11%، كما تم ملاحظة نسب ضعيفة للأهداف التالية: محاولة إيجاد مخطط ملائم للحرفي وللمؤسسة الحرفية لتجاوز أزمة كورونا ب 3,98%، مرافقة النساء الحرفيات وحاملات المشاريع ب 3,92%، تكوين وتأهيل المكونين المرافقين ب 3,74%، تمويل نشاطات الصناعة التقليدية والحرف ضمن المرفق العمومي ب 3,31%، التشجيع على الاستثمار للنهوض بالقطاع الحرفي الجزائري بنسبة 3,19%، مرافقة الحرفيين والمؤسسات الحرفية المصدرة بنسبة 2,82%، تنمية النشاطات الحرفية في البلديات النائية ب 2,45%، تنمية النشاطات الحرفية في المناطق الحدودية بنسبة 2,21%، تشجيع الابتكار في المقاولات الحرفية ب 1,84%، مكافحة تقليد المنتجات الحرفية الجزائرية بنسبة 1,78%، إنشاء وتنشيط التجمعات المهنية ب 1,59%، تعزيز آليات المراقبة عند تصدير المنتجات ب 0.92%، تنويع مصادر التمويل الأخرى ب 0.25%.

من جهة أخرى تم ملاحظة أن كُلاً من مؤشرات تطوير المهارات التصميمية والتقنية في الإنتاج، إعداد الدعامات المعيارية المرجعية ISO9001، مرافقة الحرفيين في الحصول على شهادة ISO9001، الملكية الفكرية، قد عرقت نسباً منعدمة 0%.

فمن خلال قراءة النتائج المبينة في الجدول أعلاه، وجدنا أن المجموع الكلي للتكرارات لفئة أهداف الصفحات المدروسة وصل إلى (1632) تكرار، وكان أكبر من المجموع الكلي للمنشورات الذي عدده هو (998) منشور، وهذا راجع لاحتواء المنشور الواحد على أكثر من هدف في المنشور الواحد، ولو أردنا تفسير هذا الارتفاع الكبير فسببه هو الاهتمام من طرف هذه الصفحات وتركيزها على نشر الأهداف المتماشية مع الإستراتيجية الترقية والتنموية لقطاع الحرف والصناعة التقليدية في الجزائر أفاق 2035، فقد ركزت بصورة كبيرة هذه الصفحات على الأهداف العامة والمتعلقة بالتعريف بالحرف الجزائرية والحفاظ عليها ونشر ثقافة

الاهتمام بالصناعة التقليدية في المجتمع الجزائري، وهذا طبعا من أجل تعزيز صورة الحرف التقليدية في المجتمع الجزائري وكذا حمايتها من الزوال، وتتفق النتيجة السابقة مع نتيجة دراسة (Mohsin Shafi, Xiaoting, 2018) التي بينت نتيجتها أن التكنولوجيات والوسائط الجديدة تلعب دورا فاعلا في ضمان نشر صورة المنتج الحرفي وتطويره ونقل هذه الحرف والمعارف من جيل إلى جيل، حيث إن الاستخدام الجيد للوسائط الاتصالية والأدوات التكنولوجية الحديثة يمكن من توسع فرص الترويج والتسويق والابتكار أكثر في هذه المنتجات، مما يعزز روح المنافسة في الأسواق العالمية، ومن الأهداف الأخرى التي ركزت عليها هذه الصفحات الأهداف المتعلقة بمجال تسويق وترويج وتصدير المنتجات الحرفية من حيث تقديم التشجيع على الترويج والتسويق للمنتجات الحرفية، والتي تندرج ضمن المنظور الجديد للاقتصاد الوطني الذي رسمته الدولة الجزائرية والذي يرمي إلى إرساء أسس صلبة لاقتصاد قوي ومستدام مستقل عن التبعية لعائدات المحروقات، وهذا من خلال الحث الدائم لمختلف الفاعلين في النشاط الحرفي من الحرفيين أو المؤسسات أو المقاولات أو حتى الجمعيات الحرفية على تكثيف المشاركات في المعارض والصالونات المحلية والجهوية والوطنية والدولية، وكذا مرافقة الحرفيين والمؤسسات الحرفية المصدرة، وهذا من أجل تجسيد الإستراتيجية الوطنية للتصدير، والتي تسعى من خلالها جاهدة لتشكيل قوة تصديرية لنشاطات الصناعة التقليدية، بهدف ترقية الصناعة التقليدية والتعريف بالمنتجات والحرف الجزائرية لترويجها وإيصالها إلى الأسواق الخارجية، وهذا ما يتفق مع ما طرحته دراسة (المعمري، الشحي، الموسوي، 2018) بأن التكنولوجيا القائمة على الواب والوسائط الجديدة تسهل العمل الخدماتي والتسويقي للمنتجات الحرفية، وأيضاً تسهل الخدمات الترويجية والتسويقية للمنتجات الحرفية السياحية، وفي نفس المجال قدمت هذه الصفحات في منشوراتها مختلف الشروحات والتوضيحات المتعلقة بإنشاء منصات ومواقع الكترونية لعرض وبيع وتسويق المنتجات، وهذا من أجل دعوة مختلف الفاعلين في النشاط الحرفي وعلى وجه الخصوص الحرفيين من أجل استخدام التقنيات

والتكنولوجيات الحديثة بما فيها الوسائط الجديدة في مجال تسويق منتجاتهم الحرفية، نظرا لأهمية هذه التقنيات والوسائط في تمكين الحرفيين من تسويق منتجاتهم إلكترونيا، الأمر الذي يتماشى وسياسة الدولة لتحقيق التحول الرقمي في القطاع الحرفي، وهذا ما يتفق مع طرحه الباحثين (فلاق ، شكرين ، 2017) في دراستهما التي بينت أن الصناعات التقليدية والحرفية قطاع اقتصادي بالغ الأهمية يمكن اعتباره من أهم البدائل التي يجب على الجزائر تطويرها لتنويع اقتصادها خارج المحروقات، لهذا أصبحت الوسائط الاتصالية الجديدة جزءا من المزيج التسويقي للنشاط الحرفي، لأنها أسهمت في التسويق المباشر للمنتجات التقليدية تسويقا بأكثر تفاعلية من خلال سرعة الاستجابة والتواصل بين أطراف التسويق والتجارية للمنتجات الحرفية، لهذا يجب على الفاعلين في قطاع الصناعات التقليدية والحرفية الاستفادة من هذه الوسائط وذلك لتطوير أنشطتهم واستخدامها في التصميم والتطوير والإبداع، ومن الأهداف أيضا وجدنا الصفحات ركزت في منشوراتها على الأهداف المتعلقة بتنمية الكفاءات وتطوير المهارات، وهنا قدمت في منشوراتها كل ما يتعلق بمرافقة وتكوين الحرفيين في كيفية توسيع النشاط وإنشاء والتسيير الحسن لمؤسساتهم، وكذا تكوين وتأهيل المكونين المرافقين وهذا بتقديم دورات تكوينية من أجل تحسين المستوى وتقوية مهارات وقدرات الحرفيين بمختلف الأنشطة الحرفية، وكذا تعزيز القدرات التسييرية للمؤسسات والمقاولات الحرفية، وفي هذا السياق وجدنا أيضا تقديم البرامج والدورات الخاصة بمرافقة النساء الحرفيات وحاملات المشاريع التي تهدف لتمكين الحرفيات من الولوج إلى عالم الشغل ومواكبة كل تطوراته الجديدة، أما عن الأهداف المتعلقة بالمحافظة على الحرف الأيلة للزوال فشجعت الصفحات المدروسة من خلال منشوراتها على إعادة إحياء وبعث الحرف الأيلة للزوال من خلال عرض وتقديم الفيديوها والتقارير عن الحرف الجزائرية في مختلف مناطق الوطن، وكذا الشهادات الحية لمختلف الحرفيين وبالأخص أصحاب المهن والحرف الجزائرية القديمة، هذا كله من أجل التعريف بالحرف الجزائرية والحفاظ على استمراريتها وديمومتها وانتقالها وتوارثها من الجيل القديم إلى الجيل الجديد، وأيضا المساهمة

في تنمية النشاطات الحرفية في البلديات النائية والمناطق الحدودية، وتماشيا مع الإستراتيجية التنموية الجزائرية والمتعلقة بالتوجه نحو إنشاء المشاريع والمؤسسات تطرقت الصفحات المدروسة في منشوراتها إلى الأهداف والمسااعي المتعلقة بتطوير المقاولاتية في مجال الأنشطة الحرفية وبالأخص عند فئة النساء، باعتبارهن رائدات أعمال ناجحات، حيث حثت في منشوراتها على تشجيع المقاولات النسوية من أجل تعزيز وتمكين المرأة الحرفية من ريادة أعمالها في الحرف والصناعة التقليدية، ورفع قدراتها المقاولاتية إسهاما في بعث الاقتصاد الوطني، لأن الصناعة التقليدية توفر مجالا خصبا للمقاولات النسوية، وفي مجال تطوير المقاولاتية دائما دعت إلى تطوير مهارات التسيير المقاولاتي وتشجيع الابتكار في المقاولات الحرفية، لأن القطاع الحرفي يعتبر مشتملة للمقاولات وريادة الأعمال، لأن الأنشطة الحرفية تعتبر محركا قويا للنمو الاقتصادي وخلق فرص العمل، فهي تخلق مؤسسات ووظائف جديدة وتفتح أسواقا تنافسية جديدة وتنمي مهارات جديدة (بن زعرور، 2021) وكذا إنشاء وتنشيط التجمعات المهنية وسبب هذا هو الإسهاب والمساهمة عن طريق العمل المقاولاتي في النشاط الحرفي في تنمية اقتصادية شاملة ومستدامة للنشاط الحرفي في الجزائر، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Saptarshi Koia, 2016) التي بينت إحدى نتائجها بأن الوسائط الجديدة تساهم في تجديد العرض للأنشطة الحرفية والتراثية من خلال الاستعانة بها في ابتكار نماذج وإبداعات وتصميمات من شأنها تحسين وتطوير نمط عرض الأعمال الفنية والحرفية التقليدية، ففي دمج الوسائط الجديدة مع التراث الثقافي الغير مادي يتمكن الحرفيين من الحصول على نموذج معاصر لعرض وتسويق منتوجاتهم التقليدية بطرق أكثر جاذبية للجمهور المستهدف، وبذلك تُختزل المسافات الزمانية والمكانية، فالوسائط الجديدة صارت بمثابة وعاء وحاوية للمحتوى التراثي الثقافي التقليدي، أما عن الأهداف المتعلقة بتقديم الدعم والتمويل للحرفيين فهنا الصفحات المدروسة كانت تنشر دائما الشروحات المختلفة حول أجهزة وبرامج الدعم والمساعدة التي تقدمها الدولة الجزائرية للحرفيين، من أجل مرافقة الحرفيين للاستفادة من أجهزة الدعم المختلفة وتمويل النشاطات الحرفية ضمن المرفق العمومي.

ومن جهة أخرى تم ملاحظة الحضور الشبه منعدم أو الغياب التام لعرض وإظهار الأهداف المتعلقة بمجال تحسين نوعية الجودة للمنتجات الحرفية في منشورات الصفحات المدروسة، فرغم أهميتها وحرص الدولة الجزائرية على هذه الأهداف في استراتيجياتها التنموية المتعلقة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية والحفاظ عليها بالخصوص في الوقت الراهن الذي كثر فيه التقليد والسرقة للمنتجات التقليدية اليدوية، إلا أنها عُييت تماما من منشورات الصفحات المدروسة، فلم نجد منشورات أظهرت هذه الأهداف، إلا استثناء عندما وجدناها في منشوراتها قليلة ونادرة تحدث فيها عن مختلف الآليات والقوانين المتعلقة بمكافحة تقليد المنتجات الحرفية الجزائرية وتعزيز آليات المراقبة عند تصدير المنتجات، لكن باقي الأهداف المتعلقة بتطوير المهارات التصميمية والتقنية في الإنتاج، إعداد الدعامات المعيارية المرجعية ISO9001 ، مرافقة الحرفيين في الحصول على شهادة ISO9001، والملكية الفكرية بدورها قد عرفت غيابا تاما وعدم النشر والتناول من طرف الصفحات المدروسة، ويفسر هذا بعدم الاهتمام بجانب تحسين النوعية والجودة للمنتجات الحرفية والاهتمام والتركيز على الجانب التسويقي والترويجي للنشاط الحرفي، رغم وجود بعض المحاولات من طرف الجزائر في مجال التصميم والجودة، إلا أنه الصناعة التقليدية في الجزائر تفتقر إلى سياسة تشجيعية موجهة لتطوير التصاميم والإبداع. (بن زعرور، 2021) ولا يزال مجال الجودة بالصناعة التقليدية والحرف دون اشتغال وتجسيد حقيقي، رغم أن النص التنظيمي الأساسي يعود لسنة 1997 وهو المرسوم التنفيذي 79-390 الذي يحدد شروط تسليم علامات النوعية والأصالة ودمغ منتوجات الصناعة التقليدية وكيفياتها وشكلها، لكن لم يؤخذ منه سوى مسألة الدمغ لا غير، وجوهر علامات الجودة في هذا النص هو العلامات الجماعية فقط، إذن الجودة مغيبة في التجسيد الميداني (بن زعرور، 2021)، وبالتالي ما يُفقد المنتج الحرفي الجزائري صورته وهويته ويكون دون حماية وأكثر عرضة للسرقة والتقليد بسهولة، رغم كل السلبات والنقائص إلا أن النتائج السابقة عموما تتفق مع التي طُرحت في دراسة (بلعياشي ، سمعون ، 2021) بشأن اهتمام صفحة وزارة السياحة والصناعة

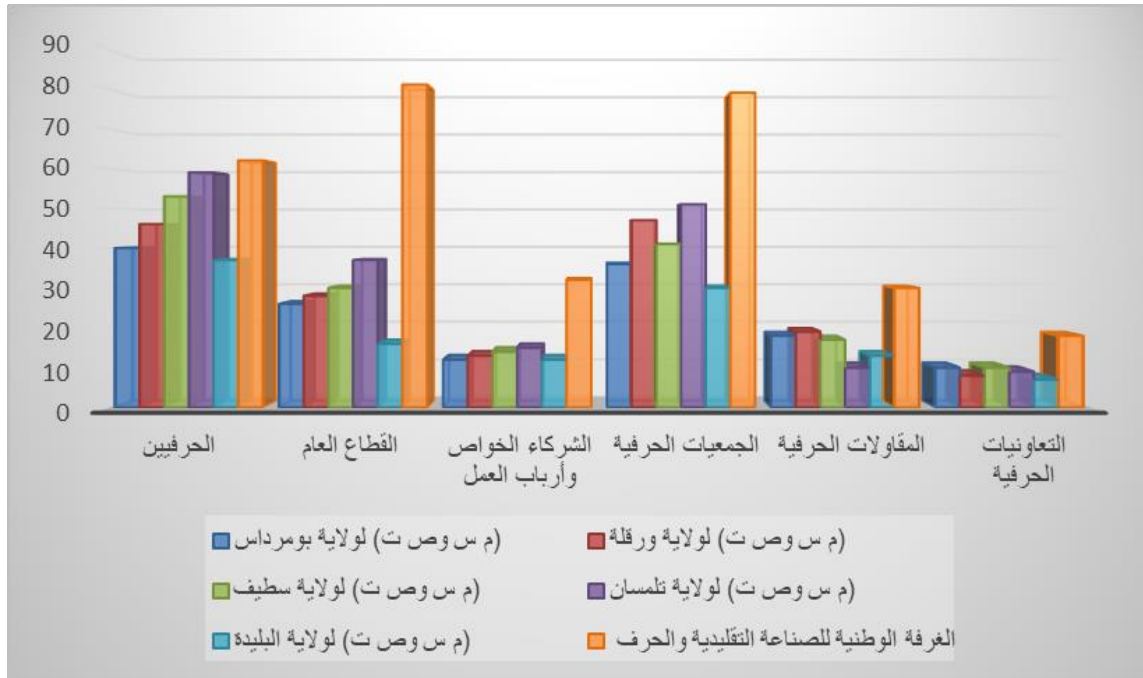
التقليدية الجزائرية على موقع الفيسبوك بنشر كل ما يتعلق بالموارث الثقافي غير المادي وعلى سبيل المثال الحرف والصناعات التقليدية وما لها من انعكاسات إيجابية على المستوى الاجتماعي والاقتصادي، وهذا بدوره له أهمية في حماية هذا التراث من الاندثار والزوال وذلك عن طريق نقل المهارات والخبرات، وكذلك تثمين مستوى النوعية الرفيعة لمنتجات الصناعة حتى تكون مؤهلة للتصدير خارج الجزائر.

مما سبق نستخلص من النتائج السابقة أن صفحات الفاعلين من خلال أهداف منشوراتها تسعى إلى دائما إلى تحقيق أهداف المحاور الكبرى للاستراتيجية الترقية التي تبنتها الجزائر تبني المقاربة التشاركية من أجل التنمية المستدامة للحرف والصناعة التقليدية وتثمينها.

الجدول رقم (11): يبين فئة الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة

المؤشرات	الصفحات		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		غرفة الصناعة التقليدية والحرف		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الحرفيون	40	%28,17	46	%28,57	53	%32,12	59	%32,60	37	%32,17	62	%20,53	297	%27,86		
القطاع العام	26	%18,31	28	%17,39	30	%18,18	37	%20,44	16	%13,91	81	%26,82	218	%20,45		
الشركاء الخواص وأرباب العمل	12	%8,45	13	%8,07	14	%8,48	15	%8,29	12	%10,43	32	%10,60	98	%9,19		
الجمعيات الحرفية	36	%25,35	47	%29,19	41	%24,85	51	%28,18	30	%26,09	79	%26,16	284	%26,64		
المقاولات الحرفية	18	%12,68	19	%11,80	17	%10,30	10	%5,52	13	%11,30	30	%9,93	107	%10,04		
التعاونيات الحرفية	10	%7,04	8	%4,97	10	%6,06	9	%4,97	7	%6,09	18	%5,96	62	%5,82		
المجموع	142	%100	161	%100	165	%100	181	%100	115	%100	302	%100	1066	%100		

رسم بياني رقم (08): يبين فئة الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة



القراءة التحليلية:

إن قراءة البيانات المبينة في الجدول والرسم البياني أعلاه توضح لنا وجود اختلاف طفيف فيما يخص طبيعة الفاعلين والشخصيات المحورية في الصفحات المدروسة، حيث تركز ظهور الحرفيين كفاعلين أساسيين بأعلى نسبة 27,86% في حين جاءت نسبة ظهور الجمعيات الحرفية في المرتبة الثانية 26.64%، وفي المرتبة الثالثة جاء القطاع العام الذي يشكل ما يعادل نسبة 20.45% من مجموع الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة، وكما نلاحظ أن كلاً من الفاعلين والمقاولات الحرفية والشركاء الخواص وأرباب العمل ظهوروا بنسب متقاربة 10.04% و 9.19% على التوالي، أما النسبة الأدنى فكانت من نصيب التعاونيات الحرفية بمجموع 62 من 1066 فاعل أي بنسبة 5.82%.

أول ما يلاحظ من الجدول أن مجموع تكرارات الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة هو (1066) وهو أكبر نوعاً ما من مجموع عدد المنشورات الذي هو (998)، وهذا راجع لاحتواء المنشور الواحد لأكثر من فاعل في المنشور نفسه، وبالنسبة للفاعل الرئيسي والبارز والذي تتمحور عليه منشورات

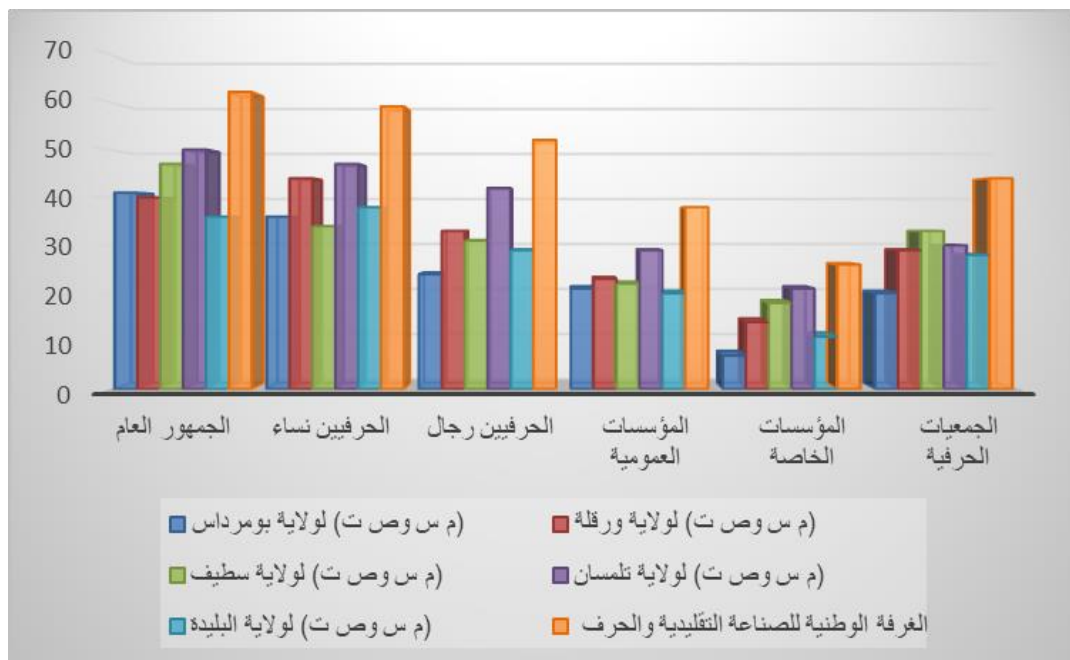
الصفحات المدروسة فقد تصدرت فئة الحرفيين قائمة الفاعلين، ويمكن إرجاع سبب ذلك لكون الحرفيين هم المكون الرئيس لهذا النشاط وأساسه فلا نتصور أي نشاط حرفي بدون حرفيين، لهذا تحرص الصفحات المدروسة على إظهار هذه الفئة، وقد برزت هذه الفئة من خلال عرض نشاطات الحرفيين وكذا أعمالهم ومهامهم ، ولأنهم أيضا يشكلون أعضاء في الغرف المحلية الولائية والغرفة الوطنية للصناعة التقليدية هذا ما يخولهم المشاركة والمساهمة في نشر كل ما يتعلق بالنشاط الحرفي من التعريف به والحث على الإقبال عليه ومزاولته ، وكونهم أيضا همزة الوصل بين الحرفي والسلطات المحلية والإدارية العليا في قطاع الصناعة التقليدية ولهم الدور الكبير في نقل انشغالاتهم ومشاكلهم لدى هذه المصالح والسلطات، (السيدة دمعي وفيها، مارس 2023)، وكذلك من الفئات البارزة في مضامين الصفحات المدروسة نجد فئة الجمعيات الحرفية التي أصبحت بدورها تُعتبر فاعلا بارزا ومهما في النشاط الحرفي الجزائري، وأيضا لكون هذه الجمعيات هي متعاقدة مع الغرفة الولائية والغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف في إطار الشراكة والتعاقد في مجال النشاطات والأعمال الحرفية، لهذا ظهرت لنا كثيرا في منشورات هذه الصفحات وهذا من أجل التعريف بها وبنشاطاتها وتعزيز الشراكة والتنسيق مع الغرفة الولائية والغرفة الوطنية (دمعي وفيها، مارس 2023)، وما يفسر أيضا الظهور الكثير والمتكرر للجمعيات الحرفية في منشورات هذه الصفحات هو اعتبار الجمعيات الحرفية فاعلا مهما في الإستراتيجية التنموية التي وضعتها الجزائر من أجل ترقية وتطوير النشاط الحرفي الجزائري، والتي أساسها تبني المقاربة التشاركية وإشراك الجمعيات الحرفية كفاعل وشريك مهم في الحفاظ على النشاط الحرفي، وأيضا من الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة وجدنا القطاع العام والممثل في المؤسسات والهيئات المشرفة على قطاع الحرف والصناعات التقليدية وكذا الهيئات التابعة لهذا القطاع من الهيئات اللامركزية والمركزية والمحلية، فالقطاع العام لا يقل أهمية عن الفاعلين السابقين لأنه أيضا بدوره يشكل فاعلا أساسيا داعما للنشاط الحرفي، وهذا ما وجدناه في منشورات الصفحات، كون القطاع العام يحرص على تجسيد الاستراتيجيات التنموية لهذا النشاط من خلال نشر البرامج

الترقوية وكذا البرامج التكوينية، وأيضا بث ونشر كل ما يتعلق ببرامج وأجهزة الدعم ومساعدة الحرفيين والمؤسسات الحرفية، وكذا مختلف الأنشطة المتعلقة بتطوير النشاط الحرفي والحفاظ عليه وتثمينه، كما لاحظنا وجود فاعلين آخرين في منشورات الصفحات المدروسة وهم المقاولات الحرفية وكذا التعاونيات الحرفية والشركاء الخواص وأرباب العمل، والسبب الرئيسي لوجود هؤلاء الفاعلين هو الإستراتيجية الترقوية والتنمية التي وضعتها الجزائر في الوقت الراهن والتي من بين أهدافها ومحاورها الكبرى هو تطوير المقاولاتية والابتكار وتعزيز روح المبادرة الفردية من خلال المقاولات والتعاونيات والمؤسسات الناشئة في هذا المجال، ويُفسر أيضا وجود هؤلاء الفاعلين حرص الجزائر كما ذكرنا سابقا على تبني **المقاربة التشاركية** في تنمية القطاع الحرفي بإشراك جميع الفاعلين في العملية التنموية لهذا القطاع، وأيضا سبب تواجد الشركاء الخواص وأرباب العمل كفاعل مهم في المنشورات كونهم شركاء ومتعاقدين مع الغرف الولائية والغرفة الوطنية، والذين قد يكونون أفرادا كالحرفيين المعلمين، أو الحرفيين المكونين، أو يكونون مؤسسات وهيئات خاصة كمدارس ومراكز التكوين الخاصة الذين يقومون بتقديم دورات تأهيلية وتكوينية تحت تأطير الغرف الولائية والغرفة الوطنية من أجل تكوين الحرفيين والشباب الراغب في النشاط الحرفي (**دمعي وفياء، مارس 2023**)، وهذا ما يُحوّلهم المشاركة والتعاون في اتخاذ القرارات والمساهمة في ترقية النشاط الحرفي وتطويره وبخاصة في التحديات التي فرضتها البيئة الاقتصادية الجديدة، والتي تنادي بالخصوصية والاستثمار في القطاع الخاص.

الجدول رقم (12): يبين فئة الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة

الصفحات المؤشرات	(م س وص ت) لولاية بومرداس		(م س وص ت) لولاية ورقلة		(م س وص ت) لولاية سطيف		(م س وص ت) لولاية تلمسان		(م س وص ت) لولاية البليدة		الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف		الجمهور	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجمهور العام	41	%27,52	40	%21,86	47	%25,41	50	%22,83	36	%22,22	62	%22,06	276	%23,41
الحرفيات (نساء)	36	%24,16	44	%24,04	34	%18,38	47	%21,46	38	%23,46	59	%21,00	258	%21,88
الحرفيون رجال	24	%16,11	33	%18,03	31	%16,76	42	%19,18	29	%17,90	52	%18,51	211	%17,90
المؤسسات العمومية	21	%14,09	23	%12,57	22	%11,89	29	%13,24	20	%12,35	38	%13,52	153	%12,98
المؤسسات الخاصة	7	%4,70	14	%7,65	18	%9,73	21	%9,59	11	%6,79	26	%9,25	97	%8,23
الجمعيات الحرفية	20	%13,42	29	%15,85	33	%17,84	30	%13,70	28	%17,28	44	%15,66	184	%15,61
الجمهور	149	%100	183	%100	185	%100	219	%100	162	%100	281	%100	1179	%100

رسم بياني رقم (09): يبين فئة الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة



القراءة التحليلية:

من خلال قراءتنا للأرقام في الجدول والرسم البياني أعلاه لاحظنا أن الصفحات المدروسة تستهدف في منشوراتها جماهير متنوعة وبنسب متفاوتة، إلا أن فئة الجمهور العام كانت الأكثر استهدافا بمنشوراتها بنسبة 23.41% من إجمالي الجماهير المستهدفة ثم مباشرة وبفارق بسيط جاءت فئة الحرفيات بنسبة 21.88%، لتأتي بعدها في المرتبة الثالثة فئة الحرفيين بنسبة 17.9%، ثم جاءت فئة الجمعيات الحرفية بنسبة 15.61%، ليليها المؤسسات العمومية بنسبة 12.98%، أما النسبة الأقل فقد شملت فئة المؤسسات الخاصة بـ 8.23%.

أما عن تفسير النتائج السابقة هو ما تم ملاحظته من الجدول أن مجموع تكرارات الجمهور المستهدف كان (1179) وهو أكبر من مجموع عدد المنشورات الذي هو (998)، وهذا راجع لتوجيه المنشور الواحد لأكثر من شريحة، وقد وجدنا أحيانا منشورا واحدا وُجه لأكثر من شريحة جمهور في الوقت نفسه، وحسب نتائج الجدول أعلاه وجدنا أن منشورات الصفحات المدروسة تستهدف جمهورا متنوعا وهي موجهة لكل فئات المجتمع، وفئة الجمهور العام هي أكبر فئة مستهدفة من طرف الصفحات المدروسة وهي نتيجة منطقية ومتوقعة بحكم أن هذه الصفحات هدفها بالدرجة الأولى التعريف بالحرف والصناعات التقليدية الجزائرية وإبراز قيمتها وأهميتها من أجل الإقبال عليها وعلى ممارستها، لهذا وجدنا أغلب المضامين تستهدف الجمهور العام من أجل كسبه ولتوعيته وحثه على ممارسة النشاط الحرفي من أجل الحفاظ عليه من الزوال، كما أن جعل الصفحات موجهة إلى جمهور عام يجعل منها محل اهتمام من طرف عدد كبير ومتنوع من المتابعين وهذا ما أكدته لنا السيدة (رشيدة عيساني، مارس، 2023) بأنه يركزون في مضامين منشوراتهم على الجمهور العام وهذا بهدف تعريفهم بالحرف والصناعات التقليدية من أجل استقطاب الشباب الراغب في هذا المجال وكذا من أجل التشجيع على التكوين والدخول لعالم المؤسسات بمجال الحرف والصناعات التقليدية، ومن الفئات المستهدفة

أيضا وجدنا فئة الحرفيات طبعا لأنه كما نعلم أن أغلب الحرفيين هم من جنس الإناث، لهذا تحرص الصفحات المدروسة على استهداف فئة الحرفيات والتوجه إليها من خلال منشوراتها، ومن أسباب التوجه لهذه الفئة هو كون أغلب الحرفيات ماكنات في البيت، لهذا تعمل هذه الصفحات على توعيتهن وإرشادهن بكيفيات ممارسة نشاطهن الحرفي وأيضا التعرف على أجهزة الدعم والمساعدة لهن من أجل ممارسة نشاطهن، وكذا مساعدتهن في الاندماج في سوق الشغل من خلال الدورات التكوينية وإنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة وكذا تشجيعهن على المقاولاتية الحرفية، نفس الشيء بالنسبة لفئة الحرفيين جنس الذكور فقد استهدفهم الصفحات المدروسة في منشوراتها وهذا من أجل تطوير النشاط الحرفي وكذا اطلاعهم على مختلف أجهزة الدعم والمساعدة والدورات التكوينية التي تمكنهم من الدخول إلى عالم الشغل ومواكبة التغيرات الجديدة التي تفرض خلق الابتكار والاستثمارات، وهذا عن طريق المقاولاتية وإنشاء مؤسسات ناشئة في المجال الحرفي، ومن الجماهير المستهدفة أيضا يوجد الجمعيات الحرفية فهي مستهدفة في منشورات الصفحات المدروسة وهذا ما أكدته لنا (رشيدة عيساني، مارس 2023) بأنهم يستهدفون في منشوراتهم الجمعيات الجديدة من أجل استقطابها والعمل معها ، وهذا راجع لأهميتها كونها فاعلا مهما في تطوير النشاط الحرفي، لهذا تستهدفها الصفحات المدروسة من أجل حثها على المساهمة في التعريف بالحرف وكذا نشر ثقافة المحافظة عليها وتأمينها لأنه يوجد جمعيات حرفية كثيرة غير معروفة ولا تظهر للعلن وتمارس نشاطاتها بصفة محدودة، لهذا تسعى هذه الصفحات من خلال منشوراتها على حث هذه الجمعيات على البروز وإظهار نفسها من أجل التعرف عليها والاستفادة منها وكذا من أجل التبادل والتعاون بين مختلف الجمعيات من أجل خدمة النشاط الحرفي وترقيته، أما المؤسسات الخاصة فهدف الصفحات المدروسة من استهدافها في منشوراتها هو من أجل إطلاعهم على مختلف الأنشطة الحرفية والمجالات التي يمكن الاستثمار فيها، لهذا تعمل الصفحات على استقطاب مؤسسات خاصة جديدة وشركاء خواص جدد من أجل عمل شراكة وتنسيق وتعاهد، وهذا من أجل تقديم دورات تكوينية، أو إنشاء مقاولات ومؤسسات ناشئة جديدة في مجال النشاط الحرفي.

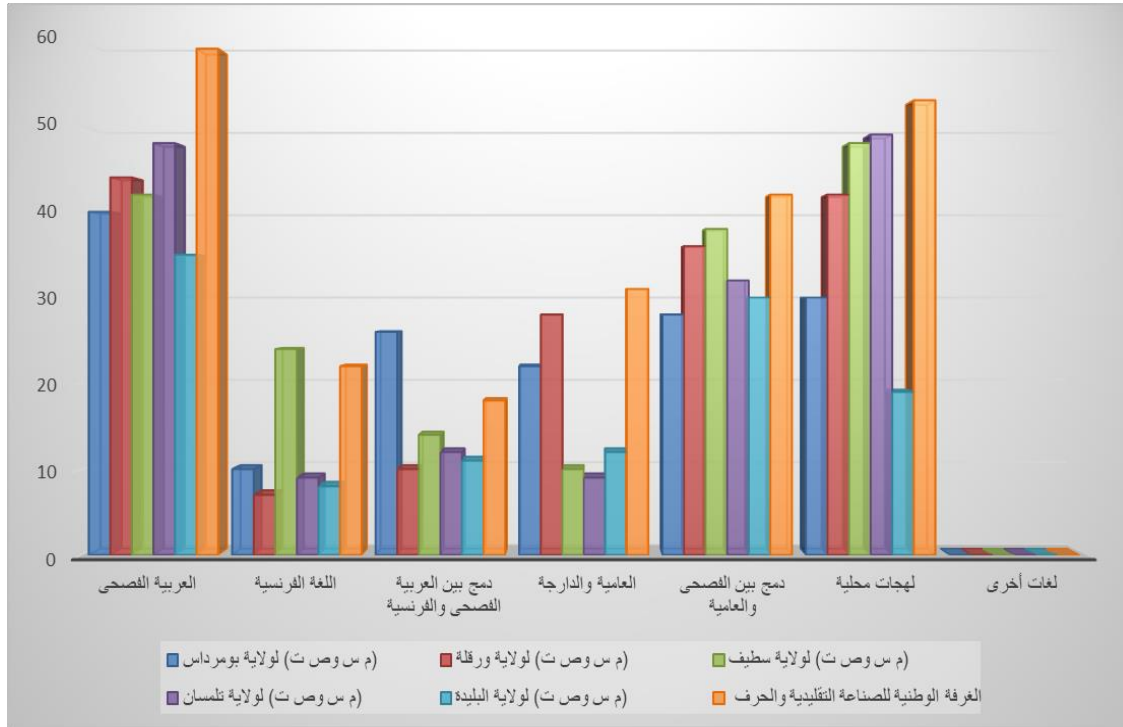
المطلب الثالث: عرض ومناقشة النتائج المتعلقة بمدى ثراء مضامين الصفحات المدروسة

قمنا في هذا المطلب بعرض ومناقشة النتائج المتعلقة بثراء مضامين الصفحات المدروسة، بهدف التعرف على مدى تحقق أبعاد وفروض نظرية ثراء الوسائط في صفحات الفيسبوك للفاعلين بالنشاط الحرفي الجزائري.

الجدول رقم (13): يبين فئة استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة في منشورات الصفحات المدروسة

الصفحات المؤشرات	(م س وص ت) لولاية بومرداس		(م س وص ت) لولاية ورقلة		(م س وص ت) لولاية سطيف		(م س وص ت) لولاية تلمسان		(م س وص ت) لولاية البليدة		الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف		الجموع	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
العربية الفصحى	103	75,74%	117	72,22%	114	65,90%	109	70,32%	105	82,68%	161	65,71%	709	71,04%
اللغة الفرنسية	4	2,94%	2	1,23%	4	2,31%	3	1,94%	1	0,79%	7	2,86%	21	2,10%
دمج العربية الفصحى والفرنسية	8	5,88%	5	3,09%	7	4,05%	6	3,87%	5	3,94%	11	4,49%	42	4,21%
العامية والدارجة	3	2,21%	6	3,70%	6	3,47%	5	3,23%	3	2,36%	13	5,31%	36	3,61%
دمج الفصحى والعامية	7	5,15%	13	8,02%	16	9,25%	11	7,10%	9	7,09%	23	9,39%	79	7,92%
لهجات محلية	11	8,09%	19	11,73%	26	15,03%	21	13,55%	4	3,15%	30	12,24%	111	11,12%
لغات أخرى	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
الجموع	136	100%	162	100%	173	100%	155	100%	127	100%	245	100%	998	100%

رسم بياني رقم (10): يبين فئة استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة في منشورات الصفحات المدروسة



القراءة التحليلية:

نلاحظ من خلال الجدول والرسم البياني أعلاه والمتعلق باستخدام اللغة الطبيعية والمألوفة في منشورات الصفحات المدروسة أن اللغة العربية الفصحى هي الأكثر استخداما من بين اللغات الأخرى وبسبب نسبة كبيرة، جاءت بأعلى نسبة قُدرت بـ 71,04 %، تليها في المرتبة الثانية لهجات محلية بنسبة 11.12 %، والملاحظ كذلك من الجدول بأن الصفحات المدروسة تستخدم الدمج بين الفصحى والعامية بنسبة 7.92 %، ومن جهة أخرى الصفحات المدروسة تستخدم في منشوراتها الدمج بين اللغة العربية الفصحى والفرنسية بنسبة 4.21 %، ليأتي بعدها استخدام الصفحات للعامية والدارجة بنسبة 3.61 %، أما النسبة الأضعف فكانت لاستخدام الصفحات للغة الفرنسية والتي قدرت بـ 2.1 %، ومن جانب آخر جاءت نسبة الصفحات للغات أخرى منعدمة.

