

جامعة عمار ثليجي الاغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الاعلام والاتصال



الموضوع

دور اليوتيوب في تشكيل المهارات المهنية لدى الشباب

دراسة على عينة من حلاقي مدين الأغواط

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت اشراف الدكتور

حسين شربالي ❏

من اعداد الطالب:

طيرش لزهاري ❖

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
أ.د. طريف عطاء الله	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
د. شربالي حسين	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
د. شوشة حرز الله	أستاذ التعليم العالي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي جَعَلَ مِنَ
النَّارِ سِرًّا وَالَّذِي
جَعَلَ الْحَدِيدَ سِجًّا
وَالَّذِي جَعَلَ مِنَ
النَّارِ سِرًّا وَالَّذِي
جَعَلَ الْحَدِيدَ سِجًّا
وَالَّذِي جَعَلَ مِنَ
النَّارِ سِرًّا وَالَّذِي
جَعَلَ الْحَدِيدَ سِجًّا

شكر و عرفان

نشكر الله ونحمده فيفضله وتوفييقه تم
إنجاز هذا العمل المتواضع، وبعد الصلاة
والسلام على النبي صلى الله عليه وسلم،
يسرنا أن نتقدم بجزيل الشكر والامتنان
للأستاذ "حسين شربالي" لقبولها الإشراف

على إنجاز هذه المذكرة

وإلى كل من وضع بصمته في هذا العمل
سواء من قريب أو من بعيد.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى أمي الحبيبة
صاحبة القلب الحنون والصبورة التي
كانت وما زالت قدوتي في الحياة
تفاسمني أفراحي وأحزاني
والى أبي العزيز الذي يغممني
بدعائه وإخوتي

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر و عرفان
	اهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول : الاطار المنهجي للدراسة	
01	1- الاشكالية
02	2- فرضيات الدراسة
02	3- مجتمع الدراسة وعينته
04	4- أداة الدراسة
04	5- مفاهيم الدراسة
04	6- أهمية الدراسة
05	7- أسباب اختيار موضوع الدراسة
05	8- أهداف الدراسة
05	9- الدراسات السابقة و المشابهة
الفصل الثاني : تكنولوجيا الاتصال الحديثة	

10	1- مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة
12	2- تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة
14	3- تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة
17	4- مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة
الفصل الثالث : الاعلام الجديد	
20	1- مفهوم الاعلام الجديد
21	2- عوامل تطور الاعلام الجديد
23	3- مظاهر الاعلام الجديد
25	4- خصائص الاعلام الجديد
29	5- منصة اليوتيوب كنوع من أنواع الاعلام الجديد
34	خلاصة الفصل
الفصل الرابع : الجانب الميداني للدراسة	
36	تمهيد
37	1- تحليل البيانات الأولية
40	2- دور اليوتيوب في استلهاام حلافي مدينة الأغواط منه وتعلم فنون الحلاقة منه
46	3- دوافع حلاقي مدينة الأغواط من استخدام مضامين قنوات اليوتيوب
51	4- تفاعل حلاقي مدينة الأغواط مع مضامين قنوات اليوتيوب

56	5- الاشباكات المحققة لحلاقي مدينة الأغواط من متابعة مضامين قنوات اليوتيوب
60	النتائج العامة للدراسة
63	مناقشة فرضيات الدراسة
65	خاتمة
67	قائمة المصادر و المراجع
72	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
37	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
38	يمثل توزيع العينة حسب متغير السن	02
39	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	03
40	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة	04
41	يمثل توزيع حسب مشاهدتهم للقنوات اليوتيوب	05
42	يمثل الوقت المفضل لدى حلاقي مدينة الأغواط في مشاهدة قنوات اليوتيوب	06
43	يمثل المدة الزمنية التي يستغرقها الطلبة أثناء مشاهدة قنوات اليوتيوب	07

44	يمثل المكان المفضل لمشاهدة قنوات اليوتيوب	08
45	يمثل هدف حلاقي مدينة الأغواط من استخدام اليوتيوب	09
46	يمثل دافع حلاقيين مدينة الأغواط لمتابعة قنوات اليوتيوب	10
47	يمثل شعور حلاقيين مدينة الأغواط أثناء مشاهدة قنوات اليوتيوب	11
48	يمثل المضامين الذي يهتم بها حلاقي مدينة الأغواط عند متابعتهم لقنوات اليوتيوب	12
49	يمثل مساعدة اليوتيوب في اكتساب بعض فنون الحلاقة	13
50	يمثل تحفيز مضمون اليوتيوب من خلال متابعة حلاقي مدينة الأغواط له	14
51	يمثل حالات تفاعل حلاقي الأغواط مع مضمون قنوات اليوتيوب	15
52	يمثل تفاعل حلاقي مدينة الأغواط مع مضمون قنوات اليوتيوب	16
53	يمثل تشجيع الحلاقيين لأصدقائهم الحلاقيين على متابعة مضامين قنوات اليوتيوب	17
54	يمثل نسبة امتلاك حلاقي مدينة الأغواط لقناة في	18

	اليوتيوب	
55	يمثل نوع المحتوى الذي يختاره حلاقي مدينة الأغواط في حال امتلاككم لقناة في اليوتيوب	19
56	يمثل مدى اشباع حلاقي مدينة الأغواط من قنوات اليوتيوب	20
57	يمثل الإشباعات الاجتماعية المحققة لحلاقي مدينة الأغواط من قنوات اليوتيوب	21
58	يمثل الاشباعات التعليمية المحققة لحلاقي مدينة الأغواط من قنوات اليوتيوب	22

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
37	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	02
38	يمثل توزيع العينة حسب متغير السن	03
39	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	04
40	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة	05
41	يمثل التوزيع حسب مشاهدتهم لقنوات اليوتيوب	06
42	يمثل الوقت المفضل حلاقي مدينة الأغواط في مشاهدة قنوات اليوتيوب	07
43	يمثل المدة الزمنية التي يستغرقها حلاقي مدينة الأغواط أثناء مشاهدة قنوات اليوتيوب	08
44	يمثل المكان المفضل لمشاهدة قنوات اليوتيوب	09
45	يمثل الهدف من استخدام حلاقي مدينة الأغواط اليوتيوب	10
46	يمثل دوافع حلاقي مدينة الأغواط في متابعة قنوات اليوتيوب	11
47	يمثل شعور حلاقي مدينة الأغواط أثناء مشاهدة مضامين قنوات اليوتيوب	12
48	يمثل نوع مضامين التي يتابعها حلاقي مدينة الأغواط على قنوات اليوتيوب	13

49	يمثل مساعدة اليوتيوب في اكتساب بعض فنون الحلاقة	14
50	يمثل تحفيز مضمون اليوتيوب لحلاقي مدينة الأغواط من خلال متابعتهم لهم	15
51	يمثل حالات تفاعل حلاقي الأغواط مع مضامين قنوات اليوتيوب	16
52	يمثل كيفية تفاعل حلاقي مدينة الأغواط مع مضمون قنوات اليوتيوب	17
53	يمثل مدى تشجيع حلاقي مدينة الأغواط أصدقائهم على متابعة مضامين قنوات اليوتيوب	18
54	يمثل نسبة امتلاك حلاقي مدينة الأغواط لقنوات اليوتيوب	19
55	يمثل نوع محتوى قنوات اليوتيوب التي يمتلكها حلاقي مدينة الأغواط في حال الإجابة ب " نعم "	20
56	يمثل مدى إشباع حلاقي مدينة الأغواط من قنوات اليوتيوب	21
58	يمثل الإشباع الاجتماعي المحققة لحلاقي مدينة الأغواط من قنوات اليوتيوب	22
59	يمثل الإشباع التعليمية المحققة لحلاقي مدينة الأغواط من قنوات اليوتيوب	23

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف دور اليوتيوب في اكتساب مهارات لدى الشباب ، وكذا كيفية تفاعلهم مع مضامينها، بالإضافة إلى الإشباعات التي تحققها لهم، ولأجل الإحاطة الكافية بمختلف جوانب دراستنا، وتحقيق هذه الأهداف اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي، واستخدمنا أداة استمارة الاستبيان لجمع بيانات من المبحوثين ، إذ تم تقسيم الاستمارة إلى خمس محاور مقسمة على 23 سؤال: المحور الأول كان مخصص للبيانات الشخصية، المحور الثاني عادات وأنماط مشاهدة حلقي مدينة الأغواط لمضامين قنوات اليوتيوب، المحور الثالث دوافع استخدام حلقي مدينة الأغواط لقنوات اليوتيوب، أما المحور الرابع كان عن كيفية تفاعل حلقي مدينة الأغواط مع مضامين قنوات اليوتيوب، والمحور الخامس خصصناه للإشباعات المحققة لحلقي مدينة الأغواط من متابعة مضامين قنوات اليوتيوب، حيث تم تطبيق البحثبولاية الأغواط على عينة مكونة من 31 حلاق تم اختيارهم بطريقة قصدية.

• وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أن حلقي مدينة الأغواط يشاهدون مضامين قنوات اليوتيوب بشكل دائم مكثف وفي الوقت الملائم لهم، وأنهم مدمنين على مضامينها بدافع علمي وتثقيفي، كما كشفت أنهم يتفاعلون بشكل كبير مع ما تبثه ، وأن طرق تفاعلهم تختلف من حلاق لآخر، كما أثبتت أن قنوات اليوتيوب تحقق لهم مختلف الحاجات وإشباعات (اجتماعية، تعليمية...) ، كما تحقق لهم الشعور بالراحة النفسية، السعادة والمتعة.

Résumé de l'étude :

Cette étude vise à comprendre le rôle de YouTube dans l'acquisition de compétences chez les jeunes, ainsi que leur interaction avec son contenu, en plus des satisfactions qu'il leur apporte. Pour une couverture adéquate des différents aspects de notre étude et pour atteindre ces objectifs, nous avons adopté une approche méthodologique basée sur une enquête par questionnaire pour recueillir des données auprès des participants. Le questionnaire était divisé en cinq axes comprenant 23 questions: le premier axe portait sur les données personnelles, le deuxième sur les habitudes de visionnage des coiffeurs de la ville de Laghouat concernant le contenu des chaînes YouTube, le troisième sur les motivations d'utilisation des chaînes YouTube par les coiffeurs de Laghouat , le quatrième sur l'interaction des coiffeurs de Laghouat avec le contenu des chaînes YouTube, et le cinquième sur les satisfactions obtenues par les coiffeurs de Laghouat en suivant le contenu des chaînes YouTube. La recherche a été menée dans la wilaya de Laghouat sur un échantillon de 31 coiffeurs sélectionnés de manière délibérée.

• L'étude a abouti à plusieurs résultats importants, notamment : Les coiffeurs de Laghouat regardent régulièrement et intensivement le contenu des chaînes YouTube au moment qui leur convient le mieux, et qu'ils sont accros à ce contenu pour des raisons éducatives et informatives. Elle a également révélé qu'ils interagissent largement avec ce contenu diffusé, que leurs modes d'interaction varient d'un coiffeur à l'autre, et que les chaînes YouTube

répondent à divers besoins et satisfactions (sociaux, éducatifs...), leur procurant un sentiment de bien-être, de bonheur et de plaisir.

مقدمة

مقدمة

يعيش الإنسان اليوم في عصر تكنولوجيا المعلومات والتواصل الاجتماعي أين يركز فيه على استمرار التكنولوجيات الحديثة في إنتاجها واستخدامها، وتقديم الخدمات على نحو سريع وفعال، كما يشكل التدفق المعلوماتي أساس في التنوير والتطوير، فمن يملك المعلومة الصحيحة اليوم فإنه يمتلك عناصر القوة والسيطرة في عالم متغير يعتمد على العلم في كل شيء بعيدا عن العشوائية والارتجالية، حيث اختزلت الانعزال العقلي المعرفي والجغرافي للأشخاص إلى حد أدنى.

وتعد الإنترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا إذ نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل والاتصال فيما بينهم، وكذا بناء علاقات اجتماعية، ومواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها (فيسبوك، تويتر، يوتيوب...) أحد أهم تكنولوجيات الاتصال الحديثة التي ساعدت الأشخاص في تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين على نطاق واسع، بالإضافة إلى مشاركة آرائهم وإعطاء انطباعاتهم، الأمر الذي دفع معظم الشباب عامة والشباب الجزائري خاصة إلى استخدامها.

ومن أبرز هذه المواقع، موقع اليوتيوب الذي فتح لهم مجالات من الحرية والتعبير عن مشاكلهم واهتماماتهم ويتجلى هذا من خلال فتح قنوات خاصة بهم، أو مشاهدة ما تبثه من مواضيع في مختلف المجالات (سياسية، اجتماعية، رياضية....).

كما تتعدد وتتنوع أدوات التعليم الإلكتروني ويعتبر موقع اليوتيوب من أكثر أدوات التعليم الإلكتروني شيوعا وهو من أكبر المواقع التعليمية المجانية على شبكة الإنترنت، حيث يوفر مئات الآلاف من المقاطع التعليمية في شتى المجالات ويقوم بالجمع بين الصوت والصورة في العملية التعليمية، وقد اتجهت عديد من المؤسسات التعليمية إلى وضع المحتوى العلمي على موقع (You tube) كي تتيح للمتعلمين الوصول إليه من أي مكان وفي أي وقت.

الإطار المنهجي

لِلدِّرَاسَةِ

1- الإشكالية :

يمر العالم اليوم بتحولات جذرية شملت جميع مجالات الحياة جعلتها تسير نحو تطورات تكنولوجية لم تكن موجودة من قبل، حيث فتحت آفاق جديدة وتغيرات عميقة في مختلف الجوانب، مؤثرة بذلك على جل أنشطة الإنسان، منها النشاط الاتصالي، والذي يعتبر ظاهرة اجتماعية فطرية تقوم على علاقات تفاعلية مختلفة بين الأفراد، إذ تظهر هذه التطورات التكنولوجية من خلال التقنيات الجدلية في المجال الاتصالي، إتاحة خاصية التفاعل بين الأفراد بواسطة تطبيقات الإعلام الجديد، أو ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي.

حيث تعد هاته المواقع من أبرز المظاهر الأعلى والتي أنشأت في الأساس بغرض التواصل بين الأفراد من خلال الخدمات التي توفرها لهم كالدراسة، التعليق والمشاركة وغيرها من الخدمات بين مستخدمين في شتى مجالات الحياة الأساسية، أين اكتسبت شهرة وأهمية كبيرة حتى أصبحت أحد أهم متطلبات الحياة الأساسية للأفراد والجماعات، ولعل أبرز هذه المواقع وأكثرها استخداما وتأثيرا نجد موقع اليوتيوب، حيث يعتبر موقع اليوتيوب اليوم من بين أهم المنصات السمعية البصرية من خلال توفرها على مقاطع لا متناهية وغير محدودة من فيديوهات العالمية والإقليمية والمحلية لمختلف مضامينها، كما تمكنهم من إنشاء فيديوهات من مجهودهم الشخصي عبر قنوات خاصة م، الأمر الذي جعل الشباب عامة والشباب الجزائري على وجه الخصوص يقبلون عليها بكثرة وأصبحوا من أكثر الفاعلين والمستخدمين لقنوات اليوتيوب، حيث منحتهم حرية أكثر في التعبير عن آرائهم بكل حرية واكتشاف مواهبهم، كذلك إيصال أصواتهم لمختلف الجهات، سواء كانوا مالكين لقناة أو متابعين من خلال التعليق ومشاركتها، فأصبحت تنافس القنوات التلفزيونية في عدد المشاهدين والمتابعين، محققين بذلك أرباح مادية عن ما يبثونه عبر قنواتهم محاولين لذلك إشباع رغباتهم وحاجاتهم المتنوعة.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة سعيا لمعرفة استخدامات الشباب الجزائري لقنوات اليوتيوب والإشباع المحققة منطلقين من تساؤل رئيسي هو:

- ما هو دور اليوتيوب في استلهاام حلاقي مدينة الأغواط منه و تعلم فنون الحلاقة منه ؟

ولأجل الإجابة عليه وتبسيط ودراستنا أكثر قمنا بطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي دوافع حلاقي مدينة الأغواط من استخدام مضامين قنوات اليوتيوب ؟
- كيف يتفاعل حلاقي مدينة الأغواط مع مضامين قنوات اليوتيوب ؟
- ما هي الاشباعات المحققة لحلاقي مدينة الأغواط من متابعة مضامين قنوات اليوتيوب ؟

2-فرضيات الدراسة :

- يستخدم حلاقي مدينة الأغواط قنوات اليوتيوب بشكل شبه يومي .
- تمكن دوافع و حوافز حلاقي مدينة الأغواط من متابعة مضامين قنوات اليوتيوب في التثقيف والتعليم.
- يتفاعل حلاقي مدينة الأغواط مع مضامين قنوات اليوتيوب من خلال تسجيل الإعجاب، اشتراك في القناة والتعليق عليها.
- يتابع حلاقي مدينة الأغواط مضامين قنوات اليوتيوب لإشباع مختلف رغباتهم السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، العلمية و الترفيهية .

3-مجتمع الدراسة و عينته :

❖ مجتمع الدراسة :

تعد مرحلة تحديد مجتمع البحث واختيار العينة وأسلوبها من أهم خطوات البحث العلمي ومن الإجراءات المنهجية الدقيقة التي يجب الوقوف عليها لضمان الوصول إلى نتائج موضوعية ومصداقية، إلا أن تطبيق هذه الإجراءات يتطلب مزيجا من الصرامة والمرونة المنهجية خاصة عندما يتعلق الأمر بدراسة جمهور وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعية.

ويعرف مجتمع البحث على أنه "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي".¹

كما يعرف أيضا على انه مجموعة الأفراد من الناس الذين يتميزون بخصائص ديمغرافية أو مهنية أو ثقافية أو اقتصادية أو اجتماعية معينة يمكن أن تختار منهج العينة الإحصائية أو مجتمع العينة.²

وبالتالي فإن مجتمع البحث الذي اخترناه في دراستنا يتمثل في حلاقي مدينة الأغواط، بحيث هذه الفئة تعتبر الأكثر ملائمة مع دراستنا، وأنهم الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة قنوات اليوتيوب والتي هي محور دراستنا.

