



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر الطور الثاني ل.م.د

في علم الاجتماع الحضري موسومة بـ

تمثلات الطالبات الجامعيات للتجارة المتزلية الالكترونية في الوسط الحضري

دراسة ميدانية بجامعة ابن خلدون طالبات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بتيارت

تحت إشراف:

أ.د. دادي محمد

من اعداد الطالبتين:

ط./ دزيري زهرة العلى

ط./ فھاري حنان

أمام لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	الأستاذ (ة)
رئيسا	أستاذ محاضر	بن علي رابح
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر	دادي محمد
مناقشا	أستاذ محاضر	بريم عبد القادر

السنة الجامعية: 2023 - 2024

شكر وعرفان:

بسم الله الرحمن الرحيم

"يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير"

الحمد لله والشكر له على فضله ، وعلى توفيقه لنا في إنجاز هذا العمل المتواضع"

نتقدم بخالص الشكر و التقدير إلى الأستاذ المشرف "حادي محمد" على كل من

قدم لنا من نصائح وتوجيهات حرجا منه على إنجاز هذا البحث وتقديمه بالصورة

المطلوبة فجزاه الله خيرا كما لا يفوتنا أن نشكر الاساتذة المناقشين لتكرمهم علينا

بقبولهم مناقشة مذكرتنا، و نخص بالشكر و الإمتنان للأهل الذين قدموا لنا يد

المساعدة ، وساندونا في كل خطوة فتعدينا الصعاب، وكل التحية والإمتنان إلى من

ساعدنا في إنجاز هذا البحث سواء من قريب أو بعيد.

اهداء:

أهدي ثمرة جهدي الى التي حمتني ومنعتني الحياة و أحاطتني
بعنانها

و حرصت على تعليمي بصبرها و تضحياتها
إلى من كان دعاؤها سر نجاحي أمي حفظها الله
إلى الذي دعمني في مشواري الدراسي و كان وراء كل خطوة
خطوتها

في طريق العلم و المعرفة أبي الغالي حفظه الله
إلى من هم أنس عمري و مخزن ذكرياتي إخوتي و أخواتي
وإلى كل الأشخاص الذي أحمل لهم المحبة و التقدير

منان

اهداء

إلى شجرة الوقار ومداد العطاء إلى نبع الكرم
والتضحية الصبر ابي العزيز اطل الله في عمري
إلى نبع الحنان ورمز الطهارة إلى من منحتني الصفاء
الوداد وصدق الكلمات إلى من عمرتني بدعائها
الذي كان مصدر اضاءة لي ظلمة الحياة
وشمعة الأمل والتي سهرت من أجل ما وصلت
اليه الان والتي اضاءت لي طريق المستقبل
إلى أمي حفظها الله وأطل في عمرها
إلى سدي ومصدر قوتي بعد الله والى من افتخر بيهم
كثيرا اخوتي واخواتي
وعرفانا ومودة في تشجيعهم في مواصلة
هذا الطريق وفقهم الله وحفظهم جميعا
إلى كل أفراد عائلتي كبيرهم وصغيرهم
إلى كل اساتذتي

فهرس المحتويات

ملخص الدراسة:
شكر وتقدير:
اهداء:
فهرس المحتويات
قائمة الجداول
مقدمة:	أ.....

الباب الأول: الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية:	5
2- الفرضيات:	7
3- أسباب اختيار الموضوع:	7
4- أهداف البحث:	7
5- أهمية البحث:	8
6- مفاهيم البحث:	8
7- الدراسات السابقة	9

الفصل الثاني: التمثلات الاجتماعية

تمهيد:	12
1- تعريف التمثلات الاجتماعية:	12
2- المقاربات والمداخل المنهجية لدراسة التمثلات:	14
3- المفاهيم المرتبطة بالتمثل:	23
4- النواة المركزية:	24
5- مدارس التمثلات الاجتماعية:	28
5-2- مدرسة إكسواز <i>L'école aixoise</i> :	29
خلاصة:	29

الفصل الثالث: التجارة الالكترونية

32..... تمهيد:

33..... 1- ماهية التجارة الإلكترونية

36..... 2- أساسيات التجارة الإلكترونية

40..... 3- التجارة الإلكترونية والإقتصاديات النامية:

47..... خلاصة.

الباب الثاني: الدراسة الميدانية

الفصل الرابع: تقديم ميدان الدراسة

50..... 1- مجالات الدراسة.

53..... 3- أدوات الدراسة:

54..... 4- مجتمع وعينة البحث :

الفصل الخامس: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

54..... 1- عرض نتائج الدراسة

54..... 1-1- عرض نتائج الفرضية الأولى.

62..... 1-1-2- عرض نتائج الفرضية الثانية.

66..... 1-1-3- عرض نتائج الفرضية الثالثة.

73..... 2- مناقشة نتائج الدراسة:

76..... 3- استنتاج:

76..... 4- اقتراحات

79..... خاتمة:

81..... قائمة المصادر و المراجع:

..... الملاحق:

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1.	قائمة كليات وملحقات ومعهد جامعة ابن خلدون تيارت	49
2.	التخصص الجامعي	56
3.	يوضح المستوى الجامعي	54
4.	يوضح تجربة التسوق عبر الانترنت	57
5.	يوضح منصات التسوق	56
6.	يوضح افضلية التسوق	58
7.	يوضح الراحة والامان اثناء التسوق	57
8.	يوضح دعم الاعمال المحلية والمشاريع الصغيرة	58
9.	يوضح المخاوف الامنية والخصوصية في تسوق	59
10.	يوضح استمرارية التسوق عبر الانترنت	59
11.	يوضح مستويات الامان والحماية	60
12.	يوضح تفضيل متاجر التي توفر ضمانات	60
13.	يوضح الثقة في استخدام البيانات الشخصية	61
14.	يوضح اجراءات الحماية المتوفرة عبر المواقع الالكترونية	63
15.	يوضح تجارب سلبية سابقة تتعلق بانتهاكات أمنية اثناء التسوق عبر الإنترنت	64
16.	يوضح بتحقيقين دائما من اتباع المتاجر لإجراءات الأمان والتشفير قبل إدخال معلوماتك الشخصية أثناء التسوق عبر الإنترنت	62
17.	يوضح تفضيل الدفع عبر بطاقات الائتمان عند القيام بعمليات الشراء عبر الإنترنت	63
18.	يوضح اعتقاد أن الحكومة والهيئات ذات الصلة تقدم الحماية الكافية للمستهلكين في مجال التجارة الإلكترونية	63
19.	يوضح الاعتقاد أن تحسين مستويات الأمان والحماية في التجارة الإلكترونية يمكن أن يزيد من انخراط الأفراد في هذه الأنشطة	66
20.	يوضح الخبرة السابقة في مجال التجارة الإلكترونية المتزلية	66
21.	يوضح التجارة الإلكترونية المتزلية وسيلة فعالة لتحقيق الدخل	56
22.	يوضح الظروف الاقتصادية تؤثر على قرارك في ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية	67
23.	يوضح الظروف الاجتماعية تؤثر على قرارك في ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية	68
24.	يوضح التجارة الإلكترونية المتزلية تقدم فرصا أكبر للنجاح في ظل الظروف الاقتصادية الراهنة	66
25.	يوضح ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية تمنحك مرونة أكبر في إدارة وقتك وموازنة بين العمل	67

	والحياة الشخصية	
67	يوضح التجارة الإلكترونية المتزلية تعزز من فرص النساء في سوق العمل	26.
68	يوضح التجارة الإلكترونية المتزلية تساهم في تحسين مستوى المعيشة ورفع مستوى الدخل للأفراد	27.
70	وضح صعوبات معينة في ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية	28.
69	يوضح التدريب والتعلم المستمرين يمكن أن يساعدك في تحقيق نجاح أفضل في التجارة الإلكترونية المتزلية	29.
69	يوضح الحكومة يجب أن تقدم دعما وتشجيعا أكبر للأفراد الذين يرغبون في ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية كوسيلة لتحقيق الدخل	30.

مقدمة

شهدت العقود الأخيرة تحولا جذريا في طريقة تفاعل الأفراد مع الأسواق التجارية بفضل التطور التكنولوجي الهائل، مما أدى إلى بروز التجارة الإلكترونية كجزء أساسي من الحياة اليومية. ضمن هذا السياق الواسع، ظهرت التجارة الإلكترونية المتزلية كمجالٍ متنامٍ يجذب اهتمام العديد من الباحثين والمتخصصين في الاقتصاد الرقمي.

التجارة الإلكترونية المتزلية تشير إلى عملية شراء وبيع السلع والخدمات التي تتم بين الأفراد أو بين الأفراد والشركات عبر الإنترنت، وتتميز بأنها تتم مباشرة من المنزل. هذا النوع من التجارة يوفر للأفراد القدرة على الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات دون الحاجة إلى مغادرة منازلهم، مما يعزز الراحة والمرونة في الحياة اليومية.

أحد أبرز المزايا التي تقدمها التجارة الإلكترونية المتزلية هو توفير الوقت والجهد، حيث يمكن للمستهلكين التسوق في أي وقت يناسبهم والحصول على المنتجات مباشرة إلى منازلهم. بالإضافة إلى ذلك، تتيح هذه التجارة الوصول إلى منتجات متنوعة من مختلف أنحاء العالم، مما يوسع خيارات المستهلكين بشكل كبير. من الناحية الاقتصادية، تتيح التجارة الإلكترونية المتزلية للشركات الوصول إلى قاعدة عملاء أوسع دون الحاجة إلى تكاليف البنية التحتية التقليدية مثل المتاجر الفعلية.

رغم الفوائد العديدة، تواجه التجارة الإلكترونية المتزلية أيضا تحديات كبيرة، منها القضايا المتعلقة بالأمان والخصوصية، حيث يخشى العديد من المستهلكين من الاحتيال وسرقة الهوية. بالإضافة إلى ذلك، هناك تحديات لوجستية تتعلق بالشحن والتسليم، والتي يمكن أن تؤثر على رضا العملاء وتجربتهم الشرائية.

التجارة الإلكترونية المتزلية أصبحت موضوعا هاما للدراسة والبحث، خاصة مع التزايد المستمر في استخدام الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية في الحياة اليومية. فهم كيف تؤثر هذه التجارة على سلوك المستهلكين، وما هي العوامل التي تسهم في نجاحها أو تحذ من انتشارها، يمكن أن يقدم رؤى قيمة تساعد الشركات والمستهلكين على حد سواء.

إن الفهم العميق للتمثيلات الاجتماعية للطلّبات تجاه التجارة الإلكترونية يمكن أن يوفر رؤية مهمة حول كيفية تأثير هذه الظاهرة على حياة الطّالبات الأكاديمية والشخصية. تتيح لنا هذه الدراسة فحص التصورات والمواقف والاتجاهات التي تشكل فهم الطّالبات لهذا المجال الجديد وكيفية تفاعلهن معه.

الباب الأول

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية:

ظهر في القرن العشرين من العقد الأخير العديد من التغيرات والتطورات والتحويلات التي قامت بإفرازها معطيات الثورة التكنولوجية مما أدت هذه الثورة بدورها إلى تحول العالم اليوم إلى قرية إلكترونية صغيرة، تسارع فيها نمو استخدام الابتكارات وتقنيات المعلومات الحديثة والتي ألفت بنطاقها على كافة ميادين الحياة منها الاقتصادية والقانونية والعلمية والاجتماعية وغيرها. إذ فتحت آفاقا كثيرة لا يمكن لأي كان التنبؤ بها ونظرا للتطور التكنولوجي الذي ساهم وأدى لإحداث الكثير من التغيرات لاسيما في المجال التجاري الذي يعتبر من بين أكثر القطاعات استجابة للابتكار والتقدم التكنولوجي، فقد جاء هذا التطور ليشكل محور تحول تجاري أسفر عنه تغير عميق في نمط التفكير وفي سلوك كل من المستهلكين والمنتجين على حد سواء. وبالتالي ونزولا عند هذا التطور التكنولوجي الهام الذي أصاب العالم اليوم فقد تحولت التجارة من شكلها التقليدي إلى شكلها الإلكتروني، أين لعبت شبكة الانترنت دورا فعالا ورئيسيا لاستكمال تنفيذ أعمال هذا النوع من التجارة بشكلها المعاصر. واتجهت العديد من المؤسسات لإنشاء مواقع الكترونية ساعية من خلالها إلى ممارسة التجارة الإلكترونية خاصة وأنها أحد سمات الاقتصاد الرقمي القائم على المعرفة ونوع من التعامل التجاري الذي يتضمن بيع وشراء السلع والخدمات وتبادل الخبرات والبيانات والمعلومات عبر الوسائل الإلكترونية المتقدمة، كما تتميز بإمكانية السماح للتجارة الخارجية بتوسيع نشاطها من خلال عمليات تعزيز وزيادة الطلب على السلع والخدمات وغزو الأسواق العالمية.

وتعتبر تمثلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية موضوعا مهما يستحق الاهتمام والدراسة. تعكس هذه التمثلات النمط الثقافي والاجتماعي للفتيات والنساء في المجتمعات الحضرية، وكيفية تأثير البيئة المحيطة بهن على تفضيلهن واختيارهن للتسوق والتجارة عبر الإنترنت، كما تعتمد على مجموعة من العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية فمثلا يمكن أن يتأثر اختيار الطالبات بتوفر الخدمات اللوجستية المناسبة في المنطقة التي يعيشن فيها، وكذلك بمدى الوعي بمخاطر الشراء عبر الإنترنت وسهولة الوصول إلى البنية التحتية الرقمية باعتبارها طريقة للتسوق تتطور باستمرار، فإن فهم تمثلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية يعكس تطور البنية الاجتماعية والثقافية للمجتمعات الحضرية. يمكن أن تظهر هذه التمثلات كتفضيلات لمواقع التسوق الإلكتروني المعينة، أو تحفظا من التسوق عبر الإنترنت بسبب مخاوف الأمان أو عدم الثقة في الدفع عبر الإنترنت.

وفي ظل الأوضاع الاقتصادية الراهنة التي باتت تعيشها معظم المجتمعات الحضرية العربية كحال الجزائر اليوم أضحت التجارة الالكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية والداخلية وكذلك تطوير قطاعها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع مستوى معدلات النمو الاقتصادي بها، فالجزائر تواجه الكثير من العراقيل التي تحول دون توسيع انتشار التجارة الالكترونية، إلا أن إلقاء هذه التجارة لظلالها على كثير من الدول التي من بينها الجزائر وتحولها الى واقع ملموس، أكد ان التجارة الالكترونية يمكن توجيه الاهتمام نحو دراسة كيفية تأثير تمثلات الطالبات على اعتمادهن للتجارة الإلكترونية المتزلية كوسيلة لتحقيق الدخل والاستقلال المالي.

وهذا ما يفرض على الجزائر ان تسعى الى تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال نحوها من خلال تقليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة اسباب النجاح والتي من بينها متطلبات البنى التحتية التكنولوجية والتشريعات المتعلقة بتطبيقها، ومن المهم دراسة تمثلات الطالبات لفهم أفضل من أجل تطوير السلوك التسويقي والتجاري للنساء في المجتمعات الحضرية. كما يمكن أن تساهم هذه الدراسات في تطوير سياسات عامة تستهدف تعزيز التجارة الإلكترونية للنساء وتوفير بيئة تسويقية آمنة ومواتية تشجع على المشاركة الاقتصادية وتعزز دور المرأة في التنمية الاقتصادية.

و في ظل التطورات الهائلة وتزايد استخدام الإنترنت في مختلف جوانب الحياة، أصبحت التجارة الإلكترونية للطالبات واحدة من أهم القطاعات الاقتصادية التي تشهد نموا سريعا، ومع ازدياد أهمية التجارة الإلكترونية، وجب الاهتمام سوسيولوجيا لفهم تمثلات الطالبات في هذا المجال وكيفية تأثيرها على مشاركتهن فيه، بحيث تعكس التمثلات الآراء والمعتقدات والتوقعات التي قد تؤثر على قراراتهن بشأن الانخراط في هذا المجال، ومن هذا المنطلق جاء اهتمامنا بالموضوع محل الدراسة محولين الإجابة على السؤال الذي طرحناه في الإشكالية التالية:

• هل توجد فروق في تمثلات الطالبات تجاه التجارة الإلكترونية المتزلية بناء على خلفيتهن الثقافية والاجتماعية؟

والذي بدوره ينقسم الى اسئلة فرعية :

- هل يوجد تأثير للثقافة والتربية في تشكيل تمثلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية؟
- هل تؤثر الثقة على تفضيل الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية؟
- هل تؤثر الظروف الاقتصادية في قبول الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية كوسيلة لتحقيق الدخل؟

2- الفرضيات:**الفرضية العامة**

توجد فروق في تمثلات الطالبات تجاه التجارة الإلكترونية المتزلية بناء على خلفيتهن الثقافية والاجتماعية

الفرضيات الفرعية:

1. توجد فروق تأثيرية للثقافة والتربية في تشكيل تمثلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية.
2. توجد فروق تأثيرية الثقة على تفضيل الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية.
3. توجد فروق تأثيرية على الظروف الاقتصادية في قبول الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية كوسيلة لتحقيق الدخل.

3- أسباب اختيار الموضوع :

الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع .
يعتبر موضوع التجارة الإلكترونية من المجالات التي تدخل ضمن دائرة اهتماماتنا وذلك لاعتمادنا عليها في شراء مختلف المقتنيات.
إضافة بحث جديد ومفيد إلى الأدبيات الأكاديمية حول التمثلات الاجتماعية والتجارة الإلكترونية يمكن أن يكون له تأثير طويل الأمد في تطوير المعرفة في هذا المجال

4- أهداف البحث :

دراسة العوامل التي تؤثر على توجه الطالبات نحو التجارة الإلكترونية، مثل التعليم، والتنشئة الاجتماعية، والتعرض للتكنولوجيا، والدعم الأسري.
فحص تأثير البيئة التعليمية والتربوية في تشكيل مواقف الطالبات تجاه التجارة الإلكترونية.
تقييم كيفية تفاعل الطالبات مع منصات التجارة الإلكترونية واستخدامها في حياتهن اليومية.
تقييم كيفية تفاعل الطالبات مع منصات التجارة الإلكترونية واستخدامها في حياتهن اليومية.
استكشاف التحديات التي تواجه الطالبات في استخدام التجارة الإلكترونية، مثل العوائق التقنية، والمعرفية، والأمنية
إثراء الأدب الأكاديمي المتعلق بالتمثلات الاجتماعية والتجارة الإلكترونية من خلال تقديم دراسة ميدانية تستند إلى بيانات نوعية وكمية.

5- أهمية البحث :

- يعد فهم التمثلات الاجتماعية للطالبات تجاه التجارة الإلكترونية مفتاحاً لتطوير مناهج تعليمية وتدريبية تلي احتياجات الطالبات وتساعدن على تحقيق النجاح في هذا المجال الحديث.
- تتيح التجارة الإلكترونية فرصاً واسعة للنمو الاقتصادي والابتكار. فهم كيفية تصور الطالبات لهذا المجال يمكن أن يساعد في تمكينهن اقتصادياً، وزيادة مشاركتهن في السوق الرقمية.
- يمكن أن تساهم التجارة الإلكترونية في تقليص الفجوة بين الجنسين في سوق العمل. فهم التمثلات الاجتماعية يساعد في وضع استراتيجيات تضمن مشاركة متساوية وفعالة للطالبات في هذا القطاع.
- تقدم هذه الدراسة بيانات وأدلة يمكن استخدامها من قبل صناع القرار لتطوير سياسات تدعم تعليم وتدريب الطالبات في مجال التجارة الإلكترونية، وتحسين البنية التحتية الرقمية.
- تقدم هذه الدراسة بيانات وأدلة يمكن استخدامها من قبل صناع القرار لتطوير سياسات تدعم تعليم وتدريب الطالبات في مجال التجارة الإلكترونية، وتحسين البنية التحتية الرقمية.

6- مفاهيم البحث

لغة: في لسان العرب عند ابن منظور التمثل يعني "مثل له الشيء، أي صورته حتى كأنه ينظر إليه، و

إمثله

أي تصوره، ومثله له تمثيلاً، و تمثيل الشيء بالشيء التشبه به واكتساب شبهه والحصول على مثاله.¹

اصطلاحاً: أما في قاموس N.Sillamy فقد جاء بخصوص المصطلح "التمثل هو جلب شيء ما إلى الذهن، وليس استعادة صورة للواقع، فالتمثل هو العملية العقلية التي يتم من خلالها إعادة صياغة عناصر المحيط، وبنائها بواسطة العقل"²

ويعرفها "جون سكوت" على أنها الظواهر الفكرية المشتركة التي ينظم بها من خلالها الناس حياتهم، وتشكل مكونات جوهرية من أي ثقافة، وأيضاً هي المعتقدات والأفكار والقيم والرموز والتوقعات التي تشكل

¹ ابن منظور الأنصاري، لسان عرب دار النوادر، 1988، ص 437

² علي غربي، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 1999، ص 96

طرق التفكير والتصور والتي تتسم بالعمومية والديمومة ضمن مجتمع ما أو مجموعة ما، والتي تشارك معا باعتبارها خصيصة جماعية لها.¹

اجرائيا : هي التصور المسبق حول موضوع أو قضية ما وهي ذلك النظام المعرفي الذي يحمل نظرة اجتماعية حول موضوع ما، وفي موضوعنا هذا لدينا طلبة "ماستر 2" من تخصص علم الاجتماع تنظيم وعمل المقبلين على التخرج، نريد معرفة تمثلات هؤلاء الطلبة حول مشروعهم المهني المستقبلي، الذي كان نتاج نشاطهم العقلي الذي قد بني انطلاقا من مختلف مراحل حياتهم الدراسية والتكوينية ومحاولة الوصول إلى كيفية بناء التمثل الاجتماعي لدى هذا الطالب الجامعي حول موضوع يتعلق بمستقبله المهني.²

7- الدراسات السابقة

7-1- دراسات حول تمثلات الطالبات

1- دراسة نادرة مهداوي وأحمد عماد الدين عواني، بعنوان التمثلات الطلبة الجامعيين لقيم الانتماء الوطني في المؤسسة التعليمية دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سطيف، تناولت الدراسة أهمية المؤسسات التعليمية الجزائرية ودور المدرسة في تنمية قيم الانتماء الوطني لدى المتعلمين بناء على تمثلاتهم بناء على مبادئ وأبعاد التربية على المواطنة ومواصفات المواطن الصالح في مسيرة المتعلم تطور وتنمية شخصيته، فقد عبر استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي من خلال تصميم أداة الاستبيان التي تضمنت 38 عبارة، وزعت على عينة بحثية تمثلت في 169 طالبا جامعيًا مسجلا في قسم السنة أولى علوم اجتماعية بجامعة سطيف.