ويمكن تفسير اعتماد الصفحات المدروسة على اللغة العربية الفصحى في منشوراتها بأعلى نسبة هو سعيها لاحترام خصوصية الجمهور المستهدف وخلفيته الثقافية من جهة وخلفيته التواصلية من جهة أخرى،

وحرصها الدائم على استخدام اللغة العربية الفصحى كلغة أساسية في منشوراتها، وهذا لتسهيل فهم منشوراتها لكافة متابعيها ومعجبيها على اختلاف مستوياتهم، خاصة أن هذه الصفحات موجهة لجمهور عام وعريض وكبير، واللغة العربية هي الأنسب من أجل فهم محتوى المنشور بصورة واضحة، ويمكن إرجاع سبب الاعتماد على اللغة العربية الفصحى بالدرجة الأولى في مضامين منشورات الصفحات المدروسة هو لاعتبار اللغة العربية هي اللغة الرسمية في المجتمع الجزائري والمفهومة لدى أغلب الجماهير، وهذا ما توصلت إليه الباحثة (بورقعة، 2021، ص 383) ولأن اللغة العربية الفصحى تتميز بالفهم المشترك لكل من يتكلم العربية، فهي تتخطى الحدود المحلية إلى كل من يتكلم العربية خارج الحدود الجغرافية والسياسية للجزائر، وتتفق النتيجة السابقة مع نتيجة دراسة (اللواتي، 2017) التي بينت نتائجها أن استخدام اللغة الطبيعية في بث الرسائل الاتصالية يسمح بالتفاهم الفوري دون الحاجة إلى التفسيرات الإضافية التي يمكن أن تؤدي إلى الارتباك، فمن خلال اللغة الطبيعية والمألوفة يمكن التعبير عن المحتوى المقدم لفهم مجموعة واسعة من المفاهيم والأفكار بين المستخدمين بدلا من اللغة التقنية التي تتيحها الوسائط الاتصالية الجديدة، كما أن استخدام اللغة العربية الفصحى يعطي طابع الجدية والأصالة، وهذا ما يؤكد لنا اهتمام الصفحات المدروسة باستخدام اللغة الطبيعية والمألوفة لدى كافة المتابعين لها، وسعيها أيضا إلى التواصل مع جمهور عريض وواسع متعدد الثقافات، وهذا ما يجعلهم يتفاعلون بشكل أفضل باستخدام اللغة العربية الفصحى، والملاحظ كذلك من الجدول أن الصفحات المدروسة تستخدم اللهجات المحلية طبعا وهذه النتيجة متوقعة لكون الصفحات المدروسة لدينا هي صفحات لبعض مديريات السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية، وهي تمثل مختلف مناطق وولايات الوطن من الشرق والغرب والوسط والشمال والجنوب هذا ما فسر استخدام هذه الصفحات اللهجات المحلية نظرا لكون كل منطقة من المناطق السابقة الذكر لها لهجة محلية خاصة بما كولاية سطيف أو بومرداس أو ورقلة أو تلمسان ومنه تستخدم أحيانا هذه الصفحات اللهجات المحلية الخاصة بمنطقتها من أجل ضمان وصول منشوراتها

لأكبر شريحة ممكنة خاصة في إقليم ولايتها أو مجتمعها المحلي، فاستخدام اللهجات المحلية هنا يُولد أثرا نفسيا إيجابيا وفعالا للتواصل مع شريحة أوسع من الجمهور المستهدف لأنه يحسس بأن هذه الصفحات في منشوراتها غير بعيدة عنه تتكلم بلهجته وهي بهذا جزء منه ومن مجتمعه المحلي، ومنه تتفق النتيجة السابقة مع نتيجة دراسة (Michael Dickinson, An Inefficient Choice, 2012) التي بينت نتائجها أن اللغة العامية تعد لغة طبيعية في حد ذاتها الطبيعية لأنها لغة عادية وشائعة الاستخدام وسهلة، وهي غير اللغة الرسمية، وهذا يسهم في تفسير الرسائل والمنشورات وفهم المضامين بسهولة ووصولها إلى أكبر شريحة ممكنة من المتابعين، كما يفسر أيضا دمج الصفحات للغة العربية الفصحى مع العامية لأن هذه الصفحات يتابعها كل شرائح المجتمع على اختلاف مستوياتهم الفكرية والتعليمية والعمرية، وبالأخص فئة الحرفيين كبار السن أو الحرفيات والنساء الماكثات في البيت هذا ما يؤدي بالصفحات لاستخدام العامية أحيانا من أجل التوضيح أكثر والتبسيط للمنشورات وهو أمر طبيعي من شأنه إحداث نوع من المحاكاة لواقع الحرف الجزائري، كما أن العامية هي لغة الشارع الجزائري وبهذا يضمن القائمون على هذه الصفحات تمكن كل المشاركين الجزائريين من فهم مضمونها، وهذا الدمج يعكس لغة ولهجة الشارع الجزائري وبالتالي جعل ما يستقبله من معلومات وأخبار من الصفحات في لغة وسياق يتوافق مع لهجته ولغته ليكون بذلك أقرب من فهمه وإدراكه (نجاحي و جفافة، 2021، ص 895)، ومن أسباب إدماج اللغة العربية مع العامية أيضا هو لما يكون الموضوع المنشور يستلزم إدراج المصطلحات العامية (رشيدة عيساني، مارس 2023)، أما عن اللغة العربية الفصحى واللغة الفرنسية فتستخدمها لتوضيح بعض البرامج أو الآليات وبالأخص المتعلقة منها بالشراكات والاتفاقيات الأجنبية وهنا تنشرها بلغتها الأصلية أو توضحها باللغة العربية الفصحى، ومن أسباب إدماج اللغة الفرنسية مع اللغة العربية هو وجود إعلانات مختلطة أحيانا تدمج اللغة العربية باللغة الفرنسية ما يؤدي بالقائمين على الصفحات للقيام بنشره كما هو كاملا (رشيدة عيساني، مارس 2023)، وأيضا من أسباب استخدام اللغة الفرنسية مع العربية

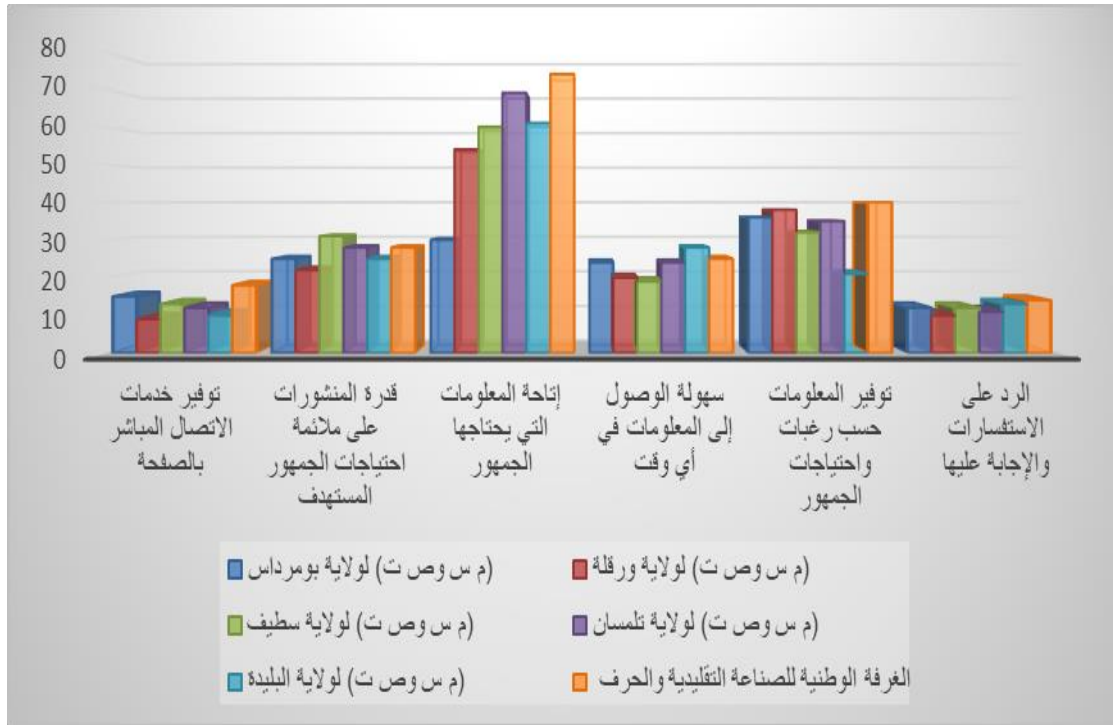
هو لأن هذه الصفحات تحاول إيصال صورتها إلى جمهورها الخارجي على اختلاف مستواه وهويته، أما اللغة العامية والدارجة فوجدنا أن هذه الصفحات تستخدمها نادرا جدا، وهذا في حالة المنشورات الخاصة بالتهاني أو التعازي أو تقديم الأمثال والحكم الخاصة بالحرف فتقدمها باللغة العامية فقط كعبارة صح عيدكم، أو عبارة شوف الحرفة ألي توالملك، أو عبارة حرفة جدادي تراث بلادي،..... إلخ، وتتفق النتيجة السابقة مع نتيجة دراسة (اللواتي، 2017) بأن اللغة العامية المتداولة تكون أكثر ثراء من اللغة الرسمية، لأن نقل المعاني عن طريقها يكون أقل تعقيدا، بالتالي فإن اللغة الثرية هي اللغة الطبيعية السائدة بين أفراد المجتمع والتي تسير العملية الاتصالية بين المرسل والمستقبل، وتتيح فهم المستقبل للمضامين التي تحتويها بسهولة ويسر مما يزيد في ثراء الوسيط الاتصالي، أما اللغة الفرنسية فتستخدمها الصفحات بنسبة قليلة جدا وهذا في حالة الإعلانات باللغة الفرنسية، ولكن ما يؤخذ على الصفحات المدروسة ويعيب عليها هو عدم الحرص والاهتمام باللغات الأجنبية على وجه العموم كون صفحات الفيسبوك كما نعلم تتسم بالعالمية والنشر والبت فاستخدام اللغات الأجنبية في المنشورات يؤدي إلى تزايد متابعي ومشاركي الصفحات وكذا التعريف بها وبمحتوياتها، التي تؤدي إلى التعريف بالحرف والصناعات التقليدية الجزائرية عالميا.

مما سبق نستنتج أن الصفحات تسعى لتقديم منشورات تشبع رغبات واهتمامات جمهورها ومخاطبته باللغة التي يفهمها، وهذا ما يؤكد أن اللغة التي تستخدمها الصفحات المدروسة هي لغة ثرية استنادا لما يفرضه نظرية ثراء الوسائط التي تنص على أن اللغة الثرية هي اللغة الطبيعية المألوفة والسائدة بين أفراد المجتمع.

الجدول رقم (14): يبين فئة التركيز الشخصي على الوسيلة في منشورات الصفحات المدروسة

المؤشرات	لولاية بومرداس (م س وص ت)		لولاية ورقلة (م س وص ت)		لولاية سطيف (م س وص ت)		لولاية تلمسان (م س وص ت)		لولاية البليدة (م س وص ت)		الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف		الجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
توفير خدمات الاتصال المباشر بالصفحة	15	%11,36	9	%7,96	13	%10,57	12	%9,16	10	%7,94	18	%12,59	77	%7,72
قدرة المنشورات على ملاءمة احتياجات الجمهور المستهدف	25	%18,94	22	%19,47	31	%25,20	28	%21,37	25	%19,84	28	%19,58	159	%15,93
إتاحة المعلومات التي يحتاجها الجمهور	30	%22,73	54	%47,79	60	%48,78	69	%52,67	61	%48,41	74	%51,75	348	%34,87
سهولة الوصول إلى المعلومات في أي وقت	24	%18,18	20	%17,70	19	%15,45	24	%18,32	28	%22,22	25	%17,48	140	%14,03
توفير المعلومات حسب رغبات واحتياجات الجمهور	36	%27,27	38	%33,63	32	%26,02	35	%26,72	21	%16,67	40	%27,97	202	%20,24
الرد على الاستفسارات والإجابة عليها	12	%9,09	10	%8,85	12	%9,76	11	%8,40	13	%10,32	14	%9,79	72	%7,21
الجموع	132	%100	113	%100	123	%100	131	%100	126	%100	143	%100	998	%100

رسم بياني رقم (11): يبين فئة التركيز الشخصي على الوسيلة في منشورات الصفحات المدروسة



القراءة التحليلية:

تشير بيانات الجدول والرسم البياني أعلاه والمتعلقة بفئة التركيز الشخصي لمنشورات الصفحات المدروسة أن النسبة الأعلى جاءت بتركيز الصفحات المدروسة في منشوراتها ومضامينها على إتاحة المعلومات التي يحتاجها الجمهور بنسبة 34,87 %، يليها في المرتبة الثانية توفير المعلومات حسب رغبات واحتياجات الجمهور بنسبة 20.24 %، كما أظهرت النتائج أيضا أن مؤشر قدرة المنشورات على ملائمة احتياجات الجمهور المستهدف ومؤشر سهولة الوصول إلى المعلومات في أي وقت جاءا بنسب متقاربة نوعا ما 15.93 %، 14.03 %، ومن جهة أخرى ظهرت فئة توفير خدمات الاتصال المباشر بالصفحة وفئة الرد على الاستفسارات والإجابة عليها بنسب متقاربة قدرت ب 7.72 % و 7.21 % على التوالي.

إن لموقع الفيسبوك ميزات رائعة تتمثل في إتاحة المعلومات واستجابة الصفحات لمتابعيها، وهذا ما استغلته الصفحات المدروسة، فمن خلال نتائج الجدول أعلاه لاحظنا حرصها في منشوراتها بالدرجة الأولى

على إتاحة المعلومات التي يحتاجها الجمهور كالمعلومات الخاصة بالبرامج والدورات التكوينية والتأهيلية الجديدة وكذا الحقوق والامتيازات التي يستفيد منها الحرفي أو الجمهور العام الذي يود ممارسة ومزاولة النشاط الحرفي، وهذا كله من أجل زيادة استقطاب الراغبين بممارسة النشاط الحرفي وكذا إرضاء المتابعين لهذه الصفحات (رشيدة عيساني، مارس 2023)، وكذا تسعى هذه الصفحات في منشوراتها دائما على توفير المعلومات حسب رغبات واحتياجات الجمهور وهذا من خلال اطلاعه على مختلف التظاهرات والمعارض الوطنية والدولية وكل ما هو جديد وهام بالنسبة لمتابعي هذه الصفحات سواء كانوا حرفيين أو جمهورا عاما يود أن يتعرف على الحرف والصناعات التقليدية، والميزة الهامة التي استخلصناها من النتائج السابقة هي قدرة المنشورات التي تقدمها الصفحات على ملائمة احتياجات الجمهور المستهدف ومثال على هذا المنشورات الخاصة بالحرفيات النساء فقط أو منشورات خاصة بالمقاولات الحرفية فقط أو الجمعيات الحرفية فقط، كما تتيح الصفحات خدمة سرعة الوصول إلى المعلومات المقدمة بالمنشورات في أي وقت ومثال على ذلك وضع العناوين الخاصة بالهيئات والمراكز المكلفة بالتكوين أو وضع عناوين الجمعيات الحرفية، وهذا من خلال روابط مباشرة إما تكون داخلية أو خارجية تضعها مع المنشورات لكي يتمكن المستخدم أو المتابع من الوصول إلى المعلومات الكاملة والتفصيلية عن محتوى المنشور في أي وقت، وهذا ما يجعل هذه الصفحات ثرية في مضامينها، فالوسائط الاتصالية الثرية هي التي تقلل من حالة عدم التأكد بتقديم كمية كبيرة من المعلومات بطريقة سريعة ويخفف من ازدواجية المعنى من خلال استخدام الوسيط الاتصالي الملائم، وتعمل هذه الصفحات أيضا على توفير خدمات الاتصال المباشر بالصفحة من خلال رقم الهاتف الموضع على الصفحة أو البريد الإلكتروني أو من خلال بعث رسالة مباشرة عن طريق الفيسبوك في الخاص أو في الماسنجر، والصفحات تقوم أيضا بالرد على الاستفسارات والإجابة عليها، حيث لاحظنا أنها تتعامل بفعورية مع التعليقات المتضمنة للاستفسارات وهنا نشير إلى أن التعليقات التي تحظى بالرد السريع سواء في نفس الساعة أو على الأكثر في

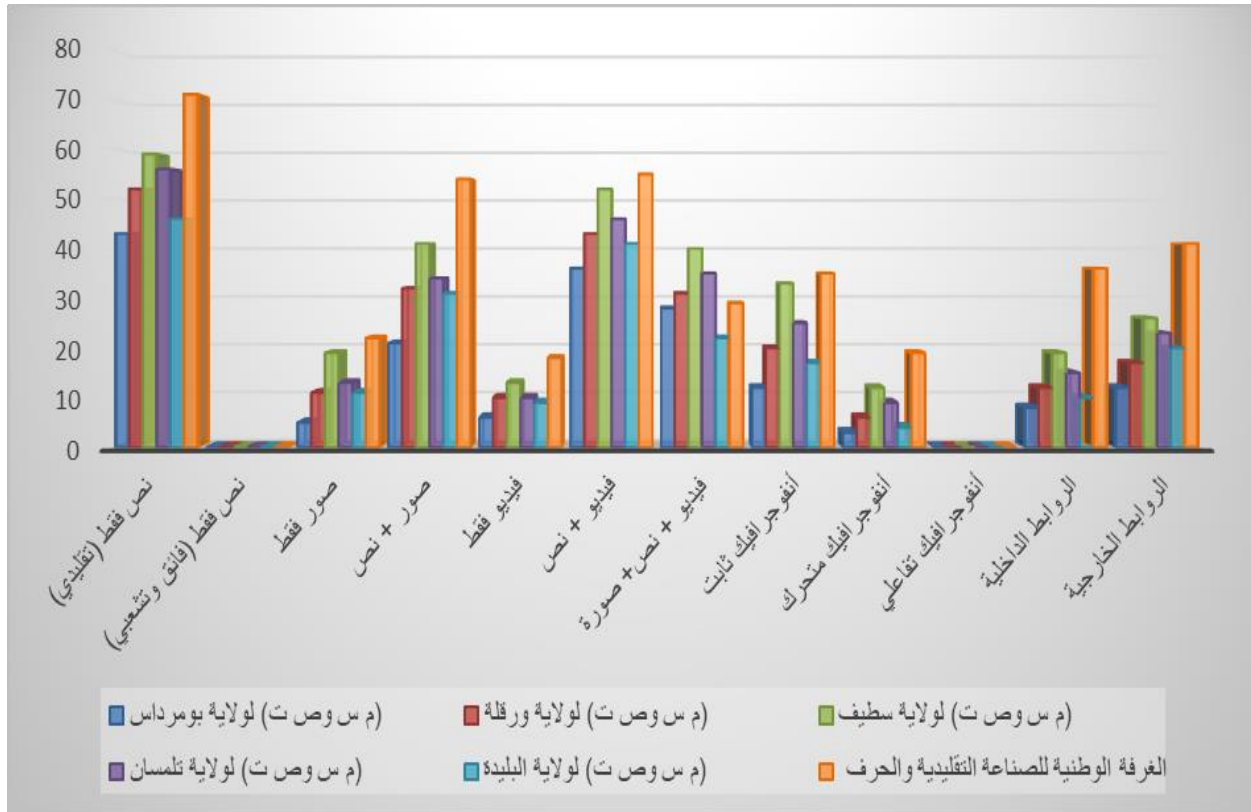
نفس اليوم تشمل الاستفسارات والاقتراحات وبعض الشكاوي وعبارات التهاني والشكر، أما بعض الاستفسارات المتضمنة للتعليقات السلبية فلاحظنا أن الصفحات تتجاهلها، وقد يرجع ذلك إلى أن هذه التعليقات تافهة والرد عليها قد يجر هذه الصفحات إلى تداعيات أخرى من شأنها أن تشوه صورة الصفحات ومضامينها، ومنه تتفق النتائج السابقة مع نتيجة دراسة (حسن، 2019) بأن مقدرة الوسائط الاتصالية على تحديد المتطلبات الأساسية للمستقبل والتي يريدها من الاتصال وكذا تلبية هذه الحاجات والمتطلبات تساهم في ثراء هذه الوسائط، وبمعنى آخر أن تقدم من خلال هذه الوسائط ما يحتاجه المستقبل ويتفق مع رغباته الشخصية، حيث إن الوسيلة تعني بنقل أفكارهم واتجاهاتهم، وهنا يتحقق ثراء الوسائط وبدونه تصبح الوسائط فقيرة الثراء، ومن ثم فإن المستقبل يختار المضمون الذي يفضل متابعته ويستبعد غيره من المضامين التي لا تتوافق مع رغباته واحتياجاته وتطوير فهم أفضل للجمهور، وهذا ما تتفق أيضا مع نتيجة دراسة (Charles H) (Jillian R. Phillips, 2009) التي بينت نتائجها أن الوسائط الأكثر ثراء هي التي تتميز باستخدام ردود الفعل السريعة والرموز المتعددة.

بناء على ما سبق يمكن القول إن الصفحات المدروسة فعلا تبنت آليات للتفاعل والتركيز الشخصي فالمعطيات الخاصة بتوفر أبعاد التركيز الشخصي تشير إلى توفر أغلبها في الصفحات المدروسة، والتي تجعل من هذه الصفحات صفحة تفاعلية وتمتاز بالثراء الإعلامي والاتصالي.

الجدول رقم (15): يبين فئة تعدد الرموز والوسائط المتاحة في منشورات الصفحات المدروسة

الصفحات		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		الصفحات		الفئات ومؤشراتها	
الجموع		الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف		(م س وص ت) لولاية البليدة		(م س وص ت) لولاية تلمسان		(م س وص ت) لولاية سطيف		(م س وص ت) لولاية ورقلة		(م س وص ت) لولاية بومرداس			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
20,71%	327	18,68%	71	21,80%	46	21,05%	56	18,79%	59	22,22%	52	24,71%	43	نص عادي (تقليدي)	النصوص
0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	نص (فائق وتشعبي)	
5,13%	81	5,79%	22	5,21%	11	4,89%	13	6,05%	19	4,70%	11	2,87%	5	صور فقط	الصور
17,29%	273	14,47%	55	19,43%	41	17,29%	46	16,56%	52	18,38%	43	20,69%	36	صور + نص	
4,18%	66	4,74%	18	4,27%	9	3,76%	10	4,14%	13	4,27%	10	3,45%	6	فيديو فقط	الفيديوهات
13,49%	213	14,21%	54	14,69%	31	12,78%	34	13,06%	41	13,68%	32	12,07%	21	فيديو + نص	
11,72%	185	7,63%	29	10,43%	22	13,16%	35	12,74%	40	13,25%	31	16,09%	28	فيديو + نص + صورة	
8,99%	142	9,21%	35	8,06%	17	9,40%	25	10,51%	33	8,55%	20	6,90%	12	أنفوجرافيك ثابت	الأنفوجرافيك
3,36%	53	5,00%	19	1,90%	4	3,38%	9	3,82%	12	2,56%	6	1,72%	3	أنفوجرافيك متحرك	
0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	أنفوجرافيك تفاعلي	
6,33%	100	9,47%	36	4,74%	10	5,64%	15	6,05%	19	5,13%	12	4,60%	8	الروابط الداخلية	الروابط
8,80%	139	10,79%	41	9,48%	20	8,65%	23	8,28%	26	7,26%	17	6,90%	12	الروابط الخارجية	المتاحة
100%	1579	100%	380	100%	211	100%	266	100%	314	100%	234	100%	174	الجموع	

رسم بياني رقم (12): يبين فئة تعدد الرموز والوسائط المتاحة في منشورات الصفحات المدروسة



القراءة التحليلية:

تشير نتائج الجدول والرسم البياني أعلاه أن الأرقام بينت ما نسبته 20.7% كأعلى نسبة كانت لمؤشر (النص التقليدي) يليه في المرتبة الثانية مؤشر (الصور + النص) بنسبة 17.29%، ثم في المرتبة الثالثة مؤشر (فيديو + نص) بنسبة 13.49% وبنسبة 11.72%، ثم جاء مؤشر (فيديو + نص + صورة)، وكما بينت الأرقام وجود نسب متوسطة إلى ضعيفة تمثلت في المؤشرات التالية: أنفوجرافيك ثابت من فئة الأنفوجرافيك بنسبة 8.99%، تليه الروابط الخارجية ب 8.80%، الروابط الخارجية ب 6.33%، صور فقط 5.13%، فيديو فقط بنسبة 4.18%، أنفوجرافيك متحرك بنسبة 3.36%، ومن جهة أخرى تم ملاحظة كل المؤشرات نص فائق (تشعبي)، أنفوجرافيك تفاعلي، قد عرفت نسباً معدومة 0%.

تعتبر الرموز المتعددة والوسائط ثورة في مجال الإعلام والاتصال لأنها عززت مكانة الوسائط الاتصالية عموما وأضفت على المواقع الإلكترونية والمنصات والصفحات طابعا ديناميكيا وجماليا، وهذا ما لمسناه من خلال نتائج الجدول السابق والتي بينت بأن الصفحات المدروسة توظف مزيجا متكاملا ومتنوعا من الوسائط والرموز كالنصوص، الصور، الفيديوهات، الروابط، فأول ما تم ملاحظته من الجدول أن مجموع تكرارات الرموز والوسائط المتاحة كان (1579) وهو أكبر بكثير من مجموع عدد المنشورات الذي هو (998)، وهذا راجع لاحتواء المنشور الواحد لأكثر من رمز ودعامة ووسيط اتصالي، فقد وجدنا أحيانا منشورا واحدا يوجد به عدة رموز ووسائط في الوقت نفسه، وقد استفادت كثيرا الصفحات المدروسة من الوسائط والرموز المتعددة لأنها وسائل تمكنهم من التواصل مع الجمهور المستهدف وأداة جذب تثير اهتمام هذا الجمهور لما تتمتع به من ميزات كالترزامن بين النص والصورة والصوت.

وعن تفسير النتائج فتشير المعطيات إلى أن الصفحات توظف في المقام الأول النصوص المكتوبة التي هي عبارة عن رموز تُستخدم لتعكس الخطاب الاتصالي أو الرسالة، فهي مجموعة من الحروف المنظمة التي تستخدم لتشكيل المعنى كي يكون مفهوما، لأن الوسائط الاتصالية الجديدة تعد من أحسن وسائل التعبير والنشر للمادة النصية وبالأخص في موقع الفيسبوك الذي يتميز بخاصية النشر غير المحدود الذي من خلاله يمكن كتابة أو تنزيل المادة النصية في أي وقت وبدون قيود وبحرية تامة، ويُفسر اعتماد الصفحات على النص المكتوب بالدرجة الأولى في منشوراتها بسبب سرعة التحديث والنشر اليومي، وبالتالي لا يساعد الوقت للبحث كل مرة عن صورة أو فيديوهات مدعمة أو أي شكل من الدعائم الأخرى المرافقة للنص، وأيضا تستخدم هذه الصفحات النصوص المكتوبة فقط لكون المنشور يكون واضحا ومباشرا لا يحتاج للتفسير والشرح عن طريق الصورة أو الفيديو ومثال ذلك في حالة النشر عن التظاهرات أو الملتقيات أو الندوات أو النشاطات الخاصة بالنشاط الحرفي أو في حالة تقديم معلومات وشروحات تعريفية أو تقديمية حول بعض الحرف أو النشاطات

المتعلقة بما (رشيدة عيساني، مارس 2023)، لذلك يعد النص من أحد التحديات في الوقت الراهن، حيث ينبغي تقديم الرسالة الاتصالية عبر طريقة مبتكرة ومثيرة بصريا، لذا ينبغي التعامل مع النص عند تقديم المنشورات بطريقة تخلف عن النص التقليدي المطبوع، كما اعتمدت الصفحات في منشوراتها على (النص + الصورة) على اعتبار أن الصور تكون أكثر تعبيرا وتجسيدا للموضوع المنشور، ولها قدرة كبيرة على نقل قدر واسع من الأفكار والصور، وأيضا الصور تشكل مصدرا لجذب المتلقي للمنشورات وهي أداة مساعدة لتوصيل النص المكتوب وشرحه، وكما أصبح للصور سلطة ودور بالغ في تمثيل المعاني تمثيلا مبتكرا كما لها دلالات تعبيرية وقيم جمالية تؤثر تأثيرا مهما على المتابعين لهذه الصفحات، وأصبحت الصور لا تشكل مجرد متعة أو محاكاة فنية فقط، وإنما لها طابع وظيفي جد مهم، لهذا لجأت إليها الصفحات كنمط لنشر مضامينها من أجل زيادة التفاعل مع مناشيرها، على اعتبار الصور التي يتم اختيارها لمرافقة المنشور تقوم بالتعبير عنه وشرحه، وغالبا ما تشكل الصور المرافقة للنصوص والتي تكون منتقاة باحترافية قصة متكاملة تجذب المتلقي للتعمق أكثر في الموضوع المطروح وفهمه، ولأن الصورة تعد أهم عنصر من عناصر الوسائط الاتصالية الجديدة أصبح الجمهور يبحث عن العناصر البارزة في النص المنشور مباشرة، لذلك تستخدمها الصفحات من أجل زيادة التفاعل مع مناشيرها، على اعتبار المتابعين أعينهم تقع عادة مباشرة على الصورة قبل النص، فالصورة لها أهمية كبيرة في نقل وإيصال المعنى في الرسالة الاتصالية ما يساهم في إضفاء نوع من التكامل في تقديم الرسالة الإعلامية والمضامين المراد نشرها، وكما أن الصورة في الصفحات تحتل ألف كلمة وتشرح المنشورات بصورة جذابة ومختصرة للجهد والوقت خاصة مع تطور الوسائط وما صاحبه من جودة الصور ومن هنا أصبحت لديها وظيفة مزدوجة وظيفية جمالية فنية ووظيفة معلوماتية بالنظر لكمية المعلومات التي تتضمنها، كما أن الباحثين في مجال علوم الاعلام والاتصال توصلوا إلى أن الجيل الحالي ثقافته تعتمد على الصورة أكثر من اعتمادها على النص أو الصوت فقط، ومن نتائج الدراسة يتضح أن الصفحات تراعي في منشوراتها تفضيلات

الجمهور المتابع له، ومثال على ذلك في حالة نشر نصوص ومضامين عن برامج تأهيلية ودورات تكوينية هنا تلجأ الصفحات لتقديم الشرح بالصور، أو أحيانا في حالة تقديم حرفة هنا تقوم الصفحات بوضع صور مرافقة للنص وتعرض فيها هذه الحرفة لتبينها أكثر، وهذا ما يساهم في التعرف عليها أكثر أو في حالة تقديم إعلانات وعروض لدورات تكوينية فتكون هنا بالصور من أجل توضيحها أكثر (رشيدة عيساني، مارس 2023)، وكما تستخدم الصفحات (نص + فيديو) ومرد هذا الاستخدام للفيديوهات ومرافقتها للنصوص المكتوبة هو الانتشار الملفت لعنصر الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع الفيسبوك، فيعتبر الفيديو من أكثر الوسائط أهمية نظرا لخاصية الحركية التي يتفرد بها مقارنة مع باقي الوسائط، ونظرا أيضا لما تتسم به الفيديوهات من عناصر جذب ولميزتها أيضا في توضيح وشرح فكرة بطريقة أحسن وكذا لجذب الانتباه، ومثال على ذلك عندما تنشر الصفحات تقريرا عن حرفة أو صناعة تقليدية أو تعرض روبرتاجات عن الحرفين، المؤسسات الحرفية هنا تستعين هذه الصفحات بالفيديوهات من أجل التوضيح أكثر والشرح وإبراز القيمة الفعلية لهذه الحرفة وكذا الحرفي ونشاطاته، وهذا ما يوضح أكثر للمتابعين هذه الحرفة ويعرفهم بها، ويساهم بدوره في إبراز قيمة النشاط الحرفي وتعزيز صورة الحرف والحرفين لدى متابعي هذه الصفحات، وتتفق النتيجة السابقة مع نتيجة دراسة (Santhanam, R 2015) التي بينت نتائجها أن الثراء الفائق (للصور + مقاطع الفيديو) يمتاز بمزايا تعدد الإشارات والرموز المضافة للمنشورات، والتي تعمل على جعل الرسالة أكثر بروزا وملفتة للانتباه، كما تستخدم الصفحات (نص + فيديو + صورة) في منشوراتها من أجل توضيح المنشور أكثر ووصوله لأكثر عدد من المتابعين لأنه يجمع الوسائط الاتصالية من صورة ونص وفيديو، وهذا ما يضيف نوعا من الجاذبية والحيوية والوضوح على المحتوى المنشور، وأيضا الصفحات المدروسة تستخدم الروابط الخارجية والداخلية معا لأن الروابط تقضي على مشكلة المساحة وهي تقدم وظيفة مزدوجة إذ إنها تحقق للصفحات تميزا من خلال جعلها ثرية كونها تفك الغموض الذي يكون لدى المتابعين أثناء قراءتهم لبعض المنشورات فهي

تؤدي دور الشارح والمفصل للنصوص فضلا على أنها تتيح لمتابعي الصفحات إمكانية الإطلاع على مختلف المعلومات والأخبار والخدمات التي تُقدمها دون عناء البحث والتقصي في مواقع أخرى خارجية أو عبر مصادر جديدة أو بديلة وهذا ما يزيد من نسبة الإقبال والإعجاب بهذه الصفحات وبما تقدمه من منشورات، لكن الصفحات تستخدم غالبا الروابط الخارجية وذلك بهدف الإطلاع أكثر على تفاصيل الموضوع المنشور، ومثال على ذلك الروابط التي تستخدمها الصفحات المدروسة عند تقديم منشور يكون حول بعض الفاعلين في النشاط الحرفي كالقطاع العام أو أرباب العمل أو الجمعيات الحرفية، هنا تقدم هذه الصفحات روابط خارجية تكون مرافقة للمنشورات تساعد المتابعين من التوجه مباشرة للمؤسسة أو الهيئة أو الجمعية عن طريق هذه الروابط إما من أجل التواصل معها أو من أجل التعرف عليها أكثر، كذلك تستخدم الروابط الخارجية في حالة تقديم أخبار من وسائل الإعلام الوطنية أو أخبار الغرف الولائية للحرف والصناعة التقليدية، أما الروابط الداخلية فتستخدمها أحيانا في حالة طلب المتابعين بعض المعلومات أو تستخدمها من أجل تفسير المنشورات وشرحها، وما لاحظناه أيضا في الصفحات استخدامها للأنفوجرافيك الثابت الذي هو عبارة عن رسم تصويري يشرح شيئا معيناً بشكل ثابت دون الحاجة إلى الشرح عن طريق النص ومثال على ذلك المنشورات المقدمة عن البرامج التكوينية أو المؤسسات الناشئة أو المقاولات الحرفية فهنا عن طريق الأنفوجرافيك تعرض كل الشروحات عن هذه المنشورات دون الحاجة للكتابة والنصوص، ومن بين الصفحات المدروسة التي تستخدم الأنفوجرافيك كثيرا وجدنا صفحة الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، أما الأنفوجرافيك المتحرك فنادر ما نستخدمه الصفحات، والأنفوجرافيك التفاعلي لا نستخدمه إطلاقاً مع أنه من المتطلبات الحالية وخاصة مع الانتشار الكبير للوسائط الاتصالية الجديدة، ونرى أن عدم استخدام الأنفوجرافيك بشكل موسع في المنشورات يرجع إلى صعوبة تصميم الأنفوجرافيك الذي يحتاج إلى جهد ووقت وخبرة كبيرة وخاصة الأنفوجرافيك التفاعلي، لذلك تلجأ الصفحات إلى استخدام وسائط أخرى للنشر كالفديو والصور، حيث إن استخدام

الصور فقط أو الفيديوهات فقط وحدها يُمكن الجمهور من التغلب على حاجز اللغة، فالصور أو الفيديوهات اليوم تشكل لغة عالمية للتواصل بين مستخدمي الوسائط الجديدة وتمتاز بالجذب الكبير، ولكن ما يمكن أن يؤخذ على الصفحات المدروسة ويُعاب عليها هو عدم استخدام النص الفائق (التشعبي) فلا يوجد استخدام من طرف هذه الصفحات للنص الفائق التشعبي مطلقا في منشوراتها، والسبب لتفوق استخدام النصوص العادية على النصوص الفائقة من حيث توظيفها لأنه لا يوجد منشورات تستدعي وصلات وروابط للإيضاح والشرح، كما يكمن السبب أيضا لنية القائمين على الصفحات في الحفاظ على الزوار من خلال الحرص على ربطهم بصفحاتهم لأطول مدة ممكنة، لأن الروابط قد تشتت ذهنهم وإن غادرو الصفحة لم تبق لديهم رغبة في الرجوع إلى الصفحة (رشيدة عيساني، مارس 2023)، لكن رغم هذا ومع تطور الوسائط الجديدة والرقمنة لم يعد النص العادي يفي بالغرض وهذا لزخم المعلومات وقلة مساحة النشر، ولهذا النصوص التشعبية أو الفائقة التي تربط النص بوصلات خارجية لشرح وتوضيح النص المنشور على الصفحة أصبح ضرورة لا بد منها، وتتفق النتائج السابقة مع نتيجة دراسة (Simon, S.J. and Peppas, 2004)، فالوسائط والرموز المتعددة الممثلة في النصوص والصوت والصور الثابتة والفيديو والجرافيك تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحا وفعالية من قبل الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بدرجات متزايدة من التفاعلية، وأيضا نتيجة دراسة (عبد الصادق حسن، 2019) التي بينت نتائجها أن الوسائط الجديدة تنطوي على كثير من عوامل الثراء من حيث تعدد الأشكال والرموز الاتصالية والإعلامية، والتي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من خلال استخدام العديد من الوسائط المتعددة مثل النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو، التطبيقات التفاعلية التي تشرح وتسهل فهم الرسالة الاتصالية بين المشاركين وشرح أبعادها المختلفة مما يزيل عدم التأكد والغموض الذي قد يحيط بالرسالة الاتصالية، وفي سياق متصل وضع (Jialum Qin, et Al) (2006) معايير لقياس ثراء المواقع الإلكترونية من منطلق تعريف لثراء الوسيلة الذي يرى أنه يعني كفاءة مواقع الويب في

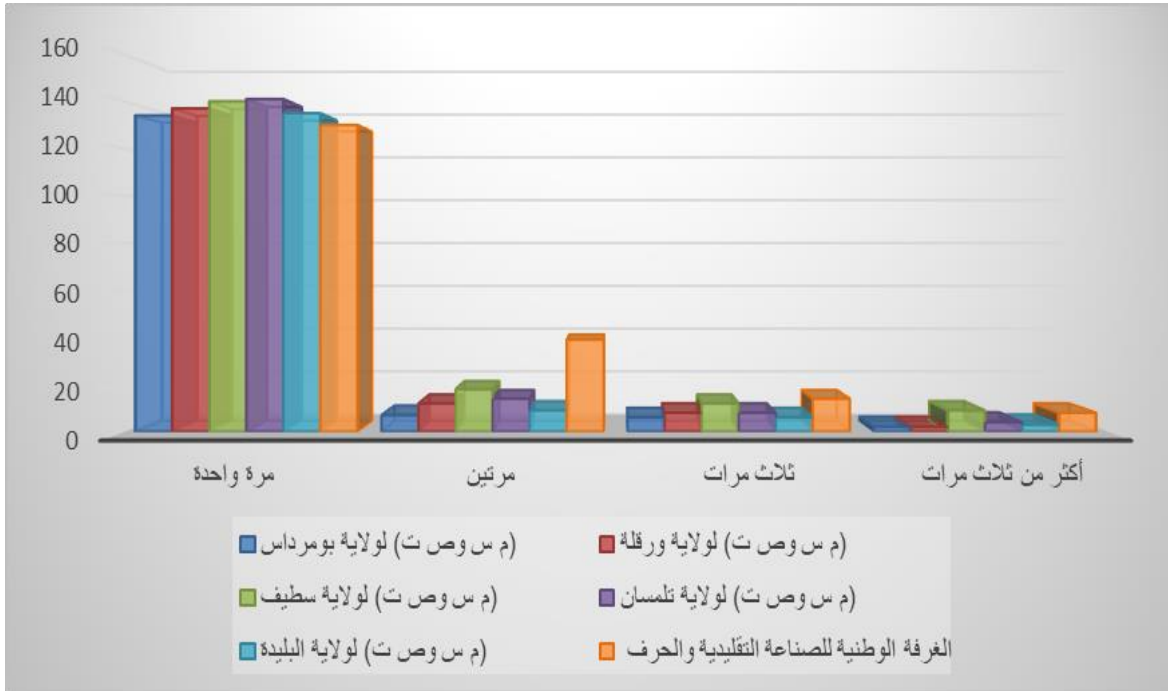
استخدام الوسائط المتعددة (كالروابط الفائقة، الصور، الصوت،....) في توصيل المعلومات للمستخدمين، ومحددا أربعة مؤشرات للشراء هي: الروابط الفائقة، الملفات القابلة للتحميل، الصور، ملفات الصوت الفيديو حيث توصل إلى أن غزارة المعلومات وسرعتها وفورية نشرها في الصحافة الإلكترونية دفعت باتجاه تكثيف المعلومات في المادة التحريرية، والاهتمام بالدقة والمصداقية هذا إلى جانب الاهتمام بالصور والعناوين لموازنة عناصر الشراء المتعلقة بتعدد الرموز (نص، صور، فيديو) في المواقع الإلكترونية.