❖ عينة الدراسة :

تعرف العينة على أنها اختيار مجموعة من الأشخاص مجتمع البحث وهؤلاء الأشخاص يكونون العينة التي يهتم الباحث بفحصها ودراستها.³

وتستخدم العينة عندما يكون مجتمع البحث كبير ولا يمكن إجراء الدراسة على جميع مفرداته فهي جزء من مجتمع البحث تحمل نفس خصائصه، وتمكننا من تعميم النتائج على الكل وأسلوب المعانية يوجد فيه عدة أنواع ونظرا لكبر حجم مجتمعنا، ارتأينا أن تكون عينة الدراسة قصدية أو عمدية لما يتناسب مع تحقيق هدف بحث معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق سمات وخصائص معينة عليهم.⁴ ويتم "انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظر لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم وتكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة"⁵، كما "يختار

¹ أنجرس، 2006، ص298.

² محمد الحسن، 1999، ص554.

³ محمد الحسن، 2005، ص62.

⁴ محمد الجمال، 1995، ص133.

⁵ عبيدات، مبيضين، 1999، ص199.

الباحث هذه العينة لكونه أنها تمثل المجتمع تمثيلا سليما بناءا على معلومات إحصائية سابقة".

بالإضافة إلى أسباب أخرى دفعتنا لاختيار هاته العينة كتوفير الجهد المبذول، تقليل تكاليف مناسبة العينة مع الأهداف الأساسية للبحث وطبيعة مجتمع البحث والمشكلة المراد دراستها، وكذلك سرعة الحصول على نتائج جيدة وهذا لتجانس أفراد العينة.

❖ أداة الدراسة:

لا تخلو أي دراسة من استخدام عدد من الادوات المنهجية في جميع المعلومات والبيانات في مجتمع البحث المدروس وقد استخدمنا في دراستنا الادوات التالية:

• الاستبيان

يعد الاستبيان من أكثر أدوات البحث الكمي شيوعا في الاستخدام في ميادين الدراسة المتعلقة بعلوم الاجتماع التربية والإعلام.¹

يعتبر الاستبيان من أهم وأدق طرق البحث وجمع البيانات خاصة في البحوث الوصفية: وهو يشير إلى الوسيلة التي تستخدم للحصول على أجوبة لأسئلة معينة في شكل استمارة بنفسه، والاستبيان في أبسطه صورة له هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المحددة تعرض على عينة من الأفراد ويطلب منهم الإجابة عنها كتابة ، فلا يتطلب الأمر شرحا شفويا مباشرا أو تفسيرا من الباحث، وتكتب الأسئلة أو تطبع على ما يسمى "استمارة استبيان" ويشترط في الاستمارة أن تكون شاملة لفرضيات الدراسة من أجل تحقيق النتائج والأهداف. ولقد تم تقسيم الاستمارة إلى خمسة محاور وهي:

✓ المحور الأول: يتضمن البيانات الشخصية، يتكون من 4 أسئلة تتمثل في الجنس،

السن، المستوى الدراسي، المهنة.

¹ عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، عمان، 2007. ص205.

✓ المحور الثاني: دور اليوتيوب في استلهاام حلاقي مدينة الأغواط منه و تعلم فنون الحلاقة منه، ويتكون من 5 أسئلة و 19 اقتراح.

✓ المحور الثالث: دوافع حلاقي مدينة الأغواط من استخدام مضامين قنوات اليوتيوب، حيث يتضمن على 5 أسئلة و 18 اقتراح.

✓ المحور الرابع: تفاعل حلاقي حلاقي مدينة الأغواط مع مضامين قنوات اليوتيوب، و يتمثل في 5 أسئلة و 21 اقتراح.

✓ المحور الخامس: الاشباعات المحققة لحلاقي مدينة الأغواط من متابعة مضامين قنوات اليوتيوب، و يتكون من 4 أسئلة و 9 اقتراحات.

4- مفاهيم الدراسة :

❖ موقع اليوتيوب:

- يعرفه : (Hammond & Lee.2010.p.126): على أنه أحد مواقع الانترنت يعتمد على إضافة المستخدمين لمقاطع فيديو من كافة أنحاء العالم ويسمح في الوقت نفسه ألي شخص تصفح هذه المقاطع والاستفادة منها، ويتبنى الباحث هذا التعريف.

❖ الاكتساب:

- ويعرفه كود (Good.1973) بأنه : إنجاز أو كفاءة بالأداء في تقديم مهارة أو مجموعة معارف.

- ويعرف الباحث الاكتساب بأنه : كمية المعلومات المتدرجة التي يكتسبها الفرد عن طريق تعرضه إلى مواقف تعليمية مختلفة لتكون له المخزون السلوكي لكي يظهر أفعاله في حياته العملية.

❖ المهارات :

المهارة تدل على السلوك المتعلم أو المكتسب الذي يتوافر له شرطان جوهريان ، أولهما: أن يكون موجها نحو إحراز هدف أو غرض معين، وثانيهما : أن يكون منظما بحيث يؤدي

إلى إحرار الهدف في أقصر وقت ممكن. وهذا السلوك المتعلم يجب أن يتوافر فيه خصائص السلوك الماهر.

5- أهمية الدراسة :

لكل دراسة أهمية وأهمية دراستنا جاءت بعد الدور الفعال الذي تلعبه قنوات اليوتيوب حيث تقوم بعرض مختلف القضايا الشبابية (بطالة، هجرة، الزواج، عمل...) ناهيك عن المواقع السياسية والاجتماعية، وبالتالي أصبحت ملاذ للكثير من الشباب الجزائري لأجل إبداء آرائهم ومواقفهم، أو الاكتفاء بالمشاهدة و إثراء رصيدهم الفكري و العملي، وهنا تكمن أهمية دراستنا من خلال معرفة دور اليوتيوب في اكتساب مهارات لدى الشباب و معرفة حاجات ودوافع متابعتهم له و كيفية تفاعلهم مع مضامينه والاشباعات التي يحققها لهم.

6- أسباب اختيار موضوع الدراسة :

❖ الرغبة الذاتية:

- الرغبة والميل لدراسة مضامين قنوات اليوتيوب.
- الرغبة الشخصية في معرفة أنماط وعادات استخدام الشباب لقنوات اليوتيوب وكيفية التفاعل مع مضامينها .
- الرغبة في معرفة الإشباعات التي تحققها لهم قنوات اليوتيوب.

❖ أسباب موضوعية :

- تشابه قنوات اليوتيوب بمجال تخصصا "سمعي بصري".
- الإقبال الواسع من قبل الشباب الجزائري على قنوات اليوتيوب.

7- أهداف الدراسة :

- معرفة دور اليوتيوب في اكتساب مهارات لدى الشباب (حلاقي مدينة الأغواط).
- معرفة دوافع استخدام حلاقي مدينة الأغواط لقنوات اليوتيوب.
- التعرف على كيفية تفاعل حلاقي مدينة الاغواط مع مضامين قنوات اليوتيوب.

- الوصول إلى الإشباع المحققة للحلاقين في مدينة الأغواط من متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب.

8- الدراسات السابقة و المشابهة :

تعد الدراسات السابقة من أهم خطوات البحث العلمي إذ تمكن الباحث من تكوين تصور شامل وموضوعي حول ظاهرة معينة وتقديه لأخطاء الآخرين وفهم موضوع بحثه وكذلك اختيار الإجراءات والطرق المنهجية الملائمة لدراسته.

و من خلال تطرقنا لعدة بحوث توصلنا لعدد من الدراسات السابقة و المتشابهة واخترنا منها ما يتناسب مع المتغيرات الواردة في موضوع دراستنا وتتمثل هذه الدراسات فيما يلي :

✓ الدراسة الاولى : بعنوان " استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت"، من إعداد د. رضا عبد الواجد أمين، مذكرة لنيل درجة دكتوراة بجامعة المملكة - مملكة البحرين (2008-2009).

- كما لخص في دراسته إلى طرح التساؤلات التالية :
- ما مدى استخدام الشباب الجامعي لهذا الموقع ومعرفتهم له؟ وما طبيعة استخدام الشباب الجامعي لإعلام اليوتيوب من حيث نمط استخدام وموقعه؟
- ما دوافع استخدام الشباب الجامعي لليوتيوب؟
- ما الإشباع المتحققة للشباب الجامعي من استخدامهم لموقع لقطات الفيديو وخاصة اليوتيوب؟
- ما درجة مناسبة المضمون المقدم في هذا النوع من الإعلام مع الثقافة العربية الإسلامية؟
- أما فيما يخص أهداف اختيار هذا الموضوع فهو يهدف إلى :
- معرفة خصائص مستخدمي موقع اليوتيوب على الانترنت من الشباب الجامعي.

- معرفة أنماط استخدام وأأسسه ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية الهامة وإسهامهم في إنتاج الرسائل الإعلامية التي تبت من خلال هذا الموقع.

• **لخصت هاته الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :**

- أن موقع اليوتيوب يقدم نمط جديد من الإعلام الشعبي الذي يقوم المستخدمون بإنتاجه حيث يقوم الموقع على إمكانية إرفاق ملفات فيديو على المواقع ليشاهده ملايين المستخدمين حول العالم أي تكلفة مالية.

- كما توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي في مملكة البحرين يستخدمون الانترنت وذلك تأكيد على أهمية الانترنت كمصدر للمعلومات لهذه الفئة العمرية في المجتمعات العربية.

تلتقي دراسة الدكتور رضا عبد الواحد أمين مع دراستنا كون كلتا الدراستين تناولت استخدام موقع اليوتيوب، واستخدمت نفس المنهج الذي اتبعناه في دراستنا حيث تتكلم كلتا الدراستين عن موقع اليوتيوب عامة.

✓ **الدراسة الثانية : (دراسة محلية) :** تناولت الدراسة موضوع بعنوان " تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضمون الإعلام البديل " والذي كان اليوتيوب نموذجا لهاته الدراسة، من إعداد الطالبين " إسماعيل بوشنافة " و " حسان بن شناف " ، بجامعة قاصدي مرباح بولاية ورقلة قسم علوم الإعلام و الاتصال، حيث تمت دراسة ميدانية على عينة من طلبة المساتر بقسم علوم الإعلام والاتصال.

• **كما لخص الطالبين في دراستهما إلى طرح التساؤل الرئيسي :**

- هل يتفاعل طلبة الماستر بقسم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة مع مضامين اليوتيوب؟

• **وانبثق عن هذا التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية :**

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين لمضمون قنوات اليوتيوب؟

- ما هي دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال في متابعتهم لمضمون قنوات اليوتيوب؟

- ما طبيعة الموضوعات التي يتفاعل معها طلبة ماستر إعلام والاتصال أثناء استخدام اليوتيوب؟

- كيف يتفاعل الطلبة الجامعيون مع قنوات اليوتيوب؟

• أما فيما يخص أهداف اختيار هذا الموضوع فهو يهدف إلى :

- التعرف على دوافع الطلبة الجامعيين في متابعتهم لمضمون قنوات اليوتيوب .

- معرفة أهم الموضوعات التي يتفاعل معها طلبة ماستر إعلام واتصال.

- التعرف على أهم عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين لمضمون قنوات اليوتيوب .

- تقديم رؤية علمية عن واقع تفاعل طلبة الماستر مع مضمون قنوات اليوتيوب .

• أما بالنسبة لأهمية الدراسة حسب رأي الباحثين يكمن في دراسة الطلبة الجامعيين وفضاءات الإعلام البديل والعمل على الربط بينهما وذلك من خلال العلاقة القائمة على أساس التأثير في سلوك الطلبة عن طريق التفاعل القائم بينهما.

• واعتمد الباحثين في دراستهما على المنهج المسحي، مستعينين بأداة تحليل وهي استمارة استبيان، أما عينة الدراسة فقد اعتمد الباحثين على العينة القصدية على طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح بورقلة.

• وقد لخصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- أن طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب بشكل دائم وان الفترة الليلية هي أكثر الفترات تصفحا ومرد ذلك أن الطلبة يتفرعون في الفترة الليلية .

- أظهرت النتائج أن الوسيلة المستخدمة أثناء متابعة الطلبة لمضامين قنوات اليوتيوب هو الهاتف الذكي وهو ما يفضله الطلبة عموما لسهولة مضامين اليوتيوب .

- كما أكدت الدراسة أن المعرفة التي اكتسبها الطلبة بعد متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب هي ثقافة عامة .
- كما كانت النتائج النهائية حول الحالات التي تجعل الطلبة يتفاعلون مع مضمون قنوات اليوتيوب هو المضمون الجيد. أوجه الاستفادة: تبتغى دراسة الطالبين إسماعيل بوشناق و حسان بن شناف المعنوية باستخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب والاشباكات المحققة مع دراستنا في طرح الأسئلة وأهدافها، المنهج المستخدم وأداة المستخدمة وكذا نوع العينة فيما اختلفت عن دراستنا في متغير المستقل لعنوان الدراسة.

الفصل الثاني

تكنولوجيا الاتصال

الحديثة

1/ مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة :

• التكنولوجيا:

قبل أن نعرف تكنولوجيا الاتصال يجب أولاً أن نحدد ماهية التكنولوجيا في حد ذاتها، ذلك أن الجديد فيها ليس معناها وإنما لفظها، فالظاهرة نفسها قديمة قدم المجتمعات الإنسانية، ومن الخطأ أن نربط بين التكنولوجيا وبين المخترعات الحديثة التي تعتبر آخر المراحل في تطور الظاهرة الاتصالية، وكلمة تكنولوجيا كلمة معربة لا أصل لها في كتب اللغة والقواميس وما يقابلها في اللغة العربية هو مصطلح " تقنية " وكلمة تكنولوجيا مكونة من مقطعين هما: " تكنيك " والذي معناه الطريق أو الوسيلة و " لوجي " التي تعني العلم، وبالتالي يكون معنى الكلمة كلها " علم الوسيلة " الذي بها يستطيع الإنسان أن يبلغ مراده.¹

وتعرف التكنولوجيا أيضاً بأنها طريقة نظامية تسيير وفق المعارف المنظمة وتستخدم جميع الإمكانيات المتاحة مادية كانت أم غير مادية بأسلوب فعال لإنجاز العمل المرغوب فيه إلى درجة عالية من الإتقان أو الكفاية، وبذلك فإن للتكنولوجيا ثلاث معان وهي:²

- التكنولوجيا كعمليات : processes :

وتعني التطبيق النظامي للمعرفة العلمية أو معرفة منظمة أُلجَل مهمات أو أغراض علمية.

- التكنولوجيا كنواتج : Products :

وتعني الأدوات و الأجهزة والمواد الناتجة من تطبيق المعرفة العلمية

- التكنولوجيا كعملية ونواتج معا :

وتستعمل بهذا المعنى عندما يشير النص إلى العمليات ونواتجها معا مثل تقنيات الحاسوب.

¹ عبد الباسط محمد عبد الوهاب، ص250.

² محمد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، مرجع سبق ذكره، ص 46.

• الاتصال :

✓ لغة : مصطلح "الاتصال" في اللغة العربية مشتق من كلمة "تواصل"، والتواصل في اللغة من الوصل، ويعني ربط شيء بشيء آخر، الوصول إلى الشيء أو بلوغه والانتهاؤ إليه.¹

اشتقت كلمة "اتصال" (Communication) من الأصل اللاتيني (communis) ومعناها عام أو شائع أو مألوف وتعني الكلمة المعلومة المرسلة، الرسالة الشفوية أو الكتابية، شبكة الطرق وشبكة الاتصالات، كما تعني تبادل الأفكار والمعلومات عن طريق الكلام أو الكتابة أو الرموز.²

- اصطلاحا :

الاتصال هو العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي نعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة).

ويعرف "سمير حسين" الاتصال : بأنه النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع ومنشأة أو قضية، وذلك عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين.³

• تكنولوجيا الاتصال :

تعرف تكنولوجيا الاتصال على أنها أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات. وتعني أيضا الآلات أو الأجهزة الخاصة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها.⁴

¹ عيشوش فريد، الاتصال في إدارة الأزمات، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 11.
² محمد أحمد فياض، عيسى يوسف قداة وآخرون، مبادئ الإدارة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 192.
³ محي الدين إسماعيل، محمد الديهي، تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي العالمية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، جامعة القاهرة، 2015، ص ص 7-8.
⁴ حسن عماد مكاي، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص 68.

و يستخدم مصطلح " تكنولوجيا الاتصال الحديثة " في سياق العالم الثالث ليشير إلى التلفزيون ،الهاتف المعتمد على الأقمار الصناعية ، مسجلات الفيديو كاسيت والتكنولوجيا التفاعلية المستعينة بالحاسب والتراسل الالكتروني والتليكس والفيديوتكست. وتعرف تكنولوجيا الاتصال الحديثة بأنها أية أداة أو جهاز أو وسيلة تقنية يمكن استخدامها في معالجة البيانات والمعلومات على مستويات إنتاجية وتخزينها واستقبالها وتوزيعها أو بثها "

وينطبق ذلك على مدى واسع من التقنيات ونظم الاتصال الرقمية ومنها : نظام الاتصال المستعينة بالحاسب (مثل: الإنترنت ونظم استقبال رسائل الأقمار الصناعية) ، الاتصالات عن بعد وتجهيزات المكتب الحديثة (مثل: أجهزة الفاكس والمساحات الضوئية) ، كما يشمل ذلك تقنيات أخرى مثل : مسجلات الفيديو كاسيت وكاميراتها.¹

وتكنولوجيا الاتصال أيضا هي اقتناء واختزان المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها، سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أو مرئية أو ممغنطة أو معالجة بالليزر، ونقلها أو بثها باستخدام توليفة من المعلومات الالكترونية الحاسبة ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد.²

2- تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة :

يمكن تقسيم المراحل التي مرت بها تكنولوجيا الاتصال عبر العصور المختلفة إلى المراحل التالية :

• المرحلة الشفاهية:

ويطلق عليها المرحلة الشفاهية الكلية أو مرحلة ما قبل التعلم، وكانت وسيلة الاتصال الرئيسية هي الكلمة المنطوقة والحاسة الأساسية هي حاسة السمع، ثم أتى تطور اللغة لكي يعطي قوة للاتصال الإنساني، ونتيجة لان الأفراد كانوا يحصلون على معلوماتهم أساسا عن طريق الاستماع إليها من الآخرين، فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يؤمنوا

¹ جمال مجاهد، مدخل إلى الاتصال الجماهيري دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2009، ص 320.
² سماء حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال العالمي التفاعلي،الدار العربية للنشر والتوزيع، جامعة الزقازيق، الأردن، 2005، ص 13.