وعليه جاءت نتائج الدراسة:

- 1- أن القيم السوسيو - تاريخية مرتفعة جدا، وتعبر عن الانتماءات الوطنية للمتعلمين.
- 2- أن درجة المواقف السياسية المعبرة عن الانتماءات الوطنية للطلبة متوسطة، لا تحقق مرامي وأهداف وبرامج فلسفة المنظومة التربوية، في إعداد المواطن الصالح.

¹ جون سكوت، علم الاجتماع المفاهيم الأساسية، تر: محمد عثمان، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط1 بيروت، 2009، ص 122.

² بن شوقي بشرى التصورات الاجتماعية مقارنة نظرية مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع24، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2017، ص 56.

2- دراسة كراس اهورار وبلقوميدي عباس، بعنوان تمثالات الطالب الجامعي لمهنة المستقبل دراسة حالات من جامعة وهران 2، هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن تصورات الطالب لمهنته المستقبلية، ولأجل ذلك طرحنا التساؤلات التالية:

- هل للجامعة دور في اختيار الطالب لمهنته المستقبلية؟
- هل للنشاط العلمي من ملتقيات وأيام دراسية التي تنظمها المخابر الجامعية دور في تصورات الطالب الجامعي لمهنته المستقبلية؟

ولتحقيق أهداف البحث، جاءت الدراسة الميدانية على ثلاث حالات طلبة تم اختيارهم بطريقة مقصودة بالاعتماد على المنهج العيادي بتطبيق دراسة الحالة والمقابلة والملاحظة حيث توصلنا إلى النتائج التالية: أهمية الجامعة كبيئة يتم فيها بلورة تمثالات وتصورات الطالب حول أدائه الحياتي حيث يعتبر العمل أداء أساسي ومهم في حياة الطالب نشاطات الجامعة من لقاءات وملتقيات إشباع الرغبة الطالب في اكتساب الأهمية والمركز الاجتماعي.

دراسات سابقة حول التجارة الالكترونية

1- دراسة صالح حميدانو وسارة ميسي وعطية العربي، بعنوان التجارة الالكترونية في الجزائر الواقع والتحديات 2022، تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء عن واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث قام الباحثان بتسليط الضوء على الأسس النظرية للتجارة الإلكترونية، من خلال التطرق إلى مفهومها وأساليب قياسها، ثم التطرق إلى واقع البنية التحتية لقيام تجارة الكترونية في الجزائر وذلك من خلال دراسة واقع الهاتف والإنترنت والجهود المبذولة لإنشاء وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال تتبع المسار التنظيمي والتشريعي لإرساء قواعد قيام التجارة الإلكترونية إلى غاية صدور قانون التجارة الإلكترونية. توصل الباحثين إلى إبراز واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال تطبيق إحدى أساليب قياس التجارة الإلكترونية، وهي الأساليب غير المباشرة وأهمها الهاتف والإنترنت. وكذلك تم التوصل إلى وجود تجارة إلكترونية ناشئة من خلال بعض المواقع التي تمارسها حتى قبل صدور قانون التجارة الإلكترونية.

2- دراسة بورحلة زهرة وبن زيدان حاج بعنوان محاكاة تطبيق التجارة الالكترونية في ظل النمو الاقتصادي لدى عينة من الدول واستشرافها (2014-2023)، تهدف هذه الدراسة للقيام بعملية المحاكاة حول تطبيق التجارة الالكترونية في ظل النمو الاقتصادي لدى عينة من دول واستشرافها خلال الفترة الممتدة ما بين 2014-2023، وللإجابة على إشكالية الدراسة تم إتباع المنهج الاستقرائي وذلك باستخدام كل من الوصف والتحليل وفق ما هو متاح من أدبيات وبحوث وإحصائيات تتعلق بالموضوع لبناء جوانب الدراسة النظرية والتحليلية. تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أبرزها وجودة علاقة ايجابية بين المتغيرين، إذ أن التجارة الالكترونية تؤثر في زيادة التصدير والاستثمار في الأسواق العالمية مما يؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الاجمالي

الفصل الثاني

التمثلات الاجتماعية

تمهيد:

إن فهم الوظائف النفسية الاجتماعية التي ترتبط ارتباطاً عضوياً بمدى فهم مشكلات الناس، ينطلق أساساً من مفهوم التمثلات الاجتماعية الذي يعتبر كموجه أساسي للممارسات الاجتماعية، تلك التمثلات التي تشكل في حد ذاتها "مجموعة تصورات ومقاربات يقوم بها الناس حول معاشهم اليومي وحول معاناتهم اليومية، إلى الحد الذي تعمل فيه على توجيه الممارسات الاجتماعية"، لذلك فإن الفعل في هذه التمثلات، يعني بالضرورة الفعل في الممارسات اليومية. فالأمر يتعلق لدى الباحث بمقاربة "معرفية سلوكية"، متنها النظرة السيكوسوسيولوجية سواء من حيث المفهوم أو من حيث المنهج .

1- تعريف التمثيلات الاجتماعية

-التعريف اللغوي: جاء في لسان العرب لابن منظور "التمثيل يعني مثل له الشيء، أي صورته حتى كأنه ينظر إليه، و أمثله، أي تصوره، ومثلت له تمثيلاً، و تمثيل الشيء بالشيء سواه وشبهه به وحصل مثله و على مثاله ومنه الحديث: رأيت الجنة و النار مُمثلتين في قبلة الجدار أي مصورتين، و يكون تمثيل الشيء بالشيء تشبيهاً به.¹

وترد صيغة الفعل (تَمَثَّلَ) على وزن (تَفَعَّلَ) الذي مصدره تَفَعَّلَ وجمعه (تَمَثَّلَات) فهو ثلاثي مزيد بحرفين، ومن دلالات هذا الوزن المطاوعة والاتخاذ والتكلف، ويأتي معنى التكلف للدلالة على أن الفاعل يعاني حدث الفعل؛ ليحصل له بمعاونة ورغبة.²

أما اصطلاحاً: التمثيلات تستعمل للدلالة على ما نتصوره ونتمثله، وتكون المحتوى المحسوس لفعل التفكير، وخصوصاً لاسترجاع إدراك سابق.³ فالتمثيلات هي مجموع الظواهر الفكرية المشتركة؛ التي ينظم من خلالها الناس حياتهم، وتشكل مكونات جوهرية من أي ثقافة. وقد طرح هذا المصطلح لأول مرة من طرف دوركايم؛ للإشارة إلى واحدة من الحقائق الاجتماعية التي يعنى بها علم الاجتماع، وهي مجموع الأفكار والقيم، والرموز والتوقعات التي تشكل طرق التفكير، والشعور التي تتسم بالعمومية، والديمومة ضمن مجتمع ما، أو مجموعة اجتماعية، والتي تتشاركها باعتبارها خصيصة اجتماعية لها.⁴ أي أن التمثيلات ليست فقط ما يدور في ذهن الفرد من أفكار حالية بل هي ما اكتسبه من الماضي من خبرات وأفكار راسخة في الذهن تضم كل القيم والأفكار المرتبطة بمحيطه.⁵

¹ ابن منظور الأنصاري، لسان العرب، دار النوادر، 1988، صص 437-438

² سليمان فياض، الحقول الدلالية الصرفية للأفعال العربية، دار المريخ للنشر، ط1، الرياض - السعودية، 1990، ص89

³ جان لابلانوش وج ب بوتنليس، معجم مصطلحات التحليل النفسي، تر: مصطفى حجازي، المنظمة العربية للترجمة، ط1، بيروت- لبنان،

1997، ص180

⁴ جان سكوت، المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، تر: محمد عثمان، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط2، بيروت-لبنان، 2009، ص123

⁵ Stone Bonardi et Nicolas Roussiau, Les représentations sociales ; état des lieux et perspectives, édition Pierre Mardaga, Belgique, 2001, p68

2- المقاربات والمدخل المنهجية لدراسة التمثلات:

يمكن استخراج ثلاثة زوايا ومنطلقات كبرى لدراسة موضوع: فالأول ينظر للتمثلات الاجتماعية على أنها أسلوب للتعبير الاجتماعي والثقافي، والثاني يعتبرها كحوصلة للديناميكا والحركية النفس-اجتماعية، في حين أن الثالث يتناولها على أنها شكل من أشكال التفكير الاجتماعي. يؤكد العرض السابق لنشأة و تطور التمثلات الاجتماعية أن هذه الأخيرة تقع ضمن ثلاثة ميادين أو حقول بحثية، هي: الحقل المعرفي، الحقل القيمي، الحقل العملي. وإذا كانت التمثلات الاجتماعية عبارة عن أنظمة تفسير، فهي تلعب دورا هاما في عملية التفاعل الاجتماعي وإقامة و استمرار العلاقات الاجتماعية، وفي نفس الوقت تشكل هذه التمثلات بفعل عديد من العوامل كالجماعات، الأفراد، القيم، المعتقدات المعايير، الأبنية الاجتماعية.¹ ومن أهم هذه المدخل المدخل الانتربولوجي، المدخل الاجتماعي، المدخل النفسي والمدخل النفس-اجتماعي.

2-1- المقاربة الفلسفية:

لقد كان للفلاسفة الألمان قصب السبق في استعمال مفهوم التمثلات لأهداف ابستمولوجية، وكان يشير إلى النشاط العقلي الذي يستحضر العقل من خلاله موضوعا، أو حدثا غائبا بواسطته الصورة التي تعكس الواقع الخارجي كما هو، إذ يقول في هذا الصدد إيمانويل كانط Emmanuel Kant "إن معارفنا تتشكل من مواضيع، ما هي إلا تمثلات، أي أن أفكارنا، ومعارفنا هي نتاج أطر وبنيات ذهنية، كما أن المعرفة النهائية للواقع هي معرفة مستحيلة."²

وقد أشار ابن خلدون لمفهوم التمثل في كتابه المقدمة، حيث يقول في هذا الشأن "إن أسباب التصورات، تصورات أخرى وكل ما يقع في النفس من تصورات فمجهول سببه؛ إذ لا يطلع أحد على مبادئ الأمور النفسانية ولا على ترتيبها، إنما هي أشياء يلقيها الله في الفكر تتبع بعضها بعضا، وإنسان عاجز عن معرفة مبادئها وغاياتها وإنما يحيط علما بالأسباب الظاهرة التي هي طبيعة ظاهرة، وتقع في مداركنا على نظام

¹ Jodelet Denise, Réflexions sur le traitement de la notion de représentation sociale en psychologie sociale, communication, information Médias Théories, volume 6 n2-3, 1984, p22

²Ruano Borbalan J, Une notion clé des sciences humaines, n27, Avril, France, 1993, p16

وترتيب؛ لأن الطبيعة محصورة للنفس، أما التصورات فنطاقها أوسع من النفس، لأنها للعقل الذي هو فوق طور النفس، ولا تكاد النفس تدرك الكثير منها فضلا عن الإحاطة.¹

في حين يربط (كارل ماركس) المبدأ الرئيسي في دراسة الوعي الاجتماعي بالإجابة على السؤال عن العلاقة بين الوعي والوجود، وبين الفكر والطبيعة. وقد صاغ ماركس إجابته على الشكل التالي: ليس وعي البشر هو الذي يحدد وجودهم، بل على العكس يتحدد وعيهم بوجودهم الاجتماعي. ويتعارض المفهوم المثالي مع المفهوم المادي للتاريخ، فالمثاليون يرون أن وعي البشر هو أساس سائر الأحداث الاجتماعية. ويفهمون تحت كلمة وعي (الروح) مرة و(العقل) مرة أخرى، وعي الإنسان الفرد مرة، ومرة أخرى الوعي الاجتماعي.²

2-2- المقاربة الأنثروبولوجية :

لقد اهتم الأنثروبولوجي بدراسة التغير الاجتماعي والثقافي المترتب على التحضر والتحديث، علاوة عن الاهتمام بالثقافات الفرعية والمنبوذين والمهمشين. وإذا كان هذا المدخل يعبر أهمية كبيرة لعمليات الهجرة، النمو، التكيف، فإنه في المقابل يطرح أهمية تكوين التمثلات وتمثلات الآخر، استنادا إلى عناصر ومكونات البيئة التي تتكون من مجموعة من النظم المحددة لنسق القيمة وكيفية إدراك الفرد لما يحيط به، إن أساليب الحياة الثقافية تحدد منظومة التصورات والمعاملات وكيفية النظر إلى الآخر التعامل معه، وكذا الحكم على الأرشيف من ناحيتي السلب والإيجاب، لذا فإن النماذج الثقافية والأساليب النمطية للحياة الاجتماعية تؤثر تأثيرا كبيرا في نظرتنا وتصورنا لمختلف الظواهر مثل ظاهرة أطفال الشارع. أضف إلى ذلك أن ثقافة الجماعة تؤثر في كل جانب من جوانب نمو الفرد وتطوره، واكتساب أساليب الحياة والتعامل مع المحيط وعناصر البيئة بأبعادها المادية واللامادية. وتجدر الإشارة إلى أن هذه العناصر تشكل شخصية الفرد وتصل إلى الإنسان وتوجهه وتحدد مساراته، واستجاباته وردود أفعاله ونظراته إلى الحياة. ومن ثم فإن مضمون التمثلات الاجتماعية يرتبط في جزء كبير منه بالقيم والتقاليد والعادات والرموز.

¹عبد الرحمان ابن خلدون، كتاب العبر ديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر، دار النشر التونسية، الجزء الثاني، تونس، 1987، ص557

²أوليدوف أك، الوعي الاجتماعي، تر: ميشال كيلو، دار ابن خلدون، بيروت-لبنان، د ت، ص ص7-8

إلى جانب تنظيم الحياة، أساليب العيش، بناء الجماعة. فتمثالنا لأطفال الشوارع تختلف من فرد إلى آخر و من جماعة إلى آخر، في ضوء اختلاف المتغيرات الديمغرافية والمؤثرات البيئية وأساليب الحياة الاجتماعية. ومن هنا يبدو جليا، أن المدخل الأنثروبولوجي يقدم تفسيراً لكيفية تشكل وتطور التمثلات الاجتماعية، من مدخل دراسة تطور الفرد، بيئته، ثقافته، انتماءاته، أنماط تكيفه، شبكته العلائقية¹.

ولم تكن الأنثروبولوجيا بالبعيدة عن موضوع التمثلات الاجتماعية، حيث أسهمت بدورها في إثراء هذا الموضوع، وكانت لها بصماتها الواضحة في تشييد المجال المعرفي للتمثلات الاجتماعية. فقد قام رائد البنيوية الأنثروبولوجي (كلود ليفي ستروس Claude Lévi Strauss) بدراسة حول القبائل البدائية بالأمازون في قارة أمريكا، واعتماداً على المنهج البنيوي توصل إلى أن هذه القبائل تحكمها بنية خفية، ومن ثم عمد الباحث إلى الكشف عن هذه البنية الخفية، لأن الظواهر البارزة على السطح لا تمثل الحقيقة، ومن ثم حاول أن يثبت عكس الفكرة القائلة: أن الشعوب والقبائل البدائية عاجزة عن التفكير. وهو بهذا يؤكد على أهمية دراسة التصورات الجماعية انطلاقاً من التصورات الفردية؛ فهذه الأخيرة أقل تعقيداً من التصورات الجماعية، وبالتالي من السهل دراسة ما هو عناصرها، فالتصورات العقلية الفردية هي التي تتحكم في التصورات الجماعية وتسمح لها بالظهور. ومن هنا تتضح وجهة نظر ليفي ستروس، والذي يرى بأن التصورات الفردية هي التي تحدد وتتحكم في التصورات الجماعية، وهو بذلك يختلف تماماً وجهة النظر الدوركايمة².

2-3- المقاربة السوسولوجية :

يشكل هذا المدخل نقطة تقاطع عدد من الهموم الاجتماعية التي ترتبط بالبناء الاجتماعي وما يتضمنه من نظم وأنساق. ولقد ذهب هذا الاتجاه إلى تحليل قضايا الترتب الاجتماعي وتباين المراكز والمكانات، وكذلك أنساق التنشئة الاجتماعية... الخ وإذا كانت التمثلات الاجتماعية ترتبط بالبناء الاجتماعي والفاعلين الاجتماعيين في تشكل أنظمة تفسير تسير علاقاتنا مع العالم ومع الآخرين،

¹ إسماعيل قيرة وآخرون، التمثلات الاجتماعية ومعاناة الفئات الدنيا، دار الهدى، عين مليلة-الجزائر، 2001، ص45

² أحمد جلول ومومن بكوش الجموعي، التصورات الاجتماعية مدخل نظري، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد6، أفريل 2014، ص169

كما توجه وتنظم سلوكياتنا و تعاملاتنا الاجتماعية. إن الانتماء لبيئة محددة و التواصل مع الآخرين يشكل الجسر الذي نعبر من خلاله عما يوجد في بيئتنا، ويمكننا من إدراك ومعرفة مختلف الظواهر.

يتميز إميل دوركايم بين والتمثلات الجماعية التمثلات الفردية، حيث يرى بأن هذه الأخيرة أساسها المشاعر الناتجة عن تفاعل الكثير من خلايا المخ، حيث تمتزج تلك المشاعر لتكون تمثلات فردية، في حين أن التمثلات الجمعية تنتج عن طريق مزج التمثلات الفردية واتحادها، مشددا على دور الوعي الاجتماعي في صياغة الوعي الفردي، منتها إلى القول بأن الغالبية الكبرى من آرائنا وأفكارنا ليست من صنعنا، وإنما تأتينا من الخارج.¹

وبهذا يعتبر إميل دوركايم بأن المجتمع هو النواة الأساسية في التحليل السوسيولوجي، أما الفرد فيعدو مجرد حلقة صغرى تنصهر أنه في إطار محددات الجماعة، وما عليه إلا أن يخضع لها بدون اختيار، فهو لم يختار المجتمع الذي هو موجود قبله أساسا (اسمه، لقبه، أسرته، العادات والتقاليد، القيم والمعايير...) ولذلك يرى دوركايم بأن التمثلات الفردية هي: ضمير كل فرد، خاصة بكل فرد وتموت بموته، كما أنها مختلفة من شخص إلى آخر.²

في حين أن التمثلات الجماعية فهي تخص المجتمع في كليته، ويتقاسمها المجتمع كله (خالدة بخلوده)، كما أنها ثابتة وبنمأى عن أي تغيير. وبهذا يعتبر المجتمع حسب دوركايم هو البؤرة الحقيقية التي يتشكل فيها، وعبرها وعي الأفراد حول موضوعات العالم الخارجي. غير أن هذا الطرح الأحادي للتمثلات من طرف دوركايم، دفع إلى التفكير فيها خصوصا بعد أقول الدراسات حول المفهوم بعد موته، إذ تقول "إن المجهود الدوركايمي عرف تراجعا على الساحة العلمية، وذلك لسببين أولهما: هيمنة المدرسة السلوكية الأمريكية (واتسون Watson) على علم النفس لفترة من الزمن، حيث لم تكن تؤمن إلا بالسلوكيات الظاهرة، والقابلة للملاحظة، أما السبب الثاني فيعود إلى هيمنة الاتجاه الماركسي في فرنسا.³

¹ إميل دوركايم، قواعد المنهج في علم الاجتماع، تر: محمود قاسم والسيد محمد بدوي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية-مصر، 1977، ص54

² فوزية بن ميسية، التمثلات الاجتماعية؛ مقارنة المفهوم في العلوم الاجتماعية، مجلة المعيار، المجلد 25، العدد60، ص686

³ Jodelet Denise, Les représentations sociales, Les presses universitaires de France, Paris, 1^{ère} édition, mars 1989, p5

وبناء على ذلك فإن مفهوم التمثلات يرجع إلى السوسيولوجيا الفرنسية، ويعتبر إميل دوركايم أول من استعمل مفهوم التمثل الجمعي *La représentation collective*، حيث يعتبر أنه لا يمكن فهم التمثلات الفردية دون فهم النسق الاجتماعي والثقافي الذي يكون فيه الأفراد رؤيتهم للعالم، والذي يحكم أنماط تفكيرهم وأساليب عيشهم، ولذلك فتمثلات الأفراد تختلف باختلاف القيم الثقافية التي اكتسبوها من المجتمع وليس فقط وفق استعداداتهم العقلية والجسمية، فالتمثلات حسب هذا التحديد هي تصورات اجتماعية تنتظم وفقها المواقف والسلوكات والأحكام، بحيث تربط ماضي الجماعة بحاضرها، وتعكس آفاق رؤيتها ووعيتها بشروط وجودها.¹

¹ Ferréal Gilles et Jean Pierre Noreck, introduction à la sociologie, Armand Colin, Paris-France, 7^e édition, 2007, p73

وتجدر الإشارة إلى أن دوركايم قد أولى عناية معينة للتمثلات الفردية معتبرا إياها ظاهرة اجتماعية لا تنفصل عن النسق القيمي للمجتمع، فإنه بالمقابل لا يقر بإقحامها في حقل التفسيرات العلمية، فرغم اعترافه بأهميتها على مستوى تشكيل المنظومة الرمزية على مستوى الحياة الاجتماعية، فهي غير قابلة للاستعمال العلمي في حقل الأنثروبولوجيا، والذي يجب تشييده بالمحافظة على المسافة العقلية بين الذات والموضوع وإقصاء الأفكار المسبقة. ولكن بزوغ السوسولوجيا الألمانية على يد ماكس فيبر، قد أضفى مسحة جديدة على الأبحاث السوسولوجية، ويتجلى ذلك في المكانة الخاصة التي أصبح الفاعل الاجتماعي يحظى بها من قبل السوسولوجيين، وهو ما سمح لتمثلات الأفراد بأن تكتسي أحيانا طابعا تفسيريا خاصة بما يتعلق بالفعل الاجتماعي العقلاني.¹

ولأجل ذلك يقول دوركايم بأن التمثلات : هي ذلك التدفق الدائم من صور الحياة تدفع بعضها البعض كتدافع مجرى نهر دائم السيلان، ولا تبقى على حالها. إنها تتغير بتغير الحياة الاجتماعية، وإذا كانت التمثلات شخصية فالفاهيم لا شخصية ومن خلالها تتمكن العقول من التواصل.²

وقد حاول بورديو (Pierre Bourdieu) ملامسة جانب أساسي من التمثلات من خلال إحراز نوع من التوفيق بين الإرثين الوضعي والفهمي، معتبرا أن التمثل الذي يكون عند الأفراد حول وضعهم والطريقة التي يمثلون بها ذلك الوضع يتولد عن منظومة الإدراك والتقدير التي يسميها *habitus* والتي تنتج بدورها عن المكانة التي يحتلها الفاعل الاجتماعي داخل الفضاء الاجتماعي بخيراته المادية والرمزية، "وتختلف التمثلات حسب بورديو Pierre Bourdieu باختلاف شروط الوجود الاجتماعي المتغير الطبقي.³ كما أنها تلعب دورا مهما على مستوى إضفاء المشروعية على الفوارق الاجتماعية، وتجدر الإشارة أن ما يشكل نقطة تقاطع بين التصور الدوركهايمي والبوردوي هو التأكيد على الطابع الاجتماعي للتمثلات الفردية ودورها في توجيه الحياة الاجتماعية والفردية.

