

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديمغرافيا



عنوان المذكرة

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت

اليوتيوب – نموذجاً –

دراسة ميدانية لعينة من النساء الماكثات بالبيت بمدينة الأغواط

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علم الاجتماع الاتصال

تحت إشراف الأستاذة:

إعداد :

د. غربي عبلة

شعيب نصيرة

خليلي محمد عبد الرزاق

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	اللقب و الإسم
رئيسا	جامعة عمار ثليجي الأغواط	خليفي حفيظة
مناقشا	جامعة عمار ثليجي الأغواط	بن عون الزبير
مشرفا ومقررا	جامعة عمار ثليجي الأغواط	غربي عبلة

السنة الجامعية: 2022-2021



الإهداء

أهدي ثمرة هذه السنين إلى من أقف لهما وحدهما طاعة بعد الله ورسوله.

إلى من أحمل اسمه بكل فخر إلى من يرتعش قلبي لذكره إلى من أودعني الله إلى أبي الغالي رحمه الله واسكنه فسيح جناته .

إلى معنى الحب والعطاء إلى من أوجب الله عليا برها والإحسان إليها إلى من كان دعائها سر نجاحي إلى أمي الغالية.

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة إلى رياحين حياتي إخوتي وأخواتي وعائلاتهم .

إلى من كانوا لي سندا وعونا ودعما في هذه المرحلة من حياتي وأخص بالذكر جهاد - خديجة - أسماء - عبد الصمد - هدى.

إلى كل من ترك بصمة في حياتي ولكل من أشعرتني بأني لست وحيدة في هذه الحياة.

إلى كل شخص أحبه وأحترمه وأقدره.

إلى كل من عرفهم قلبي ونسيهم قلبي.

لكم جميعا أهدي ثمرة هذا العمل.



نصيرة

الإهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله
و صلى وسلم على المصطفى محمد صلى الله عليه وسلم و بعد:
بداية أهدي هذا العمل إلى من فاض عليا فضلهما و إحسانهما الذين
غرسوا فيا حب العلم وذلوا الصعاب التي واجهتني "والدي الكريمين"
أسأل الله أن يحفظهما و يرعاهما و أن يختم بالصالحات أعمالهما
و إلى الأم الثانية التي كانت سندا لي في توفيقني في الحياة
و إلى رفيقة دربي زوجتي العزيزة
إلى إخوتي نذير، أحميدة
و أختي و أولادها
حفظهم الله و رعاهم و جعلهم فخرا و مشعلا
إلى خالتي العزيزة و رفيقتي : نصيرة
أسأل الله لهم التوفيق و السعادة في الدارين

محمد عبد الرزاق



كلمة شكر و عرفان

الحمد والشكر لله الذي أعانني لإتمام هذا العمل والذي أنعم عليا بنعمه العلم .

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " من إصطنع إليكم معروفا فجازوه فإن عجزتم عن مجازاته فادعوا له حتى تعلموا أنكم قد شكرتم فإن الشاكر يحب الشاكرين.

لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان الجميل للأستاذة الدكتورة "عربي عبلة" والتي أشرفت على إعداد هذه المذكرة والتي لم تبخل علينا بالتوجيهات والنصائح وكان ثمارها هذه المذكرة العلمية كما يسرني أن أتقدم بالشكر إلى كل أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

وأشكر كل من وقف إلى جانبي وكان سندا لي في إنجاز هذا

العمل العلمي الذي أدعو من الله أن يحتسب لي هذا الجهد

ويفيد به كل طالب علم

نصيرة

محمد عبد الرزاق



الصفحة	المحتوى
	إهداء-1-
	إهداء-2-
	كلمة شكر وعرافان
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الإنجليزية
1	مقدمة
الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للدراسة	
5	تمهيد
6	1/ الإشكالية
7	2/ الفرضيات
7	3/ أسباب إختيار الموضوع
8	4/ الأهداف
8	5/ الأهمية
9	6/ تحديد مفاهيم الدراسة
13	7/ الدراسات السابقة
20	8/ المقاربة النظرية
23	9/ صعوبات الدراسة
24	خلاصة الفصل
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الثاني: مواقع التواصل الإجتماعي واليوتيوب	
27	تمهيد
28	1/ ماهية مواقع التواصل الإجتماعي
28	1-1- تعريف مواقع التواصل الإجتماعي
29	1-2- نشأة مواقع التواصل الإجتماعي

30	3-1- خصائص مواقع التواصل الإجتماعي
31	4-1- وظائف مواقع التواصل الإجتماعي
32	5-1- أشهر مواقع التواصل الإجتماعي
35	6-1- مزايا و عيوب مواقع التواصل الإجتماعي
36	2/ ماهية اليوتيوب و مميزاته
36	1-2- تعريف اليوتيوب
37	2-2- نشأة اليوتيوب
38	3-2- مميزات اليوتيوب
39	4-2- سلبيات اليوتيوب
39	5-2- إيجابيات اليوتيوب
41	خلاصة الفصل
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الثالث: الثقافة و المرأة الماكثة بالبيت	
44	تمهيد
45	1/ ماهية الثقافة
45	1-1- تعريف الثقافة
46	2-1- خصائص الثقافة
48	3-1- وظائف الثقافة
48	4-1- عناصر الثقافة
50	5-1- أنواع الثقافة
51	2/ المرأة الماكثة بالبيت و مجالات تثقيفها
51	1-2- تعريف المرأة الماكثة بالبيت
51	2-2- خصائص المرأة الماكثة بالبيت
52	3-2- تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الديني
52	4-2- تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الصحي
53	5-2- تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الإجتماعي
54	خلاصة الفصل

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية والإطار التطبيقي للدراسة	
57	تمهيد
58	1/ الإجراءات المنهجية للدراسة
58	1-1- نوع الدراسة و منهجها
58	1-2- أدوات جمع البيانات
59	1-3- مجالات الدراسة
60	1-4- مجتمع البحث والعينة
62	2/ الإطار التطبيقي للدراسة
62	1-2- تحليل وتفسير بيانات الدراسة
76	2-2- عرض نتائج الدراسة
78	خلاصة الفصل
80	خاتمة
82	قائمة المراجع
86	الملاحق
91	فهرس الجداول

المخلص باللغة العربية :

تناولنا من خلال هذه الدراسة موضوع :

دور مواقع التواصل الإجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت - اليوتيوب- نموذجا- دراسة ميدانية لنساء بمدينة الأغواط .

حيث هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي عموما و اليوتيوب خصوصا في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت، باعتبار أن موقع اليوتيوب يحمل كما هائلا من الفيديوهات المرئية في مختلف المجالات.

ولمعالجة هذه الدراسة فقد إنطلقنا من التساؤل التالي :

(ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت ؟)

وفرضية عامة والتي جاءت صياغتها كالتالي:

- يساهم اليوتيوب في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت

كما تمحورت الدراسة حول ثلاث فرضيات تمثلت في :

الفرضية الأولى: تستعمل المرأة الماكثة بالبيت اليوتيوب لتثقيفها دينيا.

الفرضية الثانية : تستفيد المرأة الماكثة بالبيت من اليوتيوب في تنمية ثقافتها الصحية.

الفرضية الثالثة : تهتم المرأة الماكثة بالبيت من خلال اليوتيوب بالمجال الاجتماعي في تثقيف نفسها.

كما تناولت هذه الدراسة أسباب إختيار الموضوع و الأهمية و الأهداف وتم تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة و إستعراض الدراسات السابقة، كما تم الإعتماد على نظريتين هما:

النظرية البنائية الوظيفية و نظرية الإستخدامات و الإشباع.

وتندرج الدراسة التي بين أيدينا ضمن الدراسات الوصفية فاعتمدنا على المنهج الوصفي و إستخدمنا عينة غير احتمالية وهي العينة القصدية المكونة من (70 مفردة) من النساء الماكثات بالبيت و يستخدمن اليوتيوب، و إستخدمنا من أدوات جمع البيانات إستمارة الإستبيان المكونة من (23 سؤال) وتم تقسيم محاور الاستمارة إلى أربعة محاور هي :

* المحور الأول : تناول البيانات الشخصية .

* المحور الثاني : تناول إستعمال المرأة الماكثة بالبيت اليوتيوب للتثقيف دينيا.

* المحور الثالث : تناول إستفادة المرأة الماكثة بالبيت من اليوتيوب في تنمية ثقافتها الصحية.

* المحور الرابع : تناول إهتمام المرأة الماكثة بالبيت بالمجال الاجتماعي في تثقيف نفسها من خلال اليوتيوب.

وتم توزيع إستمارة الإستبيان على عينة مجتمع البحث للإجابة على أسئلة الإستبيان و بعد إسترجاعها قمنا بعملية تفرغ البيانات وإستخدمنا الجداول البسيطة وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- * إن إستعمال اليوتيوب يساعد في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت.
 - * إن اليوتيوب يساهم في رفع الوعي الديني لدى النساء الماكثات بالبيت .
 - * إن اليوتيوب ساعد النساء الماكثات بالبيت على إثراء رصيدهم المعرفي من خلال مشاهدة محتوياته المفيدة .
 - * إن اليوتيوب ساعد المرأة الماكثة بالبيت على إثراء معارفها الصحية.
 - * إن محتوى اليوتيوب ساعد المرأة الماكثة بالبيت على تنمية عدة مجالات إجتماعيا.
 - * إن محتويات اليوتيوب ساعدت المرأة الماكثة بالبيت من تنمية وعيها الشخصي.
- وبعد النتائج التي تم التوصل إليها يمكننا القول بأن :
- محتويات اليوتيوب تلعب دورا مهما في إكساب النساء الماكثات بالبيت معلومات تزيد من ثقافتهن.

الكلمات المفتاحية :

- مواقع التواصل الاجتماعي

- التثقيف

- المرأة الماكثة بالبيت

- اليوتيوب

Summary:

In this study, we dealt with:

The role of social networking sites in educating women staying at home - YouTube - as a model.

Where the study aimed to know the role played by social networking sites in general and YouTube in particular in educating the women staying at home, given that the YouTube site carries a huge amount of video videos in various fields.

To address this study, we proceeded with the following question:

(What is the role of social networking sites in educating women staying at home?)

And a general hypothesis, was formulated as follows:

YouTube contributes for educating women staying at home

The study also focused on three hypotheses:

The first hypothesis: Women stay at home using YouTube to educate them religiously.

The second hypothesis: The women staying at home benefit from YouTube in developing their health culture.

The third hypothesis: The woman staying at home, through YouTube, is interested in the social field of educating herself.

This study also dealt with the reasons for choosing the topic, its importance, and its objectives. The concepts related to the study and the review of previous studies were identified. Two theories were also relied on:

Functional constructivist theory and uses and gratification theory.

The study that we have in our hands falls within the descriptive studies, so we relied on the descriptive approach and used a non-probability sample, which is the intentional sample consisting of (70 individuals) of women staying at home and using YouTube, and we used a questionnaire form consisting of (23 questions) from the data collection tools. The form is divided into four parts:

The first axis: deals with personal data.

* The second axis: deals with the use of the woman staying at home YouTube for religious education.

* The third axis: dealing with the benefit of the woman staying at home from YouTube in developing her healthy culture

* The fourth axis: deals with the interest of women staying at home in the social field in educating themselves through YouTube.

The questionnaire form was distributed to a sample of the research community to answer the questionnaire questions, and after its retrieval, we unloaded the data and used simple tables. The study reached a set of results, the most important of which are:

* The use of YouTube helps in educating the women staying at home.

* YouTube contributes to raising religious awareness among women staying at home

* YouTube helped the women staying at home to enrich their knowledge balance by watching its useful content.

* YouTube helped the women staying at home to enrich their health knowledge.

* The YouTube content helped the women staying at home to develop several areas of society.

* The contents of YouTube helped the woman staying at home to develop her awareness.

After the results are obtained, we can say that:

The contents of YouTube play an important role in providing the women staying at home with information that increases their culture.

keywords :

- Social Media

- education

- The woman staying at home

- Youtube

مقدمة

مقدمة :

في ظل التطورات المتسارعة في العالم إزداد مؤخرا الإهتمام بالتكنولوجيا بجميع أشكالها وفي جميع الميادين سواء الاقتصادية أو السياسية أو الإجتماعية أو غيرها، وهذا لحاجة الإنسان لهذه التكنولوجيا إذ إضطر لتسخيرها في حياته اليومية خاصة في مجال الإتصال من أجل تسهيل التعبير عن أفكاره للآخرين بكل وضوح عن طريق تكنولوجيا الإتصال الحديثة بكل أنواعها ووسائلها .

وتعتبر مواقع التواصل الإجتماعي أحد أهم تكنولوجيايات الإتصال الحديثة التي ساعدت الإنسان في توطيد علاقاته مع غيره من الأفراد ومشاركتهم بأرائهم حيث أحدثت هذه المواقع نقلات نوعية كبيرة في حياة الناس، فصاروا مهوسين بها، بسبب ما وفرته لهم من مجالات ومساحات كبيرة وكما أتاحت لهم التعرف على بعضهم البعض بشكل أكبر مما مهد لهم الطريق لبناء جسور التفاعل و المشاركة .

ومن أهم وأبرز هذه المواقع وأكثرها شهرة موقع اليوتيوب، الذي يتيح لنا مشاهدة مجموعة لا متناهية وغير محدودة من الفيديوهات العالمية والإقليمية والمحلية وغيرها بشكل مجاني، فهوا بمثابة فضاء رحب إذ يحوي ملايين المواد العلمية والثقافية، فتقريباً جل محتويات اليوتيوب تعمل على نشر الثقافة والمعرفة في مختلف الفيديوهات التابعة لقنوات اليوتيوب، وتعتبر هذه المحتويات من أهم مصادر التنقيف فهي تساعد على الإلمام بالحقائق والمعلومات من أجل تنمية مداركنا، فالثقافة هي بإختصار أن يعرف الفرد شيئاً عن كل شيء لأنها ترقى بالإنسان وتوسع معارفه، وتمده بالنظرة الشاملة للأمور لينعكس هذا التصرف في شؤون حياته فالثقافة من الأمور التي يتجمل بها الإنسان ويستكمل بها مقوماته الشخصية .

وقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على مواقع التواصل الإجتماعي خاصة اليوتيوب و دوره في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت بحيث تم تقسيم هذا العمل إلى أربعة فصول بحيث كل فصل يخدم الفصل الآخر.

الفصل الأول:تضمن الإطار المفاهيمي، حيث تطرقنا في هذا الفصل إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، و أهداف وأهمية الدراسة و أسباب إختيار الموضوع ومفاهيم الدراسة، و المقاربة النظرية و الدراسات السابقة و إلى صعوبات الدراسة .

أما الفصل الثاني فتضمن الإطار النظري للدراسة وتطرقنا فيه إلى ماهية مواقع التواصل الإجتماعي واليوتيوب ،ففي مواقع التواصل الإجتماعي قمنا بتعريفها ونشأتها وخصائصها ووظائفها

وأشهر هذه المواقع و مزاياها و عيوبها ، أما اليوتيوب فتطرقنا إلى تعريفه ونشأته و مميزاتة و سلبياته وإيجابياته.

وفي الفصل الثالث تطرقنا إلى ماهية الثقافة و المرأة الماكثة بالبيت و تناولنا في ماهية الثقافة تعريفها و خصائصها و وظائفها و عناصر و أنواع الثقافة، أما المرأة الماكثة بالبيت و مجالات تثقيفها فتناولنا فيه تعريفها، خصائصها و كذلك تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الديني و الصحي و الإجتماعي.

أما الفصل الرابع فتضمن الإجراءات المنهجية و الإطار التطبيقي للدراسة ، بحيث تطرقنا في الإجراءات المنهجية إلى منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات و مجالات الدراسة و مجتمع البحث و عينة الدراسة ، أما الإطار التطبيقي فتطرقنا فيه إلى تحليل و تفسير البيانات الميدانية و عرض نتائج الدراسة، وفي الأخير خاتمة شاملة للدراسة و عرض المراجع و الملاحق.

الفصل الأول

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للدراسة

تمهيد

- 1- الإشكالية
 - 2- الفرضيات
 - 3- أسباب اختيار الموضوع
 - 4- الأهداف
 - 5- الأهمية
 - 6- تحديد مفاهيم الدراسة
 - 7- الدراسات السابقة
 - 8- المقاربة النظرية
 - 9- صعوبات الدراسة
- خلاصة الفصل

تمهيد:

عند تصميم أي بحث علمي لا بد من تحديد الإطار المفاهيمي للدراسة من قبل الباحث بشكل جيد ودقيق و الذي يعد بمثابة خطة منظمة أو مجموعة من المعايير لما ينبغي على الباحث القيام به و ذلك من خلال الإحاطة بإشكالية الدراسة و طرح التساؤلات و الفرضيات المتعلقة بموضوع الدراسة و التعرف على أهمية و أسباب إختيار الموضوع و تحديد المفاهيم و المقاربة النظرية و عرض الدراسات السابقة و صعوبات الدراسة .

1 / الإشكالية :

أحدثت الثورة الرقمية في الآونة الأخيرة قفزة نوعية في مجال تكنولوجيا الإعلام و الإتصال، مما ساهم في انتشار وتدفق المعلومات و البيانات بشتى أنواعها وبسرعة عالية وبأقل جهد وتكلفة، وتصل للمتلقى بسهولة ويسر، الأمر الذي قادنا إلى الانتقال إلى مجتمع معلوماتي بإمتياز.

فسمي بعصر الثورة المعلوماتية، حيث لم تعد عملية الإتصال تقتصر على المتلقي فقط، بل تجاوزت ذلك بإرسال وإستقبال وتخزين المعلومات في آن واحد، وكل هذا كان نتيجة لظهور وإنتشار الأنترنت.

وتعتبر الأنترنت من بين المظاهر التكنولوجية الحديثة للإتصال، حيث لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط، وإنما أصبح لها العديد من الإنعكاسات الثقافية والإجتماعية فتورة الأنترنت، تختلف وسائلها، وتأتي في مقدمتها مواقع التواصل الإجتماعي مثل الفيسبوك واليوتيوب بحيث إستطاعت أن تجعل الفرد يتعلق بها نظرا للخدمات التي تتيحها والتي تتعلق بالدرجة الأولى بإهتماماتهم وتطلعاتهم.

وتعد مواقع التواصل الإجتماعي نوعا جديدا من أنواع الإتصال حيث لعبت دورا بارزا في عملية تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين، بحيث يكون فيها المتلقي الحلقة الأساسية في تبادلها على نطاق واسع، على إعتبار أن التواصل الإجتماعي هو إستخدام شبكة الأنترنت وتكنولوجيا الهاتف النقال لتحويل عملية الإتصال إلى حوار تفاعلي، وقد تعددت شبكات التواصل الإجتماعي كالفيسبوك و اليوتيوب وغيرهم .

بحيث يعتبر الفيسبوك على أنه أحدث منتجات تكنولوجيا الإتصال و أكثرها شعبية وقد أنشأ هذا الموقع للتواصل بين الأفراد داخل شبكات التواصل الإجتماعي وهذا من خلال تداول المعلومات وطرح بعض الآراء.

بينما اليوتيوب هو أحدث المواقع المشهورة في نشر الفيديوهات و تحميلها و مشاركتها ومشاهدتها، كما يحضى بالملايين من الزوار و المستخدمين يوميا، بفضل خصائصه المتعددة وأهمها سهولة إستخدامه كما له مساحة للتعليقات وإبداء الآراء بخصوص كل الفيديوهات المنشورة مما يفتح المجال للتفاعل والتواصل والتقريب من وجهات النظر وخلق جيل واع .

ومن بين العديد من الناس الذين يستعملون اليوتيوب نجد فئة المرأة الماكثة بالبيت والتي تعتبر من أكثر فئات المجتمع إهتماما بمفاهيم التنقيف والذي يعني في هذه الدراسة دور مواقع التواصل الإجتماعي في توفير المعلومات اللازمة والضرورية للمرأة الماكثة بالبيت، من أجل الإرتقاء بمستواها

الثقافي في شتى مجالات الحياة ، وهذا من أجل مساعدتها على تربية الأفراد وتنشئة أسرة تنشئة إجتماعية سليمة، وإكتشاف قدراتها في مسايرة التطورات الحاصلة .

وعلى هذا الأساس نريد التعرف على : دور مواقع التواصل الإجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت بمدينة الأغواط اليوتيوب – نموذجاً -

منطلقين من تساؤل رئيسي هو:

- ما هو دور مواقع التواصل الإجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت ؟

التساؤلات الجزئية:

1/ ما هي دوافع إستعمال المرأة الماكثة بالبيت لليوتيوب ؟

2/ ما مدى استفادة المرأة الماكثة بالبيت من اليوتيوب ؟

3/ ما هي أهمية اليوتيوب للمرأة الماكثة بالبيت في تثقيف نفسها ؟

2/ الفرضيات :

الفرضية العامة:

- يساهم اليوتيوب في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت.

الفرضيات الجزئية :

1/ تستعمل المرأة الماكثة بالبيت اليوتيوب لتثقيفها دينياً .

2/ تستفيد المرأة الماكثة بالبيت من اليوتيوب في تنمية ثقافتها الصحية .

3/ تهتم المرأة الماكثة بالبيت من خلال اليوتيوب بالمجال الإجتماعي في تثقيف نفسها

3/ أسباب إختيار الموضوع :

هناك أسباب متعددة وراء إختيارنا لهذا الموضوع، وقد تم تقسيمها إلى أسباب ذاتية وأسباب موضوعية.

- الأسباب الذاتية :

- الميل الشخصي لدراسة هذا الموضوع .

- الاهتمام الشخصي بموقع اليوتيوب .
- الفضول في معرفة مدى إستفادة المرأة الماكثة بالبيت من البرامج المتاحة عبر قنوات اليوتيوب ودرجة مساهمتها في زيادة ثقافتها في عدة مجالات .