بما يقوله الآخريين، بشكل عام، لان تلك هي نوعية المعلومات الوحيدة المتوفرة لديهم وكانت الشائعة هي أول شكل من أشكال الإعلام والاتصال حيث كانت الأخبار تنتقل من الفم إلى الأذن وبنانتقالها كانت تحور أو تضخم بل كانت تغير وتشوه بحيث تضيع حقيقتها في أحيان كثيرة.

• المرحلة الكتابية :

كانت الكتابة هي الوسيلة الأساسية للتعبير وأصبحت حاسة البصر هي الحاسة الرئيسية وأضفت الكتابة صفة الدوام عمى الكلمة المنطوقة، وحافظت على رسائل الجماعة مما كفل لها الوجود المستمر وبمعرفة الكتابة أصبحت المعلومات تختزن عن طريق الحروف الهجائية، وبهذا حلت العين محل الأذن كوسيلة أو حاسة رئيسية يكتسب من خلالها الإنسان معلوماته، وسهل الكلام المنطوق البشري إقامة تنظيمات إدارية وأشكال مختلفة من العلاقات.¹

• المرحلة الطباعية :

وفيها عرف الإنسان الطباعة أي تجسيد المخطوطات في شكل مادي يتم استنساخه يدويا وبكميات وبشكل مقروء أجود نسبيا من المخطوط، ويعود السبق في معرفة الطباعة إلى الفنقيين الذين كان لهم الفضل أيضا في اختراع الورق وقد بدأت الطباعة على القوالب الخشبية ثم الفخار، حيث اخترع يوحنا جوتنبرغ حروف الطباعة المتحركة المسبوكة من المعدن عام 1445م وبعدها انتشرت الطباعة في أوروبا ومنها إلى العالم كله، وبذلك حول مطبوع الأصوات إلى رموز مجردة أي إلى حروف مما شكل عملية تجريد منظم للحروف أو الرموز البصرية وكان اختراع الطباعة بداية للنشر الجماهيري للكتب والجرائد والمجلات.²

¹ حسن عماد مكاي، الدكتور محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال (مصر: القاهرة، الدار العربية، لمنشر والتوزيع، 2006) ص : 73- 74.

² حسن عماد مكالي، محمود علم الدين، مرجع سابق، ص: 75.

المرحلة الالكترونية :

لقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال (التلغراف، التلفون، الفوتوغراف)، ثم التصوير الفوتوغرافي ثم الإذاعة المرئية "التلفزيون" وهذا استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية، فقد أحدثت هذه المرحلة ثورة في نظم الاتصال وحولت العالم إلى قرية كونية عالمية الكترونية يعرف الفرد فيها بالصوت والصورة والكلمة المطبوعة وقت وقوعه.¹

لقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين من أشكال التكنولوجيا ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل من أبرز مظاهر التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتين تفجر المعلومات وثورة الاتصال، ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسب الالكتروني في تخزين واسترجاع خالصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح، وبأسرع وقت ممكن أما ثورة الاتصال الخامسة فقد تجسدت في استخدام الأقمار الصناعية ونقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية وقد ظهرت في السنوات الأخيرة ابتكارات عديدة طورت صناعة الاتصالات السلكية و اللاسلكية، وحدثت هذه التطورات نتيجة طلب المستهلكين من جانب ودوافع التكنولوجيا في جانب آخر وتجسدت هذه التكنولوجيا في ما يلي :

- ✓ ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخداماته.
- ✓ ظهور عصر جديد للنشر الالكتروني حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون.
- ✓ ظهور التكنولوجيا الجديدة في مجال الخدمة التلفزيونية مثل : خدمات التلفزيون التفاعلي عن طريق الكابل.²

3- تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثه :

¹ رضوان بلخيرى: مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها (الجزائر، جسر لمنشر والتوزيع، 2014) ص : 243-244 .
² محمد سيد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية (مصر: القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 2006) ص : 18، 19، 20، 21.

• الانعكاسات الاجتماعية :

يمكن القول أن الأثر الأساسي للاستخدام المفرط لتطبيقات التكنولوجيا الاتصالية يتمثل في علاقة الفرد بمحيطه الاجتماعي ونسبة احتكاكه به، حيث أن العديد من الدراسات التي تناولت هذه الجوانب بينت أن هؤلاء الأفراد يحدث لهم نوع من العزلة والإنفراد وتراجع مدة جلوسهم مع أفراد عائلتهم وأصدقائهم ففي دراسة قام بها كريستوفر ساندريز نشرت في صيف 2000م تبين أن هناك عالقة بين استعمال الانترنت ومشاعر العزلة الاجتماعية والاكتئاب، وقد بينت دراسة أخرى أن الاستعمال الزائد للانترنت كانت لو عالقة مع انخفاض الاتصالية العالمية، ونقص حجم الدائرة الاجتماعية المحلية للعائلة مع زيادة مشاعر الاكتئاب والوحدة فالتقنيات الاتصالية تجعل الفرد يشعر بمتعة وانبساط، نظرا لإمكانيته الحديث مع أشخاص من كل أنحاء العالم وفي الوقت الآني المترامن وبالتالي ينفصل الفرد عن المجتمع الحقيقي ويدخل في مجتمعات افتراضية، ويصبح شخصا غريبا عن مجتمعه، وينقص اهتمامه بقضاياها وبأحداث محيطه الاجتماعي، ومع مرور الوقت يتحول إلى شخص منعزل تماما عن بيئته الاجتماعية ويصيبه ما يسمى بالانعزال الذاتي.

• الانعكاسات المختلفة عمى السلوكات والمواقف:

يمكن لمستعملي مختلف الوسائل التكنولوجية ولاسيما تطبيقاتها الالكترونية أن يتأثروا بالأشخاص الذين يتواصلون معهم، فيحدث جراء ذلك تغير في سلوكياتهم وتصرفاتهم، كما تتغير مواقفهم واتجاهاتهم المختلفة لأن اكتساب الاتجاهات الاجتماعية لدى الفرد يتم عن طريق التفاعل الذي يحدث بين الفرد وغيره من أفراد المجتمع، ونظرا لاندماج الفرد كمية في الاتصال مع أشخاص آخرين يحدث لو نوع من الشعور بالولاء والانتماء والالتزام بمعايير جماعته الافتراضية وبالتالي تبني مواقفهم وأفكارهم، بالإضافة إلى أن المحادثة لأوقات طويلة تجعل الفرد يتخلى عن سلوكيات كان يقوم بها لتحل محميا سلوكيات غيرها.¹

¹ إبراهيم بعزيز: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية (الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2012) ص : 74،75.

• التأثيرات السيكولوجية :

تخلق تكنولوجيا الاتصال الحديثة تأثيرات مختلفة حيث تسبب تعب العين والصداع فأجهزة الكمبيوتر تضطر الأفراد إلى استخدام أعينهم لوقت طويل نسبياً، وذلك على الرغم من أن العين قد صممت فيزيولوجياً بحيث ترى من مسافة معينة ومعقولة، ومن هنا فليس مستغرباً أن يتعرض الأفراد الذين يتعاملون بكثرة مع هذه الأجهزة لما يسمى بأعراض الرؤية الكمبيوترية وتتحدد أعراض هذه الرؤية في تعب العين والصداع والرؤيا المزدوجة والصورة المشوهة وارتفاع ضغط العين وعديد المشكلات الأخرى التي يسببها الاستخدام الغير العقلاني لشاشات وحدات العرض المرئي.

• مخاطر الإشعاع والمجالات الكهرومغناطيسية:

في السنوات الأخيرة تواترت الأخبار والتقارير في وسائل الإعلام، والتي تعكس القلق بشأن الهواتف المحمولة وشاشات العرض المرئي ومدى الضرر الذي قد تسببه حيث يوجد ثمة خلط بشأن ارتباط هذه الشاشات بحالات الإجهاض وتشوهات الجنين، كما تؤكد بعض التقارير أن الهواتف المحمولة والخطوط عالية القوة قد تسبب بعض أنواع السرطانات ويعتقد البعض أن الأفراد ذوي التعرض العالي للمجالات الكهرومغناطيسية يصبحون أكثر عرضة لمرض الزهايمر، ولعل من بين الأضرار التي تواترت عنها التقارير العلمية فقدان التدريجي للذاكرة عن طريق تعريض المخ للمجالات الكهرومغناطيسية، وهو ما من شأنه أن يؤدي إلى إصابة الإنسان بالأرق والصداع المزمن والإحساس بالخوف غير المبرر.¹

• الاتجاه إلى تفتيت الاتصال الجماهيري :

من أجل تنويع الخدمة العالمية ويفرز ذلك الاتجاه ما تتميز به تكنولوجيا الاتصال الجديدة من سمات اللاجماهيرية واللاتزامنية مما أدى إلى التركيز على الفرد الذي أصبح

¹ شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال – المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2000) ص: 34 ، 38، 39

هدفا رئيسيا للاتصال الالكتروني أسفرت هذه التغييرات في نظم وآليات الاتصال إلى حدوث تفكك في منظمة العالقات والقيم الاجتماعية إذ أصبحت العلاقات أحادية بين مرسل الرسالة الإعلامية ومستقبلها، وأصبح مؤشر التقدم في هذه العلاقة هو سرعة بث المعلومات حتى لو كان ذلك على حساب اعتبارات المعرفة.¹

4- مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديث :

• مجال التعليم :

- حل مشكلة ازدحام الصفوف بالطلاب من خلال ظهور التعليم عن بعد، والتعليم الإلكتروني الذي يعطي الطالب فرصة بتلقي تعليمه من أي مكان هو موجود فيه دون الذهاب إلى الغرف الصفية.
- عدم الاعتماد على الكتب الدراسية المقررة فقط في أخذ المعلومة وفهمها، بل من الممكن التنوع في المصادر، والاطلاع على المزيد من الشروحات التوضيحية للمادة التعليمية من خلال شبكة الإنترنت.
- استخدام تقنيات وأدوات حديثة تسهل عمليات شرح المادة التعليمية، وإيصال المعلومات للطلاب؛ مثل: استخدام الفيديو، واستخدام المحاكاة التي تحسن الأداء العملي للطلاب، فأصبحت العملية التعليمية تشاركية تركز على الطالب، وعدم اعتمادها على التلقين فقط.

• مجال الطب:

- وفرت الكثير من الأجهزة المتطورة التي تسهل عملية التشخيص، ومعرفة المرض الذي يعاني منه الشخص، فقللت الكثير من الوقت والجهد والتكاليف.
- إنجاز وإجراء الكثير من العمليات المعقدة داخل بطن الإنسان دون الحاجة إلى الجراحة العادية؛ مثل: عمليات الناظور المتعددة وعمليات الليزر، التي يصبح

¹ مصطفى محمد رجب: الإعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة (عمان، مؤسسة الوراق لمنشر والتوزيع، 2009) ص : 79، 80.

فيها الطبيب مجرد موجه ومشرف لهذه الأجهزة.

- الدقة والسهولة في معالجة المريض، وقيام الطبيب بعمله.

• المجال العسكري والدولي :

- سهلت تكنولوجيا الاتصال عمل المعابر الدولية والبحرية بين الدول من خلال استخدام الأنظمة المتطورة في تنظيم تنقلات البضائع والأشخاص بينها.
- أدت إلى تطور الأسلحة بمختلف أنواعها، مما زاد تحصين الدول، وحماية أراضيها ضد الدول المهددة لها.
- عقد الاجتماعات واللقاءات بين السياسيين والمهتمين من دول مختلفة عبر وسائل الاتصال المتعددة؛ مثل: الفيديو كونفرنس.

• مجال الحياة الاجتماعية:

- توفير وسائل ترفيهية ومسلية مختلفة لأبناء المجتمع، منها ما هو مفيد ومنها ما هو ضار، وهنا يجب مراقبة ما يتم مشاهدته وتلقيه من هذه التكنولوجيا.
- تقليل العلاقات الاجتماعية والتزاور بين الناس، فأصبحوا يلتقون على مواقع التواصل الاجتماعي، ويتبادلون أخبارهم عن طريقها.
- سهلت الاتصال بين الأفراد، وخاصة لمن يعيشون خارج البلد الأم، ومن يبتعثون للدراسة في الخارج¹.

¹ تاريخ التصفح (2024/03/23) www.teb21.com/article/aspects-of-communication-technology-on-human-life

الفصل الثالث

الأعلام الجديد

• الإعلام الجديد:

نشأ الإعلام الجديد بعد التطور المذهل لشبكة الإنترنت التي نشأت فكرتها في الستينيات من القرن الماضي، وتعتبر حالياً أكبر جزء في تقنية المعلومات وهي أداة اتصال وتواصل بين كافة الأفراد في جميع أنحاء العالم. كما ساهم انتشار الحاسوب وتوسع استخدام الشبكة آثاراً كبيرة على جميع المجالات خاصة بعد تزايد تطبيقات التقنيات الحديثة للاتصال في مجال الإعلام الذي أدى إلى ظهور الإعلام الإلكتروني بمختلف أشكاله المكتوبة والمسموعة والمرئية.¹

1- مفهوم الإعلام الجديد :

هناك عدة تعاريف لهذا الإعلام الذي تعددت وسائله وخصائصه مما انعكس على هذه التعاريف. سنقف عند بعضها.

حسب قاموس "التكنولوجيا الرقمية" فالإعلام الجديد هو اندماج الكمبيوتر وشبكاته والوسائط المتعددة.²

كما يعرف بأنه العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر وهي الكمبيوتر الشبكات، والوسائط المتعددة.³

ويعرفه الباحث " لسيتر " بأنه مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من تزواج الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.⁴

كما أن الوسائط الحديثة للاتصال المتمثلة في الفيسبوك، تويتر وغيرها يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي لينتج بذلك إعلام يتزواج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص ص 48-49.

² عباس صادق، العالم الجديد: دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، متاح على: (WWW.jadedmedia.com) تاريخ التصفح (2024/03/17).

³ محمد علاوة، الإعلام الجديد: المفهوم، الخصائص، والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي وطبيعة العالقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات العالمية، المجلد الأول، العدد الأول والثاني، جوان 2017، ص 163.

⁴ عباس صادق، المرجع السابق ذكره.

عليها السلطة الرابعة وبين التقنية الحديثة التي تتيح الفرصة للإعلام التقليدي ليكون أكثر
نما من الناس أيضا قريبا ليس من الحدث فحسب وإنما من الناس أيضا يسمح هذا الإعلام
بعرض العالم الجديد بكل أبعاده العقلية والسياسية والاقتصادية من خلال تقنيات بثه
واستيداعه واسترجاعه وهي تطورات مادية جاءت ضمن سياق التطور الإنساني.¹

فالإعلام الجديد هو نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم
والمبادئ العامة والأهداف، ويختلف عنه كونه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام
الحديث وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، كما يوصل المضامين المطلوبة
بأشكال متميزة ومؤثرة عبر تقنية الإنترنت، حيث تسمح للإعلاميين بتقديم البرامج والمواد
العالمية بطريقة إلكترونية بحتة. كما يستخدم النص والصوت ومستويات مختلفة من التفاعل
مع الجمهور لمعالجة وتحليل الأخبار ونشرها عبر الشبكة بسرعة.²

2- عوامل تطور الإعلام الجديد :

تقف وراء ظهور الإعلام الجديد عدد من العوامل الرئيسة والتي منها مرتبطة بالتطور
التكنولوجي والتقني وأخرى تتناغم مع حاجات الجمهور لهذا نوع من الإعلام ورغبة منه
في ممارسة الإعلام بنفسه، فضلاً عن العوامل الاقتصادية والسياسية، ويمكن تحديد هذه
العوامل فيما يأتي :

➤ العامل التقني:

التمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر، تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا
الاتصالات، ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت
هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الشبكات
(الإنترنت)؛ لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى، المطبوعة
والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية. وقد انعكس أثر هذه التطورات

¹ ألبير غوثي بشير، البههاني يعقوب، النظام الاعلامي الجديد، دار رؤى للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 31.

² علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، مرجع سبق ذكره، ص 51-52.

التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام، صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها. فقد انكمش العالم مكانا وزمانا، وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي، وبين الحاضر والغائب، وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

➤ العامل الاقتصادي:

يبرز العامل الاقتصادي في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع في حركة السلع ورؤوس الأموال، وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها، تتعاضد أهميتها يوما بعد يوم.

بقول آخر، إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية العولمة الأسواق، وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفزيونية من جانب آخر.

➤ العامل السياسي:

يتمثل العامل السياسي في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية، بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاحر بالصراعات والتناقضات.

وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جدا ، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية. ومع تطور تقنيات الإعلام الجديد اكتسبت ظاهرة المدونات الإلكترونية "Blogs" زخماً كبيراً ، وأحدثت ردود فعل عديدة على المستويين الرسمي والشعبي، كما أثارت جدل مستمرا بين المعنيين من السياسيين والإعلاميين والأكاديميين والمختصين والمهتمين

باعتبارها "صحافة بديلة أو أنها منفذ جديد للتعبير الحر دون رقابة، كما أثارت نوعاً من الشك في أن تكون سبباً في التفتيت واثارة النعرات الطائفية.¹

➤ العامل الاجتماعي :

أدى تغيير ثقافات الدول وعاداتهم وتقاليدهم والاهتمام بالقضايا الاجتماعية من المواطنين إلى اجتذاب الناس نحو وسائل الإعلام الجديد للحصول على الأخبار والمعلومات سواء أكانت محلية أم عالمية، مثل: مواقع الأخبار أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الإعلامية على الهواتف المحمولة خاصة وأن نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسهل وأسرع للمعلومة، فضلاً عن رغبة الجمهور في التواصل الاجتماعي وإقامة علاقات صداقة مع أشخاص لا يمكنهم الالتقاء بهم لولا توفر وسائل الإعلام الجديدة.²

3- مظاهر الإعلام الجديد :

- تسهيل الحصول على المعلومات وهي لا تزال جديدة من مصادرها المباشرة، فبمجرد نقرة على شاشة الكمبيوتر ينتقل القاري من موقع إلى موقع أينما أراد على وجه الأرض، ويقراً عن أي موضوع يشاء وبأي لغة يفهم.
- تسهيل إيصال المعلومات إلى الجمهور دون تحكم من الحكام المستبدين أو غيرهم، وتوفير المعلومات الصحيحة هو أول خطوات التغيير، وقد كان احتكار الحكام للمعلومات في الماضي من أهم الرسائل التي يحتمون بها.
- التمكن من إيصال الرسالة الإعلامية دون تدخل موجه من أباطرة الإعلام الذين اعتادوا

¹ تم التصفح بتاريخ (2024/03/24) - www.almerja.net

² تم التصفح بتاريخ (2024/03/24) - www.yarisaha.com

التصرف في المعلومات التي تصلهم وصياغتها وإخراجها بالطريقة التي تختتمهم على حساب المرسل الأصلي ورسالته.

- رخص ثمن الاتصالات بل ومجانيتها في أغلب الأحوال مما يجعلها متاحة للجميع، ولا مجال لاحتكارها من طرف الحكومات القمعية أو الشركات الاحتكارية ومن فوائد رخص ثمن الاتصالات إشراك عامة الناس في المعلومات.¹
- كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى.
- ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحيانا من غير المتخصصين في الإعلام، إلا أنهم أصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد، بما يتفوقون فيه على أهل الاختصاص الأصليين.
- ظهور منابر جديدة للحوار، فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية، وبسرعة فائقة.
- ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور.
- ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة.
- المشاركة في وضع الأجندة.
- نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية.
- تقنيت الجماهير.^{2 3}
- ساهمت الوسائط الإعلامية المتعددة في ظهور إعلاميين غير مختصين في المجال الإعلامي، ولكن أتقنوا محتويات وآليات عمله، بمساعدة التطبيقات التي أصبح يعتمد عليها في عمل الإعلام.

¹ تم التصفح بتاريخ (2024/03/24) - www.almerja.com

² الشميمري، فهد. التربية الإعلامية. مصر: دار اقرأ الدولية، 2011

³ شعراوي، زامل عبدالله. العلاقات العامة وأهمية الاعلام الجديد. جدة:، 1435هـ.

- تعدد المنصات الإعلامية الحوارية الجديدة، التي أسهمت بالتسهيل على الأفراد ومؤسسات الإعلام والمجتمع، من توصيل رسائلهم، والتفاعل مع المعلومات، والتعبير عنها.

- كسرت قاعدة تحكّم المؤسسات الإعلامية والصحفية في كل ما يُنشر ويُبت للجمهور.¹

4- خصائص الإعلام الجديد :

يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص ومن أهمها :

• التفاعلية :

التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً ومهماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية، والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدتها متى أرادها وبالشكل الذي يريده. في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلاً. ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي، ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

¹ أ ب محمد علاوة، "الإعلام الجديد : المفهوم، الخصائص والعوامل، التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة العلاقة بينهما"، المجلة العلمية الجزائرية، اطلع عليه بتاريخ 2022/2/1. بتصرف.

يقول أحمد محمد يوسف في هذه الخاصية: "تعتبر التفاعلية من أهم وأبرز خاصية للإعلام الجديد حيث أن المجتمعات بحاجة إلى استخدام هذه الوسيلة المعاصرة التي قربت لهم المسافات، ووفرت لهم الوقت، وضمنت لهم السرعة الفائقة في تأدية وإيصال المعلومة إلى أبعد ما يمكن وإلى الكمية أو الأعداد الهائلة المرجوة في تواصلها، وتقديم خدمة إعلامية في مجال حياتهم المختلفة لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية وفكرية ودينية، لذا أن المستخدم يتلقى ويستقبل المعلومة، كما أنه يتفاعل معها بالمشاركة رداً أو تقديماً أو طرحاً لما يبدو له من فكرة ورأي، فإنه من الممكن أيضاً للمتلقي التفاعل مع كثير من تلك الوسائل في وقت واحد أو في أوقات مختلفة.¹

• الاجماهيرية :

الاجماهيرية كانت سمة الإعلام التقليدي أو القديم، أما الإعلام الجديد فقد اتسم بالاجماهيرية التي تعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد بعينه أو إلى جماعة بعينها، وليس إلى جماهير عامة كما كان وضع الإعلام سابقاً، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من مصدر الرسالة إلى متلقيها، وأن خط السير والوصول إلى الجهة المعنية محدود ومعلوم. بهذا يمكن القول إن لها صفة الخصوصية حيث يمكن للمتلقي التعامل مع تلك الوسائل بخصوصية تامة، وفق ما يريده.²

• التخزين والحفظ : هذه السمة تسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها. وفي ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه

¹ أحمد محمد يوسف، الإعلام الجديد مفهومه ومميزاته، مجلة الوفاق، العدد 54، 2009م، ص 29.

² عبد الرحمن علي أسماعيل، الإعلام الجديد المفهوم والخصائص، مجلة الوطن، العدد 121، 2011م، ص 44.

الدخول عليها في أي وقت، ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله. هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام القديم والتي إذا فات المتلقي جزءاً فإنه لا يمكن استرجاعه بسهولة، كما أن الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوباً للتخزين بالبريد الإلكتروني، وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الإنترنت ومواقعها المتعددة.

وقد يشمل هذا الحفظ والتخزين على حفظ الوثائق والمستندات التاريخية التي يمكن الاستفادة منها لصالح التغيير في مراحل قادمة، فالإعلام الحديث وإعلام وثائقي يوثق الحدث بالصوت والصورة والكتابة، وللمؤسسات الإعلامية الحديثة أرشيفات مختلفة ومتنوعة، تكون عند البعض على شكل مكتبات كبيرة.¹

• التنوع :

تعني خاصية التنوع في عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته وميوله ودافعه للاتصال، وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل الإعلامي الذي يقوم بناءاً على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي، وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره، والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبّي حاجاته المتعددة والمتجددة. وتعني هذه الخاصية أيضاً أن المستخدم أو المتلقي يجد في الإعلام الجديد جميع الوسائل المقروءة، والمسموعة، والمرئية.²

• الوفرة والسرعة :

تعمل كثير من وسائل الإعلام الجديد على مدار الساعة، ولذلك فهي متوفرة للمتلقي في كل وقت، وتتيح له سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام فيها في كل حين وأن،

¹ عبد الله عبد الرحمن محمود، ثنائية الإعلام والتغيير، الشاهد، مركز الشاهد للدراسات الإعلامية، 2015م، ص 3.

² سالم عبد القادر عيسى، الإعلام الجديد.. المفهوم والخصائص والأهمية، الأحداث، العدد 63، 2010م، ص 31.

حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنتشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.¹

• العالمية:

أصبحت وسائل الإعلام الجديد عالمية الطبع بكل المقاييس من حيث الاستخدام والانتفاع والتواصل والاستقبال. وعليه نرى أن التطور التقني الهائل ساعد على تجاوز هذه الوسائل الحدود الجغرافية بل السياسية والثقافية، بحيث أن الصحف المحلية والإذاعات وقنوات التلفاز بسبب الطفرة التقنية الإعلامية اجتازت حدود القارات والبلدان، وبدأت الأشخاص والمجتمعات تتواصل وتتعارف وبل تخلق علاقات من غير معرفة مسبقة وبمختلف الأجناس والأفكار والأديان، حيث لم تترك هذه الوسائل الإعلامية مجالاً لم تدخل فيه، فجميع المجالات بلا استثناء ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية ودينية صارت ميداناً لهذه الوسائل الإعلامية. وهذه إشارة إلى أن وسائل الإعلام الجديد عالمية، وخاصة مع شبكة الشبكات (الإنترنت) كما قال نسرين حسون: “تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطويرها، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الإنترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبقة، نتيجة توفر إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها. مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء الاتصال بالعالمية أو الكونية على المستوى الثنائي أو الجماعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف، أو على المستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التلفزيونية وصحف الشبكات التي أصبحت يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست على الرغم من اختلاف لغات البث والإذاعة”.²

• الحركة والمرونة:

¹ محمد عباس المكي، مميزات الإعلام الجديد بين الإيجابية والسلبية، مجلة المعرفة، العدد129، 2012م، ص 52.
² الإعلام الجديد المفهوم والوسائل، ص 21.

حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل المزودة بطابعة، وحاسب الإنترنت، والهاتف الجوال، وتليفون السيارة، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات، وجهاز فيديو الصغير، وجهاز فاكسميل والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية، كل هذه الوسائل التي تمّ الإشارة إليها لها قابلية التحريك من مكان إلى آخر، وأنه يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال أثناء حركته هذا غاية في المرونة أيضا.¹

5- منصة اليوتيوب كنوع من أنواع الإعلام الجديد :

• نشأة اليوتيوب :

تأسس موقع اليوتيوب كموقع مستقبل في 14 فبراير 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم تشاد هيرلي (أمريكي) وستيف تشبن (نابواني) وجواد كريم بنغالي الذين يعملون في شركة pajpal المتخصصة في التجارة الإلكترونية. وبما أن جواد كريم ترك رفقائه للحصول على درجة علمية في كلية سنانفورد ليصبح الفضل الحقيقي لليوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا بالمتابعة في تكوين أحد اكبر الكابنات في عالم الويب في الوقت الحالي، والجدير بالذكر أن مولد youtube قد شدته مدينة menlapark في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية وقد تم إطلاق الموقع للعامة في ماي من العام نفسه، وإطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام 39 نوفمبر من عام 2006، وبعد أن حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات النمو للنمو على الشبكة العالمية وحصد المركز الخامس كأكثر المواقع زيادة على مستوى العالم حسب موقع إكسا، وفي 19 أكتوبر من عام 2006 ثم شراء موقع اليوتيوب من طرف العملاق Google ليتحول إلى شركة بإدارة ومؤسسة ملكة غوغل.²

• خدمات اليوتيوب :

¹ عبد الله أساي، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة المعارف العلمية، العدد 43، 2012م ص 55.

² بلعراي، 2017-2018، ص 60.

يقوم موقع اليوتيوب youtube على فكرة مبدئية هي: بك لنفسك أودع نفسه yourself " broadcast يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى ويعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو ويعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية :

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو و تسميتها في جميع أنحاء العالم وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.
- العثور على جماعات فيديو والاتحاق ا وتسهيل الاتصال مع من لديهم نفس الاهتمام والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.
- دمج مقاطع الفيديو والخاصة باليوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل: اي، ب، باي، وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة .
- يستطيع المستخدمون اختيار عرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحمل .
- يحتوي اليوتيوب على للأحداث الحاصلة لأعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش، والأكثر اتصالا بمواقع أخرى .
- تضيف مقاطع الفيديو أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا .

- لا يقدم اليوتيوب عادة رابط تنزيل (الملفات الفيديو الخاصة به ويهدف إلى أن يتم مشاهدا من خلال واجهة الاستخدام الخاصة بالموقع نفسه ولكنه يسمح للمستخدمين على مشاهدة ملفات الفيديو على صفحات ويب خرج الموقع نفسه فكل ملف فيديو على الموقع اليوتيوب يكون مصحوبا بكود html يمكن استخدامه في تضمين ملف الفيديو في أية صفحة خارج موقع ويب يوتيوب وغالبا ما يتم استخدام هذه الإمكانية

في تضمين ملفات فيديو اليوتيوب في صفحات خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك المدونات .

- يمكن تنزيل ملفات الفيديو من اليوتيوب بواسطة خاصية أو عبر مواقع متخصصة كما أن أجهزة الهاتف المحمولة الذكية لها قدرة على الوصول إلى ملفات اليوتيوب، وذلك اعتمادا على مزود خدمة الانترنت وإمكانية التنزيل البيانات إلى جهاز الموبايل.¹

- تأثير موقع اليوتيوب على الشبكة العالمية :

قام موقع اليوتيوب بإحداث طفرة في عالم الانترنت فقبله كان مستخدمو الانترنت لا يستطيعون نشر فيديو هام أو عرضها للمشاهدة أونلاين، و كان المتاح هو إرسالها عبر البريد الإلكتروني بحد أقصى ثوان معدودة ولكن موقع يوتيوب، فقد أصبح من السهل نشر ومشاركة الفيديوهات ليشاهدها كل مستخدمي الانترنت حول العالم وأصبح كل شخص حتى من الهواة يمكنه عمل قناة خاصة في أي مجال.²

• إيجابيات وسلبيات موقع اليوتيوب :

• إيجابيات موقع اليوتيوب:

- يقوم موقع يوتيوب بعرض مقاطع الفيديو بجودة عالية وهذا خلال استخدامه لتقنية "دوب فلاش".

- لا يسمح موقع اليوتيوب برفع مقاطع يزيد زمنها عن عشر دقائق ويزيد حجمها عن واحد "جيجا بايت" مع العلم أنه منذ انطلاق الموقع في البداية كان في وسع المستخدمين بتحميل مقاطع فيديو يزيد زمنها عن عشر دقائق ولكن ذلك تم تغييره الآن مع إبقاء المستخدمين

¹ مصطفى صادق، ص18-19.

² بارست، لعور، 2016، ص64.

نادرا ما تخضع مقاطع الفيديو والمنشورة على اليوتيوب للمراقبة المسبقة، وقد يحدث ذلك في وقت لاحق وبحلول ذلك الوقت يكون الضرر قد حدث بالفعل.

• القضايا القانونية / حقوق النشر:

عندما تنتشر مقطع فيديو عبر الانترنت على مواقع مثل اليوتيوب يصبح ملكا للجميع بمعنى آخر يصبح في النطاق العام ويمكن للآخرين تنزيله وحتى إعادة استخدامه.

• المحتوى الذي يروج للكراهية أو العنف : هذا محبط لكنه صحيح للأسف، ففي الآونة الأخيرة أثير الكثير من اللغظ حول بعض محتويات موقع اليوتيوب كونه يروج للكراهية أو العنف .

• موافقة الوالدين والقاصر:

اكتشف موقع اليوتيوب أن بعض مستخدميه خاصة القصر، يقومون بتحميل المحتوى مباشرة على المنصة، ووجد بعضهم تتم دون موافقة الوالدين، وهذا يمثل مشكل لليوتيوب بتحديث صفحة شروط الخدمة الخاصة بهم، وذلك لدرء المسؤولية القانونية.¹

¹ إيجابيات وسلبيات موقع اليوتيوب، 2020.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل اشكالية الدراسة تساؤلاتها وتحديد أهدافها أهميتها وأسباب اختيارها، كما تناولنا منهج الدراسة وأدواته وحدودها، كما تم تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة، وتحديد الدراسات السابقة اضافة إلى المقاربة النظرية للدراسة، وتعد هذه الإجراءات المنهجية لبنة أساسية في بناء الدراسة الميدانية من خلال الإحاطة بمتغيرات الظاهرة، فقد بين هذا الفصل الدور الذي تلعبه هذه الخطوات في تدعيم الدراسة الحالية وتفسيرها وتحليلها ومقارنة نتائج هذه الدراسات والنتائج التي سنتوصل إليها، أي من خلال هذه الخطوات يمكن للباحث أخذ نظرة جيدة حول الظاهرة لينطلق منها حول فهم ووضع تفسيرات أكثر عمقا لها من أجل النزول إلى الميدان.

الفصل الرابع

الجانب الميداني

للدراسة

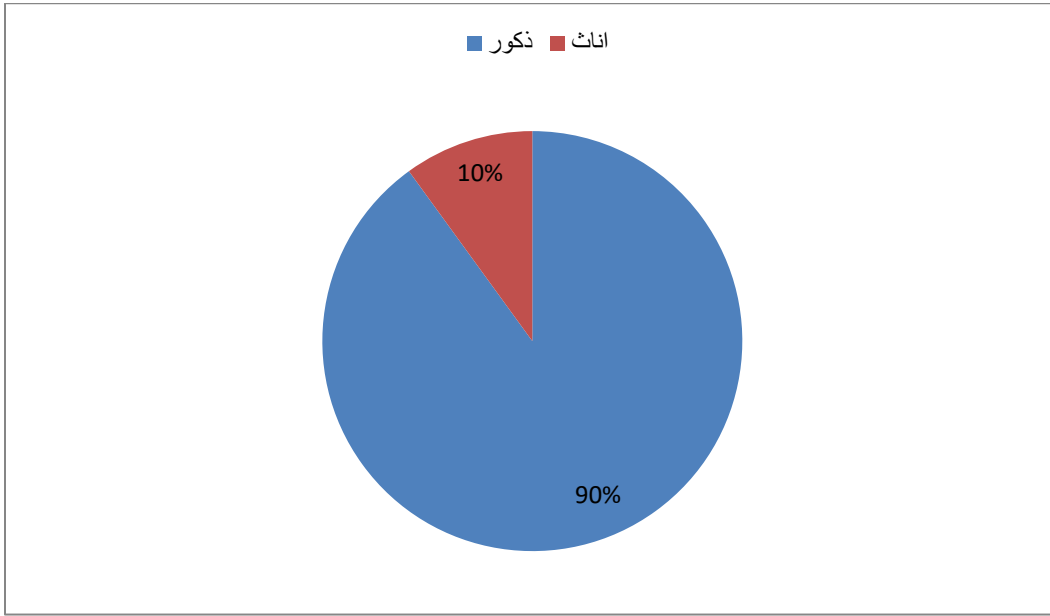
تمهيد:

بعد تعرضنا لمختلف الجوانب النظرية في الفصلين السابقين والتي لها علاقة بموضوع دراستنا " دور اليوتيوب في اكتساب مهارات لدى الشباب "، سوف نستعرض في هذا الفصل التطبيقي إلى مناقشة وتحليل البيانات، التي جمعت (حلاقين مدينة الأغواط) معتمدين بذلك على أداة استمارة الاستبيان والتي ساعدتنا في جمع المعلومات حول مجموعة الأسئلة المتعلقة بدور اليوتيوب و مدى تأثيره على اكتساب مهارات لدى الشباب (حلاقين مدينة الأغواط) ودوافع استخدامهم لها، و كيفية تفاعلهم معه والاشباع التي يحققها لهم، وهذه المؤشرات شكلت محاور الاستمارة.