¹ Ibid, p73

²فتيحة الهكار، تمثلات التلميذ للفلسفة، مجلة علوم التربية، العدد 20، ص 31

³ Pierre Bourdieu, La raison pratique, sur la théorie de l'action, 1994

أما الفكر الماركسي فيرى بأن العالم الاجتماعي هو المسؤول عن إنتاج الأفكار، وبذل فالمجتمع هو الذي ينتج الثقافة والأفكار، وليست هذه الأخيرة هي المسؤولة عن إنتاج المجتمع، فالبنية التحتية (المادية) هي التي تحدد البنية الفوقية (الثقافة، الأفكار، التمثلات)، وبما أن هذه الأخيرة محكومة بقوى خارجة عنها؛ فإنها لا تملك استقلالاً ذاتياً.¹

2-4- المقاربة النفسية (البيكولوجية):

يستند هذا المدخل إلى أطروحتين أساسيتين، تتعلق أولاهما بتحديد سلوك الشخص عن طريق الدوافع الداخلية، أما ثانيهما فترتبط بالتحكم في السلوك المدرك من خلال الاتجاه العام حيال سلوك ما، المعايير الذاتية، التحكم المدرك، إن أسلوب الحياة وما يرتبط به من سلوكيات وممارسات فردية. تنتج أفعالاً ومواقف ذاتية تعبر عن علاقة الفرد بالظاهرة من منطلق الذاتية، أي إضفاء الطابع الذاتي على التصور وتفسيره حسب ما يفهم الفرد وما يضيفي عليه من دلالة ومعنى إن التأمل الباطني والتحليل الخارجي لمسألة التصورات يقود إلى دراسة معتقدات الشخص تجاه الظواهر المعنية في ضوء تحليل وتجسيد، دون إهمال أهمية الأحاسيس المشاعر، التفاعلات في تشكيل التمثلات الاجتماعية. وعلى العموم، يركز المدخل النفسي على تحديد مقومات وخصائص الظاهرة التنشئة، الاستجابات الوسط، الصراع، العلاقة بالوسط الاجتماعي... الخ.

وتأسيساً عما سبق، يتضح أن مسألة التمثلات تحكمها العديد من العوامل التي يمكن حصر أبعادها في ثلاثة، وهي: البعد الفردي، بعد الجماعة، بعد المجتمع. و من الواضح أن هذه الأبعاد الثلاثة تشكل تصوراتنا الاجتماعية و النفسية.² وفي المقابل، نجد التمثلات النفسية للظواهر المختلفة تنبع من البيئة الضيقة والمغلقة للفرد، و تتحكم فيها القيم والعادات.

في حين ينظر (جان بياجيه) إلى التمثلات من جانب نمائي معرفي؛ وقد استخدمه في أعماله؛ ليدل على التصورات الفكرية التي تتكون لدى الذات عن الموضوع حول خلال تفاعلها المستمر، فهذه التمثلات تنمو بالأساس مع نمو جهازه النفسي والاجتماعي من خلال علاقته بالمحيط، وعرفه على أنه: "الاستحضار الذهني

¹عبد الغاني عماد، سوسيوولوجيا الهوية جدليات الوعي والتفكيك وإعادة البناء، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت-لبنان، 2017،

ص32

²إسماعيل قيرة وأخرون، مرجع سابق، ص48

للأشياء والمواضيع الغائبة وإما إكمال المعرفة الإدراكية لأشياء حاضرة أمامنا بالرجوع إلى أشياء غير حاضرة في تلك اللحظة.¹

كما يرى (جان بياجيه): أن التمثل هو المکانيزم الذهني الذي يسمح ببناء الصورة الذهنية وهذا يخص إرجاع إلى الحاضر ما هو من الماضي كفكره أو موضوع أو حادثة معينة والتمثل يعد الممثل الرئيسي للموضوع الذي أعيد بناؤه رمزياً.²

2-5- المقاربة النفسو-اجتماعية psychosociale :

يقول موسكوفيتشي بأن من بين العوامل التي تتدخل وتسهم في بلورة التمثيلات، هي سيرورة التفاعل الاجتماعي والأنماط الثقافية، وهذا ما يؤدي إلى صياغة دور التمثيلات الاجتماعية في تحديد السلوكيات. فالتمثيلات الاجتماعية متواجدة على مستوى السياقات الاجتماعية الفعلية أو على مستوى المجموعات المتضمنة في البنية الاجتماعية، وانطلاقاً من هذه التكوينات المتنوعة. فالدراسات تركز على علاقة الأهداف المثمنة اجتماعياً، والتي توجد في قلب صراعات الأفكار والقيم والتي من خلالها تقوم مختلف المجموعات الاجتماعية بتعريف وتحديد خصوصياتها.³

ويعرفها بيار مانوني Mannoni Pierre في كتابه التمثيلات الاجتماعية: على أنها قاعدة حياتنا النفسية، وهي أيضاً العناصر الأساسية لمعارفنا، ولعرفتنا المتعلقة بالحس المشترك، يسهل علينا استدعاؤها بطريقة عفوية للتوقع في المحيط المادي، ذلك أن توقعها بين النفسي والاجتماعي، يجعلها متجذرة في قلب النظام الاجتماعي.⁴

ويمكن أن ننظر التمثيلات على أنها أمكنة للوقائع والأحداث، كم أنها تجسيد للإيديولوجيا المشاركة لها. ومن أمثلة ذلك عندما تمارس هذه الآخيرة، أي الإيديولوجيا بطريقة لا شعورية ولا يمكن العثور عليها إلا

¹ أمل البكري ونادية العجور، علم النفس المدرسي، المعتز للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص46

² Piaget Jean, La représentation du monde chez l'enfant, presses universitaires françaises, Paris – France, 1967, p68

³ Jodelet Denise, Réflexions sur le traitement de la notion de représentation sociale en psychologie sociale, Op Cit, p17

⁴ Pierre Mannoni, Les représentations sociales, que sais-je, presses universitaires françaises, 6édition, Paris France, 2006, p4

بعض أعراضها. أو عندما نتناول الإيديولوجيا بصفة عامة كعنصر مجرد غير قابل للتناول إلا في إطار بنيته الإنتاجية وتمثاتها. فما ينطبق على الإيديولوجيا يمكنه أن ينطبق على مفاهيم أخرى أو على قطاعات أخرى للبحث في مجال التمثلات الاجتماعية، ومن ضمن ذلك اللا شعور، التخيل الفردي أو الاجتماعي، الأنظمة والأنساق السيميولوجية والأنظمة التصنيفية والتنميطية... إلخ.¹

أي أن التمثلات ليست فقط ما يدور في ذهن الفرد من أفكار حالية بل هي ما اكتسبه من الماضي من خبرات وأفكار راسخة في الذهن تضم كل القيم والأفكار المرتبطة بمحيطه.² ومما سبق الإشارة إليه نجد أن النظرة إلى التمثلات قد تباينت حسب كل علم، ففي مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية مما يدل على أن مفهوم التمثلات الاجتماعية مفهوم معقد نظرا لاشتماله على عديد العناصر المتداخلة والمساهمة في تكوينه والتي هي نظام معرفي حول موضوع ما يمكن أن يتمثل وفق اتجاه فلسفي بالتركيز على مفهوم الإدراك كما يمكن أن يأخذ بالبعد النفسي المعرفي ونستند بذلك إلى التحليل البياجي في النمو المعرفي من خلال العمليات التمثيلية، أو نتعداه ليشمل إلى جانب التمثل الفردي التمثلات الذهنية والحسية عند دوركايم، وتتطور النظرة حسب موسكو فيسي لتجمع ما بين ما هو فردي وجماعي في مفهوم "التمثلات الاجتماعية" لتكن المعرفة التي تنشأ من قيم وأفكار وآراء واتجاهات الأفراد مشتركة بين جماعات من المجتمع.

¹ Jodelet Denise, Réflexions sur le traitement de la notion de représentation sociale en psychologie sociale, Op Cit, p21

² Stone Bonardi et Nicolas Roussiau, Op Cit, p68

3- المفاهيم المرتبطة بالتمثل .

المفاهيم المرتبطة بالتمثل: الرأي، الاعتقاد، الإدراك، التفكير، التعليم.

3-1- التمثل والرأي :

الرأي هو استجابة لفظية واضحة قابلة للقياس والملاحظة إذ يرى عبد الرحمان العيسوي " أن الرأي هو يعتنقه الفرد لمدة محددة، وغالبا ما يعبر رأي الفرد على ما يجب أن يكون عليه الوضع وليس ما هو كائن فعلا والآراء قابلة للتغير مثل: الاتجاهات، إلا أن ذلك يختلف، فالإتجاه يتعرض للتغير بدرجة أقل عمقا ". أما التمثل فأشمل من الرأي ، كون أن الرأي خاص بالفرد، ولا يعطيه خاصيته لأنه يعتنقه لمدة محدودة فضلا عن قابليته للتغير، في حين أن التمثل يتميز بنوع من الثبات ويحمل مميزات الجماعة أما (موسكوفيشي Moscovici) يشير إلى أن: "التمثل هو جمعنا لآراء¹.

3-2- التمثل والاعتقاد :

الإعتقاد هو فرضية ثابتة أو إقتناع متعلق بالمرجعية الاجتماعية، بأهداف الحياة وبالوسائل المقصودة للوصول إلى الهدف المبتغى، كما هو متعلق أيضا بتصنيف السلوكيات الإنسانية.

3-3- التمثل والإدراك :

فالإدراك عملية تمييز المنبهات التي تتأثر الحواس - الاعتيادية المعروفة- وتفسير معني تلك المنبهات. والإدراك هو يتخلل عملية الحواس فيظهر أثره في السلوك وليس مجرد إستنساخ ما في البيئة من منبهات، وإنما هي عملية معقدة يؤديها الدماغ". أي أن الإدراك عملية يقوم الفرد من خلاله بتفسير المثيرات الحية وصياغتها في صورة يمكن فهمها عن طريق الدماغ الذي يقوم بالتصنيف، والتعليل والتفسير بطبيعة المنبهات باستقبال الذهن لصور الأشياء المدركة كما تبدو لنا وكما تنقلها الحواس.²

¹بن عودة نصر الدين وميلود حسين أحمد، دراسة سوسولوجية للتمثلات الاجتماعية، دفاتر البحوث العلمية، المجلد 11، العدد2، 2023، ص 978-997

²عبد العالي الجسماني، سيكولوجية المراهقة والطفولة، الدار العربية للعلوم، ط1، بيروت-لبنان، 1994، ص27

في حين نجد أن التصور هو الوسيط الذي يجمع بين النشاط الإدراكي والفكري 'كما يقول (dwik) التمثلات تقود الادراكات التي بدو رها تنشئ التصورات". وحسب (herzlich) فإنه: "لا يظهر محتوى التمثل كمعني إدراكي إلا إذا ظهر على المستوى المادي". أي أن التمثل يسمح لنا بإدراك المواضيع المحيطية بنا وجعلها في العالم المادي الملموس.¹

3-4- التمثل والتفكير :

يعرف التفكير أحيانا بأنه سلوك رمزي، وذلك لأن التفكير يتناول ما يرمز للأشياء الكائنة في البيئة فيعطيه مدلولاتها الخاصة. والرمز هو ما يعوض عن شيء مألوف لدى الإنسان في معظم الأحيان، فالتفكير أساسا قدرة عقلية تستخلص من استخدام الأفكار والآراء المتصلة بخبرة الفرد الماضية.²

3-5- التمثل والتعليم :

لقد تحدث ميشال جيلي عن التمثلات حيث اعتبرها بمثابة الشريك الحقيقي للعملية التعليمية معتمدا في ذلك على الصورة التي يشكلها المعلمون حول المتعلمين مبرزا إياها بأنها مهنية ما دامت ترتبط بالأهداف والطرائق التي تتبناها المؤسسة التعليمية، كما تحدث عن صورة المعلمين اتجاه المتعلمين فخلص إلى أن هذه الصورة تحدد لها طبيعة العلاقات فيما بينهم حيث مهدت هذه الفكرة التي ناقشها ميشال السبيل للتصورات بالدخول إلى حجرات الدراسة إذا اعتبرنا الفوج الدراسي وسيلة ييداغوجية تتبلور ضمن أفراد المعرفة بواسطة التمثلات مادام التعليم صار يعتمد على الوضعية التعليمية أي وضعية المشكلة.³

4- النواة المركزية:

في سنة 1976 اقترح (ج.ك. أبريك) نظرية النواة المركزية في قوله: "التمثل الاجتماعي هو مجموعة منظمة من المعلومات، المعتقدات، الآراء والاتجاهات تشكل نظاما معرفيا اجتماعيا مركبا من

¹عامر نورة، التمثلات الاجتماعية للعنف الرمزي من خلال الكتابات الجدرانية، مذكرة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة منتوري قسنطينة، 2005، ص55

²عبد العالي الجسماني، مرجع سابق، ص32

³بن عودة نصر الدين وميلود حسين أحمد ، مرجع سابق، ص985

نظامين متفاعلين فيما بينهما نظام مركزي (نواة مركزية) ونظام محيطي (عناصر محيطية). فالنظام المركزي له أصل اجتماعي يرتبط بالظروف التاريخية، القيم والمعايير، أما النظام المحيطي فيرتبط بالمحددات الفردية والسياقية وإدماج التجارب اليومية للأفراد¹.

إن تناول موضوع تنظيم التمثلات الاجتماعية يأخذنا ويحيلنا حتما إلى نظرية النواة المركزية لـ (ج.ك. أبريك) في دراساته (1976-1987-1994)، حيث ينطلق من فرضية أن التمثل هو مجموعة منظمة من العناصر المحيطية حول النواة المركزية وهي عناصر تعطي التمثل معناه من خلال تزاوج النظامين: النظام المركزي والنظام المحيطي. فالنسق المركزي (النواة المركزية) يشكل القاعدة المشتركة للتمثلات الاجتماعية فهو يعمل على الإجماع وبواسطته يتم تجانس الجماعة، كذلك يتصف بالاستقرار والتجانس ويقاوم التغييرات المختلفة، والنواة المركزية تشكل قاعدة ثابتة ومستقرة تشكل حولها التمثلات الاجتماعية².

4-1- وظائف النواة المركزية:

- الوظيفة التنشئية: النواة هي العنصر الذي ينشئ العناصر الأخرى ويحدد لها المعنى والقيمة .
- الوظيفة التنظيمية: النواة هي التي تحدد طبيعة العلاقات التي تربط بين مختلف عناصر التمثل .
- الوظيفة الاستمرارية: النواة هي العنصر الذي يضمن إتحاد العناصر و استقرارها ومقاومتها للتغيير.

إن المقاربة البنوية للتمثلات الاجتماعية مبنية على نظرية النواة المركزية التي تركز على اتفاق الآراء بين أفراد أو مجموعة إزاء موضوع معين. أما مقاربة مدرسة جنيف فتعارض مع هذا

¹ Abric J C, L'approche structurale des représentations, Développement récents, psychologie et société, Méthode des sciences humaines, presses universitaire française, Paris -France, 2001, p82

²صفية بوداني، التصورات الاجتماعية لمهنة البناء في نظر المتربصين بمهن أخرى في مركز التكوين المهني بولاية عين الدفلى، رسالة دكتوراة في علم النفس الاجتماعي، جامعة الجزائر، 2016، ص71

الطرح لاعتبارها أن التمثلات الاجتماعية هي جملة من المبادئ المنظمة تنشأ نتيجة اتخاذ المواقف الفردية، وهذه الفكرة مستمدة من نظرية موسكوفيسي¹.

4-2- سيرورة وعوامل تفعيل المنطقة الصامتة:

إن عناصر النواة المركزية تنتظم في تسلسل تراتبي، بعض العناصر تستعمل أكثر مما تستعمل عناصر أخرى، لتحديد معنى الموضوع أو الممارسات ب اعتبار أن عناصر النواة المركزية لها قابلية التفعيل على حسب العناصر الأخرى، أين يلعب العنصر دوراً أساسياً في بنية التمثل كلما كانت درجة نشاطه أكثر من السياق الاجتماعي.

و هذا ما يطرح فكرة وجود عناصر غير نشيطة أو " نائمة"، ومناطق من المجال " صامتة". وذلك نتيجة الضغط الاجتماعي.²

4-3- العناصر المقنعة أو المنطقة الصامتة:

يعتبر (ج.ك. أبريك) أن المنطقة الصامتة تشتمل على عدة عناصر معيارية للنواة المركزية. " المنطقة الصامتة هي الوجه الخفي، و غير المصرح به للتمثل، وبمعنى آخر فهي الجزء غير الشرعي في التمثل " المنطقة الصامتة هي مجموعة جزئية من المعارف لا يعبر عنها الأفراد في ظروف طبيعية وللتعرف على هذه المنطقة من التمثل، و تسهيل عملية التعبير عنها فلا بد من تخفيف الضغط المعياري.³

4-4- العناصر المحيطة:

إن النظام المحيطي يتمركز بين النظام المركزي والوضعية الملموسة حيث التمثل، وقد عرفه (ج.ك. أبريك) العناصر المحيطة تمد النواة المركزية بالمعلومات الخاصة بموضوع التمثل، و ما يتضمنه من قوانين

¹ Moscovici Serge, psychanalyse son image et son public, presses universitaires françaises, Paris – France, 1967, p26

² Abric J C, Op Cit, p87

³ Ibid, p48

ومعتقدات اجتماعية. فالعناصر المحيطة هي الجانب الظاهر من التمثل، يمكن التعرف عليه وملاحظته. وأن النظام المركزي معياري بينما النظام المحيطي وظيفي، بفضلله يمكن ترسيخ التمثل في الواقع.¹

4-5-وظائف العناصر المحيطة:

وللعناصر المحيطة ثلاثة وظائف :

أ-وظيفة التحقيق: يعتبر ج. ك. أبريك أن وظيفة التحقيق هي من أهم وظائف النظام المحيطي إذ يقول إن العناصر المحيطة مرتبطة بالسياق الاجتماعي الذي توجد فيه، وهي نتيجة ترسيخ التمثل في الواقع باستعمال كلمات حقيقية ملموسة، من السهل فهمها وتداولها، كما أنها تدمج عناصر من المحيط حيث التمثل، وتعبر عن حاضر و الواقع مع اش للأفراد.²

ب-وظيفة الدفاع: قوم النظام المحيطي بلعب أدوار دفاعية عن التمثل، حيث تقاوم النواة المركزية كل تغيير، و تعمل العناصر المحيطة على عدم وقوع هذا التغير،فتتغير هي دون أي مساس بالنواة المركزية. فالعناصر المحيطة تقوم بدور حماية النواة المركزية وتعمل كمانع للصدمات يحمي الأجزاء المهمة في السيارة عند الضرورة ومع ذلك فالعناصر المحيطة لا تتعرض إلى تغيرات وتشوهات وتحولات، فدورها يحول دون وقوع أي تعديل في المعنى المركزي للتمثل.