- أسباب موضوعية :

إن إختيار الموضوع لم يكن عشوائيا وإنما نابع من قناعتنا الشخصية بضرورة الخوض فيه لأسباب يمكن حصرها كالتالي :

- التزايد الكبير لمستخدمي موقع اليوتيوب وإيجاد ما يتناسب مع إهتماماتهم وميولاتهم الشخصية.
- اليوتيوب أصبح وسيلة يفضلها الجميع لأنها تسمح لهم بمشاهدة ما يريدونه في الوقت المحدد من قبلهم.
- فتح المجال أمام الطلبة لمواصلة البحث في هذا المجال، وإثراء المكتبة بكل ما يتعلق باليوتيوب و التثقيف.

4/ الأهداف :

لكل بحث علمي أهداف يسعى الباحث إلى تحقيقها حتى يكون لبحثه فعالية ومن أهم الأهداف التي نطمح إلى تحقيقها من خلال هذه الدراسة ما يلي :

هدفت الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الإجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت (اليوتيوب) وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية :

- 1- الكشف عن دوافع إستعمال المرأة الماكثة بالبيت لليوتيوب .
- 2- الكشف عن مدى إستفادة المرأة الماكثة بالبيت من اليوتيوب في تنمية ثقافتها .
- 3- تحديد المجالات التي تهتم المرأة الماكثة بالبيت بمتابعتها من أجل تثقيفها في المجال الديني والصحي والإجتماعي .

5- الأهمية :

إن الإنتشار الواسع لشبكات التواصل الإجتماعي وزيادة مستخدميها خاصة موقع (اليوتيوب) بإعتباره أشهر موقع خاص بالفيديوهات وكثرة محتوياته في مختلف المجالات و سهولة إستخدام هذا الموقع من طرف الجميع وخاصة المرأة الماكثة بالبيت. ومن هنا تكمن أهمية دراستنا في التطرق إلى

محتويات اليوتيوب التي تحمل في طياتها، معارف ومعلومات في مختلف مجالات الحياة ومدى مساهمتها في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت وهذا من خلال متابعتها لهذه المحتويات عبر اليوتيوب .

6- تحديد مفاهيم الدراسة :

ينبغي أن يندرج المفهوم في تصميم البحث ويدخل كوحدة أساسية في الإطار التصوري لعملية البحث، فالدقة في تحديد المفاهيم شرط لازم في اللغة العلمية ولبناء النظريات أو لإجراء المشاهدات الميدانية والوصول إلى فهم صحيح للحياة الإجتماعية، والمفهوم له وظيفة منهجية يقوم بتوجيه المشاهد الميدانية والإدراك الذهني، ويفيد تحديده في أداء عدة وظائف هامة . منها ما ذكره (روبرت ميرتون) بأن المفاهيم تساعد على توضيح المعطيات التي تندرج تحت مفهوم وإزالة كثير من الغموض.

وبناء على ما سبق ذكره حول أهمية المفاهيم ودورها الأساسي في أي بحث، تم تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة كالتالي:

* مفهوم الدور:

لغة : دار الشيء يدور، دورا بفتح وسكون، يقال دار ويدور وإستدار ويستدير، إذن طاف حول الشيء، إذا عاد إلى الموضوع الذي إبتدأ منه . (1)

إصطلاحا : مجموعة من الأنشطة المرتبة والأطر السلوكية التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة . كما أن الدور هو مجموعة الوظائف والمهام الأساسية التي يمكن أن يضطلع بها جهاز معين .

ويعرف الدور بأنه مجموعة الوظائف والمهام والمسؤوليات التي يقوم بها تنظيم أو قطاع أو مؤسسة لتحقيق أهداف معينة داخل المجتمع .

يعرف الدور على أنه الوظيفة التي من خلالها يمكن تحصيل جملة من المعارف المراد معرفتها عن شيء ما، أو وسيلة ما، وذلك للحصول على معرفة جديدة وهو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو منظومة ليقوم بمسؤولياته اتجاه نشاط ما . (2)

(1) - محمد مرتضى الزبيدي ، تاج العروس من جواهر القاموس، بيروت ، منشورات مكتبة الحياة ، 1982 ، ص315 .
(2) - قباري محمد إسماعيل ، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الإتصال ، د.ط ، دار نشأت للمعارف ، مصر، 2008 ، ص77

كما يعرف الدور بأنه يشير إلى معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وضعنا معيناً في البناء الاجتماعي والوظيفي، أو الأداء الذي يقوم به الإعلام بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة⁽¹⁾.

التعريف الإجرائي للدور: الدور هو الأداء الوظيفي الذي تقوم به قناة اليوتيوب من خلال توفيرها لمضامين في شكل فيديوهات في مختلف المجالات إذ تساعد على تثقيف مستخدميها بصفة عامة والمرأة الماكثة بالبيت بصفة خاصة.

*** مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:** تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مجتمعات على الخط المباشر، تقوم بدعم الإتصال بين الأفراد، عن طريق مواقع من الأصدقاء الموثوق فيهم، وتقدم مكاناً لتجمع الأفراد على الخط المباشر، وإقامة علاقات جديدة أو للتعرف على أفراد آخرين في مجال عملهم⁽²⁾. وتعرف أيضاً بأنها مواقع الأنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة⁽³⁾.

وهي عبارة عن صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الأنترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الإهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم البعض، ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية، الدردشة، تبادل المعلومات، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني).

التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة إتصال إلكترونية لتبادل الأفكار و المعلومات، هي واقعا افتراضيا يلتقي فيه الأفراد لتكوين أصدقاء ومعارف، لهم نفس الإتجاهات والميولات، بالرغم من إختلاف ثقافتهم وأطرهم الاجتماعية، كما تعتبر منافذ للتعبير عن كل المشاعر والأحاسيس، وكذا لتبادل مختلف الصور والفيديوهات.

⁽¹⁾ - البقيع آدم إسحاق أبو الزكي ، دور الأذاعات المحلية في تحقيق التنمية، دراسة تطبيقية على برامج إذاعة نيالة لنيل درجة ماجيستر في علوم الإتصال ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية الدراسات العليا وعلوم الإتصال ، 2012 ، ص 04 .

⁽²⁾ - ياس خضير البياتي، إعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، الأردن، دار البداية ناشرون وموزعون، 2014، ص258.

⁽³⁾ - خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، عمان، دار النفايس للنشر والتوزيع، 2014،

*** مفهوم التثقيف: (الثقافة)**

لغة : تأخذ عدة معان كالحذق والفتنة، سرعة أخذ العلم وفهمه، فيقال: ثقّف الرجل ثقفا وثقافة أي صار حاذقا، تقويم المعوج من الأشياء ومنه المثاقفة، وتثقيف الشيء تسويته، وهو ما ستوى به الرماح، إدراك الشيء والظفرة به، وعليه ثقفته بمعنى صادقته وأدركته .

إصطلاحا : الثقافة هي جميع ما يكتسبه الإنسان من صفوف المعرفة النظرية والخبرة العلمية طوال عمره ويقال ثقّف الشيء أي عرفه والتثقيف هو الفطن وثقّف الكلام أي فهمه بسرعة .

هي مجموعة من الأنماط السلوكية من الناس تؤثر في سلوك الفرد الموجودة في تلك المجموعة وتشكل شخصيته وتتحكم في خبراته وقراراته، وإنها خاصية إنسانية إي خاصة بالإنسان فقط فهي من صنعه وفي نمو مستمر . (1)

هي مجموع الأفكار و القيم و الممارسات و المعارف و أشكال الهوية و العادات الموروثة ،التي يتكون منها مبدأ خلقي لأمة ما ، و يؤمن أصحابها بصحتها و تنشأ منها عقلية خاصة بتلك الأمة تمتاز عن سواها .

تعريف (روبرت بيرشد): " إن الثقافة هي ذلك الكل المركب الذي يتألف من كل ما نفكر فيه ونقوم بعمله أو نمتلكه كأعضاء في المجتمع"، ويبرز هذا التعريف الصفة التأليفية للثقافة لتصبح ظاهرة مركبة تتكون من عناصر بعضها فكري وبعضها سلوكي وبعضها مادي .

التعريف الإجرائي للثقافة (التثقيف):

هو اعتماد الفرد على نفسه في إكتساب جملة من المعلومات والأفكار والمعارف والقيم في شتى مجالات الحياة وهذا للإرتقاء بالصورة المثلى في الفكر .

*** مفهوم المرأة:**

لغة : المرأة هي مرا، اسم من مرئ الطعام، وجمع نساء نسوة، من غير لفظها، وهي مؤنث الرجل.(2)

اصطلاحا : المرأة هي ذلك الكائن الذي يتحد مع الرجل في أصل الخلقة وتختلف معه في البنية الفيسيولوجية، وقد أجمعت الدراسات العلمية على عدم وجود فارق بين الرجل والمرأة جسديا ونفسيا

(1)- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، إستخدام تكنولوجيا الإتصال الإنتاج الإذاعي، (د.م)،المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص82.

(2)- قاموس المعتمد، ط3، دار صادر، بيروت، 2004، ص643

وثقافيا وعقليا، وليس هناك فروق بيولوجية بين مخ الرجل والمرأة، وإنما الظروف الإجتماعية والإقتصادية والعقائدية أوجدت هذه الفروق. (1)

هي كيان إنساني مستقل تتمتع بالقيمة الإنسانية الكاملة و المتساوية مع الرجل ،لها حقوق و عليها واجبات في جميع المجالات دون إستثناء .

التعريف الإجرائي للمرأة:

المرأة هي الأنثى البالغة سواء كانت أم أو زوجة أو ابنة أو أخت، وهي اللبنة الأولى في بناء المجتمع و العامل الأساسي فيه

* مفهوم المرأة الماكثة بالبيت:

تعريف (أندري ميشال) (Andree.Michel): هي ربة البيت التي تختص بنوعية عمل معين داخل المنزل، بدءا بالترتيب والتنظيف والطبخ وصولا إلى تربية الأولاد وخدمة أفراد العائلة خاصة الزوج.

وهي المرأة المتزوجة غير العاملة في قطاعات أخرى، تهتم فقط بعناية بيتها وشؤون أسرتها وإدارة أمور حياتهم وفقا لما تراه مناسبا (2)

هي كل إمراة تحصلت على مستوى دراسي معين ومكثت برغبتها أو ظروف الحياة التي دفعنها للبقاء بالبيت .

هي كل إمراة لا تقوم بأي عمل خارج البيت، وتعتبر ربة بيت تدير الأعمال المنزلية وهي ركيزة أساسية في كل بيت سواء كانت أم أو أخت أو زوجة... فمنها المتزوجة ومنها العزباء والماكثة بالبيت .

التعريف الإجرائي للمرأة الماكثة بالبيت:

هي المرأة غير العاملة لها مهام تختص بها كالتنظيف والترتيب والطبخ و العناية بالبيت وأفراد العائلة

(1)- مليكة زيد، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت، مذكرة الماستر في العلوم الإسلامية، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، تخصص (إعلام و إتصال، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2014 – 2015، ص 24.

(2)- رجم جنات، المرأة الماكثة بالبيت والإشهار التلفزيوني: دراسة إستطلاعية بمدينة سطيف، جامعة سطيف2، (د.س)، ص03.

*** مفهوم اليوتيوب:**

هو أحد المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع تصوير فيديو بحيث تكون متاحة لملايين الأشخاص حول العالم دون أي تكلفة مادية. (1)

يعرف اليوتيوب على أنه من المواقع العالمية التي تقدم خدمات الفيديو بالصوت والصورة في مختلف المجالات، ويعد أكبر المواقع على شبكة الانترنت، ويسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني لكونهم مستخدمين عاديين.

وهو شبكة مخصصة للتواصل من خلال ملفات الفيديو والمدونات المكتوبة للتعليق عليها، مع إتاحة خدمة قنوات اليوتيوب لعرض مجموعة الملفات المتجددة لكل مشترك، مع إتاحة الفرصة للمشاركين لمشاهدة كل ما هو جديد من تلك القنوات، والموقع عامة يعد كإعلام جديد وإلكتروني.

التعريف الإجرائي لليوتيوب :

هو موقع من مواقع شبكات التواصل الإجتماعي، يتم فيه نشر مقاطع الفيديو المختلفة وتستخدمه المرأة الماكثة بالبيت من أجل متابعة المضامين التي تعلمها وتثقفها في شتى مجالات الحياة

7/- الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى :

صاحب الدراسة : الخربة أسماء/بالطيب عائشة

عنوان الدراسة : دور مواقع التواصل الإجتماعي في التسويق الإلكتروني (الفيسبوك نموذجاً) دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال .

سنه إجراء الدراسة : 2018/2017

التخصص في الجامعة : تكنولوجيا الإتصال الجديدة

اسم الجامعة : جامعة قاصدي مرباح (ورقة)

إشكالية الدراسة : ما هو دور مواقع شبكات التواصل الإجتماعي في التسويق الإلكتروني ؟

الأسئلة الفرعية :

- ما أهم إستخدامات الفيسبوك في مجال التسويق الإلكتروني؟

- ما هي الخدمات التي يقدمها الفيسبوك في عملية التسويق الإلكتروني؟

- فيما تمثلت أهم أنواع التسويق الإلكتروني المتداولة عبر الفيسبوك؟

(1) شفيق حسنين، الإعلام الجديد (تكنولوجيا حديثة في عصر ما بعد التفاعلية)، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص213.

- ما إيجابيات التسويق الإلكتروني عبر الفيسبوك؟

منهج الدراسة : تم اعتماد المنهج الوصفي.

أدوات الدراسة : الإستبيان.

عينة الدراسة: العينة العشوائية الطبقية .

نتائج الدراسة: أوضحت الدراسة أبعاد الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الإجتماعي في مجال التسويق الإلكتروني .

كما أوضحت الدراسة بأن هناك تبادل المعلومات وطرح للأفكار بين الجمهور عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

وتبين الدراسة بأن شبكات التواصل الإجتماعي عموما و الفيسبوك خصوصا يؤثر على الأفراد من خلال المميزات والخصائص التي جعلت من هذه الشبكات أكثر تفاعلية.

أوجه التشابه:

كلى الدراستين تم استخدام المنهج الوصفي فيهما وكذلك تم استخدام أداة الإستبيان في جمع البيانات والمعلومات وتشابها في المتغير المستقل وهو دور مواقع التواصل الإجتماعي.

أوجه الاختلاف :

الإختلاف في نوع العينة ففي هذه الدراسة إعتمدت الباحثتان على العينة العشوائية الطبقية، بينما في الدراسة الحالية إعتمدنا على العينة القصدية.

كما أن الإختلاف يكمن كذلك في المتغير التابع، ففي الدراسة الحالية المتغير التابع هو- تثقيف المرأة الماكثة بالبيت - بينما في هذه الدراسة هو - التسويق الإلكتروني-.

حدود الاستفادة :

إستفدنا من هذه الدراسة في الجانب المنهجي في مفاهيم ومصطلحات الدراسة وفي المدخل النظري.

الدراسة الثانية :

صاحب الدراسة : قريب النخلة / عبد الحفيظي سهام

عنوان الدراسة : دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الوعي البيئي لدى طلبة علم الإجتماع بجامعة الجلفة (الفيسبوك- أنموذجا)

سنة إجراء الدراسة : 2020/2019

تخصص في الجامعة : علم الإجتماع الإتصال

اسم الجامعة: جامعة زيان عاشور الجلفة

إشكالية الدراسة : ما هو دور الفيسبوك كأحد مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الوعي البيئي لدى طلبة جامعة الجلفة ؟

الأسئلة الفرعية :

- مامدى إستخدام الطالب الجامعي لموقع الفيسبوك؟
- إلى أي مدى يساهم دور الفيسبوك في نشر الوعي الصحي ؟
- هل لدى الطلبة الجامعيين إتجاهات إيجابية نحو قضايا البيئة المعروضة في موقع الفيسبوك؟

منهج الدراسة : تم إعتداد المنهج الوصفي.

أدوات الدراسة : تم إستخدام الإستبيان في جميع البيانات.

عينة الدراسة : العينة العشوائية البسيطة.

نتائج الدراسة : أوضحت الدراسة أن معظم طلبة سنة الثانية ماستر علم الإجتماع الإتصال يرون أن الفيسبوك وسيلة هامة وقادرة على المساهمة في نشر الوعي البيئي.

كما يزيد الفيسبوك من درجة الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، ويتشكل ذلك لديهم من خلال حملات برامج التوعية البيئة التي تقوم بها صفحات الفيسبوك بأنها جيدة.

ومن خلال الدراسة فإن موقع الفيسبوك يمثل واحد من أهم مواقع التواصل الإجتماعي، فهو له دور كبير في التوعية البيئية بين فئة الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون هذه التقنية بشكل كبير وما يقدمه هذا الأخير من إسهامات في مجال الحفاظ على البيئة، وهذا لما يتميز به هذا الموقع بخاصية التفاعلية.

أوجه التشابه :

تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية كون الإثنان من البحوث الوصفية واستخدم المنهج الوصفي وتشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية أيضا في أداة جمع البيانات كالإستبيان، كما تشابهت في نفس المتغير المستقل وهو مواقع التواصل الإجتماعي.

أوجه الاختلاف :

اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير التابع كون هذه الدراسة المتغير التابع هو - الوعي البيئي- عكس متغير الدراسة الحالية التي تناولت - تثقيف المرأة الماكثة بالبيت - كمتغير تابع.

واختلفت كذلك في نوع العينة في هذه الدراسة اعتمدت على العينة العشوائية البسيطة، بينما في الدراسة الحالية اعتمدت على العينة القصدية.

حدود الاستفادة :

استفدنا من هذه الدراسة في الفهم المتعمق لدور مواقع التواصل الاجتماعي، كما ساعدتنا في بناء إشكالية الدراسة.

الدراسة الثالثة :

صاحب الدراسة : صوكوحسيبة / بحبح فاطمة الزهراء

عنوان الدراسة : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر دراسة ميدانية على عينة من طلبة بقسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة تاسوست - جيجل -

سنة إجراء الدراسة : 2020/2019

التخصص في الجامعة : صحافة مكتوبة و إلكترونية

اسم الجامعة : جامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل-

إشكالية الدراسة : كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي في الجزائر ؟
الأسئلة الفرعية:

- ما هي عادات وأنماط إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري ؟

- هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق التوعية الصحي بالجزائر ؟

- هل لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي تأثير على المجتمع الجزائري ؟

منهج الدراسة : المنهج الوصفي .

أدوات الدراسة : الإستبيان.

عينة الدراسة : العينة الطبقية.

نتائج الدراسة : توصلت نتائج الدراسة أن معظم الطلبة يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات الصحية وذلك لحاجتهم للتوعية الصحية.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن اغلب الطلبة يهتمون بالوسائل الإعلامية بدافع الفضول وإكتساب معلومات جديدة في حياتهم.

وبينت الدراسة انه كلما زاد إقبال الطلبة على شبكات التواصل الإجتماعي كلما زاد وعيهم الصحي مما يحقق لهم إشباعاتهم ورغباتهم بما في ذلك التحصيل المعرفي.

أوجه التشابه :

تم إستخدام المنهج الوصفي في كل من الدراستين وإستخدام نفس أداة جمع البيانات وهي الإستبيان.

أوجه الاختلاف:

هناك اختلاف في العينة ففي هذه الدراسة تم الإعتماد على العينة الطبقية أما في الدراسة الحالية فقد إعتدنا على العينة القصدية، كما ركزت الدراسة السابقة على الجانب الصحي فقط بينما الدراسة الراهنة تجاوزته إلى جوانب وأبعاد أخرى الديني والاجتماعي و الصحي.

حدود الإستفادة :

تم الإستفادة من هذه الدراسة في ضبط فرضيات دراستنا الحالية.

الدراسة الرابعة :

صاحب الدراسة : حجاج أمال.

عنوان الدراسة : إستخدام النساء الماكثات بالبيت للفيس بوك (دراسة ميدانية لعينة نساء ماكثات بالبيت لمنطقة بني ثور).

السنة الدراسة: 2016/2015

التخصص في الجامعة : تكنولوجيا الإتصال الحديثة .

إشكالية الدراسة : ما هو واقع إستخدام النساء الماكثات بالبيت للفيسبوك في منطقة بني ثور ورقلة ؟

الأسئلة الفرعية :

- ما هي عادات وأنماط إستخدام النساء الماكثات بالبيت للفيسبوك ؟

- ما هي دوافع إستخدام النساء الماكثات بالبيت للفيسبوك ؟

منهج الدراسة : المنهج الوصفي.

أدوات الدراسة : الملاحظة + الإستبيان .

عينة الدراسة : العينة القصدية .

نتائج الدراسة : توصلت الدراسة إلى أن لموقع الفيسبوك أهمية في حياة المبحوثات بحيث أكسبهن معرفة الأحداث التي تفيدهن في حياتهن اليومية .

كما أن موقع الفيسبوك زود المبحوثات بالثقة والحرية في التعبير وإبداء آرائهن.

أوجه التشابه :

تشابهت الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في نوع المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي و تشابهت كذلك في نوع العينة وهي العينة القصدية وأيضا هناك تشابه في إحدى أدوات جمع البيانات وهي الإستبيان.

أوجه الاختلاف :

اختلفت الدراستان في إحدى أدوات جمع البيانات وهي الملاحظة.

حدود الإستفادة :

ساعدتنا هذه الدراسة في إختيار عينة الدراسة وضبط بعض مفاهيم الدراسة.

الدراسة الخامسة :

صاحب الدراسة : بن والي فاطمة / جلول عبو سنوسية.

عنوان الدراسة : تأثير الإشهار التلفزيوني على سلوك المرأة الجزائرية الماكثة بالبيت- دراسة ميدانية لعينة من النساء الماكثات بالبيت لمدينة مستغانم-.

سنة إجراء الدراسة : 2018/2017

التخصص في الجامعة : وسائل الإعلام و المجتمع .

إشكالية الدراسة : كيفية مشاهدة المرأة للإشهار التلفزيوني ؟

الأسئلة الفرعية :

- ماهي عادات وأنماط مشاهدة المرأة المستغانمية للإشهار التلفزيوني ؟

- ماهي اتجاهاتها للإشهار التلفزيوني ؟

- كيف يؤثر الإشهار التلفزيوني على السلوك الشرائي للمرأة ؟

منهج الدراسة : المنهج المسحي.