إجمالا نستنتج أن القائمين على الصفحات المدروسة لديهم الوعي بأهمية كل عنصر من عناصر الوسائط الاتصالية الجديدة، فهم يسعون إلى العمل على دمج وتكامل هذه الوسائط في منشورات صفحاتهم، حيث وجدنا أنه على الأقل في المنشورات تم توظيف عنصرين من الوسائط والرموز، يعني هنا أظهرت الرموز التي تعتبر كأحد أبعاد الشراء الذي يتوفر من خلال تعدد الوسائط والرموز المستخدمة وفقا لنظرية ثراء الوسائط.

الجدول رقم (16): يبين فئة معدل التحديث والنشر اليومي في الصفحات المدروسة

المؤشرات		الصفحات		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		(م س وص ت)		الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
معدل النشر اليومي	مرة واحدة	134	%89,93	137	%86,16	140	%78,21	141	%84,43	135	%88,24	130	%68,1	817	%81,86		
	مرتين	7	%4,70	12	%7,55	18	%10,06	14	%8,38	9	%5,88	39	%20,4	99	%9,92		
	ثلاث مرات	6	%4,03	8	%5,03	12	%6,70	8	%4,79	6	%3,92	14	%7,3	54	%5,41		
	أكثر من ثلاث مرات	2	%1,34	2	%1,26	9	%5,03	4	%2,40	3	%1,96	8	%4,2	28	%2,81		
	المجموع	149	%100	159	%100	179	%100	167	%100	153	%100	191	%100	998	%100		

رسم بياني رقم (13): يبين فئة معدل التحديث والنشر اليومي في الصفحات المدروسة



القراءة التحليلية للجدول

تشير البيانات الموضحة في الجدول والرسم البياني أعلاه والمتعلق بمعدل التحديث والنشر اليومي أن النسبة الأعلى والكبيرة لمعدل النشر اليومي في الصفحات المدروسة كانت بمعدل مرة واحدة في اليوم، حيث جاءت بنسبة 81.86% من معدل التحديث والنشر اليومي، ليليها معدل النشر مرتين في اليوم في المرتبة الثانية بنسبة 9.92%، أما معدل النشر الأقل والذي جاء في المرتبة الثالثة فيعود لمؤشر ثلاث مرات في اليوم بنسبة 5.41%، وفي الأخير كانت النسبة الأضعف لمؤشر أكثر من ثلاث مرات بنسبة 2.81%.

نعلم أن الوسائط الاتصالية الجديدة تتيح ميزة التحديث الفوري للمواقع الإلكترونية والصفحات، وهذه الميزة استغلتها الصفحات المدروسة في زيادة التقرب أكثر من متابعيها وتعزيز مصداقيتها وحضورها لديهم، لهذا وجدنا من خلال النتائج السابقة أن الصفحات المدروسة في أغلب الأوقات تقوم بالنشر والتحديث بصفة مستمرة ولو بمعدل مرة واحدة على الأقل في اليوم ويُفسر ذلك أن هذه الصفحات تعمل على إبقاء نفسها دائمة الظهور لدى متابعيها بفضل منشوراتها اليومية، فهي تسعى للمحافظة على التحديث المستمر والمنتظم لمنشوراتها، وهذا التحديث والنشر

اليومي يعطي اهتماما وانطبعا جيدا تجاه هذه الصفحات من طرف متابعيها أو المعجبين بها مما يعزز صورتها وسمعتها لديهم وما بُين أيضا اهتمامها بتشجيع الزيارات لها إلى جانب خلق ثقة في كونها ستقدم لهم كل جديد، كما أن النشر اليومي دليل على اهتمام هذه الصفحات بالتواجد اليومي لدى متابعيها ومعجبيها من أجل اطلاعهم على كل المستجدات الخاصة بالنشاط الحرفي، وبهذا يبقى المتابعون لهذه الصفحات على تواصل وارتباط يومي بالنشاط الحرفي وكذا التعرف على كل ما يتعلق به، كما وجدنا أحيانا يصل معدل النشر حتى إلى مرتين أو حتى ثلاث مرات في اليوم، وهذا مؤشر جيد على أن هذه الصفحات فعلا تعنى بهذا النشاط وتسعى لنشر كل ما يتعلق به، ونفسر الاختلاف في عدد مرات النشر من مرة واحدة إلى أكثر من ثلاث مرات في اليوم إلى طبيعة المادة أو المضامين المنشورة أو حسب تواجد المتابعين لهذه الصفحات، أو قد يرتبط عدد مرات النشر بالمناسبات والأحداث الخاصة بالنشاط الحرفي، كالمناسبات الخاصة بالمعارض أو الدورات التكوينية أو في حالة النشر حول آليات دعم وبرامج تكوينية جديدة، فهنا لاحظنا كثافة المنشورات وزيادتها وتكرارها، وهذا من أجل تقديم مختلف الشروحات والتوضيحات لمتابعي هذه البرامج أو المنشورات الخاصة بإعلانات المعارض الدولية والوطنية، وهنا تلجأ الصفحات لزيادة معدل النشر اليومي من أجل استقطاب أكبر عدد ممكن من أجل المشاركة في هذه المعارض وكذا حضورها.

وانطلاقا مما سبق نرى أن معدلات النشر في الصفحات المدروسة هي مقبولة، ولكن لا بد أن تأخذ بعين الاعتبار المحافظة على معدل ثابت لتحديث منشوراتها، لأن التحديث المستمر والدائم يشكل لدى المتابعين صورة ذهنية إيجابية، لذلك إن كانت الصفحات المدروسة ترغب في استقطاب جمهور أكبر والمحافظة على جمهورها الحالي لا بد لها من تجديد منشوراتها ومعلوماتها بشكل متواصل وبمعدل ثابت للنشر، وتتفق النتائج السابقة مع نتيجة دراسة **Jialum Qin,et Al (2006)** الذي يرى أنه يعني كفاءة الوسائط الاتصالية في غزارة المعلومات وسرعتها وفورية نشرها والتواجد اليومي في تقديم المنشورات، وهذا ما يساهم في الاستمرارية والذي يعطي انطبعا جيدا تجاه هذه الصفحات من طرف متابعيها أو المعجبين بها مما يعزز صورتها وسمعتها ويشجع الزيارات لها ومتابعيتها، لهذا ومن هذه النتائج نخلص إلى أن التحديث المستمر واليومي للمنشورات في الصفحات ساهم في تحقيق أحد مؤشرات نظرية ثراء الوسائط والمتمثل في التحديث اليومي والاستمرارية.

الجدول رقم (17): يبين فئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة

المجموع		الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف		(م س وص ت) لولاية البليدة		(م س وص ت) لولاية تلمسان		(م س وص ت) لولاية سطيف		(م س وص ت) لولاية ورقلة		(م س وص ت) لولاية بومرداس		الصفحات الفئات ومؤشراتها	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
%2,10	21	%0,94	2	%4,17	6	%1,76	3	%1,14	2	%2,47	4	%2,99	4	منعدمة (لم تحقق أي مشاهدة)	المشاهدات
%6,51	65	%4,25	9	%7,64	11	%8,82	15	%3,98	7	%6,17	10	%9,70	13	منخفضة (من 0 إلى 250 مشاهدة)	
%45,29	452	%42,92	91	%40,97	59	%41,76	71	%47,73	84	%48,15	78	%51,49	69	متوسطة (من 250 إلى 500 مشاهدة)	
%27,05	270	%29,72	63	%25,69	37	%27,06	46	%28,98	51	%25,31	41	%23,88	32	مرتفعة (من 500 إلى 1000 مشاهدة)	
%100	998	%100	212	%100	144	%100	170	%100	176	%100	162	%100	134		المجموع
%9,02	90	%10,77	21	%6,58	10	%9,25	16	%10,56	19	%8,97	14	%7,04	10	منعدمة (لم تحقق أي مشاركة)	المشاركات
%72,34	722	%80,00	156	%68,42	104	%71,68	124	%73,33	132	%71,15	111	%66,90	95	منخفضة (من 0 إلى 250 مشاركة)	
%18,44	184	%8,21	16	%25,00	38	%19,08	33	%16,11	29	%19,87	31	%26,06	37	متوسطة (من 250 إلى 500 مشاركة)	
%0,20	2	%1,03	2	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	مرتفعة (من 500 إلى 1000 مشاركة)	
%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	مرتفعة جدا (أكثر من 1000 مشاركة)	
%100	998	%100	195	%100	152	%100	173	%100,00	180	%100	156	%100	142		المجموع

القراءة التحليلية:

تشير النتائج المبينة في الجدول أعلاه والمتعلق بفئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة:

أولاً: بخصوص المشاهدات

تشير النتائج المتعلقة بعدد المشاهدات أن 45.29% من مشاهدات منشورات الصفحات المدروسة يمكن اعتبارها متوسطة أي تتراوح بين 250 و 500 مشاهدة، تليها المشاهدات المرتفعة التي تتراوح عدد مشاهداتها بين 500 و 1000 مشاهدة بنسبة 27.05%، تليها المرتفعة جداً أي أكثر من 1000 مشاهدة بنسبة 19.04%، أما النسبة الأقل والتي قدرت ب 6,51 فرجعت إلى عدد المشاهدات المنخفضة التي يتراوح عدد مشاهداتها بين 0 و 250 مشاهدة، وكانت النسبة الأضعف ب 2.1% فقد تمثلت في المشاهدات المنعدمة أي التي لم تحقق أية مشاهدة.

تقيس هذه النتائج الجزئية المتعلقة بالتفاعلية التي توفرها منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي، واستقراء لنتائج الجدول أعلاه أظهرت النتائج المتعلقة بحجم تفاعل الجمهور مع منشورات هذه الصفحات من خلال مؤشر عدد المشاهدات أنها كانت ما بين متوسطة ومرتفعة ولم تكن بالمستوى المطلوب، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن المواضيع المنشورة عبر الصفحات لم تنل اهتمام أو إعجاب بعض المتابعين ولم تكن ضمن تطلعاتهم، وكما يفسر أيضاً ذلك لنقص ثقافة الاهتمام بالنشاط الحرفي في المجتمع الجزائري، لأنه ومن خلال تحليلنا لمضامين منشورات هذه الصفحات لاحظنا أن معظم المتابعين هم من الحرفيين ومنهم هم علاقة مباشرة مع النشاط الحرفي، هذا ما يفقد هذه الصفحات الاهتمام والمتابعة الكبيرة من كافة شرائح وفئات المجتمع الجزائري، وفي أحيان أخرى وصلت نسب المشاهدة إلى نسب منخفضة بل حتى إلى منعدمة، وهذا ما يؤكد قولنا السابق بأن ثقافة الاهتمام بالنشاط الحرفي ناقصة جداً في المجتمع الجزائري وكذلك استخفاف وعزوف الشباب الجزائري عن هذا النشاط والذهاب إلى النشاطات السهلة وغير المتعبة، فالكثير من الشباب

الجزائري يفضل العمل في القطاع العام والنفور من المهن اليدوية، فرغم النقص الكبير الذي يعانيه الاقتصاد الجزائري من هذه المهن، إلا أنه يوجد أسباب عديدة تدفع الشباب إلى النفور، قد يكون بسبب استصغار هذه الحرف أو الهروب من المشقة، أو بحث بعضهم عن المكانة الاجتماعية، وآخرون يرونها مرهقة ومضرة بالصحة (بن زعرور، 2021) وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة (بن حمودة، 2017) التي بينت نتائجها أن الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية تعاني من تهديد حقيقي لضرب قيمها من خلال المد التقني المتزايد، وهو ما يضعف مكانة التراث الحرفي والاستخفاف بالعمل اليدوي وقيمتها من طرف فئة الشباب، وهذا ما ولد قصورا لدى الأجيال الجديدة في إدراك القيمة الحقيقية للموروث الحرفي الجزائري، ورغم هذا وجدنا نسبة معتبرة لمنشورات حققت نسب مشاهدة مرتفعة جدا، وأثناء أزمة كورونا حققت المنشورات نسب مشاهدة عالية، وأيضا في حالة نشر التظاهرات أو الدورات أو النشاطات الجديدة التي تُعنى بالنشاط الحرفي حيث تزيد نسب المشاهدات من أجل الاطلاع كل ما هو جديد حول النشاط الحرفي عموما في الجزائري وكل ما يتعلق به (رشيدة عيساني، مارس 2023).

ثانيا: بخصوص المشاركات

تشير النتائج المتعلقة بالمشاركات لمنشورات الصفحات المدروسة أن 72.34% من مشاركات المنشورات بأنها مشاركات منخفضة أي من 0 الى 250 مشاركة، تليها نسبة 18.44% التي تمثل مشاركات متوسطة أي يمكن تقديرها من 250 الى 500 مشاركة و 9.02% منعدمة أي لم تحقق أية مشاهدة، هذا من جهة من جهة أخرى، المشاركات المرتفعة قد تحققت بنسبة 0.2% من مجموع منشورات الصفحات المدروسة وهي نسبة جد ضئيلة مقارنة بالمشاركات المنخفضة والمتوسطة، وفي الأخير جاءت النسبة المنعدمة لعدد المشاركات المرتفعة أكثر من 1000 مشاركة.

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه وجدنا أن مشاركات المنشورات الخاصة بالصفحات المدروسة موجودة، وهي من الأدوات التفاعلية التي ساهمت في نشر الموضوعات بشكل أوسع ولجمهور أكبر، فالمشاركة التي تمثل المستوى الثاني من التفاعلية، والتي سببها رغبة المشاركة في إيصال المنشور إلى الأصدقاء الذين يشاركونه نفس الاهتمامات أو التخصص، وتكون المشاركات أحيانا بسبب وجود إعلانات خاصة بدورات تكوينية أو نشاطات جديدة (رشيدة عيساني، مارس 2023)، ولكن رغم هذا فإن أغلب المنشورات لم يقيم المتابعون بمشاركتها، فقد لاحظنا عند قيامنا بمتابعة الصفحات المدروسة أن نسب المشاركات كانت متوسطة إلى منخفضة، وتفسير هذا هو نفس السبب الذي تحدثنا عنه سابقا والمتعلق بغياب ثقافة الاهتمام بالنشاط الحرفي الجزائري ومتابعة كل ما يتعلق به في الفضاء الافتراضي، أو في حالة تكرار الإعلانات والمنشورات نفسها (رشيدة عيساني، مارس 2023)، هذا ما أدى بنسب المشاركات لعدم الوصول إلى النسب المرتفعة والمترفعة جدا، فحقيقة صفحات الفاعلين في النشاط الحرفي بصفة عامة في الجزائر لا تعرف الاهتمام الكافي من طرف المجتمع الجزائري، فلاحظنا أنه مهمش ولا يحظى بالمتابعة الكبيرة وبخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، فرغم وجود المئات وإن لم نقل الآلاف من الصفحات التي تُعنى بالنشاط الحرفي الجزائري وهذه الصفحات إما أن تكون تابعة لمؤسسات عمومية أو خاصة أو أفراد أو جمعيات أو حرفيين إلا أنها ليست من اهتمامات المجتمع الجزائري وبالأخص فئة الشباب الذي لا يتهم بالحرف والصناعات التقليدية ولا يعرف فائدتها وقيمتها الحقيقية، وتتفق النتائج السابقة مع دراسة (عبد الصادق حسن، 2019) التي بينت نتائجها أن الوسائط الاتصالية تنطوي على كثير من عوامل الشراء من حيث إمكانية رجوع الصدى وسهولته وفوريته، ومن حيث تعدد الأشكال الاتصالية والإعلامية، والتطبيقات التفاعلية التي تشرح وتسهل فهم الرسالة الاتصالية بين المشاركين وشرح أبعادها المختلفة مما يزيل عدم التأكد والغموض الذي قد يحيط بالرسالة الاتصالية، بالإضافة إلى إمكانية تعديل الرسالة الاتصالية أو إضافة محتوى جديد مما يسمح للمشاركين بالتفاعلية في العملية الاتصالية من خلال سماحها بنقل المشاعر والعواطف ونقل إيماءات الوجه والتعبيرات، والقدرة على الاستماع وفهم ما به من معاني.

الجدول رقم (18): يبين فئة اتجاه وطبيعة التعليقات نحو منشورات الصفحات المدروسة

15,16%	286	%15,38	94	%12,83	24	%16,04	51	%17,44	68	%13,60	31	%11,76	18	التعليقات بالانطباعات السلبية	اتجاه التعليقات
52,68%	994	%50,25	307	%55,08	103	%53,14	169	%52,05	203	%53,07	121	%59,48	91	التعليقات بالانطباعات الإيجابية	
27,66%	522	%29,30	179	%27,27	51	%26,10	83	%24,62	96	%30,26	69	%28,76	44	التعليقات بين المستخدمين	
4,50%	85	%5,07	31	%4,81	9	%4,72	15	%5,90	23	%3,07	7	%0,00	0	التعليقات خارج الموضوع المنشور	
100%	1887	%100	611	%100	187	%100	318	%100	390	%100	228	%100	153	المجموع	
1,16%	37	%1,31	15	%0,00	0	%1,41	7	%1,73	10	%1,26	5	%0,00	0	التعليقات بفيديو	طبيعة التعليقات
7,39%	235	%9,34	107	%0,00	0	%8,27	41	%8,49	49	%6,78	27	%4,09	11	التعليقات بصورة	
2,23%	71	%2,09	24	%2,03	6	%2,22	11	%2,95	17	%2,26	9	%1,49	4	التعليقات برابط	
26,56%	845	%27,14	311	%31,08	92	%24,40	121	%23,74	137	%25,88	103	%30,11	81	التعليقات التشجيعية والتدعيمية	
10,62%	338	%9,86	113	%10,47	31	%10,89	54	%11,96	69	%11,81	47	%8,92	24	التعليقات المتضمنة التهاني	
37,34%	1188	%39,01	447	%37,50	111	%36,90	183	%35,36	204	%35,43	141	%37,92	102	التعليقات المتضمنة استفسارات	
14,71%	468	%11,26	129	%18,92	56	%15,93	79	%15,77	91	%16,58	66	%17,47	47	التعليقات المتضمنة الشكوى والشم	
100%	3182	%100	1146	%100	296	%100	496	%100	577	%100	398	%100	269	المجموع	

49,74%	21246	%54,35	8767	%39,06	1289	%48,47	3007	%51,25	5017	%44,76	2035	%39,63	1131	بإعجاب	التعليق بـرموز وأيقونات (إيموجيات)
30,84%	13175	%31,05	5008	%31,85	1051	%28,63	1776	%30,47	2983	%30,11	1369	%34,62	988	بردة فعل حب	
8,83%	3770	%6,18	997	%13,97	461	%10,40	645	%8,86	867	%10,58	481	%11,18	319	بردة فعل تضامن	
1,58%	674	%1,05	169	%2,33	77	%2,14	133	%1,29	126	%2,22	101	%2,38	68	بردة فعل أضحكت	
5,71%	2440	%4,10	661	%8,76	289	%6,04	375	%5,16	505	%8,12	369	%8,44	241	بردة فعل أحزنت	
2,28%	975	%2,42	391	%2,76	91	%3,14	195	%2,07	203	%2,79	127	%2,66	76	بردة فعل أدهشت	
1,02%	437	%0,86	138	%1,27	42	%1,18	73	%0,91	89	%1,41	64	%1,09	31	بردة فعل أغضببت	
100%	42717	%100	16131	%100	3300	%100	6204	%100	9790	%100	4546	%100	2854	المجموع	

القراءة التحليلية:

أولا: بخصوص اتجاه التعليقات

تشير النتائج المتعلقة باتجاه التعليقات نحو منشورات الصفحات المدروسة أن أكثر من 50 من التعليقات في منشورات الصفحات المدروسة يمكن اعتبارها انطباعات إيجابية حيث تمثل 54.68%، تليها في المرتبة الثانية التعليقات بين المستخدمين بنسبة 27.66%، أما التعليقات السلبية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 15.16%، وفي الأخير النسبة الأضعف كانت للتعليقات خارج الموضوع بـ 4.5%.

تعد التفاعلية من أبرز ما تميزت به الوسائط الاتصالية الجديدة، وقد أتاحت هذه الوسائط إمكانيات عديدة للتفاعل، والأخص موقع الفيسبوك فهو يتيح للمتصفح خيارات للتفاعل مع المضامين المنشورة وتتمثل في الإعجاب (like)، والتعليق (Comment)، والمشاركة (Share)، فضلا عن إمكانيات أخرى يمكن للمتابعين استخدامها، أما عن مستوى التفاعلية في الصفحات المدروسة، فقد تعددت وتنوعت وهذا حسب الأفكار والمواضيع التي تقدمها هذه الصفحات في منشوراتها ولعل أغلب الآراء والانطباعات المصاحبة لمنشورات هذه الصفحات كانت التعليقات بأراء إيجابية، وهذه الإيجابية دليل على الشعور بالرضا عن المنشورات المقدمة والتجاوب الكبير والتفاعل مع المضامين المنشورة وتقبلها، وكما يدل على اهتمام متابعي الصفحات بإبداء آرائهم حول الموضوعات المنشورة بكل حرية وبدون قيود، ويشير ذلك أيضا إلى أن منشورات هذه الصفحات يتوافق مع أفكار ومتطلبات واهتمامات الأعضاء والمتابعين مما يجعلهم يسجلون إعجابهم بها مما يساهم في زيادة تفاعلهم معها، ومثال على ذلك التعليقات الإيجابية على المنشورات ذات الطابع الإخباري والتوجيهي التي تتناول كل النشاطات المتعلقة بالنشاط الحرفي من دورات تكوينية أو ندوات أو لقاءات وغيرها من الأنشطة التي تنشرها الصفحات من أجل إخبار الحرفيين والحرفيات والجمهور العام بكل ما هو جديد حول النشاط الحرفي والمفيد للمتابعين لهذه الصفحات (رشيدة عيساني، مارس 2023)، وفي هذا الصدد وجدنا التعليقات بين المستخدمين والمتابعين حول موضوع المنشورات التي كانت في أغلبها إيجابية لأن جلها كانت عبارة عن طلب المساعدة أو الاستفسار بين المتابعين حول منشور ما مبهم أو غير واضح، أو

مناقشات شملت منشورات التهاني، لهذا يلجأ المتابعون للنقاشات أو لطلب المساعدة والشرح في هذا الشأن بالذات، وكل هذا يساهم في تبادل المعلومات والأفكار وتشكيل وجهات النظر نحو المضامين المنشورة، ومن جهة أخرى وجدنا للصفحات المدروسة آراء وانطباعات سلبية حول منشوراتها المقدمة، وهذا يعني عدم الرضا والقبول والاعتراض على هذه المنشورات إما على الجانب الشكلي أو الضمني لها، وهذا ما تم ملاحظته من خلال التعليقات السلبية ومثال على ذلك التعليقات حول بعض المنشورات التي لا يرى المتابع بأنه يستفيد منها ولا تفيده في شيء (رشيدة عيساني، مارس 2023)، وكما يمكن أيضا تفسير هذه التعليقات السلبية كون الصفحات المدروسة أحيانا تنشر إعلانات تتعلق بدفع النفقات أو إعلانات حول إقامة معارض دولية أو وطنية بتكاليف باهظة الثمن هذا ما يؤدي إلى التعليقات السلبية والرافضة، كذلك يوجد تعليقات خارج الموضوع المنشور ولكن بصفة ضئيلة جدا.

ثانيا: بخصوص طبيعة التعليقات

تشير النتائج المتعلقة بطبيعة التعليقات أن النسبة الأعلى لطبيعة التعليقات على منشورات الصفحات المدروسة هي تعليقات متضمنة استفسارات حيث جاءت بنسبة 37.34% تليها في المرتبة الثانية التعليقات التشجيعية والتدعيمية التي جاءت بنسبة 26.56% أما التعليقات التي تضمنت شكاوى وشتم فقد قدرت نسبتها ب 14.71% ومن جانب آخر فقد شملت التعليقات المتضمنة التهاني ما نسبته 10,62% حيث تراوحت بين 7.39% كتعليقات بالصور، 2.23% كتعليقات برابط و 1.16% كتعليقات بفيديو.

ظهرت الاستفسارات بشكل ملحوظ في التعليقات المصاحبة لمنشورات الصفحات المدروسة، ويمكن تفسير هذه النتيجة لكون المنشورات التي تقدمها هذه الصفحات أغلبها تتضمن مواضيع إخبارية أو مواضيع جديدة حول النشاط الحرفي الجزائري، فحسب ما لاحظناه من خلال متابعتنا لهذه الصفحات وجدنا أنها دائما تحرص على أن تقدم الجديد والآني فيما يخص النشاط الحرفي سواء للحرفيين أو الجمهور العام والمتابعين بصفة عامة، من دورات تكوينية جديدة أو نشاطات ومعارض مهمة وهذا ما يشكل إلهاما وعدم معرفة للمتابعين ما يدفعهم للتعليقات باستفسارات حول هذه المنشورات من أجل طلب توضيحات بهذا الشأن، فالاستفسارات هي مرتبطة بالحاجات

الشخصية لكل متابع ورؤيته للمواضيع المنشورة التي يكتنفها الغموض وتحتاج إلى شرح وتفسير (رشيدة عيساني، مارس 2023)، من جهة أخرى توجد التعليقات التشجيعية والتدعيمية حول المنشورات التي تكون مضامينها حول رغبات واحتياجات المتابعين أو الحرفيين ومثال على ذلك الاستفسارات عن مقر المديرية أو عناوين بعض الجمعيات الحرفية، أو البحث عن هيئات ومؤسسات ما أو عن حرفيين... إلخ، رغم هذا وجدنا التعليقات المتضمنة السب والشتم والشكوى، فالتعليقات المتضمنة شكاوى تدل على سلبية الانطباعات الذهنية التي يحملها متابعو هذه الصفحات، وهذا الشتم إما يكون حول المنشورات المقدمة مثال حول وجود إعلانات واجتماعات ومجهودات بدون فائدة ولا تخدم الحرفي، أو في حالة نشر لرابط تم إرفاقه بالمنشور ولكن هو لا يعمل، أو أن الخدمات المقدمة لا ترقى لتطلعات المتابعين (رشيدة عيساني، مارس 2023)، أو يوجد سب وشتم خارجي هكذا فقط من طرف متابعين لأنه كما نعلم الوسائط الجديدة وموقع الفيسبوك بالضبط فتح مجالا للحرية والتعبير والنقاش دون ضوابط أو قيود اجتماعية أو أخلاقية، ومن التعليقات التي صادفناها أيضا عند تحليلنا لمضامين الصفحات المدروسة التعليقات المتضمنة التهاني، طبعاً هذه التعليقات تكون في المناسبات الوطنية أو الدينية وتكون هذه التعليقات إما عند نشر الصفحات المدروسة للتهاني وتعليقات المتابعين تكون بالرد على هذه التهاني بتهاني أخرى، أو تكون هذه التهاني بين المتابعين فيما بينهم، وتعليقات أخرى تضمنتها الصفحات تمثلت في تعليقات بصورة أو فيديو أو رابط وأغلب هذه التعليقات تكون بين المتابعين أنفسهم عندما يطرحون التساؤلات بينهم أو عندما تكون المنشورات المقدمة غير واضحة، هنا يقوم المتابعون فيما بينهم بتقديم الصور والفيديوهات أو في حالة الإعجاب بالمنشور، أما التعليق برابط فيمكن تفسير استخدامه من قبل المستخدمين من أجل تقديم التوضيحات والشروحات لبعضهم البعض من جهة، أو يستخدمونه في حالة كان لديهم صفحات على الفيسبوك أو قنوات على اليوتيوب، وهنا يكون استخدام الروابط بحثاً عن زيادة عدد المشاهدات أو عدد الإعجابات إما لدافع الرغبة في الشهرة أو لدافع مادي، أو قد تكون الصور أو الفيديوهات خارجية وضعها المتابعون هكذا فقط، وقد تكون هذه الصور لا علاقة لها بالمنشورات المقدمة.

ثالثا: بخصوص التعليق برموز وأيقونات

تشير النتائج المتعلقة بالتعليقات برموز وأيقونات على منشورات صفحات الدراسة بأن النسبة الأعلى جاءت للتعليق بإعجاب حيث قدرت ب 49.94% يليها في المرتبة الثانية التعليق بردة فعل بنسبة 30.84% ثم في المرتبة الثالثة جاء التعليق بردة فعل تضامن ب 8.83%، أما في المرتبة الرابعة فجاءت بالتعليق بردة فعل أحزنت بنسبة 5,71%، يليها التعليق بردة فعل أدهشت بنسبة 2,28%، بعدها التعليق بردة فعل أضحكت بنسبة 1,58%، أما النسبة الأضعف فكانت للتعليق بردة فعل أغضبت والتي قدرت ب 1.02%.

مما هو مبين في نتائج الجدول أعلاه وجدنا أن المتابعين يستخدمون الأيقونات الرموز لأنها تختصر الوقت والجهد أو لسهولة استخدامها والاعتیاد اليومي علي استعمالها أو بسبب الجهل بأبجديات الكتابة، لهذا يتفاعلون بالرموز والأيقونات أكثر من التعليقات الكتابية أو النصوص، فقد وجدنا أن عدد إعجاب المتابعين بالمنشورات أكثر من الردود والتعليقات الأخرى، فقد كانت ردود فعل إعجاب بدرجة أكبر حول المواضيع المتعلقة بتقديم الشروحات أو التوضيحات حول برامج وآليات جديدة متعلقة بالنشاط الحرفي أو بكيفيات ممارسته، أو حول معارض وتظاهرات قد يستفيد منها الجمهور أو الحرفي على حد سواء، وتفسر النتيجة أن أغلب الردود كانت برد الإعجاب، لأن الإعجاب يعد أسهل وسيلة للتفاعل، ومع تطور موقع الفيسبوك وراثته بمجموعة من الأيقونات التي تعبر عن الحالة النفسية والشعورية للمتفاعل كرمز الفرح، البكاء، الضحك....، يلجأ المتفاعلون إلى هذه الأيقونات من أجل التعبير عن رأيهم ويتفادون التعليقات الكتابية كونها تستغرق وقتا في الكتابة، لذلك يختصرون الوقت والأفكار بأيقونة تعبيرية، وجاءت التعليقات برد فعل إعجاب على منشورات التهاني أو الإعلانات في حالة الرضى عن المنشورات المقدمة، ثم بعدها جاءت ردود فعل حب في المرتبة الثانية وهذا مؤشر إيجابي من ناحية ما تنشره الصفحات المدروسة، كما وجدت تعليقات برودود فعل تضامن والتي كانت مرتبطة بإعلانات الوفيات، والأعياد الوطنية والدينية أو المنشورات المتعلقة بوباء كورونا وما أحدثته من خسائر بشرية... إلخ، ووجدنا أيضا منشورات تضمنت تعليقات برودود فعل أحزنت والتي كانت أغلبها حول إعلانات الوفيات، برودود فعل أدهشت والملفت للانتباه والذي لم نجد له تفسيراً حقيقة هو

في التعليقات التي وجدناها من قبل بعض المتابعين **بردود فعل أضحكت** والتي كانت على المنشورات والمواضيع المتعلقة بالإعلانات التجارية والعروض الترويجية، حيث إن هذه المنشورات ليست مضحكة ولكن قبولت بالتعليقات ردود فعل أضحكت، أو قد تكون التعليقات أيضا برد فعل أضحكت في حالة عدم الإعجاب بالمنشور أو حالة الاستهزاء (رشيدة عيساني، مارس 2023)، وبالتالي إما أن تكون هذه الردود ناتجة عن خطأ أو مقصودة ومتعمدة الهدف منها الدعابة والاستهزاء بالمنشورات، أما المنشورات التي كانت التعليقات عليها بردود فعل أغضبت فأيقونة غاضب تدل على الانطباع السيئ الذي يحمله المتفاعلون عن المنشورات، ففي حالة عدم الإعجاب كانت المنشورات متعلقة بإعلانات ومواضيع أزعجت المتابعين وأثارت غضبهم، ومنه نستنتج خلال هذه الفئة وجدنا أننا لم نسجل أي منشور دون ردود فعل سواء كانت إيجابية أو سلبية، وهذا مؤشر إيجابي على توفر التفاعلية من قبل المتابعين مع ما تنشره هذه الصفحات.

مما سبق نستخلص أن التعليقات تعتبر نوعا من أنواع المشاركة والتفاعل لمستخدميه، فالتعليقات تعتبر من الأدوات التفاعلية التي أتاحها موقع الفيسبوك، والتي من شأنها دعم الحضور الاجتماعي في العملية الاتصالية، وهذا المصطلح الذي طرح في نظرية ثراء الوسائط ويُعد جزءا منه، يعني حدود قدرة الوسيط الاتصالي " صفحات الفيسبوك " على دعم الحضور الاجتماعي لمستخدميه من خلال عملية التفاعل والتبادل للمعلومات ووجهات النظر والمشاعر، فكلما أتاح صفحات الفيسبوك لمستخدميه فرصا إضافية للحضور الاجتماعي في العملية الاتصالية كلما زادت قدرة المتابعين على تطوير الإطار الدلالي التوافقي أو الفهم المشترك على أفكار ووجهات نظر بعينها.

المبحث الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية

لقد تمحور التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة حول كيفية مساهمة صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي في تثمين التراث الحرفي الجزائري؟ وللإجابة على هذا التساؤل قمنا بتحليل مضمون لعينة من منشورات صفحات الفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري، وهذا بالاعتماد على استمارة تحليل المضمون التي تضمنت فئات خاصة بالشكل وفئات خاصة بالمضمون ارتبطت بتثمين التراث الحرفي الجزائري، ومن ثم قمنا بعدها بتحليل المعطيات الكمية للدراسة التحليلية والتي تحصلنا عليها بعد تفريغ استمارة تحليل المضمون واستخلاص النتائج وتفسيرها انطلاقا من الاعتماد على أدبيات الدراسة والإطار النظري لها وكذا المقاربات النظرية المستخدمة في هذه الدراسة، وهذا ما سوف نعرضه في هذا المبحث.

المطلب الأول: عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات الدراسة

يتضمن هذا المطلب عرض نتائج الدراسة التحليلية في ضوء تساؤلات الدراسة، وعليه خلال هذا المطلب سوف نعرض نتائج الدراسة التحليلية المتحصل عليها من أداة جمع البيانات انطلاقا من فئات الشكل والمضمون، وحسب المحاور التي وضعناها في استمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة التحليلية، والتي من خلالها سيتم الإجابة على تساؤلات الدراسة.

1 - عرض النتائج المتعلقة بالتساؤل الخاص بالمحور الأول، ما هي أشكال المضامين المنشورة على صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري؟ (الذي يندرج في إطار فئات الشكل) من خلال الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

1-1 - ما طبيعة الخدمات الموجهة للجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة على هذا السؤال في نتائج التحليل أنه يوجد تنوعا من حيث تقديم الخدمات في منشورات ومضامين الصفحات المدروسة، كانت أعلى نسبة لفئة الخدمات المتعلقة بتقديم أخبار عن نشاطات الغرف

والمديريات الولائية للحرف بنسبة 16.53% وتليها الخدمات المتعلقة بتقديم معلومات عامة للجمهور بنسبة 15.83%، ثم جاءت في المرتبة الثالثة الخدمات المتعلقة بتقديم أخبار من وسائل الاعلام الوطنية 14.63%، وتفسير هذه النتائج سعي هذه الصفحات إلى الحرص دائما على إطلاع جمهورها ومتابعيها بكل الاخبار المتعلقة بالنشاط الحرفي، وهذه الأخبار إما تكون نقلا عن نشاطات الغرف والمديريات الولائية للحرف والصناعة التقليدية، أو قد تكون هذه الأخبار منقولة من وسائل الإعلام الوطنية طبعا التي تقدم المعلومات الشاملة حول النشاط الحرفي في الجزائر، وهذا ما يؤدي إلى تأكيد انتماء هذه الصفحات للمجتمع مما يزيد ثقة الجمهور وكسب ودهم وتوطيد العلاقات معهم، وكل هذا يشعرهم أنهم موضع اهتمام ما يزيد من معدل التفاعلية مع هذه الصفحات والإقبال عليها.

1-2- ما نوع الاستمالات والأساليب الإقناعية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة على هذا السؤال في نتائج التحليل أن أعلى نسبة كانت لمؤشر الترغيب بالنشاط الحرفي بنسبة 20% ثم تلاها مباشرة في المرتبة الثانية ابراز إيجابيات ومحاسن الحرف بنسبة 17.54% ثم جاء مؤشر الاستشهاد بالشهادات الحية للحرفيين وفي المرتبة الثالثة بنسبة 15.03%، وبعدها ظهرت مؤشرات استخدام الصور كدليل ملموس وتقديم الأرقام والإحصائيات بنسب متقاربة 11,72%، 11,52% على التوالي ، وفي الأخير كانت نسبة 0% للترغيب والترهيب الذي كانت نسبته منعدمة يعني أن الصفحات المدروسة لا تستخدم أسلوب الترغيب والترهيب في منشوراتها، ولو أردنا تفسير النتائج السابقة فيمكن مرد تركيز الصفحات المدروسة على استخدام الاستمالات العاطفية في منشوراتها بسبب الحرص الدائم لهذه الصفحات على التأثير على عاطفة ومشاعر المتابعين والجمهور العام بصفة عامة من أجل إقناعهم وترغيبهم بالنشاط الحرفي وإبراز محاسنه وإيجابياته وهذا لعزوف الشباب عن ممارسته لجهلهم وعدم تعرفهم الكامل عليه وأيضا توجههم إلى الأعمال السهلة والنشاطات الغير متعبة كما لجأت أيضا الصفحات المدروسة في منشوراتها إلى استخدام الأساليب العقلية كأساليب مكلمة للأساليب العاطفية من أجل تعزيز صورة النشاط الحرفي ومحاولة التأثير على الجمهور وبالأخص فئة الشباب بفائدة وأهمية النشاط الحرفي، وهذا ما يساهم في ربط الجيل الحاضر مع الجيل السابق، ما يؤدي إلى توارث الحرف التقليدية وبقائها والحفاظ عليها.