ج-وظيفة التعديل: العناصر المحيطة هي الأكثر مرونة من العناصر المركزية،فلذلك فهي تسمح وتتيح للتمثلات التكيف وال تأقلم مع التطورات التي تحدث في السياق الاجتماعي و استيعاب المعلومات الجديدة المدججة،هذه الوظيفة تجعلنا نستنتج وجود جانب متحرك نشيط ومتطور للتمثل الاجتماعي.³

¹ Ibid, p74

² Abric J C, L'organisation interne des représentations sociales systèmes centrales et systèmes périphériques, Guimelli, Paris-France, 1994, p25

³ Ibid, p25

4-6--المخططات الشرطية للمحيط:

أن التمثل يحتوي على نوعين من المخططات أهمها العناصر المحيطية التي هي مخططات منظمة حول النواة المركزية، تتضمن طريقة فورية، و آنية لعمل ونشاط التمثل، ووسيلة لحل شفرة الوضعيات أو قراءتها مشكلة بذلك أداة لتوجيه السلوكيات، ولها ثلاث وظائف :

-تحديد الاختلافات الفردية .

-صياغة الاختلافات الفردية .

-حماية النواة في حالة وجود تهديد.

وحدا (أبريك) حذو موسكوفيسي بخصوص مفهوم النواة الصورية في دراسته لتمثل موضوع التحليل النفسي، وحسب موسكوفيسي دائما نواة تتكون نتيجة سيرورة التوضيح."نواة بسيطة، مادية، صورية ومنسجمة، مرتبطة بنظام القيم المرجعية للفرد، تحمل سمة الثقافة والمعايير الاجتماعية.¹

5-مدارس التمثلات الاجتماعية:

5-1--مدرسة جنييف:

تنطلق هذه المدرسة من فكرة أن للتمثلات الاجتماعية نواة وهي المحرك الأساسي لاتخاذ أي موقف اتجاه وضعية أو موضوع معين مرتبط ب انتماء الفرد أو الجماعة. هذه المبادئ ، الأساسيات أو النواة المحركة تسمح بالربط بين الديناميكية الاجتماعية وديناميكية معرفة الفرد ،أما عن اتخاذ المواقف ف يحدث من خلال جملة من التبادلات والنقاشات حول موضوع معرفي له أهمية اجتماعية ".إن التمثلات الاجتماعية تظهر من خلال المواقف التي يتخذها الأفراد ومن خلال نقاط استدلال مشتركة رمزية ومنظمة بطرق متغيرة حسب كيفية تدخلها في مختلف العلاقات الاجتماعية.²

فالتمثلات ما هي إلا شكل فريد من التفكير الرمزي، مكون من صور ملموسة ومجموعة من الارتباطات الرمزية التي ترسم معنى عام وواسع لهذه الصور الواقعية .وهي أشكال ديناميكية ذات طابع

¹ Ibid, p21

² Doise Willem, Représentations sociales : définition d'un concept, Dumas, Paris –France, 1985, p45

متحرك وانتقالي، تناسب بسهولة وببساطة رابطة بين الحياة المجردة للمعرفة ومعتقدات الأفراد. التمثلات هي في حقيقة الأمر معرفة مشتركة تساهم في تشكيل وصياغة إتخاذ المواقف والإتجاهات ورفع التحديات، الشيء الذي أعطى دفعا لدراسة التمثلات من الناحية الرمزية بمعنى تحليل المتغيرات والتنوع في مجال التمثلات الاجتماعية.¹

5-2- مدرسة إكسواز L'école aixoise:

اهتمت هذه المدرسة بوصف مضمون وبنية التمثلات والتغيرات التي تطرأ عليها حسب المحيط النسقي الذي توجد فيه. فالتمثلات الاجتماعية هي مجموعة متكونة من عناصر وعلاقات، ومن بين هذه العناصر ما هو مركزي ومحيطي محددًا لطبيعة الموضوع بالإضافة إلى علاقة الأفراد مع هذا الموضوع. وأما بالنسبة للعناصر المركزية فهي العناصر الأكثر استقرارًا للتمثلات بحيث تشكل ما يعرف بالنواة المركزية والتي لها وظيفتان أساسيتان:

-الوظيفة المنشئة: والتي من خلالها يتم نشوء وتحول معنى العناصر المكونة للتمثل الشيء الذي يكسبها قيمة ومعنى.

-الوظيفة التنظيمية: محددة لنوعية وشكل الارتباطات التي تجمع بين مختلف عناصر أما التمثل، باعتبارها العنصر المركزي الموحد والمثبت للتمثل، فبفضله ومن خلاله تنتظم بنية التمثل ويكتمل شكله، مكونة بذلك ما يعرف بالعناصر المحيطية أو النظام المحيطي الذي يقوم بدور ترسيخ التمثل في الواقع اليومي للأفراد والجماعات. و يتميز هذا الجزء بنشاط كبير، ومع ذلك فهو الأكثر سهولة لتحديده والتعرف عليه و أن مسالة بعد المسافة أو قربها من النواة المركزية تساهم في شرح وتفسير هذا المعنى.²

والحقيقة أن ما يميز مفهوم التمثلات الاجتماعية هو كونها توجد في مفترق الطرق بين العديد من العلوم الاجتماعية ثم ارتباطها بالعديد من المفاهيم المحيطية (périphérique notions) وتعدد مستوياتها،

¹ Doise W et Clemence A, Représentations sociales et analyse de données, presses universitaires de Grenoble, Grenoble –France, 1992, p 99-100

² Abric J C, L'organisation interne des représentations sociales systèmes centrales et systèmes périphériques, Op Cit, p20

“فما يسمى بالأحكام المسبقة (préjuges)، والصور (images)، والتمثيل الاجتماعي (imaginaire) (social)، والنمطيات، (stéréotypes)، والمواقف (attitudes) يتداخل بشكل أو بآخر مع مصطلح التمثلات الاجتماعية، ويعتقد دويس (Willem Doise) بأن هذه العناصر تختلف فيما بينها من حيث شروط إنتاجها، وهذا يدعو الباحثين إلى توخي الحذر من أجل تفادي الخلط بين هذه المفاهيم على المستوى النظري والمنهجي، “غير أن الأدبيات التي تتناول الموضوع غالباً ما تميل إلى اعتبار هذه المفاهيم المحيطة كمنتوج للتمثلات الاجتماعية تارة أو كعناصرها البنيوية تارة أخرى. وغالباً ما يفسر هذا الوضع الذي يتعايش فيه النفسي والاجتماعي والثقافي، صعوبة إيجاد تعريف، لمسألة التمثلات الاجتماعية.

خلاصة

التمثلات الاجتماعية تشكل جزءاً لا يتجزأ من كيفية تفاعل الأفراد والمجتمعات مع واقعهم، وتقديم تفسيراتهم واستجاباتهم تجاه مختلف الظواهر. تُعد هذه التمثلات بمثابة النظم المعرفية التي تساعد الأفراد على فهم العالم من حولهم، وتصنيف المعلومات، وتبسيط التعقيدات، وتوجيه سلوكياتهم وتفاعلاتهم الاجتماعية.

الفصل الثالث

التجارة الإلكترونية

تمهيد:

تعتبر التجارة الإلكترونية من أسرع القطاعات نمواً في الاقتصاد العالمي، ومن المتوقع أن يتزايد دورها في المستقبل القريب، لما لها من تأثير فعال على أداء المؤسسات وقدرتها التنافسية. باعتبارها واحدة من أهم تقنيات الاتصال الحديثة، ساهمت شبكة الإنترنت بشكل كبير في تحفيز نمو التجارة الإلكترونية حول العالم. ولذلك أدركت الدول المتقدمة أهمية التجارة الإلكترونية كمجال خصب أو عامل مؤثراً في نمو اقتصادياتها. تتجه الاقتصاديات والبيئات والمنظمات نحو الاقتصاد الرقمي القائم على الإنترنت والتجارة الإلكترونية. ولم يكن هذا ممكناً لولا التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات ومعدات الاتصالات، لقد ساهم تطور تكنولوجيا المعلومات ومعدات الاتصالات بشكل فعال في التحول من الاقتصاد الحقيقي الذي يهتم بحركة السلع والخدمات إلى اقتصاد رمزي قائم على المعرفة، يهتم بحركة رؤوس الأموال، بما في ذلك تغيرات أسعار الفائدة وتدفقات الائتمان.

1- ماهية التجارة الإلكترونية

لم يكن ظهور التجارة الإلكترونية مفاجئاً، بل كان نتيجة لمراحل متعددة مرت بها ثورة الاتصالات والمعلومات، خاصة بعد أن أصبحت شبكة الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات متاحة للعالم....

1-2- تاريخ التجارة الإلكترونية

لقد تم تطبيق مفهوم التجارة الإلكترونية لأول مرة في أوائل السبعينيات من القرن الماضي من خلال عملية نقل الأموال النقدية (TFE) إلكترونياً من مؤسسة إلى أخرى، ولكن هذه الطريقة كانت مقتصرة على المؤسسات المالية والشركات الكبرى إلى أن تم توسيع المفهوم ليشمل عملية نقل وإرسال الوثائق إلكترونياً لم يكن الأمر كذلك حتى (EDI)؛ واعتباراً من عام 1995 فصاعداً، أصبح لمعظم المؤسسات الكبيرة والمتوسطة الحجم مواقع إلكترونية؛ وفي عام 1999، تم توسيع نطاق التجارة الإلكترونية من مؤسسات الأعمال إلى مؤسسات المستهلكين؛ وفي عام 2001، تم توسيع نطاقها لتشمل مؤسسات الأعمال لموظفي هذه الشركات؛ كما ظهرت مفاهيم جديدة مثل "التعليم عن بعد" و"الحكومة الإلكترونية"¹.

كما ظهرت مفاهيم جديدة مثل "الحكومة الإلكترونية"، عندما مهدت منصات التواصل الاجتماعي الطريق للتجارة الاجتماعية القائمة على شبكة الإنترنت، تغيرت التجارة الإلكترونية مرة أخرى وتحولت المزيد من الطاقة إلى المستهلك، وأدى ذلك إلى توحيد الصناعة ونموذج أعمال متعدد القنوات أكثر استدامة وكفاءة مع وجود علامة تجارية قوية، e كان إطلاق هاتف آيفون من شركة آبل في عام 2007 بمثابة تغيير قواعد اللعبة بالنسبة لاستراتيجيات البيع بالتجزئة متعدد القنوات مع التجارة عبر الهاتف المحمول والقنوات المتعددة القنوات أو القنوات الوسيطة. وبناء على ذلك، أدخلت سلسلة متاجر جون لويس نموذج النقر والاستلام في عام 2008، وبدأ تجار التجزئة في استخدام خدمات وسائل التواصل الاجتماعي. وفي الآونة الأخيرة، استمرت مبيعات التجارة الإلكترونية العالمية في النمو، حيث وصلت إلى تريليون دولار أمريكي في عام 2012، ويرجع ذلك جزئياً إلى المنافسة العالمية من الصين مثل علي بابا.²

¹ شهرزاد عبيدي، الانترنت والتجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية، أطروحة دكتوراه، علو تجارية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر-باتنة، 2015، ص71.

² بوعافية الرشيد، دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، المحلة الجزائرية للإقتصاد والمالية، العدد 02، ديسمبر، 2020، ص 58.

1-3- تعريف التجارة الإلكترونية:

هي مفهوم شاع مؤخراً بشكل ملفت يتكون من جزأين وهما "التجارة" و"الإلكترونية":
ويمكننا أن نعرف التجارة" على العموم يشير مصطلح "التجارة" إلى تبادل السلع والخدمات من خلال وسيط، وقد تطور هذا الوسيط عبر مراحل طويلة عديدة، وبلغت ذروتها في النقود كما نعرفها اليوم".¹
إن إضافة صفة "إلكتروني" إلى كلمة "تجارة" تعني أن هناك تطورات مهمة فيما يتعلق بكيفية إجراء هذا النوع من المعاملات. وذلك لأنها تتم الآن باستخدام مجموعة واسعة ومتنوعة من الوسائل الإلكترونية التي تتطور باستمرار، من استخدام الهاتف إلى الإنترنت والهواتف المحمولة، وغيرها من الوسائل التي قد تطرأ نتيجة للتقدم.

وتعرف التجارة الإلكترونية: هي نوع من أنواع التبادل تجارة جزئياً، بمعنى أن تبادل البيانات والمعلومات والمفاوضات والعقود تتم إلكترونياً، بينما تتم العمليات الأخرى (مثل التسليم والدفع) بالوسائل التقليدية.²
كما يمكن أن تكون التجارة الإلكترونية إلكترونية بالكامل، مما يعني أن جميع مراحل المعاملة تتم بالوسائل الإلكترونية. فبدءاً من الإعلان عن السلع والخدمات ومواصفاتها وأسعارها وعرضها وتقديمها، يختار العميل وهو في منزله أو مكتبه أياً من عدد من الأسواق وأياً من آلاف المنتجات المعروضة، استناداً إلى كتالوج رقمي، ويقرر الشراء ويتعاقد إلكترونياً ويحصل على ما يريد عن طريق الدفع الإلكتروني ويدفع قيمة ما يحصل عليه، وأخيراً، يتم التسليم إلكترونياً، حسب طبيعة البضاعة المتعاقد عليها، مثل الكتب والمجلات العلمية والاستشارات في أي مجال، إلخ.³

ومن خلال التعريفات المختلفة يمكننا أن نقدم تعريفاً للتجارة الإلكترونية: "تبادل السلع أو الخدمات من خلال وسيط إلكتروني أو وسيط إلكتروني وتشير بصفة عامة إلى بيع البضائع عبر شبكة الإنترنت الدولية وتحميل البرامج الإلكترونية".

¹ أسامة المجذوب، الجات ومصر والبلدان العربية من هافان إلى مراكش، الدار المصرية ، ط1، لبنان، 1991، ص 11.

² زين يوسف، أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة الداخلية في المصارف، أطروحة دكتوراه، في العلوم التجارية، قسم المحاسبة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2013/2014، ص93.

³ محمد صالح جداية وسناء جودت، التجارة الإلكترونية، ط2، دار الحامد، عمان، 2012، ص 22.

1-4- خصائص التجارة الإلكترونية

تغطي التجارة الإلكترونية بخصائص ومميزات تميزها عن التجارة التقليدية فهي تعتمد على وجود وسيط إلكتروني يجعل عملية التبادل خاضع للمنطق الافتراضي ما يجعلنا نرصد خاصيتين مهمتين تتميز بهما التجارة الإلكترونية وهي كالآتي:

1. الطبيعة العالمية للتجارة الإلكترونية:

تتسم أنشطة التجارة الإلكترونية بطابع عالمي ولا تعترف بالحدود الجغرافية أو المكانية، فالشركة التي تعرض السلع أو الخدمات على الإنترنت لا تعني بالضرورة أن يكون لها وجود في منطقة جغرافية معينة،— فمن خلال إنشاء موقع إلكتروني، يمكن حتى لصاحب شركة صغيرة أن يخترق الأسواق ومستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم. ومن مساوئ هذه الميزة أنه في حالة السلع والخدمات المعروضة على الإنترنت، أي السلع غير الملموسة، من الصعب فرض رسوم جمركية عليها.¹

2. الطبيعة التطلعية للتجارة الإلكترونية:

في التجارة الإلكترونية، تعرض السلع والخدمات، مثل الموسيقى والأقراص المدججة وأشرطة الفيديو والأقراص التي تحتوي على برامج حاسوبية ومعلومات ودروس وغيرها من السلع والخدمات التي تعرض بشكل تقليدي وعبر الإنترنت على حد سواء، بحيث تصبح الفروق في توزيع الوسائل المادية بين المؤسسات الكبيرة والصغيرة أقل وضوحاً وتوحيداً وهذا يخلق صعوبات بالنسبة للضرائب، حيث يصبح توزيع السلع والخدمات أقل اتساقاً وتوحيداً لفرض الضرائب على السلع والخدمات، إذا كانت سلعا وخدمات تجر هذه الخاصية المؤسسات على إعادة التنظيم للتعامل مع التغيرات التي أحدثتها ممارسة التجارة الإلكترونية.²

¹ اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، تسهيل التجارة والتجارة الإلكترونية، النسخة المعربة عن التقرير السنوي للأمم المتحدة، 2001، ص 10.

² أيمن النحراوي، لوجستيات التجارة الدولية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2009، ص 130.

2- أساسيات التجارة الإلكترونية

2-1- أشكال التجارة الإلكترونية

في هذا السياق تعدد أشكال التجارة الإلكترونية، إلا أن التصنيف الأكثر شيوعاً يكون حسب الأطراف المشاركة في استخدامها، وهنا اعتمدنا معيار الغرض من التبادل الإلكتروني بين الأطراف وصنفناها على النحو التالي:¹

التجارة الإلكترونية بين الشركات (B2B).

ويشمل هذا الشكل استخدام شبكات الشركات في جميع أطر التبادل بين الشركات والأعمال، بما في ذلك إعداد الطلبات واستلام الفواتير وطرق الدفع وإنشاء العقود التجارية، ويعتبر من أكثر أشكال التبادل انتشاراً.

التجارة الإلكترونية بين منظمات الأعمال والمستهلكين (B2C)

شهد هذا الشكل نمواً واتساعاً كبيراً مع انتشار الواسع للإنترنت عبر العالم، من خلال انتشار مواقع تجارية إلكترونية ومراكز التسوق التي تعرض فيها أنواع السلع والخدمات للمستهلكين.

التجارة الإلكترونية بين منظمات الأعمال والحكومة (B2G)

ويشمل استخدام الشبكة في إنجاز الإجراءات وكافة التعاملات بين الشركات والحكومة كإدارة وجمع الضرائب، أو قيام الحكومة بالبحث عن موردين لاقتناء وشراء لوازمها والمشاركة في المناقصات إلكترونياً، فمثلاً نجد أن الوم أ تقوم بنشر مشترياتهما عبر الإنترنت لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الشركات لاختيار الأحسن.

2-2- شروط التجارة الإلكترونية :

تشمل الشروط الأساسية للتجارة الإلكترونية ما يلي:²

- عدد كبير من العملاء المشتركين في الإنترنت.
- الإطار القانوني الملائم الحاجة إلى سن تشريعات خاصة للتجارة الإلكترونية.

¹ زين يوسف، مرجع سابق، ص 93.

² بلحشر عائشة، التجارة الإلكترونية، مطبوعة بيداغوجية، في مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان، 2020-2021، ص 89.

- الموافقة على المبادلات التجارية والتوقيعات الإلكترونية والتوثيق الإلكتروني.
- طرق الدفع الإلكتروني الآمنة وغير المعقدة (العملة الإلكترونية).
- البنية التحتية والبنى التحتية المتقدمة وشبكات الاتصالات ووسائل النقل.
- شبكة من المواقع التجارية التي تعتمد التجارة الإلكترونية.
- الكيانات التي تضمن للعملاء والبائعين حق الثقة وتضمن وصول السلع إلى العميل ووصول الأموال إلى البائع.
- وصول البضائع إلى العميل ووصول الأموال إلى البائع.

2-3- فوائد التجارة الإلكترونية:

تلعب دوراً أساسياً في اقتصاد الدول وتؤثر بشكل إيجابي على مركزها بين دول في العالم الأخرى ومن أهم فوائد التجارة الإلكترونية على الدول هي التالي:¹

1- فوائد للمؤسسات:

- الوصول العالمي وسهولة الوصول إلى العمال والموردين في جميع أنحاء العالم.
- انخفاض تكاليف المعالجة والتخزين والتوزيع بنسبة تصل إلى 90%.
- تقليل التأخير في المخزون والتكاليف من خلال تحسين سلسلة التوريد.
- تخصيص من خلال إنشاء عروض خاصة للعملاء.
- توفير الوقت والعمالة من خلال أنظمة فعالة.
- إدارة أفضل للمخزون.
- -فوائد للعملاء.
- حرية اختيار المنتجات وتصفحها بسهولة.
- منتجات فريدة متاحة عبر الإنترنت .

3- فوائد للمجتمعات المحلية:

- الحد من الازدحام المروري بسبب العمل عن بعد.

¹ شجاع عوض ، تأثير التجارة الإلكترونية على الضرائب، المجلة العربية للنشر العلمي، الإصدار الخامس، العدد50، ديسمبر، 2022، ص 849.

➤ زيادة الخدمات العامة المقدمة من خلال الحكومة الإلكترونية .

2-4- أهداف التجارة الإلكترونية:

تسعى التجارة الإلكترونية لتحقيق جملة من الأهداف منها:¹

- سرعة إنجاز الأعمال والتطبيقات الإلكترونية وتخفيض التكاليف.
- تطوير الأداء التجاري والخدمي وزيادة مستوى الجودة في عمليات الأعمال الإلكترونية.
- إتاحة الفرص للزبائن بإتمام عملياتهم خلال 24 ساعة في اليوم أو في أي يوم من السنة.
- زيادة كفاءة وفاعلية كافة عمليات المنظمات وزيادة القدرة التنافسية لها.
- تحقيق الفاعلية والكفاءة في عمليات الاتصال بين المنظمات وعملائها.
- تمكين منظمات الأعمال من تحقيق دعم الزبائن من خلال وسائل متعددة عبر الانترنت.
- أي مكان في العالم وتقدم الكثير من الخيارات والبدائل للمنتجات المعروضة.
- إمكانية الدخول للأسواق العالمية دون اعتبار لحجم المنظمة.

2-5- مقومات تنفيذ نظام التجارة الإلكترونية:

يعتمد التنفيذ الناجح لنظام التجارة الإلكترونية على المكونات التالية وفيما يلي قائمة بالمكونات التالية:²

أولاً: المتطلبات التقنية

يتطلب تطبيق التجارة الإلكترونية عدداً من المقومات التي يجب أن تتوفر ويمكن تلخيصها على النحو

التالي

وجود شبكة اتصالات قوية وسريعة وخالية من الأعطال مع توافر الإجراءات التقنية القادرة على حماية المعاملات التجارية والمالية من اللصوص والمخترقين شبكات الاتصالات ثم وعي العملاء والأطراف المقابلة بأنظمة الدفع الإلكتروني.