أدوات الدراسة : الإستبيان .

عينة الدراسة : العينة القصدية.

نتائج الدراسة : توصلت الدراسة إلى أن الإشهارات التلفزيونية لا تحدث إنعكاسات على نفسية المرأة الجزائرية

كما توصلت الدراسة إلى أن المرأة الجزائرية أحيانا ما تتعرض للإشهار التلفزيوني .

أوجه التشابه :

تشابهت دراستنا مع هذه الدراسة في أدوات جمع البيانات وهي الإستبيان وكذلك تشابهت معها في نوع العينة وهي العينة القصدية.

أوجه الاختلاف :

كان الإختلاف بين الدراستين في نوع المنهج المستخدم ففي الدراسة هذه كان المنهج المستخدم هو المنهج المسحي بينما في دراستنا الحالية المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي.

حدود الإستفادة :

تم الإستفادة من هذه الدراسة في كونها وجهتنا إلى ضبط نوع العينة.

8/ المقاربة النظرية :

حتى لا ننتقل من العدم في دراستنا هذه إنه من الأنسب لنا أن نعتمد على نظرية محددة كإطار نظري للدراسة، وذلك بهدف إعطاء دراستنا صفة الشمولية والتعمق، وذلك من خلال وضع إفتراضات بناءً على معلومات سابقة والرصيد المعرفي لدينا، ثم توجيه دراستنا في العمل التطبيقي حسب هذه الفرضيات، فطبيعة موضوعنا هي التي تحدد المقاربة النظرية المعتمدة في البحث.

ونظرا لأن موضوعنا يتمحور حول دور مواقع التواصل الإجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت - اليوتوب-

فإننا نرى أن النظرية الوظيفية ونظرية الإستخدامات والإشباعات هما الإطار النظري الأنسب لموضوع دراستنا.

8-1-1 النظرية الوظيفية :

يعتمد مدخل الوظيفية على المسلمات الخاصة بنظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها التي تقوم بدورها في المحافظة على إستقرار النظام، وأن هذه الأنشطة تعتبر ضرورة لإستقرار المجتمع، وأن هذا الإستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع لأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته.

ومن جانب آخر تعكس دوافع التعرض إلى وسائل الإعلام وأسباب الإهتمام و التفضيل بالوسائل ومحتواها عددا وفيرا من الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ويكون تحقيقها سببا لهذا الإهتمام ومعيارا للتفضيل بين الأفراد المتلقين.

وعلى هذا يطرح المدخل الوظيفي العديد من الإتجاهات في دراسة هذه الوظائف مثل دراسة التوازن أو الإختلاف أيضا في تحقيق هذه الوظائف في علاقته بالسياسات الإعلامية التي ترسم أهدافا و وظائف

تسعى إلى تحقيقها من خلال آليات الممارسة المهنية وقد تنعكس هذه السياسات على أجندة الوسائل الإعلامية وترتيبها للوظائف والأفكار التي تسعى إلى نشرها.

دراسة العلاقة بين تحقيق هذه الوظائف والحاجات الأساسية التي يستهدفها جمهور المتلقين والتي ترسم العلاقة بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتلبية هذه الوسائل لحاجاتهم في إطار بحوث الاستخدامات والإشباعات.

و بجانب دراسة العلاقة بين هذه الوظائف والحاجات الفردية¹ فإنه يمكن دراستها في إطار علاقاتها بالحاجات الاجتماعية، التي يسعى المجتمع الكلي إلى تحقيقها في إطار توزيع الوظائف على عناصر النظام الاجتماعي وأنشطته لدعم التوازن و الاستقرار.⁽¹⁾

8-1-2- نظرية الاستخدامات والإشباعات:

نظرية الاستخدامات والإشباعات هي النظرية التي تهتم بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في إنتقاء أفرادها لرسائل و مضمون مفضل من وسائل الإعلام، على عكس النظريات الأخرى التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة وتتصرف بناءً على نسق واحد، فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في إنتقاء أفرادها لرسائل و مضمون مفضل من وسائل الإعلام.⁽²⁾

وتعد النظرية بمثابة نقل فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الإتصال، حيث تعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإتصال على تغيير المعرفة والإتجاه والسلوك، بينما يركز مدخل الاستخدامات والإشباعات على كيفية إستجابة وسائل الإتصال لدوافع وحاجات الجمهور الإنسانية، ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات بالنشاط و الإيجابية، والقدرة على الإختيار الواعي والتفكير وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعنى بما تفعله الوسائل بالجمهور، إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة .

(1) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1990، ص ص 31-32

(2) حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، القاهرة، مصر، 2008، ص 362

يبني مدخل الإستخدامات والإشباع على فكر مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الإتصال، والتي تنشأ في ظل بيئة إجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الإتصال، فضلا عن مصادر أخرى غير وسائل الإتصال حيث يتوقع الفرق أن تحقق له هذه المصادر إشباعا لهذه الحاجات وقد تنجح وسائل الإتصال في تحقيق هذه الإشباعات وقد لا تنجح في ذلك

ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلاءم ما تم التوصل إليه من نتائج حول جمهور وسائل الإعلام يمكن تلخيصها في ما يلي :

➤ إن السلوك الإتصالي سلوك هادف وذو دوافع حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال إستخدام هذه الوسائل .

➤ يتخذ الجمهور مبادرة إنتقاء وإستخدام وسائل الإتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية فقد يكون إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو إستجابة لإحتياجاتهم الأساسية ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ويلبي رغباتهم .

➤ قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية، أو البناء الإجتماعي والسياسي والثقافي والإقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى، ومن ثم الإستدلال على المعايير الإجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما، من خلال إستخدام أفراد وسائل الإعلام.

➤ تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الإتصال الأخرى على عمليات الإنتباه والإنتقاء والإستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته، فهناك علاقة مؤكدة بين الإتصال الشخصي والجماهيري، حيث أن الطريقة التي تلبي بها وسائل الإعلام الإحتياجات تختلف من فرد لآخر باختلاف الظروف الإجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد. (1)

8-1-3- إسقاط النظرية (الوظيفية والإستخدامات والإشباعات):

من خلال العرض السابق لنظريات الدراسة المتمثلة في النظرية الوظيفية ونظرية الإستخدامات والإشباعات، يمكننا القول بأن تطبيق النظريتين على الدراسة الحالية هو أمر ضروري من أجل دراسة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الإجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت عبر موقع اليوتيوب الذي أتاح فرص كثيرة لفئات المجتمع المختلفة خاصة فئة المرأة الماكثة بالبيت وذلك من أجل الحصول على المعلومات الكافية حول تثقيف المرأة عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبالأخص موقع اليوتيوب .

(1) رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الأزبكية، مصر، 2008، ص 65.

باعتبار أن النظرية الوظيفية تعكس دوافع التعرض إلى وسائل الإعلام وأسباب الإهتمام والتفضيل بالوسائل ومحتواها ومن العدد الوفير من الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ويكون تحقيقها سببا لهذا الإهتمام ومعيارًا للتفضيل بين الأفراد المتلقين، والتي تهتم أيضا بدراسة العلاقة بين تحقيق هذه الوظائف والحاجات الأساسية التي يستهدفها جمهور المتلقين والتي ترسم العلاقة بين إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وتلبية هذه الوسائل لحاجاتهم في إطار بحوث الإستخدامات والإشباع.

وكذلك نجد أن نظرية الإستخدامات والإشباع تنطبق بشكل كبير على الدراسة وذلك من خلال إستخدام الجمهور لليوتيوب كوسيلة تلبية رغباته وحاجاته والتفاعل من جهة أخرى مع مضمون اليوتيوب الذي يحقق الإشباع التي يبحث عنها.

فوفق نظرية الإستخدامات والإشباع يتم وصف أفراد الجمهور بإعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية وإجتماعية لإستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها الإشباع

والعلاقة بين النظرية والدراسة، فترى نظرية الإستخدامات والإشباع أن ما تقدمه مواقع اليوتيوب، هو نتاج لما يتطلبه الناس حسب قيمهم وتقاليدهم، حيث أن الأفراد يقومون بتحديد نوعية المضامين الإعلامية التي يتلقونها لإشباع رغباتهم، فالجمهور يتابع وسائل الإعلام بإعتبارها مصدرا يلبي حاجاتهم

وفي هذا الصدد نجد اليوتيوب أحد المنصات القوية في وسائل الإعلام إذ تتيح للمستخدمين متابعة المضامين التي يريدونها، والتي يرون أنها تشبع رغباتهم وميولاتهم وذلك بتنوع و إختلاف المضامين المعروضة عليهم .

9/ صعوبات الدراسة :

- مما لاشك فيه أن أي بحث ميداني يتعرض لمجموعة من الصعوبات، ومن الصعوبات التي واجهاتنا نذكر
- صعوبة التحصل على كم من الدراسات السابقة المطابقة من أجل الإطلاع على الظاهرة من خلال ما توصلت إليه هذه البحوث السابقة .
- صعوبة في إسترجاع إستمارة الإستبيان بعد توزيعها مما قلص عدد المبحوثات .
- خوف المبحوثات و الإمتناع عن الإجابة على أسئلة الإستبيان ظنا منها أن هذه الأسئلة أمر خطير و يسبب لها مشاكل أو متاعب .
- ضيق الفترة الزمنية لإنجاز مذكرة الدراسة .

خلاصة الفصل :

بعد التطرق إلى الإطار المفاهيمي الذي يعتبر إطارا مهما في أي دراسة أكاديمية و الذي تناولنا فيه مناقشة إشكالية الدراسة و عرض تساؤلاتها و فرضياتها ، كما تم التطرق إلى أسباب إختيار موضوع الدراسة و تحديد أهدافها و أهميتها كما قمنا بتحديد المفاهيم وصولا إلى الدراسات السابقة وإظهار مواطن التشابه ونقاط الاختلاف مع الدراسة الحالية وتطرقنا إلى المقاربة النظرية وإلى صعوبات الدراسة .

الإطار النظري للدراسة :

الفصل الثاني : مواقع التواصل الإجتماعي واليوتيوب .

الفصل الثالث : الثقافة والمرأة الماكثة بالبيت.

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي و اليوتيوبتمهيد1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

- 1-1 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
- 2-1 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- 3-1 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 4-1 وظائف مواقع التواصل الاجتماعي
- 5-1 أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
- 6-1 مزايا و عيوب مواقع التواصل الاجتماعي

2- ماهية اليوتيوب ومميزاته

- 1-2 تعريف اليوتيوب
- 2-2 نشأة اليوتيوب
- 3-2 مميزات اليوتيوب
- 4-2 سلبيات اليوتيوب
- 5-2 إيجابيات اليوتيوب

خلاصة الفصلالفصل الثالث : الثقافة والمرأة الماكثة بالبيتتمهيد1- ماهية الثقافة

- 1-1 تعريف الثقافة
- 2-1 خصائص الثقافة
- 3-1 وظائف الثقافة
- 4-1 عناصر الثقافة
- 5-1 أنواع الثقافة

2- المرأة الماكثة بالبيت ومجالات تثقيفها :

- 1-2 تعريف المرأة الماكثة بالبيت
- 2-2 خصائص المرأة الماكثة بالبيت
- 3-2 تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الديني
- 4-2 تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الصحي
- 5-2 تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الاجتماعي

خلاصة الفصل

تمهيد :

يعتبر التطور التكنولوجي الهائل في جميع جوانب الحياة الثقافية والاجتماعية وحتى الفكرية دليل على فتح آفاق وتطلعات مستقبلية جديدة وذلك بتحول العالم إلى قرية صغيرة محدودة المعالم دون إعتبار الحواجز الزمنية والمكانية.

وتعد الأنترنت من أهم و أبرز مظاهر التكنولوجيا الحديثة، حيث ساهمت بشكل كبير في التأثير على كافة أنماط الإتصال الإنساني بنقل إنشغالات الأفراد و أفكار بعضهم البعض، وهذا يتم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت سلاح ذو حدين ، وسنتناول في هذا الفصل مواقع التواصل الاجتماعي وموقع اليوتيوب .

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب

1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي :

1-1 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

تعددت تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين ومن أبرز هذه التعاريف نذكر.

تعريف مهدي الحوساني : هي مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب (ويب 2.0)

وسميت إجتماعية لأنها أتت من مفهوم (بناء مجتمعات) بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم إهتمامات مشتركة في تصفح الأنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه و أخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه و أصدقاء أصدقائه. (1)

كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك ، تويتر ، يوتيوب....) ضمن نطاق شبكة الأنترنت العالمية (WEB) يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة إنطلاق ووجود إلكتروني وشخصية إفتراضية لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور و أفلام الفيديو ،ومن ثم الإنطلاق لمرحلة التشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق إكتساب الأصدقاء ،وتكوين المجموعات أو الإنتساب إلى الشبكات السابقة من المشتركين و المستخدمين، تبدأ بخلايا الأصدقاء وطلاب الجامعات أوالمدارس أو أبناء الحي أو زملاء المهنة أو أفراد الأسرة والعائلة الواحدة ، وتبادل التعليقات والآراء والمواد الإعلامية معهم ، وتتم عمليات التواصل الإلكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة. (2)

ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي ؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس،أقارب، زملاء ،أصدقاء...إلخ ،عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن من في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق الأنترنت (3)

(1) جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم - رؤية تحليلية ، دار المنهجية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 31 .

(2) مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي، منصات للحرب الأميركية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، بيروت، لبنان، 2012، ص 25.

(3) خالد غسان المقدادي، المرجع السابق، ص 24

1-2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل (كلاس ميتس) عام (1995) للربط بين زملاء الدراسة وموقع (سكس دجريزس) عام (1997) حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها (الدرجات الست للإفصال) وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل (لايف جورنال) وموقع (كايوورد) الذي أنشأ في كوريا سنة (1999) .

وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء.⁽¹⁾

وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة (2002) ومع بداية عام (2002) إنطلق موقع التواصل الاجتماعي (FRIENDSTER.COM) الذي حقق نجاحا دفع (Google) إلى محاولة شرائها سنة (2002) لكن لم يتم التوافق على شروط الإستحواذ، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة.

وفي النصف الثاني من عام (2002) ظهر في فرنسا مع موقع (SKYROCK.COM) كمنصة للتدوين.⁽²⁾

ثم تحول إلى موقع تواصل وحتى هذه المرحلة لم تكن هذه المواقع معروفة في المجتمعات العربية إلا بشكل محدود جدا، خصوصا أن خدمات الأنترنت لم تكن على مستوى كبير من الإنتشار والترحيب .

وقد ساعد تطور الأنترنت وإنتشارها في ظهور جيل جديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي إمتازت بسهولة إستخدامها، وبالتطبيقات الكثيرة التي تناسب مختلف الشرائح الاجتماعية، بما فيها اللغة ، فكان أن ظهر موقع (MYSPEACE) سنة (2003) الذي بدأ يحقق نجاحا كبيرا وإنتشارا واسعا وصل إلى المجتمعات العربية ، وفي عام (2004) إنطلق موقع الفيسبوك (FACEBOOK.COM) في الولايات المتحدة الأمريكية وعرف أولا فيما بين طلبة جامعة هارفارد ، ثم بدأ ينتشر إلى الجامعات والمدارس الأخرى ، وفي عام (2006) بدأ بالإنتشار على الساحة المحلية والدولية ،بعدها إنتشرت فكرة مواقع

(1) علي حجابي ابراهيم، التكامل بين الاعلام التقليدي و الجديد، دار المعترف للنشر و التوزيع، د.ب ، 2017، ص 71.

(2) امانى جمال مجاهد، الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة، دراسة المعلومات، جامعة المنوفية، العدد الثامن، مصر، 2010، ص 56

التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر (TWITTER) في سنة (2006) وأطلق رسميا للمستخدمين سنة (2007).⁽¹⁾

3-1 - خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي موجودة في كل مكان ولم يعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية مجرد تسلية أو ترفيه عن النفس بل أصبحت أسلوب حياة وذلك لما تحمله من مميزات وخصائص عديدة ومن أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي:

➤ سهولة الاستخدام:

بحيث لا يحتاج التعامل مع موقع شبكة الأنترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكات الاجتماعية إلى خبرات وتدريبات علمية وعملية معقدة وإنما إلى مجرد مقدمة و مبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط حيث تتطلب عملية التسجيل إسم و رقم سري لبطاقة تعريف العضوية والموافقة على شروط العضوية وبنود العقد المحدد بموجبه الحقوق والواجبات الرقمية، وبمجرد إستكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية بإسم المستخدم ورقم سري وجيز خاص به، يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة وإذا تجاوز الشروط يمكن أن يتعرض للعقاب كحذف حسابه الالكتروني أو تجميد عضويته.

➤ التفاعلية :

فالفرد فيها مستقل وقارئ وهو مرسل ومشارك فهي تلغي السلبية في الإعلام القديم كالتلفاز والصحف الورقية، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدة والقارئ.

➤ القدرة على تخزين التسجيل :

الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة ومع عدد من الأجهزة المتنوعة.

➤ الإستقلالية والتنوع :

تتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا من الشخصية، ما قد يزيد من إحتمال إنتشار الإشاعات والمعلومات الكاذبة .

(1) ماطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، جامعة الشرق الاوسط، مذكرة ماجستير في الاعلام، قسم الصحافة و الاعلام، عمان، الاردن، 2018، ص ص 19-20

➤ السرعة:

سمحت مواقع التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ظل هذا السياق إلى الإتصال أو الترابط غير العادي (ovev-connected) والذي يعني في فحواه عدم التأكد من المصدر ومعالجة المعلومات بطريقة غير كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة.

➤ التدفق الحر للمعلومات :

وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب بل بإستخدام الوسائط المتعددة من (الصور، الموسيقى، الصوت، الفيديو) مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثه وبث الوقائع والأحداث لحظة بلحظة. (1)

4-1 وظائف مواقع التواصل الاجتماعي :

إن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الإستخدامات حيث يتم توظيفها في مجالات كثيرة من الحياة ويبرز أهمها فيما يلي: (2)

➤ الإستخدامات الإتصالية الشخصية :

وهو الإستخدام الأكثر شيوعا ولعل الفكرة الأولى للشبكات الإجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن بالرغم من تطور الشبكات الإجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات وإن إختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

➤ الإستخدامات التعليمية :

تلعب الشبكات الإجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم.

(1)- نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2015، ص84.
(2)- عبدالرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص68-69.

➤ الإستخدامات الإخبارية :

أتاحت الشبكة الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية، لما قد يضاف إليها من مبالغت مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

➤ الإستخدامات الدعوية :

أتاحت الشبكات الإجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين سواء كانوا مسلمين أو غير مسلمين فأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو إنتقال إيجابي للتواصل الإجتماعي في ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الإجتماعية بالسهولة في الإستخدام والتواصل وتوفير في الجهد والتكاليف.

1-5-1 أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

1-5-1 الفيسبوك (Facebook):

➤ تعريف الفيسبوك :

هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح للأشخاص العاديين والإعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه أو يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر مواقع تواصل أخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.⁽¹⁾

ويعتبر الفيسبوك أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر إستخداما وتأثيرا على مستوى العالم.

➤ نشأة الفيسبوك :

بدأت الشبكات الإجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات عام (1995) للربط بين زملاء الدراسة لتوفر هذه الشبكات على مجموعة من الخدمات وإستمرت موجة هذه الشبكات في الظهور على مدى السنوات (1999/2002/2005) وفي عام (2005) تم إفتتاح الموقع على يد (Mark zuekerber) وهو طالب في جامعة هارفارد وكان هدفه إقامة شبكة تضم طلبة الجامعة في موقع واحد ونفذ الفكرة مع مجموعة من زملائه في قسم علوم الحاسوب من فكرة موقع (فيس ماش) التابع لجامعة هارفارد

(1)- علي حجازي إبراهيم، المرجع السابق، ص73

سنة (2003) وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها إمتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن و جامعة (أيفي يدج) وجامعة (ستانفورد) ثم إتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي ثم في المدارس الثانوية، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر (13 عاما) فأكثر. (1)

➤ عناصر الفيسبوك :

بدأ المشترك رحلته على الفيسبوك ببضع خطوات، أولها التسجيل بالموقع بإضافة بريد الكتروني وبياناته الشخصية، وسنعرض أهم عناصر الفيسبوك:

➤ **الصفحة الشخصية:** هي الصفحة الشخصية للمستخدم، وتحتوي على كل ما يخصه من معلومات وصور ومقاطع فيديو وملاحظات وروابط وأحداث وأصدقاء وغيرها.

➤ **الرسائل:** وهي من الأدوات المهمة ومن خلالها تستطيع الإطلاع على الرسائل الواردة و كذلك إرسال رسالة جديدة ورؤية التحديثات المرسله من الصفحات والمجموعات المشترك فيها و كذلك مشاهدة الرسائل التي قمت بإرسالها.

➤ **المجموعات:** هي أخطر وأهم التقنيات الموجودة بالفيسبوك لقيام أي كتل معارضة أو مؤيدة لجهة أو مؤسسة أو فرد، ومن خلالها يتم التعريف بالأفكار الجديدة والدعوة لها وتزداد أهمية المجموعة بزيادة عدد أعضائها.

➤ مميزات الفيسبوك:

يتميز الفيسبوك كشبكة إجتماعية بعدد من السمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض أهمها:

➤ **لوحة الحائط (wall):** وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم

➤ **النكزة أو الغمزة (pokes):** هي إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن الأصدقاء يقومون بالترحيب به.

➤ **الصور (photos):** هي خاصية تمكن المستخدم من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع.

➤ **الحالة (status):** تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي .

(1) - فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2011، ص204

➤ **التعليقات (Notes):** وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات بالإضافة إلى خدمات الرسائل والردشة.