* أولاً : تحليل البيانات الأولية

الجدول رقم : (01) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

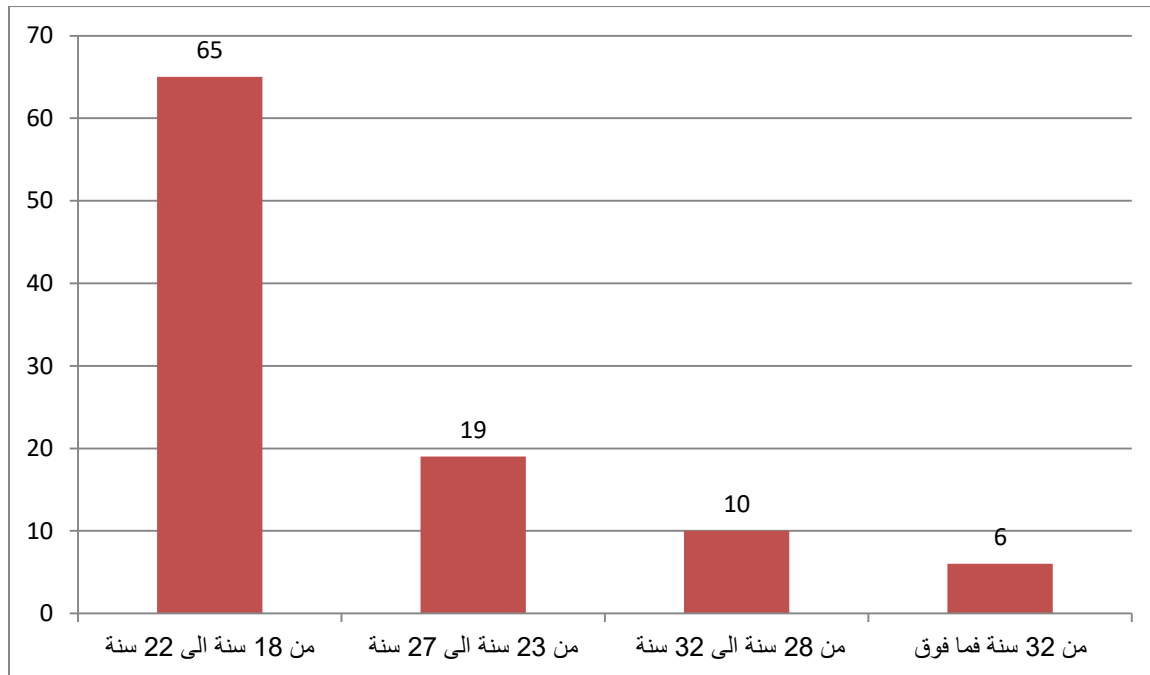
النسبة المئوية	التكرار	نوع الجنس
%90	28	ذكور
%10	3	إناث
100	31	المجموع



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (01) والشكل رقم (02) أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة متغير الجنس أن نسبة الذكور فاقت نسبة الإناث المقدر بـ 90% ذكور مقابل 10% إناث ، ويمكن تفسير ذلك بالعدد الكبير للعنصر الذكوري على أنه المهتم الأكبر بالحلاقة من خلال محاولة تعلمه و التطوير من مهاراته بواسطة قنوات اليوتيوب الخاصة بالحلاقة عكس العنصر الأنثوي حيث يعتبره مضيعة للوقت.

الجدول رقم (02) يمثل توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
65%	20	من 18 سنة الى 22 سنة
19%	6	من 23 سنة الى 27 سنة
10%	3	من 28 سنة الى 32 سنة
6%	2	32 سنة فما فوق
100	31	المجموع

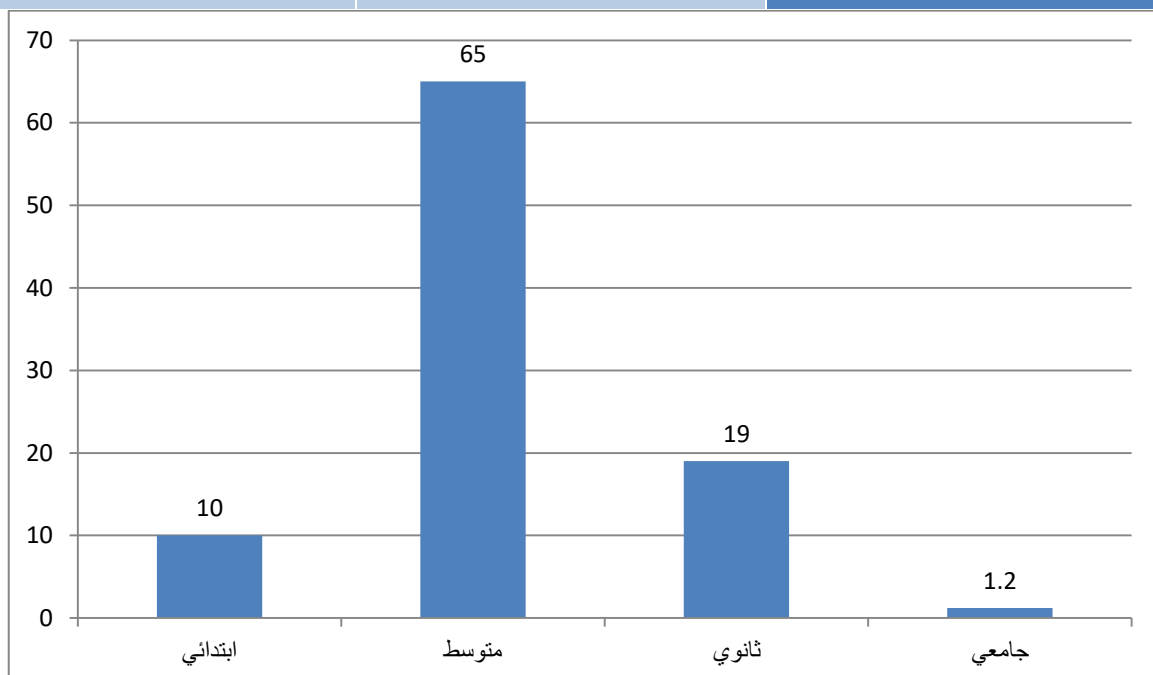


يوضح الجدول رقم (02) والشكل رقم (03) أعلاه أفراد العينة حسب متغير السن حيث

قدرت نسبة الفئة العمرية (18 سنة إلى 22 سنة) 65% وهي أكبر نسبة ثم تليها الفئة العمرية (23 سنة إلى 27 سنة) بنسبة 19%، ثم فئة (من 28 سنة إلى 32 سنة فما فوق) بنسبة 10% في حين أن فئة (32 سنة فما فوق) سجلت أقل نسبة 6%.

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي

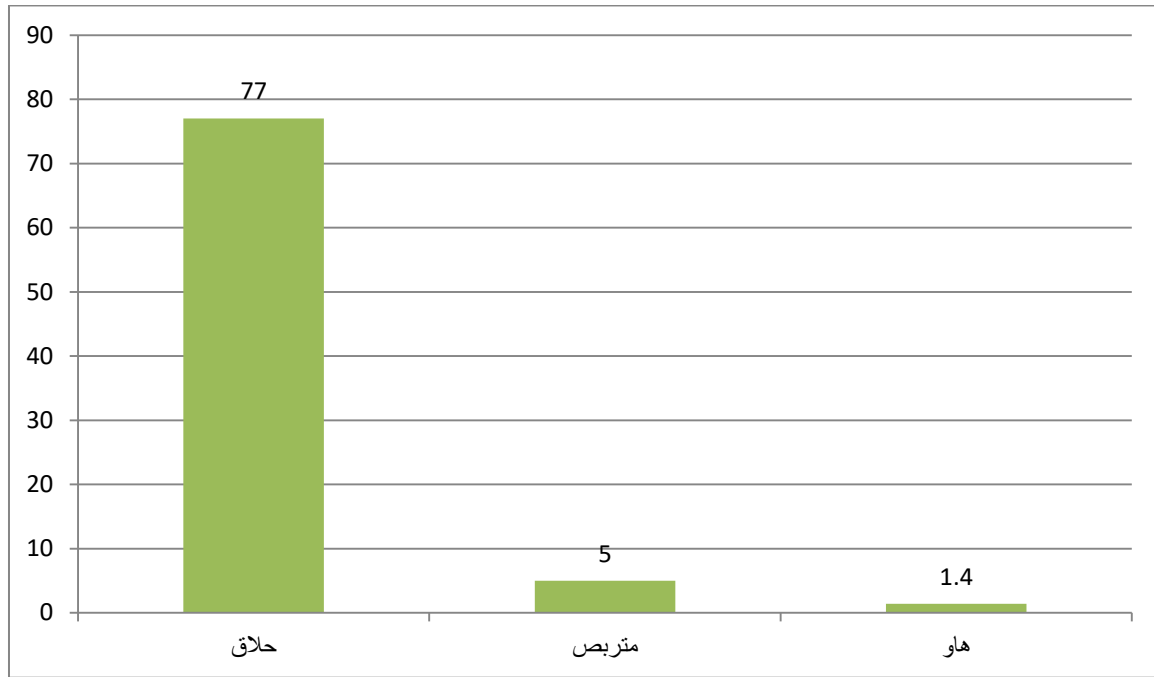
النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
10%	3	ابتدائي
65%	20	متوسط
19%	6	ثانوي
6%	2	جامعي
100	31	المجموع



نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) والشكل رقم (04) والذي يمثل توزيع أفراد العينة متغير المستوى الدراسي أن أغلبية، أفراد العينة درسو في المتوسطة حيث سجلت نسبتها 65% وجاءت بعدها بنسبة 19% الفئة التي درست في الثانوية، لتليها الفئة التي درست في الابتدائية بنسبة 10% فيما جاءت الفئة الأخيرة و التي درست في الجامعة بنسبة قدرت بـ6%، وهذا مراده إلى أنهم فضلوا الولوج في عالم الحلاقة و العمل.

الجدول رقم (4): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
77%	24	حلاق
16%	5	متربص
6%	2	هاوي
100	31	المجموع



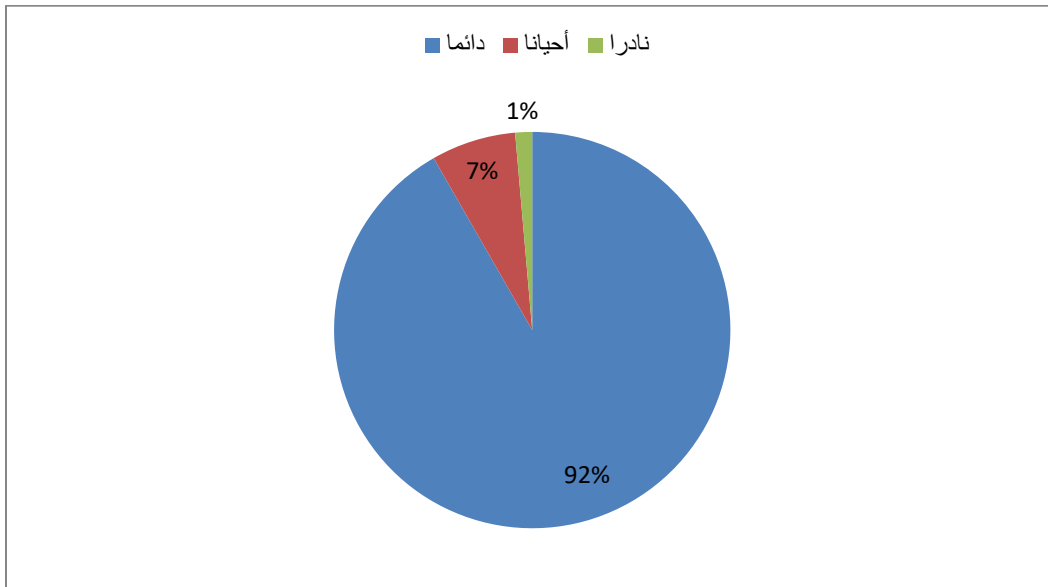
يوضح الجدول رقم (04) والشكل رقم والشكل رقم (05) أعلاه تقسيم أفراد العينة حسب متغير المهنة حيث نجد أن أكبر نسبة قدرت بـ 77% يعملون حلاقين، وهذا راجع إلى أن عددهم أكثر من بقية أفراد العينة حيث بلغت نسبة المتربصين 16% و الهواة بنسبة 6%.

*** المحور الثاني : دور اليوتيوب في استلهم حلاقي مدينة الأغواط منه و**

تعلم فنون الحلاقة منه

الجدول رقم : (05) يمثل توزيع حسب مشاهدتهم للقنوات اليوتيوب

الحالات	التكرار	المجموع
دائما	29	93%
أحيانا	3	7%
نادرا	0	0
المجموع	31	100

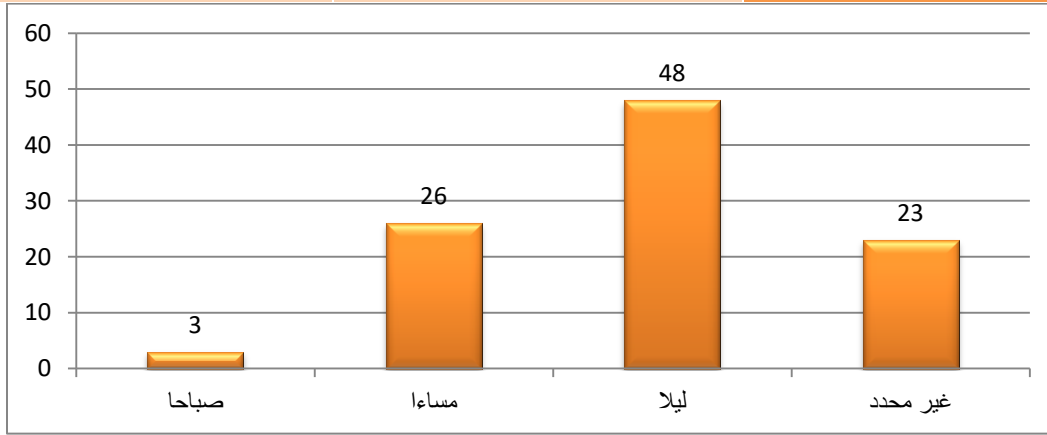


من خلال الجدول رقم (05) والشكل رقم (06) أعلاه نلاحظ أن 93% أفراد العينة من يشاهدون قنوات اليوتيوب بشكل دائم، وهذا يدل أن أفراد العينة وجدوا ما يتوافق ويشبع رغباتهم وحاجاتهم، ومواكبة كل ما هو جديد، بينما نجد نسبة 7% يشاهدونها من حين لآخر، وهذا راجع إلى ضيق الوقت أو التفرغ لأولويات أخرى، فيما بلغت أقل نسبة وهي 0% للذين يشاهدونها بشكل نادر.

الجدول رقم : (06) يمثل الوقت المفضل لدى حلاقي مدينة الأغواط في

مشاهدة قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الفترة
3%	1	صباحا
26%	8	مساء
48%	15	ليلا
23%	7	غير محدد
100	31	المجموع

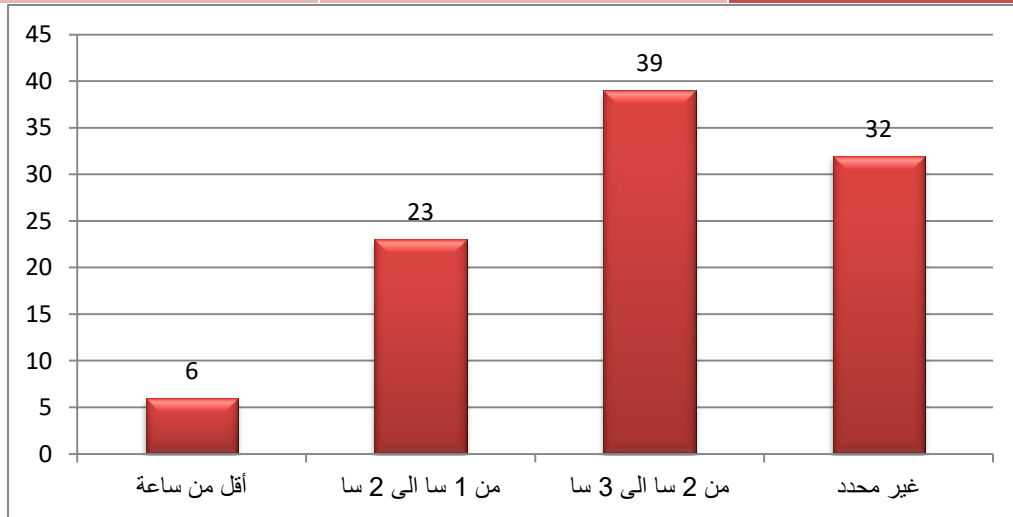


جاء نتائج الجدول رقم (06) والشكل رقم (07) أعلاه والذي يمثل الوقت المفضل لحلاقي مدينة الأغواط في مشاهدة قنوات اليوتيوب أن الفترة الليلية أكثر الفترات تفضيلا لهم بنسبة 48% ويرجع هذا إلى كونها وقت تفرغهم واستراحتهم، وأنهم غير مقيدين بأي أعمال وكذا مساعدتهم في الخلود للنوم، ثم نسبة 26% في الفترة المسائية بمعنى أنهم يتابعونها في عدم حضور زبون ، لتليها الفترة الغير محددة بنسبة 23% بمعنى أنهم يتابعونها في الظروف التي تلائمهم، وحسب تفرغه ، فيما جاءت فترة الصبيحة في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرت ب 3% وهذا مراده أن الفترة الصباحية معظم الحلاقين مشغولين بعملهم وهو السبب وراء انخفاض مشاهدتهم لها.