ثانياً، المتطلبات القانونية.

¹ رشيد فراح و كريمة فرحي، متطلبات الأعمال الإلكترونية، مجلة علوم الاقتصاد، العدد 32، الجزائر، 2015، ص 145.

² بن سعيد أحمد وبيو خالد، التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز التجارة العالمية، مذكرة ماستر، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم، 2020-2021، ص 24.

يصف هذا القسم القوانين واللوائح التي تمكن المؤسسات من ممارسة التجارة الإلكترونية وتدعمها، ويمكن دعم التجارة الإلكترونية من خلال تعديل التشريعات القائمة بالقواعد واللوائح التي تحكم التعامل مع المستندات الورقية. وفي هذا الصدد، ينبغي إيلاء الاهتمام لاعتبار المستندات المرسله إلكترونيا دليلا مستنديا، ومن العقبات الخطيرة التي تحول دون التوسع في هذا الاتجاه عدم اعتراف المحاكم في بعض البلدان النامية بموثوقية هذه المستندات، ولتسهيل تطبيق مفهوم التجارة الإلكترونية، تجدر الإشارة إلى ضرورة وجود قانون متكامل ينظم مختلف جوانب التجارة الإلكترونية، ويمكن أن يستند هذا التشريع إلى قانون التجارة الإلكترونية في سنغافورة لعام 1998، وقانون لوكسمبورغ لعام 2001، وقانون التوقيع الإلكتروني الأمريكي لعام 2001، قانون التوقيع الإلكتروني الأمريكي لعام 2001.

3- التجارة الإلكترونية والإقتصاديات النامية:

تتخلف الدول النامية في ميدان التجارة الإلكترونية لأسباب عدة من بينها الربط المحدود بشبكة الإنترنت، والعدد القليل من أجهزة الكمبيوتر الشخصية للفرد الواحد، ومستوى المعرفة المتدني في مجال الكمبيوتر، والأهم من كل ذلك، نقص الوعي بقضايا التجارة الإلكترونية لدى المستهلكين والشركات التجارية (لا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على حد سواء).¹

3-1- التجارة الإلكترونية في البلدان النامية:

وعلى الرغم من هذه الحقائق، ومع أن البنية التحتية لعمليات ملائمة في التجارة الإلكترونية ما زالت ناقصة، فقد ظهرت بعض المبادرات في كثير من البلدان النامية ما هي أسباب ظهور هذه المبادرات، ولماذا تعلن معظم الحكومات اهتمامها بالتجارة الإلكترونية وتعد الأسس لاحتضان هذه الوسيلة الجديدة في التعامل التجاري؟ للإجابة عن هذه الأسئلة، علينا أن نوضح أن التجارة الإلكترونية هي مجرد طريقة جديدة للتجار، باستثناء أنها تلغي أهمية العوامل الجغرافية وتختصر المسافات، وتصل المستهلك بالمنتج، مباشرة والعكس بالعكس.

وبالإضافة إلى ذلك، فإن التجارة الإلكترونية تملك القدرة على تسليم المنتجات إلكترونياً دون نقلها عبر الحدود أو تسليمها بطريقة تقليدية.

3-2- عوائق التجارة الإلكترونية في البلدان النامية:

- تتمثل العوائق عموماً في الجوانب التقنية وأخرى إجتماعية وهي كالاتي:²
- حاجة المستهلكين المستمرة للخصوصية والسرية في البيع والشراء.
 - ثقة المستهلكين في التجارة الإلكترونية، ولكن البائعين الافتراضيين، أي البائعين الذين ليس لديهم موقع مادي.
 - بعض الحكومات لديها قوانين تعيق أو تقلل من فرص التعاون الدولي.
 - من الصعب قياس نجاح الإعلان الإلكتروني ، لأن طرق القياس الإلكترونية القياسية غير متوفرة.

¹ اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، مرجع سابق، ص 07.

² محمد صالح جداية وسناء جودت، مرجع سابق، ص 40.

- تردد بعض المستهلكين في التغيير والانتقال من التجارة المادية إلى التجارة الإلكترونية.
- كما يرفض بعض المستهلكين الانتقال إلى المعاملات غير الورقية والعقود الإلكترونية.
- استمرار تسارع أساليب الاحتيال عبر الإنترنت

3-3- التجارة الإلكترونية في العالم العربي

يعتبر انتشار التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ضئيل جدا مقارنة بما هو موجود في العالم بحيث توجد في العالم العربي ما يسمى بالتجارة الإلكترونية الساكنة، أي أن مختلف المواقع لا تمارس عملية التجارة الإلكترونية كاملة، وهذا راجع إلى ضعف البنية التحتية بدرجة كبيرة في معظم دول البلدان العربية، ولحد الآن لا توجد تقديرات دقيقة بشأن عائدات الدول العربية من التجارة الإلكترونية.

حيث أن مجمل الإنفاق العربي لا يزيد عن 95 مليون دولار سنويا عبر التجارة الإلكترونية وأن أكثر المتعاملين تركز مشترياتهم على البرامج وأجهزة الحاسوب بنسبة تزيد عن 70% بينما تتوزع النسبة الباقية على الكتب والهدايا، كما أن أكثر من 80% من المشتريات العربية تتم خارج المواقع العربية، وذلك بسبب ندرة المواقع العربية التي لا تمثل أكثر من 0.5% من مساحة الاستخدام على شبكة الإنترنت.¹

3-4- مجالات التجارة الإلكترونية

قبل التطرق إلى مجال التجارة الإلكترونية، يتم وصف مراحل تنفيذ التجارة الإلكترونية، وتمثل المراحل الثلاث الأساسية فيما يلي:

- من مرحلة الإعلان والبحث، وتحديد السلع المراد شراؤها والتفاعل بين المنتج والمستهلك أو البائع والمشتري، التفاعل بين المستهلك والمنتج أو البائع والمشتري.
- مرحلة طلب الشراء والدفع بعد الاتفاق على شكل وعملية الشراء، وتتعلق مرحلة التسليم بنوع البضاعة التي قد يتم استلامها إلكترونيا أو في شكل آخر يجب الاتفاق عليه.
- وفيما يتعلق بمجالات استخدام التجارة الإلكترونية، فهي تستخدم في جميع القطاعات، الخاصة والعامة، الكبيرة والصغيرة، والمؤسسات المختلفة.

¹ عيسى دراجي، تحديات التجارة الإلكترونية في الدول العربية، ملتقى وطني حول: "عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائري، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي حميس مليانة، يومي 26/27 أبريل 2011، ص 12.

ويمكن تلخيصها جميعا في المجالات التالية:¹

في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مبيعات التجزئة للكتب والمجلات.

يتم الدفع إلكترونيا ويتم التسليم عن بعد أو من خلال الناشرين.

في القطاع المصرفي والمالي: ظهرت الخدمات المصرفية الإلكترونية والأسواق المالية الإلكترونية من خلال تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الصيرفة الإلكترونية والأسواق المالية الإلكترونية، ولعل أبسط هذه الخدمات مثل كشوف الحسابات وبطاقات القروض وتتبع أسعار الأسهم في البورصة.

وتشمل هذه الخدمات كشوف الحسابات، وبطاقات القروض، وتتبع أسعار سوق الأسهم، والاستثمار عن بعد.

القسم الهندسي: يمكن المشاركة في تصميم منتجات جديدة من نفس الموقع من خلال مجموعات العمل.

الإدارات الحكومية وغيرها من خلال الحكومة الإلكترونية.²

3-5- مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية:

أولا: المزايا:

تقدم التجارة الإلكترونية للشركات أو البائعين عموما مزايا عديدة نذكر من أهمها:³

- تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة لتوسيع نطاق الأسواق المحلية، فالصفة العالمية لهذه التجارة ألغت الحدود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك دون النظر إلى الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري.
- تساهم بكفاءة في تسويق السلع والخدمات على مستوى العالم، ومن ثم قيل أن التجارة الإلكترونية تحقق الهدف الذي طالما سعت إلى تحقيقه اتفاقيات التجارة الدولية والمتمثل في تحرير التجارة في البضائع والخدمات.

¹ بوعافية الرشيد، المرجع السابق، ص 122.

² بوهكة فتيحة وعوار حنان، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في اقتصاديات الدول، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت، 2015-2016، ص 72.

³ حمدي عبد العظيم، اقتصاديات التجارة الدولية، الطبعة الثانية، 1999، ص 242.

- تتيح التجارة الإلكترونية الفرصة أمام عمل أسواق المنافسة الكاملة فيما بين الشركات على مستوى العالم، بما فيها الشركات الصغيرة التي تجد الفرصة أمامها في ظل أسلوب التجارة الإلكترونية لعرض منتجاتها وخدماتها والوصول للأسواق العالمية دون قيود.
- تخفض التجارة الإلكترونية من كلفة العمليات بتحسين التنسيق والاتصالات في التصنيع والمبيعات والتوزيع، كما أنها تقلل من تكاليف المراسلات البريدية، الإعلان التوزيع، التصميم من حيث التكاليف والتصنيع بنسبة لا تقل عن 80% من الكلفة الكلية.¹
- إن اعتماد التجارة الإلكترونية كوسيلة لممارسة الأعمال التجارية يقلل من تكلفة العثور على الموردين (نقرة واحدة بالماوس هي كل ما يتطلبه الأمر للعثور على البائع التالي في وقت قصير) ويحول السلطة من البائع إلى المشتري.
- تحويل السلطة من البائعين إلى المشترين.
- يعد إنشاء متجر إلكتروني أرخص من المتجر الفعلي، وينعكس ذلك إيجاباً على تكلفة ممارسة الأعمال التجارية التأثير الإيجابي على تكلفة إنجاز المعاملات.
- انخفاض تكلفة الاحتفاظ بالمخزون، فإن الاحتفاظ بكميات صغيرة من المخزون يقلل من المخاطر المرتبطة به ويقلل من تكلفة الاحتفاظ بالمخزون.
- وذلك لأن التجارة الإلكترونية تساهم في تقوية العلاقات مع الموردين ضمن آلية إدارة الطلبات الإلكترونية، حيث يتم تقدير حجم المبيعات اليومية والأسبوعية والشهرية وفقاً لدورة إدارة المخزون. التواصل الرقمي بين مختلف الأطراف المعنية والمصانع وأقسام التسويق والمشتريات، مما يؤدي إلى تراكم قدر كبير من المعلومات عن حجم الطلب المتوقع، وعلى أساسه يتم تحديد المخزون وتكييفه ديناميكياً مع رغبات المستهلكين.
- تتوفر المعلومات بسهولة بفضل الانتشار الواسع لشبكة الإنترنت في جميع البلدان، من الاقتصادات المتقدمة إلى الاقتصادات الناشئة والنامية.

¹ اللجنة الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص 12.

ووفقا لدراسة استقصائية أجرتها مؤسسة التمويل الدولية التابعة للبنك الدولي، فإن 56% من الشركات العاملة في البلدان النامية، تعتبر توافر المعلومات أهم ميزة لاستخدام الإنترنت، كما أن نزاهة وشفافية المعلومات المتاحة عبر الإنترنت أمر ضروري لتطوير التجارة الإلكترونية وتعزيز أن ذلك ضروري لتطوير التجارة الإلكترونية وتعزيز التجارة الإلكترونية.¹

ضرورة لتطوير التجارة الإلكترونية ولزيادة الثقة في التجارة الإلكترونية كوسيلة أساسية للتبادل الدولي للسلع.

وتدعم نظم المعلومات التي توفرها التجارة الإلكترونية عملية اتخاذ القرارات الإدارية، وتوفر معلومات دقيقة، وتحسن من إمكانية الرقابة والتدقيق المحاسبي، وتمنح المؤسسات الفرصة المناسبة للبحث عن أفضل الفرص التجارية والصناعية والاستثمارات.

4- مساوى التجارة الإلكترونية:

بقدر ما تنطوي التجارة الإلكترونية على مزايا لأطراف المعاملة، فإن هناك أيضا عيوباً لا يمكن إغفالها ومن أهم هذه العيوب ما يلي:²

- إمكانية طلب بضائع محظور استيرادها أو محظور بيعها في السوق المحلي للبلد الذي يتم فيه الطلب.
- إمكانية طلب بضائع محظور استيرادها أو محظور بيعها في السوق المحلية للبلد الطالبة مما يجعل من الصعب التصرف فيها ويترتب على ذلك خسارة أموال المستورد.
- كما أن حقوق ومصالح الأفراد والشركات مهددة بسبب عدم إمكانية التحقق من هوية البائع، مما قد يؤدي إلى عقود وهمية باستخدام الإنترنت وحالات الاحتيال، ولعدم وجود مستندات ورقية وعدم وجود توقيعات بخط اليد، مما قد يؤدي إلى التلاعب في البيانات الأصلية لأوامر الشراء وإرسال البضائع، وهذا يهدد حقوق ومصالح الأفراد والشركات.
- الاستخدام المحتمل لبطاقات الائتمان المزيفة من قبل بعض العملاء عبر الإنترنت.

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ط10 دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص53.

² محمد صالح الحناوي وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، طبع، نشر، توزع، الإسكندرية، 2004، ص 165.

— قد يتم استخدام بطاقات ائتمان مزيفة من قبل بعض العملاء عبر الإنترنت من خلال سرقة أرقامها عند التعامل بها عبر الشبكة، مما يضع عبئا ماليا على أصحاب هذه البطاقات مقابل سلع وخدمات لم يتم شراؤها في الأصل.

— يتم التعامل بهذه البطاقات عبر الإنترنت، وقد بدأت التوقيعات الإلكترونية تحل محل التوقيعات المكتوبة بخط اليد، ويجري إنشاء وحدات هوية إلكترونية لكل من التاجر والعميل والبنك، تعمل بشكل آمن بعد التحقق من هوية العميل، ويتم تخزينها وتوزيعها بشكل سري، كما يتم اعتماد التشفير وآليات أخرى لضمان أمن البيانات على الإنترنت، تجدر الإشارة إلى أن هناك تدابير للحد من عمليات الاحتيال التي تحدث في المعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت.

5- متطلبات التجارة الإلكترونية:

متطلبات التجارة الإلكترونية يمكن تحديد متطلبات هذا النوع من التجارة فيما يلي:¹

1- البنية التحتية الإلكترونية وأهم مكوناتها هو قطاع تقنية المعلومات والاتصالات والذي بدوره يتكون مما يلي: شبكات الإتصال السلكي واللاسلكي، وأجهزة الإتصال من فاكس، وهواتف ثابتة، ونقالة.....

— أجهزة الحاسوب، والبرمجيات، وخدمات الدعم الفني التي تتمثل في تصميم الموقع الإلكتروني الجذاب للشركات، وتوفير أساليب الدفع المالي الإلكتروني... إلخ.

2- التشريعات والأنظمة المطلوبة للتجارة الإلكترونية تمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي اللازم الاعتماد التعاملات التجارية الإلكترونية، والذي يضمن حفظ حقوق المتعاملين فيها، وإدراج التعامل بالتوقيع الإلكتروني بدلا من التوقيع اليدوي.

3- توافر عدد من الطاقات البشرية المؤهلة وتتمثل في الموارد البشرية المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ذات الصلة بالتجارة عبر الإنترنت، وهذه الموارد لا تتحقق إلا من خلال تطوير البرامج التعليمية وفقا للمعارف التقنية واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات في المدارس والمعاهد والمؤسسات التعليمية مكونة بذلك مجتمعا لديه الإستعداد الإلكتروني لممارسة مختلف نشاطات التجارة الإلكترونية.²

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، المرجع السابق، ص 54.

² عامر إبراهيم قنديلجي، المرجع السابق، ص 55

خلاصة

من خلال ما سبق من معلومات وتفصيل عن التجارة الإلكترونية فإن النجاح الذي استطاعت أن تحققه لم يقتصر أثره على البائعين والمشتريين أو كليهما معاً، بل امتد ليشمل الاقتصاد الدولي والاقتصاد العالمي بشكل عام. وتشير الإحصاءات إلى أن أرباح التجارة الإلكترونية في بلد ما تتجاوز ملايين الدولارات وقضت على الكثير من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية ومنها البطالة والركود الاقتصادي، لذلك اتجه الكثير من التجار والمبتدئين إلى التجارة والبيع عبر الإنترنت بدلاً من إنشاء محل تجاري والإعلان عن منتجاتهم وتسويقها، فبدلاً من إنشاء محلات تجارية وتسويق محلاتهم ومنتجاتهم، اتجهوا إلى التجارة والبيع عبر الإنترنت.

الباب الثاني

الدراسة الميدانية

الفصل الرابع

تقديم ميدان الدراسة

1- مجالات الدراسة

1-1- المجال المكاني:

يقصد به مكان إجراء الدراسة الذي تم بجامعة ابن خلدون تيارت بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

ملحة تاريخية عن جامعة ابن خلدون تيارت:¹

شهد قطاع التعليم العالي بولاية تيارت في اول انطلاقة له الى السنة الدراسية 1980-1981 وذلك بإنشاء

المركز الجامعي بتيارت والذي احتضن في اولي تسجيلاته أكثر من 1200 طالبا، ومع الموسم الجامعي

1984-1985 تم حل المركز الجامعي و استبداله بمعهدين وطنيين للتعليم العالي.

المعهد الوطني للتعليم العالي في الزراعة : بموجب المرسوم التنفيذي رقم 84-230 المؤرخ في:

1984/08/18 المتضمن إنشاء المعهد الوطني للتعليم العالي في الزراعة المدنية بتيارت.

المعهد الوطني للتعليم العالي في الهندسة المدنية : بموجب المرسوم التنفيذي رقم 84-231 المؤرخ في:

1984/08/18 المتضمن إنشاء المعهد الوطني للتعليم العالي في الهندسة المدنية بتيارت.

وفي سنة 1992 أعيد إنشاء المركز الجامعي بتيارت بموجب المرسوم التنفيذي 92-298 المؤرخ في

1992 /07/07 و تم ضم المعهدين و التي كانت تتمتع بالاستقلالية البيداغوجية و الادارية و المالية و وضعها

تحت وصاية ادارة مركزية واحدة.

بعد القفزة النوعية التي عرفها قطاع التعليم العالي بمدينة تيارت سنة 2001 بصدر المرسوم التنفيذي 01-

271 المؤرخ في 2001/09/18 المتضمن تحويل المركز الجامعي الى جامعة تحوي ثلاث كليات (كلية

العلوم الانسانية و الاجتماعية، كلية العلوم و العلوم الهندسة ، كلية العلوم الزراعية و البيطرة.

و في سنة 2010 صدر المرسوم التنفيذي 10-37 المؤرخ في 2010/01/25 الذي انبثق عنه خلق 06

كليات جديدة و معهد.

وفي سنة 2013 تم اعادة هيكلة الجامعة طبقا للمرسوم التنفيذي 13-102 المؤرخ في 2013/03/14

المتضمن انشاء جامعة تيارت.

و الذي انبثق عنه (08) كليات و معهدين:¹

1 موقع جامعة ابن خلدون تيارت. <https://www.univ-tiaret.dz/ar/Universite.html>. تاريخ الزيارة: 2021/05/05 على

الساعة 14:15.

01	كلية العلوم التطبيقية
02	كلية علوم المادة
03	كلية الرياضيات و الاعلام الآلي
04	كلية علوم الطبيعة و الحياة
05	كلية الحقوق و العلوم السياسية
06	كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
07	كلية العلوم الانسانية و العلوم الاجتماعية
08	كلية الآداب و اللغات
09	معهد علوم البيطرة
10	أما بالنسبة لمعهد التكنولوجيا بقصر الشلالة، فقد تحول الى ملحقة تشتمل على عدة تخصصات، وكذا تم انشاء ملحقة بالسوقر هي ايضا تشتمل على عديد التخصصات.

جدول رقم 01 : قائمة كليات وملحقات ومعهد جامعة ابن خلدون تيارت

1- التعريف بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية:

تقع هذه الكلية شرق مدينة تيارت ، تم انشاؤها سنة 2010 تتوفر على 3000 معقد بيداغوجي ، تقدر مساحتها حوالي 4 كلم² ، يتمدرس بها ازيد من 5000 طالب يؤطّهم ازيد من 192 استاذ و163 موظف وعامل متعاقد يتوزع الطلبة بها على 5 أقسام :

قسم العلوم الانسانية: جذع مشترك سنة أولى

قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات:

تخصص علم المكتبات.

تخصص اعلام واتصال.

قسم التاريخ:

وفي طور الماستر: تاريخ حديث ومعاصر.

تاريخ الغرب الاسلامي في العصر الوسيط.

تاريخ الحضارات القديمة.

1 موقع جامعة ابن خلدون تيارت. <https://www.univ-tiaret.dz/ar/Universite.html> . مرجع سابق. تاريخ الزيارة: 2021/05/06 على الساعة 11:25.

اعلام واتصال .

تكنولوجيا وهندسة المعلومات .

قسم علم الاجتماع: ويندرج تحته التخصصات التالية في طور اللسانس:

تخصص علم اجتماع.

قسم علم النفس والأرطفونيا والفلسفة

تخصص علم النفس.

تخصص فلسفة.

وفي طور الماجستير نجد التخصصات التالية:

علم النفس العيادي.

علم النفس المدرسي.

علم اجتماع اتصال.

علم اجتماع العمل والتنظيم.

فلسفة عربية إسلامية

فلسفة غربية حديثة ومعاصرة

فلسفة عامة

علم الاجتماع الحضري

علم النفس العمل والتنظيم وتسيير الموارد البشرية .