➤ **إرسال الهدايا (Gifts):** وهي تتيح للمستخدمين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية. (1)

2-5-1 التويتر (twitter):

➤ تعريف التويتر:

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي إنتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وأخذ (التويتر) اسمه من مصطلح (تويتر) الذي يعني التغريد و أتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نسا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة. (2)

➤ نشأة التويتر:

لقد كانت بداية ميلاد هذه الخدمة المصغرة تويتر أوائل عام (2006) عندما أقدمت شركة (obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر (2006) ومن ثم أخذ هذا الموقع الانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوين المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة واستحدثت لها إسما خاصا يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل (2007). (3)

➤ **خصائص التويتر:** للتدوين عبر موقع التويتر مميزات مفيدة وعديدة أهمها:

➤ **سهل وسريع:** فبمجرد إدخال البريد الالكتروني تصبح مشتركا من الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينية قصيرة.

(1) - شفيق حسنين ، المرجع السابق ، ص ص185- 186

(2) - سلام محمد توفيق، التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2015، ص20

(3) - حمد بن عبد الله القمزي، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، دار روابط والشقري، للنشر، الرياض، السعودية، 2012، ص376

➤ **محمول ومتحرك:** فموقع التويتر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين وإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.⁽¹⁾

6-1 - مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

1-6-1- مزايا مواقع التواصل الاجتماعي:

أضفت تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي بعدا إيجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية وإجتماعية وسياسية وإقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها ومن أهم مزاياها نذكر:⁽²⁾

- وسيلة عامة للنشر أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير و التواصل أكثر من أي وقت مضى.
- وسيلة بسيطة ومجانية فيها الكثير من الإبداع والتميز والتفرد.
- وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة .
- وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التوقع والرقابة في نشر المعلومة، وبالتالي فهناك نوع ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي .

كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من المزايا الأخرى نذكر منها:⁽³⁾

- أكثر إنفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء كان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة و العادات والتقاليد واللون والمظهر والميول، فإنك قد إكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على آلاف الأميال في قارة أخرى.
- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية يصبح لك كيان مستقل على الصعيد العالمي.

(1) - علي حجازي ابراهيم، المرجع السابق ، ص77

(2) - زغودو بلقاسم وسعدي وحيدة: " الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب"، مجلة الآفاق للعلوم، ع8، ج1، جامعة الجلفة،

جوان 2017، ص66

(3) - عيسى الشماس و فائق عجيب، " التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية"،

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الانسانية، م37، ع2، سوريا، 2015، ص268

- منبر للرأي والرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير .

1-6-2 - عيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

- **إنعدام الخصوصية** : حيث تصبح ملفات المشتركين عرضة للجميع، بما فيها من بياناتهم وصورهم الخاصة، وهذا قد يمهد الطريق إلى التجسس والمراقبة لكل تحركات وأقوال وأفعال المستخدمين وهو ما ينعكس سلبا على حياته العامة .

- **قتل الوقت** : يضيع بعض المستخدمين الكثير من الوقت الذي هو رأس مال عمر الإنسان في الجلوس أمام هذه المواقع، مما يؤثر على علاقته مع أهله وأصدقائه داخل محيط الأسرة.

- **ضعف الثقة** : لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها ولا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في الشبكات.

- **العزلة الاجتماعية على العالم الواقعي** : لهيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة لجأ العديد من أفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي لتأسيس علاقات في العالم الواقعي الاجتماعي لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين ونتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي وإذا كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تخليص البشر من عزلتهم، فإن تحقق ذلك الهدف إنتهى بالبشر بعزلة جديدة عن عالمهم الحقيقي.⁽¹⁾

2/- ماهية اليوتيوب ومميزاته:

1-2/ **تعريف اليوتيوب:** هو أحد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت وعنوانه (www.youtube.com) وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت. دون أي تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدين من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع،

(1)- حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، 2015، ص ص88-89.

وطبقا لموقع (إليكسا العالمي) فإن موقع اليوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث تصنيف أكثر المواقع مشاهدة.(1)

وكما يعرف اليوتيوب على انه من المواقع العالمية التي تقدم خدمات الفيديو بالصوت و الصورة في مختلف المجالات، ويعد أكبر المواقع على شبكة الانترنت، ويسمح للمستخدمين برفع و مشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني لكونهم مستخدمين عاديين.

2-2 - نشأة موقع اليوتيوب: تأسس موقع اليوتيوب كموقع مستقل في (14 فبراير 2005) بواسطة ثلاثة موظفين هم (تشاد هيرلي chad- hurly) وهو أمريكي و (ستيف تشين stevechen) وهو تايواني و (جاود كريم jawadkarim) وهو بنغالي الذين يعملون في شركة (paypal) المتخصصة في التجارة الالكترونية إلا أن (جاود كريم) ترك رفقائه للحصول على درجة علمية في كلية ستانفورد، وليصبح الفضل الحقيقي لليوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا بالمتابعة في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي، والجدير بالذكر أن مولد (youtube) قد شهدته مدينة (Menlopark) في ولاية (كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية) وقد تم إطلاق الموقع للعام في شهر ماي من العام نفسه (2005) ليعقب ذلك تأسيس الشركة وإطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام (2005)، وفي (نوفمبر 2006) وبعد أن حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات النمو للموقع على الشبكة العالمية وحصد المركز الخامس كأكثر المواقع زيارة على مستوى العالم حسب موقع اليكسا (Alexa)، وفي (19 أكتوبر 2006) تم شراء موقع اليوتيوب من طرف عملاق الويب (Google) بقيمة (1.6 مليار دولار أمريكي) ليتحول إلى شركة بإدارته ومؤسسيه ملكية (Google).(2)

فقد كان الموقع يحصل على (100 مليون) مشاهدة يوميا وكان يضاف إليه (65 ألف) مقطع فيديو كل (24 ساعة) وعدد زواره كان (20 مليون) زائر في الشهر وحوالي (700 ألف) زائر يوميا، ولقد أدركت الناس والشركات والسياسيين أهمية الموقع فوقت قناة (CBC) إتفاقية مع اليوتيوب لبث مقاطع من برامجها وتشمل مقاطع إخبارية ولقطات من برامج ترفيهية، كما وقعت (GOOGLE) بعد تملكها لليوتيوب إتفاقية مع (MBC) لتوفير مقاطع فيديو على اليوتيوب مقابل حصة من الإعلانات التي تحصل (جوجل) عليها من خلال هذه التسجيلات، وفكرة اليوتيوب لاقت نجاحا لدى المستخدمين فكانت بمثابة قنوات خاصة.(3)

(1) - خالد غسان المقدادي، المرجع السابق ، ص160

(2) - عبد الرزاق محمد الدبلمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011، ص194

(3) - ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد(الدولة الافتراضية الجديدة)، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص340.

وأطلق الموقع عددا من التطورات على خدمته في جانب رفع ملفات الفيديو و مشاركتها ،حيث تم إطلاق برنامج (multi – vidéo – upload) وهو برنامج صغير يمكن استخدامه مع أنظمة (ويندوز) وتقوم وظيفته على تمكين المستخدم من رفع أكثر من ملف فيديو في نفس الوقت ويقوم البرنامج بإدارة عملية الرفع بشكل كامل .⁽¹⁾

2-3- مميزات اليوتيوب : يعتبر اليوتيوب من أروع إبتكارات مواقع التواصل الإجتماعي وذلك بسبب مزاياه المتعددة و أهمها :

- **عام ومجاني :** من خلال هذا الموقع يمكن تحميل وتنزيل ما تحتاجه من الأفلام في شتى المجالات وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط ، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلام لها حقوق نشر خاصة بدون إذن .
- **داعم لتحميل الأفلام :** فالموقع تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (MP4- WMV-FLV-AVI أو الأغاني (MP3) وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغير الحجم ، مما يترك درجة كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف النقال .
- **سهل الاستعمال من قبل العامة :** فالموقع سهل الإستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيرها من المواقع ،ويوفر أدوات داعمة لذلك .
- **سهل البحث :** الموقع يوفر محرك بحث خاص به ،يمكنك من البحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته .
- **الرقابة :** الموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم ،فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشاركين أو العامة وكل ذلك يظهر بمحركات البحث مثل غوغل .
- **أداة للترويج :** أفلام اليوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة ، فهو لا يكلف شيء من الحملات الترويجية التقليدية وفي الوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع وهو مناسب للجميع سواء كانوا أفرادا أو شركات .

(1) محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المنادي إلى الأنترنت ، ط1، دار الفكر العربي، دب، 2009ص285

2-4- سلبيات اليوتيوب : إضافة إلى ما يقدم هذا الموقع من خدمات للمستخدمين وتمكينهم من التواصل والتفاعل فان هناك بعض السلبيات التي تعترض طريق هذا الموقع في أداء مهمته :

- إمكانية اختراقه : من قبل بعض الأشخاص أو الجهات وتعطيل ما يبث فيه من أفلام ومحاضرات وأحداث و غيرها ...الخ بل قد يتم بث برامج تعارض وتناقض الهدف الأساسي من الموقع ، كأن يتم اختراق موقع إسلامي وتبث فيه أفلام ومشاهدة تتعارض مع قيم و أخلاق الإسلام وشريعته (1)
- قيام بعض الدول بحجب الموقع : بحيث تم منع فائده عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه بعض الدول كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب .

2-5- إيجابيات اليوتيوب : يتميز اليوتيوب بمقومات فريدة من نوعها تدعم مكانته كوسيلة إتصالية من بينها :

- سهولة تحميل و مشاهدة مقاطع الفيديو: إمكانية نشر بعض الإعلانات في بداية بعض مقاطع الفيديو سيما وأن موقع اليوتيوب يتمتع بواجهة محببة للمستخدم تجعل من السهل تحميل مقاطع الفيديو و مشاهدتها .علاوة على ذلك و من خلال موقع اليوتيوب يمكنك دائما من التحميل الفوري في الوقت الفعلي مع توفير خيارات متنوعة للدقة أيضا .
- تنوع و غزارة مقاطع الفيديو من أي نوع: وهذا أمر طبيعي، حيث يضم موقع اليوتيوب أعداد كبيرة من المشتركين من جميع أنحاء العالم وبالتالي يضم أيضا عددا هائلا من مقاطع الفيديو في معظم المجالات (2).
- فرص العمل: إن موقع اليوتيوب ليس مجرد قناة لمشاركة الفيديو حيث يتمكن بعض المستخدمين من إستثمار مقاطع الفيديو الخاصة بهم للحصول على دخل وكلما زاد عدد الأشخاص الذين يشاهدون مقاطع الفيديو الخاصة بهم تنامي دخلهم مع ملاحظة أن المعدل يختلف إلى حد ما لكن الحقيقة هي أن موقع اليوتيوب قد أتاح لأي شخص تحميل مقاطع الفيديو وكسب المال عبر الأنترنت.

(1) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 96.

(2) خالد غسان المقدادي، المرجع السابق، ص44

➤ **المعلومات :** على غرار مواقع الويب الأخرى مثل ويكيبيديا أصبح موقع اليوتيوب وعبر كونه موقعا لمشاركة الفيديوهات مصدرا للمعلومات القيمة بالإضافة إلى إمكانية التغذية الإخبارية التي يستخدمها العديد من زوار الموقع لمعرفة ما يحدث حولهم.

خلاصة الفصل :

من خلال ما سبق خلصنا إلى ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من فوائد مذهلة أهمها سهلت عملية تبادل الأفكار بين الناس ، كما أسهمت في تعارف الناس على بعضهم البعض بشكل أسرع وأبسط ، وأزالت الكثير من القيود الاجتماعية والسياسية والإقتصادية ، وتتيح لمستخدميها إمكانية التطوير من ذواتهم وذلك من خلال إكتساب مهارات التواصل ومناقشة المواضيع والجرأة على إبداء الرأي والتخلص من عقدة الخوف كل هذا توفره مواقع التواصل الاجتماعي مما يعطي دافعا قويا للشخص ويكسبه ثقة بنفسه أكثر ، كما يتيح موقع اليوتيوب لجميع مستخدميه الإطلاع على محتوياته في الوقت الذي يريدونه وبإستطاعتهم التعلم وإكتساب معارف وثقافة منه لأن اليوتيوب يضم مجموعة من القنوات التي تبث فيديوهات مميزة ومشوقة في شتى المجالات .

الفصل الثالث

الفصل الثالث : الثقافة والمرأة الماكثة بالبيت

تمهيد

1 ماهية الثقافة

1-1 تعريف الثقافة

2-1 خصائص الثقافة

3-1 وظائف الثقافة

4-1 عناصر الثقافة

5-1 أنواع الثقافة

2 المرأة الماكثة بالبيت ومجالات تثقيفها

1-2 تعريف المرأة الماكثة بالبيت

2-2 خصائص المرأة الماكثة بالبيت

3-2 تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الديني

4-2 تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الصحي

5-2 تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الإجتماعي

خلاصة الفصل

تمهيد :

يهتم الكثير من الناس بأن يكونوا مثقفين وملمين بكافة مجالات الحياة ، فالثقافة بشكل عام هي الأمور التي تجعل الإنسان قادرا على بناء فكر، وروح معطاءة تدفعه للتحرك نحو الحياة ومواجهة كافة الأمور بشكل العقلاني و الصحيح، بحيث أنها مجموعة متكاملة من الآداب والعلوم و الفنون و التاريخ و العقائد و العادات و التقاليد.

والثقافة الحقيقية هي التي تفيد المرأة الماكثة بالبيت بصورة عملية وتؤهلها للتفاعل مع بيئتها ومجتمعها وحضارة عصرها، وبالتالي تعينها على حل كل ما يواجهها في حياتها . دون أن تفقد توازنها الداخلي وأصالة إنتمائها ولا أن تعاني من انفصام بين واقعها وقناعاتها.

الفصل الثالث: الثقافة و المرأة الماكثة بالبيت

1 - ماهية الثقافة

1-1- تعريف الثقافة :

يختلف الباحثون و المفكرون حول مفهوم الثقافة، فلم يتوصلوا إلى إتفاق محدد حولها ومن تعريفاتها نذكر

الثقافة هي مجموعة المعارف المكتسبة من تعليم ومهارة الإبداع فالإبداع ليس عملية سهلة حتى توفر الإستعداد لدى الشخص المبدع بل إن الأمر يحتاج إلى تحصيل المعارف والخبرات بشكل نظامي أو غير نظامي.⁽¹⁾

وأول من إستعمل كلمة ثقافة هو العلامة (عبد الرحمان ابن خلدون) ويعني بها المعرفة المدنية المكتسبة من خلال نمط العيش العمراني المستقر، إذ يقول (ابن خلدون) وإذا ألفوا العيش و الدعة ... لم تعد تفرق بينهم مع العامة من الناس إلا بالثقافة و الشارة، ولم تستعمل كلمة ثقافة في اللغة الفرنسية في أول الأمر على الملكات العقلية، بل كان إستعمالها جاريا في فلاحه الأرض وهو معناه الأصلي (-Culture culturable agriculture) لكن إستعمالها العقلي صار مجازيا ليبدل فيما بعد على خصوبة الإنتاج العقلي حين تعاضم مع مطلع عصر النهضة وتدل في معناها الإنجليزي مباشرة كمرادف لمعنى حضارة.⁽²⁾

كما تعرف الثقافة على أنها المعرفة و التعليم وأن الوعي بهما يرقى الفرد إلى مستوى إجتماعي أفضل، و الوعي الثقافي يعني الوعي بالحياة اليومية بما يشمل العادات والتقاليد و الأعراف و التدين، و التفاعل وصور النشاط العام التلقائي.⁽³⁾

ويعرفها(تايلور): هي الكل المركب الذي يشمل المعرفة و المعتقدات و الفن و الأخلاق و العادات و كل القدرات و العادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضوا في المجتمع.⁽⁴⁾

وفي مؤتمر مكسيكو لعام (1982) للسياسات الثقافية العالمية جاء إعلان مكسيكو بتعريف الثقافة فيشير إلى أنها السمات الروحية و المادية و الفكرية و العاطفية التي تميز مجتمعا بعينه، أو فئة اجتماعية بعينها، فهي تشمل الفنون والآداب وطرق الحياة كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان ونظم القيم و التقاليد و المعتقدات وبهذا هي المانحة للإنسان قدرته على التفكير بذاته و التي تجعل منه كائنا متميزا بالعقلانية و القدرة على النقد و الإلتزام الأخلاقي.⁽⁵⁾

فالثقافة هي مصطلح مرتبط بطبيعة الإنسان الاجتماعية وتطورها ونشاطاته الإبداعية و العلمية منذ الأزل وطريقة تفاعل الإنسان مع من حوله من الأفراد ومدى معرفته وتعامله مع طبيعة الأشياء التي تحيط به، فالبحث عن المعارف اليومية هو السبيل الصحيح لتطور الإنسان، فكلما كانت المعارف أكثر

(1) شفيق حسنين، الإعلام الإبداعي، ط1، دار الفكر للنشر و التوزيع، مصر، 2013، ص 234

(2) عدنان عبد القادر، منايع الفلسفة، دط، دار المنايع للطباعة و النشر و التوزيع، دب، 2000، ص 5

(3) محمد علي محمد، الشباب و المجتمع، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، مصر، 1980، ص222.

(4) دنيس كوش، ترجمة منير السعيداني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007، ص 31

(5) عبد الله احمد الذيفاني، الثقافة و التنمية الثقافية للطفل، ط1، الكتب العربي للمعارف ، القاهرة مصر، 2013، ص 29.

قرباً فإنها ترسم سلالماً وطرقاً جديدة للوصول إلى معارف أخرى وهكذا فإن التغييرات في عالمنا ستبقى مرهونة بكيفية ونوعية الثروة الثقافية. (1)

2-1- خصائص الثقافة :

تختلف الثقافة باختلاف المجتمعات وتختلف أيضاً في المجتمع الواحد في فترة زمنية معينة فالأحوال و الظروف التي تطرأ على مجتمع ما، كثيراً ما تدفع الناس إلى أن يعدلوا من أفكارهم ومعتقداتهم ووسائل معيشتهم و أساليبهم العلمية و أنواع المعارف المتوفرة لديهم ونظمهم السياسية والإقتصادية وأسهم في تقويم هذه الأشياء و المعاني، وغير ذلك وهذا إن دل فإنما يدل على إختلاف عناصر الثقافة وتغيير معالمها. (2)

وتتضمن ثقافة أي أمة أو جماعة وجهة نظر كل فرد عن السلوك الفردي والعلاقات الإجتماعية وموقفه من الآخرين، ومع ذلك هناك خصائص عمومية عديدة للثقافة تجعلها مصدراً مهماً لعدد كبير من التغييرات على مستوى الأنساق و العلاقات الإجتماعية ويمكن تحديدها بالخصائص التالية: (3)

1-2-1- ثقافة إنسانية :

يعتبر العنصر الإنساني المصدر الرئيسي للثقافة و بدونه لا تكون هناك ثقافة، فهي ظاهرة تخص الإنسان فقط لأنها تعبر عن نتاج العقلي، و الإنسان يمتاز عن باقي المخلوقات بقدراته العقلية و إمكاناته الإبداعية، ولا يشارك الإنسان بهذه الظاهرة أي مخلوقات أخرى فهي تخص الإنسان وحده دون سائر المخلوقات إذ تتميز بها المجتمعات البشرية عن المجتمعات الحيوانية، فالثقافة من صنع الإنسان لما يمتاز به من قدرات عقلية تمكنه من الابتكار، فالفرد هو العامل الأساسي في تفعيل حركة الثقافة و المحافظة عليها، وبفضله تنتقل القيم و العادات و التقاليد و الآراء، ويتم ذلك عن طريق لغة تميزه وتميز مجتمعه، لذا تميز بصفة الإنسانية التي تمنح له.

2-2-1- ثقافة مكتسبة :

الثقافة لا يرثها الإنسان، كما يرث لون عينيه أو بشرته بل يكتسبها بطرق مقصودة أو عرضية عن طريق التعلم و التفاعل مع الأفراد الذين يعيش معهم كأسرة، وبناء عليه يسعى الإنسان لرسم معالم ثقافته بمفرده فالثقافة تكتسب من خلال التفاعل و الإحتكاك بين الأفراد في بيئة معينة ، وقد يكتسب الثقافة في المدرسة و العمل، وعندما يكتسبها الفرد في المنظمة تصبح جزءاً من سلوكه من خلال الثقافة نستطيع أن نتنبأ بسلوك الأفراد معتمدين على ثقافتهم .

إن أهم ما يميز الثقافة هو صفة الإكتساب وذلك نتيجة التفاعل الإجتماعي بين الأفراد، فتنقل وتكتسب تلك الثقافة خاصة بالاعتماد على اللغة التي هي وعاء الثقافة ومنبت تطورها و إنتقالها واللغة في حد ذاتها، ذابت و انصهرت حسب محددات المناطق و الجهات التي يستوطنها السكان. (4)

(1) انوار محمد مرسي، المكتبة المدرسية ودورها في تنمية الوعي الثقافي، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الاسكندرية ،مصر، 2012، ص40

(2) حسين عبد الحميد احمد رشوان، الثقافة، مؤسسة الشباب العربي ، الاسكندرية، مصر ، 2006، ص35.

(3) صالح محمد علي ابو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الاردن، 1998، ص 124.

(4) محمد حسنين العجمي واخرون، اجتماعيات التربية، دار الفكر، عمان الاردن، 2009، ص131.

3-2-1- ثقافة تطويرية :

أي أن الثقافة لا تبقى على حالها، بل إنها تتطور نحو الأحسن و الأفضل، ولكن التطور لا يتم غالبا في جوهر الثقافة، بل في الممارسة العلمية ويكون ذلك نتيجة لحاجات الإنسان الذي يعيش في المجتمعات الحديثة.

4-2-1- ثقافة تكاملية :

أي أنها تشبع الحاجات الإنسانية وتريح النفس البشرية لأنها تجمع بين العناصر المادية و المعنوية وتجمع بين المسائل المتصلة بحاجات الجسد و المسائل المتصلة بالروح و الفكر كالعقيدة الدينية أو النظرية السياسية.