الجدول رقم (07): يمثل المدة الزمنية التي يستغرقها الطلبة أثناء مشاهدة

قنوات اليوتيوب

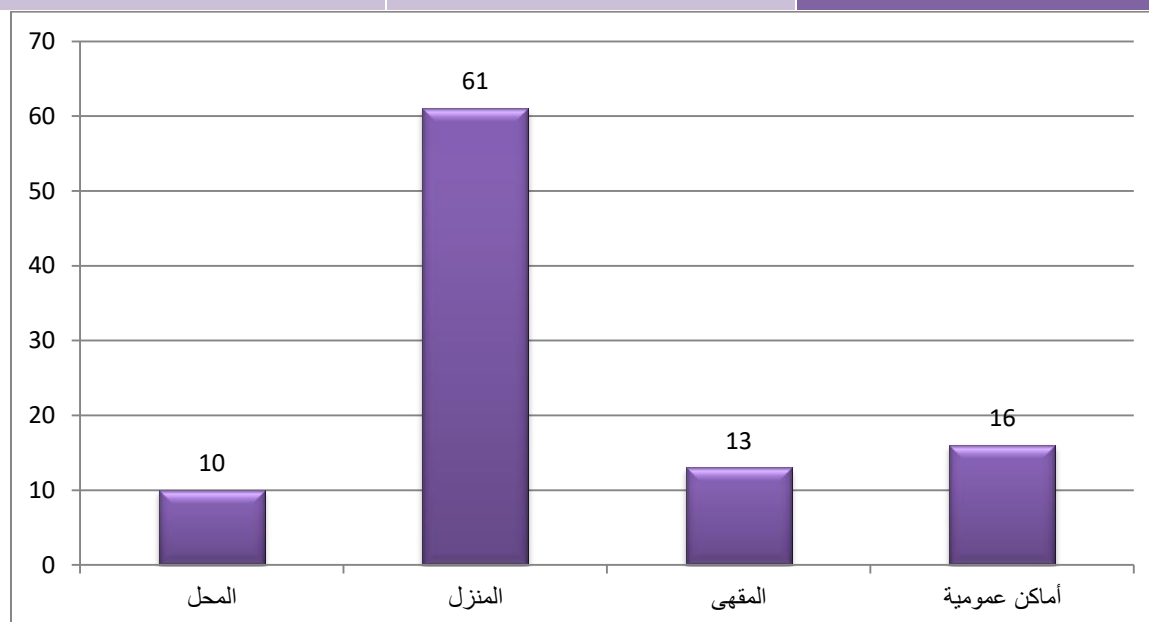
النسبة المئوية	التكرار	المدة
6%	2	أقل من ساعة
23%	7	من 1 سا الى 2 سا
39%	12	من 2 سا الى 3 سا
32%	10	غير محدد
100	31	المجموع



أشارت نتائج الجدول رقم (07) والشكل رقم (08) الذي يمثل المدة الزمنية التي يستغرقها حلاقي مدينة الأغواط في مشاهدة قنوات اليوتيوب الخاصة بالحلاقة إلى أنهم يشاهدونها بشكل مكثف، حيث بلغت أكبر مدة زمنية للذين يشاهدون هاته القنوات من 2 سا إلى 3 سا بنسبة 39%، وهذا دليل إلى أن القنوات اليوتيوبية الخاصة بالحلاقة تلعب دورا مهما في حياتهم اليومية، ثم تليها فترة غير محددة بنسبة قدرت بـ 32%، و نسبة 6% في جلسة أقل من ساعة و يرجع هذا لاستخدامهم مواقع أخرى غير قنوات اليوتيوب (فيسبوك، تويتر، انستغرام...).

الجدول رقم (08): يمثل المكان المفضل لمشاهدة قنوات اليوتيوب

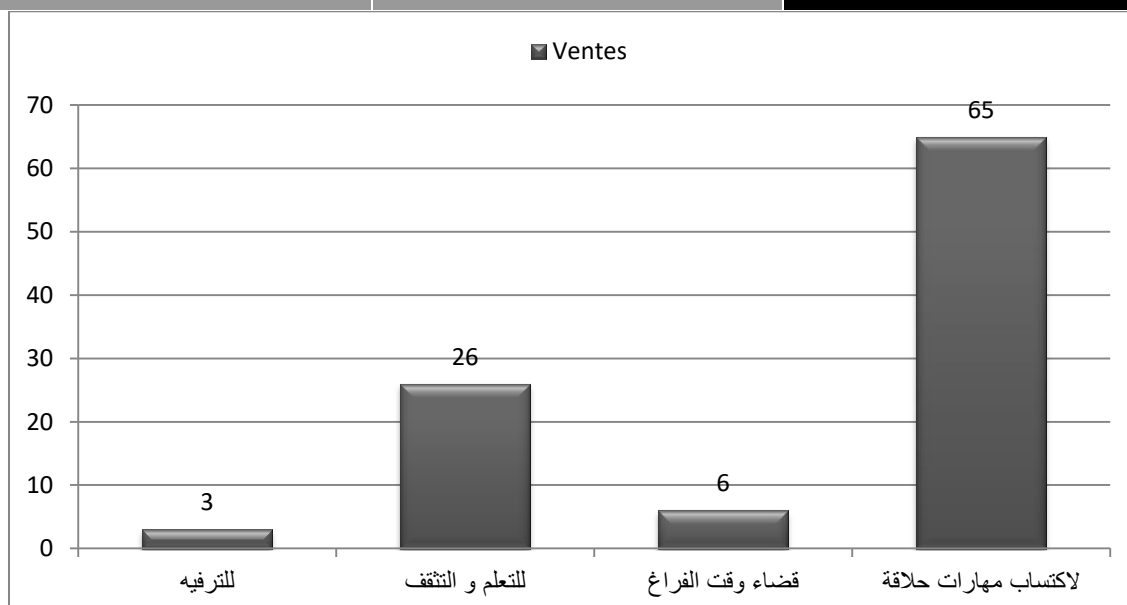
النسبة المئوية	التكرار	المكان
10%	3	المحل
61%	19	المنزل
13%	4	المقهى
16%	5	أماكن عمومية
100	31	المجموع



يبين الجدول رقم (08) والشكل رقم (09) أعلاه الأماكن المفضلة لأفراد العينة في مشاهدة قنوات اليوتيوب، حيث أظهرت النتائج أن أغلبية حلاقين مدينة الاغواط يفضلون المنزل بنسبة 61% بقوة ويمكن تفسير ذلك إلى كثرة الاشتراكات في خدمة الانترنت بالجزائر ما أدى لتوفيرها في المنازل (موبيليس، جيزي، أوريدو)، الأمر الذي جعل الحلاق يستغني عن الذهاب لمقاهي انترنت بالإضافة كون أنهم في المنزل لديهم الوقت الكافي ويكونون في وضع يسمح لهم بمشاهدة قنوات اليوتيوب، ثم تليها الأماكن العمومية بنسبة 16%، أما المرتبة الثالثة فكانت للمقاهي بنسبة 13%، فيما جاءت بأقل نسبة المحلات ب 10% وبالتالي فهم يفضلون متابعته بشكل أفضل أين يوجد حاسوب وسرعة وتدفق انترنت قوي.

الجدول رقم (09): يمثل هدف حلاقي مدينة الأغواط من استخدام اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الهدف
3%	1	للترفيه
26%	8	للتعلم و التثقف
6%	2	قضاء وقت الفراغ
65%	20	لاكتساب مهارات حلقة
100	31	المجموع



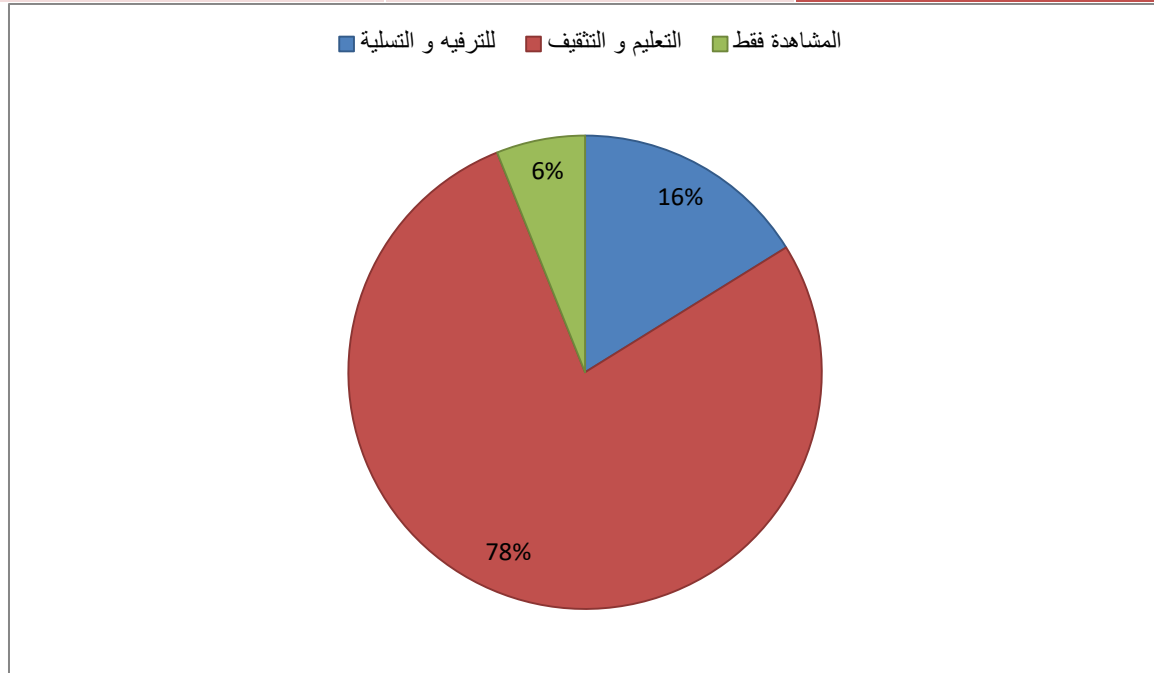
يبين الجدول رقم (09) والشكل رقم (10) أعلاه هدف حلاقي مدينة الأغواط من استخدام اليوتيوب حيث اغلبية الحلاقين هدفهم من استخدام اليوتيوب للتعلم واكتساب مهارات حلقة بنسبة 65%، تليها نسبة 26% للحلاقين الذين هدفهم التعلم و التثقف من اليوتيوب، كما جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 6% للحلاقين الذين هدفهم من استخدام اليوتيوب لقضاء وقت الفراغ و 3% هدفهم للترفيه ومن هذا نستنتج أن لليوتيوب دور مهم في اكتساب مهارات لدى الحلاقين.

* المحور الثالث: دوافع حلاقي مدينة الأغواط من استخدام ضامين

قنوات اليوتيوب

الجدول رقم (10): يمثل دافع حلاقين مدينة الأغواط لمتابعة قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع
16%	5	للترفيه و التسلية
77%	24	التعليم و التثقيف
6%	2	المشاهدة فقط
100	31	المجموع

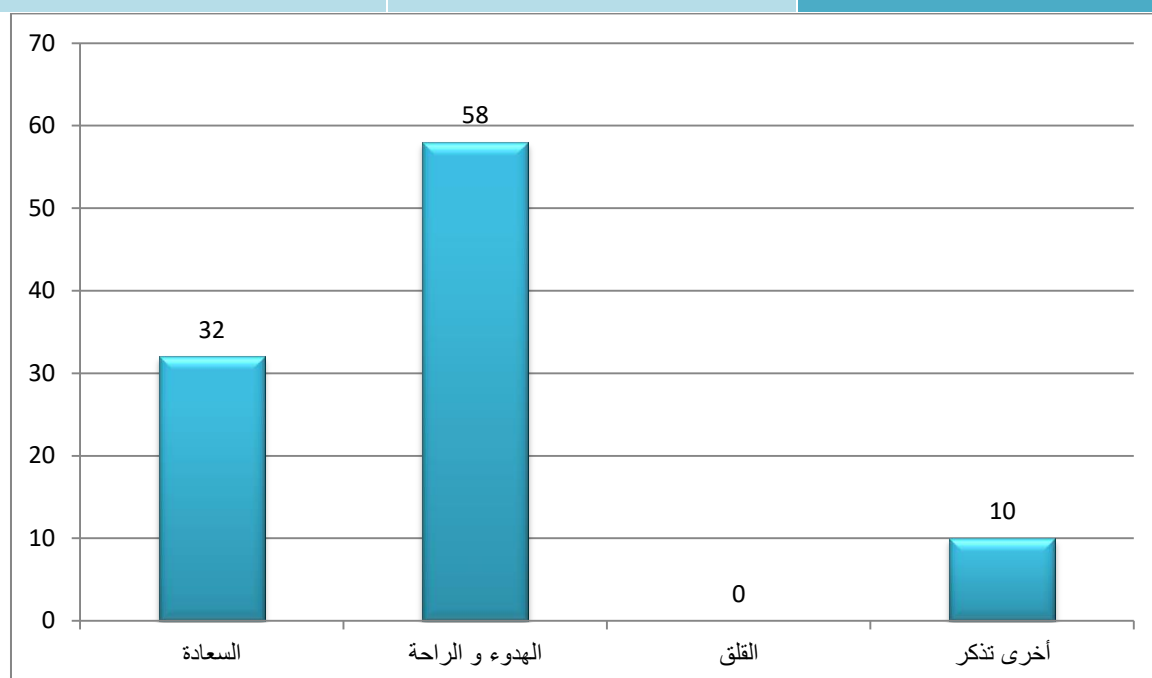


يتضح لنا من خلال نتائج الجدول رقم (10) والشكل رقم (11) أعلاه أن معظم أفراد العينة يتابعون قنوات اليوتيوب من أجل التعليم والتثقيف بنسبة قدرت 77%، وهذا الإلمام بأكبر قدر من المعلومات ، ثم تليها الترفيه والتسلية بنسبة 16% وهذا مراده أن قنوات اليوتيوب تقدم لهم محتويات ترفيهية أكثر من غيرها، ثم المشاهدة فقط بنسبة 6%، وعليه نستنتج أن الأغلبية يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب بدافع التعليم والتثقيف والترفيه والتسلية.

الجدول رقم (11): يمثل شعور حلاقين مدينة الأغواط أثناء مشاهدة قنوات

اليوتيوب

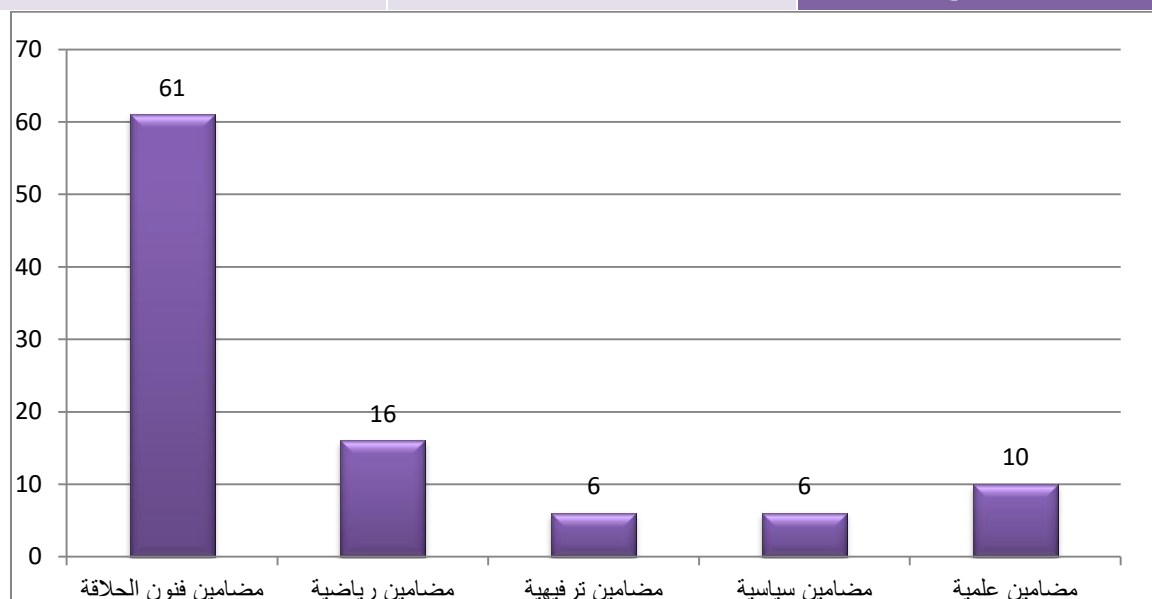
النسبة المئوية	التكرار	الحالات
32%	10	السعادة
58%	18	الهدوء و الراحة
0	0	القلق
10%	3	أخرى تذكر
100	31	المجموع



أشارت نتائج الجدول رقم (11) والشكل رقم (12) أعلاه أن حلاقي مدينة الأغواط أثناء مشاهدتهم لمضامين قنوات اليوتيوب يشعرون بالراحة والهدوء بنسبة قدرت بـ 58% لتليها حالة "السعادة" بنسبة 32%، فيما جاءت حالة أخرى تذكر بنسبة ضئيلة قدرت بـ 10%، وهذا راجع لنوعية المضامين التي يتابعونها، فيما تتعدم في حالة الشعور بالقلق، ومن هنا يمكن تفسير هذه النتائج أن قنوات اليوتيوب تساعد الحلاقين في الشعور بالراحة والهدوء والسعادة.