وقد تم افتتاح تخصصات في طور الدكتوراه في كلا القسمين: تخصص تاريخ و تخصص فلسفة وعلم النفس

المجال الزماني: تمت دراستنا في ديسمبر 2023 إلى غاية ماي 2024.

المجال البشري: تكون مجتمع الدراسة من أساتذة داثمون وإداريين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بقسم

علم الاجتماع بجامعة ابن خلدون -تيارت- مكونة من 274 من أساتذة وإداريين..

1-2- المجال الزماني: انقسمت دراستنا إلى مراحل زمنية:

- المرحلة الأولى: كانت استطلاعية بتاريخ 2023/12/15 تم فيها التواصل مع الطالبات من أجل

التعرف على الطالبات التي تعتمد على التجارة المتزلية.

- المرحلة الثانية: تم البدء في الإطار النظري وتوزيع الاستمارات بتاريخ 2023/12/22 إلى غاية

2024/03/24.

- المرحلة الثالثة: كانت بتاريخ 2024/03/26 تم الانتهاء من الاستمارة

1-3- المجال البشري: تكون مجتمع البحث والذي يعرف بـ: " جميع المفردات أو الوحدات التي تتوافر فيها الخصائص المطلوب دراستها؛ وعادة ما يُعرف مجتمع البحث باسم إطار مجتمع البحث، الذي يشمل أسماء وعناوين مفردات مجتمع البحث "1، من 50 طالبة بجامعة ابن خلدون كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بتيارت.

2- منهج البحث :

لليقيام بأي دراسة علمية للوصول إلى حقيقة أو البرهنة على حقيقة وجب إتباع منهج واضح يساعد على دراسة المشكلة وتشخيصها من خلال تتبع مجموعة من القواعد والأنظمة العامة التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى حقائق حول الظاهرة موضوع الدراسة فالمنهج يعني "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة"2، كما يعرف فن التنظيم الصحيح لمجموعة من الأفكار العديدة من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون بها جاهلين، وأما من أجل البرهنة عليها للآخرين حين تكون بها عارفين.3 ومن أجل البرهنة على فرضيات بحث وإثباتها ميدانيا اعتمادنا على المنهج الوصفي المناسب لموضوع بحثنا، ذلك أن طبيعة البحث هي التي تفرض على الباحث نوع المنهج المتبع، وفي بحثنا هذا تمثلات الطالبات تجاه التجارة الإلكترونية المترتبة.

ويعرف المنهج الوصفي على أنه "أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف الظاهرة أو مشكلة محددة وتصورها كميًا عن طرق جمع البيانات والمعلومات معينة عن الظاهرة، وتصنيفها، وتحليلها، وإخضاعها لدراسة دقيقة".

وعليه فإنه المنهج المناسب للدراسة الراهنة حيث يساعدنا في عملية جمع المعلومات وتحقيق الأهداف تعتمد هذه الدراسة على منهجية بحثية، وذلك من خلال استبيانات ومقابلات مع مجموعة مختارة من الطالبات. وفي داستنا اعتمادنا على المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه بـ: بحيث تساعد هذه الأدوات البحثية في توفير بيانات شاملة ودقيقة تساهم في فهم أعمق للتمثلات الاجتماعية للطالبات حول التجارة الإلكترونية.

3- أدوات الدراسة:

الاستمارة: تعد الاستمارة وسيلة من وسائل جمع المعلومات. وقد يستخدم على إطار واسع ليشمل الأمة أو في إطار ضيق على نطاق المدرسة، وبطبيعة الحال فهو يختلف في طوله ودرجة تعقيده إن الجهد

1 محمد جبالة، الأسس المنهجية لاختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث، مجلة الأحياء، المجلد 20، العدد 24، جامعة معسكر، 2020، ص 629.

2 عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط2، الجزائر، 1999، ص 99.

3 المرجع نفسه، ص 99.

الأكبر في الاستبيان ينصب على بناء فقرات جيدة، والحصول على استجابات كاملة. ومن الأهمية بمكان أن تكون أسئلة الدراسة وفرضياتها واضحة ومعرفة كي يكون بالإمكان بناء الفقرات بشكل جيد.¹ وفي بحثنا قمنا ببناء الاستمارة قسمت إلى محاور كالتالي:

- المحور الأول: متعلق بالبيانات الشخصية.

المحور الثاني: متعلق بالفرضية الأولى يوجد تأثير للثقافة والتربية في تشكيل تمثلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية.

المحور الثالث احتوى على الفرضية الثانية تؤثر الثقة على تفضيل الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية.

المحور الرابع احتوى على الفرضية الثالثة تؤثر الظروف الاقتصادية في قبول الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية كوسيلة لتحقيق الدخل.

4- مجتمع وعينة البحث :

إن اختيار الباحث يتوقف على طبيعة موضوع البحث وخصائصه المجتمعي الأصلي الذي تمثله العينة وتعرف العينة بأنها: ذلك الجزء الصغير من المجتمع محل الدراسة أو بعض أفراد ذلك المجتمع الذي نريد دراسته فهي صورة مصغرة للمجتمع المدروس.² وفي بحثنا تم اختيار عينة عشوائية تمثلت في 50 طالبة من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وتعرف بأنها: "هذا النوع يتم حصر عناصر المجتمع الدراسة الأصلي ثم يعطى كل عنصر رقما متسلسلا ثم تقسم عدد عناصر المجتمع الأصلي على عدد أفراد العينة المطلوبة فينتج رقم معين هو الفاصل بين كل فرد يتم اختيارها للعينة والمفردة التي تليها، بعد ذلك يتم اختيار رقم عشوائي ضمن الذي تم حسابه في الخطوة السابقة، ويكون أفراد العينة هم أصحاب الأرقام المتسلسلة التي تتفصل بين الرقم العشوائي المختار والترتيب الذي يليه".³

¹ منذر الضامن، أساس البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007، ص91.

² شيلبي محمد، المنهجية في التحليل السياسي - المفاهيم - المناهج - الاقتراحات والأدوات، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 1977، ص144.

³ عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، 1999، ص19.

الفصل الخامس

عرض ومناقشة نتائج الدراسة

1- عرض ومناقشة نتائج الدراسة

1-1- عرض نتائج الدراسة

خصائص العينة

المحور الأول: البيانات الشخصية

جدول رقم 01 التخصص الجامعي

النسبة	التكرارات	الاختيارات
42	21	علم النفس
30	15	علم الاجتماع
28	14	فلسفة
100	50	المجموع

من خلال القيم الواردة في الجدول أعلاه أن إجابات علم النفس قدرت بنسبة 42% أما علم الاجتماع بلغت 30%، والفلسفة 28%، وعليه يمكن القول أن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية يوجد بها أكثر تخصص علم النفس.

جدول رقم 02 يوضح المستوى الجامعي

النسبة	التكرارات	الاختيارات
48	24	ليسانس
52	26	ماستر
100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه تبين أن درجة الليسانس التي اختارها 24 شخصا (48% من الإجمالي)، تمثل المرحلة الجامعية الأساسية التي تهيئ الطالب لدخول سوق العمل أو للاستمرار في التعلم والمعرفة. الوظيفة الاجتماعية لحاملي درجة الليسانس قد تشمل توفير المهارات والمعرفة اللازمة لأداء مهام مهنية متوسطة وسد الفجوة بين التعليم العالي وحاجات الاقتصاد.

وعليه كل مستوى من مستويات التعليم يلعب دورا محددًا في تحقيق التوازن الاجتماعي ويساعد في تلبية احتياجات الأفراد والمجتمع ككل. ليسانس يؤسس الأساس والماسر يعمق المعرفة ويصقل الخبرة، وكلاهما ضروريان للحفاظ على النظام الاجتماعي وتقدمه.

1-1-1- عرض نتائج الفرضية الأولى: يوجد تأثير للثقافة والتربية في تشكيل تمثلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المترتبة.

جدول رقم 03 يوضح تجربة التسوق عبر الانترنت

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	21	42
لا	29	58
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 58% مثلت للاجابات ليس لهم تجربة التسوق عبر الانترنت، في حين كانت الاجابات بنعم 42%.

ويمكن اعتبار أن الأفراد الذين قالوا "نعم" يمثلون جزءا من المجتمع يستجيب لاحتياجات التكنولوجيا والراحة، ويساهمون في استمرارية ونمو الاقتصاد الرقمي، مما يعزز من كفاءة الحياة اليومية ويتكيف مع التغيرات الاجتماعية العاجلة كما رأينا في أوقات الأزمات مثل الجائحات. من جهة أخرى، الأفراد الذين أجابوا بـ "لا" يمكن أن يعكسوا التحديات التي تواجه التبنّي الكامل للتسوق الإلكتروني، مثل قلة الوعي التكنولوجي، المخاوف الأمنية، أو الافتقار إلى الوصول إلى الإنترنت. ويمكن أيضا أن يشير إلى تمسك بعض أجزاء المجتمع بطرق التسوق التقليدية التي تعد جزءا من النسيج الاجتماعي ولها وظائفها الخاصة مثل الدعم الاجتماعي والتفاعل الشخصي.

جدول رقم 04 يوضح منصات التسوق

الاختيارات	التكرارات	النسبة
فيسبوك	17	34
انستغرام	20	40
تيك توك	13	26
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح الاختيارات كانت 40% بالنسبة للانستغرام ، في حين قدرت نسبة 34% للذين اختاروا للفيسبوك، تليها نسبة 26 % بالنسبة للتيك توك

هذه المنصات تؤدي وظائف مختلفة من حيث التسوق الإلكتروني، فهي تسهل الاتصال بين المنتجين والمستهلكين، تعزز من استراتيجيات التسويق والعلامات التجارية، وتوفر للأفراد طرقاً مريحة وآنية لاكتساب السلع والخدمات. كما أنها تلعب دوراً في دعم الاقتصاد الرقمي وتدعيم التغيرات الاجتماعية نحو أساليب استهلاكية جديدة.

جدول رقم 05 يوضح افضلية التسوق

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم افضل التسوق عبر الانترنت	41	82
لا افضل التسوق عبر الانترنت	09	18
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 82% مثلت للاجابات بنعم أي يفضلون التسوق عبر الانترنت نترنت، في حين كانت الاجابات بلا 18%.

هذا قد يعكس أهمية الاستمرارية في بعض الوظائف الاجتماعية التقليدية للتسوق، مثل التفاعل الاجتماعي الواقعي وتجربة المنتج مباشرة قبل شرائه. يمكن أن يظهر هذا أيضاً تحديات التحول الكامل إلى الاقتصاد الرقمي بما في ذلك مخاوف الخصوصية وأمن المعلومات.

وعليه كلا السلوكين يلعب دورا في الحفاظ على التوازن الاجتماعي ودعم التكيف والتغيير. التفضيل العالي للتسوق عبر الإنترنت يعكس التحولات الاقتصادية والاجتماعية الراهنة ويدعم نمو الاقتصاد الرقمي. من ناحية أخرى، التفضيل للتسوق التقليدي يؤكد على أهمية العناصر التقليدية في النسيج الاجتماعي والحاجة إلى الحفاظ على تلك التفاعلات الشخصية التي تشكل جزءا من تجربة التسوق.

جدول رقم 06 يوضح الراحة والامان اثناء التسوق

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	22	44
لا	28	56
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 56% مثلت للإجابات لا للراحة و الامن اثناء التسوق في

حين كانت الاجابات نعم 44%.

هذا يدل على وجود مجال للتحسين في كيفية إدارة التسوق بما يتعلق بالأمان والراحة. من الوظائف المحتملة لهذا الشعور قد تكون الحاجة إلى تعزيز ممارسات الأمان وتحسين تجربة العملاء لزيادة الثقة في بيئة التسوق. الاستجابة لهذه التحديات يمكن أن تسهم في تحسين التوازن والتكامل الاجتماعي، وتعزيز النمو والابتكار في قطاع التجارة، ويجب أن يعالج المجتمع القضايا والتحديات التي تظهر من خلال مثل هذه التقييمات للراحة والأمان من أجل ضمان استمرارية وتطور الأنظمة الاجتماعية، مثل نظام التسوق، بشكل يعود بالفائدة على جميع أعضاء المجتمع.

جدول رقم 07 يوضح فهم التجارة الإلكترونية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	35	70
لا	15	30
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 70% مثلت للإجابات فهم التجارة الإلكترونية ، في حين كانت الاجابات بلا 30%.

يمكن اعتبار هذه النسبة دلالة على الحاجة لتحسين الإستراتيجيات التعليمية والتوعوية لرفع مستوى الفهم والمشاركة في التجارة الإلكترونية. العمل على زيادة الوعي والتثقيف حول التجارة الإلكترونية يمكن أن يسهم في تحقيق التكامل الاجتماعي وضمان أن النمو الاقتصادي يتم بطريقة شاملة ومستدامة، من خلال النظرية الوظيفية، يمكن القول أن تطوير فهم واسع ومتعمق للتجارة الإلكترونية ضروري لضمان مشاركة جميع الأفراد في الفوائد التي توفرها، ولتحقيق توازن وظيفي يدعم النمو والاستدامة الاجتماعية والاقتصادية.

جدول رقم 08 يوضح دعم الاعمال المحلية والمشاريع الصغيرة

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	24	48
لا	26	52
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 52% مثلت للإجابات ليس لهم تجربة التسويق عبر الانترنت، في حين كانت الاجابات بنعم 42%.

وهذا قد يشير إلى وجود تحديات مثل المنافسة الشديدة من الشركات الكبرى، نقص الوعي بقيمتها، أو الإخفاق في تواصل الفوائد التي تقدمها هذه الأعمال للمجتمع الأوسع. وظائفها، يعتبر هذا تعبيراً عن الحاجة لتطوير استراتيجيات أفضل لتعزيز هذه المشاريع وتحسين الاستفادة منها للمجتمع، من خلال نقاط الضعف والقوة هذه، يمكن لصانعي السياسات والمجتمع المدني تطوير طرق لتحسين النظام الاقتصادي الاجتماعي بشكل يدعم الاستدامة والتماسك، بما يتماشى مع الأهداف الوظيفية للمجتمع.

جدول رقم 09 يوضح المخاوف الامنية والخصوصية في تسوق

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	13	26
لا	37	74
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 74% مثلت للاجابات لهم مخاوف امنية و الخصوصية في تجربة التسوق، في حين كانت الاجابات بنعم 26%.

وهذا قد يعكس إما ثقة عالية في الإجراءات الأمنية الحالية أو نقص في الوعي حول المخاطر المحتملة. وظيفيا، هذا النقص في التعبير عن المخاوف قد يؤدي إلى ضعف دافعية لتحسين الأمان والخصوصية في التجارة الإلكترونية، مما يتطلب زيادة الجهود في التوعية والتثقيف حول المخاطر الأمنية والخصوصية، تؤدي المخاوف الأمنية والخصوصية في التسوق إلى تسليط الضوء على الحاجة إلى توازن وظيفي يدمج بين تحسين الأمان وحماية الخصوصية وبين تعزيز الثقة والراحة للمستهلكين. من خلال هذا التوازن، يمكن تعزيز التماسك الاجتماعي والاستقرار الاقتصادي.

جدول رقم 10 يوضح استمرارية التسوق عبر الانترنت

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	37	74
لا	13	26
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 74% مثلت للاجابات لاستمرارية التسوق عبر الانترنت، في حين كانت الاجابات بنعم 26%.

يرجع هذا الرأي أن يحفز على البحث عن حلول مبتكرة لدمج مزايا التسوق الإلكتروني مع المخاوف التي تم التعبير عنها، مما يساعد في تطوير استراتيجيات التسوق الإلكتروني بشكل يراعي حاجات جميع المستخدمين، يدل التحليل على أن استمرارية التسوق عبر الإنترنت تساهم في استقرار وتطور المجتمع من خلال توفير وسائل مواكبة للتقنيات الحديثة وتعزيز الاقتصاد الرقمي.

1-1-2- عرض نتائج الفرضية الثانية

جدول رقم 11 يوضح مستويات الامان والحماية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	25	50
لا	25	50
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 50% مثلت للإجابات بنعم لمستويات الامن و الحماية ، في حين كانت الاجابات لا 50%.

وهذه النتيجة تضع الضوء على أهمية التطوير المستمر للأنظمة الأمنية والحماية لمواكبة التحديات المتغيرة وتعزيز الشعور بالأمان والثقة في المجتمع، هذا الانقسام يشير إلى ضرورة إشراك المجتمع في عمليات صنع القرار المتعلقة بالأمان والحماية للوصول إلى حلول ترضي كافة الأطراف. كما يؤكد على أهمية التقييم والمراجعة المستمرة للإجراءات الأمنية والحماية بما يتناسب مع الحاجات المجتمعية المتغيرة لضمان تحقيق الاستقرار والتماسك الاجتماعي.

جدول رقم 12 يوضح تفضيل متاجر التي توفر ضمانات

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم افضل	37	74
لا افضل	13	26
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 74% مثلت للإجابات بتفضيل المتاجر التي توفر ضمانات ،

في حين كانت الاجابات بلا 26%.

يعتبر هذا الجزء من المستهلكين يظهر التنوع في السلوك الشرائي ويلفت الانتباه إلى أهمية توفير معلومات دقيقة ومفصلة حول المنتجات وسهولة الوصول إلى تقييمات العملاء كبداية للتغلب على تحفظاتهم، ويكشف هذا التحليل عن الوظائف المتعددة التي تلعبها الضمانات داخل السوق، ليس فقط كآليات للحماية، بل كعناصر تعزز التماسك الاجتماعي وتبني الثقة في البيئة الاقتصادية. توجيه الاهتمام نحو الضمانات يمكن أن يساعد الشركات على تحسين مواقفها في السوق وتعزيز التجربة التجارية ككل.

جدول رقم 13 يوضح الثقة في استخدام البيانات الشخصية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
اثق	14	28
لا اثق	36	72
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 72% مثلت للإجابات بعدم الثقة باستخدام البيانات

الشخصية ، في حين كانت الاجابات بنعم 28%.

الانقسام في الثقة يدعو إلى إجراء تحليل معمق لكيف يمكن للمؤسسات تحسين البنى التحتية لحماية البيانات وكيفية التواصل بشكل أفضل مع العملاء حول هذه القضايا. الثقة تعتبر حجر الزاوية في العلاقة بين المستهلكين والمتاجر الرقمية، وهي ضرورية لاستمرارية التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة.

جدول رقم 14 يوضح اجراءات الحماية المتوفرة عبر المواقع الالكترونية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	25	50
لا	25	50
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 50% مثلت للإجابات بنعم بالإجراءات الحماية المتوفرة عبر

المواقع الالكترونية ، في حين كانت للإجابات لا 50%.

هذه النتائج تدفع نحو النظر في كيف يمكن تحسين معايير الحماية وبناء إجراءات أكثر رسوخا لضمان خصوصية المستخدم وتدعيم الثقة في البيزنس الإلكتروني. كما تشير إلى أهمية التركيز على تعليم المستخدمين حول أهمية الأمان الرقمي وكيفية حماية أنفسهم عبر الإنترنت.

جدول رقم 15 يوضح تجارب سلبية سابقة تتعلق بانتهاكات أمنية أثناء التسوق عبر الإنترنت

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	10	20
لا	40	80
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 80% مثلت للاجابات بلا للتجارب السلبية السابقة التي

تتعلق بانتهاكات أمنية أثناء التسوق ، في حين كانت الاجابات بنعم 20%.

التحدي هنا يكمن في كيفية الحفاظ على هذا الاستقرار والتحسين المستمر في إجراءات الحماية لضمان عدم تحول النسبة الأقل من التجارب السلبية إلى زيادة بمرور الوقت. إن وجود استراتيجيات واضحة ومواصلة الابتكار في مجال الأمان السيبراني يعتبر ضروريا لمواكبة التهديدات المتطورة وبناء ثقة المستهلك في المجال الإلكتروني

جدول رقم 16 يوضح تتحققين دائما من اتباع المتاجر لإجراءات الأمان والتشفير قبل إدخال معلوماتك

الشخصية أثناء التسوق عبر الإنترنت

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	38	76
لا	12	24
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 76% مثلت للاجابات بنعم للتتحقق من اتباع المتجر

لإجراءات الامن و التشفير قبل ادخال المعلومات الشخصية أثناء التسوق ، في حين كانت الاجابات بنعم 24%.

هذه النتائج تظهر أهمية مواصلة الجهود لرفع الوعي حول قضايا الأمان السيبراني وتشجيع سلوكيات مسؤولة عبر الإنترنت. من خلال التعزيز المستمر لهذه الممارسات، يمكن تحسين الأمان السيبراني وخلق بيئة رقمية أكثر أمانا للجميع.

جدول رقم 17 يوضح تفضيل الدفع عبر بطاقات الائتمان عند القيام بعمليات الشراء عبر الإنترنت

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	17	34
لا	33	66
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 66% مثلت للاجابات بلا للتفضيل الدفع عبر بطاقات

الإئتمان عند القيام بعمليات التسوق ، في حين كانت الاجابات بنعم 34%.

تعكس هذه التفضيلات التوازن الوظيفي بين رغبة المستهلكين في الراحة والكفاءة وحاجتهم للحفاظ

على أمالهم المالي والخصوصية. تباين التفضيلات يعبر عن تنوع التجارب والحاجات الفردية، ويدل على

ضرورة توفير خيارات متعددة تناسب مختلف الشرائح السوسيوولوجية.

جدول رقم 18 يوضح اعتقاد أن الحكومة والهيئات ذات الصلة تقدم الحماية الكافية للمستهلكين في مجال

التجارة الإلكترونية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	41	82
لا	09	18
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 82% مثلت للاجابات باعتقاد الحكومات و الهيئات ذات

الصلة تقدم الحماية الكافية للمستهلكين في مجال التجارة الالكترونية ، في حين كانت الاجابات بلا 18%.