2- عرض النتائج المتعلقة بالتساؤل الخاص بالمحور الثاني: ما طبيعة المضامين والمنشورات التي تقدمها

صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري؟ (الذي يندرج في إطار فئات المضمون) من

خلال الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

2- 1 ماهي مواضيع منشورات الصفحات المدروسة والمرتبطة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة على هذا السؤال في نتائج التحليل أن النسبة الأعلى كانت لإبراز القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية، فقد احتلت مؤشراتها أعلى النسب، حيث عرف مؤشر رفع نسبة التشغيل وتخفيف البطالة النسبة الأكبر حيث قُدرت بـ 16.87% ثم بعده مؤشر المساهمة في التنمية الاقتصادية بنسبة 12.73%، في حين جاء بعدها مؤشر ترقية القطاع السياحي وتنشيطه بنسبة 11.92%، بعدها جاءت مؤشرات تنشيط الحركة الإنتاجية والتسويقية وتعزيز روح المقاوالاتية وتطويرها بنسب متقاربة 10.54% و 10.06%، ومن جهة أخرى لاحظنا أن النسب الأقل كانت من نصيب فئة قيمة الندرة، حيث جاءت مؤشراتها بنسب ضعيفة وشبه معدومة، ويُفسر مجيء المواضيع المرتبطة بالقيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية بالترتيب الأول في منشورات الصفحات المدروسة لأن هذه القيمة تعتبر من المحاور المهمة والأساسية للاستراتيجية التنموية للقطاع الحرفي في الجزائر، لهذا كان تركيزها على إبراز قيمة وأهمية الحرف والصناعات التقليدية كونها تساهم في رفع نسبة التشغيل وتخفيف البطالة من خلال نشرها لبعض الأرقام المتعلقة بما حققه قطاع الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية في رفع نسبة التشغيل وتخفيف البطالة من خلال نشر وطرح مختلف المواضيع والمضامين المتعلقة بالقطاع السياحي وارتباطاته بالحرف والصناعات التقليدية، ووجدنا أيضا منشورات كثيرة أظهرت الأهمية الكبيرة للحرف في انتعاش الأسواق من خلال المعارض والتظاهرات الوطنية والدولية، ولا ننسى تعزيز روح المقاوالاتية وتطويرها ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي كانت أهم المرتكزات التي تحرص دائما الصفحات المدروسة على نشرها وهذا لأنها أساس الإستراتيجية التنموية والترقوية التي تبنتها الجزائر، أيضا قيمة الندرة تقريبا غائبة في منشورات مضامين الصفحات المدروسة وربما سبب هذا كما ذكرنا سابقا

التركيز على القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية بالدرجة الأولى والإهمال لقيمة الندرة التي تعد جزءاً لا يتجزأ من القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف والصناعات التقليدية.

- أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة على سؤال المواضيع المتعلقة بالقيمة والأهمية الثقافية للحرف والمتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة، أن قيمة الهوية تستحوذ على الحصة الأكبر من القيمة الثقافية لأنها تعبر عن الهوية الثقافية الجزائرية، وهو الذي عرف أكبر نسبة والتي قدرت بـ 12.09%، بعدها جاءت القيمة الفنية حيث جاء مؤشر وسيلة للتعبير الفني الثقافي بنسبة 8.33%، وبعده جاء المؤشر التابع لفئة القيمة المعلوماتية التعريف بالحرف التقليدية لكل منطقة بنسبة 8.23 % ، ثم جاء مؤشر أداة لإبراز القدرات الإبداعية والتابع لفئة القيمة الفنية بنسبة 7.62 % ، تلاه مؤشر إظهار الطابع المعماري الإسلامي 3.35%، من جهة أخرى تم ملاحظة أن كل من مؤشرات رسم المعالم الحياتية للحضارات القديمة، وإبراز معمار ثقافات الحضارات القديمة، البعد الرمزي في الأشكال، الحرفة سلعة ثقافية معلوماتية، تراث علمي وحضاري للشعوب، المعرفة المشتركة حول الحرف، قد عرفت نسب منعدمة 0%، ولو أردنا تفسير النتائج السابقة يمكن القول إن السبب هو نقص اهتمام الصفحات المدروسة بإبراز الأهمية الثقافية للحرف كأولوية في منشوراتها، لكن رغم هذا كانت هناك بعض المنشورات التي عملت على إبراز قيمة وأهمية الحرف والصناعات التقليدية في الجانب الثقافي، حيث ركزت بالدرجة الأولى على قيمة الهوية التي تمثلها الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية كونها أساس الهوية الثقافية الجزائرية وهي في حد ذاتها تشكل الذات الثقافية الجزائرية المعبرة عن الهوية الوطنية الجزائرية، بعد قيمة الهوية اهتمت الصفحات المدروسة بالقيمة الفنية للحرف لأنها تعد وسيلة للحفاظ على التقاليد الفنية والثقافية وتعزيزها، وهذا منطقي وراجع لاهتمام هذه الصفحات بالقيمة الفنية في منشوراتها لكون الجزائر في استراتيجياتها التنموية والترقوية للنشاط الحرفي تركز بالدرجة الأولى على القيمة الفنية للحرف وتحمل باقي الجوانب والأنواع الأخرى للحرف لأن الحرف الفنية تمثل المجال التراثي المرتبط بالثقافة والهوية والأصالة الجزائرية، وأما القيمات والأهميات التي كان تواجهها في مضامين الصفحات المنشورة قليل جداً أو نادراً فكانت القيمة الجمالية وأيضاً القيمة المعمارية، أما القيمات والأهميات التي غُيّبت عن مضامين ومنشورات

الصفحات المدروسة القيمة الرمزية، القيمة الأثرية، القيمة العلمية ويفسر هذا كما قلنا سابقا عدم وجود ثقافة الاهتمام بالجانب العلمي والتربوي للتراث الحرفي من طرف المجتمع الجزائري والاهتمام فقط والتركيز على القيمة الفنية، وكذا عدم حرص الفاعلين في النشاط الحرفي على الجانب العلمي والبحثي في مجال النشاط الحرفي.

- أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة على سؤال المواضيع المتعلقة بالقيمة والأهمية الاجتماعية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة أن الصفحات المدروسة تهتم بالدرجة الأولى بالجانب الاجتماعي بنشر المواضيع المتعلقة بتوفير مناصب شغل دائمة وموسمية قد عرف أعلى نسبة قدرت بـ 19.12% يليها مؤشر إبراز دور المرأة ومكانتها في التنمية بنسبة 16.61%، ثم تهتم أيضا بتعزيز تعاون الفاعلين بالنشاط الحرفي بنسبة 8,30 %، ربط الأصلة بالحدثة في المنتج الحرفي 7,61 % بعدها التخفيف من المشكلات الاجتماعية بنسبة 7,27 %، وهذا راجع لإظهار قيمة الحرف في هذا المجال كونها تساهم كثيرا في توفير مناصب شغل دائمة وموسمية للشباب الجزائري، وهذا بناءً على الاستراتيجية التنموية التي وضعتها الجزائر من أجل تنمية النشاط الحرفي وترقيته والتي أساسها هو العمل بالمقاربة التشاركية عن طريق إشراك جميع الفاعلين في هذا النشاط والحث كذلك على زيادة مشاركة المجتمع المحلي في التنمية وإتاحة الفرص له من أجل تقديم المساهمة لتطوير هذا القطاع وحمايته، أما قيمة الحدثة والقيمة العرقية التي تمثلها الحرف والصناعات التقليدية فظهرت في الصفحات، ومن جهة أخرى تم ملاحظة الغياب التام لعرض وإظهار القيمة التربوية للحرف والصناعات التقليدية في منشورات الصفحات المدروسة ويفسر هذا عدم وجود ثقافة الاهتمام بالجانب التربوي للحرف والصناعات التقليدية من طرف المجتمع الجزائري والاهتمام فقط والتركيز على القيمة الفنية، وعدم حرص الفاعلين في النشاط الحرفي على الجانب التربوي وكذا العلمي والبحثي في هذا المجال كما ذكرنا سابقا.

- جاءت النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال المتعلق بالمواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى أن القيمة البيئية هي التي مثلت النسبة الأكبر، وقد جاء مؤشر تصليح المنتجات المستعملة وإطالة عمرها بنسبة 42.36% ثم يليها مؤشر تقديم منتجات صديقة للبيئة بنسبة 24.43% و ثم مؤشر الوقاية الصحية بعد استعمال المنتجات اليدوية و المنتجات الطبيعية للتداوي بنسبة 20.74%، وهذا نظرا لفائدة النشاط الحرفي في المجال

البيئي في تصليح بعض المنتجات المستعملة وإطالة عمرها، وكذا تقديم منتجات صديقة للبيئة، ومساهمتها في الوقاية الصحية بعد استعمال المنتجات اليدوية والمنتجات الطبيعية للتداوي، ومن جانب آخر تم ملاحظة الحضور القليل أو الشبه منعدم لعرض وإظهار القيمة السياسية للحرف في منشورات الصفحات المدروسة، إلا استثناء عندما وجدناها في منشورات قليلة ونادرة تحدث فيها عن الأهمية والقيمة السياسية للحرف والصناعات التقليدية كونها أداة تساهم في تعزيز روح المواطنة وتعزيز العلاقات بين المجتمعات والدول وأيضاً بث روح المشاركة بين المجتمعات، فرغم أهمية هذه القيمة وحرص الدولة الجزائرية في استراتيجياتها التنموية المتعلقة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية والحفاظ عليها بالخصوص في الوقت الراهن الذي كثر فيه التقليد وسرقة المنتجات التقليدية اليدوية إلا أن ظهور هذه القيمة كان قليلاً جداً، والسبب لعدم الاهتمام بإبراز أهمية الجانب السياسي للمنتجات الحرفية هو الاهتمام والتركيز على إظهار الأهمية البيئية للحرف والصناعات التقليدية وباقي القيم الأخرى كالقيمة الفنية والاقتصادية والاجتماعية.

2-2 ماهي أهداف منشورات الصفحات المدروسة والمرتبطة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية؟

جاءت النتائج المتعلقة بالإجابة عن هذا السؤال في نتائج التحليل أن أهم الأهداف التي تسعى إليها الصفحات هي هدف التعريف بالحرف التقليدية الجزائرية والحفاظ عليها، يليه هدف تكثيف المشاركات في المعارض والصالونات المحلية، الجهوية والوطنية والدولية بنسبة 7.9% إضافة إلى إنشاء منصات ومواقع الكترونية لعرض وبيع وتسويق المنتجات بنسبة 7.6% وكذا مرافقة وتكوين الحرفيين في كيفية توسيع النشاط وإنشاء مؤسساتهم والتسيير الحسن لها بنسبة 7.48%، ثم نشر ثقافة الاهتمام بالصناعة التقليدية في المجتمع الجزائري بنسبة 6.31%، يليها التشجيع على الترويج والتسويق للمنتجات الحرفية بنسبة 6.19%، ثم إعادة إحياء وبعث الحرف الآيلة للزوال ب 5.33%، ثم تشجيع المقاولات النسوية ب 5.15%، مرافقة الحرفيين للاستفادة من أجهزة الدعم المختلفة ب 4.90%، تعزيز التعاون والشراكة بين الفاعلين في النشاط الحرفي ب 4.60%، تطوير مهارات التسيير المقاولاتي ب 4.11%، ولو أردنا تفسير النتائج السابقة فسببها هو الاهتمام من طرف هذه الصفحات وتركيزها على نشر الأهداف المتماشية مع الإستراتيجية الترقية والتنموية لقطاع الحرف والصناعة التقليدية في الجزائر أفاق 2035، لهذا

ركزت بصورة كبيرة هذه الصفحات على الأهداف العامة والمتعلقة بالتعريف بالحرف التقليدية الجزائرية والحفاظ عليها ونشر ثقافة الاهتمام بالصناعة التقليدية في المجتمع الجزائري، وهذا طبعاً من أجل تعزيز صورة الحرف التقليدية في المجتمع الجزائري وكذا حمايتها من الزوال، ومن الأهداف الأخرى التي ركزت عليها هذه الصفحات الأهداف المتعلقة بمجال تسويق وترويج وتصدير المنتجات الحرفية من حيث تقديم التشجيع على الترويج والتسويق للمنتجات الحرفية، والتي تندرج ضمن المنظور الجديد للاقتصاد الوطني الذي رسمته الدولة الجزائرية والذي يرمي إلى إرساء أسس صلبة لاقتصاد قوي ومستدام ومستقل عن التبعية لعائدات المحروقات، وهذا من خلال الحث الدائم لمختلف الفاعلين في النشاط الحرفي من حرفيين أو المؤسسات أو المقاولات أو حتى الجمعيات الحرفية على تكثيف المشاركات في المعارض والصالونات المحلية والجهوية والوطنية والدولية وكذا مرافقة الحرفيين والمؤسسات الحرفية المصدرة، وهذا من أجل تجسيد الإستراتيجية الوطنية للتصدير، والتي تسعى من خلالها جاهدة لتشكيل قوة تصديرية لنشاطات الصناعة التقليدية، بهدف ترقية الصناعة التقليدية والتعريف بالمنتجات والحرف الجزائرية لترويجها وإيصالها إلى الأسواق الخارجية، ومن جهة أخرى تم ملاحظة الحضور الشبه منعدم أو الغياب التام لعرض وإظهار الأهداف المتعلقة بمجال تحسين النوعية والجودة للمنتجات الحرفية في منشورات الصفحات المدروسة، فرغم أهميتها وحرص الدولة الجزائرية على هذه الأهداف في استراتيجياتها التنموية المتعلقة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية والحفاظ عليها بالخصوص في الوقت الراهن الذي كثر فيه التقليد والسرقة للمنتجات التقليدية اليدوية، إلا أنها غُيّبت تماماً من منشورات الصفحات المدروسة والملكية الفكرية بدورها قد عرفت غياباً تاماً وعدم النشر والتناول من طرف الصفحات المدروسة، ويفسر هذا لعدم الاهتمام بجانب تحسين النوعية والجودة للمنتجات الحرفية والاهتمام والتركيز على الجانب التسويقي والترويجي للنشاط الحرفي، رغم وجود بعض المحاولات من طرف الجزائر في مجال التصميم والجودة، إلا أن الصناعة التقليدية في الجزائر تفتقر إلى سياسة تشجيعية موجهة لتطوير التصاميم والإبداع، ولا يزال مجال الجودة بالصناعة التقليدية والحرف دون اشتغال، وبالتالي هذا يفقد المنتج الحرفي الجزائري صورته ويكون دون حماية وأكثر عرضة للسرقة والتقليد بسهولة.

2-3 ماهي الفئات والشخصيات المحورية والفاعلة في مضامين منشورات الصفحات المدروسة؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة عن هذا السؤال أن بالحرفيين هم الفاعلون بأعلى نسبة 27,86 %، في حين جاءت نسبة ظهور الجمعيات الحرفية في المرتبة الثانية 26.64 %، وفي المرتبة الثالثة جاء القطاع العام الذي يشكل ما يعادل نسبة 20.45 % الفاعلون المقاولات الحرفية والشركاء الخواص وأرباب العمل ظهوروا بنسب متقاربة 10.04 % و 9.19 % على التوالي، أما النسبة الأدنى فكانت من نصيب التعاونيات الحرفية بمجموع 62 من 1066 فاعل أي بنسبة 5.82 %.

ويمكن إرجاع سبب ذلك لكون الحرفيين هم المكون الرئيس لهذا النشاط وأساسه، فلا نتصور أي نشاط حرفي بدون حرفيين، لهذا تركز الصفحات المدروسة على إظهار هذه الفئة، وكذلك من الفئات البارزة في مضامين الصفحات المدروسة نجد فئة الجمعيات الحرفية التي أصبحت بدورها تُعتبر فاعلا بارزا ومهما في النشاط الحرفي الجزائري، وما يفسر أيضا الظهور الكثير والمتكرر للجمعيات الحرفية في منشورات هذه الصفحات هو اعتبار الجمعيات الحرفية فاعلا مهما في الإستراتيجية التنموية التي وضعتها الجزائر من أجل ترقية وتطوير النشاط الحرفي الجزائري، والتي أساسها تبني المقاربة التشاركية وإشراك الجمعيات الحرفية كفاعل وشريك مهم في الحفاظ على النشاط الحرفي، وأيضا من الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة وجدنا القطاع العام والممثل في المؤسسات والهيئات المشرفة على قطاع الحرف والصناعات التقليدية وكذا الهيئات التابعة لهذا القطاع من هيئات اللامركزية والمركزية والمحلية، فالقطاع العام لا يقل أهمية عن الفاعلين السابقين لأنه أيضا بدوره يشكل فاعلا أساسيا داعم للنشاط الحرفي، وكما لاحظنا وجود فاعلين آخرين في منشورات الصفحات المدروسة وهم المقاولات الحرفية وكذا التعاونيات الحرفية والشركاء الخواص وأرباب العمل، والسبب الرئيسي لوجود هؤلاء الفاعلين هو الإستراتيجية الترقية والتنموية التي وضعتها الجزائر في الوقت الراهن والتي من بين أهدافها ومحاورها الكبرى تطوير المقاولاتية والابتكار وتعزيز روح المبادرة الفردية من خلال المقاولات والتعاونيات والمؤسسات الناشئة في هذا المجال، ويُفسر أيضا وجود هؤلاء الفاعلين حرص الجزائر كما ذكرنا سابقا على تبني المقاربة التشاركية في تنمية القطاع الحرفي بإشراك جميع الفاعلين في العملية التنموية لهذا القطاع،

وأيضاً تواجد الشركاء الخواص وأرباب العمل كفاعل مهم وهذا ما يُحوّلهم المشاركة والتعاون في اتخاذ القرارات المساهمة في ترقية النشاط الحرفي وتطويره وبخاصة في التحديات التي فرضتها البيئة الاقتصادية الجديدة، والتي تنادي بالخصوصية والاستثمار في القطاع الخاص.

2-4 من هو الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة؟

كشفت النتائج المتعلقة بالإجابة عن هذا السؤال في نتائج التحليل أن الجمهور العام كان الأكثر استهدافاً بمنشورات الصفحات المدروسة بنسبة 23.41% من إجمالي الجماهير المستهدفة ثم مباشرة وبفارق بسيط جاءت فئة الحرفيات بنسبة 21.88%، لتأتي بعدها في المرتبة الثالثة فئة الحرفيين بنسبة 17.9%، ثم جاءت فئة الجمعيات الحرفية بنسبة 15.61، ليليها المؤسسات العمومية بنسبة 12.98%، أما النسبة الأقل فقد شملت فئة المؤسسات الخاصة بـ 8.23%، أما عن تفسير النتائج السابقة فهو أن الصفحات المدروسة تستهدف جمهوراً متنوعاً وهي موجهة لكل فئات المجتمع، وفئة الجمهور العام هي أكبر فئة مستهدفة من طرف الصفحات المدروسة، وهي نتيجة منطقية ومتوقعة بحكم أن هذه الصفحات هدفها بالدرجة الأولى التعريف بالحرف والصناعات التقليدية الجزائرية وإبراز قيمتها وأهميتها من أجل الإقبال عليها وعلى ممارستها، ومن الفئات المستهدفة أيضاً وجدنا فئة الحرفيات طبعاً لأنه كما نعلم أن أغلب الحرفيين هم من جنس الإناث، نفس الشيء بالنسبة لفئة الحرفيين جنس الذكور، ومن الجماهير المستهدفة أيضاً يوجد الجمعيات الحرفية فهي مستهدفة في منشورات الصفحات المدروسة وهذا راجع لأهميتها، كونها فاعلاً مهماً في تطوير النشاط الحرفي، كما تستهدف الصفحات المدروسة المؤسسات العمومية والمؤسسات الخاصة فهدف الصفحات المدروسة من استهدافها في منشوراتها هو من أجل إطلاعهم على مختلف الأنشطة الحرفية والمجالات التي يمكن الاستثمار فيها.

3 - عرض النتائج المتعلقة بالتساؤل الخاص بالخور الثالث: إلى أي مدى تحققت معايير ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة في منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي، وهل ساعدت أوجه الثراء التي يتمتع بها هذه صفحات في تثمين التراث الحرفي الجزائري؟ (الذي يندرج في إسقاط أبعاد نظرية ثراء الوسائط الجديدة على منشورات صفحات الفاعلين)، من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

1-3 ما طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات الصفحات المدروسة من حيث اللغة المألوفة والطبيعية؟
أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة على هذا السؤال في نتائج التحليل اللغة العربية الفصحى هي الأكثر استخداما من بين اللغات الأخرى وبسبب كبيرة في منشورات الصفحات المدروسة ، فقد جاءت بأعلى نسبة قُدرت ب 71,04 %، تليها في المرتبة الثانية لهجات محلية بنسبة 11.12 %، والملاحظ كذلك من الجدول بأن الصفحات المدروسة تستخدم الدمج بين الفصحى والعامية بنسبة 7.92 % ، ويمكن تفسير اعتماد الصفحات المدروسة على اللغة العربية الفصحى وحرصها الدائم على استخدام هذه اللغة كلغة أساسية في منشوراتها وهذا لتسهيل فهم منشوراتها لكافة متابعيها ومعجبيها على اختلاف مستوياتهم، خاصة أن هذه الصفحات موجهة لجمهور عام وعريض وكبير لأن اللغة العربية هي الأنسب من أجل فهم المحتوى المنشور بصورة واضحة، وهذا ما يؤكد لنا اهتمام الصفحات المدروسة باستخدام اللغة الطبيعية والمألوفة لدى كافة المتابعين لها وسعيها أيضا إلى التواصل مع جمهور عريض وواسع متعدد الثقافات وهذا ما يجعلهم يتفاعلون بشكل أفضل باستخدام اللغة العربية الفصحى، وأيضا الصفحات المدروسة تستخدم اللهجات المحلية طبعاً وهذه النتيجة متوقعة لكون الصفحات المدروسة لدينا تمثل صفحات لبعض مديريات السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية، وهي تمثل مختلف مناطق وولايات الوطن من الشرق والغرب والوسط والشمال والجنوب، هذا ما فسر استخدام هذه الصفحات اللهجات المحلية نظراً لكون كل منطقة من المناطق السابقة الذكر لها لهجة محلية خاصة، كما دمجت الصفحات اللغة العربية الفصحى مع العامية لأن كل شرائح المجتمع على اختلاف مستوياتهم الفكرية والعلمية والعمرية تنابع هذه الصفحات وبالأخص فئة الحرفيين كبار السن أو

الحرفيات والنساء الماكثات في البيت هذا ما يؤدي بالصفحات لاستخدام العامة أحيانا من أجل التوضيح أكثر والتبسيط للمنشورات، وهو أمر طبيعي من شأنه إحداث نوع من المحاكاة لواقع الحرف الجزائرية، كما أن العامة هي لغة الشارع الجزائري وبهذا يضمن القائمون على هذه الصفحات تمكن كل المشاركين الجزائريين من فهم مضمونها، أما عن اللغة العربية الفصحى واللغة الفرنسية فتستخدمها لتوضيح بعض البرامج أو الآليات وبالأخص المتعلقة منها بالشراكات والاتفاقيات الأجنبية وهنا تنشرها بلغتها الأصلية أو توضحها باللغة العربية الفصحى، وعليه نستنتج أن الصفحات تسعى لتقديم منشورات تشبع رغبات واهتمامات جمهورها ومخاطبته باللغة التي يفهمها وهذا ما يؤكد أن اللغة التي تستخدمها الصفحات المدروسة هي لغة ثرية استنادا لما تفرضه نظرية الثراء الوسائط التي تنص على أن اللغة الثرية هي اللغة الطبيعية المألوفة والسائدة بين أفراد المجتمع.

3-2 حجم التركيز الشخصي على الوسيلة في منشورات الصفحات المدروسة؟

كشفت النتائج المتعلقة بالإجابة عن هذا السؤال في نتائج التحليل أن الصفحات المدروسة من ناحية مؤشر التركيز الشخصي على الوسيلة فهي تركز في منشوراتها بالدرجة الأولى على إتاحة المعلومات التي يحتاجها الجمهور بنسبة 34,87%، يليها في المرتبة الثانية توفير المعلومات حسب رغبات واحتياجات الجمهور بنسبة 20.24%، كما أظهرت النتائج أيضا أن مؤشر قدرة المنشورات على ملائمة احتياجات الجمهور المستهدف ومؤشر سهولة الوصول الى المعلومات في أي وقت جاءا بنسب متقاربة نوعا ما 15.93%، 14.03%، وقد تبين أن الصفحات المدروسة تحرص في منشوراتها بالدرجة الأولى على إتاحة المعلومات التي يحتاجها الجمهور، وكذا تسعى هذه الصفحات في منشوراتها دائما إلى توفير المعلومات حسب رغبات واحتياجات الجمهور، وتعمل هذه الصفحات أيضا على توفير خدمات الاتصال المباشر بالصفحة من خلال رقم الهاتف الموضوع على الصفحة أو البريد الإلكتروني أو من خلال بعث رسالة مباشرة عن طريق الفيسبوك في الخاص أو في الماسنجر، والصفحات تقوم أيضا بالرد على الاستفسارات والإجابة عليها، والميزة الهامة التي استخلصناها من النتائج السابقة هي قدرة المنشورات التي تقدمها

الصفحات على ملاءمة احتياجات الجمهور المستهدف، كما تتيح الصفحات خدمة سرعة الوصول إلى المعلومات المقدمة في أي وقت، وهذا ما يجعل هذه الصفحات ثرية في مضامينها المقدمة لمتابعيها.

3-3 ما طبيعة المادة المنشورة التي تقدمها الصفحات المدروسة من حيث تعدد الوسائط المتاحة؟

كانت النتائج المتعلقة بالإجابة على هذا السؤال في نتائج التحليل أن أغلب طبيعة المادة المنشورة في الصفحات المدروسة عبارة عن نص تقليدي بنسبة 20,7% يليه في المرتبة الثانية (الصور + النص) بنسبة 17,29%، ثم في المرتبة الثالثة (فيديو + نص) بنسبة 13,49%، ثم جاء مؤشر (فيديو + نص + صورة) بنسبة 11,72%، وعن تفسير النتائج وجدنا أن أغلب منشورات الصفحات المدروسة هي النصوص المكتوبة، ويُفسر اعتماد الصفحات على النص المكتوب بالدرجة الأولى في منشوراتها بسبب سرعة التحديث والنشر اليومي، وبالتالي لا يساعد الوقت للبحث كل مرة عن صورة أو فيديوهات مدعمة أو أي شكل من الدعائم الأخرى المرافقة للنص، كما اعتمدت الصفحات في منشوراتها على (النص + الصورة) على اعتبار المتابعين أعينهم تقع عادة مباشرة على الصورة قبل النص، فالصورة لها أهمية كبيرة في نقل وإيصال المعنى في الرسالة الاتصالية مما يساهم في إضفاء نوع من التكامل في تقديم الرسالة الإعلامية والمضامين المراد نشرها، وكما تستخدم الصفحات (نص + فيديو) نظرا لما تتسم به الفيديوهات من عناصر جذب ولميزتها أيضا في توضيح وشرح فكرة بطريقة أحسن وكذا لجذب الانتباه، وتستخدم الصفحات (نص + فيديو + صورة) في منشوراتها من أجل توضيح المنشور أكثر ووصوله لأكثر عدد من المتابعين لأنه يجمع الوسائط الاتصالية من صورة ونص وفيديو، وأيضاً تستخدم الروابط الخارجية والداخلية معاً، ولكن تستخدم غالباً الروابط الخارجية وذلك بهدف الاطلاع أكثر على تفاصيل الموضوع المنشور، وما لاحظناه في الصفحات استخدامها للأنفوجرافيك الثابت، أما الأنفوجرافيك المتحرك فنادر ما تستخدمه الصفحات، والأنفوجرافيك التفاعلي لا تستخدمه إطلاقاً مع أنه من المتطلبات الحالية وخاصة مع الانتشار الكبير للوسائط الاتصالية، ونرى أن عدم استخدام الأنفوجرافيك بشكل موسع في المنشورات يرجع إلى صعوبة تصميم الأنفوجرافيك الذي يحتاج إلى جهد

ووقت وخبرة كبيرة وخاصة الأنفوجرافيك التفاعلي، لذلك تلجأ الصفحات إلى استخدام وسائط أخرى للنشر كالفديو والصور.

3-4 ما حجم تفاعل الجمهور مع مضمون منشورات الصفحات المدروسة من حيث (عدد مرات النشر وعدد المشاهدات، عدد الإعجابات، عدد التعليقات على المنشورات، عدد المشاركات، تجاه التعليقات)؟

- كشفت النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال والمتعلق بفئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة من حيث معدل النشر اليومي أن معدل النشر اليومي في الصفحات المدروسة كان بمعدل مرة واحدة في اليوم وهذا في أغلب الأوقات، حيث جاءت بنسبة 81.86% من معدل التحديث والنشر اليومي، ليليها معدل النشر مرتين في اليوم في المرتبة الثانية بنسبة 9.92%، أما معدل النشر الأقل والذي جاء في المرتبة الثالثة فيعود لمؤشر ثلاث مرات في اليوم بنسبة 5.41%، ويمكن تفسير هذا لأن هذه الصفحات تعمل على إبقاء نفسها دائمة الظهور لدى متابعيها بفضل منشوراتها اليومية، وهذا التحديث والنشر اليومي يعطي اهتماما وانطبعا جيدا تجاه هذه الصفحات من طرف متابعيها أو معجبيها، ومعدل النشر أحيانا قد يصل إلى مرتين أو حتى ثلاث مرات في اليوم وهذا مؤشر جيد على أن هذه الصفحات فعلا تعنى بهذا النشاط وتسعى لنشر كل ما يتعلق به، ونفسر الاختلاف في عدد مرات النشر من مرة واحدة إلى أكثر من ثلاث مرات في اليوم إلى طبيعة المادة أو المضامين المنشورة أو حسب تواجد المتابعين لهذه الصفحات.

مما سبق نستخلص أن صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرف تمتاز بفعالية نشرها والتواجد اليومي في تقديم المنشورات، وهذا ما يساهم في الاستمرارية في التواجد اليومي، والذي يعطي انطبعا جيدا تجاه هذه الصفحات من طرف متابعيها أو معجبيها مما يعزز صورتها وسمعتها ويشجع الزيارات لها ومتابعتها.

- جاءت النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال المتعلق بفئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة من حيث عدد المشاهدات أن نسبة المشاهدات لمنشورات الصفحات المدروسة عموما كانت متوسطة وقدرت ب 45.29%، تليها نسبة المشاهدات المرتفعة التي تتراوح عدد مشاهداتها بين 500 و1000 مشاهدة بنسبة 27.05%، أما النسبة الأقل والتي قدرت ب 6,51 % فرجعت إلى عدد المشاهدات المنخفضة التي يتراوح عدد مشاهداتها بين 0 و250 مشاهدة، وكانت النسبة الأضعف ب 2.1% فقد تمثلت في المشاهدات المنعدمة أي التي لم تحقق أية مشاهدة، ويمكن إرجاع النتائج السابقة إلى أن المواضيع المنشورة عبر الصفحات لم تنل اهتمام أو إعجاب المتابعين ولم تكن ضمن تطلعاته، ويفسر أيضا ذلك لنقص ثقافة الاهتمام بالنشاط الحرفي في المجتمع الجزائري، هذا ما يفقد هذه الصفحات الاهتمام والمتابعة الكبيرة من كافة شرائح وفئات المجتمع الجزائري، ورغم هذا وجدنا نسبة معتبرة لمنشورات حققت نسب مشاهدة مرتفعة جدا وبخصوص وقت أزمة كورونا هنا المنشورات حققت نسب مشاهدة عالية وأيضا في حالة نشر للتظاهرات أو الدورات أو النشاطات الجديدة التي تُعنى بالنشاط الحرفي هنا تزيد نسب المشاهدات من أجل الاطلاع كل ما هو جديد حول النشاط الحرفي.

- أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال المتعلق بفئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة من حيث عدد المشاركات أن مشاركات المنشورات هي مشاركات منخفضة أي من 0 الى 250 مشاركة، تليها نسبة 18.44% التي تمثل مشاركات متوسطة أي يمكن تقديرها من 250 الى 500 مشاركة و9.02% منعدمة أي لم تحقق أية مشاهدة، هذا من جهة من جهة أخرى وجدنا بعض المشاركات المرتفعة وتفسير هذا هو نفس السبب الذي تحدثنا عنه سابقا والمتعلق بغياب ثقافة الاهتمام بالنشاط الحرفي ومتابعة كل ما يتعلق به في الفضاء الافتراضي.

- كشفت النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال المتعلق بفئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة من حيث اتجاه التعليقات نحو منشورات الصفحات المدروسة أن أغلب الانطباعات كانت إيجابية حيث تمثل 54.68%، تليها في المرتبة الثانية التعليقات بين المستخدمين بنسبة 27.66%، أما التعليقات السلبية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 15.16%، وفي الأخير النسبة الأضعف كانت للتعليقات خارج الموضوع بـ 4.5%، وهذه الإيجابية في التعليقات دليل على التجاوب الكبير والتفاعل مع المضامين المنشورة وتقبلها، كما يدل على اهتمام متابعي الصفحات بإبداء آرائهم حول الموضوعات المنشورة بكل حرية وبدون قيود، ويشير ذلك أيضا إلى أن منشورات هذه الصفحات يتوافق مع أفكار ومتطلبات واهتمامات الأعضاء والمتابعين مما يجعلهم يسجلون إعجابهم بها مما يساهم في زيادة تفاعلهم معها، ومن جهة أخرى للصفحات المدروسة آراء وانطباعات سلبية حول منشوراتها المقدمة وهذا يعني عدم الرضا والقبول والاعتراض على هذه المنشورات، هذا ما يؤدي إلى التعليقات السلبية والرافضة، كذلك يوجد تعليقات خارج الموضوع المنشور ولكن بصفة ضئيلة جدا.

- بينت النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال والمتعلق بفئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة من حيث طبيعة التعليقات أن النسبة الأعلى كانت تعليقات متضمنة استفسارات حيث جاءت بنسبة 37.34% تليها في المرتبة الثانية التعليقات التشجيعية والتدعيمية التي جاءت بنسبة 26.56% أما التعليقات التي تضمنت شكاوى وشتم فقد قدرت نسبتها 14.71% ومن جانب آخر فقد شملت التعليقات المتضمنة التهاني ما نسبته 10,62% حيث تراوحت بين 7.39% كتعليقات بالصور، 2.23% كتعليقات برابط و1.16% كتعليقات بفيديو، ويفسر ذلك كون المنشورات التي تقدمها هذه الصفحات أغلبها تتضمن مواضيع إخبارية أو مواضيع جديدة حول النشاط الحربي الجزائري، من جهة أخرى توجد التعليقات التشجيعية والتدعيمية حول المنشورات التي تكون مضامينها حول رغبات واحتياجات المتابعين رغم هذا وجدنا التعليقات المتضمنة السب والشتم، وهذا الشتم إما يكون حول المنشورات المقدمة أو يوجد سب وشتم خارجي هكذا فقط من طرف متابعين ومن التعليقات التي صدفناها أيضا عند تحليلنا لمضامين الصفحات المدروسة التعليقات المتضمنة التهاني، كما يوجد

تعليقات أخرى تضمنتها الصفحات تمثلت في تعليقات بصورة أو فيديو أو رابط وأغلب هذه التعليقات تكون بين المتابعين أنفسهم عندما يطرحون التساؤلات بينهم أو عندما تكون المنشورات المقدمة غير واضحة، هنا يقوم المتابعين فيما بينهم بتقديم الصور والفيديوهات أو في حالة الإعجاب بالمنشور.

- كشفت النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال المتعلق بفئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة من حيث التعليق برموز وأيقونات أن التعليق بإعجاب حول المنشورات المقدمة كان في المرتبة الأولى بنسبة قدرت ب 49.94% يليها في المرتبة الثانية التعليق بردة فعل بنسبة 30.84% ثم في المرتبة الثالثة جاء التعليق بردة فعل تضامن ب 8.83%، أما في المرتبة الرابعة فجاءت بالتعليق بردة فعل أحزنت بنسبة 5,71%، ثم يليها التعليق بردة فعل أدهشت بنسبة 2,28%، بعدها التعليق بردة فعل أضحكت بنسبة 1,58%، أما النسبة الأضعف فكانت للتعليق بردة فعل أغضبت والتي قدرت ب 1.02%، وهي نتيجة منطقية لأن عدد إعجاب المتابعين بالمنشورات أكثر من الردود والتعليقات الأخرى، فقد كانت ردود فعل إعجاب بدرجة أكبر ثم بعدها جاءت ردود فعل حب في المرتبة الثانية وهذا مؤشر إيجابي من ناحية ما تنشره الصفحات المدروسة ودليل على الرضا والقبول، كما وجدنا تعليقات بردود فعل تضامن وتعليقات بردود فعل أحزنت والتي كان أغلبها حول إعلانات الوفيات، والملفت للانتباه والذي لم نجد له تفسيراً هو التعليقات التي وجدناها من قبل بعض المتابعين بردود فعل أضحكت والتي كانت على المنشورات والمواضيع المتعلقة بالإعلانات التجارية والعروض الترويجية، حيث إن هذه المنشورات ليست مضحكة ولكن قوبلت بالتعليقات وبردود فعل أضحكت وهي ناتجة عن الاستهزاء، وبالتالي إما أن تكون هذه الردود ناتجة عن خطأ أو مقصودة ومتعمدة المهدف منها الدعاية والاستهزاء بالمنشورات، أما المنشورات التي كانت التعليقات عليها بردود فعل أغضبت في حالة عدم الإعجاب فكانت لمنشورات متعلقة بإعلانات ومواضيع أزعجت المتابعين وأثارت غضبهم مما سبق عرضه ومن خلال هذه الفئة وجدنا أنه لم نسجل أي منشور دون ردود فعل سواء كانت إيجابية أو سلبية، وهذا مؤشر إيجابي على توفر التفاعلية من قبل المتابعين مع ما تنشره هذه الصفحات.

المطلب الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

بعد أن تطرقنا في المطلب السابق لعرض ومناقشة النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة، سوف سنتطرق في هذا المطلب إلى مناقشة نتائج الدراسة المتوصل إليها في ضوء نتائج الدراسات السابقة، وهذا بالرجوع إلى نتائج الدراسات السابقة ومقارنتها مع نتائج دراستنا، وقد جاءت كالتالي:

1- الدراسات الجزائرية:

- توصلت دراسة (بلعياشي محمد الأمين، سمعون خليصة، 2021) بعنوان مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تثمين التراث والسياحة الثقافية في الجزائر- دراسة تحليلية لمنشورات موقع الفيسبوك لوزارة السياحة إلى أن الموروث الثقافي الأكثر اهتماما من طرف وزارة السياحة هو الموروث الثقافي غير المادي، ويتمثل هذا الموروث خصوصا في الحرف التقليدية وما لها من انعكاسات إيجابية على المستوى الاجتماعي والاقتصادي، وما لها أيضا من أهمية في حماية هذا الإرث الثقافي من الزوال وذلك عن طريق نقل المهارات والخبرات، وكذلك تثمين مستوى النوعية الرفيعة لمنتجات الصناعة التقليدية لتكون مؤهلة للتصدير.

وقد كان أن الهدف الرئيسي لصفحة الفيسبوك الرسمية تمثل أساسا في الإعلام وذلك بأعلى نسبة من خلال كل منشورات الصفحة وبالتالي تحقق هدف توصيل الصفحة لرسالة إعلامية سياحية، وهذه النتائج اتفقت مع نتائج دراستنا والمتعلقة بأن الهدف الرئيسي في منشورات الصفحات المدروسة هو هدف إخباري إعلامي بالدرجة الأولى وأغلب الخدمات التي تقدمها هي خدمات إخبارية سعيها منها إلى الحرص دائما على إطلاع جمهورها ومتابعيها بكل الأخبار المتعلقة بالنشاط الحرفي.

- توصلت دراسة (قواسم بن عيسى، 2020) بعنوان الإعلام التراثي وصيانة الموروث الرقمي بأن توظيف التراث الثقافي عبر الوسائط الرقمية قد زاد في قيمة حضوره، ونقله للمتلقين تدريجيا من أجل التأسيس لنماذج تراثية تفاعلية أساسها الحداثة للحفاظ على الهوية والثقافة الوطنية وتقاليدها وتراثها.