الجدول رقم (12): يمثل المضامين الذي يهتم بها حلاقي مدينة الأغواط عند متابعتهم لقنوات اليوتيوب

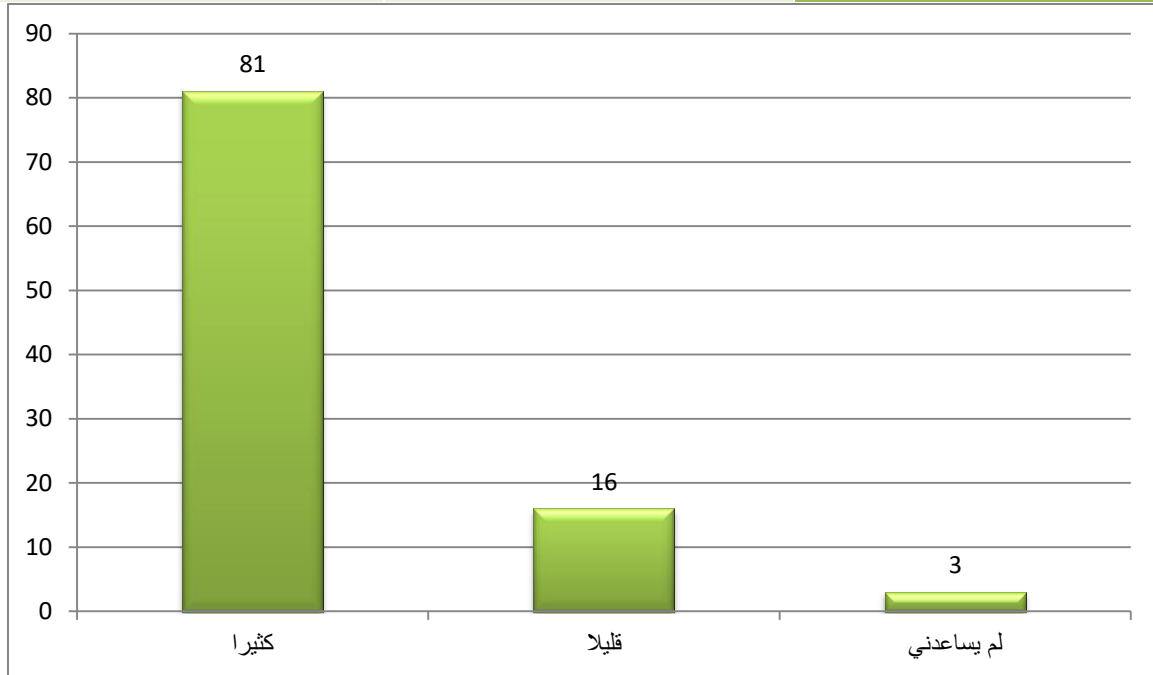
النسبة المئوية	التكرار	المضامين
61%	19	مضامين فنون الحلاقة
16%	5	مضامين رياضية
6%	2	مضامين ترفيهية
6%	2	مضامين سياسية
10%	3	مضامين علمية
100	31	المجموع



كشف لنا نتائج الجدول رقم (12) والشكل رقم (13) أعلاه أن مضامين فنون الحلاقة نسبتها 61% ، بينما المضامين الرياضية نسبتها 16% ، المضامين العلمية بنسبة 10% ، والمضامين الترفيهية و السياسية بنسبة 6% ، وعليه نستنتج أن المضامين الأكثر متابعة من قبل حلاقي مدينة الأغواط كانت في مجال فنون الحلاقة، ويمكن تفسير هذا ان معظم الحلاقيين هدفهم تعلم تقنيات و فنون حلاقة جديدة من خلال متابعتهم لقنوات اليوتيوب الخاصة بالحلاقة.

الجدول رقم (13): يمثل مساعدة اليوتيوب في اكتساب بعض فنون الحلاقة

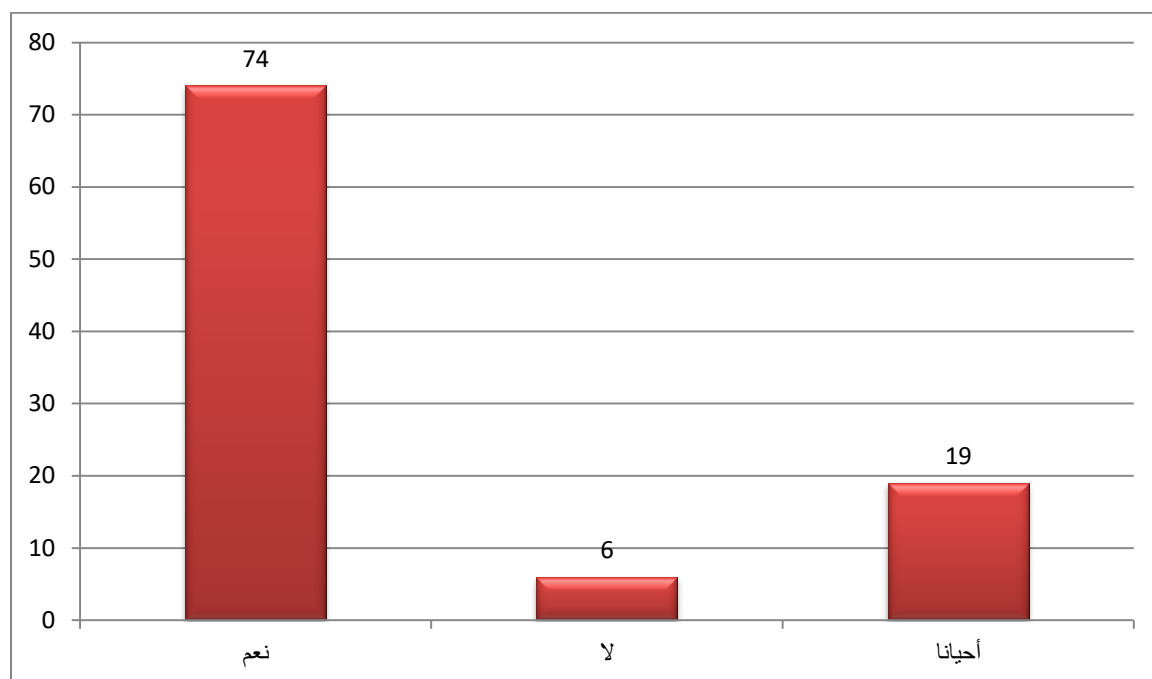
النسبة المئوية	التكرار	
81%	25	كثيرا
16%	5	قليلا
3%	1	لم يساعدني
100	31	المجموع



أشارت نتائج الجدول رقم (13) والشكل رقم (14) أعلاه أن اليوتيوب يساعد بشكل كبير في اكتساب بعض فنون الحلاقة وهذا ما أوضحتها نسبة 81%، بينما كانت اجابة بعض الحلاقين بالمساعدة قليلا بنسبة 16%، و أجابت نسبة ضئيلة بعدم المساعدة بنسبة 3%.

الجدول رقم (14): يمثل تحفيز مضمون اليوتيوب من خلال متابعة حلاقي مدينة الأغواط له

التحفيز	التكرار	النسبة المئوية
نعم	23	74%
لا	2	6%
أحيانا	6	19%
المجموع	31	100



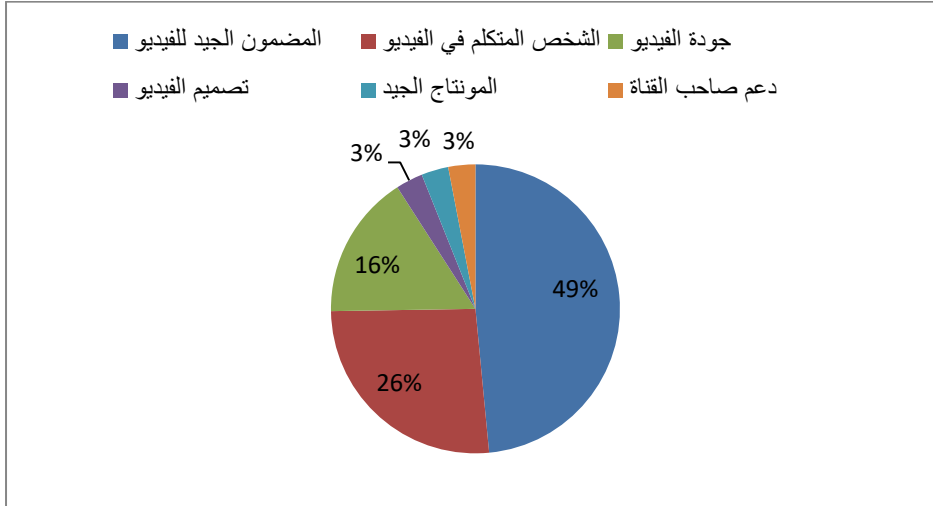
أشارت نتائج الجدول رقم (14) والشكل رقم (15) أعلاه أن اليوتيوب يلعب دورا مهما في تحفيز حلاقي مدينة الأغواط نفسيا و ماديا و هذا دليل على اجابة الاغلبية بنعم بنسبة 74%، بينما كانت اجابت البعض بأحيانا بنسبة 19%، و فئة ضئيلة اجابت ب لا بنسبة 6%، نظرا لاستمداد تحفيزهم من جوانب أخرى.

* المحور الرابع: تفاعل حلاقي مدينة الأغواط مع مضامين قنوات اليوتيوب

الجدول رقم (15): يمثل حالات تفاعل حلاقي الأغواط مع مضمون قنوات

اليوتيوب

حالات التفاعل	التكرار	النسبة المئوية
المضمون الجيد للفيديو	15	48%
الشخص المتكلم في الفيديو	8	26%
جودة الفيديو	5	16%
تصميم الفيديو	1	3%
المونتاج الجيد	1	3%
دعم صاحب القناة	1	3%
المجموع	31	100



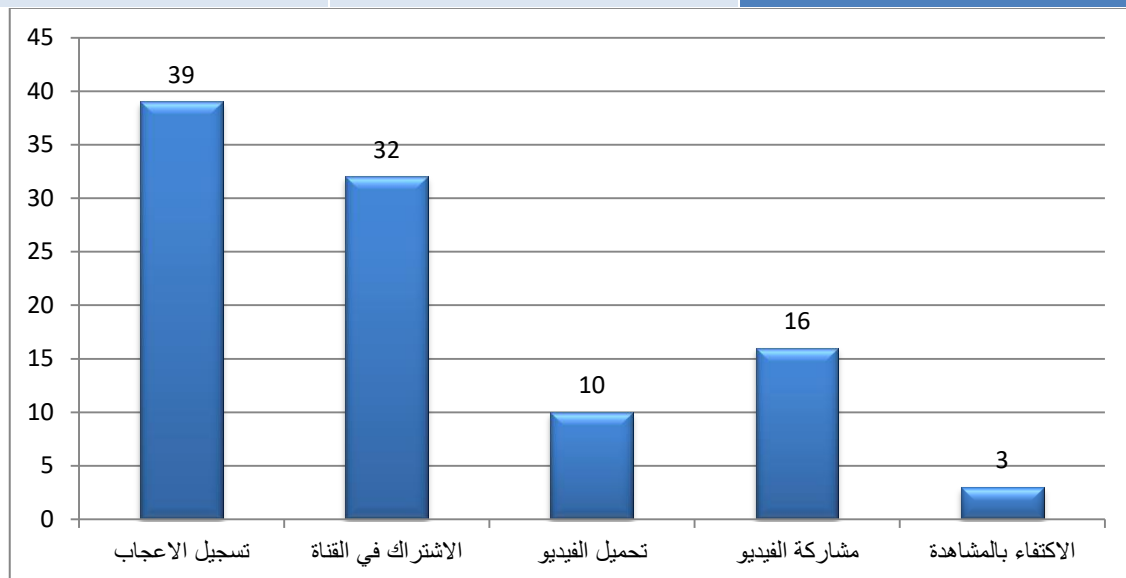
من خلال الجدول رقم (15) والشكل رقم (16) أعلاه نلاحظ أن معظم الحلاقين اختاروا حالة " المضمون الجيد للفيديو" بنسبة قدرت بـ 49% كأعلى نسبة، ثم الشخص المتكلم في الفيديو بنسبة 26%، تليها جودة الفيديو بنسبة 16% والمونتاج الجيد بنسبة 3%، فيما سجلت باقي الحالات: دعم صاحب القناة بنسبة 3%، وأخيرا تصميم الفيديو بنسبة 3%،

ولهذا نستنتج أن الحلاقين يتفاعلون مع المضمون الجيد بغض النظر عن الشكل بالإضافة إلى طريقة الحضور والإلقاء الجيد للشخص المتكلم.

الجدول رقم (16): يمثل تفاعل حلاقي مدينة الأغواط مع مضمون قنوات

اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الحالات
39%	12	تسجيل الإعجاب
32%	10	الاشتراك في القناة
10%	3	تحميل الفيديو
16%	5	مشاركة الفيديو
3%	1	الاكتفاء بالمشاهدة
100	31	المجموع



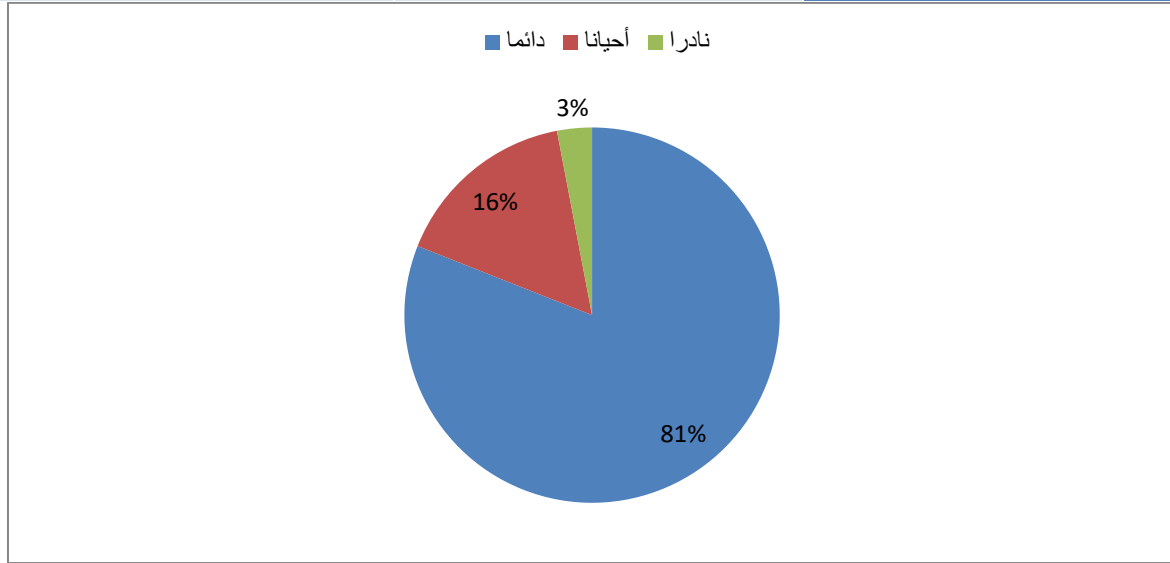
يتضح من خلال الجدول رقم (16) والشكل رقم (17) أعلاه والذي يبين كيفية حلاقي مدينة الأغواط مع مضمون قنوات اليوتيوب، حيث كانت المرتبة الأولى بنسبة 39% في حالة تسجيل الإعجاب ثم المرتبة الثانية بنسبة 32% للذين يشتركون في القناة تليها المرتبة الثالثة بنسبة 16% الذين يقومون بمشاركة الفيديوهات، والمرتبة الرابعة ب 10% للذين يقومون بتحميل الفيديوهات، أما أقل نسبة كانت في حالة الاكتفاء بالمشاهدة إذ قدرت نسبتها ب 3%، وعليه نستنتج أن حلاقي مدينة الأغواط يتفاعلون مع مضامين قنوات اليوتيوب

خلال تسجيل الإعجاب، الاشتراك في القناة لرؤية المزيد من الفيديوهات، كما أنهم يقومون بتبادل ومشاركة مقاطع الفيديوهات إما إفادتا لبعضهم البعض أو بداعي التسلية.

الجدول رقم (17): يمثل تشجيع الحلاقين لأصدقائهم الحلاقين على متابعة

مضامين قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الحالات
81%	25	دائما
16%	5	أحيانا
3%	1	نادرا
100	31	المجموع

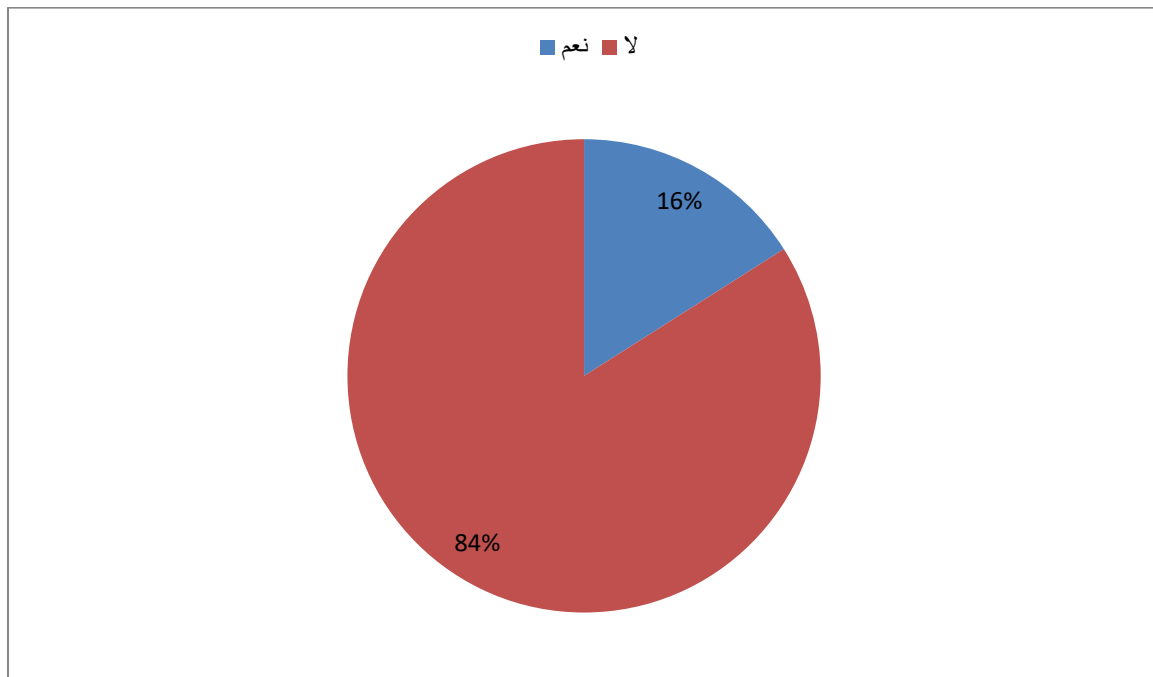


نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) والشكل رقم (18) أعلاه أن حلاقي مدينة الأغواط يقومون بتشجيع أصدقائهم الحلاقين على متابعة مضامين اليوتيوب ويتجلى هذا في اختبارهم لحالة دائما التي قدرت نسبة ب 81%، هي أعلى نسبة ، تليها حالة "أحيانا" بنسبة 16% ، في حين كانت أقل نسبة في حالة "نادرا" ب 3%، ومن هنا نستنتج أن ما أثبتته مضامين

اليوتيوب لاقت إعجاب واستحسان الحلاقين وتوافقت مع رغباتهم ودوافعهم الأمر الذي دفعهم لتشجيع أصدقائهم الآخرين من الحلاقين لمتابعتها وإفادة بعضهم البعض.