فهي تتحد وتلتحم لتكون كلا متكاملا متجانسا متنسقا، ولا يمكن فهم أي ثقافة إلا إذا نظرنا إليها على أنها متكاملة ويشير التكامل إلى فكرة الشمول و الكلية، و الثقافة لا تتكون ولا تستمر في حلقة واحدة بل تكاملها مع باقي العناصر المكونة للمجتمع يجعلها تعمل في انسجام مع بعضها البعض.⁽¹⁾

5-2-1- ثقافة إجتماعية :

تشبع الثقافة بصفة عامة الرغبات و الحاجات الإنسانية، وقد تكون هذه الحاجات بيولوجية كالجوع و العطش وما شابه ذلك، أو إجتماعية ثقافية وذلك كتلك التي تظهر من خلال التفاعل الإجتماعي، فعناصر الثقافة عامة مشتركة بين كائنات الإنسانية التي تعيش داخل تجمعات منظمة أو جماعات تمثل بالإمتثال و التطبيق النسبي في وطأة الضغوط الإجتماعية كالعادات، فهذه العادات الجمعية تنبثق من التفاعل الإنساني و الإجتماعي و يشارك فيها أعضاء جماعة إجتماعية وتشكل ثقافة هذه الجماعة.⁽²⁾

6-2-1- ثقافة مادية وغير مادية :

للثقافة جانبين متكاملين، أولهما مادي يظهر في لباس الناس و طعامهم، أو أدوات طبخهم أو أدوات الاتصال ووسائل المواصلات وغيرها، وثانيهما غير مادي يتمثل في المفاهيم و الأفكار و المعتقدات السائدة. وهنا يكمن الاختلاف حول المفهوم، فمنهم من يعتبر الثقافة على أنها تلك الكتلة من القيم و العادات و التقاليد... الخ، ومنهم من يقول أنها تشير إلى طبيعة حياة الشعوب و ما تنتج من علاقات إجتماعية نتيجة التفاعل فيبازدواجية الجانب المادي و اللامادي يتشكل مفهوم شامل للثقافة في حد ذاتها، فالمكون المادي هو ما يصنعه الإنسان من أمور تسد حاجاته المجتمعية، و اللامادي هو ما يخترعه الفرد لينقل تلك المعتقدات و الأفكار، ففي كلا المكونين تتشكل الثقافة بتنوع مدلولاتها ومكوناتها.⁽³⁾

(1) صالح محمد علي أبو جادو، المرجع السابق، ص 124.

(2) حسين عبد الحميد أحمد رشوان، المرجع السابق، ص 58.

(3) عمر احمد الهمشري، التنشئة الإجتماعية للطفل، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الاردن، 2003، ص 188.

3-1- وظائف الثقافة :

يتكيف الإنسان مع الطبيعة ويغيرها و يتغير بفعلها، وهذا يعني أن الثقافة هي أدواته في عملية التواصل و التكيف و الحياة. و للثقافة عدة وظائف أساسية أهمها :

- تمتد الأفراد بمجموعة من الأنماط السلوكية لتحقيق حاجاتهم البيولوجية وضمان استقرارهم.
- تتيح للأفراد التعاون من خلال مجموعة من القوانين والنظم.
- تؤدي إلى ظهور حاجات جديدة وتبدع وسائل إشباع هذه الاحتياجات و الاهتمامات الثقافية و الجمالية و الدينية.
- تمكن الإنسان من التنبؤ بالأحداث المتوقعة و المواقف الاجتماعية المشتملة ومن التنبؤ بسلوك الآخرين في مواقف محددة، وفي هذا الصدد يقول (مالينوفسكي) أن الثقافة تلبى نظاما متكاملًا من الاحتياجات الإنسانية البيولوجية وتضمن له غطاء وظيفيا يسعى إلى حماية الإنسان من المخاطر و الكوارث الطبيعية و البيئة، و الثقافة هي أداة الإنسان في إطار البيئة، وبالتالي فان لكل عنصر من عناصرها غاية ووظيفة محددة. (1)

4-1- عناصر الثقافة :

إذا كنا نفهم الثقافة على أنها وجود متجانس يشترك فيه جميع أفراد المجتمع فإننا نتساءل هنا عن ماهية عناصر الثقافة التي يمكن أن يشترك فيها كل أعضاء المجتمع، عموما تنقسم الثقافة إلى قسمين رئيسيين هما :

➤ العناصر المادية :

فالثقافة مجموعة من النماذج للتصرف التي يتعلمها و ينتجها الإنسان والتي نشأت عن طريق إستخدام الرموز، وتستمد وجودها منها منذ أن أصبح الإنسان قادرا على الترميز، وبعد أن أصبح قادرا على إعطاء معاني ودلالات معينة للظواهر المادية التي تحيط به، وتشمل ما أنتجه الإنسان ويمكن معرفته بالحواس. (2)

➤ العناصر المعنوية :

وتشمل أنماط السلوك و المعايير الاجتماعية و القيم و الأعراف و العادات وقد حدد كل من (بيلز) و (هويجر) المعاني التي يستخدم بها مصطلح الثقافة بما يلي:

- للدلالة على أساليب الحياة المكتسبة و الشائعة في وقت معين بين الجميع.
- للدلالة على أساليب الحياة الخاصة بمجموعة من المجتمعات التي يوجد بينها قدر من التفاعل .
- للدلالة على أساليب السلوك الخاصة بمجتمع معين.
- للدلالة على أساليب السلوك الخاصة بشريحة معينة داخل مجتمع كبير على درجة من التنظيم المعقد.

(1) أسعد علي وطفة، الثقافة و التربية، مجلة الموقف الأدبي، العدد 259، دمشق، سوريا ، 1992، ص ص7-8.

(2) كريم زكي حسام الدين، اللغة و الثقافة، ط3، دار غريب للطباعة، القاهرة ، مصر، 2001، ص 20

أما (رالف لينتون) فيذكر أن محتوى الثقافة يمكن تقسيمه إلى ثلاث أقسام هي :

➤ العموميات أو العالميات :

وهي المكونات الثقافية التي يشترك فيها جميع أفراد المجتمع الناضجين، وتمثل العالميات المعتقدات والقيم التي يعبر عنها أحيانا بمصطلح (جوهر الثقافة) ، العالميات أو العموميات تبين في أعماق مستويات التحليل أنها (تلك العناصر التي تميز فردا من فئة معينة عن فرد من فئة أخرى، وتتكون العموميات من الأفكار والسلوكيات التي توجد بصفة عامة عند كل أعضاء المجتمع الواحد البالغين، وتكون معايير بواسطتها تقرر الجماعة إن كان الفرد يسلك سلوكا طبيعيا أم لا، وقد سميت تلك العناصر بالعمليات لأنها موجودة في معظم ثقافات العالم . ومن هذه العموميات اللغة واللباس الشعبي وطريقة الأكل وأسلوب التحية والإستقبال و طراز المباني و أسلوب الإحتفالات في الأفراح والتعبير عن الأحزان وغيرها ،وبذلك تشكل العموميات الثقافية القاسم المشترك بين أبناء المجتمع الواحد.⁽¹⁾

➤ الخصوصيات :

توجد داخل المجتمع نفسه مجموعة من الثقافات الفرعية (الخصوصية) التي تميز قطاعات رئيسية في المجتمع ، وهي جزء من الثقافة الكلية للمجتمع، ولكنها تختلف عنها في بعض السمات والمظاهر والمستويات. فيتضح أن الخصوصيات تدخل ضمن أساليب و مهارات خاصة بجماعة أو فئة معينة، بحيث تشكل ثقافة فرعية لتلك الفئة مثلا كاللغة الشباب وطريقة لباسهم وهو ما يعني أنها عنصر مكون لأفراد الجماعة الواحدة، كما نجدها عند الطبقات المجتمعية والمناصب التي يتقلدها الأشخاص فتشكل لديهم خصوصية خاصة كلغة الأطباء ولغة المعلمين وغيرهم .

➤ البدائل :

هي العناصر الثقافية التي لا تنتمي إلى العموميات، فلا تكون مشتركة بين جميع الأفراد، ولا تنتمي إلى الخصوصيات، فلا تكون مشتركة بين أفراد مهنة واحدة أو طبقة واحدة، ولكنها عناصر تظهر حديثا وتجرب لأول مرة في الثقافة المجتمعية، وبذلك يمكن الإختيار من بينها ،كما أنها تتمثل في أنواع الإستجابات غير المألوفة بالنسبة لمواقف متشابهة أو وسائل مختلفة لتحقيق أهداف متشابهة فالبدائل تنتشر بين الأفراد بصفة عامة فقد لا ينتمون لمجتمع واحد أو جماعة واحدة، لكن هناك ثقافة معينة تجمعهم، فالعموميات هي ما يميز مجتمع عن آخر في حين الخصوصيات تتصف بها فئة من فئات داخل المجتمع .

(1) صالح محمد علي أبو جادو، المرجع السابق، ص 122.

1-5-1 - أنواع الثقافة :

من أهم أنواع الثقافة نذكر

1-5-1-1 - الثقافة النخبوية :

هي الثقافة التي تحصلت عليها نخبة من المجتمع بواسطة عدة وسائل منها الكتاب وهي ثقافة مكتوبة لا يتحصل عليها إلا من يعرف القراءة والكتابة، وهي تعبر عن مواقف المجتمع عندما تكون نابعة منه، وهي التي يطلق عليها (محمد عابد الجابري) اسم (الثقافة العالمية) والتي تضم حسيه طريقة الحياة المادية والروحية لكي تمنح لكل أمة خصوصيتها، وهي معدن الهوية حيث تمتد من طريقة الملابس والمأكل والضحك إلى مكونات الذاكرة الجماعية والخيال الاجتماعي الرأسمال الرمزي، فهي تستعمل لتشير إلى المعطيات ذات الخصوصية المتميزة بدرجة عالية في الرقي، فهي تعتبر من جانب الوسط الثقافي أعلى درجة الإبداع الإنساني، فالأعمال الفنية ذات حضور المستمر تعد مثال عن الثقافة العالية، وتتضمن أعمالاً مثل : الأوبرا و السمفونيات الكلاسيكية (لبيتهوفن) و(موزار) واللوحات الفنية (للبيوناردو دافنشي) وكذلك أعمال (شكسبير) و(جون ملتين) والعديد ممن يستعمل مصطلح الثقافة العالمية التي ينظر إليها كشكل أرقى من أشكال الثقافة الأخرى⁽¹⁾.

ومن أبرز صفات الثقافة النخبوية أنها تنحصر في طبقة دون باقي الطبقات المجتمعية طبقة تعيش رخاء ورقي إجتماعي لدرجة أنها لا تهتم بكل ما تهتم به طبقات الأخرى والتي هيا دون المستوى الإجتماعي والإقتصادي وحتى الثقافي، فهم في مكانة تسمح لهم بالإستمتاع بكل مترفات الحياة ، في حين الذين لا يملكون وقت لهذا الرقي والبذخ المادي ، يكونون في مراحل التفكير كيف يحسنون مستواهم المادي، ومع ذلك يملكون ثقافة تميز مستواهم ومكانتهم بين باقي الثقافات وهي تسمى بالثقافة الشعبية

1-5-1-2 - الثقافة الشعبية :

إن إثارة ثقافة المجموعات المهيمين عليها تؤدي لا محالة إلى إثارة الجدل حول مفهوم الثقافة الشعبية ففي فرنسا تدخلت العلوم الإجتماعية متأخرة نسبياً في هذا النقاش الذي كان في البداية أي في بداية القرن التاسع عشر من فعل المحللين الأدبيين خاصة إذا كان منحصر في تفحص الأدب المسمى (شعبياً) والثقافة الشفوية هي التي ينقلها المجتمع من جيل إلى جيل شفويًا كالشعر الملحون والحكايات والعادات والتقاليد وتسمى في الغرب الفلكور من غناء ورقص وهذا الفلكور الذي يعبر عن تفاعل مباشر بين الناس بشكل متناغم تنبؤاً فيه الكلمة الشفهية المكانة الأولى .

ويرى (غرامشي) أن الثقافة الشعبية لا تقل أهمية عن باقي أنواع الثقافة الجماهيرية فهي تكمن في حل مشكلة التغيير والتنمية ويؤكد على عدم النظر للفلكور على أنه مجرد رقصات وغناء وكلمات شعبية تعبر عن آراء ومعتقدات طبقات المجتمعية الشعبية، بل أنه صورة أخرى للحياة بطريقة جادة وهو انعكاس للأفراد وطريقة معيشتهم، ولكن بتدخل وتطور الثقافة ووسائل الاتصال الجماهيرية أثر على طبيعة هذا النوع مخلفاً ما يسمى ب (جمهرة الثقافة) هذه الأخيرة التي تعبر عن طبقة لها إيديولوجية معينة، محاولة فرضها ليس على طبقة واحدة وإنما على كل الطبقات المجتمعية لتخلق نمطا واحدا عالميا.

(1) جمال العيفة، "الثقافة الجماهيرية"، منشورات جامعة باجي مختار ، عنابة ، الجزائر ، 2003 ص 42.

1-5-3- الثقافة الجماهيرية :

أو جمهرة الثقافة عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية وما تحاول كسبه على حساب المادة الإعلامية التي تقدمها هذه التقنيات الحديثة، فهي تسعى إلى كسب عدد كبير جدا من الجماهير وبالمقابل التأثير عليهم ببنها منها المسلسلات و الإشهارات وأغاني... الخ معتمدة على الجانب المعياري الإستهلاكي القوي كقاعدة لتنفيذ أفكارها.

إذن هذا النوع من الثقافة يختلف تماما عن النوعين السابقين، فإذا كان الإنسان وهو العامل المحرك في الثقافة النخبوية وخاصة الشعبية و في الثقافة الجماهيرية تعتمد على الثقافة كعامل أساسي إلى جانب الفرد في توسيع أفكارها ومنتدياتها الاستهلاكية.

فهي إذا مفهوم جديد يختلف عن نوعين السابقين وهي مرتبطة بوسائل الاتصال و تنتقل بواسطتها ، وهي تأثر على أفراد المجتمع بالتكرار وطول الزمن وبذلك فهي غالبا ما تصطدم بالنوعين السابقين، فتعتبر ثقافة الجماهير إفران للمجتمعات الصناعية وهي بالضرورة إفران للإعلام الواسع مثال على ذلك (الأفلام ذات الطابع الشعبي والمسلسلات تلفزيونية المحلية وأشرطة الموسيقى البوب) والمنتقدين لهذه الثقافة يرون أنها تحط من قيمة الأفراد وتحطم النسيج الاجتماعي إذا كانت الثقافة العامة يصنعها الناس العاديون فإن الثقافة الجماهيرية تستهلك فقط جانب من جوانب الأفراد وبناءا على هذه النظرة يصبح المشاهدون أعضاء سلبيون في المجتمع الجماهيري ولا يستطيعون التفكير في أنفسهم⁽¹⁾.

2- المرأة الماكثة بالبيت ومجالات تثقيفها :

1-2- تعريف المرأة الماكثة بالبيت :

هي المرأة التي تمتن العناية بالبيت وتهتم بشؤونه وتديره وفق ما تراه مناسباً .
و طبقاً للتقسيم الجنسي للعمل تبدو المرأة الماكثة بالبيت ملازمة لكل الحضارات والثقافات و تعتمد أحيانا على رؤى دينية بحيث عادة ما يسند إلى المرأة الاهتمام بالشؤون داخل المنزل غير أن العالم الحديث يطرح السؤال حول هذه الظاهرة بسبب ظهور المرأة إلى العمل وتنامي الحركات النسوية وتأثيرها⁽²⁾.

2-2- خصائص المرأة الماكثة بالبيت:

- تعتبر المرأة الماكثة بالبيت جزء من النظام الاقتصادي، فهي عنصر فعال في الاقتصاد الوطني في ظل الأزمات و مساهمة في دفع عجلة التنمية من خلال التخطيط الأمثل لموارد الأسرة .
- هي امرأة عاملة داخل البيت مثلها مثل المرأة الموظفة .
- أصبحت المرأة الماكثة بالبيت أكثر وعياً وثقافة بفضل تطور التكنولوجيا والإعلام والاتصال.
- المرأة الماكثة بالبيت هي حارس بوابة المنزل لا تخفى عنها أي أمور أو معلومات تخص الأسرة .
- تميل المرأة الماكثة بالبيت إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك واليوتيوب بهدف الحصول على معلومات حول عدة أمور مما جعلها عنصراً متفاعلاً في الساحة الإعلامية.

(1) المرجع السابق، ص 43

(2) ويكيبيديا الموسوعة الحرة : المرأة الماكثة بالبيت الموقع الإلكتروني : <https://av.wikipedia.org> تاريخ التصفح 25 ديسمبر 2021

2-3- تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في مجال الديني:

الثقافة الدينية هي تزويد الفرد بمبادئ الشريعة السمحة وقيمها العليا التي تعمل على حفظ الدين وترجمته ترجمة عملية في حياة الناس، فهي عبارة عن جهد منهجي منظم يصب في تعريف الإنسان بمسؤولياته وواجباته الدينية و تعميق التزاماته بتعاليم الدين في مختلف نشاطات الحياة باعتباره خليفة في الأرض ومكلف بالعبادة وإعمار الكون والمساهمة في صناعة حياة سعيدة منسجمة مع توجيهات الإسلام. وهي جهود إعلامية تثقيفية دينية لجعل الناس يلتزمون بقواعد وأحكام الشريعة الإسلامية والالتزام بالأخلاق المنصوص عليها في القرآن والسنة النبوية عن طريق استخدام كل الوسائل المتاحة مثل مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة اليوتيوب كما لا يكفي في التثقيف الديني مجرد العلم بالمسألة بل يحتاج الأمر إلى الاقتناع بها وترجمتها إلى سلوك عملي، لأن التثقيف الديني هو مسألة شاملة متوازنة تهتم بالمعاملات واهتمامها بالعبادات لأن الدين يشمل الدنيا والآخرة على حد سواء فهي تقوم على النصوص التشريعية وأساليب تنفيذها وتقوم على الوسطية فلا إفراط ولا تفريط⁽¹⁾

ويعتبر اليوتيوب ظاهرة إعلامية بارزة في الوقت الراهن كونه يستقطب كل شرائح المجتمع بمختلف فئاته خصوصا المرأة الماكثة بالبيت لأنها أكثر استخداما لموقع اليوتيوب وذلك لتوفره على عدة خصائص ومزايا التي يمكن من خلالها نشر الثقافات والأفكار والمعتقدات عن طريق مقاطع الفيديو ويتم التفاعل معها من قبل المعجبين أول متابعين عن طريق التعليق أو الإعجاب أو إعادة مشاركتها حيث تلعب هذه الأخيرة دورا هاما في عملية التثقيف الديني باعتبارها آلية بناء اتصال فعال في المجتمع، ويكون هذا عن طريق مقاطع فيديو قصيرة وذلك لتفادي الملل لدى المتلقي وتتضمن هذه المقاطع المصورة بتقنية الفيديو على رسائل تثقيفية تهتم بدين المرء وأمور دنياه وعادة ما تكون هذه المقاطع تهتم بالقضايا والمسائل المعاصرة وتهدف إلى :

- إعداد الفرد المتكامل الذي يتوافق سلوكه مع إيمانه بالعقيدة .
- تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي للفرد والتزامه بالضوابط الدينية والاجتماعية .
- التمسك بالقيم والمبادئ الإسلامية .
- التقليل من الانحرافات السلوكية في المجتمع .
- التثقيف الديني وتغيير مفاهيم المجتمع نحو الأفضل وتعديل سلوك الأفراد .

2-4- تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الصحي:

هو أداة فعالة في تحسين مستوى صحة المجتمع ويعتمد على أسس عملية وعلمية لما لها من دور هام في الإرتقاء بالصحة العامة عن طريق اكتساب الفرد لمعلومات تتناسب مع مستوى تفكيره وهذا من أجل تحسيس الفرد بالمسؤولية نحو صحته وصحة غيره من خلال الممارسة الصحية وتحويل تلك الممارسات إلى عادات تمارس بلا شعور أو تفكير⁽²⁾.

وتعود الحاجة إلى التثقيف الصحي لعدة أسباب منها :

- الازدياد المتعظم في نسبة الأمراض المزمنة وما ينتج عنه من إزدياد نسبة الوفيات
- الشعور المتعظم لدى الخبراء في الحقل الصحي بأن كثيرا من سلوكات وأنماط الحياة غير الصحية (كالتدخين والسمنة سوء التغذية وقلة النشاط البدني وقيادة المركبات بدون مبالاة) يمكن الحد منها إلى حد كبير عن طريق الثقافة الصحية .
- العمل على تغيير السلوكات والعادات غير الصحية إلى سلوكات صحية خاصة ما يتعلق بالأُم والجنين والبيئة وطرق الإسعافات الأولية .

(1) عمر صالح بن عمر ، مفهوم الوعي و التوعية واهميتها ندوة الحج الكبرى، كلية الشريعة و الدراسات الاسلامية، جامعة الشارقة،

الإمارات العربية المتحدة د س ن، ص ص 54-55

(2) احمد محمد بدح، ايمن سليمان مزاهرة، الثقافة الصحية ، ط1، دار الميسرة للنشر و التوزيع، عمان، 2009، ص 14

- تغيير مفاهيم الأهالي في ما يتعلق بصحتهم ومرضهم وجعل الصحة غاية و هدف أول في حياتهم.
- الهدف الأساسي لعملية التنقيف الصحي هو تحقيق السعادة والرفاهية لأفراد المجتمع عن طريق الرقي بمستواهم الصحي وتقويم سلوكياتهم والسعي إلى تصويب اتجاهاتهم الخاطئة والعادات غير الصحية مع العمل على تنمية وعيهم ومعرفتهم الصحية من خلال شروط السلامة والكفاية الجسمية والعقلية والنفسية.
- والهدف من التنقيف الصحي ليس نشر معلومات صحية وحسب وإنما الهدف هو الاستفادة من المعلومات والحقائق الصحية وتطبيقها وتحويلها إلى ميول وأنماط مستحبة وجعلها جزءا من الحياة ونظام المعيشة.
- ويعتبر اليوتيوب احد أهم المواقع التي ساهمت في نقل وترسيخ المعلومات الطبية فقد أصبح هو المصدر الأساسي الموجه لسلوكيات الجمهور بصفة عامة وللمرأة الماكثة بالبيت بصفة خاصة .