كما توصلت الدراسة أيضا إلى أن الإعلام التراثي بوسائله المختلفة ورسائله الهادفة إلى المحافظة على التراث الحضاري وحمايته من الاندثار وصيانتته ونشره أضحي اليوم وأكثر من وقت مضى سلوكا استراتيجيا حتميا باعتباره حاميا لذاكرة الأمم بشكل خاص، والإنسانية بشكل عام، غير أن جهود الجزائر في هذا المجال تبقى محتشمة وضعيفة، ولا ترقى إلى مستوى الكم الهائل والنوعي من التراث الحضاري الذي تزخر به الجزائر وتكتنزه في موروثاتها الثقافية، والدليل على ذلك أن المضامين والبرامج الإعلامية ذات الطابع التراثي قليلة جدا، ولا شك أن أي تقصير في مجال الإعلام التراثي يعتبر تهديدا للهوية الوطنية وتعثرا في أهداف التنمية المستدامة، وهذه النتائج اتفقت مع نتائج دراستنا المتعلقة بأهمية الرقمنة والوسائط الجديدة لصون التراث غير المادي والحفاظ عليه، وهذا ما قامت به الصفحات المدروسة في منشوراتها عندما استغلت صفحات الفيسبوك كفضاء لنشر التراث الحرفي والتعريف به والحث على صونه، وأيضا تركيز الصفحات المدروسة بالدرجة الأولى على قيمة الهوية التي تمثلها الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية كونها أساس الهوية الثقافية الجزائرية، عن طريق نشرها لمضامين تبرز قيمة الهوية للحرف على أنها تُعد أداة للتعبير عن مقومات الهوية الثقافية الجزائرية، ورغم ذلك يوجد اختلاف بين دراستنا وهذه الدراسة كون دراستنا خصصناها للنشاط الحرفي فقط على عكس هذه الدراسة التي تناولت النشاط التراث اللامادي كله.

- توصلت دراسة (رضا عامر، 2018) بعنوان حضور التراث الشعبي الجزائري عبر شبكات التواصل

الاجتماعي وتطبيقات الهاتف النقال إلى أهمية الوسائط الجديدة في التعريف بالتراث والثقافة الشعبية الجزائرية والحفاظ عليها، كما توصل إلى أنه لا بد من تأسيس مراكز بحث ومؤسسات وهيئات تقوم بحفظ تراثها الشعبي إلى جانب هذه المراكز يوجد مجالات ثقافية مهتمة بالتراث الشعبي وجميعها قدمت الكثير للثقافة الشعبية العربية كمجلة التراث في العراق ومجلة الثقافة الشعبية في البحرين وكذا مجلة حوليات التراث لجمعية مستغانم بالجزائر..... إلخ من المجالات التي أسهمت في التعريف بالموروث الشعبي والحفاظ عليه، إلا أن هذه الوسائل

والمؤسسات لا تكفي وحدها وبخاصة في ظل العولمة التي تتطلب وسائل جديدة وعصرية تتكيف مع عصر التكنولوجيات والوسائط الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي تكون فضاء ووسطا جديدا يسهم في الحفاظ على التراث الشعبي للأمم، وهذه النتائج اتفقت مع نتائج دراستنا والمتعلقة بغياب الاهتمام بإظهار القيمة والأهمية التربوية والعلمية للحرف في منشورات الصفحات المدروسة وهذا لعدم وجود ثقافة الاهتمام بالجانب التربوي للحرف والصناعات التقليدية من طرف المجتمع الجزائري والاهتمام فقط والتركيز على القيمة الفنية، وكذا عدم حرص الفاعلين في النشاط الحرفي على الجانب التربوي والعلمي والبحثي في هذا المجال، فالجانب التربوي في النشاط الحرفي في الجزائر قليل وناقص رغم أهميته الكبيرة.

- توصلت دراسة (غوتي شقرون، 2017) بعنوان: التراث الشعبي في وسائل الإعلام المعاصرة بين التأصيل والمعاصرة إلى وجود دور وأهمية للعولمة والتكنولوجيا الاتصالية متمثلة في وسائل الإعلام والاتصال الجديدة، والتي تتميز بالقدرة على إيصال الرسائل والمعلومات، في اللحظة نفسها وبسرعة لجمهور غير متجانس ثقافيا وجنسيا وتعليميا ومتباين في الرغبات والاتجاهات، ونشر الثقافة التي هي واحدة من الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، حيث يسعى الإعلام والاتصال إلى نشر الأعمال الفنية بهدف المحافظة على التراث، وكذا التطوير الثقافي عن طريق توسيع أفاق الفرد، وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية، وإطلاق قدراته الإبداعية، وهذه النتائج اتفقت مع نتائج دراستنا والمتعلقة باستغلال الصفحات المدروسة لصفحات الفيسبوك من أجل إبراز وإظهار القيمة الفنية للحرف والصناعات التقليدية الجزائرية، حيث حرصت في منشوراتها على تقديمها دوما كونهما تُعد وسيلة للحفاظ على التقاليد الفنية والثقافية الجزائرية وتعزيزها لأن الحرف والصناعة التقليدية الفنية تمثل المجال التراثي المرتبط بالثقافة والهوية والأصالة الجزائرية.

- توصلت دراسة (محبوب بن حمودة، 2017) بعنوان الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر، هل هي قابلة للإبداع التكنولوجي؟ إلى أن الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية تعاني تهديد بضررها قيمها من خلال المدد التقني المتزايد، وهو ما يضعف مكانة التراث الحرفي والاستخفاف بالعمل اليدوي وقيمته، ففي عصر تكنولوجيا المعلومات أصبح هناك قصور لدى الأجيال الجديدة في إدراك القيمة الحقيقية للموروث الحرفي الجزائري، وهذا ما اتفق مع نتائج دراستنا والمتعلق بنقص ثقافة الاهتمام بالنشاط الحرفي من طرف المجتمع الجزائري، فأحيان أخرى وصلت نسب المشاهدة إلى نسب منخفضة إلى حتى منعدمة وهذا ما يؤكد قولنا السابق بأن ثقافة الاهتمام بالنشاط الحرفي ناقصة جدا في المجتمع الجزائري بالأخص لدى فئة الشباب وعزوفهم عن هذا النشاط والذهاب إلى النشاطات السهلة وغير المتعبة.

- توصلت دراسة (فلاق علي، شكرين محمد، 2017) بعنوان استخدام الانترنت لترقية الصناعات التقليدية والحرفية إلى أن الصناعات التقليدية والحرفية قطاع اقتصادي بالغ الأهمية يمكن اعتباره من أهم البدائل التي يجب على الجزائر تطويرها لتنويع اقتصادها خارج المحروقات، كما أصبحت الانترنت والوسائط الجديدة جزءا من المزيج التسويقي للنشاط الحرفي، وبإمكان الجميع استخدامها لأغراض تسويقية وترويجية بغض النظر عن طبيعة النشاط أو حجمه، وبهذا جعلت الانترنت التسويق المباشر للمنتوجات التقليدية تسويقا أكثر تفاعلية من خلال سرعة الاستجابة والتواصل بين أطراف التسويق والتجارية للمنتوجات الحرفية، وقد اتفقت هذه النتائج مع نتائج دراستنا والمتعلقة بأن قدمت الصفحات المدروسة في منشوراتها مختلف الشروحات والتوضيحات المتعلقة بإنشاء منصات ومواقع الكترونية لعرض وبيع وتسويق المنتجات، وهذا من أجل دعوة مختلف الفاعلين في النشاط الحرفي وعلى وجه الخصوص الحرفيين من أجل استخدام التقنيات والتكنولوجيات الحديثة بما فيها الوسائط الجديدة في مجال تسويق منتجاتهم الحرفية، نظرا لأهمية هذه التقنيات والوسائط في تمكين الحرفيين من تسويق منتجاتهم إلكترونيا، الأمر الذي يتماشى وسياسة الدولة لتحقيق التحول الرقمي في القطاع الحرفي.

2- الدراسات العربية:

- توصلت دراسة (سعيد يقطين، 2020) بعنوان "الثقافة الشعبية في العصر الرقمي (من أجل موسوعة رقمية حرة للتراث الشعبي العربي)" أن الوسائط الاتصالية الجديدة أتاحت للتراث الشعبي ما عجزت عنه الوسائط القديمة والتقليدية من انتشار وحضور وتعريف، إلا أن الثقافة الشعبية العربية ظلت عاجزة عن التحليق في فضاءات الإبداع والتلاؤم مع منجزات العصر الرقمي والتعامل مع تقنياته بسبب عدم التفكير والتخطيط الجادين لتطوير الاهتمام بالثقافة الشعبية العربية من منظور جديد يتلاءم مع ما توفره الوسائط التفاعلية الجديدة، وقد اتفقت هذه النتائج مع نتائج دراستنا والمتعلقة بغياب الاهتمام بالقيمة المعلوماتية والعلمية في منشورات الصفحات رغم دورها في إبراز القيمة والأهمية الثقافية للحرف عالميا والتعريف بها وحتى الحفاظ عليها من السرقة والتقليد بسبب نقص الاهتمام بثقافة نشر التراث الحرفي.

- توصلت دراسة (قاسم المعمرى، حمدة الشحي، علي الموسوي، 2018) بعنوان الحرف اليدوية والتكامل التكنولوجي في السياق العماني: التحديات والإمكانيات" إلى أن التكنولوجيا القائمة على الواب تسهل العمل الخدماتي والتسويقي للمنتوجات الحرفية، وأيضا تسهل الخدمات الترويجية والتسويقية لمنتجات الحرفية السياحية، وقد اتفقت مع نتائج دراستنا والمتعلقة بأن الصفحات المدروسة تستغل موقع الفيسبوك من أجل الأهداف المتعلقة بمجال تسويق وترويج وتصدير المنتجات الحرفية، من خلال الحث الدائم لمختلف الفاعلين في النشاط الحرفي من حرفيين أو المؤسسات أو المقاولات أو حتى الجمعيات الحرفية تكثيف المشاركات في المعارض والصالونات المحلية والجهوية والوطنية والدولية وكذا مرافقة الحرفيين والمؤسسات الحرفية المصدرة، وهذا من أجل تجسيد الإستراتيجية الوطنية للتصدير، والتي تسعى من خلالها جاهدة لتشكيل قوة تصديرية لنشاطات الصناعة التقليدية، بهدف ترقية الصناعة التقليدية والتعريف بالمنتجات والحرف الجزائرية لترويجها وإيصالها إلى الأسواق الخارجية.

3- الدراسات الأجنبية:

- توصلت دراسة: youngzhong Yang Mohsin Shafi, Xiaoting Song and Ruo Yang, 2018 **Preservation of Cultural Heritage Embodied in Traditional Crafts in the Developing Countries. Case Study of Pakistani Handicraft Industry** بأن التكنولوجيا والوسائط الجديدة تلعب دورا فاعلا في ضمان نشر صورة المنتج الحرفي وتطويره ونقل هذه الحرف والمعارف من جيل إلى جيل، حيث إن الاستخدام الجيد للوسائط الاتصالية والأدوات التكنولوجية الحديثة يمكن من توسع فرص الترويج والتسويق والابتكار أكثر في هذه المنتجات، مما يعزز روح المنافسة في الأسواق العالمية، وقد اتفقت هذه النتائج مع دراستنا والمتعلقة بأن الصفحات المدروسة قد استغلت صفحات الفيسبوك وركزت فيها بصورة كبيرة على الأهداف العامة والمتعلقة بالتعريف بالحرف التقليدية الجزائرية والحفاظ عليها ونشر ثقافة الاهتمام بالصناعة التقليدية في المجتمع الجزائري، وهذا طبعا من أجل تعزيز صورة الحرف التقليدية في المجتمع الجزائري وكذا حمايتها من الزوال.

- توصلت دراسة xiaofang zhan , stuart walker, 2018 بعنوان:

Value Direction Moving Crafts toward Sustainability the Yangtze River China

بأن القيمة الاقتصادية للحرف اليدوية قد برزت إلى حد ما من خلال الاستفادة بشكل كبير من منصات التجارة الإلكترونية مثل Taobao وdongjia وكذا الوكالات الثقافية للصناعات الإبداعية في الترويج للمنتجات الحرفية، وذلك ساعد على زيادة الدخل للحرفيين المهمشين وتعزيز مكانتهم الاجتماعية، وهذا ما حفز الشباب على الإقبال على تحويل حياتهم المهنية إلى الحرف مما شكل مجتمعات أكثر تفاعلية ومساحة لتقارب الحرفيين، وهذا ما خلق القيمة الاجتماعية للحرف اليدوية في المجتمع الصيني، وهذا ما اتفق مع نتائج دراستنا والمتعلقة بمجيب اهتمام الصفحات المدروسة في منشوراتها على إبراز القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية (القيمة الاقتصادية) لأن هذه القيمة تعتبر من المحاور المهمة والأساسية للاستراتيجية التنموية للقطاع الحرفي في الجزائر، لهذا كان تركيزها على إبراز قيمة وأهمية الحرف والصناعات التقليدية.

– دراسة (Saptarshi Koia, 2016) بعنوان :

Cultural Heritage Preservation Traditional Indian Art through Virtual New-media

قد توصلت الدراسة إلى أن الوسائط الجديدة تساهم في تجديد العرض للأنشطة الحرفية والتراثية من خلال الاستعانة بها في ابتكار نماذج وإبداعات وتصميمات من شأنها تحسين وتطوير نمط عرض الأعمال الفنية والحرفية التقليدية ففي دمج الوسائط الجديدة مع التراث الثقافي غير المادي يمكن الحرفين من الحصول على نموذج معاصر لعرض وتسويق منتوجاتهم التقليدية بطرق أكثر جاذبية للجمهور المستهدف، وبذلك تُحتزل المسافات الزمانية والمكانية، فالوسائط الجديدة صارت بمثابة وعاء وحماية للمحتوى التراثي الثقافي التقليدي، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراستنا والمتعلقة بتركيز الصفحات المدروسة في منشوراتها على إبراز وإظهار القيمة والأهمية للحرف الثقافية والفنية للحرف لأنها تعتبر من أهم ركائز ومقومات الهوية الثقافية الجزائرية.

– دراسة (Obiageli Pauline OHIAGU, Victor Ogbonnaya OKORIE, 2014)

SOCIAL MEDIA : SHAPING AND TRANSMITTING POPULAR CULTURE

توصلت الدراسة إلى أن الوسائط الجديدة هي قنوات لنقل الثقافة الشعبية وتاريخها، فالوسائط الجديدة وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي واصلت الوظيفة التقليدية لوسائل الإعلام في نقل التراث الثقافي بصفة عامة والثقافة الشعبية بصفة خاصة عبر الحدود ولكن بمساهمة بشكل أكبر وأقوى من الوسائل التقليدية، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراستنا والمتعلقة بأهمية صفحات الفيسبوك في إبراز وإظهار القيمة التاريخية لكونها الأساس الذي تقوم عليه الحياة الاجتماعية للمجتمع الجزائري والمصدر الرئيسي لهويتها وعراقة تراثها وأصالته.

المطلب الثالث: عرض نتائج الدراسة في ضوء الخلفيات النظرية للدراسة

جاء هذا المطلب من أجل عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء الخلفيات النظرية للدراسة، والمتمثلتين: في نظرية ثراء الوسائط الجديدة ومقاربة تثمين المصدر التراثي.

أولاً: نظرية (ثراء الوسائط الجديدة) غنى الوسائط الجديدة

استخلاصاً من معايير الثراء الأربعة والمتعلقة بفروض نظرية ثراء الوسائط الجديدة والمتمثلة في:

- استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة.
- الاستخدام الشخصي للوسيلة "التركيز الشخصي على الوسيلة".
- استخدام أساليب متعددة في الاتصال "تعدد الرموز والوسائط المتاحة".
- توفر ردود الفعل الفورية.

قمنا بإسقاطها على منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي، وهذا للتعرف على مدى تحقق معايير ثراء الوسائط الجديدة وتوفرها في هذه الصفحات، وكان هذا على النحو التالي:

1- فيما يتعلق بتحقيق بمعيار وُبعد "استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة"، فقد وجدنا أن الصفحات المدروسة سعت في منشوراتها لتقديم منشورات تشبع رغبات واهتمامات جمهورها ومخاطبته باللغة التي يفهمها ويتقبلها المجتمع الجزائري، فهي لغته الطبيعية والمألوفة، وهذا ما يؤكد أن اللغة التي تستخدمها الصفحات المدروسة هي لغة ثرية استناداً لما تفرضه نظرية ثراء الوسائط التي تنص على أن اللغة الثرية هي اللغة الطبيعية المألوفة والسائدة بين أفراد المجتمع، وهذا يعد أحد أوجه الاتفاق مع نظرية ثراء الوسائط الجديدة فيما يتعلق بتحقيق معيار استخدام وتوظيف اللغة المألوفة والطبيعية.

2- فيما يتعلق بتحقيق بمعيار وُبعد "التركيز الشخصي"، وهنا توصلنا إلى أن الصفحات المدروسة فعلاً عملت على التركيز الشخصي على الوسيلة، وهذا عن طريق تحديد المتطلبات الأساسية للمستقبل والتي يريدها

من الاتصال، كما عملت على تلبية هذه الحاجات والمتطلبات بمعنى آخر قدمت هذه الصفحات ما يحتاجه المستقبل ويتفق مع رغباته الشخصية، من خلال تقديم منشورات تشبع رغبات واهتمامات جمهورها ومتابعيها على اختلاف مستوياتهم، فالمعطيات الخاصة بتوفر أبعاد التركيز الشخصي على الوسيلة تشير إلى توفر أغلبها في الصفحات المدروسة والتي تجعلها صفحات تفاعلية وتمتاز بالشراء، وهذا يعد أحد أوجه الاتفاق مع نظرية ثراء الوسائط الجديدة فيما يتعلق بتحقيق معيار التركيز الشخصي على الوسيلة.

3- فيما يتعلق بتحقيق معيار استخدام أساليب متعددة في الاتصال "تعدد الرموز والوسائط المتاحة"،

وهنا وجدنا أن القائمين على الصفحات المدروسة لديهم الوعي بأهمية كل عنصر من عناصر الوسائط الجديدة، فهي تسعى إلى العمل على دمج وتكامل الوسائط وتنوعها في منشوراتها، مع تنوع الرموز والوسائط في أساليب عرضها وهي تحقق بذلك أهم أبعاد نظرية ثراء الوسائط في جزئية تعدد الوسائط المتاحة والرموز، إذ هنا قد راعت مؤشر تعدد الرموز كأحد أبعاد الثراء الذي يتوفر من خلال مؤشرات تعدد الوسائط المستخدمة وفقا لنظرية ثراء الوسائط، مما نعتبره أحد أوجه الاتفاق مع نظرية ثراء الوسائط الجديدة والمتعلق بمعيار تعدد الرموز وتوظيف الوسائط المتعددة.

4- فيما يتعلق بتحقيق معيار وبعد "توفر ردود الفعل الفورية"، وهنا بحثنا عن معدل النشر اليومي

للصفحات المدروسة، وقد لا حظنا كفاءة هذه الصفحات في غزارة المعلومات وسرعتها وفورية نشرها في تقديم المنشورات وكذا نشرها اليومي، ما ساهم في استمرارية تواجدها اليومي، والذي أعطى انطبعا جيدا تجاه هذه الصفحات من طرف متابعيها أو المعجبين بها مما يعزز صورتها وسمعتها ويشجع الزيارات لها ومتابعتها، لهذا ومن هذه النتائج السابقة نخلص إلى أن التحديث المستمر واليومي للمنشورات في الصفحات يعد عاملا في تحقيق مؤشرات نظرية ثراء الوسائط في الصفحات المدروسة، فحرصت الصفحات على التحديث المستمر لمنشوراتها مع تنوع الرموز والوسائط في أساليب عرضها، وقد حققت بذلك أهم أبعاد نظرية ثراء الوسائط،

والمتمثل في جزئية التحديث والفورية والنشر اليومي، وهذا ما نعتبره أحد أوجه الاتفاق مع نظرية ثراء الوسائط الجديدة فيما يتعلق بتحقيق معيار ردود الفعل الفوري والتفاعلية.

- أيضا فيما يتعلق بتحقيق معيار وبعد " توفر ردود الفعل الفورية" توصلت الدراسة التحليلية أن الصفحات المدروسة تتوفر على مختلف السمات التفاعلية، فالتعليقات تعتبر من الأدوات التفاعلية التي أتاحها موقع الفيسبوك وصفحاته، والذي يعني حدود قدرة الوسيط الاتصالي " صفحات الفيسبوك" على دعم الحضور الاجتماعي لمستخدميها من خلال عملية التفاعل وتبادل المعلومات، فكلما أتاح صفحات الفيسبوك لمستخدميها فرصا إضافية للحضور الاجتماعي في العملية الاتصالية كلما زادت قدرة المتابعين على الفهم المشترك على أفكار ووجهات نظر بعينها، ففي الدراسة التحليلية وجدنا أن الصفحات المدروسة توفر أغلب سمات الشراء الذي يتيح موقع الفيسبوك لمستخدميه من خلال توفره على مختلف أدوات التفاعلية والرموز والوسائط، وهذا ما نعتبره أحد أوجه الاتفاق مع نظرية ثراء الوسائط الجديدة فيما يتعلق بتحقيق معيار ردود الفعل الفورية والتفاعلية.

2- مقارنة تثمين المصدر التراثي:

كان الهدف من الاستعانة بمقاربة تثمين المصدر التراثي توظيف المعايير والقيم التي تستخدمها هذه المقاربة والمتعلقة بتثمين المصدر التراثي وإسقاطها على دراستنا، والتي على أساسها قمنا بإسقاط معايير هذه المقاربة على منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري، وهذا لقياس مدى توافر وإظهار معايير تثمين التراث الحرفي في منشورات هذه الصفحات من أجل تثمين التراث الحرفي والحفاظ عليه، بمعنى آخر مدى تناول وعرض وإبراز الصفحات المدروسة للأهمية و (القيمات) الموجودة في التراث الحرفي الجزائري وكيف أظهرتها لكي تحافظ عليها وتثمنها عن طريق منشوراتها.

ومن الدراسة التحليلية والخاصة بالقيمات أو أهمية الحرف، والتي كنا قد أدرجناها في فئة المواضيع المتعلقة والمرتبطة بتثمين التراث الحرفي الجزائري، وفي هذا الصدد فقد وجدنا:

- **القيمات المتعلقة بالأهمية الاقتصادية للحرف والصناعات التقليدية:** فيما يخص القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية للحرف والصناعات التقليدية، فقد كانت لها الحصة الأكبر في منشورات الصفحات المدروسة، وهذا لأن هذه القيمة تعتبر من المحاور المهمة والأساسية للاستراتيجية التنموية للقطاع الحرفي في الجزائر، أما قيمة الندرة فكانت متواجدة وقد تم إظهارها ولكن بنسب جدا ضعيفة في بعض المنشورات.

ومنه نستنتج بأن القيمتين السابقتين كانتا متواجدتين في مضامين الصفحات المدروسة، وهذا التواجد لهاتين القيمتين يعتبر حسب رأينا أحد أوجه الاتفاق مع معايير وأبعاد مقاربة تثمين المصدر التراثي.

- **القيمات المتعلقة بالأهمية الثقافية للحرف والصناعات التقليدية:** فيما يخص قيمة الهوية للحرف والصناعات التقليدية، فقد كانت لها الحصة الأكبر في منشورات الصفحات المدروسة، فقد نالت حيزا ومساحة كبيرة كونها أساس الهوية الثقافية الجزائرية، أما القيمة الفنية فهي بدورها عرفت حضورا وتواجدا كبيرا في هذه المنشورات وهذا راجع لكون الجزائر في استراتيجياتها التنموية والترقوية للنشاط الحرفي تركز بالدرجة

الأولى على القيمة الفنية للحرف وتهمل باقي الجوانب والقيمات الأخرى كالقيمة المعلوماتية، القيمة الدينية، القيمة الجمالية، القيمة المعمارية، القيمة التاريخية التي كان تواجهها ونشرها قليلا جدا رغم أهميتها، وفيما يخص القيمة الرمزية، القيمة الأثرية، القيمة العلمية فقد كانت مغيبة تماما عن منشورات الصفحات المدروسة، ومنه نستنتج أن عرض القيم الثقافية كان جدا ناقص، وهذا التواجد القليل لبعض القيمات والغياب التام لقيم أخرى يعتبر حسب رأينا أحد أوجه الاختلاف ولا يوجد اتفاق تام مع معايير وأبعاد مقارنة تثمين المصدر التراثي.

- **القيمات المتعلقة بالأهمية الاجتماعية للحرف والصناعات التقليدية:** فيما يخص قيمة الحداثة وقيمة العرقية للحرف والصناعات التقليدية، فقد كان حضورها متوسطا في منشورات الصفحات المدروسة، وفيما يخص القيمة التربوية فقد غابت تماما عن منشورات الصفحات المدروسة، وهذا التواجد القليل لبعض القيمات والغياب لقيمات أخرى يعتبر حسب رأينا أحد أوجه الاختلاف مع معايير وأبعاد مقارنة تثمين المصدر التراثي.

- **القيمات المتعلقة بأهمية الحرف والصناعات التقليدية في مجالات أخرى:** فيما يخص القيمة البيئية للحرف والصناعات التقليدية، فقد كانت من القيمات والأهميات التي ركزت عليها كثيرا هذه الصفحات في منشوراتها وهذا نظرا لفائدة النشاط الحرفي في المجال البيئي، كما اهتمت الصفحات بإظهار القيمة السياسية للحرف والصناعات التقليدية كونها أداة تساهم في تعزيز روح المواطنة وتعزيز العلاقات بين المجتمعات والدول وأيضا بث روح والمشاركة بين المجتمعات، وهذا التواجد لهاتين القيمتين يعتبر حسب رأينا أحد أوجه الاتفاق مع معايير وأبعاد مقارنة تثمين المصدر التراثي.

انتهت هذه الدراسة، والتي استهدفت التعرف على إسهام ودور الوسائط الاتصالية الجديدة في تثمين التراث الحرفي الجزائري، إلى النتائج التالية:

- بشكل عام أكدت هذه الدراسة وأثبتت وجود مساهمة إيجابية وفعالة للوسائط الاتصالية الجديدة في تثمين التراث الحرفي الجزائري.

- كما بينت النتائج وجود اهتمام كبير من طرف صفحات الفيسبوك للفاعلين بالنشاط الحرفي بإظهار الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية عن طريق نشر وتقديم مختلف المضامين والمواضيع المرتبطة بالتعريف بها لإظهارها وإبراز قيمتها، وهذا من أجل تثمينها وحمايتها من الزوال والإندثار.

- أظهرت نتائج الدراسة أيضا أن وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية قد أولت اهتماما متزايد بقطاع الحرف والصناعات التقليدية في السنوات الأخيرة من خلال تبني مخططات استراتيجية تنمية حققت نتائج مرضية إلى حد ما في تنمية القطاع، وهذا ما لمسناه من خلال تسجيل إنجازات معتبرة كمية ونوعية في مجال توفير مناصب شغل وإجراءات الدعم، إضافة إلى التركيز على تعزيز روح المقاولاتية وهذا لتطوير هذا القطاع وإعطاء المكانة الحقيقية له، من أجل الحفاظ عليه وتطويره.

- كما أشارت النتائج إلى أن الجزائر ركزت على عدة آليات وسُبل من أجل تثمين الحرف والصناعات التقليدية، ومن هذه الآليات توظيف الرقمنة والوسائط الاتصالية الجديدة في القطاع الحرفي لاعتبارها بديلا مبتكرا وحديثا سيمكن هذا القطاع من التطور ومواجهة التحديات الراهنة، وأيضا كون هذه الوسائط تعتبر من سُبل التنمية المستدامة للحرف والصناعات التقليدية الجزائرية.

- توصلت نتائج الدراسة أيضا إلى أن الجزائر عملت ولا تزال تعمل على إرساء مبدأ المقاربة الاتصالية التشاركية في قطاع الحرف والصناعات التقليدية بين مختلف الفاعلين، ما نتج عنه إحداث برامج أساسها المقاربة الاتصالية التشاركية، ومن بين هذه البرامج نجد برنامج (CRRE / Germe) أنشئ وحسن تسيير

مؤسستك لدعم روح المقاول، برنامج نظام الإنتاج المحلي (SPL) لدعم التنمية المحلية والتهيئة الإقليمية، برنامج نوكلس (NUCLEUS) لدعم تآزر الحرفيين.

- كما كشفت النتائج أن الجزائر دخلت عالم الرقمنة والوسائط الاتصالية الجديدة من خلال استخدامها لمختلف أشكال هذه الوسائط، وبخاصة في مجال التعريف بالمنتجات الحرفية وكذا الترويج لها وتسويقها، وقد زاد هذا الاستخدام أكثر في أزمة كورونا، وقد ظهر هذا من خلال: إنجاز أرضية نظام المعلومات الرقمي الخاص بالحرف والصناعات التقليدية **Systeme d'Information de l'Artisanat**، وكذا إنشاء منصات رقمية وافتراضية ومواقع إلكترونية للتسويق والترويج للمنتجات الحرفية، وكما يستخدم الفاعلين في عملهم مختلف الوسائط الاتصالية الجديدة كوزارة السياحة أو الغرفة الوطنية للحرف، وأيضا الحرفيين والمؤسسات والجمعيات الحرفية يستخدمون هذه الوسائط في نشاطاتهم لأنها تساهم في التعريف بمؤسساتهم ونشاطاتهم.

- من بين ما أسفرت عنه النتائج أيضا وجدنا أن الجزائر تُبدي اهتمامها المتزايد بأفاق تطوير وتحديث المنظومة الرقمية والاتصالية في مجال النشاط الحرفي، وهذا من خلال دمج الرقمنة والوسائط الجديدة في الإستراتيجيات التي وضعتها من أجل تنمية القطاع الحرفي، فقد لاحظنا أنها كانت في كل مخطط تحرص على الرقمنة والجانب الاتصالي والإعلامي، وهذا بدأ من المخطط الأول لاستراتيجية التنمية المستدامة للحرف أفاق 2010 وبعدها المخطط الثاني لأفاق 2020، والذي عدلته سنة 2016 ليمتد لأفاق 2035، حيث ركزت أكثر على استخدام وتوظيف الوسائط الاتصالية الجديدة في النشاط الحرفي، ومن النتائج الأولية لأفاق إدماج هذه الوسائط في النشاط الحرفي باستراتيجية أفاق 2035 نجد إطلاق البوابة الإلكترونية للخدمة العمومية لقطاع السياحة والصناعة التقليدية 2021، وكذا إنجاز البطاقة الإلكترونية المهنية للحرفي، كما قامت بإنشاء بوابة Solution wan والحاصة برقمنة كل نشاطات وزارة السياحة والصناعة التقليدية، وأيضا تصميم أداة رقمية لليقظة

وتسيير المعطيات الاقتصادية للحرف والصناعة التقليدية وكذا اقتناء أجهزة الاعلام الآلي المخصصة لعملية رقمنة قطاع الحرف والصناعات التقليدية.

- تبين أيضا من خلال هذه الدراسة أن الجزائر قد وظفت الوسائط الاتصالية الجديدة كألية تدعيمية تنموية للنشاط الحرفي، فقد لاحظنا تكاملا بين هذه الوسائط ومختلف آليات الدعم الأخرى التي تقدمها وزارة السياحة والصناعة التقليدية، على اعتبار أن الوسائط الاتصالية والإعلامية لها القدرة على إظهار القيمة الحقيقية للحرف وتعزيز صورتها من أجل الحفاظ عليها وتثمينها.

- أظهرت نتائج الدراسة أنه بالرغم من الاستراتيجية التنموية التي تبنتها الجزائر من أجل ترقية الحرف التقليدية إلا أنها لم ترق بعد إلى المستوى المطلوب ولم تحظى بما فيه كفاية بالاهتمام الكبير، فالحرف التقليدية تواجه عدة صعوبات أهمها: التمويل، التسويق، الترويج، الإستثمار، غياب حقوق الملكية الفكرية، التقليد، المنافسة الحادة.....إلخ.

- من النتائج أيضا توصلنا إلى عدم مساهمة النظام التعليمي الجزائري ولا سيما التعليم العالي في تطوير الحرف والصناعات التقليدية، وهذا ظهر من خلال عدم وجود مرافقة من طرف الجامعة الجزائرية والباحثين المختصين للتوجيه للبحث في مجال الحرف التقليدية أو إعداد التقارير والدراسات عنها ويمكن تفسير هذا بسبب نقص الاهتمام والوعي من طرف كل الفاعلين في النشاط الحرفي بالجانب العلمي والبحثي في مجال الحرف والصناعات التقليدية.

ومن مخرجات نتائج الدراسة التطبيقية التحليلية:

- فقد تم التوصل إلى أن صفحات الفيسبوك للفاعلين بالنشاط الحرفي الجزائري توفر أغلب سمات الثراء الذي يتيح موقع الفيسبوك لمستخدميه من خلال احتوائه وتوفره على مختلف أدوات التفاعلية والرموز، هذا ما جعله فضاء داعم لتثمين التراث الحرفي والحفاظ عليه.

- فيما يتعلق بطبيعة الخدمات فقد بينت النتائج أن طبيعة الخدمات الموجهة للجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة هي خدمات متنوعة ولكن يغلب عليها الطابع الإخباري، والسبب هو حرص هذه الصفحات على إطلاع متابعيها بكل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالنشاط الحرفي الجزائري.

- كما بينت نتائج الدراسة بأن الأساليب الإقناعية والاستمالات التي وظفتها الصفحات المدروسة في منشوراتها قد تنوعت بين الاستمالات العاطفية والاستمالات العقلية، ولكن النوع الغالب في منشورات هذه الصفحات هو الاستمالات العاطفية والسبب يعود لسعي هذه الصفحات للتأثير في الجمهور العام والمتابعين من أجل إقناعهم وترغيبهم بالنشاط الحرفي والإقبال عليه.

- أما عن نتائج الدراسة المتعلقة بمواضيع الصفحات المدروسة، ومن خلال تحليلنا لطبيعة مواضيع منشورات هذه الصفحات من منظور مقارنة تثمين المصدر التراثي من أجل التعرف على مدى اهتمام هذه الصفحات بتثمين الحرف وإبراز قيمتها، فقد أظهرت النتائج فيما يتعلق بتحقيق أبعاد ومعايير التثمين في هذه الصفحات بأن المواضيع في منشورات هذه الصفحات كانت مواضيع محتواها يُبرز بالدرجة الأولى القيمة الاقتصادية للحرف والصناعات التقليدية الجزائرية من خلال إبراز أهميتها من جانب القيمة والجدوى الاقتصادية كونها توفر مناصب شغل وتخفف من البطالة، وتساهم في ترقية القطاع السياحي، أيضا اتهمت هذه الصفحات بإظهار القيمة والأهمية الثقافية من خلال إبراز القيمة الفنية وقيمة الهوية، التاريخية، المعمارية، والجمالية التي تعتبر مقومات الهوية الثقافية الجزائرية، أيضا نشرت مواضيع متعلقة بإظهار القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف

والصناعات التقليدية ، كونها تساهم الحد من النزوح الريفي تدعيم المرأة وتعزيز مكانتها، إضافة لكل هذا أظهرت الصفحات قيما أخرى للحرف تمثلت في القيمة والأهمية البيئية نظرا لفائدتها في المجال البيئي كونها تقدم منتجات صحية وصديقة للبيئة، ومنه فإظهار كل هذه القيمات والأهمية التي تتميز بها الحرف الجزائرية يُعد جانب من جوانب حماية وتثمين الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية والحفاظ عليها، وهذا التواجد لهاته القيمات والأهمية يعتبر حسب رأينا أحد أوجه الاتفاق مع أبعاد مقارنة تثمين المصدر التراثي.

- أوضحت نتائج الدراسة أن أهداف منشورات الصفحات المدروسة والمرتبطة بتثمين الحرف والصناعات التقليدية كانت مرتكزة بالدرجة الأولى على التعريف بالحرف والصناعة التقليدية الجزائرية، إضافة إلى التركيز على تعزيز روح المقاولاتية واستخدام الوسائط الجديدة في المجال التسويقي والترويجي، وكذا العمل على المحافظة على الحرف الآيلة للزوال وسبب هذا سعيها إلى تجسيد المحاور الكبرى للاستراتيجية الترقية التي تبنتها الجزائر من أجل تنمية الحرف والصناعات التقليدية وتثمينها.

- بينت نتائج الدراسة على أن الفئات والشخصيات المحورية والفاعلة في مضامين منشورات الصفحات المدروسة هي فئة الحرفيين والحرفيات والسبب هو لكون الحرفيين هم أساس النشاط الحرفي، إضافة لهذا توجد الجمعيات الحرفية التي تعتبر بدورها فاعلا مهما وبارزا في هذا النشاط، إضافة لوجود فاعلين آخرين تمثلوا في الجمعيات الحرفية، والشركاء الخواص وأرباب العمل والمقاولات والتعاونيات، والسبب راجع للمقاربة الاتصالية التشاركية التي تبناها الوزارة والمهادفة لإشراك جميع الفاعلين في النشاط الحرفي من أجل العمل على ترقيته.

- كشفت نتائج الدراسة أن الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة هو جمهور متنوع، ولكن تستهدف بالدرجة الأولى الجمهور العام، وهذا من أجل التعريف بالحرف والصناعات التقليدية والإقبال عليها وحثهم على ممارسة النشاط الحرفي من أجل حمايته من الزوال والإندثار.

- تبين أيضا من خلال مخرجات الدراسة التحليلية المتعلقة بطبيعة اللغة المستخدمة في منشورات الصفحات المدروسة من حيث اللغة المألوفة والطبيعية، إلى أن لغة المضمون المقدم في منشورات هذه الصفحات قد امتازت باللغة البسيطة والمألوفة والطبيعية، فالصفحات تسعى لتقديم منشورات تخاطب فيها جمهورها باللغة التي يفهمها ويستخدمها، وهذا ما يؤكد أن اللغة التي تستخدمها هذه الصفحات هي لغة ثرية كونها طبيعية ومألوفة، وهي تحقق بذلك أهم أبعاد نظرية ثراء الوسائط في جزئية أن اللغة الثرية هي اللغة الطبيعية والمألوفة والسائدة بين أفراد المجتمع.

- كما أشارت النتائج المتعلقة بالتركيز الشخصي إلى أن الصفحات المدروسة تسعى لتقديم منشورات تلبي رغبات واهتمامات واحتياجات جمهورها ومتابعيها، فهي توفر أغلب سمات التركيز الشخصي والثراء الذي يتيح موقع الفيسبوك، فقد تبين أن الصفحات المدروسة تحرص في منشوراتها بالدرجة الأولى على إتاحة المعلومات التي يحتاجها الجمهور، وكذا تسعى في منشوراتها دائما على توفير المعلومات، وتوفير خدمات الاتصال المباشر بالصفحة من خلال رقم الهاتف أو البريد الإلكتروني أو من خلال بعث رسالة مباشرة عن طريق الفيسبوك في الخاص أو في الماسنجر، والصفحات تقوم أيضا بالرد على الاستفسارات والإجابة عليها، والميزة الهامة التي استخلصناها هي قدرة المنشورات التي تقدمها الصفحات على ملائمة احتياجات الجمهور المستهدف، كما تتيح الصفحات خدمة سرعة الوصول إلى المعلومات المقدمة بالمنشورات في أي وقت، وهذا ما يجعل هذه الصفحات ثرية في مضامينها المقدمة لمتابعيها، وهي تحقق بذلك أهم أبعاد نظرية ثراء الوسائط في جزئية توفر معيار التركيز الشخصي وتلبية احتياجات ورغبات الجمهور والمتابعين وبذلك يزيد الإقبال عليها.