النظرية الوظيفية هنا تساعد على فهم الأدوار التي تلعبها هذه الحماية في استقرار وتطور المجتمع بشكل عام،

وكيف أن الإجراءات التنظيمية تسهم في الحفاظ على نظام السوق وثقة المستهلك.

جدول رقم 19 يوضح الاعتقاد أن تحسين مستويات الأمان والحماية في التجارة الإلكترونية يمكن أن يزيد من انخراط الأفراد في هذه الأنشطة

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	17	34
لا	33	66
المجموع	50	100

تبين المعطيات الواردة في الجدول أعلاه 66% كانت إجاباتهم بـ "لا" بحيث لا يعتقدون أن تحسين مستويات الأمان والحماية في التجارة الإلكترونية، في حين قدرت نسبة 34% نعم. يمكن تفسير هذه الآراء بالنظر إلى دور الأمان الإلكتروني في استدامة ونمو اقتصاد السوق الإلكتروني، حيث التحسينات في الأمان تعزز من وظائف النظام ككل من خلال تقوية الثقة والرضا لدى المستخدمين، ولكن توقعات تأثيرها قد تختلف بناء على التجارب الفردية والإدراكات.

1-1-3- عرض نتائج الفرضية الثالثة

جدول رقم 20 يوضح الخبرة السابقة في مجال التجارة الإلكترونية المتزلية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	21	42
لا	29	58
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح الخبرة السابقة في مجال التجارة الإلكترونية المتزلية نجد نسبة 58%، ونجد نسبة 42%.

هذه الخبرة قد تساعدهم في التنقل عبر التحديات الفنية وتعزيز ثقتهم في العمليات الإلكترونية، من منظور النظرية الوظيفية، يتضح أن الخبرات السابقة تعتبر عوامل قد تؤثر في كيفية تفاعل الأفراد مع التحولات الاقتصادية وفي النهج الذي يتبعونه للمشاركة في أنشطة التجارة الإلكترونية المتزلية. الخبرة السابقة يمكن أن تساهم في تعزيز قدرات الأفراد وتحسين وظائف المجتمع بشكل كلي من خلال تسهيل التكامل والتناغم مع الابتكارات الجديدة وديناميكيات السوق الحالية.

جدول رقم 21 يوضح التجارة الإلكترونية المتزلية وسيلة فعالة لتحقيق الدخل

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	38	76
لا	12	24
المجموع	50	100

تظهر الأرقام وجود توافق كبير حول فكرة أن التجارة الإلكترونية المتزلية تمثل وسيلة فعالة لتحقيق الدخل، حيث وافق 76% من الأفراد (38 من أصل 50) على ذلك. هذا يعكس الإدراك الواسع للفرص الاقتصادية المتاحة من خلال التجارة الإلكترونية المتزلية وكيف أنها باتت تشكل جزءا هاما من النشاط الاقتصادي لعدد كبير من الناس، من ناحية أخرى، 24% (12 من أصل 50) لم يجدوا التجارة الإلكترونية المتزلية وسيلة فعالة لتحقيق الدخل. هذا قد يعبر عن التحديات التي قد يواجهها البعض في هذا المجال، مثل التنافسية العالية، قلة الخبرة أو المعرفة بأدوات واستراتيجيات التجارة الإلكترونية، أو ربما عدم الوصول إلى السوق المستهدف بشكل فعال.

ولتسليط الضوء على هذه التوجهات من خلال النظرية الوظيفية يعزز فهمنا لدور التجارة الإلكترونية المتزلية كعنصر ديناميكي في النظام الاقتصادي. يمكن اعتبارها كمكون يساهم في الاستقرار والنمو من خلال توفير فرص عمل مرنة وفعالة لشريحة واسعة من الناس. من هنا، يتضح كيف أن الإدراك الإيجابي تجاه التجارة الإلكترونية يمكن أن يعزز من دمجها أكثر في الأنشطة الاقتصادية اليومية ويساهم في تطور المجتمع عبر تحسين الظروف الاقتصادية لأفراده.

جدول رقم 22 يوضح الظروف الاقتصادية تؤثر على قرارك في ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	29	58
لا	21	42
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الظروف الاقتصادية التي تؤثر على القرار في ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية، تبين أن 58% ممن أجابوا بنعم، في حين قدرت نسبة 42%. يمكن تفسير هذه البيانات بأن الظروف الاقتصادية تشكل جزءا من البيئة الكلية التي تؤثر في وظائف المجتمع وسلوكيات أفراده. تظهر التجارة الإلكترونية المتزلية كوسيط يمكن للأفراد استخدامه للتأقلم مع هذه

الظروف، سواء كانت بحثا عن فرص جديدة في ظل تحديات اقتصادية أو كفرصة للتوسع المهني والمالي في ظروف مستقرة. بالتالي، يمكن أن تساهم التجارة الإلكترونية في زيادة مرونة النظام الاقتصادي بشكل عام، مما يعزز من استدامته ويحسن قدرته على تلبية احتياجات وتطلعات أفراد.

جدول رقم 23 يوضح الظروف الاجتماعية تؤثر على قرارك في ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	34	68
لا	16	32
المجموع	50	100

من خلال الدلائل الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه تبين أن 68% من المبحوثين كانت إجابتهم

بنعم، في حين قدرت نسبة 32% كانت إجابتهم بلا.

وعليه يمكن القول أن الفهم بأن النظام الاجتماعي وعناصره لا تعمل في فراغ بل في تناغم وتفاعل مستمر مع النظم الاقتصادية، بحيث يمكن أن تسهم الظروف الاجتماعية في سلاسة الانتقال والتحول نحو التجارة الإلكترونية المتزلية، مما يدعم في النهاية المرونة والاستقرار الاجتماعي والاقتصادي على حد سواء.

جدول رقم 24 يوضح التجارة الإلكترونية المتزلية تقدم فرصا أكبر للنجاح في ظل الظروف الاقتصادية الراهنة

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	10	20
لا	40	80
المجموع	50	100

من خلال بيانات الجدول أعلاه يوضح التجارة الإلكترونية المتزلية تقدم فرصا أكبر للنجاح في ظل

الظروف الاقتصادية الراهنة قدرت نسبة 80% بنعم، أما نسبة 20% إجابتهم 20% بلا.

وعليه يمكن أن يعكس هذا وجود تحديات وضغوطات داخل النظام الاقتصادي مما يستدعي استجابات واستراتيجيات معينة للتعامل معها. التجارة الإلكترونية المتزلية يمكن أن تكون إحدى هذه الاستراتيجيات، إذ توفر المجال لاستكشاف أشكال بديلة للعمل والدخل. ومع ذلك، تشير هذه الأرقام أيضا إلى أن مثل هذه الاستراتيجية قد لا تكون معزولة ولا ضامنة للنجاح بشكل كامل، ويجب تقييمها في سياق التحديات الأوسع القائمة في البيئة الاقتصادية المعاصرة، ويظهر كيف أن النجاح في التجارة الإلكترونية المتزلية

يمكن أن يعتمد على مجموعة من العوامل المعقدة التي تتعدى الظروف الاقتصادية العامة، بما في ذلك البنية التكنولوجية، المهارات الفردية، الوصول إلى رؤوس الأموال، وديناميات السوق.

جدول رقم 25 يوضح ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية تمنحك مرونة أكبر في إدارة وقتك وموازنة بين العمل والحياة الشخصية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	30	60
لا	20	40
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين نسبة 60% من المبحوثين كانت إجابتهم بنعم، في حين قدرت نسبة

40% للإجابات لا.

وعليه يمكن أن توفر التجارة الإلكترونية المتزلية وظائف محددة تساعد في تعزيز كفاءة النظام الاجتماعي الأوسع، مثل إيجاد توازن أفضل بين العمل والحياة، تقليل الازدحام المروري من خلال العمل عن بعد، وتعزيز التنوع الاقتصادي. ومع ذلك، فإن الاستجابات المتباينة تعكس أيضا التحديات التي قد تظهر عند محاولة دمج الأعمال الجديدة في النظام الاقتصادي الحالي، وأن التجارة الإلكترونية المتزلية تحمل القدرة على المساهمة في تحقيق توازن أكثر صحة بين العمل والحياة، لكن هذا التأثير ليس شاملا أو مضمونا لكل فرد، حيث يتوقف على عوامل متعددة بما في ذلك طبيعة العمل، المهارات الشخصية، ودعم بيئة العمل.

جدول رقم 26 يوضح التجارة الإلكترونية المتزلية تعزز من فرص النساء في سوق العمل

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	26	52
لا	24	48
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح التجارة الإلكترونية المتزلية تعزز من فرص النساء في سوق

العمل كانت نسبة 52% للإجابات نعم، أما 48% كانت للإجابات لا.

هذه النتائج تؤكد على أهمية كل جزء من أجزاء المجتمع للمساهمة في استقراره وازدهاره، تشير إلى أن زيادة مشاركة النساء في الاقتصاد من خلال التجارة الإلكترونية يمكن أن تكون لها نتائج وظيفية إيجابية. تتمثل هذه النتائج في توسيع القوى العاملة، تحسين الاستقلال المالي للنساء، والمساهمة في تنويع الاقتصاد وزيادة

الإنتاجية، وبالتالي يعكس هذا التحليل وجود اتجاه عام نحو الاعتقاد بأن التجارة الإلكترونية المتزلية لها القدرة على تحفيز مشاركة النساء في العمل، ولكن هناك حاجة مستمرة للتعرف على ومعالجة العوائق التي تحول دون تحقيق هذا الإمكان الكامل.

جدول رقم 27 يوضح التجارة الإلكترونية المتزلية تساهم في تحسين مستوى المعيشة ورفع مستوى الدخل للأفراد

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	47	94
لا	03	06
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين نسبة 94% من المبحوثين كانت إجاباتهم نعم في حين قدرت نسبة 06% للإجابات لا.

من خلال الإجابات تنظر أن مساهمة مختلف الأجزاء في المجتمع، إلى التجارة الإلكترونية المتزلية على أنها إحدى الوظائف الاجتماعية التي تعزز من الاندماج والتماسك الاجتماعي من خلال توفير فرص العمل وتحسين الأحوال المعيشية، مما يساهم بدوره في استقرار المجتمع وتقدمه. هذه النتائج توضح الحاجة إلى التركيز على العوامل التي تمكن التجارة الإلكترونية المتزلية من الوصول إلى أقصى إمكاناتها في تعزيز الاقتصاد المتزلي ودعم الأفراد والأسر.

جدول رقم 28 يوضح صعوبات معينة في ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	19	38
لا	31	62
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة 62% من إجابات لا ليس لهم صعوبات في ممارسة التجارة الإلكترونية، في حين قجرت نسبة 38% للإجابات نعم هم من لهم صعوبات في ممارسة التجارة الإلكترونية.

يمكن القول أن التجارة الإلكترونية المتزلية تعتبر أحد الوظائف الاجتماعية التي يمكن أن تواجه تحديات تعترض إسهامها في الاستقرار والوظيفة العامة للمجتمع. هذه الصعوبات قد تشمل العقبات التقنية، المؤسسية، أو الاجتماعية التي تحول دون الوصول إلى الأسواق، التطور التكنولوجي، أو اكتساب الثقة من العملاء.

جدول رقم 29 يوضح التدريب والتعلم المستمرين يمكن أن يساعدك في تحقيق نجاح أفضل في التجارة الإلكترونية

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	25	50
لا	25	50
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح التدريب والتعلم المستمر توزعت نسبة 50% على الاجابتين نعم ولا، يمكن النظر إلى التدريب والتعلم المستمرين كعناصر تساهم في تجهيز الأفراد بالمهارات والمعرفة اللازمة لزيادة فعاليتهم في البيئة الاقتصادية. هذه العملية تؤدي إلى تعزيز القدرات الشخصية وتقوية البنية الاجتماعية من خلال زيادة قدرة الأفراد على المساهمة بشكل إيجابي في الاقتصاد.

جدول رقم 30 يوضح الحكومة يجب أن تقدم دعما وتشجيعا أكبر للأفراد الذين يرغبون في ممارسة التجارة الإلكترونية المتزلية كوسيلة لتحقيق الدخل

الاختيارات	التكرارات	النسبة
نعم	34	68
لا	16	32
المجموع	50	100

من خلال المعطيات الواردة في الجدول أعلاه أن نسبة 68% كانت للاجابات نعم، أما نسبة 32% كانت للإجابات لا.

ويمكن التأكيد على أن الحكومات لديها دور رئيسي في تعزيز وظائف المجتمع من خلال توفير البنية التحتية، السياسات التنظيمية، والدعم اللازم لتمكين الأفراد من الإسهام بفعالية في الاقتصاد. الدعم الحكومي يمكن أن يشمل التدريب، تقديم الحوافز المالية، تسهيل الوصول للتكنولوجيا، وتحسين القوانين ذات الصلة لتشجيع الابتكار والمشاركة في التجارة الإلكترونية المتزلية، النسبة التي تشير إلى عدم الحاجة لدعم أكبر قد تعكس رضا بعض الأفراد عن المستوى الحالي للدعم، أو اعتقادهم بأن هناك عوامل أخرى أكثر أهمية للنجاح

في التجارة الإلكترونية. ولكن، تظل الغالبية تعتقد بأن هناك حاجة للمزيد من الدعم الحكومي، ما يعني الاعتراف بأن السياسات الحكومية يمكن أن تلعب دوراً مهماً في تحفيز النمو الاقتصادي وتوفير فرص عمل مستدامة من خلال التجارة الإلكترونية المتزايدة.

2- مناقشة نتائج الدراسة:

2-1- مناقشة نتائج الفرضية الأولى

من خلال التحليل الاحصائي نجد أن للثقافة والتربية لها تأثير في تشكيل تمثلات الطالبات للتجارة الالكترونية، وعليه أن هناك تفاوتاً في تجربة التسوق عبر الإنترنت بين الطالبات، تبين ذلك من خلال جدول رقم 03 حيث 42% منهم أفادوا بتجربة التسوق عبر الإنترنت في حين قال 58% منهم بعدم امتلاك هذه التجربة.

وهناك توزيعاً مختلفاً لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي كمنصات للتسوق الإلكتروني بين الطالبات. وتشير النسب في الجدول رقم 04 إلى أن إنستغرام هو الأكثر استخداماً (40%)، يليه فيسبوك (34%)، وثم تيك توك (26%).

هنالك العديد من الأسباب التي قد تفسر سبب تفضيل منصة على أخرى، ومن بين هذه الأسباب تأثيرات الثقافة والتربية، حيث أن الثقافة تؤثر على القيم والمعتقدات والاتجاهات نحو التكنولوجيا وسلوكيات الاستهلاك. كما أن التربية تلعب دوراً في تعزيز مهارات معينة وإتاحة التقنيات وتشكيل الآراء حول ما هو مقبول اجتماعياً أو يُفضل في مجال الشراء الإلكتروني.

الفروق بين منصات التسوق هذه يمكن أن تُعزى أيضاً إلى خصائص كل منصة، فمثلاً إنستغرام معروف بتركيزه على الصورة والذي قد يجذب أشخاصاً مهتمين بالموضة والجمال، الأمر الذي يؤثر على تمثلات الطالبات للتسوق فيه. في حين أن فيسبوك يقدم مجموعة من الخيارات الإضافية كمجموعات البيع والشراء التي قد تجذب الطالبات بشكل آخر.

من خلال هذا التوزيع يمكن إيجاء أن هناك عوامل مختلفة يمكن أن تؤثر على مدى استعداد أو قبول الطالبات للتسوق عبر الإنترنت، ومنها الثقافة والتربية والثقافة تشمل القيم والمعتقدات والممارسات التي تتوارثها الأجيال وقد تؤثر على نظرة الأفراد للتكنولوجيا واستخداماتها، بينما التربية تلعب دوراً مهماً في تشكيل الآراء والسلوكيات تجاه الابتكارات الجديدة مثل التجارة الإلكترونية.

وعليه طبيعة الثقافة وممارسات التربية في بيئة الطالبات، وكيف يمكن أن تؤثر هذه العوامل على تفضيلاتهن وتجاربهن مع التجارة الإلكترونية، هل هناك تشجيع أو دعم من العائلة والمجتمع للتعامل مع التكنولوجيا. وعليه يمكن القول أن الفرضية التي مفادها "يوجد تأثير للثقافة والتربية في تشكيل تمثلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المترتبة"، ويمكن الأخذ بها.

2-2- مناقشة نتائج الفرضية الثانية:

استناداً من المحور الرابع الذي يعرض مستويات الأمان والحماية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، حيث النتائج تبين تقسيماً متساوياً للآراء بين الطالبات، 50% منهن أشعرن بالأمان والحماية أثناء القيام بعملية التسوق الإلكتروني، بينما 50% الأخرى لم تشعر بذلك. هذه النتائج توفر قاعدة قوية لمناقشة فرضية أن الثقة تؤثر على تفضيل الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية.

الثقة هي عامل أساسي في كل معاملة تجارية، وهذا لا يختلف في سياق التجارة الإلكترونية. الإحساس بالأمان والحماية يؤثر مباشرة على استعداد الفرد لإجراء عمليات شراء عبر الإنترنت. إن الانقسام المتساوي في الآراء يشير إلى أن هناك عوامل مؤثرة قد تجعل بعض الطالبات يشعرن بمزيد من الثقة عند التسوق عبر الإنترنت مقارنة بالأخرى.

البيانات المستقاة من الجدول الرقم 12، التي تُظهر أن 74% من المشاركات يفضلن التسوق من متاجر توفر ضمانات، تُسلط الضوء على الدور الحاسم الذي تلعبه الثقة في اتخاذ قرارات الشراء عبر الإنترنت. الضمانات تعتبر مؤشراً مهماً للثقة لأنها توفر نوعاً من الأمان للمستهلكين، إذ تعدّ بحل المشاكل المحتملة مثل التعامل مع بضائع تالفة، أو مسألة الإرجاع في حال لم تلب المنتجات التوقعات. هذا النوع من التأكيدات يخفف من مخاطر الشراء الإلكتروني ويجعل الناس أكثر ارتياحاً لاتخاذ خيار الشراء عبر الإنترنت. تؤكد هذه البيانات على أهمية الثقة في العلاقة بين الطالبات والتجارة الإلكترونية. التجار والمنصات الذين يرغبون في جذب والاحتفاظ بعملاء من هذه الفئة يجب أن يضعوا في اعتبارهم أهمية الشفافية، وتقديم ضمانات قوية، وتحسين مستويات الأمان والحماية لمنتجاتهم وخدماتهم.

يمكن أن تؤدي تجارب الشراء الإيجابية، التي يتم تعزيزها من خلال توفير ضمانات والتأكيد على الأمان، إلى بناء علاقة ثقة طويلة المدى بين الطالبات والمتاجر الإلكترونية. هذا الأمر قد يؤثر ليس فقط على تفضيلاتهم الحالية، بل وكذلك على سلوكيات الشراء المستقبلية للأجيال القادمة.

من الممكن أن هذا الانقسام يعكس اختلافات في التجارب الشخصية، مستوى المعرفة بأمان المعاملات الإلكترونية، أو حتى الوعي بالحقوق والحماية المتاحة للمستهلكين. كما أن الثقة قد تتأثر بسمعة المنصات الإلكترونية، تقييمات المستخدمين الآخرين، والخبرات المشتركة داخل الدوائر الاجتماعية.

من الضروري تعزيز الوعي حول أمان التجارة الإلكترونية وتشجيع الطالبات على اتخاذ احتياطات لحماية أنفسهن عبر الإنترنت. يمكن لهذا أن يشمل التعريف بأفضل الممارسات لإجراء معاملات آمنة، فهم كيفية التحقق من موثوقية المواقع والتجار، وتعلم كيفية استخدام أدوات حماية الخصوصية والأمان، وعليه

الفرضية القائلة: " تؤثر الثقة على تفضيل الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية" يتم الاقرار بصدق هذه الفرضية.

2-3- مناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

بالرجوع إلى المحور الرابع إذ تظهر النتائج خصوصاً من الجدول 27 أن 94% من المشاركين يرون أن التجارة الإلكترونية المتزلية تساهم في تحسين مستوى المعيشة ورفع مستوى الدخل للأفراد. هذا يشير إلى تقدير واسع النطاق لكيفية مساهمة التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الفردي.

في ظل الظروف الاقتصادية الحالية، حيث البحث عن مصادر دخل مرنة ومستدامة يصبح أكثر إلحاحاً، تبرز التجارة الإلكترونية المتزلية كفرصة واعدة، خاصة للطالبات. تسمح هذه النماذج بالعمل من المنزل، مما يوفر مرونة في العمل تناسب أوقات الدراسة والالتزامات الأخرى. كما أن الوصول إلى السوق العالمي عبر الإنترنت يوفر فرصاً لا حصر لها للتسويق والبيع.

كما تُظهر البيانات المقدمة، من الجدول رقم 30 نسبة هائلة تبلغ 94% من المشاركات ترى أن التجارة الإلكترونية المتزلية تساهم في تحسين مستوى المعيشة ورفع مستوى الدخل للأفراد، مقارنة بنسبة صغيرة تبلغ 6% تذهب في اتجاه معاكس. هذه النتائج تشير إلى أن هناك إدراك واسع النطاق بين الطالبات لقيمة الأعمال القائمة على التجارة الإلكترونية كوسيلة محتملة لتحقيق الاستقلال المالي والتمكين الاقتصادي. وعليه الظروف الاقتصادية بما في ذلك معدلات البطالة، مستويات الدخل، والوصول إلى فرص العمل التقليدية، قد تسهم بشكل كبير في دفع الطالبات نحو استكشاف فرص العمل على الإنترنت. التجارة الإلكترونية المتزلية توفر فرصاً مرنة لا تتطلب بالضرورة ساعات عمل ثابتة أو مكان عمل مادي، مما يجعلها خياراً جذاباً للطالبات اللواتي قد يكن مضطرات للجمع بين الدراسة والعمل لدعم أنفسهن وعائلاتهن.