فقد ساهم في تصحيح بعض السلوكيات غير السليمة التي طالما أثرت بالسلب على صحة الفرد، وقد مكن اليوتيوب من توسيع ميدان الثقافة الصحية من خلال المحتوى الموجود في هذا الموقع. الخاص بالمواضيع الصحية التي تدور حول كيفية التعامل مع الحالة المرضية أو الأمراض المعدية أو المزمنة بالإضافة إلى المواضيع المتخصصة في مجال الإرشاد والتوعية والوقاية ومواضيع حول الأمومة والتغذية السليمة والرياضة.

فاليوتيوب يقوم بتوفير معلومات صحية لإشباع الحاجات المعرفية فالعادات الصحية السليمة تعكس سلوك وثقافة وتفكير المرأة. فبالتالي العائلة وبالتالي المجتمع.

2-5- تثقيف المرأة الماكثة بالبيت في المجال الاجتماعي:

هو مجموعة من الصفات والقيم الاجتماعية التي تؤثر على الفرد منذ ولادته عن طريق مجموعة من النظم العقائدية والسلوكية للمجتمع لذلك يهتم الكثير من الناس بأن يكونوا مثقفين و ملمين بكافة مجالات الحياة فالثقافة هي بشكل عام الأمور التي تجعل الإنسان قادرا على بناء فكر وروح معطاءة، تدفعه للتحرك نحو الحياة ومواجهة كافة الأمور بالشكل العقلاني والصحيح بحيث أنها مجموعة متكاملة من الآداب والعلوم والفنون والعقائد التي تدور في المجتمع من عادات وتقاليد فالثقافة الاجتماعية هي نتاج المجتمع نفسه من خلال ما يقومون به ويفكرون به فلا أحد يستطيع أن يغير ثقافة مجتمع بوقت قصير، لأنها متوارثة عبر الأجيال من الآباء والأجداد وهي جزء من العادات والتقاليد التي يتمتع بها المجتمع.

وللثقافة الاجتماعية علاقة مباشرة بالأخلاق وذلك من خلال العادات والتقاليد القائمة على أساس الفضيلة والصلاح والابتعاد عن الرذائل والفساد الأخلاقي والذي يؤدي إلى تدمير المجتمع. (1)

فاليوتيوب دور في عرض ما ينمي القيم الايجابية كما له دور فعال في توعية وتثقيف المرأة بالعادات والتقاليد وتمكينها من تبني قضاياها وتوعيتها بحقوقها ومسؤوليتها والدفاع عنها. فمتى عرفت المرأة مسؤوليتها المجتمعية والأسرية تقادت الوقوع في الكثير من مشاكل الحياة ومحاوله الوصول إلى حلول لها.

(1) خالد يحيى، احمد مساعد، دور الإعلام في تنمية المرأة وتطويرها، مركز تدريب ودراسات إنسانية، جامعة صنعاء، اليمن، 2007، ص 50

خلاصة الفصل :

تتأثر حياة الإنسان بثقافته فكلما كان أكثر وعياً، كانت حياته أرقى وأفضل فالثقافة لها تأثير كبير على حياة الإنسان في مختلف المجالات فهي ليست أمراً ترفيئاً كمالياً، إذ أن الإنسان تنطلق ممارساته ومواقفه من قناعاته وأفكاره، والثقافة الأفضل تنتج قناعات ورأياً أفضل ينعكس على سلوك الإنسان وتصرفاته مما يجعله عنصراً فعالاً في مجتمعه.

ومع تطور وتقدم الحياة أصبح لا بد من وجود نساء على درجة عالية من الثقافة، فثقافة المرأة شرط أساسي لتمكينها من اقتحام كل باب والقدرة على التغيير وهذا من خلال وسائل الإعلام الحديثة والتي من أهمها مواقع اليوتيوب والتي تساهم محتوياتها في التنقيف لكل متابع لها بصفة عامة وللمرأة الماكثة بالبيت بصفة خاصة وهذا في كل مجالات الحياة.

الفصل الرابع

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية والإطار التطبيقي للدراسة

• تمهيد :

1- الإجراءات المنهجية للدراسة :

- 1-1 نوع الدراسة ومنهجها
- 2-1 أدوات جمع البيانات
- 3-1 مجالات الدراسة
- 4-1 مجتمع البحث و عينة الدراسة

2- الإطار التطبيقي للدراسة :

- 1-2 تحليل و تفسير بيانات الدراسة
- 2-2 عرض نتائج الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد :

الدراسة الميدانية هي الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها الباحث فهي من أهم مراحل البحث الذي يستهدف جمع كافة البيانات الأولية من مجتمع البحث، حيث يتم تفريغ هذه البيانات وتفسيرها وتحليلها وفقاً لأساليب منهجية وصولاً إلى النتائج المستخلصة من البحث تكون بمثابة تكملة للجانب النظري، كما تعتبر الإجراءات المنهجية الوسيلة التي تمكن الباحث من تحقيق أهداف الدراسة، وتكمن قيمة النتائج المتحصل عليها لأي دراسة ومدى صحتها على الإجراءات التي يتبعها الباحث أثناء معالجته لموضوع الدراسة . ومن هنا تناولنا في هذا الجزء من هذه الدراسة تحليل البيانات إستناداً للمعطيات المتحصل عليها من الإستمارات التي تم توزيعها على المبحوثات وقد قمنا بتفريغ وتحليل إجابتهن بإستخدام برنامج (SPSS) وفيما يأتي عرض النتائج المتحصل عليها .

1- الإجراءات المنهجية للدراسة**1-1 نوع الدراسة ومنهجها :**

إن الإنطلاقة الميدانية والعلمية لكل بحث تتطلب منهاجا، لهذا نجد أن هناك مناهج مختلفة ومتعددة، ذلك لإختلاف وتنوع المواضيع التي يدرسها الباحث، فكل باحث يتبع منهاجا معيناً يلاءم الدراسة، وحسب طبيعة المشكلة .

حسب (عمار بوحوش) فإن إختيار الباحث للمنهج المناسب لدراسة موضوع بحثه خطوة أساسية وضرورية، يلجأ إليها لتحديد أساليب و أدوات البحث وجمع المعلومات أو الطريقة المثلى التي يتعامل بها مع موضوع الدراسة بالوصف والتحليل، للوصول إلى نتائج مضبوطة حيث يعطي الإختيار الدقيق للمنهج مصداقية النتائج المتوصل إليها. (1)

عرف المنهج بأنه مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم أو هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل إكتشاف الحقيقة. (2)

والمنهج الأكثر ملائمة لدراستنا هو **(المنهج الوصفي)** والذي يعرف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المركزة على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. (3)

ويعد المنهج الوصفي أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الإجتماعي كسبيل لفهم ظواهره وإستخلاص سماته .

وقد حاولنا من خلال المنهج الوصفي، وصف الظاهرة موضوع الدراسة الذي هو دور مواقع التواصل الإجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت .

وإستخدامها لليوتيوب، وتحليل بيانات الدراسة وبيان العلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها .

كما أن هذه الدراسة تندرج ضمن **الدراسات الوصفية** التي تسعى لمعرفة دور اليوتيوب والإشباع المحققة منه وراء إستخدام موقع اليوتيوب لدى أفراد عينة الدراسة في محاولة للكشف عن الدور الذي يمكن أن تؤديه هذه الوسيلة في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت .

1-2- أدوات جمع البيانات :

هناك عدة طرق لجمع البيانات يمكن إستخدامها في مجال البحث العلمي وهي المقابلة والملاحظة والإستمارة وغيرها، من أدوات البحث العلمي .

(1) عمار بوحوش، **دليل الباحث في منهجية وكتابة الرسائل الجامعية**، د ط، المؤسسة الوطنية للنشر، الجزائر، 1990، ص 80
(2) صلاح الدين شروخ، **منهجية العلوم الإجتماعية**، د ط، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2003، ص 92
(3) رجاء وحيد الدويدي، **البحث العلمي : أساسياته النظرية وممارسته العلمية**، د ط، دار الفكر للنشر و التوزيع، دمشق، سوريا، 2000، ص 183

ونظرا لطبيعة الموضوع والمنهج المستخدم، فقد إعتدنا على (الاستمارة) كأداة رئيسية في دراستنا نظرا لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية عن الظاهرة .

وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة والمعدة لجمع البيانات اللازمة عن المشكلة التي هي بصدد الدراسة، شرط أن يكون الباحث على معرفة دقيقة بالبيانات المطلوب جمعها وبكيفية قياس المتغيرات المرغوب دراستها. (1)

كما تعرف الإستمارة على أنها أداة يستخدمها باحثو البحوث على نطاق واسع للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل، بالإضافة إلى إستخدامها في البحوث التي تقيس الإتجاهات والخبرات وآراء المبحوثين حول الظواهر الإجتماعية .

وتكون الإجابة عليها من خلال عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج سبق إعداده ويقوم المجيب بملئه بنفسه (2)

وهي مجموعة من الأسئلة ترسل عن طريق البريد أو تسلم باليد أو تنشر بالجرائد والمجلات ... ليجيبوا عنها ويعيدونها للباحث (3)

ونعتمد في دراستنا على الإستمارة لأنها تساعدنا في جمع المعلومات بأقل جهد، كما أن المبحوثين يتعاملون معها بكل حرية .

➤ تحكيم الإستبيان :

تم عرض الإستبيان على الأساتذة المحكمين منهم (الأستاذة غربي عبلة) و (الأستاذ رداق لقمان) وذلك بغرض دراسة مفردات الإستبيان ، و قد أقر المحكمين صلاحية إستمارة الإستبيان وهذا بعد إجراء بعض التعديلات التي تم إقتراحها من الأساتذة المحكمين وحذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبدتها الأساتذة المحكمين .

وبعدها قمنا بتوزيع إستمارة الإستبيان بعد التعديل مباشرة على المبحوثات وقد تم إلغاء بعض الإستمارات في حين تم إسترجاع (70) إستمارة.

1-3-3-1- مجالات الدراسة :

يعد تحديد مجالات الدراسة من خطوات المنهجية لأي دراسة، وفي هذه الدراسة التي تحمل عنوان "دور مواقع التواصل الإجتماعي في تثقيف المرأة الماكئة بالبيت (اليوتيوب-أنموذجاً)" فقد تم تحديد إطارها الزمني و المكاني و البشري على النحو التالي:..

1-3-3-1- المجال الزمني :

يتيح لنا هذا المجال تحديد الفترة الزمنية من بداية الدراسة إلى نهايتها، وقد تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة خلال العام الدراسي (2021/2022) بحيث قمنا بإختيار عنوان مبدئي، في شهر (سبتمبر 2021)

(1) محمد عبد الفتاح حافظ الصريفي، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2002، ص 115

(2) فاطمة عوض واخرون، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة الشعاع، مصر، 2004، ص 166

(3) عبدالله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، ط1، مكتبة الشعاع للطباعة و النشر والتوزيع، مصر، 1996، ص 123

ثم تمت مناقشة العنوان من طرف اللجنة العلمية لقسم علم الاجتماع و الديمغرافيا، بعد ذلك تم ضبط الموضوع بصفة نهائية بعد موافقة اللجنة العلمية عليه وقد إمتدت من (شهر نوفمبر 2021، إلى شهر ماي 2022) و تضمنت هذه الدراسة جانبين، جانب نظري وجانب تطبيقي

➤ الجانب النظري :

إستمر البحث وجمع المصادر والمراجع الخاصة بهذه الدراسة من الفترة الممتدة من شهر (نوفمبر 2021 إلى شهر مارس 2022)

➤ الجانب التطبيقي :

تم خلال (شهر افريل و ماي 2022) و تم الإعتماد على الإستبيان في هذه الدراسة، وقد شرع في تصميم الغستمارة وعرضها على المحكمين ثم تصحيحها و توزيعها على أفراد العينة ثم إسترجاعها و تفرغها و تحليلها وعرض نتائجها .

1-3-2- المجال المكاني :

ويقصد به النطاق المكاني لإجراء الدراسة، ويعني تحديد المنطقة أو البيئة التي تجري فيها الدراسة. أو هو المكان الذي سيتم أخذ عينة الدراسة منه، وإجراء البحث فيه ويشمل المجال المكاني : مدينة الأغواط

1-3-3- المجال البشري :

أما فيما يخص المجال البشري أو مجتمع البحث لهذه الدراسة المعنونة ب:

(دور مواقع التواصل الإجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت "اليوتيوب نموذجاً")

فقد تمثل المجال البشري في مجموعة من النساء الماكثات بالبيت و التي تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي وتتابع اليوتيوب.

1-4-4- مجتمع البحث وعينة الدراسة

1-4-1- مجتمع البحث :

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإجتماعية ويقصد به كل المفردات التي يهتم الباحث بدراستها سواء كانت بشرية أو مادية بشرط إشتراكها في مجموعة من الخصائص وتتحدد حسب طبيعة و أغراض البحث بهدف تعميم النتائج عليها.(1)

فهي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها إجراء البحث، فيحدد مجتمع البحث والعينة التي سيجري عليها دراسته .

ولهذا يتمثل مجتمع البحث الذي سنقوم بدراسته في (المرأة الماكثة بالبيت) والتي تتابع اليوتيوب .

(1) علي معمر عبد المومن، مناهج البحث العلمي في العلاقات الإجتماعية، ط1، إدارة المطبوعات و النشر، 2008، ص 50

1-4-2- عينة الدراسة :

الباحث يعتمد على الحصر الشامل في البحوث التي يكون مجتمع البحث صغير أي يتكون من عدد من المفردات، بينما يعتمد على طريقة العينة في حالة مجتمع البحث ذات الأحجام الكبيرة التي تعد مفرداتها في بعض الحالات البحثية بالآلاف بحيث يأخذ الباحث جزء معين من مفرداتها ويقوم بإجراء الدراسة عليه ثم يقوم بتعميم النتائج على المجتمع الأصلي، وهذا وفقا للشروط العلمية المعمول بها في هذا الاختبار المعروف في البحث العلمي **(بالعينة)** وهذا قصد الحصول على عينة ممثلة لكل مجتمع البحث .

كما أن هذه العملية في البحث العلمي تخضع لقواعد معينة معروفة في هذا الشأن غرضها الأساسي يتركز حول الحصول على عينة من مفردات مجتمع البحث تعبر تعبيراً صادقاً عن ما يسود وحداته من إختلاف وإنسجام لأن ذلك له علاقة مباشرة بالنتائج النهائية للدراسة التي تسري في النهاية على مجتمع البحث⁽¹⁾.

وتعد عملية إختيار العينة من أهم المراحل في الدراسة ، وبدون تحديد العينة لا يمكن التوصل إلى نتيجة ، وتعتبر مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة ، يتم إختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ، ومن ثم إستخدام تلك النتائج على كامل مجتمع الدراسة الأصلي⁽²⁾.

ويعرف (محمد عبد الباسط) العينة على أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً ، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع⁽³⁾. وعلى هذا الأساس نلجأ في هذه الدراسة إلى إختيار العينات **غير الإحتمالية** وبالضبط **(العينة القصدية)** وهي العينة التي يعتمد عليها الباحث عندما يكون مقيد بفترة زمنية معينة ويفتقر إلى المعلومات حول المجتمع المدروس بحيث يختار حالات يعتقد أنها ستفيده وتمثل مجتمع البحث و يقرر الباحث بصفة مسبقة تحديد عدد مفردات العينة كما يراها ملائمة للدراسة⁽⁴⁾.

وتعرف بأنها العينة التي تختار عن عمد بما يتناسب من تحقيق هدف دراسة معينة، حيث يقوم الباحث بإختيار مفردات المبحوثين في ضوء إنطباق سمات وخصائص معينة عليهم ويستبعد المفردات التي لا تكون فيها هذه السمات⁽⁵⁾. وحجم العينة في هذه الدراسة تمثل في **(70 مفردة)** تم تشكيلها بصفه **قصدية** من المرأة الماكثة بالبيت والتي تتابع موقع اليوتيوب.

(1) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1990، ص 133

(2) محمد عبيدات وآخرون، **منهجية البحث العلمي**، د.ط، وائل للنشر و التوزيع، عمان، 1999، ص 84

(3) المرجع السابق، ص 139

(4) عاطف عدلي عبيد، زكي أحمد عزمي، **الأسلوب الإحصائي و إستخدامه في بحوث الرأي العام و الإعلام**، د.ط، دار الفكر العربي،

القاهرة، 1999، ص 142.

(5) أحمد بن مرسل، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال**، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 197.

2- الإطار التطبيقي للدراسة :

2-1- تحليل وتفسير بيانات الدراسة :

البيانات الشخصية :

جدول (01) : يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

الفئة العمرية	التكرارات	النسب المئوية
أقل من 20 سنة	09	12.09%
من 20 إلى 30 سنة	23	32.09%
من 31 إلى 41 سنة	17	24.03%
من 42 إلى 52 سنة	15	21.04%
أكثر من 52 سنة	06	08.06%
المجموع	70	100%

من خلال الجدول يتضح لنا توزيع النسب حسب السن لعينة الدراسة حيث نجد أن النسبة الأكبر كانت للفئة العمرية من (20 إلى 30 سنة) بنسبة (32.09%) وتليها نسبة (24.03%) للفئة العمرية من (31 إلى 41 سنة)، وتليها نسبة (21.04%) للفئة العمرية من (42 إلى 52 سنة)، ثم نسبة (12.09%) للفئة العمرية أقل من (20 سنة) ، وأخيرا نسبة (8.06%) للفئة العمرية من (52 سنة) و أكثر.

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم من (20 إلى 30 سنة) هم أكثر استخداما لموقع اليوتيوب ، ويرجع السبب في الاهتمام باليوتيوب تحديدا إلى مرونته وسهولة استخدامه ، وذلك عن طريق استخدام الهواتف الذكية وشبكة الانترنت الخاصة بشرائح الهاتف.

جدول رقم (02): يبين توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة العائلية	التكرار	النسبة المئوية
عزباء	24	24.04%
متزوجة	33	47.01%
مطلقة	05	07.01%
أرملة	08	11.04%
المجموع	70	100%

من خلال الجدول يتضح لنا توزيع النسب حسب الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة حيث نجد أن أكبر نسبة للحالة الاجتماعية للمبحوثات اللواتي يستخدمن اليوتيوب هي (47.01 %) لفئة المتزوجات ثم تليها نسبة (24.04 %) للعازبات ، ثم نسبة (11.04 %) لفئة الأرمال ، بينما هناك نسبة (07.01%) حالتهم الاجتماعية مطلقات .

وهذا ما يظهر لنا أن المرأة الماكثة بالبيت على اختلاف حالتها الاجتماعية سواء كانت عازبة أو متزوجة أو أرملة أو مطلقة فهي تستعمل اليوتيوب كونها تغطي معظم اهتماماتها

جدول رقم (03): يبين توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى	التكرار	النسبة المئوية
إبتدائي	06	08.06%
متوسط	17	24.03%
ثانوي	22	31.04%
جامعي	25	35.07%
المجموع	70	100%

من خلال الجدول يتضح لنا توزيع النسب حسب المستوى التعليمي لعينة الدراسة حيث نجد أن أكبر نسبة والتي تمثل (35.07 %) لديهم مستوى جامعي ، بينما من لديهم مستوى ثانوي فتمثلت نسبتهم ب (31.04%)، وتمثلت نسبة (24.03%) من لديهم مستوى التعليم المتوسط ، وأخيرا نسبة (08.06%) مثلت مستوى التعليم الإبتدائي

نستنتج بأننا أمام عينة من المتعلمات معظمهن حاصلات على المستوى الجامعي

المحور الثاني : استعمال المرأة الماكثة بالبيت اليوتيوب للتثقيف دينيا

الجدول رقم (04) : يبين الغرض من متابعة محتويات اليوتيوب

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
قضاء أوقات الفراغ	21	30%
مواضيعه مميزة	19	27.1%
الإستفادة منه في حياتك	30	42.9%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (42.9%) أجابوا بأنهم يتابعون اليوتيوب للاستفادة منه في حياتهم ، في حين تليها نسبة (30%) يستغلونه في أوقات فراغهم و تليها نسبة (27.1%) تستغله لمواضيع المميزة

نستنتج من خلال ما تم عرضه إحصائيا بأن إستعمال اليوتيوب يساعد في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت كما يفيدها في حياتها و يملأ أوقات فراغها وإستغلال مواضيعه المميزة في العديد من المجالات كالتعليم والطبخ ومجالات التجميل والترفيه وغير ذلك

الجدول رقم (05) : يبين أهم المضامين الدينية التي تثير إعجاب المرأة الماكثة بالبيت

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
تفسير القرآن	12	17.1%
أدعية	18	25.7%
أذكار	10	14.3%
فتاوى	20	28.6%
أحاديث نبوية	10	14.3%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من العينة والتي تمثل (28,6%) أجبن بأن متابعة الفتاوى الدينية تعد من أهم المضامين التي تعجبهن ، في حين تليها نسبة (25,7%) يعتبرن الأدعية من المضامين التي تعجبهن وتليها نسبة (17,1%) ترى بأن تفسير القرآن يعد ضمن الذي يثير إعجابهن وفي الأخير جاءت نسبة (14,3%) ترى بأن الأذكار تثير إعجابهن ونفس النسبة ترى بأن الأحاديث النبوية تثير إعجابهن.