- كشفت نتائج الدراسة أيضا أن طبيعة المادة المنشورة التي تقدمها الصفحات المدروسة من حيث تعدد الرموز والوسائط المتاحة بأنها متنوعة ومتوفرة على مختلف المؤثرات الشكلية والبصرية التي تجعلها جذابة وأكثر متابعة، ونستنتج من هذا أن القائمين على الصفحات المدروسة لديهم الوعي بأهمية كل عنصر من عناصر

الوسائط الجديدة، فهم يسعون إلى العمل على دمج وتكامل هذه الوسائط والرموز في منشورات صفحاتهم، حيث وجدنا أنه على الأقل في المنشورات تم توظيف عنصرين من الوسائط والرموز، يعني هنا أظهرت الرموز التي تعتبر كأحد أبعاد ثراء الوسائط الجديدة الذي يتوفر من خلال تعدد الوسائط والرموز المستخدمة.

- كشفت نتائج الدراسة أن الصفحات المدروسة تتوفر على مختلف السمات التفاعلية وتحرص دائما على التحديث المستمر واليومي لمنشوراتها وهي تحقق بذلك أهم أبعاد نظرية ثراء الوسائط الجديدة في جزئية قدرتها على توفر ردود الفعل الفورية والتفاعلية.

- أما التفاعلية، فصفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي تتوفر على مختلف السمات التفاعلية من حيث الفورية والتزامنية والتشاركية التنوع وسهولة التجوال وسهولة التفاعل، وهنا أيضا تحقق أهم أبعاد نظرية ثراء الوسائط الجديدة في جزئية قدرتها على توفر ردود الفعل الفورية والتفاعلية.

- ومن خلال تحليلنا لطبيعة مضامين الصفحات المدروسة من منظور مقارنة ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة من أجل التعرف على مدى ثرائها، وكذا تحقيق مؤشرات ومعايير ثراء هذه الوسائط في منشورات هذه الصفحات، فقد بينت نتائج التحليل أن الصفحات في منشوراتها توفر أغلب سمات الثراء الذي يتيح موقع الفيسبوك، وبهذا الفيسبوك يعتبر فضاء داعم لثمين التراث الحرفي الجزائري والحفاظ عليه.

من خلال البحث النظري والتطبيقي الذي قمنا به حول الموضوع المدروس، وبناء على نتائج الدراسة التحليلية، ظهرت لنا مجموعة من الجوانب والإشكاليات الجديدة بالعمل عليها ومواصلة البحث فيها لأهميتها بالنسبة لهذا الموضوع، وعلى هذا الأساس نقدم المقترحات التالية:

- أولاً وقبل كل شيء لابد من ضرورة نشر ثقافة الاهتمام بالحرف والصناعة التقليدية الجزائرية وإرساء الوعي بالدور الكبير الذي تلعبه هذه الحرف وإعطائها نفس الأهمية المقدمة للقطاعات والنشاطات الأخرى كونها تكتسب الأهمية التي تكتسبها القطاعات الأخرى، وهذا من أجل التشجيع على الإقبال عليها للحفاظ عليها ولحمايتها من الزوال والإندثار.

- بالرغم من النتائج الإيجابية المحققة في قطاع الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية، إلا أنه مزال يعاني من وجود نقائص فيه، لهذا لا تزال الجهود المبذولة في هذا المجال تحتاج إلى المزيد من العمل لتفعيل دور هذا القطاع أكثر، وهذا من خلال تنظيم الجانب الغير رسمي للنشاطات الحرفية، ومراجعة الإجراءات التنظيمية والتشريعية المنظمة لهذا القطاع، وكذا إنجاز مخطط اتصالي أفضل يرافق تجسيد الاستراتيجيات التنموية التي وضعتها الوزارة، وتوحيد كافة الجهود بين الفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري من حرفيين وجمعيات ومؤسسات وحثهم على أهمية التعاون وتعزيز العمل بالمقاربة الاتصالية التشاركية.

- كما يجب توفير حماية الملكية الفكرية للمنتجات الحرفية التي تعد أمراً ضرورياً للحفاظ عليها من خلال وضع آليات تنظيمية وإدارية وتقنية لحماية هذه المنتجات لا سيما الأصيل منها، وهذا لحمايتها من محاولات التقليد والسرقة وبالأخص في الوقت الراهن.

- أيضاً لا بد من القيام بربط جسور التواصل العلمي بين قطاع الحرف والصناعات التقليدية ومراكز البحث العلمي، وذلك من أجل استغلال البحوث والدراسات العلمية المنجزة من طرف الباحثين في هذا المجال لتطوير هذا القطاع.

- القيام بإنشاء هيئات ومراكز بحثية متخصصة في النشاط الحرفي تكون تابعة للجامعات، وكذا استحداث تخصصات جديدة تُعنى بالنشاط الحرفي وتسيير مؤسسات الصناعات التقليدية والحرف، وهذا من أجل دفع الطلبة للبحث والاستثمار في هذا النشاط والإقبال عليه وإنشاء مشاريع ومؤسسات خاصة بهم بهذا المجال.
- ولعل أهم ما نوصي به هذه الدراسة هو العمل على إثراء الجهد البحثي والعلمي في الجزائر من أجل إجراء بحوث ودراسات عن أهمية وضرورة استغلال الوسائط الاتصالية الجديدة في النشاط الحرفي.
- رغم أن الجزائر تستخدم وتستغل الوسائط الاتصالية الجديدة في النشاط الحرفي إلا أن هذا القطاع مزال يعاني من صعوبة عدم تمكن كل الفاعلين من استخدام هذه الوسائط وبالأخص الحرفي الذي يفتقد كثيرا لثقافة استخدام هذه الوسائط وكيفية استغلالها، لهذا لابد من تفعيل أكثر لاستخدام هذه الوسائط لدى جميع الفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري، وهذا لكي يواكبوا تطورات البيئة الاتصالية الجديدة، للارتقاء بالحرف والصناعات التقليدية الجزائرية وتثمينها.

وفي الأخير تبقى هذه الدراسة المتواضعة بوابة للعديد من الدراسات المستقبلية، حيث نطمح أن تسمح النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة إلى فتح مجال للباحثين في علوم الإعلام والاتصال من خوض دراسات بجوانب وبمتغيرات ومحددات أخرى من شأنها معالجة إشكالية تثمين التراث الحرفي الجزائري من منظور وُبعد إعلامي واتصالي وفق متطلبات وسياقات البيئة الاتصالية الجديدة.

ختاماً يمكننا القول إننا توصلنا إلى جملة من التفسيرات فهمنا من خلالها أن الوسائط الاتصالية الجديدة في بعدها الأداتي والاستخدامي، قد تسربت إلى جميع مناحي الحياة في المجتمعات المعاصرة، فأصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية لهذه المجتمعات، بل لا يكاد يخلو أي مجال من مجالات الحياة إلا وقد نفذت إليه بهذا القدر أو ذاك، ما جعلها تفرض هيمنتها لكونها سريعة الانتشار والتوسع، فقد عبرت الحدود والقارات بهذه الهيمنة التي تُشكل خطراً على الهوية الثقافية للدول. والتراث الحرفي يمثل أحد مقومات الهوية الثقافية وهو خلاصة معبرة عن تاريخ الشعوب وحضاراتها، والوسائط الجديدة أثرت عليه أحياناً بالسلب بسبب التطورات التكنولوجية التي ساهمت بشكل كبير في اختفاء العديد من الحرف التقليدية وإهمالها وعدم الاهتمام بها، إلا أنه وبالرغم من هذه التغيرات والتأثيرات وغيرها من العوامل المرتبطة أساساً بموجات التطور التكنولوجي بما فيها الوسائط الاتصالية الجديدة، فإن حضور النشاط الحرفي بقي قائماً بذاته بصفته مجالاً لممارسة عدة أنشطة يستمد قوته من رصيده الحضاري والإبداعي المتراكم عبر الأزمنة، كما أصبحت النشاطات الحرفية حالياً نستعين بهذه الوسائط من أجل التعريف بها وكذا إعادة بعثها من جديد، وهذا ما لمسناه من خلال دراستنا حول الوسائط الاتصالية الجديدة وإسهاماتها الفعالة والإيجابية في تثمين التراث الحرفي الجزائري والحفاظ عليه، لهذا أصبحت الوسائط الجديدة تُعد فضاء مستحدثاً داعماً لتثمين وترقية هذا التراث، وتوظيفها في الجزائر في هذا المجال ساهم في التعريف بالحرف الجزائرية وتعزيز صورتها في المجتمع، لأن الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية تعد من أهم عناصر التراث الثقافي الجزائري وأحد مقومات الهوية الثقافية الجزائرية، لذا لابد من تزايد الجهود من طرف الدولة الجزائرية لتأكيد الأهمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تحتلها هذه الحرف لاعتبارها جزءاً من التراث الجزائري، ولا يكون ذلك إلا عن طريق التركيز على استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة وتوظيفها في مجال النشاط الحرفي وتفعيل دورها أكثر وجعلها من الأولويات التي لابد منها في هذا المجال، لأنها فعلاً

تعتبر أداة فعالة، بل وضرورة أساسية من أجل ضمان استمرارية وديمومة النشاط الحرفي، ولهذا من الضروري تضافر وتوحيد كافة الجهود بين الفاعلين في النشاط الحرفي الجزائري وتشجيعهم وحثهم على أهمية التعاون وتعزيز العمل بالمقاربة الاتصالية التشاركية، وكذا استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة في النشاط الحرفي، وهذا لكي يواكبوا تطورات البيئة الاتصالية الجديدة، للارتقاء بالحرف والصناعات التقليدية الجزائرية وتثمينها، وبالتالي إيجاد البديل للاقتصاد الوطني خارج قطاع المحروقات، والذي بدوره يساهم في التنمية ودعم عجلة النمو الاقتصادي ما يساهم بدوره في ترقية الموروث الثقافي الجزائري ككل.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- أبو خليل، فارس. (2015). *وسائط الاعلام بين الكبت وحرية التعبير*. دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- البياتي، خضير ياس. (2014). *الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة*. (ط 01). عمان: دار البداية.
- الدعيمي، غالب. (2019). *صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الأنترنت: تقاليد موروثة وسلطة مطلقة*. (ط 01). الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق. (2016). *نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرون*. (ط 01). عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- الدليمي، ناهدة. (2016). *أسس وقواعد البحث العلمي*. (ط 01). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- السعدي، مؤيد. (2019). *الاندماج الاتصالي في الاعلام الجديد*. (ط 01). الجزائر: منشورات ألفا للوثائق.
- الصادق، رابع. (2014). *فضاءات رقمية قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات*. لبنان: دار النهضة.
- الفولي، هشام. (2022). *الاتصال من الإشارة إلى الميتا فيرس Meta*. (ط 01). مصر: مؤسسة طيبة للنشر.
- المشهداني، أحمد. (2017). *مناهج البحث الإعلامي*. (ط 01). دولة الإمارات العربية، الجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي.
- المشهداني، سعد سلمان، فراس حمود العبيداني. (2020). *مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة*. (ط 01). عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- المشهداني، سليمان سعد. (2019). *منهجية البحث العلمي*. (ط 01). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- بادمان تيم، باستين بومهارد. (2010). *ترجمة نشأت عبد الفتاح حميدان. ترشيح مواقع التراث العالمي الطبيعي*. لبنان: دار الأمل.
- بن مرسل، أحمد. (2003). *مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- بن مرسل، أحمد. (2013). *الأسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال*. (ط 1). الجزائر: الورسم للنشر.

- بوكانان، ريهام (2000). الألة قوة وسلطة التكنولوجيا والإنسان منذ القرن 17 حتى الوقت الحاضر. ترجمة شوقي جلال. الكويت: عالم المعرفة.
- تمار، يوسف. (2017). أصول تحليل المضمون وتقنياته. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- تمار، يوسف. (2018). أصول تحليل المضمون وتقنياته. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- حسن إسماعيل، محمود. (2001). مناهج البحث العلمي. (ط1). القاهرة: دار الفكر العربي.
- حسين التائب، سعود. (2018). البحث العلمي قواعده وإجراءاته ومناهجه. (ط01). مصر: المكتب العربي للمعارف.
- حمداني، على. (2019). المبادئ التوجيهية لتنفيذ اتفاقية التراث العالمي. اليونسكو: منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة.
- حميدو، كمال: (2017). الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية الجديدة. (ط 01). قطر: مركز الجزيرة للدراسات.
- خضر، إبراهيم حيدر. (2018). الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي. (ط 01). بيروت: المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية.
- دجاني، نبيل. (1997). البعد الثقافي والاتصالي في ضوء النظام العالمي الجديد. لبنان: دار بيروت.
- سند السويدي، جمال. (2014). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك. (ط 01). الإمارات.
- عابدين، الدردير الشريف. (2015). توظيف النظرية في البحث الإعلامي. طرابلس: شركة الخبراء المتميزون للخدمات الإعلامية.
- عبد الحميد، محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. (ط 02). القاهرة: عالم الكتب.
- عبد العزيز سيد، أسامة. (2010). توظيف الإنترنت في تطوير الخدمات الإخبارية بالقنوات الأمريكية المتخصصة. مصر: قسم الإذاعة والتلفزيون.
- عكاشة، رضا. (2020). تأثيرات الإعلام: نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية. (ط 04). القاهرة: جامعة العلوم والتكنولوجيا.

- عليان، جمال محمد. (2005). الحفاظ على التراث الثقافي نحو مدرسة عربية للحفاظ على التراث الثقافي وإدارته. الكويت: مطابع السياسة.
- عوض، ماري. (2016). حفظ التراث في المنطقة العربية في قضايا حفظ المواقع التراثية وإدارتها. الإمارات العربية المتحدة: المركز الدولي لدراسة صون وترميم الممتلكات الثقافية.
- عيسى، عسيري فضل. (2019). فضل محمد تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الطفل والاستقرار الأسري بالمملكة العربية. مصر: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
- فاضل راضي، وسام. والتميمي، مهند حميد. (2017)، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة. دولة الإمارات العربية المتحدة. لبنان: دار الكتاب الجامعي.
- فراج حسن، حسن. (2017). تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- لعلام، عبد النور. (2017). الدراسات السابقة وأهميتها في البحث الاجتماعي. الجزائر: مؤسسة حسين راس الجبل.
- محمد حسين، سمير. (2015). تحليل المضمون تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته. القاهرة: عالم الكتاب.
- معلا، طلال. (2017). التراث الثقافي غير المادي تراث الشعوب الحي. سوريا: سلسلة أوراق دمشق، مركز دمشق للأبحاث والدراسات.
- موريس أنجس. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، ط 2. الجزائر: دار القصبة للنشر.

ثانيا: المعاجم والقواميس

- المعتمد. (2000). قاموس عربي - عربي. لبنان: دار صادر.
- المعجم الوسيط. (2011). معجم اللغة العربية. القاهرة: مجمع اللغة العربية بالقاهرة.
- قاموس. (1984). المنجد في اللغة ومصطلحات الإعلام. بيروت: منشورات دار المشرق.
- الفار، جمال. (2006). المعجم الإعلامي. عمان: دراسات المشرق العربي.

ثالثا: الرسائل العلمية (رسائل الدكتوراه والماجستير)

- أعراب، فهيمة. (2011). التراث والسياحة من خلال مدينة قسنطينة: دراسة تاريخية أثرية. رسالة ماجستير. جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.
- الجورانية، عوالي صابر. (2012). دراسة ميدانية توثيقية للحرف والصناعات التراثية في محافظة الكرك. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة مؤتة، الأردن.
- اللهبي، ليث عبد الستار عيادة. (2014). التعددية السياسية والإعلامية وأثرها في بناء القصة الخبرية في الصحافة الإلكترونية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة.
- أيت سعدي، فوزي (2014). دور الغرف المهنية في ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر - دراسة دور الغرف الصناعات التقليدية والحرف في دعم روح المقاولاتية وفقى منهجية (CREE- GERME). رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- باشي، أمال. (2019). البناء الاجتماعي للمهن في الجزائر: دراسة سوسيو إنثروبولوجية لحرفة الطرز التقليدية بتقورت. أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة ورقلة، الجزائر.
- بلمير، خديجة. (2017). دور التراث اللامادي في الحفاظ على الهوية أهليل نموذجاً: دراسة سوسيو إنثروبولوجية بمنطقة قورارة بتميمون أدرار. رسالة ماجستير. جامعة أدرار، الجزائر.
- بن العمودي، جليلة. (2012). استراتيجية تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر. رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة. جامعة ورقلة، الجزائر.
- بن العمودي، جليلة. (2018). نحو استراتيجية متكاملة لتنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر على ضوء التجارب الدولية: دراسة تقييمية لتنفيذ برامج نظام الإنتاج المحلي SPL بغرف الصناعة التقليدية. أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة ورقلة، الجزائر.
- بن جدو، محيي الدين. والجيلالي، عبد القادر. (2019). الصناعة التقليدية للمرأة والتحولات السوسيو إنثروبولوجية. أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة البليدة 2، الجزائر.
- بن سعدون، فريد. (2011). اللباس التقليدي التلمساني بين الهوية الثقافية والمردود الاقتصادي. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة تلمسان، الجزائر.

- بن شراط نجا. (2011). حرفة الحصر بمنطقة بني مسوس: أبعادها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية. رسالة ماجستير. جامعة تلمسان، الجزائر.
- بن عمار، سهام. (2016). تمويل قطاع الصناعات التقليدية والحرف في إطار الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب: دراسة حالة وكالة الجزائر. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- بودي، عبد القادر. (2006). أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر: السياحة بالجنوب الغربي. أطروحة دكتوراه. جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- بوسليم، صالح. (2002). الصناعة التقليدية بمنطقة تديكت، صناعة الفخار والجلود نموذجاً: دراسة فنية اثنوجرافية، رسالة ماجستير غير منشورة تخصص الثقافة الشعبية، جامعة تلمسان، الجزائر.
- بوناب، إبراهيم محمد الأمين. (2014). أهمية قطاع الصناعة التقليدية ودوره في تنمية القطاع السياحي: دراسة حالة الجزائر، خلال الفترة (2003-2013). رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- تاج الدين صحراوي، محمد. (2019). مساهمة قطاع السياحة في رفع احتياطي الصرف: دراسة مقارنة الجزائر وتونس خلال الفترة 2009-2018. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بسكرة، الجزائر.
- تسامي، رمضان. (2018). مدى استخدام الطلبة للهواتف الذكية بهدف الحصول على المعلومات: دراسة كلية الإعلام وكلية تكنولوجيا المعلومات في جامعة النجاح الوطنية نموذجاً. رسالة ماجستير، جامعة النجاح، فلسطين.
- تفرقيت، عبد الكريم. (2019). حرية التعبير من خلال وسائط الاتصال في الجزائر: دراسة مسحية لعينة من الصحفيين الجزائريين المستخدمين للفيسبوك. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- حداد، نوبان. (2019). الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك واستخداماتها. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة باتنة، الجزائر.
- خليفة، عبد الحليم. (2017). دور الغرف في ترقية وترويج المنتج الجزائري: دراسة حالة غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية سطيف. رسالة ماجستير العلوم التجارية غير منشورة، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- دهان، مريم. (2017). وسائط الاتصال الجديدة وعولمة الثقافة المحلية. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

- رقاني، زهرة. (2012). الواقع الاجتماعي والمهني للحرف بالجزائر: دراسة حالة حرفة الجلود بمنطقة أولف ولاية أدرار. رسالة ماجستير، جامعة أدرار، الجزائر.
- سعدي، كريم. (2016). الحماية القانونية للتراث الثقافي الجزائري. رسالة ماجستير، جامعة سطيف، الجزائر.
- شبيطة، على. (2015). الصناعات التقليدية الفنية في الجزائر: دراسة سوسيو ثقافية للمنتج الحرفي التقليدي بميلة. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 02، الجزائر.
- شنوف، زينب. (2017). تشكل الهوية الجماعية عند المقاولين الشباب: دراسة ميدانية لعينة من المقاولين الشباب أصحاب مؤسسات الصناعة التقليدية الحرفية بورقلة. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بسكرة، الجزائر.
- شني، عبد الرحيم. (2010). دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية: دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر.
- شيبان، أسيا. (2019). مواءمة عروض العمل والطلب عليه من خلال تنمية الموارد البشرية: دراسة حالة الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- عمر أحمد، قاشيش. (2014). واقع الحرف اليدوية كمنتج سياحي في الأردن ودورها في تنمية المجتمع المحلي. رسالة ماجستير في تخصص آثار الحضارات العربية القديمة. الجامعة الهاشمية، الأردن.
- قدور، فريدة. (2012). مساهمة الحلي التقليدية في التنمية بمنطقة تلمسان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة تلمسان، الجزائر.
- لعوج، وردية. (2011). الممارسات التسويقية في نشاطات الصناعة التقليدية: واقع التحليل تسويق الفنون والثقافة كنموذج. أطروحة دكتوراه، المدرسة العليا للعلوم التجارية، الجزائر.
- لكحل، فاطمة الزهراء. (2016). الشباب وممارسة العمل الحرفي: دراسة ميدانية بولاية أدرار، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أدرار، الجزائر.
- منوبية شودي. (2016). دور غرفة الصناعة التقليدية والحرف في ترقية العمل الحرفي: دراسة ميدانية بغرفة الصناعة التقليدية والحرف بولاية تامغاست، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 2، الجزائر.

رابعاً: المجالات العلمية

- أبو الحسن، منال. (2019). تبني الشباب لوسائل الإعلام الاجتماعي ودوره في التحول التنافسي لوسائل الإعلام التقليدية. المجلة العربية لبحوث الاتصال، (27)، 58-105.
- أبو بكر، أسماء. (2018). النماذج والأطر النظرية لبحوث الإعلام الجديد. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 14(04)، 1598-1646.
- أسامة، سيد عبد العزيز. (2010). توظيف الإنترنت في تطوير الخدمات الإخبارية بالقنوات الأمريكية المتخصصة. مجلة كلية الإعلام، (02).
- اسماعيل حسنية، مزيان حمزة. (2022). تسويق منتجات الصناعة التقليدية والحرفية عبر الإنترنت مع الإشارة لبعض التجارب الدولية. المجلة الأورو متوسطية لاقتصاديات السياحة والفندقة، 04 (04).
- الأحمرى، بنت سعد، منى بن عبد الله. (2021). الفنون الشعبية للمرأة في منطقة عسير: دراسة إثنوبولوجية لفن القط العسيري. مجلة بحوث كلية الآداب، 32 (26)، 3-32.
- الجنابي، حردان هادي صايل. (2018). استخدام شركات هواتف المحمول للفيديو كوسيلة إعلانية: دراسة تحليلية. مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، 18 (01).
- السهلي، بلقاسم. (2021). الإعلام الرقمي الجديد بين المثالية الذكية ومتغيرات الواقع. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 04 (01)، 15-33.
- الشامي، عبد الرحمان محمد سعيد. (2014). الإعلام الجديد والإعلام القديم، المجلة العربية للعلوم الإنسانية.
- الشاوش، حسين المختار. (2020). الاعلام الجديد مقاربات وتأثيراته. المجلة الجامعة، 2(22)، 95-132.
- العباسي، رمزي. وعموري، فادية. (2018). معوقات تسويق التقليدي والحرفي في الجزائر. مجلة العلوم الإدارية والقانونية، 02 (01)، 49-59.

- العياضي، نصر الدين. (2013). وسائط جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية. مجلة الباحث الإعلامي، (22)، 35-54.
- الفرجات، سليمان (2017). أفضل ممارسات صون التراث الثقافي غير المادي: جمعيات الحرف والصناعات اليدوية في منطقة البترا ودورها في صون الحرف اليدوية ومهاراتها. مجلة الفنون الشعبية، (23).
- اللواتي، يوسف نشوى. (2017). الملفات التفاعلية وعلاقتها بثناء الوسيلة: دراسة تحليلية. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، 16(04).
- المعمري، قاسم. والشحي، حمدة. والموسوي، علي. (2018). الحرف اليدوية والتكامل التكنولوجي في السياق العماني: التحديات والإمكانيات. مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، (02)، 01-23.
- المكاوي، بسام عطية. (2021). توظيف الأنفوجرافيك في معالجة القضايا العامة بالمواقع الإلكترونية الإماراتية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 20 (03).
- الهياجي، عصام، ياسر. (2016). دور المنظمات الدولية والإقليمية في حماية التراث الثقافي وإدارته وتعزيزه. مجلة أدوماتو، (34).
- أوبختي نصيرة، بوجنان التوفيق، عيسى نبوية. (2018). دور البرامج التكوينية في تشجيع الفكر المقاوлатي في الجزائر، دراسة برنامج (CRRE / Germe) المعتمد في الغرفة الوطنية للصناعات التقليدية والحرف، مجلة المنهل الاقتصادي، 01 (02).
- أيت بشير، ليندة. ونعيمة. لعيداني. (2016). تشخيص واقع قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر. مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، 05 (01).
- إيمان محمد عبد الفتاح عز العرب. (2018). وسائط الاتصال التفاعلي والتعبئة الافتراضية للفعل الثوري: دراسة اجتماعية تحليلية من وجهة نظر عينة من الصحفيين. مجلة حوليات أدب، عين شمس، 46 (01).
- بابا واعمر، عبد الرحمان. وتمار، يوسف. (2017). البعد النظري في دراسة وسائل الإعلام والميديا الجديدة. مجلة الواحات للبحوث والدراسات، 10(01)، 1378-1382.

- باخويا، دريس. (2016). الحماية القانونية للتراث الثقافي الجزائري. مجلة العلوم القانونية والسياسية، 05 (02).
- بته، مرزوق، وحرز، عبد الغني. (2019). الحرف والصناعات: نشأتها وأهميتها في المجتمع الإسلامي. المجلة التاريخية الجزائرية، 03 (02).
- بدوح، حسين. (2020). الثقافة الشعبية وتحديات الثورة الرقمية: التعبيرات الاصطلاحية نموذجاً. مجلة الموروث، (20).
- بسام أحمد، الشريف. ووردة حمدي. (2019). سلطة وسائط الاتصال الجديدة على وسائل الاعلام التقليدية. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، (21).
- بلعاشي محمد الأمين، سمعون خليصة، (2021)، مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في ترميم التراث والسياحة الثقافية في الجزائر: دراسة تحليلية لمنشورات موقع الفيسبوك لوزارة السياحة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، 14 (01)، 565 – 591.
- بلهاري، فاطمة. (2017). عبد الكريم خبزاوي. التراث اللامادي حمايته وتثمينه وأبعاده المستدامة. مجلة عصور، (34).
- بن العمودي، جلييلة. (2018). واقع قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر ودوره في تعزيز التنمية المحلية. مجلة إضافات اقتصادية، 02 (03).
- بن حمودة، محبوب. (2014). الصناعات التقليدية والحرفية مع الانتقال للاحتفال باليوم الوطني للصناعة التقليدية. مجلة الاقتصاد والتجارة والمالية، (03).
- بن حمودة، محبوب. (2017). الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر: هل هي قابلة للإبداع التكنولوجي؟ مجلة إضافات اقتصادية، (01).
- بن حمودة، محبوب. وبن عمار، سهام. (2017). دعم الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر: حالة دعم الوكالة الوطنية تشغيل الشباب لولاية الجزائر (1998-2015). مجلة دراسات في الاقتصاد والمالية، 06 (03).

- بن زعرور، شكري. (2012). تنمية الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر (1992-2009). مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، 01 (01).
- بن زيدان، فاطمة. والزهرة، بودية. وزيان، فاطمة، وبروجة، علي. (2019). الصناعة التقليدية كدعامة لتعزيز السياحة الداخلية بولاية الشلف. مجلة المنهل الاقتصادي، 02 (02).
- بن صقر، سعيد. (2019). اتجاهات الشباب العربي نحو تأثير الاعلام الجديد على دعم الأمن الفكري، دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. 11(67).
- بن عبد المحسن، عبد الله. وبن سعود العساف. (2020). السياسة الخارجية كما تعرض لها الحسابات الرسمية السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي توتير: دراسة تحليلية. مجلة البحوث الإعلامية، (45).
- بن عمر، عواج. ولعربي، محمد. (2022). العلاقة التبادلية بين ممارسات الإعلام الجديد والحفاظ على التراث الثقافي بالجزائر. مجلة الفكر المتوسطي، (عدد خاص).
- بواتون، يوسف. (2017). عصرنه العمل الحرفي التقليدي: رصد مظاهر التغير حرفة النحاس بمدينة فاس المغربية نموذجاً. مجلة الثقافة الشعبية، 39.
- بوحديد، ليلي. وشراف، عقون. (2019). واقع الحرف والصناعة التقليدية وآليات ترقيتها، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، 05 (01).
- بومعيزة، السعيد. وهالة، ديمان. (2017). دراسات الوسائط الاتصالية الجديدة: قراءة في الأطر النظرية والمنهجية. المجلة الجزائرية للاتصال، 19 (26).
- تامر عبد اللطيف، لينا عاطف عبد العزيز، دعاء عبد الفتاح عبد الحليم حسن. (2018). ميزات الإعلان الرقمي التفاعلي من خلال الوسائط الجديدة، مجلة العمارة والفنون، (10).
- جماعي، أم كلثوم. (2019). تحديات واستراتيجيات تنمية الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، 04 (02).
- جودة أيمن، علي. (2021). الصناعات الصغيرة وأهميتها في التنمية المستدامة في ليبيا: الصناعات الحرفية الصغيرة نموذجاً. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، 05 (30).

- حبش حلمي، هاجر. (2019). تطبيقات الصحف بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الثانوية. المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، (08).
- حردان، هادي. والجناي، صايل. (2016). استخدام شركات الهاتف المحمول للفيديو كوسيلة إعلانية: دراسة تحليلية. مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، 18 (01).
- حسن، عبد الصادق. (2019). العوامل المؤثرة في تقييم وسائل الاعلام الجديد. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 09 (57).
- حمادي، سعيدة. وعرقوب، نبيلة. (2005). الصناعة التقليدية والحرف كمدخل استراتيجي لتنمية القطاع السياحي. المجلة الدولية للأداء الاقتصادي، (05).
- حواس، مولود. وجبوشي، عبد الناصر. (2016). الترويج للصناعات الحرفية التقليدية من خلال القوة البيعية. مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، 05 (02).
- حيلة، حنان. (2018). التراث الثقافي اللامادي ودور الجمعيات في حمايته على ضوء القانون 04-89. مجلة دفاتر السياسة والقانون.
- خامت حميدة. وزروق كمال. (2020). المقاربات النظرية والأساليب المنهجية في دراسة وسائط الاتصال الجديدة. محاولة بحث في الإشكاليات واقتراح للبدائل، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 03 (02).
- خير الله، نعمى. (2018). الأرشيف والتراث الثقافي: تثنين وديمقراطية ثقافية، المجلة العربية للأرشيف والتوثيق والمعلومات، (44).
- دربال سمية، بن العمودي جلييلة. (2018). سياسة دعم المؤسسات الحرفية في الجزائر، مجلة العلوم الإدارية والقانونية، 02 (01).
- دغمان. هالة. وخيري، نورة. (2021). وسائط الاتصال الجديدة وتداعياتها على وسائل الاعلام القديمة: بين التكامل والتنافس، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 04 (02).

- رقاني، الزهراء. وليلى، بوكميش. (2018). دور العمل الحرفي في تحقيق الاستقلال المادي والاجتماعي للمرأة بالجزائر: دراسة ميدانية للعاملات في حرفة الخياطة. مجلة الحوار الفكري، (13).
- سباعي عويضة، فائقة. (2008). الصناعات التقليدية: هوية وتراث. مجلة الأمن والحياة، (296).
- سعود العساف، عبد الله بن عبد المحسن بن سعود. (2020). السياسة الخارجية كما تعرض لها الحسابات الرسمية السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " توتير " دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، 45 (06).
- سلال، مختار. (2020). الحرفي الفنان والاتصال. مجلة الحرفي، (01).
- سوسن، إبراهيم. وإبراهيم، رجب، (2016). دور منظمات المجتمع المدني في تنمية الصناعات والحرف اليدوية وتعزيز قدرتها على الإبداع. مجلة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، 05 (01).
- سيد سلام، مروة. صابر عبد ربه، فاطمة الزهراء صالح. (2017). إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام 2014 على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة. المجلة العربية لبحوث الاتصال، (17).
- شربالي، حسين. وطريف، عطاء الله. (2021). وسائط الاتصال الحديثة وتشكل المعارف. قراءة في التوصيف والتوظيف. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام. 04 (02).
- شقرون، غويت. (2017). التراث الشعبي في وسائل الإعلام المعاصرة بين التأصيل والمعاصرة. مجلة الحوار المتوسطي، 12(13)، 346-366.
- صديقي شفيقة، وبوناب، محمد أمين. (2017). واقع المؤسسات العائلية الحرفية والصناعات التقليدية في الجزائر. مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، (06).
- ضيات خلفلاوي، شمس. (2015). الإعلام الجديد: قراءة في المفهوم الوظيفة. مجلة الإنسان والمجتمع، (15).
- طالة، لامية. (2019). نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية. مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، (20).

- طاهر، عبد القادر. (2013). تطور مفهوم حماية التراث الثقافي عبر الزمن. مجلة منبر التراث الأثري، (02).
- عامر، رضا. (2018). حضور التراث الشعبي الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف النقال. مجلة أفاق علمية، 10(02)، 117-136.
- عبد العزيز، منى. وحسين. عبد الله. (2012). أساليب ودلالات حماية التراث في تصميم الإعلان. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإسلامية، (02).
- عبد الفتاح وليد. والنجار عبد الفتاح. (2016). الإعلام الجديد وعلاقته بدرجة الرضا التعليمي لدى طلاب الإعلام بالجامعات المصرية في إطار نظرية ثراء الوسيلة: (دراسة ميدانية). المجلة المصرية بحوث الرأي العام، 04 (15).
- عبيد أحمد، وحامد علي. (2019). فنون الحرف والصناعات البيئية في محافظة قنا وتنميتها سياحيا. مجلة الفنون، (10).
- عرابي، مراد. (2019). مشروع التنمية التراثية بواسطة التراث الثقافي اللامادي بالمغرب. مجلة Remac.
- على، محمد. (2020). المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي. مجلة علوم الاتصال لجامعة أم درمان الإسلامية، 02 (06).
- علياء الحسين، محمد كامل. (2016). تأثير السياحة على الحرف والصناعات التقليدية: دراسة ميدانية لقرية تونس بالفيوم. مجلة كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 66 (83)، 1-31.
- عليوش، نجمة. (2022). وضعية الصناعة الثقافية الوطنية: الحرف والصناعات التقليدية أمودجا. مجلة سلسلة الأنوار، 12(01).
- عواج، سامية. (2020). التراث المادي واللامادي ودور الإعلام في الحفاظ عليه وتنميته. مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، (22).

- فرجون، محمد. (2022). خالد تكنولوجيا ميتافيرس ومستقبل تطوير التعليم. المجلة الدولية للتعليم الإلكتروني، 05 (03).
- فلاق، علي. ومحمد، شكرين. (2017). استخدام الانترنت لترقية الصناعات التقليدية والحرفية. مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، مخبر الصناعات التقليدية لجامعة الجزائر، 06 (01).
- فودة، ولاء عبد الرحمن. (2018). دوافع الصفوة الإعلامية السعودية لصحافة المواطن وعلاقتهم بدورها الإخباري. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد العاشر (10).
- قاسمي، عثمان. وعلام، كريمة. (2021). الترويج السياحي لمنتجات الصناعة التقليدية بالجزائر: واقع وتحديات. مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، 05 (02).
- قدوري، ريم فتيحة. (2019). الإعلام الجديد وإشكالية المصطلح، قراءة في الأدبيات واستطلاع لآراء واتجاهات بعض الباحثين العرب. مجلة بحوث الاتصال، العدد السادس (06).
- قدي، عبد الرحمان. (2016). المقاربات النظرية والمنهجية في دراسة جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة. المجلة الإفريقية للعلوم السياسية سيدي بلعباس، (05).
- قطاني، السعيد. (2017). الترابط التكامل بين الصناعات التقليدية الفنية والسياحة في الجزائر. مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، 06 (01).
- قواسم، بن عيسى. (2020). الإعلام التراثي وصيانة الموروث الرقمي. مجلة الدراسات الإعلامية، 02، (12)، 59-79.
- محمد حسن، إمام. (2021). القيم الجمالية لمفردات التراث الأردني وتوظيفها في التصميم الداخلي لمنطقة الاستقبال للمنشآت السياحية. مجلة التراث والتصميم، 01 (06).
- مرواني، محمد. (2020). الإعلام التقليدي في ظل وسائط الميديا الجديدة. مجلة الحوار المتوسطي، 11 (03).
- معوض، محمد. وتمام، سالم. وغادة، وفيق. (2016). تنمية الحرف اليدوية والصناعات التقليدية كأحد مقومات الجذب السياحي المصري. مجلة كلية السياحة والفنون، جامعة الفيوم، المجلد العاشر، (02).

- معيض الجعيد، منال. (2018). دوافع الصفوة الإعلامية السعودية لصحافة المواطن وعلاقتهم بدورها الإخباري. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، 04 (01).

- هياجنة، هاني. (2010). نقل التراث الثقافي والمعنوي وتحديات العولمة. مجلة أقلامنا الثقافية.

- يقطين، سعيد. (2020). الثقافة الشعبية في العصر الرقمي: من أجل موسوعة رقمية حرة للتراث الشعبي العربي. مجلة الموروث، (20)

-بريك، أيمن محمد ابراهيم. (2022). تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية: دراسة استشرافية خلال العقدين القادمين 2022-2042. المجلة المصرية بحوث الإعلام، (78).

خامسا: الملتقيات العلمية

- أبو تاية، ومحمد النعيمات. (2019). دور التراث غير الملموس في تعزيز الهوية والخصوصية الثقافية: مقاربات نظرية. أعمال المؤتمر الدولي تراثنا بين الاستدامة والأزمات، جامعة مؤتة، الأردن.

- الزرهوني محمد، والبقصي محمد. (2013). المهرجانات والمواسيم فضاءات لتثمين الموروث الثقافي. أشغال الدورة الرابعة والعشرون للملتقى الثقافي لمدينة صفرو، المغرب.

- العلوي عديلة، حامد نور الدين. (2018). دور سياسات التمويل العمومية الداعمة لاستثمار الحرفيين في قطاع الصناعة التقليدية في إنعاش السياحة في الجزائر. أعمال الملتقى وطني حول القطاع الخاص وفرص الاستثمار في المجال السياحي، الجزائر.

- بن زعرور، شكري. (2009). تجربة الجزائر في تنمية قطاع الحرف والصناعات التقليدية 1992-2009. أعمال الندوة العربية الرابعة حول الصناعات التقليدية والحرف الفنية والتراثية، سوريا.

- بن سعيد مسعودة، وتركي حفيظة. (2019). دور الصناعات التقليدية في الترويج للسياحة التراثية الجنوب الجزائري نموذجاً. أعمال المؤتمر الدولي للعلوم الإنسانية والاجتماعية قضايا معاصرة التكامل أساس المعرفة، برلين.