المساهمة الإيجابية للتجارة الإلكترونية المتزلية في تحسين مستوى المعيشة ليست مفاجأة؛ إذ تقدم فرصاً لتوليد الدخل بكلفة نسبياً متدنية لبدء الأعمال التجارية، مقارنة بالمتطلبات المالية والزمنية اللازمة لبدء الأعمال التقليدية. كما أنها تساهم في تعزيز المهارات الرقمية، التي تعتبر ضرورية في سوق العمل الحالي.

من المهم أيضاً الإشارة إلى أن التجارة الإلكترونية يمكن أن تعمل كوسيلة لتجسير الفجوات الاقتصادية والاجتماعية، وتوفير فرص للنساء والفتيات في المجتمعات التي تفتقر إلى فرص العمل التقليدية أو في الأماكن التي تحدد من وصول النساء إلى العمل خارج المنزل.

هذه الأرقام تحفز على المزيد من التحليل حول العوامل التي تجعل التجارة الإلكترونية جاذبة وفعالة كوسيلة لتحقيق الدخل، وكيف يمكن تعزيز هذه الفرص بشكل أكبر لدعم الطالبات وغيرهن من الفئات في

المجتمع. وعليه الفرضية التي تنص على أن: "تؤثر الظروف الاقتصادية في قبول الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية كوسيلة لتحقيق الدخل". صحيحة ويمكن الأخذ بها.

3- استنتاج:

من خلال دراستنا توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يوجد تأثير للثقافة والتربية في تشكيل تمثيلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية.
- تؤثر الثقة على تفضيل الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية.
- تؤثر الظروف الاقتصادية في قبول الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية كوسيلة لتحقيق الدخل.
- يبدو أن الطالبات الجامعيات في الوسط الحضري ينظرن إلى التجارة الإلكترونية المتزلية كفرصة واعدة لتحقيق الدخل والتمكين الاقتصادي. هذه النظرة مدعومة بعدة عوامل، منها سهولة الوصول إلى الإنترنت والتكنولوجيا، وجود ثقافة الاستهلاك الديناميكية في الوسط الحضري، والحاجة لأساليب عمل مرنة تتناسب مع جدولهن الدراسي.
- يمكن للتجارة الإلكترونية المتزلية أن تلعب دوراً في تشجيع روح المبادرة بين الطالبات وإلهامهن لتقديم أفكار مبتكرة وتطوير مشاريع تجارية خاصة بهن.

4- اقتراحات

- تطوير البرامج التعليمية: الجامعات والمعاهد يمكن أن تدمج دورات تركز على التجارة الإلكترونية، التسويق الرقمي، وريادة الأعمال في مناهجها. التعليم العملي وورش العمل قد تساعد الطالبات على اكتساب المهارات اللازمة وفهم أعمق لسوق التجارة الإلكترونية.
- إنشاء منصات للتوجيه والدعم: الجامعات والمنظمات ذات الصلة يمكن أن تبادر بإنشاء منصات لتوفير المشورة والدعم للطالبات المهتمات بالتجارة الإلكترونية. هذا يمكن أن يشمل الإرشاد من رواد الأعمال المخضرمين، الوصول إلى موارد التمويل، والمساعدة في التسويق وإدارة الأعمال.
- تشجيع الشراكات بين الجامعات والشركات: تعزيز التعاون بين الجامعات والشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية لتوفير فرص التدريب والتوظيف للطالبات. هذه الشراكات يمكن أن توفر تجارب عملية قيمة وتساعد الطالبات على بناء شبكات مهنية قوية.
- تسليط الضوء على النماذج الناجحة: عبر التواصل الجامعي والإعلام الرقمي، يمكن تسليط الضوء على قصص نجاح الطالبات والخريجات في مجال التجارة الإلكترونية. هذه القصص يمكن أن تلهم الآخريين وتوفر إرشادات قيمة من خلال الخبرات العملية.

- تعزيز وعي الطالبات بأهمية المهارات الرقمية: عبر ورش العمل، الندوات والدورات، يمكن للجامعات المساهمة في تعزيز الوعي بأهمية المهارات الرقمية والتكنولوجية للنجاح في مجال التجارة الإلكترونية والبيئة الاقتصادية اليوم.
- التشجيع على تنوع الأعمال التجارية الإلكترونية: تحفيز الطالبات على استكشاف مختلف أنواع التجارة الإلكترونية، سواء كان ذلك من خلال البيع على منصات معروفة أو إنشاء متاجر إلكترونية خاصة، وتنويع المنتجات والخدمات التي يقدمنها.
- توفير الدعم المادي والتقني: مساعدة الطالبات على تجاوز العقبات المادية والتقنية من خلال توفير المعدات اللازمة، زيادة وصولهن إلى الإنترنت عالي السرعة، وتقديم الدعم الفني عند الحاجة.

خاتمة

خاتمة:

في الختام تمثلات الطالبات الجامعيات للتجارة المتزلية الإلكترونية في الوسط الحضري تلقي الضوء على تحول كبير في كيفية تفاعل الشباب مع الفرص الاقتصادية في عصرنا الحالي. تُظهر هذه التمثلات أن الطالبات ليس فقط مستعدات لاقتناص فرص العمل الرقمية واستثمارها لتحقيق الاستقلال المالي، ولكنهن أيضاً قادرات على التنقل بمرونة في سوق العمل الإلكتروني المتغير.

من خلال دمج المهارات الأكاديمية مع المهارات الرقمية وريادة الأعمال، تعكس الطالبات رؤية مبتكرة لمستقبل سوق العمل. إن الإدراك الواضح لأهمية التجارة الإلكترونية المتزلية يسلط الضوء على الحاجة إلى سياسات تعليمية واقتصادية تدعم هذه التوجهات، من خلال توفير الدعم اللازم للطالبات وتشجيعهن على استغلال إمكانيات التجارة الإلكترونية بشكل كامل.

لكي تستمر الطالبات في الابتكار والمساهمة بشكل فعال في الاقتصاد الرقمي، من الضروري أن تأتي الدعم من مختلف القطاعات، بما في ذلك الجامعات، صناعات السياسات، والقطاع الخاص، من أجل إنشاء بيئة تعليمية وتجارية مُحفزة وداعمة.

بإعطاء الأولوية للتعليم الرقمي وريادة الأعمال، وتوفير الفرص لتطوير المهارات والشبكات المهنية، يمكن للطالبات الجامعيات أن يصبحن قوة محركة في عالم التجارة الإلكترونية، مما يعود بالنفع على الاقتصادات الحضرية والمجتمعات على نطاق واسع.

في ضوء هذه التمثلات، الرغبة والقدرة على التكيف والابتكار لدى الطالبات الجامعيات تعد بمستقبل مشرق للتجارة المتزلية الإلكترونية، حيث تتقاطع الطموحات الشخصية مع التطورات التكنولوجية لخلق فرص جديدة ومستدامة للعمل والريادة.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

قائمة الكتب:

1. ابن منظور الأنصاري، لسان العرب، دار النوادر، 1988، ص ص 437-438
2. ابن منظور الأنصاري، لسان عرب دار النوادر، 1988
3. أسامة المجذوب، الجات ومصر والبلدان العربية من هافان إلى مراكش، الدار المصرية ، ط1، لبنان، 1991،
4. إسماعيل قيرة وأخرون، التمثلات الاجتماعية ومعاناة الفئات الدنيا، دار الهدى، عين مليلة-الجزائر، 2001
5. أمل البكري ونادية العجور، علم النفس المدرسي، المعتر للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011
6. أوليدوف أك، الوعي الاجتماعي، تر: ميشال كيلو، دار ابن خلدون، بيروت-لبنان، د ت
7. أيمن النحرواي، لوجستيات التجارة الدولية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2009
8. إيميل دوركايم، قواعد المنهج في علم الاجتماع، تر: محمود قاسم والسيد محمد بدوي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية-مصر، 1977
9. بلحشر عائشة، التجارة الإلكترونية، مطبوعة بيداغوجية، في مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبوبكر بلقايد -تلمسان، 2020-2021
10. بن عودة نصر الدين وميلود حسين أحمد، دراسة سوسيولوجية للتمثلات الاجتماعية، دفاتر البحوث العلمية، المجلد 11، العدد2، 2023
11. بوهكة فتيحة وعوار حنان، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في إقتصاديات الدول، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون -تيارت، 2015-2016
12. جان سكوت، المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، تر: محمد عثمان، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط2، بيروت-لبنان، 2009
13. جون سكوت، علم الاجتماع المفاهيم الأساسية، تر : محمد عثمان، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط1 بيروت، 2009
14. حمدي عبد العظيم، اقتصاديات التجارة الدولية، الطبعة الثانية، 1999

15. سليمان فياض، الحقول الدلالية المصرفية للأفعال العربية، دار المريخ للنشر، ط1، الرياض - السعودية، 1990
16. عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ط10، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015
17. عبد الرحمان ابن خلدون، كتاب العبر ديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر، دار النشر التونسية، الجزء الثاني، تونس، 1987
18. عبد العالي الجسماني، سيكولوجية المراهقة والطفولة، الدار العربية للعلوم، ط1، بيروت-لبنان، 1994
19. عبد الغاني عماد، سوسيولوجيا الهوية جدليات الوعي والتفكيك وإعادة البناء، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت-لبنان، 2017
20. علي غربي، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 1999
21. عيسى دراجي، تحديات التجارة الإلكترونية في الدول العربية، ملتقى وطني حول: "عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائري، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26/27 أبريل 2011
22. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، تسهيل التجارة والتجارة الإلكترونية، النسخة المعربة عن التقرير السنوي للأمم المتحدة، 2001
23. محمد صالح الحناوي وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، طبع، نشر، توزع، الإسكندرية، 2004
24. محمد صالح جداية وسناء جودت، التجارة الإلكترونية، ط2، دار الحامد، عمان، 2012

الاطروحات:

25. بن سعيد أحمد وبيو خالد، التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز التجارة العالمية، مذكرة ماستر، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم، 2020-2021

26. زين يوسف، أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة الداخلية في المصارف، أطروحة دكتوراه، في العلوم التجارية، قسم المحاسبة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2014/2013
27. شهرزاد عبيدي، الانترنت والتجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية، أطروحة دكتوراه، علوم تجارية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر-باتنة، 2015
28. صفية بوداني، التصورات الاجتماعية لمهنة البناء في نظر المتربصين بمهن أخرى في مركز التكوين المهني بولاية عين الدفلى، رسالة دكتوراة في علم النفس الاجتماعي، جامعة الجزائر، 2016
29. عامر نورة، التمثلات الاجتماعية للعنف الرمزي من خلال الكتابات الجدرانية، مذكرة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة منتوري قسنطينة، 2005
- المجلات:**
30. أحمد جلول ومومن بكوش الجموعي، التصورات الاجتماعية مدخل نظري، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد6، أبريل 2014
31. بوعافية الرشيد، دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، المجلة الجزائرية للإقتصاد والمالية، العدد 02، ديسمبر، 2020
32. بن شوقي بشرى التصورات الاجتماعية مقارنة نظرية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع24، جامعة الشهيد حمدة لخضر، الوادي، 2017
33. رشيد فراح و كريمة فرحي، متطلبات الأعمال الإلكترونية، مجلة علوم الاقتصاد، العدد 32، الجزائر، 2015
34. شجاع عوض ، تأثير التجارة الإلكترونية على الضرائب، المجلة العربية للنشر العلمي، الإصدار الخامس، العدد50، ديسمبر، 2022
35. فتيحة الهكار، تمثلات التلميذ للفلسفة، مجلة علوم التربية، العدد20
36. فوزية بن ميسية، التمثلات الاجتماعية؛ مقارنة المفهوم في العلوم الاجتماعية، مجلة المعيار، المجلد 25، العدد60

المعاجم:

37. جان لابلانوش وج ب بونتاليس، معجم مصطلحات التحليل النفسي، تر: مصطفى حجازي،

المنظمة العربية للترجمة، ط1، بيروت- لبنان، 1997

المراجع الأجنبية :

38. Abric J C, L'approche structurale des représentations, Développement récents, psychologie et société, Méthode des sciences humaines, presses universitaire française, Paris – France, 2001
39. Abric J C, L'organisation interne des représentations sociales systèmes centrales et systèmes périphériques, Guimelli, Paris-France, 1994
40. Abric J C, L'organisation interne des représentations sociales systèmes centrales et systèmes périphériques
41. Doise W et Clemence A, Représentations sociales et analyse de données, presses universitaires de Grenoble, Grenoble –France, 1992
42. Doise Willem, Représentations sociales : définition d'un concept, Dumas, Paris –France, 1985
43. Ferréal Gilles et Jean Pierre Noreck, introduction à la sociologie, Armand Colin, Paris-France, 7édition, 2007
44. Jodelet Denise, Les représentations sociales, Les presses universitaires de France, Paris, 1édition, mars 1989
45. Jodelet Denise, Réflexions sur le traitement de la notion de représentation sociale en psychologie sociale

46. Jodelet Denise, Réflexions sur le traitement de la notion de représentation sociale en psychologie sociale, communication, information Médias Théories, volume 6 n2-3, 1984
47. Moscovici Serge, psychanalyse son image et son public, presses universitaires françaises, Paris –France, 1967
48. Piaget Jean, La représentation du monde chez l'enfant, presses universitaires françaises, Paris –France, 1967
49. Pierre Bourdieu, La raison pratique, sur la théorie de l'action, 1994
50. Pierre Mannoni, Les représentations sociales, que sais-je, presses universitaires françaises, 6^{édition}, Paris France, 2006
51. Ruano Borbalan J, Une notion clé des sciences humaines, n27, Avril, France, 1993
52. Stone Bonardi et Nicolas Roussiau, Les représentations sociales ; état des lieux et perspectives, édition Pierre Mardaga, Belgique, 2001

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون _ تيارت _

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

_ قسم علم الاجتماع _

استمارة بحث

في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع الحضري

بعنوان:



تمثلات الطالبات تجاه التجارة الإلكترونية المنزلية

قسم العلوم الإجتماعية - أنموذجا

تحت إشراف :

دادي محمد

إعداد الطالبين:

* دزيري زهرة

* نهاري حنان

الرجاء وضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة. -

المعلومات الواردة في الاستمارة سرية ولا تستخدم الا لأغراض علمية -

السنة الجامعية: 2024/2023

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1. التخصص الجامعي:

علم النفس

علم الاجتماع

فلسفة

2. المستوى الجامعي:

ليسانس

ماستر

ثانيا المحور الأول: يوجد تأثير للثقافة والتربية في تشكيل تمثلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المنزلية.

1. هل تعتبرين تجربة التسوق عبر الإنترنت جزءا مهما من حياتك اليومية؟

نعم لا

إذا كانت اجابتك ب نعم علل اجابتك :

.....

2. ما هي المنصات أو التطبيقات التي تستخدمينها عادة للتسوق عبر الإنترنت؟

فاييبوك

انستغرام

تيك توك

أخرى اذكرها

3. هل تفضلين التسوق عبر الإنترنت أكثر من التسوق في المتاجر التقليدية؟

نعم افضل التسوق عبر الإنترنت

نوعا ما

لا افضل التسوق عبر الإنترنت

ولماذا؟

.....

4. هل تشعرين بالراحة والأمان أثناء عمليات التسوق عبر الإنترنت؟

نعم لا

علل اجابتك:

.....

5. هل تعتقدين أن تجربة التسوق عبر الإنترنت تعزز من فهمك لمفهوم التجارة

الإلكترونية المنزلية؟

نعم لا

6. هل تعتبرين أن التسوق عبر الإنترنت يساهم في دعم الأعمال المحلية والمشاريع

الصغيرة؟

نعم لا

7. هل لديك أي مخاوف أمنية أو خصوصية تتعلق بالتسوق عبر الإنترنت؟

نعم لا

..... علل اجابتك:

8. هل تعتقد أن تجربة التسوق عبر الإنترنت ستظل مستمرة كشكل رئيسي للتسوق في

المستقبل؟

نعم لا

علل اجابتك:

.....

المحور الثالث: تؤثر الثقة على تفضيل الطالبات للتجارة الإلكترونية المنزلية.

1. هل تعتبرين مستويات الأمان والحماية في التجارة الإلكترونية عاملا مهما عند اتخاذ

قرارات الشراء عبر الإنترنت

نعم لا

علل اجابتك:

2. هل تفضلين التسوق عبر الإنترنت من المتاجر التي توفر ضمانات أمان وحماية

للمعلومات الشخصية؟

نعم أفضل لا أفضل

علل:

3. هل تثقين في استخدام بياناتك الشخصية عبر الإنترنت لإتمام عمليات الشراء؟

أثق لا أثق

علل اجابتك:

4. هل تعتبرين أن إجراءات الحماية المتوفرة عبر المواقع الإلكترونية كافية للحفاظ على

خصوصيتك وأمان معلوماتك؟

نعم لا

إذا كانت اجابتك ب لا علل اجابتك :

.....

5. هل لديك أي تجارب سلبية سابقة تتعلق بانتهاكات أمنية أثناء التسوق عبر الإنترنت؟

نعم لا

6. هل تتحققين دائماً من اتباع المتاجر لإجراءات الأمان والتشفير قبل إدخال معلوماتك

الشخصية أثناء التسوق عبر الإنترنت؟

لا

نعم

علل اجابتك :

.....

7. هل تفضلين الدفع عبر بطاقات الائتمان عند القيام بعمليات الشراء عبر الإنترنت؟

لا

نعم

8. هل تعتقدين أن الحكومة والهيئات ذات الصلة تقدم الحماية الكافية للمستهلكين في

مجال التجارة الإلكترونية؟

لا

نعم

إذا كانت اجابتك ب نعم علل اجابتك :

.....

9. هل تعتقدين أن تحسين مستويات الأمان والحماية في التجارة الإلكترونية يمكن أن

يزيد من انخراط الأفراد في هذه الأنشطة؟

لا

نعم

إذا كانت اجابتك ب نعم علل اجابتك :

.....

المحور الرابع: تؤثر الظروف الاقتصادية في قبول الطالبات للتجارة الإلكترونية المنزلية
كوسيلة لتحقيق الدخل.

1. هل لديك خبرة سابقة في مجال التجارة الإلكترونية المنزلية؟

نعم لا

2. هل تعتبرين التجارة الإلكترونية المنزلية وسيلة فعالة لتحقيق الدخل؟

نعم لا

3. هل تعتقدين أن الظروف الاقتصادية تؤثر على قرارك في ممارسة التجارة
الإلكترونية المنزلية؟

نعم لا

4. هل تعتقدين أن الظروف الاجتماعية تؤثر على قرارك في ممارسة التجارة
الإلكترونية المنزلية؟

نعم لا

5. هل تشعرين بأن التجارة الإلكترونية المنزلية تقدم فرصاً أكبر للنجاح في ظل الظروف
الاقتصادية الراهنة؟

نعم لا

6. هل تعتبرين أن ممارسة التجارة الإلكترونية المنزلية تمنحك مرونة أكبر في إدارة
وقتك وموازنة بين العمل والحياة الشخصية؟

نعم لا

7. هل ترى أن التجارة الإلكترونية المنزلية تعزز من فرص النساء في سوق العمل؟

نعم لا

8. هل تعتبرين أن التجارة الإلكترونية المنزلية تساهم في تحسين مستوى المعيشة ورفع
مستوى الدخل للأفراد؟

نعم لا

9. هل تواجهين صعوبات معينة في ممارسة التجارة الإلكترونية المنزلية؟ إذا كانت

الاجابة بنعم أذكرها

نعم لا

.....

10. هل تعتبرين أن التدريب والتعلم المستمرين يمكن أن يساعدك في تحقيق نجاح أفضل

في التجارة الإلكترونية المنزلية؟

نعم لا

11. هل تعتبرين أن الحكومة يجب أن تقدم دعما وتشجيعا أكبر للأفراد الذين يرغبون في

ممارسة التجارة الإلكترونية المنزلية كوسيلة لتحقيق الدخل؟

نعم لا

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف التمثلات الاجتماعية للطالبات تجاه التجارة الإلكترونية، لدى طالبات جامعة ابن خلدون بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، واعتمدنا في دراستنا على أداة الاستمارة، وزعت على عينة قدرة بـ 50 طالبة اختيرت بطريقة عشوائية، وطبقنا المنهج الوصفي، توصلت الدراسة إلى أهم النتائج:

- تأثير الثقافة والتربية في تشكيل تمثلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية
- يؤثر الدخل والحالة الاقتصادية على تفضيل الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية
- تلعب الخبرات السابقة في التسوق عبر الإنترنت دوراً في تشكيل تمثلات الطالبات للتجارة الإلكترونية المتزلية
- يؤثر مستوى الثقة في الدفع عبر الإنترنت على استعداد الطالبات للمشاركة في التجارة الإلكترونية المتزلية

الكلمات المفتاحية: التمثلات، التجارة المتزلية، الوسط الحضري، الطالبات

Abstract :

This study aimed to explore the social representations of female students towards e-commerce, among female students at Ibn Khaldun University in the College of Humanities and Social Sciences. In our study, we relied on the questionnaire tool, which was distributed to a sample of 50 female students who were chosen randomly, and we applied the descriptive approach. The study reached the most important results:

- The influence of culture and education on shaping female students' representations of home e-commerce
- Income and economic status affect female students' preference for home e-commerce
- Previous experiences in online shopping play a role in shaping female students' representations of home e-commerce
- The level of confidence in online payment affects female students' willingness to participate in home e-commerce

Keywords: representations, home commerce, urban center, female students