نستنتج من خلال ما ورد في البيانات الإحصائية ، بأن أهم المضامين الدينية التي تثير إعجاب المرأة هي متابعة الفتاوى والتي تساعدنا في حل مشاكلها الإجتماعية كتربية الأبناء و الإستفسار عن القروض الربوية و الإدخار وهذا فيما يتوافق مع ديننا الحنيف وكذا تفسير القرآن والذي يساعدنا في فهم المسائل العقائدية ومنهج السنة الصحيح ، كما تسعى لمعرفة الأذكار والأدعية للتقرب إلى الله والإجتهاد في العبادة فالمرأة الماكثة بالبيت تحتاج إلى فهم تعاليم دينها و ليس لها إلا قنوات اليوتيوب التي تساعدنا على ذلك

جدول رقم (06): يبين مساعدة اليوتيوب على إثراء الرصيد المعرفي

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	61.4%
لا	4	5.7%
أحيانا	23	23.9%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (61,4 %) أجبن بأن اليوتيوب يساعدهن على إثراء رصيدهن المعرفي ، في حين تليها نسبة (23,9 %) أجبن بأحيانا وأقل نسبة قدرت (5,7 %) أجبن بـ لا

تبين من خلال ما ورد في النتائج أعلاه بأن اليوتيوب يساعد المرأة على إثراء رصيدها المعرفي وذلك من خلال مشاهدتها للمحتويات المفيدة

جدول رقم (07): يبين مدى مساهمة اليوتيوب في توسيع الثقافة الدينية

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
تصحيح مفاهيم دينية	40	57.1%
الإلمام بالمواضيع الدينية	18	25.7%
حفظ القرآن	06	8.6%
تفسير القرآن	06	8.6%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (57,1 %) أجبن بأن اليوتيوب ساهم في تصحيح ثقافتهن الدينية ، في حين تليها نسبة (25,7 %) أجبن بأنه ساهم في إلمامهن بالمواضيع الدينية و تليها نسبتي (8,6 %) أجبن بأنه ساهم في حفظهن للقرآن ونفس النسبة أفادت بمساهمتها في تفسير القرآن .

تبين من خلال ما وردته نتائج التحليل الإحصائي بأن اليوتيوب يساهم في توسيع الثقافة الدينية للمرأة الماكثة بالبيت وذلك من خلال تصحيح ثقافتهم الدينية وإمامهم بالمواضيع المتعلقة بالدين كما ساهم في حفظهم لكتاب الله وتفسير آياته وهذا بحكم أن المجتمع متحفظ ويتعذر على المرأة الماكثة بالبيت الخروج من المنزل من أجل حفظ القرآن

جدول رقم (08) : يبين تطبيق محتوى اليوتيوب الخاص بالتعاليم الدينية في مختلف نشاطات حياة المرأة الماكثة بالبيت

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	50%
لا	35	50%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل 50% أجبن بأنهم يقمن بتطبيق محتوى اليوتيوب الخاص بالتعاليم الدينية في مختلف نشاطات حياتهن ، في حين نفس النسبة منهن أجبن بـ لا

تبين من خلال ما سردته نتائج التحليل الإحصائي بأن المرأة الماكثة بالبيت تقوم بتطبيق محتوى اليوتيوب الخاص بالتعاليم الدينية في نشاطات حياتها مما يساعدها في التكيف مع سلوكيات مجتمعها خاصة إذا كانت تلك المحتويات تتوافق مع إيديولوجيات البيئة الاجتماعية التي تقيم فيها

جدول رقم (09): يبين المحتويات الدينية التي جعلت من المرأة الماكثة بالبيت إنسانة يتوافق سلوكها مع إيمانها بالعقيدة

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	51.4%
لا	05	7.1%
أحيانا	29	41.4%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (51,4%) أجبن بنعم وبأن المحتويات الدينية تتوافق مع سلوكهن الديني ، في حين تليها نسبة (41,4%) أجبن بأحيانا وفي الأخير تليها نسبة

(7,1%) أجبن بـ لا

نستنتج من خلال ما ورد في التحليل الإحصائي ، بأن المحتويات الدينية التي تتابعها المرأة الماكثة بالبيت على موقع اليوتيوب تتوافق مع سلوكها الإيماني والعقائدي فالطمأنينة القبية والشعور بخيرية الذات وخيرية المصير من ثمرات الإنسجام بين العقيدة والسلوك وذلك نتيجة طبيعية لأن الإنسان عندما يتصرف بمقتضى عقيدته فيؤدي الواجبات كما ينبغي أداؤها ويتجنب المحرمات يشعر بأنه إنسان خير وهذا ما يعزز من متابعتها لتلك المحتويات وإنتقاء كل ما يلاءم عقائدها الدينية .

جدول رقم (10): يبين مساعدة محتوى اليوتيوب الديني على معرفة المسؤوليات و الواجبات الدينية

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	60	85.7%
لا	10	14.3%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (85,7 %) أجبن بأن محتوى اليوتيوب الديني ساعدهن على معرفة مسؤولياتهن وواجباتهن الدينية ، في حين تليها نسبة (14,3 %) أجبن بـ لا

نستنتج من خلال ما ورد في نتائج التحليل الإحصائي بأن المحتوى الديني لليوتيوب يساعد المرأة الماكثة بالبيت على معرفة مسؤولياتها وواجباتها الدينية بالتعاون على البر و التقوى وعمل الخير والصبر على الطاعات و الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ومعرفتها لهذه المسؤوليات والواجبات يساعدها في حياتها الخاصة وعلاقتها بأسرتها ومجتمعها بشكل عام .

المحور الثالث : إستفادة المرأة الماكثة بالبيت من اليوتيوب في تنمية ثقافتها الصحية

جدول رقم (11) : يبين درجة ثقة المبحوثة بمضامين اليوتيوب

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
عالية	16	22.9%
متوسطة	45	64.3%
ضعيفة	09	12.8%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (64,3 %) أجبن بأن درجة ثقتهن باليوتيوب متوسطة ، في حين تليها نسبة (22,9 %) أجبن بأن درجة ثقتهن عالية بمضامين اليوتيوب و في الأخير تليها نسبة (12,8 %) أجبن بأن درجة ثقتهن ضعيفة بمضامين اليوتيوب .

من خلال نتائج البيانات الإحصائية نستنتج أن أكبر نسبة من العينة ثقتهن في مضامين اليوتيوب بين عالية ومتوسطة حيث وعليه تبين أن اليوتيوب ليس مصدر معلوماتي وثيق كالكتب والإعلام السمعي البصري وليس له ضوابط قانونية او جهة تتحقق من مضامين المحتوى وغيرها وهذا ما يؤثر سلبا نوعا ما على متابعيه .

جدول رقم (12): يبين قيام المبحوثة بالتأكد من صحة المعلومات التي تنشر عبر اليوتيوب

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	17.1%
لا	14	20%
أحيانا	28	40%
لم يخطر على بالي	16	22.9%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (40 %) أجبن بأحيانا يتأكدن من صحة المعلومات التي تنشر على اليوتيوب وتليها نسبة (22,9 %) لم يخطر على بالها التأكد من صحة المعلومات ، وتليها نسبة (20 %) أجبن بـ لا وفي الأخير تليها أقل نسبة قدرت بـ (17,01 %) أجبن بنعم.

من خلال ما حصده نتائج تحليل البيانات الإحصائية ضمن إمكانية المرأة في التأكد من صحة المعلومات التي تنشر على اليوتيوب والتي إنحصرت بين أحيانا ولم يخطر على بالها التأكد من صحة المعلومات وهذا ما يشير إلى أن عينة الدراسة أغلبهن لا يتأكدن من صحة المعلومات التي تنشر على اليوتيوب وهذا ما يجعلهن يصدقن كل ما ينشر على هذا الموقع حتى لو كانت محتوياته ليست صحيحة

وبما أنه موقع ذو طابع ربحي من خلال المشاهدات والتفاعلات ، فأغلب صناع المحتوى في اليوتيوب يسعون إلى الرفع من نسبة المشاهدة وزيادة التفاعلات وذلك لأغراض ربحية .

جدول رقم (13) : يبين المجالات الصحية التي تركز عليها المرأة الماكثة بالبيت في اليوتيوب

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
صحة بيئية	2	2.9%
صحة نفسية	17	24.3%
صحة المرأة	25	35.7%
العلاج من الأمراض	17	24.3%
الوقاية من الأمراض	9	12.9%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (35,7 %) أجبن بأن صحة المرأة تعد ضمن المجالات الصحية التي يركزن عليها في اليوتيوب ، في حين تليها نسبة (24,3 %) أجبن بأنهن يركزن على الصحة النفسية ونفس النسبة أجابت بأنها تركز على العلاج من الأمراض ، ثم تليها نسبة (12,9 %) تركز على الوقاية من الأمراض ، وتليها أقل نسبة قدرت بـ (2,9 %) تركز على الصحة البيئية .

نستنتج من خلال ما ورد في نتائج التحليل الإحصائي أن أغلب النساء يركزن على المحتويات المتعلقة بالمجال الصحي وذلك للحفاظ على صحتهن ورشاقتهن والعلاج من الأمراض و طرق الوقاية منها وهذا يعد أمرا إيجابيا وكذا تركز على المجال النفسي وهذا للتخلص من القلق والتوتر ومن المشاعر السلبية التي تسيطر عليها بسبب ظروف الحياة المتقلبة وضغوطاتها فالقلق يفقدن القدرة على السعادة .

جدول رقم (14) : يبين مساعدة اليوتيوب للمرأة الماكثة بالبيت على إثراء معارفها الصحية

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	29	41.4%
لا	3	4.3%
أحيانا	38	54.3%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (54,3 %) أجبن بأن اليوتيوب أحيانا يساعدهن على إثراء معارفهن الصحية ، في حين تليها نسبة (41,4 %) أجبن بنعم وتليها أقل نسبة قدرت

(4,3 %) أجبن بـ لا

نستنتج من خلال ما حصده نتائج التحليل الإحصائي أعلاه حول ما إذا كان اليوتيوب يساعد المرأة على إثراء معارفها الصحية ، حيث كانت الآراء كلها إيجابية ونستخلص من ذلك بأن أغلب النساء يتابعن المحتويات المتعلقة بالطب والصحة ، خاصة اللواتي تعاني من مشاكل صحية ويبحثن عن حلول أو إستشارات طبية في قنوات اليوتيوب التي يديرها أخصائين في المجال الطبي أما الجانب السلبي هو أن هناك من ينشر مواضيع صحية وليس له علاقة بالمجال الطبي وعادة ما يكون هناك ضحايا في إستهلاك أدوية أو عقاقير لا تتلاءم مع أجسامهم وتؤثر بشكل سلبي على صحتهم وهناك من يشخص حالته المرضية من خلال اليوتيوب وذلك دون زيارة و إستشارة الطبيب .

جدول رقم (15): يبين مدى إستفادة المرأة الماكثة بالبيت من المحتوى الصحي الذي ينشر عبر مواقع اليوتيوب

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
معالجة بعض الأمراض	9	12.9%
الوقاية من بعض الأمراض	24	34.3%
التعرف على بعض الأمراض	37	43.1%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (43,1 %) أجبن بأن المحتوى الصحي الذي ينشر على اليوتيوب أفادهن في التعرف على بعض الأمراض ، في حين تليها نسبة (34.3 %) أجبن بأنه أفادهن في الوقاية من بعض الأمراض ، وتليها أقل نسبة قدرت بـ (12,9 %) أجبن بأنه أفادهن في معالجة بعض الأمراض .

نستخلص من خلال ما وردته نتائج التحليل الإحصائي أعلاه فيما يتعلق حول إستفادة المرأة الماكثة بالبيت من المحتوى الصحي الذي ينشر عبر مواقع اليوتيوب حيث معظمهن أفدن بأن المحتوى الصحي الذي ينشر على اليوتيوب أفادهن في التعرف على بعض الأمراض وهذا ما يسهل لهن عملية التشخيص الطبي وذلك من خلال الأعراض والمشاكل الصحية ومصدرها والتي تتداول على الموقع وهناك من أفادهن في الوقاية من بعض الأمراض وذلك من خلال النصائح والإرشادات الطبية التي تعرض على اليوتيوب ، وهناك من أفادهن في معالجة بعض الأمراض إلا أنه وبالرغم من كل هذه الميزات التي يقدمها هذا الموقع فلا بد من إستشارة الطبيب في الأمور المتعلقة بالمجال الصحي

جدول رقم (16): يبين الأمراض التي غيرت المرأة الماكثة بالبيت سلوكها نحوها بعد مشاهدة اليوتيوب

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
الأمراض المزمنة	18	25.7%
الأمراض المفصلية	11	15.7%
أمراض النساء	30	42.9%
أمراض الأطفال	11	15.7%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (42,9%) أجبن بأن أمراض النساء غيرت سلوكهن بعد المشاهدة على اليوتيوب ، في حين تليها نسبة (25,7%) أجبن بالأمراض المزمنة ، ثم تليها نسبة (15,7%) أجبن بالأمراض المفصلية ونفس النسبة أجبن بأمراض الأطفال .

نستخلص من خلال نتائج التحليل الإحصائي والمتعلقة بالأمراض التي غيرت المرأة الماكثة بالبيت سلوكها إتجاهها بعد مشاهدتها لمحتويات اليوتيوب الصحية حيث تشير بأن المحتوى الطبي الذي ينشر على اليوتيوب غير من سلوكها إتجاه الأمراض خاصة أمراض النساء والأمراض المزمنة والمفصلية والأطفال وهذا ما يدفع النساء لإكتساب معارف صحية وكيفية التعامل مع الأمراض وتشخيصها و هذا لتفادي الوقوع في الأمراض خاصة في عصرنا الحالي المحمول بالسرعة و التوجه نحو الخيارات السريعة والغير صحية والتي تأثر سلبا علينا وتجعلنا أكثر عرضة للأمراض والمشاكل الصحية

جدول رقم (17) : يبين مدى إستجابة المرأة الماكثة بالبيت للنصائح والإرشادات الصحية من خلال محتويات اليوتيوب

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	22	31.4%
لا	06	8.6%
أحيانا	42	60%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (60%) أجبن بأنه أحيانا يستجبن للنصائح و الإرشادات الصحية عبر محتوى اليوتيوب ، في حين تليها نسبة (31,4%) أجبن بنعم ، وتليها أقل نسبة قدرت بـ (8,6%) أجبن بـ لا .

نستخلص من خلال تعليقنا لنتائج التحليل الإحصائي في الجدول أعلاه حول مدى إستجابة المرأة الماكثة بالبيت للنصائح والإرشادات الصحية من خلال اليوتيوب حيث تشير النتائج بأن هناك إستجابة للنصائح والإرشادات الطبية تلك التي تطرح على مواقع اليوتيوب وهذا يعد أمرا إيجابيا لإكتساب المرأة الماكثة بالبيت وعي وثقافة صحية فكلنا معرضين للأمراض ونحتاج إلى فهم أسباب الإصابة بتلك الأمراض وأثارها الجانبية لذلك نحن بحاجة ماسة للحصول على نصائح و إرشادات طبية من أجل التعرف على قواعد السلامة العامة وطرق العناية بالصحة

المحور الرابع : إهتمام المرأة الماكثة بالبيت بالمجال الإجتماعي في تثقيف نفسها من خلال اليوتيوب

جدول رقم (18) : يوضح المجالات التي ساعد اليوتيوب المرأة الماكثة بالبيت على تنميتها إجتماعيا

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
المعاملة مع الآخرين	26	37.2%
تنظيم البيت وتسييره	29	41.4%
تربية الأولاد	15	21.4%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (41,4 %) أجبن بأن اليوتيوب ساعدهن في تنظيم البيت وتسييره ، في حين تليها نسبة (37,2 %) أجبن بأنه ساعدهن في المعاملة مع الآخرين ، وتليها أقل نسبة قدرت بـ (21,4 %) أجبن بأنه ساعدها في تربية الأولاد .

نستخلص من خلال ما تم سرده في نتائج التحليل الإحصائي حول المجالات التي ساعدت المرأة الماكثة بالبيت على تنميتها إجتماعيا حيث تبين بأن اليوتيوب ساعدهن على إكتساب ثقافة في مجال تنظيف البيت وتسييره وترتيبه وهذا يعد أمرا إيجابيا في تحسين البيئة الأسرية من ناحية النظافة، وهناك من أكسبهن سلوك التعامل مع الآخرين وهذا من جهة يعد أمرا إيجابيا في تحسين العلاقات الإجتماعية وتكوين شخصية إيجابية ومن جهة أخرى نرى بأن هناك بعض المحتويات الإجتماعية السلبية التي تنشر على اليوتيوب فيها نوع من التحريض وإصطناع شخصية نرجسية تتعامل بسلب مع الآخرين ، وهناك من ساعدهن في تربية الأطفال.

جدول رقم (19): يبين مدى إضافة اليوتيوب لوعي المرأة الماكثة بالبيت من ناحية مستواها الشخصي

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
إكتساب ثقة أكبر بنفسي	31	44.3%
الجرأة على مناقشة مختلف المواضيع	26	37.1%
حولك من شخص عادي إلى شخص مميز في محيطك	13	18.6%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (44,3%) أجبن أن اليوتيوب أضاف لهن إكتساب ثقة أكبر بالنفس ، في حين تليها نسبة (37,1%) أجبن بأنه أضاف لهن الجرأة على مناقشة مختلف المواضيع ، ثم تليها نسبة (18,6%) أجبن بأن اليوتيوب حولهن من أشخاص عاديين إلى أشخاص مميزين في محيطهن .

نستخلص من خلال نتائج التحليل الإحصائي حول إضافة اليوتيوب لوعي المرأة الماكثة بالبيت من ناحية مستواها الشخصي ومنه فإن اليوتيوب أكسبها الثقة بالنفس وهذا له علاقة بالمحتويات المتعلقة بعلم النفس وبناء الشخصية ، والجرأة على المناقشة في مختلف المواضيع فأكسبها ثقافة واسعة تقحمها للمشاركة والمناقشة في مختلف المواضيع وكذا حولهن من أشخاص عاديين إلى أشخاص مميزين .

جدول رقم (20) : يبين محتوى اليوتيوب الخاص بالمجال الإجتماعي الذي جعل المرأة الماكثة بالبيت تعرف حقوقها وواجباتها

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	37.1%
لا	03	4.3%
نوعا ما	41	58.6%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (58.6%) أجبن بأن محتوى اليوتيوب نوعا ما عرفهن حقوقهن وواجباتهن ، في حين تليها نسبة (37,1%) أجبن بنعم ، وتليها أقل نسبة قدرت بـ (4,3%) أجبن بـ لا .

نستنتج بأن اليوتيوب ساعد نوعا ما المرأة الماكثة بالبيت على معرفة حقوقها وواجباتها على المستوى الإجتماعي وذلك من خلال متابعتها للمحتويات الإجتماعية ويستحسن أن تكون تلك المواضيع مناسبة وملائمة للعادات والتقاليد الخاصة بالبيئة التي تقيم فيها وغير منافية لها وهذا من أجل التأقلم والتعايش

جدول رقم (21): يوضح محتوى اليوتيوب الذي جعل المرأة الماكثة بالبيت تعرف التعامل مع مشاكلها والقيام بحلها

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	22	31.4%
لا	11	15.7%
أحيانا	37	52.9%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (52,9%) أجبن بأن اليوتيوب أحيانا يعرفهن في التعامل مع مشاكلهن والقيام بحلها ، في حين تليها نسبة (31,4%) أجبن بنعم ، وتليها أقل نسبة قدرت بـ (15,7%) أجبن بـ لا .

نستخلص أن محتوى اليوتيوب يساعد المرأة الماكثة بالبيت على كيفية التعامل مع مشاكلها والقيام بحلها وهذا يعد أمرا إيجابيا في الرفع من مستوى الوعي لدى المرأة الماكثة بالبيت والقدرة لإيجاد حلول لمشاكلها الإجتماعية .

جدول رقم (22): يبين مدى مساعدة محتوى اليوتيوب الإجتماعي المرأة الماكثة بالبيت على المحافظة على العادات والتقاليد

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	13	18.6%
لا	15	21.4%
أحيانا	42	60%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (60%) أجبن بأن محتوى اليوتيوب الإجتماعي أحيانا يساعدهن على المحافظة على العادات والتقاليد ، في حين تليها نسبة (21.4%) أجبن بـ لا ، وتليها أقل نسبة قدرت بـ (18.6%) أجبن بنعم .

نستخلص بأن محتوى اليوتيوب الإجتماعي أحيانا يساعد المرأة الماكثة بالبيت للمحافظة على العادات والتقاليد وهذا يعد أمرا إيجابيا مما يجعل من المرأة الماكثة بالبيت تتمسك بعاداتها وتقاليدها الموروثة من الأباء والأجداد من لباس تقليدي وأطباق وطقوس وعادات تخص مجتمعا .

جدول رقم (23) : يوضح محتوى اليوتيوب الإجتماعي الذي يعرض ما ينمي القيم الإيجابية

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	17	24.3%
لا	05	7.1%
أحيانا	48	68.6%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة التي تمثل (68,6%) أجبن بأن محتوى اليوتيوب الإجتماعي أحيانا ما ينمي القيم الإجتماعية ، في حين تليها نسبة (24,3%) أجبن بنعم ، وتليها أقل نسبة قدرت بـ (7,1%) أجبن بـ لا .

نستخلص أن محتوى اليوتيوب الإجتماعي أحيانا يعرض ما ينمي القيم الإيجابية للمرأة الماكثة بالبيت وهذا يعد أمرا إيجابيا فالمرأة هي الأخت والأم والعمة والخالة والمعلمة و... الخ فإن أعددها فقد أعددت مجتمعا طيب الأعراق فلها أدوار عديدة وفعالة في المجتمع .

2-2- عرض نتائج الدراسة :

1-2-2- تفسير نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

➤ **الفرضية الأولى :** وجاءت صياغتها كآلاتي: « تستعمل المرأة الماكثة بالبيت اليوتيوب لتثقيفها دينيا ». من خلال الأجوبة التي تلقيناها في المحور الثاني من الإستمارة خلصت نتائج الدراسة إلى نتيجة (61.4%) من أفراد العينة ترى بأن اليوتيوب ساعدها على إثراء رصيدها المعرفي خاصة في المجال الديني وتمثل نسبة (54.28%) من الذين يقومون بمشاهدة القنوات الدينية في اليوتيوب من أجل رفع الوعي الديني لديهم، ومنهم نسبة (57.1%) ساعدهم على توسيع ثقافتهم الدينية ، و مثلت نسبة (85.7%) يرون بأنه ساعدهم على معرفة مسؤولياتهم وواجباتهم الدينية. بناء على هذه النسب نجد بأن الفرضية الأولى تحققت نسبيا بحيث تستعمل المرأة الماكثة بالبيت اليوتيوب لتثقيفها دينيا.