- بوفاس، الشريف. (2017). *بوخضرة مريم. استراتيجيات ترقية الصناعات التقليدية لتحقيق التنمية المحلية في الجزائر الوقع والتحديات*. أعمال الملتقى الدولي حول السياحة والتنمية المستدامة في الجزائر، جامعة عنابة، الجزائر.
- بوكابوس، سعدون. (2003). *دور القطاع السياحي في تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر*. أعمال الملتقى الدولي 21 حول واقع ومستقبل الصناعة التقليدية في الجزائر، جامعة بشار، الجزائر.
- جعيل جمال، وزعوط إسماعيل. (2017). *الحرف والصناعات التقليدية وكفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر*. أعمال الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة باتنة، الجزائر.
- حمادي، خالد. (2022). *الهوية الرقمية بين الحتمية الافتراضية وتقنيات الميتافيرس المعزز: مقارنة عصر ما بعد الصورة وميديا رقمنة الأجسام عند مارك هانسن*. أعمال الملتقى الدولي حول تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال الجديدة على قيم الشباب بين فهم التأثير وحقيقة التغيير، جامعة تلمسان، الجزائر.
- دربال سمية، وبن العمودي دليلة. (2017). *سياسة دعم المؤسسات الحرفية في الجزائر*. أعمال الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، الجزائر.
- شرفاوي عائشة، خومية فتيحة. (2018). *نظام الإنتاج المحلي كآلية لتنمية الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر*. أعمال الملتقى الوطني حول السياحة الداخلية في الجزائر وتطويرها وسبل تطويرها، جامعة البويرة، الجزائر.
- كموش، مراد. (2016). *الإعلام في البيئة الرقمية: قراءة في تغيير الممارسة الإعلامية*. أعمال المؤتمر الدولي الحادي عشر، التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، طرابلس.
- ماجد غادة، وجلالي محمد. (2014). *الصناعات الثقافية وعلاقتها بالحفاظ على الهوية*. أعمال المؤتمر الدولي الثاني، التنمية المستدامة للمجتمعات بالوطن العربي.
- مخلوف، ناجح. (2016). *مقاربة إيستيمولوجية لمفهوم الاعلام الجديد وديناميته*. أعمال الملتقى الدولي الحادي عشر، التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، الجزائر.
- نعيمى حكيم، وتواتي خديجة. (2007). *واقع المقاولاتية النسوية في مجال الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر*. أعمال ملتقى دولي حول المقاولاتية والإبداع والاقتصاد الذي قدمته جامعة فاس المغربية، المغرب.

سادسا: المراسيم والقوانين

- الأمر 96-01، المؤرخ في 10 جانفي (1996) والمحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 03، 1996، ص 04، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي، 07-339 المؤرخ في 31 أكتوبر (2007) المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 97-140 المؤرخ في 30 أبريل 1997 المتضمن قائمة النشاطات الصناعية التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 70، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي، 97-99 المؤرخ 29 مارس (1997) الذي يتضمن القانون الأساسي النموذجي لتعاونية الصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 18، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي، رقم 10-54 المؤرخ في 20 أكتوبر (2010)، الجريدة الرسمية رقم 63/2010.
- المرسوم التنفيذي، رقم 10-54 المؤرخ في 20 أكتوبر (2010)، الجريدة الرسمية رقم 63/2010، وقد فيه تم تحديد مهام وصلاحيات المديرية العامة للصناعة التقليدية، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي، رقم 92-12 المؤرخ في 09 جانفي (1992) الجريدة الرسمية رقم 4-105، 1992، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي، رقم 97-101 المؤرخ 29 مارس (1997) الذي يحدد تنظيم الغرف الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 18، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي، رقم 10-57 المؤرخ في 20 أكتوبر (2010) والمتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد تنظيمهما، الصادر بالجريدة الرسمية العدد 63، المؤرخة في 26 أكتوبر 2010، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي، 97-100 المؤرخ في 29 مارس (1997)، والذي يحدد تنظيم غرف الصناعة التقليدية والحرف والرسوم التنفيذية رقم 97-101 المؤرخ 29 مارس 1997 الذي يحدد تنظيم الغرف الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 18، الجزائر.

سابعا: التقارير والوثائق

- اتفاقية حماية التراث العالمي الثقافي والطبيعي. (1972). من الموقع: <https://www.unesco.org>
- استراتيجية وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية (2020).
- الغرفة الوطنية للصناعات التقليدية والحرف. (2020). نظام المعلومات في قطاع الحرف والصناعات التقليدية، ونظام التكوين (وثيقة خاصة بالغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف). الجزائر.

- المبادئ التوجيهية لتنفيذ اتفاقية التراث العالمي. (2019). منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة.
- المديرية العامة للصناعة التقليدية. (2020). مشروع مخطط عمل في قطاع الصناعة التقليدية.
- تقارير منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة. (2015). اليونسكو: منظمة الأمم المتحدة.
- تقرير تقييمي لسلسلة الدورات التدريبية لبناء القدرات العربية مجال التراث الثقافي غير المادي. (2015). المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
- تقرير تقييمي لسلسلة الدورات التدريبية لبناء القدرات العربية في مجال التراث الثقافي غير المادي. (2013). جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
- تقرير مشروع السياسة الثقافية للجزائر. (2013). الجزائر: مجموعة العمل حول السياسة الثقافية.
- مديرية الصناعة التقليدية. (2021). مخطط عمل الصناعة التقليدية للسنوات 2019-2020-2021. الجزائر: منشورات مديرية الصناعة التقليدية.
- منشورات الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف. (2009). تطور قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر (1962-2009).
- منشورات إنجازات قطاع الصناعة التقليدية (2020) للفترة 1999 - 2014. الجزائر: منشورات مديرية الصناعة التقليدية.
- وزارة السياحة والصناعة التقليدية. (2003). مشروع استراتيجية الحرف والصناعات التقليدية أفاق 2010.
- وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية. (2007). دليل الحرفي، (NUCLEUS)، الجزائر: منشورات وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية.

ثامنا: المقابلات

- بداري، عائشة. (2021). نائبة رئيسة جمعية تحدي المرأة الماكثة بالبيت، مقابلة يوم 14 ديسمبر 2021، على الساعة 12:30 بولاية البليدة.
- بوعال، مصطفى. (2021). رئيس مؤسسة **Au palais de l'artisanat**، مقابلة يوم 14 ديسمبر 2021، على الساعة 13:00 على هامش المعرض الدولي للصناعة التقليدية بالجزائر، بقصر المعارض الصنوبر البحري، الجزائر العاصمة.

- تريشان، صالح. (2022). رئيس مؤسسة طاشا، غرداية، مقابلة يوم 26 نوفمبر 2023، على الساعة 14:30 على هامش المعرض الدولي للصناعة التقليدية بالجزائر، بقصر المعارض الصنوبر البحري، الجزائر العاصمة.
- تومي، فريدة. (2023). رئيسة جمعية جوهرة المدينة للصناعات التقليدية والحرف، مقابلة يوم 10 مارس 2020، على الساعة 10:00 صباحا، بمقر الجمعية، ولاية المدية.
- حاج محمد، نايلة. (2022). رئيسة مؤسسة قيديني: ومسؤولة دراسات السوق وتسيير المشاريع في مؤسسة قيديني، مقابلة يوم 26 نوفمبر 2023، على الساعة 14:00، على هامش المعرض الدولي للصناعة التقليدية، بقصر المعارض الصنوبر البحري، الجزائر العاصمة.
- دمعي، وفياء. (2023). رئيسة مديرية الإعلام والتكوين الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية، مقابلة يوم 23 مارس على الساعة 12:00 بمقر الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية.
- راضي، نصيرة. (2021). حرفية من ولاية بجاية، مقابلة يوم 14 ديسمبر 2021 على الساعة 15:00 على هامش المعرض الدولي للصناعة التقليدية بالجزائر، بقصر المعارض الصنوبر البحري، الجزائر العاصمة.
- رافع، زايد. (2022). أمين عام المنظمة الوطنية للسياسة وحماية الموروث الثقافي الجزائري، مقابلة يوم 26 نوفمبر 2022، على الساعة 09:00 على هامش المعرض الدولي للصناعة التقليدية بالجزائر، الجزائر العاصمة.
- سايب، فضيلة. (2023). مكلفة بالبحث على مستوى الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية، مقابلة يوم 23 مارس على الساعة 14:00 بمقر الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية.
- صنهاجي صباح، رئيسة جمعية الأيادي الذهبية ندرومة (تلمسان)، مقابلة يوم 15 ماي 2020 على الساعة 14:00، مقابلة افتراضية عن طريق الماسنجر.
- عمي موسى، نادية. (2022). رئيسة جمعية تارسلات أوغلان غرداية، مقابلة يوم 26 نوفمبر 2022 على الساعة 11:00 على هامش المعرض الدولي للصناعة التقليدية بالجزائر، بقصر المعارض الصنوبر البحري، الجزائر العاصمة.
- عيساني، رشيدة. (2023) المكلفة بالإعلام على مستوى الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية، وهي أيضا المكلفة بتسيير صفحة الفيسبوك الخاصة بالغرفة، مقابلة يوم 23 مارس على الساعة 13:00 بمقر الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية.

- محمدي، أحمد. (2021). رئيس مؤسسة الأصالة للصناعة التقليدية (الجلفة)، مقابلة يوم 14 ديسمبر 2021، على الساعة 10:30 على هامش المعرض الدولي للصناعة التقليدية بالجزائر، المعارض الصنوبر البحري، الجزائر العاصمة.

- محمدي، سعاد. (2020). رئيسة جمعية مهارات المرأة الحرفية الجزائرية (الجلفة)، مقابلة يوم 20 جويلية 2020، مقابلة افتراضية عن طريق الماسنجر.

تاسعا: المواقع الإلكترونية

- التح زياد، وحمود عليمات. (2014). مدى استخدام وسائط التفاعل الاجتماعي على شبكة الانترنت لدى طلبة جامعة آل البيت. تم الاسترجاع في 2020/07/23 من الموقع:

<https://repository.aabu.edu.jo/jspui/handle/123456789/822>

- الحسين، علياء. (2016). تأثير السياحة على الحرف والصناعات التقليدية: دراسة ميدانية لقرية تونس بالفيوم. تم استرجاعها في 2021 /08 /15 من الموقع:

<https://ebook.univeyes.com/217444>

- الطيب عيساني، رحيمة. (2014). فعالية أدوات ووسائط الإعلام الجديد في التعريف بالقانون الدولي الإنساني. تم الاسترجاع في 2019 /08 /27 من الموقع:

<https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM-814227->

- بن زعرور شكري. (2014). التغيير وإدارة التغيير في قطاع الصناعة التقليدية، استكشاف المقومات وبحث في الأدوات. تم الاسترجاع في 2021 /11 /28 من الموقع:

<https://core.ac.uk/download/pdf/213959429.pdf>

- بن زعرور شكري، ومخناش عصام. (2019). الصناعة التقليدية في الجزائر، تقييم الملائمة الاقتصادية والبيئية في ظل النموذج الاقتصادي الاجتماعي الأخلاقي. تم الاسترجاع في 2012/11/11 من الموقع:

https://mprapa.uni-muenchen.de/92871/1/MPRA_paper_92871.pdf

- بن زعرور، شكري. (2022). التكامل لتحسين أدوار ونتائج قطاع الحرف اليدوية في الجزائر: التطلع إلى المستقبل وتحديد عناصر الممارسة الفعالة. تم استرجاعها في 2021/07/23 من الموقع:

<https://econpapers.repec.org/RAS/pch573.htm>

- بن زعرور، شكري. (2021). الممارسات غير الأخلاقية في الصناعة التقليدية وطرق مواجهتها نحو ميثاق للأخلاقيات المهنية. تم الاسترجاع في 2021/05/15 من الموقع:

<https://ideas.repec.org/p/prapa/mprapa/113847.html>

- الأحمرى، بنت سعد منى، بن عبد الله. (2019). الفنون الشعبية للمرأة في منطقة عسير: دراسة إنثروبولوجية لفن القط العسيري، تم الاسترجاع في 17/09/2021 من الموقع:
https://sjam.journals.ekb.eg/article_188819_c1b95ab1b3f9653363910ee0b8b80be7.pdf
- حسونة، نسرين. (2022). الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف. تم الاسترجاع في 16/03/2022 من الموقع:
<https://nisreenhassouna.wordpress.com>
- خير الله، نعمى. (2018). الأرشيف والتراث الثقافي: تثنين وديمقراطية ثقافية. تم الاسترجاع في 17/07/2021 من الموقع:
<https://ajadi.weebly.com/uploads/8/6/6/1/86616634/r1%D8%A7%D9%84%D8%A3%D>
- القحطاني، عايض محمد. (2021). مقالة نظرية غنى الوسائط. تم الاسترجاع في 27/03/2021، من الموقع:
<https://shmsprod.s3.amazonaws.com/media/editor/140489/%D9%86%D8%B8%D8%B>
- عصام الدين الأمين، حسب الرسول. (2015). دور إذاعة أم درمان في نشر التراث السوداني، دراسة تطبيقية على برنامج النفاج. تم الاسترجاع في 21/05/2021 من الموقع:
<http://repo.uofg.edu.sd/handle/123456789/251/browse?type=subject&value=%3A%D89>
- محمد النهار، عمار. (2003). التراث الثقافي غير المادي وألية فهم اتفاقية اليونسكو. تم الاسترجاع في 24/06/2020 على الموقع:
<https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM>
- مقالة نظرية ثراء الوسيلة. تم الاسترجاع في 27/03/2021 من الموقع:
https://www.researchgate.net/publication/329487296_nzryt_thra_alwsylt
- نشاطات الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، تم الاسترجاع في 20/05/2020 من الموقع:
<http://www.cnam.dz/>
- مجموعة سوق الصناعات التقليدية والحرفية. تم الاسترجاع في 14/05/2020 من الموقع:
<https://www.facebook.com/groups/409340402742718>
- مجموعة إشهار كل أعمال الحرفيين والمنتجات المحلية. تم الاسترجاع في 10/09/2021 من الموقع:
<https://www.facebook.com/groups/172267359977798>
- حصيلة نشاطات قطاع السياحة والصناعة التقليدية. تم الاسترجاع في 28/09/2022 من الموقع:
www.mtatif.gov.dz
- إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتحديد مهامها وتنظيمها. تم الاسترجاع في 01/06/2022، من الموقع:
<https://www.mta.gov.dz>

- دروس ومحاضرات نظريات مجتمع المعلومات (2017). تم الاسترجاع في 2020/04/14 من الموقع:
<https://bmcmcblog.files.wordpress.com/2017/04/lo4-pdf1.pdf>
- تقارير منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة اليونسكو (2016). تم الاسترجاع في 2022/09/15، من الموقع:
<http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-ar>
- مشروع السياسة الثقافية للجزائر. (2013). إشراف مجموعة العمل حول السياسة الثقافية بالجزائر. تم الاسترجاع في 2021/07/22 من الموقع: info@alger-culture.com
- السائري، محمد. (2016). وضعية قطاع الصناعة التقليدية بالملكة المغربية، تم الاسترجاع في 2022 /04 /28 من الموقع: <http://faculty.ksu.edu.sa/naserz/DocLi>
- بورقعة، سميرة. (2020). دروس ومحاضرات مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة. (2020). تم الاسترجاع في 2020/12/15، من الموقع:
<https://elearning-facschs.univ-annaba.dz/course/view.php?id=878>
- بلعياشي محمد الأمين، سمعون خليصة، (2021). مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تثمين التراث والسياحة الثقافية في الجزائر: دراسة تحليلية لمنشورات موقع الفيسبوك لوزارة السياحة، تم الاسترجاع في 2021 /09 /15 من الموقع:
<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/2>
- المعمري قاسم، الشحي حمدة، الموسوي علي. (2018). الحرف اليدوية والتكامل التكنولوجي في السياق العماني: التحديات والإمكانيات، تم الاسترجاع في 2020 /11 /11 من الموقع
<https://www.researchgate.net/publication/>
- الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية بومرداس على موقع الفيسبوك:
https://web.facebook.com/DTA35/?_rdc=1&_rdr
- الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة على موقع الفيسبوك:
https://web.facebook.com/dtaouargla/?_rdc=1&_rdr
- الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية سطيف على موقع الفيسبوك:
<https://web.facebook.com/Direction.Tourisme.setif>
- الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية تلمسان على موقع الفيسبوك:
https://web.facebook.com/Dtatlemcen/?_rdc=1&_rdr
- الصفحة الرسمية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البلدة على موقع الفيسبوك:
<https://web.facebook.com/people/>
- الصفحة الرسمية للغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف على موقع الفيسبوك:
https://web.facebook.com/cnamdz/?_rdc=1&_rdr

- Adcock, Phllis. (2010). **Using Wikis as à Social Interactive Network for Education Classe**. Paper presented at the annual meeting of the Ate annual Meeting, Chicage.
- Almarzouki Amina, Aburaya Ahmed, Salloum Said. (2022). **Prediction of users Intention to Use Metaverse System in Medical Education Ahyrid SEM- ML Learning Approach**, IEEE Access, (10) , p 43421.
- Alsharif hasan, Aburbeian Mohamad, Amani Yousef Owda, Majdi Owda. (2022). **A technology Acceptance Model Survey of the Metaverse Prospects** Available at, <https://www.mdpi.com/journal/a>
- Boisvert, Danielle (2009). **Compétences informationnelles et accès à l'information**, Presses de l'Université du Québec, 5ème éd, Canada.
- Brintzenhoff, william. (2011). Automated Language Processing. **Exploring The Relationship of Social Media and Conflict in a Comparative Analysis of Native Language Arabic Social Media and conflict Events Reported in New Media**. Paper presented at The annual meeting of The International Studies Association Annual Conference Global Governance Political Authority in Transition, Montreal, canda, Available online at: <http://allacademic.com/meta/>
- Chambre Nationale de l'arissant et des Métiers. (2014). **Gérez mieux votre entreprise (GERME/ SIYB)**. Gazette de l'artisanat (01), (06).
- Chang, C, Liang, C., Chou, P., & Lin, G. (2017). **Is game-based learning better in flow experience and various types of cognitive load than non-game-based learning? Perspective from multimedia and media richness**. Computers in Human Behavior, (71), 218-227.
- Charles H. Cho, Jillian R. Phillips, Amy M. Hageman, Dennis M. Patte.(2009). **Media richness, user trust, and perceptions of corporate social responsibility**, Accounting, Auditing & Accountability Journal 22(06), 933-952, Available online at www.emeraldinsight.com
- Denis McQuail. (2010). **McQuail s mass communication theory**, British Library Cataloguing in Publication data, London.
- Dominick.(1997). **Mass Communication Research**, California edition.
- Dominique Wolton .(1999).**Internet et après, Une théorie critique des nouveaux médias Flammarion**, paris.

-
- Friederich Kittler. (1999). **Gramophone, film and typewriter**, Stanford University Press, Stanford.
 - Fulk, J. Schmitz and D. Ryu .(1995). **Cognitive Elements in the Social Construction of Communication Technology Management Communication Quarterly**, 8(3), 259-288.
 - Gerodimos, R., & Justinussen, J. (2015). **Obama's 2012 Facebook campaign: Political communication in the age of the like button**. Journal of Information Technology & Politics, Available online at :<http://allacademic.com/meta/>
 - Jean de Bonville. (2006). **L'analyse de contenu des medias**, Boeck Belgique.
 - Jenkins, Henry. (2006). **convergence Culture. Where old and new media collide**. the New York: University Press New York.
 - Jenkins, H. (2006). **Eight Traits of the New Media Landscape**. Confessions of an Aca-Fan. <http://bit.ly/08iBZvB>
 - Jenkins, H. (2015). **Eight Traits of the New Media Landscape**,
<https://marylynncolasanticc.blogspot.com>
 - Kaplan, A, & Haenlein, M (2014) **Collaborative Projects social media application About Wikipedia, the Free encyclopedia**, Business Horizons, France 57 (05), 623-624.
 - kaplan, A, & Haenlein, M. (2009). **The fairyland of Second Life Virtual social worlds and how to use them**. Business Horizons, France, 52 (06),563-572.
 - Kaplan, A ,M & Haenlein, M. (2010) **Users Of the World Unite the challenges And Opportunists social media, Collaborative Projects social mediaapplication: About Wikipedia, the Free encyclopedia**, Business Horizons, France, 57 (05), 623- 624.
 - Keith A. quesenberry. (2019). **Social media strategy marketing: advertising and public relations in the consumer revolution**. (2nd edition). London: Rowman and Littlefield publishing group.
 - Kim sung Tae & david weaver. (2019). **communication Research About the Internet Athematic Meta- analysis, new media & Society**, 04 (04).
 - Laura J. Gurak and Smiljana Antonijevic. (2008). **The Psychology of Blogging You Me and Everyone in Between**, American Behavioral Scientist, Available at : <https://www.researchgate.net/publication>.

-
- Lavrakas, P. J.(2008). **Encyclopedia of survey research methods**. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
 - Madelène Crawitz.(1988). **Méthodes des sciences** ,4ème Edition, Paris, Dalloz.
 - Matthew, Eastin Supervisor. (2021). **The Efficace of Social Media Influencers in E-Commerce in Context of Sensory Richness**, thesis, University of Texas at Austin.
 - Michael, Dickinson.(2012). **An Inefficient Choice : An Empirical Test of Media Richness and Electronic Propinquity**, Thesis, Graduate School , the ohio state University.
 - Ministère du Tourisme et de l'artisanat. (2020). **Plan d'action pour le développement de l'artisanat- Horizon (Synthèse)**. Algérie, p14
 - Muhammet Damar (2021). **Metaverse Shape of Your Life for Future: A bibliometric snapshot**, Journal of Metaverse, 01(01).
 - Obiageli Pauline OHIAGU, Victor Ogbonnaya OKORIE. (2014). **SOCIAL MEDIA : SHAPING AND TRANSMITTING POPULAR CULTURE**, Covenant Journal of Communication, (02), 01, 93- 108, publication at : <https://www.researchgate.net/publication/284731249>.
 - Perret Cécile, Chibani Amina. (2010). **L'expérience de l'approche Nucleus et l'évolution des chambres du rôle de la chambre de l'artisanat et des métiers Algérien, vulnérabilité, équité et créativité en méditerranée**, Colloque international, maison méditerranéenne de science de L'homme, air en Provence
 - Petronio, Sandra. (2013). **Brief Status Report on Communication Privacy Managment Theory**. journal of Family communication, (21), 122 -124.
 - Pollanen, S. (2009). **Contextualizing Craft. Pedagogical Models for Craft Education**. International Journal of Art and Design Education28 (03).
 - Programme d'appui à **l'artisanat algérienne**. (2007). On line mise en de la stratégie d'appui au secteur de l'artisanat, programme stratégique from Internet.
 - R.L..Daft,R.H.Lengel,and L,k Trevino.(1987) **Message quivocality,media selection,and manager,mis Quarterly**,11(03).
 - Raquel Pita Guerreiro Marcelino Duarte. (2020). **Facebook In Face of Crisis**, Dissertation submitted in partial fulfilment of requirements for the MSc in Management with Specialization in Strategic Marketing, the Universidade Católica Portuguesa.

- Richard jubilant j, Rand Bam Krishnan. (1995). **perspective Making and perpective Taking in communities of knowing**, organization Science, 06(04).
- Roberte Samuels. (2009). **New media cultural studies, and critical theory** palgrave Mc, new york.
- R.N.(2009). **Nouvelle Approche pour les Entreprises les pme se regroupent en NUCLEUS**, journal l'expression, Alger.
- Saptarshi, Koia. (2016). **Cultural Heritage Preservation of Traditional Indian Art through, Virtual New-media**, Kolay Saptarshi Procedia Social and Behavioral Sciences 00, Available online at www.sciencedirect.com
- Shih, Clara. (2009). **Facebook Tapping Online Social Networks to Build Better Products, Reach New Audiences**, and Sell More Stuff, Library of Congress Cataloging-in- Publication Data, United States.
- Simon, S.J. and Peppas. (2004). S.C. An examination of media richness theory in product Web site design an empirical study. Emerald logo DiscoverJournals. Books & Case Studies, Available at: <https://www.semanticscholar>.
- Stylianos, Mystakidis. (2022). **Entry Metaverse**, Available online at: [www.mdpi.com/journal/ encyclopedia](http://www.mdpi.com/journal/encyclopedia).
- Turkel, Sherry. (2013). **Is social networking Making us lonely, Internet Computers in Human Behavior**, 32, (3).
- Xiaofang zhan, stuart walker. (2018). **Value Direction : Moving Crafts toward Sustainability in the Yangtze River. Chaine**, Available at: <http://www.mdpi.com/journal/sustainability>.
- Xu, P, Chen, L., & Santhanam, R. (2015). Will video be the next generation of ecommerce product reviews? Presentation format and the role of product type. Decision Support Systems, 73, 85–96.
- Youngzhong Yang, Mohsin Shafi, Xiaoting Song ‘Ruo Yang, (2018)‘ Preservation of Cultural Heritage Embodied in Traditional Crafts in the Developing Countries. Case Study of Pakistani Handicraft Industry, Sustainability ,10, 1336 , Available online at <http://www.mdpi.com/journal/sustainability>.
- Zizi Papacharissi. (2007). The Blogger Revolution Audiences as Media producers Blogging Citizenship, and The future of Media. New York.

الملاحق

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

استمارة تحليل المضمون لموضوع بحث أطروحة دكتوراه بعنوان

إسهام الوسائط الاتصالية الجديدة في تهمين التراث الحرفي الجزائري
دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحات الفيسبوك للفاعلين في النشاط الحرفي
خلال الفترة 2019- 2021

دراسة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (ل.م.د)
في علوم الإعلام والاتصال
تخصص صحافة مكتوبة، واتصال المنظمات

تحت إشراف: أ.د/ لمشونشي مبروك

إعداد الطالبة: بوهدة شهرزاد

السنة الجامعية: 2022 – 2023

في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال؛ تضع الباحثة بين أيديكم استمارة تحليل المضمون، التي تم إعدادها في سياق الدراسة التحليلية للموضوع الذي جاء بعنوان: "إسهام الوسائط الاتصالية الجديدة في تثمين التراث الحرفي الجزائري، دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحات الفيسبوك الفاعلين في النشاط الحرفي"، والذي يهدف إلى دراسة العلاقة بين الوسائط الاتصالية الجديدة والتثمين للتراث الحرفي الجزائري من خلال تحليل محتوى لعينة من منشورات صفحات الفاعلين وذلك لاستقراء واستخلاص مدى توفر أبعاد تثمين التراث الحرفي الجزائري من حيث الشكل والمضمون في هذه الصفحات للتعرف على شكل وطبيعة الاستخدامات لهذه الوسائط وكيفية توظيفها من طرف الفاعلين للحفاظ على هذا الموروث وتثمينه.

لهذا تم الاعتماد على أداة تحليل المضمون كأداة تحليلية أساسية للدراسة، واتخذنا فيها وحدة (المنشور) (post) كوحدة وأسلوب لعد التكرارات وحسابها من ناحية الشكل باعتبار المفردات عبارة عن مناشير إلكترونية، ووحدة الفكرة كوحدة أساسية في التحليل من ناحية المضمون، لذا نطلب من سيادتكم:

- قراءة الاستمارة والإلمام بعناصرها مع التمعن في دليل التعريفات الإجرائية وتحكيمها
- وضع علامة V أمام التعريفات التي ترونها مقبولة
- وضع علامة F أمام التعريفات التي ترونها غير مقبولة
- وضع علامة M أمام التعريفات التي يجب تعديلها
- التأكد من مدى قدرة الاستمارة الإجابة على إشكالية الدراسة وتحقيق أهدافها، وإدراج ما ترونه من تعديلات في التعاريف أسفل الوثيقة، ولكم منا جزيل الشكر.

اسم ولقب الأستاذ المحكم ودرجته العلمية:

.....
.....

استمارة تحليل المضمون

المحور الأول: فئات الشكل (كيف قيل):

1- فئة المعلومات الخاصة بالصفحات المدروسة

3 - 1	2 - 1	1 - 1
-------	-------	-------

2- فئة العناصر التعريفية للصفحات المدروسة

5 - 2	4 - 2	3 - 2	2 - 2	1 - 2
-------	-------	-------	-------	-------

3- فئة طبيعة الخدمات المقدمة في منشورات الصفحات المدروسة

1-3 فئة الخدمات الإخبارية

3 - 1 - 3	2 - 1 - 3	1 - 1 - 3
-----------	-----------	-----------

2-3 فئة الخدمات الإعلانية

3 - 2 - 3	2 - 2 - 3	1 - 2 - 3
-----------	-----------	-----------

3-3 فئة الخدمات العامة

3 - 3 - 3	2 - 3 - 3	1 - 3 - 3
-----------	-----------	-----------

4- فئة الاستمالات والأساليب الإقناعية المتضمنة في منشورات الصفحات المدروسة

1-4 استمالات عقلية:

6 - 1 - 4	5 - 1 - 4	4 - 1 - 4	3 - 1 - 4	2 - 1 - 4	1 - 1 - 4
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

2-4 استمالات عاطفية:

3 - 2 - 4	2 - 2 - 4	1 - 2 - 4
-----------	-----------	-----------

المحور الثاني: فئات المضمون (ماذا قيل)

5- فئة مواضيع منشورات الصفحات المدروسة والمرتبطة بتمهين الحرف والصناعات التقليدية

5-1 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف والصناعات التقليدية

5-1-1 قيمة الندرة

3-1-1-5	2-1-1-5	1-1-1-5
---------	---------	---------

5-1-2 القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية

4-2-1-5	3-2-1-5	2-2-1-5	1-2-1-5
8-2-1-5	7-2-1-5	6-2-1-5	5-2-1-5
	10-2-1-5	9-2-1-5	

5-2 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف والصناعات التقليدية

3-1-2-5	2-1-2-5	1-1-2-5	5-2-1 القيمة التاريخية
3-2-2-5	2-2-2-5	1-2-2-5	5-2-2 القيمة الجمالية
3-3-2-5	2-3-2-5	1-3-2-5	5-2-3 القيمة الأثرية
3-4-2-5	2-4-2-5	1-4-2-5	5-2-4 القيمة المعمارية
3-5-2-5	2-5-2-5	1-5-2-5	5-2-5 القيمة الفنية
3-6-2-5	2-6-2-5	1-6-2-5	5-2-6 قيمة الهوية
3-7-2-5	2-7-2-5	1-7-2-5	5-2-7 القيمة الرمزية
3-8-2-5	2-8-2-5	1-8-2-5	5-2-8 القيمة المعلوماتية
3-9-2-5	2-9-2-5	1-9-2-5	5-2-9 القيمة الدينية
3-10-2-5	2-10-2-5	1-10-2-5	5-2-10 القيمة العلمية

5-3 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف

5-3-1 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف والصناعات التقليدية بصفة عامة

5-1-3-5	4-1-3-5	3-1-3-5	2-1-3-5	1-1-3-5
-1-3-5	9-1-3-5	8-1-3-5	7-1-3-5	6-1-3-5
3-2-3-5	2-2-3-5	1-2-3-5	5-3-2 القيمة التربوية	
3-3-3-5	2-3-3-5	1-3-3-5	5-3-3 القيمة العرقية	
3-4-3-5	2-4-3-5	1-4-3-5	5-3-4 قيمة الحداثة	

5-4 فئة المواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف والصناعات التقليدية في مجالات أخرى

3-1-4-5	2-1-4-5	1-1-4-5	5-4-1 القيمة السياسية
3-2-4-5	2-2-4-5	-2-4-5	5-4-2 القيمة البيئية

6- فئة أهداف منشورات الصفحات المدروسة والمرتبطة بثمين الحرف والصناعات التقليدية

6-1 الأهداف العامة:

5-1-6	4-1-6	3-1-6	2-1-6	1-1-6
-------	-------	-------	-------	-------

6-2 مجال تطوير المقاولاتية

4-2-6	3-2-6	2-2-6	1-2-6
-------	-------	-------	-------

6-3 نوعية وجودة المنتجات

6-3-6	5-3-6	4-3-6	3-3-6	2-3-6	1-3-6
-------	-------	-------	-------	-------	-------

6-4 التسويق والترويج والتصدير للمنتجات

4-4-6	3-4-6	2-4-6	1-4-6
-------	-------	-------	-------

6-5 مجال المحافظة على الحرف الآيلة للزوال

3-5-6	2-5-6	1-5-6
-------	-------	-------

6-6 مجال تقديم دعم وتمويل الحرفيين

3-6-6	2-6-6	1-6-6
-------	-------	-------

6-7 مجال تنمية الكفاءات وتطوير المهارات

3-7-6	2-7-6	1-7-6
-------	-------	-------

6-7	5-7	4-7	3-7	2-7	1-7
-----	-----	-----	-----	-----	-----

7- فئة الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة

8- فئة الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة

8-1 الجمهور العام

1-8

8-2 الحرفيين

2-2-8	1-2-8
-------	-------

8-3 المؤسسات العمومية

3-8

8-4 المؤسسات الخاصة

4-8

8-5 الجمعيات الحرفية

5-8

المحور الثالث: مدى معايير ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة في منشورات الصفحات المدروسة

9- فئة استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة

7-9	6-9	5-9	4-9	3-9	2-9	1-9
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

10- فئة التركيز الشخصي

6-10	5-10	4-10	3-10	2-10	1-10
------	------	------	------	------	------

11- فئة تعدد الرموز والوسائط المتاحة

2-1-11	1-1-11	11-1- فئة النصوص
2-2-11	1-2-11	11-2- فئة الصور
3-3-11	2-3-11	11-3- فئة الفيديوهات
3-4-11	2-4-11	11-4- فئة الأنفوجرافيك
	2-5-11	11-5- فئة الروابط المتاحة
	1-5-11	

12- فئة ردود الفعل الفورية والتفاعلية

4-1-12	3-1-12	1-1-12	2-1-12	1-12- فئة معدل التحديث والنشر اليومي
--------	--------	--------	--------	--------------------------------------

12-2- فئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة

5-1-2-12	4-1-2-12	3-1-2-12	2-1-2-12	1-1-2-12	1-2-12 عدد المشاهدات
5-2-2-12	4-2-2-12	3-2-2-12	2-2-2-12	1-2-2-12	2-2-12 عدد المشاركات
	4-3-2-12	3-3-2-12	2-3-2-12	1-3-2-12	3-2-12 اتجاه التعليقات
	4-4-2-12	3-4-2-12	2-4-2-12	1-4-2-12	4-2-12 طبيعة التعليقات
		7-4-2-12	6-4-2-12	5-4-2-12	
4-5-2-12	3-5-2-12	2-5-2-12	1-5-2-12		5-2-12 التعليق برموز وأيقونات (إيموجيات)
	7-5-2-12	6-5-2-12	5-5-2-12		

دليل الاستمارة:

المحور الأول: فئات الشكل (كيف قيل)

1- تشير المربعات المرقمة من (1-1) إلى الرقم (1-3) إلى البيانات والمعلومات الخاصة بالصفحات المدروسة وتتمثل في: بطاقة تقديمية عن الصفحة، Profil الصفحة، رابط الصفحة.

2- فئة العناصر التعريفية للصفحة: تشير المربعات المرقمة من الرقم (1-2) إلى الرقم (2 - 5)، إلى مؤشرات فئة العناصر التعريفية للصفحة، وتتمثل في: شعار الصفحة / سجل الصفحة /عنوان ومقر الهيئة المسؤولة عن الصفحة / توفر خانة الاعجاب والمتابعة للصفحة / توفر الموقع الإلكتروني الرسمي للصفحة.

3- فئة طبيعة الخدمات المقدمة:

- تشير المربعات المرقمة من الرقم (3-1 - 1) إلى الرقم (3-3 - 1-3) إلى مؤشرات فئة الخدمات الإخبارية: وتتمثل في مجمل الخدمات الإخبارية التي تقدمها الصفحات المدروسة، وتتمثل في: أخبار نقلا عن وسائل الإعلام الوطنية / أخبار عن مواقع إخبارية دولية/ تقديم أخبار الغرف والمديريات الولائية

- تشير المربعات المرقمة من الرقم (3-2-3 - 1) إلى الرقم (3-2-3) إلى مؤشرات فئة الخدمات الإعلانية وتتمثل في: إعلانات تجارية/ إعلانات اجتماعية/ إعلانات خاصة بالتسويق والترويج.

- تشير المربعات المرقمة من الرقم (3-4-3 - 1) إلى الرقم (3-4-3) إلى مؤشرات الخدمات عامة وتتمثل في: تقديم تحية للجمهور/ تقديم معلومات عامة/ تهنئة الجمهور بالمناسبات / تقديم خدمات ترفيهية للجمهور.

4- فئة الاستمالات العقلية والعاطفية: تشير المربعات المرقمة من الرقم (4-1 - 1) إلى الرقم (4-1-6) إلى مؤشرات فئة الاستمالات العقلية وهي: تقديم الأرقام والإحصائيات/ الاستشهاد بمصادر متخصصة/ الاستشهاد بالدراسات والتقارير/ تقديم آراء مختصين بالنشاط الحرفي/ الاستشهاد بشهادات حية للحرفيين /استخدام الصور كدليل ملموس.

-كما تشير المربعات المرقمة من الرقم (4-2 - 1) إلى الرقم (4-2-3) إلى مؤشرات فئة الاستمالات العاطفية وهي: إبراز إيجابيات ومحاسن النشاط الحرفي / الترغيب والإشادة بالإيجابيات/ التخويف والتهويل.

المحور الثاني: فئات المضمون (ماذا قيل)

5- فئة المواضيع: تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-1) إلى الرقم (5-4) إلى عناصر فئة المواضيع، وقد شملت الفئات الفرعية التالية:

5-1 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف ممثلة من المربع رقم (5-1-1-1) إلى المربع رقم (5-1-2-10) والتي تضم فئتين فرعيتين، حيث تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-1-1-1) إلى الرقم (5-1-1-3) إلى مؤشرات فئة قمة الندرة وهي: المنتج الحرفي ثمين وقليل الوجود/ المنتج الحرفي فريد ومتميز / الحرف من المهن التراثية النادرة.

وتشير المربعات المرقمة من الرقم (5-1-2-1) إلى الرقم (5-1-2-10) إلى مؤشرات فئة القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية وهي: المساهمة في التنمية الاقتصادية/ تفعيل الصادرات خارج قطاع المحروقات/ زيادة مداخيل العملة الصعبة/ دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة/ تعزيز روح المقاولاتية وتطويرها/ زيادة الإنتاج المحلي والدخل العام/ ترقية القطاع السياحي وتنشيطه/ تنشيط الحركة الإنتاجية والتسويقية/ رفع نسبة التشغيل والتخفيف من حدة البطالة/ المساهمة في تدعيم المشاريع الكبرى.

5-2 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف ممثلة من المربع رقم (5-1-2-1) إلى الرقم (5-10-2-3)، والتي تضم الفئات الفرعية التالية: حيث تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-1-2-1-1) إلى الرقم (5-1-2-3) إلى مؤشرات فئة القيمة التاريخية وهي: الحفاظ على الهوية الوطنية/ تعزيز الروابط بين الماضي والحاضر/ مرجعية تاريخية للتراث الثقافي الجزائري.

وتشير المربعات المرقمة من الرقم (5-1-2-2-1) إلى الرقم (5-3-2-2-3) إلى مؤشرات فئة القيمة الجمالية وهي: الإبداع الجمالي في التصميم/ جمالية التشكيل التعبيري الفني/ البعد الجمالي في الألوان والرموز. وتشير المربعات المرقمة من الرقم (5-1-3-2-1) إلى الرقم (5-3-2-3-3) إلى مؤشرات فئة القيمة الأثرية وهي: ربط العصور الماضية بالعصر الحالي/ رسم المعالم الحياتية للحضارات القديمة/ التعرف على ثقافات الشعوب الماضية.

كما تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-1-4-2-1) إلى الرقم (5-3-4-2-3) إلى مؤشرات فئة القيمة المعمارية وهي: إظهار الطابع المعماري الإسلامي/ تعكس تصميمات المقتنيات القديمة/ إبراز معمار الحضارات الماضية.