➤ **الفرضية الثانية :** جاءت صياغتها : « تستفيد المرأة الماكثة بالبيت من اليوتيوب في تنمية ثقافتها الصحية». من خلال تحليل معطيات المحور الثالث نستنتج بأن ثقة المرأة الماكثة بالبيت بمضامين اليوتيوب متوسطة وهذا بنسبة (64.3%) ، ونلاحظ أن اليوتيوب أحيانا ما يساعد المرأة الماكثة بالبيت على إثراء معارفها الصحية وهذا بنسبة (54.3%) ، في حين تمثل نسبة (60%) النصائح والإرشادات الصحية التي إستجابت لها المرأة الماكثة بالبيت من خلال اليوتيوب. من خلال ما تم عرضه من نتائج نجد أن الفرضية الثانية تحققت نوعا ما بحيث تستفيد المرأة الماكثة بالبيت من اليوتيوب في تنمية ثقافتها الصحية.

➤ **الفرضية الثالثة :** جاءت صياغتها كآلاتي : « تهتم المرأة الماكثة بالبيت من خلال اليوتيوب بالمجال الإجتماعي في تثقيف نفسها ». من خلال إجابات المبحوثات في المحور الرابع نجد بأن المجالات التي ساعد اليوتيوب المرأة الماكثة بالبيت على تمهيتها إجتماعيا هو مجال تنظيم البيت وتسييره وهذا بنسبة (41.4%) في حين تبين بأن الأمر الذي أضافه اليوتيوب للمرأة الماكثة بالبيت لوعيها على المستوى الشخصي انه أكسبها ثقة أكبر بنفسها وذلك بنسبة (44.3%) في حين مثلت نسبة (85.6%) بأن محتوى اليوتيوب نوعا ما، ما يعرفها بحقوقها وواجباتها، ومثلت نسبة (52.9%) بأن اليوتيوب أحيانا ما يعرفها كيفية التعامل مع مشاكلها والقيام بحلها ومثلت نسبة (60%) بأنه أحيانا يساعد محتوى اليوتيوب الإجتماعي المرأة الماكثة بالبيت على المحافظة على العادات و التقاليد، كما مثلت كذلك نسبة (68.6%) بأن محتوى اليوتيوب الإجتماعي أحيانا يعرض ماينمي القيم الإيجابية . إذا من خلال النتائج التي تم عرضها نجد أن الفرضية الثالثة تحققت بحيث تهتم المرأة الماكثة بالبيت من خلال اليوتيوب بالمجال الإجتماعي في تثقيف نفسها.

2-2-2- النتائج العامة للدراسة :

- من خلال الدراسة التي قمنا بها وبعد تحليلنا للجداول توصلنا إلى جملة من النتائج وتمثلت فيما يلي :
- أظهرت نتائج الدراسة أن إستعمال اليوتيوب يساعد في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت.
 - كشفت نتائج الدراسة أن إستعمال اليوتيوب يفيد المرأة الماكثة بالبيت في حياتها.
 - خلصت نتائج الدراسة أن إستعمال اليوتيوب يملأ أوقات فراغ المرأة الماكثة بالبيت.
 - توصلت نتائج الدراسة أن استعمال اليوتيوب يساعد المرأة الماكثة بالبيت من إستغلال مواضعه المميزة.
 - بينت نتائج الدراسة أن النساء الماكثات بالبيت مهتمات بمشاهدة القنوات الدينية على اليوتيوب.
 - أظهرت النتائج أن اليوتيوب يساهم في رفع الوعي الديني لدى النساء الماكثات بالبيت.
 - أكدت نتائج الدراسة أن اليوتيوب ساعد النساء الماكثات بالبيت من معرفة المسائل الدينية.
 - كشفت النتائج أن اليوتيوب ساعد المرأة الماكثة بالبيت على حل مشاكلها بما يتوافق مع الدين الحنيف.
 - خلصت نتائج الدراسة أن اليوتيوب ساعد النساء الماكثات بالبيت على إثراء رصيدهم المعرفي من خلال مشاهدة محتوياته المفيدة.
 - توصلت النتائج إلى أن اليوتيوب يساهم في توسيع الثقافة الدينية للمرأة الماكثة بالبيت.
 - بينت النتائج أن اليوتيوب ساعد المرأة الماكثة بالبيت على إثراء معارفها الصحية.
 - أظهرت النتائج أن تركيز النساء الماكثات بالبيت على محتوى اليوتيوب المتعلق بالمجال الصحي هو من أجل الحفاظ على صحتهم.
 - خلصت النتائج إلى أن المرأة الماكثة بالبيت تستجيب لنصائح و الإرشادات الصحية المتوفرة في محتوى اليوتيوب.
 - كشفت النتائج أن اليوتيوب ساعد المرأة الماكثة بالبيت على تغيير سلوكها تجاه الأمراض.
 - توصلت نتائج الدراسة أن محتوى اليوتيوب ساعد المرأة الماكثة بالبيت على تنمية عدة مجالات إجتماعيا.
 - أكدت نتائج الدراسة أن محتويات اليوتيوب ساعدت المرأة الماكثة بالبيت على تنمية وعيها الشخصي.
 - بينت النتائج أن محتوى اليوتيوب مكن المرأة الماكثة بالبيت من معرفة حقوقها وواجباتها على المستوى الإجتماعي.
 - توصلت النتائج إلى أن محتوى اليوتيوب الإجتماعي أحيانا ما يعرض ما ينمي القيم الايجابية.
 - أظهرت النتائج أن أحيانا ما يساعد محتوى اليوتيوب الإجتماعي المرأة الماكثة بالبيت على المحافظة على العادات والتقاليد.

خلاصة الفصل:

لقد خصصنا هذا الفصل للجانب التطبيقي من خلال هذه الدراسة والذي كان الهدف منه إختبار صحة فرضيات الدراسة التي تم وضعها وهذا من خلال وضع الجوانب الأساسية للدراسة والمتمثلة في طريقة وأدوات جمع البيانات التي يمكن من خلالها التوصل للمعطيات ثم عرض وتحليل وتفسير النتائج التي تم التوصل إليها تحليلاً إحصائياً و سوسولوجياً.

خاتمة

خاتمة:

من خلال ما سبق من دراستنا هذه نرى بأن مواقع التواصل الإجتماعي عامة واليوتيوب خاصة يتميز بمجموعة من الخصائص التي جعلت منه الوجهة الأولى لأغلب الشرائح في متابعته بحيث يحتوي على كم هائل من الفيديوهات المرئية في مختلف المواضيع من مختلف المجالات والتي تساهم في تثقيف النساء الماكثات بالبيت.

وهذا لأن اليوتيوب يعتبر وسيلة من وسائل الإتصال الحديثة فله أهمية كبيرة في حياة النساء الماكثات بالبيت فأغلب محتوياته الموجودة عبر القنوات اليوتيوبيية نجدها تنشر معلومات ومعارف تساعدنا على الإلمام بالحقائق من أجل توسيع ثقافتنا، إذ حياة الإنسان بصفة عامة والمرأة الماكثة بالبيت بصفة خاصة تتأثر بثقافتهم فكما كانوا أكثر ثقافة وواعيا كانت حياتهم أرقى وأفضل.

خاصة أن التكنولوجيا الحديثة ساعدتنا على معانقة بواعث المعرفة فكثير من المعلومات نجدها في عدة فيديوهات على موقع اليوتيوب كما أنها تتناسب مع كافة شرائح المجتمع ومع كل المستويات العمرية والثقافية.

فالتكنولوجيا العصرية وثورة الإتصالات وسعت نظرة النساء الماكثات بالبيت، لرفع المستوى الثقافي لديهم في شتى المجالات.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

قائمة الكتب :

1. احمد بن مرسلبي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
2. احمد محمد بدح، أيمن سليمان مزاهرة، الثقافة الصحية ، ط1، دار الميسرة للنشر و التوزيع، عمان، 2009.
3. انوار محمد مرسي، المكتبة المدرسية ودورها في تنمية الوعي الثقافي، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، مصر، 2012 .
4. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الإجتماعية والقيم - رؤية تحليلية ، دار المنهجية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015 .
5. حسين عبد الحميد احمد رشوان، الثقافة ، مؤسسة الشباب العربي ، الإسكندرية، مصر ، 2006 .
6. حسن عماد مكايي وعاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، للقاهرة، مصر، 2008 .
7. حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2015 .
8. حمد بن عبد الله القمزي، تقنيات التعليم ومهارات الإتصال، ط2، دار روابط والشقري للنشر، الرياض، السعودية، 2012 .
9. خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الإجتماعي وأبعادها، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2014 .
10. خالد يحيي، احمد مساعد، دور الإعلام في تنمية المرأة وتطويرها، مركز تدريب ودراسات إنسانية، جامعة صنعاء، اليمن، 2007.
11. دنيس كوش، ترجمة منير السعيداني، مفهوم الثقافة في العلوم الإجتماعية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007.
12. رجاء وحيد الدويدي، البحث العلمي : أساسياته النظرية وممارسته العلمية، د ط ، دار الفكر للنشر و التوزيع، دمشق، سوريا، 2000.
13. سلام محمد توفيق، التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والإلتزام عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2015.
14. سهير جاد ،سامية أحمد علي و آخرون ،البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون ،دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 1994.

15. شفيق حسنين، الإعلام الجديد (تكنولوجيا حديثة في عصر ما بعد التفاعلية)، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
16. شفيق حسنين، الإعلام الإبداعي، ط1، دار الفكر للنشر و التوزيع، مصر، 2013 .
17. صالح محمد علي ابو جادو، سيكولوجية التنشئة الإجتماعية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن، 1998.
18. صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الإجتماعية، د ط ، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2003.
19. عاطف عدلي عبيد، زكي احمد عزمي، الأسلوب الإحصائي و إستخدامه في بحوث الرأي العام و الإعلام، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999.
20. عبد الباسط محمد عبد الوهاب، إستخدام تكنولوجيا الإتصال الإنتاج الإذاعي، (د.م) المكتب الجامعي الحديث، 2005.
21. عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
22. عبد الرزاق محمد الديلمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011.
23. عبد الله احمد الذيفاني، الثقافة و التنمية الثقافية للطفل، ط1، الكتب العربي للمعارف ، القاهرة ، مصر، 2013.
24. عبدالله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، ط1، مكتبة الشعاع للطباعة و النشر والتوزيع، مصر، 1996.
25. عدنان عبد القادر، منابع الفلسفة، دط، دار المنابع للطباعة و النشر و التوزيع، دب، 2000.
26. علي حجازي ابراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي و الجديد، دار المعزز للنشر و التوزيع، دب ، 2017.
27. علي معمر عبد المومن، مناهج البحث العلمي في العلاقات الإجتماعية، ط1، إدارة المطبوعات و النشر، 2008.
28. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
29. عمار بوحوش، دليل الباحث في منهجية وكتابة الرسائل الجامعية، د ط ، المؤسسة الوطنية للنشر، الجزائر، 1990.
30. عمر احمد الهمشري، التنشئة الإجتماعية للطفل، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، الاردن، 2003.
31. فاطمة عوض وآخرون، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة الشعاع، مصر، 2004.
32. فتحي حسين عامر، وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2011.
33. قباري محمد إسماعيل، علم الإجتماع الجماهيري وبناء الإتصال، د.ط ، دار نشأت للمعارف، مصر، 2008.

34. كريم زكي حسام الدين، اللغة و الثقافة، ط3، دار غريب للطباعة، القاهرة ، مصر، 2001.
35. محمد عبد الفتاح حافظ الصريفي، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2002.
36. محمد حسنين العجمي واخرون، إجتماعيات التربية، دار الفكر، عمان ، الأردن ، 2009.
37. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1990.
38. محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المنادي إلى الأترنت، ط1، دار الفكر العربي ،دب، 2009.
39. محمد عبيدات واخرون، منهجية البحث العلمي، د.ط ، وائل للنشر و التوزيع، عمان، 1999.
40. محمد علي محمد، الشباب و المجتمع، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية ،مصر، 1980.
41. محمد مرتضي الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، بيروت، منشورات مكتبة الحياة، 1982.
42. مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الإجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، بيروت، لبنان، 2016.
43. نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط إتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2015.
44. ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1 ، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان ،الأردن ، 2014.

قائمة القواميس :

45. قاموس المعتمد، ط3، دار صادر، بيروت، 2004.

قائمة الرسائل و المذكرات الجامعية :

46. البقيع آدم إسحاق ابو الزكي، دور الإذاعات المحلية في تحقيق التنمية، دراسة تطبيقية على برامج إذاعة نيالة لنيل درجة ماجستير في علوم الإتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا وعلوم الإتصال، 2012.
47. ماطر عبد الله حمدي، إعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الإجتماعي في التزود بالمعلومات، جامعة الشرق الأوسط ، مذكرة ماجستير في الاعلام، قسم الصحافة و الإعلام، عمان، الأردن، 2018.

48. مليكة زيد، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت، مذكرة الماستر في العلوم الإسلامية ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، تخصص دعوة و إعلام و إتصال ،جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2014-2015.
49. رجم جنات، المرأة الماكثة بالبيت والإشهار التلفزيوني،دراسة إستطلاعية بمدينة سطيف، جامعة سطيف2، (د.س) .

قائمة المجلات ومنشورات :

50. اسعد علي وطفة، «الثقافة و التربية»، مجلة الموقف الأدبي، العدد 259، دمشق، سوريا ، 1992.
51. أماني جمال مجاهد، «الشبكات الإجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة، دراسة المعلومات»، جامعة المنوفية، العدد الثامن، مصر، 2010.
52. جمال العيفة، «الثقافة الجماهيرية»، منشورات جامعة باجي مختار ، عنابة، الجزائر ، 2003.
53. زغود بلقاسم وسعدي وحيدة: «الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب»، مجلة الآفاق للعلوم، ع8، ج1، جامعة الجلفة، جوان 2017.
54. عيسى الشماس و فاتن عجيب، «التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية»، مجلة جامعة تشرين للبحوث و الدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، م 37، ع2، سوريا، 2015.
55. عمر صالح بن عمر، مفهوم الوعي و التوعية وأهميتها ندوة الحج الكبرى، كلية الشريعة و الدراسات الإسلامية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، د س ن.
56. رضا عبد الواحد امين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الأزيكية، مصر، 2008.

قائمة المواقع الإلكترونية :

57. ويكيبيديا الموسوعة الحرة : المرأة الماكثة بالبيت الموقع الإلكتروني : <https://av.wikipedia.org> تاريخ التصفح 25 ديسمبر 2021.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثلجي الأغواط
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديمغرافيا
تخصص علم الاجتماع الاتصال

-إستمارة إستبيان -

الموضوع

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تثقيف المرأة الماكثة بالبيت
اليوتيوب - نموذجا -

دراسة ميدانية لعينة من النساء الماكثات بالبيت بمدينة الأغواط

في إطار إنجاز مذكرة ماستر نضع بين أيديكم هذا الإستبيان راجين منكم التفضل بالإجابة
على جميع فقراته بدقة وموضوعية وذلك بوضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق مع رأيكم .
علما أن إجاباتكم ستظل سرية وتستخدم لأغراض علمية فقط .

نشكركم مسبقا على تعاونكم معنا لإنجاز هذه الدراسة.

السنة الجامعية : 2022/2021

المحور الأول : البيانات الشخصية

1- السن :

أقل من 20 سنة من 20 سنة إلى 30 سنة من 31 سنة إلى 41 سنة
من 42 سنة إلى 52 سنة أكثر من 52 سنة

2- الحالة العائلية :

عزباء متزوجة مطلقة أرملة

3- المستوى التعليمي

إبتدائي متوسط ثانوي جامعي

المحور الثاني: إستعمال المرأة الماكثة بالبيت اليوتيوب للتثقيف دينيا

4- ما الغرض من متابعتك لمحتويات اليوتيوب ؟

قضاء أوقات الفراغ مواضيعه مميزة الاستفادة منه في حياتك
أمور أخرى أذكرها :

5- هل تتابعين إحدى القنوات الدينية على اليوتيوب ؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم أذكرها :

6- ماهي أهم المضامين الدينية التي تثير إعجابك ؟

تفسير القرآن أدعية أذكار فتاوى أحاديث نبوية
أخرى أذكرها :

7- كيف ساهم اليوتيوب في توسيع ثقافتك الدينية ؟

تصحيح المفاهيم الدينية الإمام بالمواضيع الدينية حفظ القرآن
تفسير القرآن
أخرى أذكرها :

8- هل تقومين بتطبيق محتوى اليوتيوب الخاص بالتعاليم الدينية في مختلف نشاطات حياتك ؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم أذكرها :

9- هل جعلت منك هذه المحتويات الدينية إنسانة يتوافق سلوكها مع إيمانها بالعقيدة ؟

نعم لا أحيانا

10- هل ساعدك محتوى اليوتيوب الديني على معرفة مسؤولياتك وواجباتك الدينية ؟

نعم لا

المحور الثالث: استفادة المرأة الماكثة بالبيت من اليوتيوب في تنمية ثقافتها الصحية:

11- ما درجة ثققتك بمضامين اليوتيوب؟

عالية متوسطة ضعيفة

12- هل تقومي بالتأكد من صحة المعلومات التي تنشر عبر اليوتيوب ؟

نعم لا أحيانا لم يخطر على بالي

13- ماهي المجالات الصحية التي تركزين عليها في اليوتيوب ؟

صحة بيئية صحة نفسية صحة المرأة
العلاج من الأمراض الوقاية من الأمراض

14- هل ساعدك اليوتيوب على إثراء معارفك الصحية ؟

نعم لا أحيانا

15- في ماذا أفادك المحتوى الصحي الذي ينشر عبر مواقع اليوتيوب ؟

معالجة بعض الأمراض الوقاية من بعض الأمراض
التعرف على بعض الأمراض

أخرى أذكرها :

16- بعد مشاهدتك لليوتيوب ماهي الأمراض التي غيرت سلوكك تجاهها ؟

الأمراض المزمنة الأمراض المفصلية
أمراض النساء أمراض الأطفال

أخرى أذكرها :

17- هل سبق لك وأن إستجبتى للنصائح والإرشادات الصحية عبر محتوى اليوتيوب ؟

نعم لا أحيان

إذا كانت إجابتك بنعم أذكرها :

المحور الرابع: اهتمام المرأة الماكثة بالبيت بالمجال الإجتماعى فى تثقيف نفسها من خلال اليوتيوب

18- ماهي المجالات التي ساعدك اليوتيوب على تنميتها إجتماعيا ؟

المعاملة مع الآخرين تنظيم البيت وتسييره تربية الأولاد

أخرى اذكرها :

19- ما الذي أضافه لك اليوتيوب لوعيك الثقافي على المستوى الشخصي ؟

إكتساب ثقة أكبر بنفسى الجرأة على مناقشة مختلف المواضيع

حوالك من شخص عادي إلى شخص مميز في محيطك

أخرى أذكرها

20- هل جعل منك محتوى اليوتيوب في المجال الإجتماعي امرأة تعرف حقوقها وواجباتها ؟

نعم لا نوعا ما

21- هل جعل منك امرأة تعرف التعامل مع مشاكلها والقيام بحلها ؟ .

نعم لا أحيانا

22- هل محتوى اليوتيوب الاجتماعي يساعد على المحافظة على العادات والتقاليد ؟

نعم لا أحيانا

23- هل ترين بأن محتوى اليوتيوب الاجتماعي يعرض ما ينمي القيم الإيجابية؟

نعم لا أحيانا

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
62	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	01
63	يبين توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية	02
63	يبين توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	03
64	يبين الغرض من متابعة محتويات اليوتيوب	04
64	يبين أهم المضامين الدينية التي تثير إعجاب المرأة الماكثة بالبيت	05
65	يبين مساعدة اليوتيوب على إثراء الرصيد المعرفي	06
65	يبين مدى مساهمة اليوتيوب في توسيع الثقافة الدينية	07
66	يبين تطبيق محتوى اليوتيوب الخاص بالتعاليم الدينية في مختلف نشاطات حياة المرأة الماكثة بالبيت	08
66	يبين المحتويات الدينية التي جعلت من المرأة الماكثة بالبيت إنسانة يتوافق سلوكها مع إيمانها بالعقيدة	09
67	يبين مساعدة محتوى اليوتيوب الديني على معرفة المسؤوليات والواجبات الدينية	10
68	يبين درجة ثقة المبحوثة بمضامين اليوتيوب	11
68	يبين قيام المبحوثة بالتأكد من صحة المعلومات التي تنشر عبر اليوتيوب	12
69	يبين المجالات الصحية التي تركز عليها المرأة الماكثة بالبيت في اليوتيوب	13
69	يبين مساعدة اليوتيوب للمرأة الماكثة بالبيت على إثراء معارفها الصحية	14
70	يبين مدى إستفادة المرأة الماكثة بالبيت من المحتوى الصحي الذي ينشر عبر مواقع اليوتيوب	15
71	يبين الأمراض التي غيرت المرأة الماكثة بالبيت سلوكها نحوها بعد مشاهدة اليوتيوب	16
71	يبين مدى إستجابة المرأة الماكثة بالبيت للنصائح والإرشادات الصحية من خلال محتويات اليوتيوب	17
72	يوضح المجالات التي ساعد اليوتيوب المرأة الماكثة بالبيت على تنميتها إجتماعيا	18
73	يبين مدى إضافة اليوتيوب لوعي المرأة الماكثة بالبيت من ناحية مستواها الشخصي	19
73	يبين محتوى اليوتيوب الخاص بالمجال الإجتماعي الذي جعل المرأة الماكثة بالبيت تعرف حقوقها وواجباتها	20
74	يوضح محتوى اليوتيوب الذي جعل المرأة الماكثة بالبيت تعرف التعامل مع مشاكلها والقيام بحلها	21
74	يبين مدى مساعدة محتوى اليوتيوب الإجتماعي المرأة الماكثة بالبيت على المحافظة على العادات والتقاليد	22
75	يوضح محتوى اليوتيوب الإجتماعي الذي يعرض ماينمي القيم الإيجابية	23