وتشير المربعات المرقمة من الرقم (5-2-1) إلى الرقم (5-2-3) إلى مؤشرات فئة القيمة الفنية وهي: وسيلة للتعبير الفني الثقافي/ أداة لإبراز القدرات الإبداعية / مصدر للإلهام والتصميم الفني.

تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-2-1) إلى الرقم (5-2-6) إلى مؤشرات فئة قيمة الهوية: التعبير عن الهوية الثقافية الجزائرية، إبراز خصوصيات المجتمعات المحلية، تحتفظ بجوهر التقاليد والثقافات المحلية.

تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-2-1) إلى الرقم (5-2-7) إلى مؤشرات فئة القيمة الرمزية وهي: الرموز والإشارات في المنتج الحرفي/ المدلولات الرمزية في التصميمات/ البعد الرمزي في التشكيل.

تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-2-1) إلى الرقم (5-2-8) إلى مؤشرات فئة القيمة المعلوماتية وهي: التعريف بالحرف الجزائرية عالميا/ التعريف بالحرف التقليدية لكل منطقة/ الحرف سلعة ثقافية معلوماتية.

وتشير المربعات المرقمة من الرقم (5-2-1) إلى الرقم (5-2-9) إلى مؤشرات فئة القيمة الدينية وهي: تعدد حاضنا لهوية الامة العربية الإسلامية/ تبرز خصوصية التراث الجزائري الإسلامي/ تمثل مظاهر الابداع للامة الإسلامية.

كما تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-2-10) إلى الرقم (5-2-10-3) إلى مؤشرات فئة القيمة العلمية: مصدر لبحوث التراث الثقافي/ تراث علمي وحضاري للشعوب/ تعزيز المعرفة المشتركة حول الحرف.

5-3 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف، والمثلة من المربع رقم (5-3-1-1) إلى الرقم (5-3-4-3)، والتي تضم المربعات التالية، حيث تشير المربعات المرقمة من (5-3-1-1) إلى الرقم (5-3-1-10) إلى مؤشرات الفئة التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف بصفة عامة وهي: زيادة التماسك الاجتماعي والأسري/ تعزيز وجود الحرف بالمجتمعات المحلية/ توفير مناصب شغل دائمة وموسمية/ الحد من النزوح الريفي/ التخفيف من المشكلات الاجتماعية/ تحقيق تنمية متوازنة بين الريف والحضر/ إبراز دور المرأة ومكانتها في التنمية/ بناء علاقات مع الجماعات المحلية ما يؤدي لتوحيد الجهود لاستغلال الإقليم/ تعزيز تعاون الفاعلين بالنشاط الحرفي/ زيادة مشاركة المجتمع المحلي في التنمية.

- تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-3-1) إلى الرقم (5-3-2) إلى مؤشرات القيمة التربوية للحرف وهي: مصدرا للتربية المجتمعية / ترسيخ قيم التربية على الثقافة الحرفية/ تشكل محتوى معرفي للأجيال القادمة.

تشير المربعات المرقمة من (5-3-3-1) إلى الرقم (5-3-3-3) إلى مؤشرات القيمة العرقية للحرف، وهي التعريف بالمجتمعات المحلية / وعي المجتمعات المحلية بتراثها الثقافي/ نشر التراث الحرفي للأقليات العرقية.

تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-3-4-1) إلى الرقم (5-3-4-3) إلى مؤشرات فئة قيمة الحداثة، وهي ربط الأصالة بالحداثة في المنتج الحرفي / تمثل رسالة الماضي للحاضر والمستقبل / موروث متفتح على التجديد

4-5 فئة المواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى ممثلة من المربع رقم (5-4-1-1) إلى الرقم (5-4-2-3) وتضم الفئات الفرعية التالية:

تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-4-1-1) إلى الرقم (5-4-1-3) إلى مؤشرات فئة القيمة السياسية وهي: تغزر روح المواطنة / المشاركة والوحدة بين المجتمعات / تحسين وتوطيد العلاقات بين المجتمعات.

تشير المربعات المرقمة من الرقم (5-4-2-1) إلى الرقم (5-4-2-3) إلى مؤشرات فئة القيمة البيئية وهي: تصليح المنتجات المستعملة وإطالة عمرها/ تقديم منتجات صديقة للبيئة/ الوقاية الصحية بعد استعمال المنتجات اليدوية والمنتجات الطبيعية للتداوي.

6- فئة الأهداف: تشير المربعات المرقمة من الرقم (6-1-1) إلى الرقم (6-5-3) إلى مؤشرات فئة الأهداف، وتضمنت الفئات الفرعية التالية:

6-1 فئة الأهداف العامة: تشير المربعات المرقمة من الرقم (6-1-1) إلى الرقم (6-1-5) إلى مؤشرات فئة الأهداف العامة وهي: التعريف بالحرف التقليدية الجزائرية والحفاظ عليها/ نشر ثقافة الاهتمام بالصناعة التقليدية في المجتمع الجزائري/ التشجيع على الاستثمار للنهوض بالقطاع الحرفي الجزائري / محاولة إيجاد مخطط ملائم للحرفي وللمؤسسة الحرفية لتجاوز أزمة كورونا/ تعزيز التعاون والشراكة بين الفاعلين في النشاط الحرفي.

6-2 تشير المربعات المرقمة من الرقم (6-2-1) إلى الرقم (6-2-4) إلى مؤشرات فئة الأهداف في مجال تطوير المقاولاتية وهي: تطوير مهارات التسيير المقاولاتي/ تشجيع المقاولات النسوية/ إنشاء وتنشيط التجمعات المهنية/ تشجيع الابتكار في المقاولاتية الحرفية.

6-3 تشير المربعات المرقمة من الرقم (6-3-1) إلى الرقم (6-3-6) إلى مؤشرات فئة الأهداف في مجال الأهداف في مجال تحسين النوعية والجودة للمنتجات الحرفية وهي: تطوير المهارات التصميمية والتقنية في الإنتاج/ إعداد الدعامات المعيارية المرجعية (Référentiel)/ مرافقة الحرفيين في الحصول على شهادة ISO9001/ تعزيز أليات المراقبة عند تصدير المنتجات الحرفية/ مكافحة تقليد المنتجات الحرفية الجزائرية/الملكية الفكرية.

6-4 تشير المربعات المرقمة من الرقم (6-4-1) إلى الرقم (6-4-4) إلى مؤشرات فئة الأهداف في مجال التسويق والترويج والتصدير للمنتجات الحرفية، وهي: تكثيف المشاركات في المعارض والصالونات المحلية الجهوية

والوطنية والدولية/ التشجيع على الترويج والتسويق للمنتجات الحرفية/ إنشاء منصات إلكترونية لعرض وبيع وتسويق المنتجات الحرفية/ مرافقة الحرفيين والمؤسسات الحرفية المصدرة.

6- 5 تشير المربعات المرقمة من الرقم (6- 5- 1) إلى الرقم (6- 5- 3) إلى مؤشرات فئة الأهداف في مجال المحافظة على الحرف الآيلة للزوال، وتتمثل في: إعادة إحياء وبعث الحرف الآيلة للزوال/ تنمية النشاطات الحرفية في المناطق الحدودية/ تنمية النشاطات الحرفية في البلديات النائية.

6- 6 تشير المربعات المرقمة من الرقم (6- 6- 1) إلى الرقم (6- 6- 3) إلى مؤشرات فئة الأهداف في مجال دعم وتمويل الحرفيين، وتتمثل في: تمويل نشاطات الصناعة التقليدية والحرف ضمن المرفق العمومي، مرافقة الحرفيين للاستفادة من تمويل أجهزة الدعم المختلفة، تنويع مصادر الأخرى (خدمات، تعاون دولي.....).

6- 7 تشير المربعات المرقمة من الرقم (6- 7- 1) إلى الرقم (6- 7- 3) إلى مؤشرات فئة الأهداف في مجال تنمية الكفاءات وتطوير المهارات وهي: مرافقة وتكوين الحرفيين في كيفية توسيع نشاطهم والتسيير الحسن لمؤسساتهم / تكوين وتأهيل المكونين المرافقين (إطارات الغرف) / مرافقة النساء الحرفيات وحاملات المشاريع.

7- فئة الفاعلين في منشورات الصفحات المدروسة: حيث تشير المربعات المرقمة من الرقم (7- 1) إلى الرقم (7- 6) إلى مؤشرات فئة الشخصيات المحورية والفاعلة في منشورات الصفحات المدروسة، وهي: الحرفيين/ القطاع العام/الشركاء الخواص وأرباب العمل/ الجمعيات حرفية/ المقاولات الحرفية / التعاونيات الحرفية.

8- فئة الجمهور المستهدف: تشير المربعات المرقمة من الرقم (8- 1) إلى الرقم (8- 5) إلى عناصر فئة الجمهور المستهدف المتمثلة في المؤشرات التالية: الرقم (8- 1) الذي يحمل مؤشر الجمهور العام، ومؤشر الحرفيين الذي يحمل الرقم (8- 2- 1) إلى الرقم (8- 2- 2) والتي تضم مؤشرين فرعيين هما الرجال/ النساء، وكما تضم المؤشرات من الرقم (8- 3) إلى الرقم (8- 5) المؤشرات التالية: المؤسسات العمومية /المؤسسات الخاصة/ الجمعيات الحرفية.

المحور الثالث: مدى تحقق معايير ثراء الوسائط الاتصالية الجديدة في منشورات الصفحات المدروسة

9- فئة استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة تشير المربعات المرقمة من الرقم إلى عناصر (9-1) إلى الرقم (9-6) إلى مؤشرات فئة استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة، وشملت هذه الفئة المؤشرات التالية: اللغة العربية الفصحى / اللغة الفرنسية / لغة مختلطة (عربية + فرنسية) / اللغة العامية والدارجة / لهجات محلية / لغات أخرى.

10- فئة التركيز الشخصي على الوسيلة: تشير المربعات المرقمة من الرقم (10-1) إلى الرقم (10-6) إلى فئة التركيز الشخصي، وشملت هذه الفئة المؤشرات التالية: توفير خدمات الاتصال المباشر بالصفحة / قدرة المنشورات على ملائمة احتياجات الجمهور المستهدف / إتاحة المعلومات التي يحتاجها الجمهور / سهولة الوصول إلى المعلومات في أي وقت / توفير المعلومات حسب رغبات واحتياجات الجمهور / الرد على الاستفسارات والإجابة عليها.

11- فئة تعدد الرموز والوسائط المتاحة: تشير المربعات المرقمة من الرقم (11-1 - 11-1) إلى الرقم (11-5 - 11-2) إلى عناصر ومؤشرات تعدد الرموز والوسائط المتاحة، وقد شملت هذه الفئة الفئات الفرعية التالية:

11-1- فئة النصوص تشير المربعات المرقمة من الرقم (11-1-1) إلى الرقم (11-1-3) إلى مؤشرات فئة النصوص، وتشمل المؤشرات التالية: نص تقليدي / نص شعبي وفائق.

11-2- فئة الصور تشير المربعات المرقمة من الرقم (11-2-1) إلى الرقم (11-2-2) إلى عناصر فئة الصور، وتشمل المؤشرات التالية: صور فقط / صور + نص.

11-3- فئة الفيديوهات تشير المربعات المرقمة من الرقم (11-3-1) إلى الرقم (11-3-3) إلى عناصر فئة الفيديوهات، وتشمل المؤشرات التالية: فيديو فقط / فيديو + نص / فيديو + نص + صورة.

11-4- فئة الأنفوجرافيك تشير المربعات المرقمة من الرقم (11-4-1) إلى الرقم (11-4-3) إلى عناصر فئة الأنفوجرافيك، وتشمل المؤشرات التالية: أنفوجرافيك ثابت / أنفوجرافيك متحرك / أنفوجرافيك تفاعلي.

11-5- فئة الروابط المتاحة: تشير المربعات المرقمة من الرقم (11-5-1) إلى الرقم (11-5-2) إلى عناصر فئة الروابط المتاحة، وتشمل المؤشرات التالية: الروابط الداخلية / الروابط الخارجية.

12- فئة ردود الفعل الفورية والتفاعلية: تشير المربعات المرقمة من الرقم (12-1-1) إلى الرقم (12-2-7) إلى مؤشرات فئة الفورية والتفاعلية، والتي تشمل بدورها الفئات الفرعية التالية:

12-1 - فئة معدل التحديث اليومي والمستمر للمنشورات: تشير المربعات المرقمة من (12-1-1) إلى الرقم (12-1-4) إلى عناصر فئة معدل التحديث اليومي والمستمر للمنشورات، وتشمل المؤشرات التالية: مرة واحدة/ مرتين/ ثلاث مرات / أكثر من ثلاث مرات.

12-2 فئة حجم تفاعل الجمهور تشير المربعات المرقمة من الرقم (12-2-1) إلى الرقم (12-2-5) إلى الفئات الفرعية لفئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة المتمثلة في: **فئة عدد المشاهدات** من الرقم (12-2-1) إلى الرقم (12-2-5)، وفي فئة **عدد المشاركات** من الرقم (12-2-2) إلى الرقم (12-2-5)، وفي فئة **اتجاه التعليقات** من الرقم (12-2-3) إلى الرقم (12-2-4)، وفي فئة **طبيعة التعليقات** من الرقم (12-2-4) إلى الرقم (12-2-7)، وفي فئة **التعليق برموز وأيقونات (إيموجي)** من الرقم (12-2-5) إلى الرقم (12-2-7).

دليل التعريفات الإجرائية

1- فئة البيانات الخاصة بالصفحات المدروسة: تم وضع هذه الفئة لتقديم المعلومات والبيانات الخاصة بالصفحات المدروسة، وتمثلت مؤشراتها في: بطاقة تقديمية عن الصفحة، Profil الصفحة، رابط الصفحة.

2- فئة العناصر التعريفية للصفحة: تهدف هذه الفئة إلى التعرف على العناصر التعريفية والخصائص الشكلية للصفحات المدروسة، وتمثل في: شعار الصفحة / سجل الصفحة /عنوان ومقر الهيئة المسؤولة عن الصفحة / توفر خانة الاعجاب والمتابعة للصفحة / توفر الموقع الإلكتروني الرسمي للصفحة.

3- فئة طبيعة الخدمات المقدمة في منشورات صفحات الدراسة: تهدف هذه الفئة للتعرف على مجمل الخدمات المقدمة في منشورات الصفحات المدروسة، ومدى ارتباط هذه الخدمات باحتياجات الجمهور والمتابعين لهذه الصفحات، وتشمل الفئات الفرعية التالية:

3-1- فئة الخدمات الإخبارية: وتمثل في مجمل الخدمات الإخبارية التي تقدمها الصفحات المدروسة، وتشمل المؤشرات التالية: أخبار نقلا عن وسائل الإعلام الوطنية / أخبار عن مواقع إخبارية دولية/ تقديم أخبار الغرف والمديريات الولائية.

3-2- فئة الخدمات الإعلانية: وتمثل في مجمل الإعلانات التي نجدها في الصفحات المدروسة، وتشمل المؤشرات التالية: إعلانات تجارية/ إعلانات اجتماعية/ إعلانات خاصة بالتسويق والترويج

3-3- الخدمات عامة: وتمثل في مجمل الخدمات العامة التي تقدمها الصفحات المدروسة، وتشمل المؤشرات التالية: تقديم تحية للجمهور/ تقديم معلومات عامة/ تهنئة الجمهور بالمناسبات العامة/ تقديم خدمات ترفيهية للجمهور.

4- فئة الاستimalات والأساليب الإقناعية المتضمنة في منشورات صفحات الدراسة: تعبر هذه الفئة عن الأساليب والإقناعية والعاطفية التي تستخدمها الصفحات المدروسة في عرض منشوراتها، وكان الهدف منها التعرف على طبيعة ونوع الاستimalات والأساليب المستخدمة في المنشورات ويتفرع عن هذه الفئة:

4-1- فئة الاستimalات العقلية: وهي تلك التي تعتمد على مخاطبة عقل الجمهور المتلقي للرسالة المتضمنة في المنشورات، فهي تعتمد على تقديم الحجج والبراهين والأدلة والشواهد العلمية وتقديم أرقام وإحصائيات،

وتتمثل: تقديم الأرقام والإحصائيات/ الاستشهاد بمصادر متخصصة/ الاستشهاد بالدراسات والتقارير/ تقديم آراء مختصين بالنشاط الحرفي/ استشهاد بشهادات حية للحرفيين/ استخدام الصور كدليل ملموس.

4-2 - فئة الاستمالات العاطفية: أو كما يسميها البعض " أسلوب التعبير العاطفي"، حيث تعتمد الرسالة الموجهة للجمهور على مخاطبة وجدان المتلقي وإثارة انفعالاته وحاجاته النفسية، والقصد من هذه الأساليب مخاطبة العاطفة والأحاسيس للجمهور المستقبل للرسالة، وتشمل هذه الفئة المؤشرات التالية: إبراز إيجابيات ومحاسن النشاط الحرفي/ الترغيب بالنشاط الحرفي/ التخويف والتهويل.

5- فئة مواضيع منشورات الصفحات المدروسة والمرتبطة بتمثين الحرف والصناعات التقليدية: تتمثل هذه الفئة في مجموع المواضيع التي تم طرحها في مضامين الصفحات المدروسة، فهي المحتوى الذي يدور حوله منشورات هذه الصفحات، وتهدف هذه الفئة إلى الكشف عن المواضيع المتعلقة والمرتبطة بتمثين الحرف والصناعات التقليدية التي تعالجها هذه الصفحات وتقدمها في مضامين منشوراتها، وقد تم تقسيمها بدورها إلى الفئات الفرعية التالية:

5-1 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاقتصادية للحرف: تهدف هذه الفئة إلى التعرف على المنشورات التي تناولت المواضيع التي تهدف لتمثين التراث الحرفي من ناحية البعد والقيمة الاقتصادية، وتم تقسيمها إلى الفئات الفرعية التالية: قيمة الندرة والقيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية، وتتمثل في:

5-1-1- فئة قيمة الندرة: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر قيمة الندرة للحرف كونها تراث نادر وفريد وليس لها مثيل أو شبيه فلكل حرفة خصائص تميزها عن حرفة أخرى، وتشمل هذه الفئة المؤشرات التالية: المنتج الحرفي ثمين وقليل الوجود/ المنتج الحرفي فريد ومتميز / الحرف من المهن التراثية النادرة.

5-1-2- فئة القيمة الوظيفية والجدوى الاقتصادية : حاولنا من خلال هذه الفئة إبراز وظائف وأهمية التراث الحرفي من الناحية الاقتصادية، وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: المساهمة في التنمية الاقتصادية/ تفعيل الصادرات خارج قطاع المحروقات/ زيادة مداخيل العملة الصعبة/ دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة/ تعزيز روح المقاولة وتطويرها/ زيادة الإنتاج المحلي والدخل العام/ ترقية القطاع السياحي وتنشيطه/ تنشيط الحركة الإنتاجية والتسويقية/ رفع نسبة التشغيل والتخفيف من حدة البطالة/ المساهمة في تدعيم المشاريع الكبرى.

5-2 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الثقافية للحرف: تهدف هذه الفئة إلى التعرف على المضامين التي تتناول المواضيع التي تهدف لتثمين التراث الحرفي الجزائري من ناحية الأهمية والقيمة الثقافية، وقد تم تقسيمها إلى الفئات الفرعية التالية:

5-2-1 فئة القيمة التاريخية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة التاريخية للحرف، وقد شملت هذه الفئة المؤشرات التالية: الحفاظ على الهوية الوطنية/ تعزيز الروابط بين الماضي والحاضر/ مرجعية تاريخية للتراث الثقافي الجزائري.

5-2-2 فئة القيمة الجمالية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة الجمالية للحرف، وشملت هذه الفئة المؤشرات التالية: الإبداع الجمالي في التصميم/ جمالية التشكيل التعبيري الفني/ البعد الجمالي في الألوان والرموز.

5-2-3 فئة القيمة الاثرية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة الأثرية للحرف، وشملت هذه الفئة المؤشرات التالية: ربط العصور الماضية بالعصر الحالي/ رسم المعالم الحياتية للحضارات القديمة/ التعرف على ثقافات الشعوب الماضية.

5-2-4 فئة القيمة المعمارية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة المعمارية للحرف وشملت هذه المؤشرات: إظهار الطابع المعماري الإسلامي/ تعكس تصميمات المقتنيات القديمة/ إبراز معمار ثقافات الحضارات الماضية.

5-2-5 فئة القيمة الفنية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة الفنية للحرف، وشملت هذه الفئة المؤشرات التالية: وسيلة للتعبير الفني الثقافي/ أداة لإبراز القدرات الإبداعية / مصدر للإلهام والتصميم الفني.

5-2-6 فئة قيمة الهوية: وهي تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر قيمة الهوية للحرف، كون الحرف تعتبر من مقومات الهوية الثقافية الجزائرية، وتشمل هذه الفئة المؤشرات التالية: التعبير عن الهوية الثقافية الجزائرية / إبراز خصوصيات المجتمعات المحلية / تحتفظ بجوهر التقاليد والثقافات المحلية.

5-2-7- فئة القيمة الرمزية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة الرمزية للحرف، وقد شملت هذه الفئة المؤشرات التالية: الرموز والإشارات في المنتج الحرفي/ المدلولات الرمزية في التصميمات/ البعد الرمزي في التشكيل.

5-2-8- فئة القيمة المعلوماتية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة المعلوماتية للحرف وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: التعريف بالحرف الجزائرية عالميا/ التعريف بالحرف التقليدية لكل منطقة/ الحرف سلعة ثقافية معلوماتية.

5-2-9- فئة القيمة الدينية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة الدينية للحرف، وقد اشتملت هذه الفئة على المؤشرات التالية: خاصنا لهوية الامة العربية الإسلامية/ تبرز خصوصية التراث الجزائري الإسلامي/ تمثل مظاهر الابداع للامة الإسلامية.

5-2-10- فئة القيمة العلمية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة العلمية، وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: مصدر لبحوث التراث الثقافي/ تراث علمي وحضاري للشعوب/ تعزيز المعرفة المشتركة حول الحرف.

5-3- فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف، وتهدف هذه الفئة إلى التعرف على المنشورات التي تناولت المواضيع التي تهدف لتثمين التراث الحرفي من ناحية البعد والقيمة الاجتماعية، وقد احتوت على الفئات الفرعية التالية:

5-3-1 فئة المواضيع التي تبرز القيمة والأهمية الاجتماعية للحرف والصناعات التقليدية بصفة عامة، وقد تمثلت في المؤشرات التالية: زيادة التماسك الاجتماعي والأسري/ تعزيز وجود الحرف بالمجتمعات المحلية/ توفير مناصب شغل دائمة وموسمية/ الحد من النزوح الريفي/ التخفيف من المشكلات الاجتماعية/ تحقيق تنمية متوازنة بين الريف والحضر/ إبراز دور المرأة ومكانتها في التنمية/ بناء علاقات مع الجماعات المحلية ما يؤدي لتوحيد الجهود لاستغلال الإقليم/ تعزيز تعاون الفاعلين بالنشاط الحرفي/ زيادة مشاركة المجتمع المحلي في التنمية المحلية

5-3-2- فئة القيمة التربوية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة التربوية للحرف، وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: مصدرا للتربية المجتمعية/ ترسيخ قيم التربية على الثقافة الحرفية/ تشكيل محتوى معرفي للأجيال القادمة.

5-3-3 فئة القيمة العرقية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة العرقية للحرف، وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: التعريف بالمجتمعات المحلية / وعي المجتمعات المحلية بتراثها الثقافي/ نشر التراث الحرفي للأقليات العرقية.

5-3-4 فئة قيمة الحداثة: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية قيمة الحداثة للحرف، وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: ربط الأصالة بالحداثة في المنتج الحرفي / تمثل رسالة الماضي للحاضر والمستقبل/ موروث متفتح على التجديد والعصرنة.

5-4 فئة المواضيع التي تبرز قيمة وأهمية الحرف في مجالات أخرى: واشتملت هذه الفئة الفئات الفرعية التالية:

5-4-1 فئة القيمة السياسية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة السياسية للحرف، وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: تعزيز روح المواطنة / المشاركة والوحدة بين المجتمعات/ تحسين وتوطيد العلاقات بين المجتمعات.

5-4-2 فئة القيمة البيئية: تشير إلى العبارات والجمل التي تستظهر الأهمية والقيمة البيئية للحرف، وقد اشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: تصليح المنتجات المستعملة وإطالة عمرها/ تقدم منتجات صديقة للبيئة/ الوقاية الصحية بعد استعمال المنتجات اليدوية والمنتجات الطبيعية للتداوي.

6- فئة أهداف منشورات الصفحات المدروسة والمرتبطة بتمثين الحرف والصناعات التقليدية: نقصد بهذه الفئة في موضوعنا مجمل الأهداف التي تسعى الصفحات المدروسة الوصول إليها وتحقيقها من خلال مضامينها ومنشوراتها التي تُقدمها، وتهدف هذه الفئة إلى التعرف على أهداف منشورات الصفحات المدروسة والمرتبطة بتمثين الحرف والصناعات التقليدية، وقد تم تقسيمها بدورها إلى الفئات الفرعية التالية:

6-1- فئة الأهداف العامة، وتشمل المؤشرات التالية: التعريف بالحرف التقليدية الجزائرية والحفاظ عليها/ نشر ثقافة الاهتمام بالصناعة التقليدية في المجتمع الجزائري/التشجيع على الاستثمار للنهوض بالقطاع الحرفي الجزائري/ محاولة إيجاد مخطط ملائم للحرفي وللمؤسسة الحرفية لتجاوز أزمة وجائحة كورونا/ تعزيز التعاون والشراكة بين الفاعلين في النشاط الحرفي.

6-2- فئة الأهداف في مجال تطوير المقاولاتية، وتشمل هذه الفئة المؤشرات التالية: تطوير مهارات التسيير المقاولاتي/ تشجيع المقاولات النسوية/ إنشاء وتنشيط التجمعات المهنية/ تشجيع الابتكار في المقاولاتية الحرفية.

6-3- فئة الأهداف في مجال تحسين النوعية والجودة للمنتجات الحرفية، وتشمل المؤشرات التالية: تطوير المهارات التصميمية والتقنية في الإنتاج/ إعداد الدعامات المعيارية المرجعية (Référentiel)/ مرافقة الحرفيين في الحصول على شهادة ISO9001/ تعزيز أليات المراقبة عند تصدير المنتجات الحرفية/ مكافحة تقليد المنتجات الحرفية الجزائرية/ الملكية الفكرية.

6-4- فئة الأهداف في مجال التسويق والترويج والتصدير للمنتجات الحرفية، وتشمل المؤشرات التالية: تكتيف المشاركات في المعارض والصالونات المحلية الجهوية والوطنية والدولية/ التشجيع على الترويج والتسويق للمنتجات الحرفية/ إنشاء مواقع ومنصات إلكترونية لعرض وبيع وتسويق المنتجات الحرفية/ مرافقة الحرفيين والمؤسسات الحرفية المصدرة.

6-5- فئة الأهداف في مجال المحافظة على الحرف الآيلة للزوال، وتشمل المؤشرات: إعادة إحياء وبعث الحرف الآيلة للزوال/ تنمية النشاطات الحرفية في المناطق الحدودية/ تنمية النشاطات الحرفية في البلديات النائية.

6-6- فئة الأهداف في مجال دعم وتمويل الحرفيين، وتشمل المؤشرات التالية: تمويل نشاطات الصناعة التقليدية والحرف ضمن المرفق العمومي/ مرافقة الحرفيين للاستفادة من تمويل أجهزة الدعم المختلفة/ تنويع مصادر التمويل الأخرى (خدمات، الرعاية، تعاون دولي...).

6-7- فئة الأهداف في مجال تنمية الكفاءات وتطوير المهارات، وتشمل المؤشرات التالية: مرافقة وتكوين الحرفيين في كيفية توسيع النشاط وإنشاء والتسيير الحسن لمؤسساتهم/ تكوين وتأهيل المكونين المرافقين (إطارات الغرف)/ مرافقة النساء الحرفيات وحاملات المشاريع.

7- فئة الشخصيات المحورية والفاعلة في منشورات الصفحات المدروسة: تمثل هذه الفئة الشخصيات الأساسية في محتوى المنشورات والذين يكونوا مؤثرين وفاعلين في الرسالة المراد إيصالها للجمهور، وتشمل المؤشرات التالية: الحرفيين/ القطاع العام / الشركاء الخواص وأرباب العمل/ الجمعيات حرفية/ المقاولات الحرفية/ التعاونيات الحرفية.

8- فئة الجمهور المستهدف من منشورات الصفحات المدروسة: تساعد هذه الفئة في اكتشاف الجمهور المراد الوصول إليه، وهو الجمهور المقصود والمعني من منشورات الصفحات المدروسة، وتهدف هذه الفئة لمعرفة طبيعة ونوع الجمهور المستهدف في منشورات الصفحات المدروسة، وتشمل المؤشرات التالية: الجمهور العام/ الحرفيين (نساء، رجال) / المؤسسات العمومية/ المؤسسات الخاصة/ الجمعيات الحرفية.

9- فئة استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة: تترجم هذه الفئة الإطار الدلالي للغة المستخدمة في مضامين الصفحات المدروسة، وكان الهدف من هذه الفئة التعرف على طبيعة اللغة المستخدمة في مضامين منشورات الصفحات المدروسة، وهي من الفئات الهامة في عملية التحليل لأنها تمكننا من التعرف على مدى استخدام المرسل للمستويات اللغوية المناسبة للجمهور، وأيضا مدى فهم الرسالة الاتصالية واستيعابها من طرف الجمهور، واشتملت هذه الفئة المؤشرات التالية: اللغة العربية الفصحى/ اللغة الفرنسية/ لغة مختلطة (عربية + فرنسية)/ اللغة العامية والدارجة/ لهجات محلية/ لغات أخرى.

10- فئة التركيز الشخصي على الوسيلة: تعني هذه الفئة قدرة الوسيط الاتصالي (الفيسبوك) من خلال مضامين ومنشورات الصفحات المدروسة على حمل العواطف والمشاعر ونقلها للمتلقي من خلال الرسالة، كما يمثل مقدرة هذا الوسيط على تلبية حاجات ومتطلبات الجمهور، بمعنى آخر أن يُقدم من خلال المضامين المنشورة كل ما يحتاجه الجمهور المستقبل ويتفق مع رغباته الشخصية واحتياجاته، وتهدف هذه الفئة إلى التعرف على قدرة المضامين المنشورة في الصفحات المدروسة التركيز على الاتصالات الشخصية المباشرة، وأيضا التعرف على مدى توفر منشورات الصفحات المدروسة على ما يحتاجه الجمهور من معلومات تتفق مع رغباتهم وميولاتهم، وقد شملت هذه الفئة المؤشرات التالية: توفير خدمات الاتصال المباشر بالصفحة / قدرة المنشورات على ملائمة احتياجات الجمهور المستهدف / إتاحة المعلومات التي يحتاجها الجمهور / سهولة الوصول إلى المعلومات في أي وقت/ توفير المعلومات حسب رغبات واحتياجات الجمهور / الرد على الاستفسارات والإجابة عليها.

11- فئة تعدد الرموز والوسائط المتاحة: ويقصد بها الأدوات والرموز المتوفرة والمساعدة لتوصيل مضامين المنشورات في الصفحات المدروسة، وتتمثل في العناصر والوسائط والرموز التقنية والسمعية البصرية التي استخدمها هذه الصفحات، وتهدف هذه الفئة للكشف عن نوع وطبيعة الوسائط المتعددة المرافقة لمنشورات المقدمة، وتحدد هذه الفئة الغرض من استخدام رمز وأداة دون أخرى، والذي يخضع أيضا لطبيعة وهدف

المنشور، فالتنوع في أساليب العرض يضيف حيوية على المحتوى ويساعد في تبسيط الفكرة المراد إيصالها ويجذب الجمهور نحو المنشورات، وتشمل الفئات الفرعية التالية:

11-1- فئة النصوص: هي مجموعة النصوص المكتوبة المحررة سواء كانت مقالات أو تعبيرات عن الرأي، وتشمل المؤشرات التالية: نص تقليدي ونص شعبي.

- نص شعبي وفائق: هو النص المعروض على جهاز الحاسوب مع وصلات إلى نص آخر ومعلومات أخرى تمكن القارئ من الوصول إليه على الفور، عادة عن طريق زر الماوس أو الضغط على المفتاح.

11-2- فئة الصور: هي مجموعة الصور الفوتوغرافية المنشورة في مضامين الصفحات المدروسة، وتشمل المؤشرات التالية: صور فقط/ صور + نص.

11-3- فئة الفيديوهات المتاحة: هي مجموع الأشربة المصورة والمسجلة والتي تنشر في مضامين الصفحات، وتشمل المؤشرات التالية: فيديو فقط/ فيديو + نص/ فيديو + نص + صورة.

11-4- فئة الأنفوجرافيك: يقصد بالأنفوجرافيك بأنه هو شكل من أشكال التواصل المرئي الذي يساعد على تبسيط المعلومات، وكذا تحويل هذه المعلومات والبيانات المعقدة إلى صور مرئية لتوصيل النقاط الرئيسية للمضمون بشكل أسهل وأكثر فعالية، كما وله تأثير بصري جذاب ويحظى بتفاعل كبير من قبل الجمهور، وقد تم وضع هذه الفئة بهدف الكشف عن مدى استخدام الصفحات المدروسة للأنفوجرافيك، وشملت هذه الفئة المؤشرات التالية:

- أنفوجرافيك ثابت: هو تلك التصميم الثابتة، وتتضمن معلومات عن موضوع معين في شكل صور ورسومات يسهل فهمها ويمكن استخدامه أيضا في المطبوعات.

- أنفوجرافيك متحرك: هو تصميم البيانات والمعلومات تصميمًا متحركًا كاملاً، ويتطلب هذا النوع كثيراً من الإبداع واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجه بطريقة شيقة ممتعة.

- أنفوجرافيك تفاعلي: هو تصميم تفاعلي يستطيع الجمهور التحكم فيه من خلال بعض أدوات التحكم من أزرار وبرمجة (Code) معينة، تكون موضوعة لكي يستطيع القارئ عن طريقها التحكم في مكونات الإنفو جرافيك، وتصميم هذا النوع لا يتطلب مصمماً فقط ولكن يتطلب مبرمجاً أيضاً يشارك في التصميم.

11-5- فئة الروابط المتاحة: يتم من خلال هذه الفئة الكشف والتعرف عن نوع الروابط في منشورات الصفحات المدروسة، وهل هذه الروابط ذات فعالية ولها دور في تقديم خدمة للجمهور والمتابعين، وتشمل المؤشرات التالية:

- **الروابط الداخلية:** هي الروابط الموجودة في الصفحات المدروسة التي تشير وتقود بالنقر عليها إلى صفحات أخرى ضمن الصفحات ذاتها دون الخروج منها، وتستخدم بشكل أساسي لتسهيل التنقل ضمن الصفحات مما يمنح المستخدم انطبعا جيدا عن الصفحات وتنظيمها.

- **الروابط الخارجية:** هي روابط توجد في الصفحات المدروسة والتي تشير وتقود بالنقر عليها إلى صفحات أخرى خارجية مختلفة عن هذه الصفحات، وتستخدم للإشارة والإحالة إلى مواقع وصفحات أخرى، وتتمثل أهمية هذه الروابط في زيادة انتشار الصفحات واستقطاب أكبر لعدد الزوار.

12- فئة ردود الفعل الفورية والتفاعلية: تحدد هذه الفئة خصوصية تحليل المحتوى الإلكتروني عن باقي المحتويات الأخرى، والتي تهدف تبيان مدى تفاعل وتجاوب الجمهور مع المحتوى التي تنشره الصفحات المدروسة، من خلال التعرف على ردود الأفعال المختلفة، والتي تعبر بشكل من الأشكال على انطباع الجمهور نحو المحتوى المنشور، وبالتالي تساعد هذه الفئة على التعرف على مدى تفاعل الجمهور وكذا القياس النسبي لاتجاههم نحو المنشورات.

12-1 - فئة معدل النشر اليومي في الصفحات: جاءت هذه الفئة بهدف التعرف على معدل النشر اليومي في مضامين الصفحات المدروسة، وهذا لتحديد درجة التحديث في النشر ومعدل عرض المنشورات على الصفحات المدروسة لنقيس بها معدل الانتظام والاستمرارية في النشر وعدم الانقطاع على الجمهور، وتشمل المؤشرات التالية: مرة واحدة/ مرتين/ ثلاث مرات / أكثر من ثلاث مرات.

12-2 - فئة حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة: والهدف من هذه الفئة محاولة قياس حجم تفاعلية الجمهور مع منشورات الصفحات المدروسة من خلال المؤشرات التالية: عدد المشاهدات، عدد الإعجابات، عدد التعليقات، عدد المشاركات، اتجاه التعليقات، طبيعة التعليقات، التعليق برموز وأيقونات (إيموجيات).

12-2-1 فئة عدد المشاهدات: تمثل هذه الفئة عدد المشاهدات لمنشورات الصفحات المدروسة، وقد شملت هذه الفئة المؤشرات التالية: منعدمة (لم تحقق أي مشاهدة) / منخفضة (من 0 إلى 250 مشاهدة) /

متوسط (من 250 إلى 500 مشاهدة) / مرتفعة (من 500 إلى 1000 مشاهدة) / مرتفعة جدا (أكثر من 1000 مشاهدة)

12-2-2 فئة المشاركات في المنشور: وهي تعبير عن رغبة المستخدمين في تقاسم محتوى معين مع الآخرين، وجعل ذلك المنشور أكثر انتشاراً، وتشمل المؤشرات التالية: منعدمة (لم تحقق أي مشاركة) / منخفضة (من 0 إلى 250 مشاهدة) / متوسطة (من 250 إلى 500 مشاركة) / مرتفعة (من 500 إلى 1000) / مرتفعة جدا (أكثر من 1000 مشاركة).

12-2-3 فئة اتجاه التعليقات: جاءت هذه الفئة لتحديد اتجاه تعليقات المستخدمين لهذه الصفحات نحو المضامين والمواضيع المنشورة فيها، وتشمل المؤشرات التالية: التعليقات والانطباعات السلبية على المنشور/ التعليقات الإيجابية والمؤيدة للمنشور/ التعليقات بين المستخدمين على المنشور/ التعليقات خارج الموضوع المنشور.

12-2-4 فئة طبيعة التعليقات: تهدف هذه الفئة إلى معرفة محتوى وطبيعة التعليقات التي يدرجها الأعضاء المشاركون في الصفحات على المنشورات التي يتفاعلون معها وتشمل المؤشرات التالية: التعليقات بفديو/ التعليقات بصورة/ التعليقات برابط/ التعليقات المتضمنة التهاني/ التعليقات المتضمنة استفسارات وطلب المعلومات/ التعليقات الشكوى والشتيم.

12-2-5 فئة التعليقات برموز وأيقونات (إيموجيات): تمثل التعبير العاطفي الذي يقوم بتسجيله أحد المستخدمين على منشور ما تعبيراً منه، ومن خلال النقر على هذا الزر يسجل المستخدم كأحد المعجبين بالمنشور وتشمل المؤشرات التالية: التعليق بإعجاب (وهي متعلقة بعدد الإعجابات على المنشورات، والتي تمثل التعبير العاطفي الذي يقوم بتسجيله أحد المستخدمين على منشور ما تعبيراً منه عن الإعجاب بذلك المحتوى، ومن خلال النقر على هذا الزر يسجل المستخدم كأحد المعجبين بالمنشور) / التعليق بردة فعل حب/ التعليق بردة فعل تضامن/ التعليق بردة فعل أدهشت/ التعليق بردة فعل أضحكت/ التعليق بردة فعل أزعجت/ التعليق بردة فعل أغضبت.