الجدول رقم (18): يمثل نسبة امتلاك حلاقي مدينة الأغواط لقناة في اليوتيوب

الحالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	5	16%
لا	26	84%
المجموع	31	100

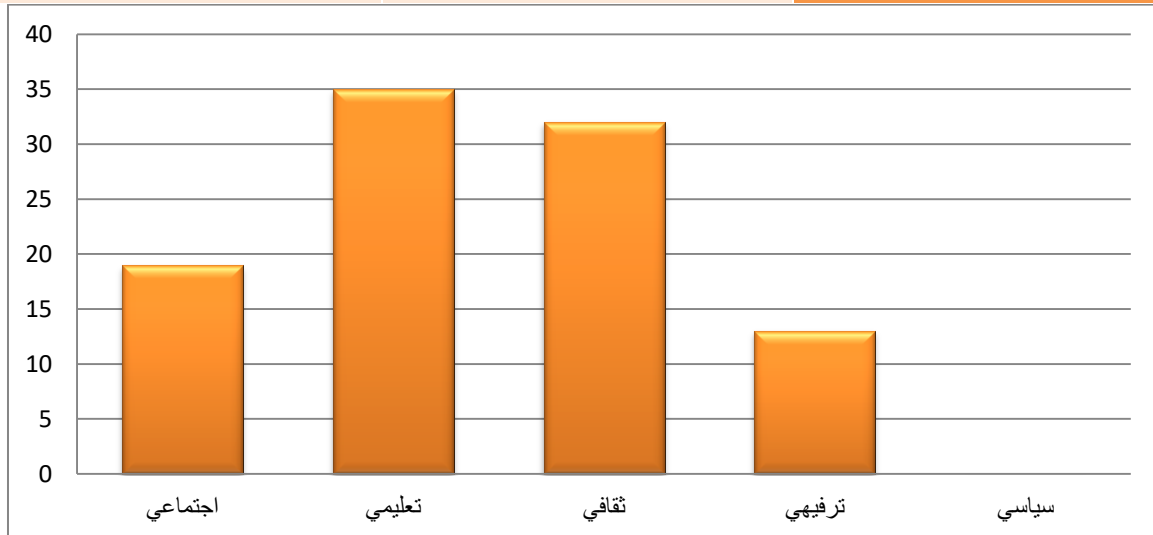


أشارت نتائج الجدول رقم (18) والشكل رقم (19) إلى أن نسبة امتلاك حلاقي مدينة الأغواط قناة على اليوتيوب بـ 16% وهي نسبة قليلة نوعا ما ، أما حالة عدم امتلاكهم لقناة يوتيوبية فقد كانت 84%، و يرجع هذا حسب تقديرنا إلى أن الحلاقين لا يمتلكون الوقت

الكافي لتفرغ وفتح قنوات أو ربما لديهم أولويات أخرى جعلتهم يكتفون بالمشاهدة والضغط على زر الإعجاب فقط، بغض النظر عن القيود والقوانين التي تفرضها إدارة الموقع اليوتيوب عليهم وغياب الرقابة خاصة في الجزائر.

الجدول رقم (19): يمثل نوع المحتوى الذي يختاره حلاقي مدينة الأغواط في حال امتلاككم لقناة في اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	نوع المحتوى
19%	6	اجتماعي
35%	11	تعليمي
32%	10	ثقافي
13%	4	ترفيهي
0	0	سياسي
100	31	المجموع



يظهر الجدول رقم (19) والشكل رقم (20) أعلاه نوع محتوى قنوات اليوتيوب في حال ما كان يمتلكونها حلاقي مدينة الأغواط، حيث كانت أعلى نسبة للقنوات التعليمية بـ35% ثم تليها القنوات الثقافية بنسبة 32%، الاجتماعية بنسبة 19%، ثم الترفيهية بنسبة 13%،

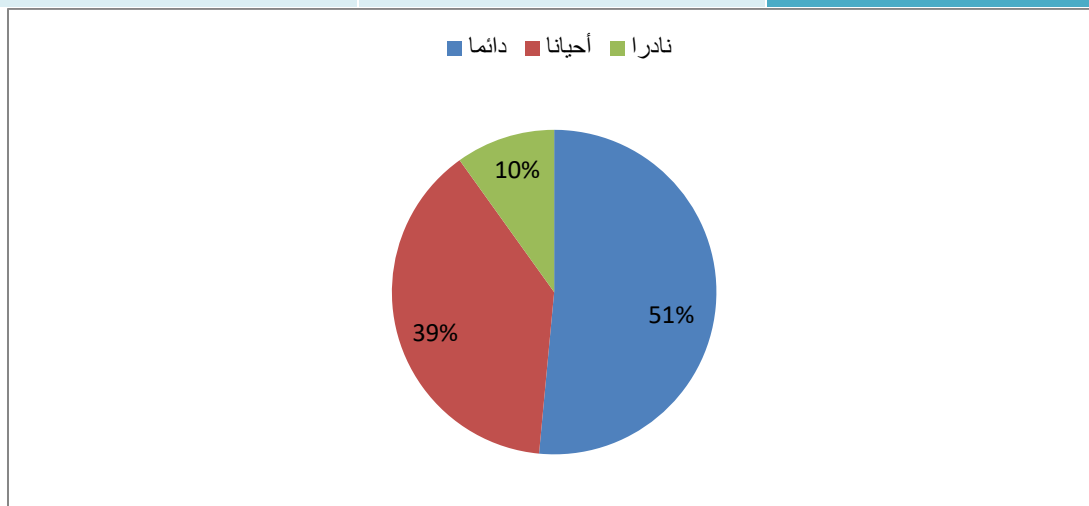
فيما تتعدم القنوات التي محتواها على مضامين السياسية ، وبالتالي نستنتج أن الطلبة يميلون للقنوات ذات المحتوى التعليمي من غيرها لتناسب هذا النوع مع أعمارهم أين يقومون بتفريغ قدراتهم و مهاراتهم ، أما المحتوى الاجتماعي فقد يكون لعرض مشاكل اجتماعية قصد إيجاد حلول لها أو تفاديها.

* المحور الخامس: الإشباع المحققه لحلاقي مدينة الأغواط من

متابعة مضامين قنوات اليوتيوب

الجدول رقم (20): يمثل مدى اشباع حلاقي مدينة الأغواط من قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الحالات
52%	16	دائما
39%	12	أحيانا
10%	3	نادرا
100	31	المجموع



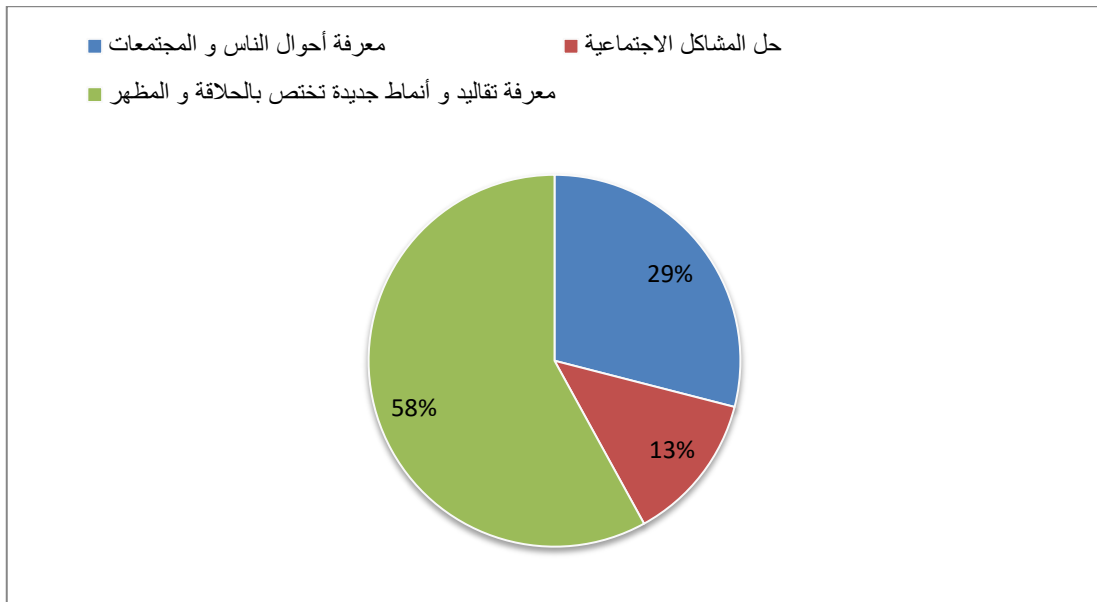
من خلال الجدول رقم (20) والشكل رقم (21) أعلاه يتبين لنا نسبة 52% من أفراد العينة المبحوثين يشبعون رغباتهم من قنوات اليوتيوب وما تبثه من مضامين، بينما نجد 39% هي نسبة المبحوثين الذين تحقق لهم قنوات اليوتيوب إشباعا من حين لآخر، في حين نجد

10% وهي أقل نسبة سجلت للذين اختاروا حالة نادرا ، أي أن قنوات اليوتيوب لا تحقق لهم إشباعا، ويعود هذا ربما إلى قدراتهم وخبراتهم الضعيفة عند مشاهدتهم لها، وبالتالي يجدون صعوبة في إيجاد قنوات تبث المحتوى الذي يريدونه، أو أنها موجودة بصيغ أخرى غير صيغة فيديو.

الجدول رقم (21): يمثل الإشباعا الاجتماعية المحققة لحلاقي مدينة الأغواط

من قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الإشباعا الاجتماعية
29%	9	معرفة أحوال الناس و المجتمعات
13%	4	حل المشاكل الاجتماعية
58%	18	معرفة تقاليد و أنماط جديدة تختص بالحلاقة و المظهر
100	31	المجموع



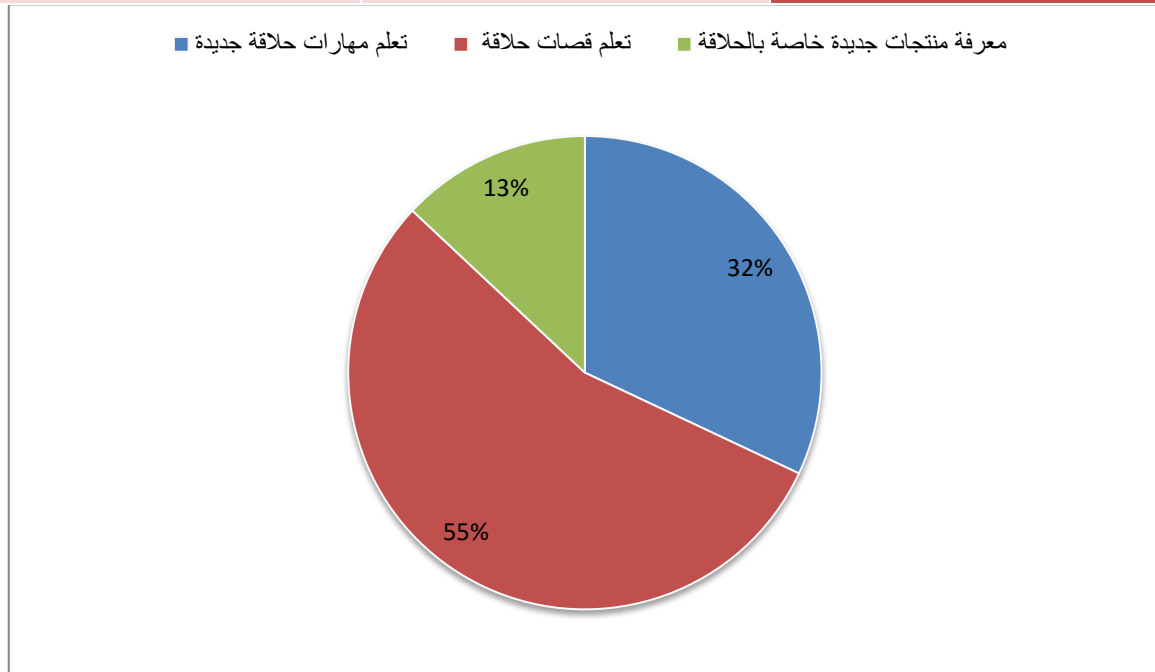
من خلال الجدول رقم (21) والشكل رقم (20) أعلاه يتضح لنا أن الإشباعا الاجتماعية التي يرغب حلاقي مدينة الأغواط في تحقيقها هي معرفة تقاليد و أنماط جديدة تختص

بالحلاقة والمظهر بنسبة 58%، معرفة أحوال الناس والمجتمعات بنسبة 29% وتليها حل المشاكل الاجتماعية بنسبة 13%. و من هنا نخلص للقول أن حلاقي مدينة الأغواط يتجهون نحو تعلم أنماط و تقاليد الحلاقة و المظهر وذلك لتعلم فنون حلاقة جديدة و ستايلات شعر عصرية تتماشى مع زمننا الحالي و هذا قد يرجع لكم الهائل من هاته المضامين التي تتواجد على القنوات اليوتيوبية ما يدفعهم لإشباع فضولهم.

الجدول رقم (22): يمثل الاشباعات التعليمية المحققة لحلاقي مدينة الأغواط

من قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الاشباعات التعليمية
32%	10	تعلم مهارات حلاقة جديدة
55%	17	تعلم قصات حلاقة عصرية
13%	4	معرفة م ج خاصة بالحلاقة
100	31	المجموع



من خلال الجدول رقم (22) والشكل رقم (23) أعلاه من لنا يتضح أن الاشباعات الاجتماعية التي يرغب حلاقي مدينة الأغواط في تحقيقها هي تعلم قصات حلاقة عصرية حيث جاءت بأكبر نسبة ب 55%، تليها تعلم مهارات حلاقة جديدة بنسبة 32%، وفي

المرتبة الأخيرة معرفة منتجات جديدة خاصة بالحلقة بنسبة 13%، و من هنا نستنتج أن
اغلب الحلاقين يتجهون نحو تعلم قصات حلقة عصرية و جديدة نظرا لكثرة الطلب عليها
من طرف الزبائن و ثانيا لاكتساب الخبرة اللازمة لإتقانها.

النتائج العامة للدراسة:

استهدفت هذه الدراسة التعرف دور اليوتيوب في اكتساب مهارات لدى الشباب (حلاقي مدينة الأغواط)، حيث توصلت دراستنا إلى عدد من النتائج أهمها:

- جاءت أولى النتائج من حيث متغير الجنس حيث أن عدد الحلاقين فاق عدد الحلاقات بنسبة 90 % للذكور و 10 % للإناث، وهذا مراده للعدد الكبير للحلاقين في مدينة الأغواط.

- أكدت الدراسة أن حلاقي مدينة الأغواط المتابعين لمضامين قنوات اليوتيوب تتراوح أعمارهم ما بين (من 18 سنة إلى 22 سنة) ومن (23 سنة إلى 27 سنة).

- أكدت الدراسة مستوى الدراسة في الطور المتوسط يفوق مستوى الدراسة في الأطورا التعليمية بنسبة 65%، الطور الثانوي بنسبة 19%، الطورالابتدائي بنسبة 10%، و في المرتبة الأخيرة الطور الجامعي بنسبة 6%.

- أكدت الدراسة أن حلاقي مدينة الأغواط يشاهدون قنوات اليوتيوب بشكل دائم بنسبة 93% وأن الفترة الليلية بنسبة 48% هي أكثر الفترات تصفحا كونهم متفرغين دون التزامات.

- أكدت الدراسة أن الوقت الذي يقضيه حلاقي مدينة الأغواط في مشاهدة قنوات اليوتيوب هو من 2 سا الى 3 سا بنسبة 39 % من مجموع الوقت المتاح.

- حددت الدراسة في نتائجها النهائية، أن مكان المشاهدة المفضل لدى حلاقي مدينة الأغواط في مشاهدة مضامين قنوات اليوتيوب هو المنزل بنسبة قدرت ب 61 % أين يجد راحته أكثر من أي مكان.

- كانت النتائج النهائية حول دوافع حلاقي الأغواط في متابعة قنوات اليوتيوب هو التعليم والتثقيف بنسبة 77 % في المقام الأول، ثم التسلية والترفيه في المقام الثاني بنسبة 16% ، ويرجع هذا كون الحلاقين تصب كامل اهتماماتهم في تعلم او القراءة عن طرق و فنون جديدة للحلاقة .

- بينت إجابات حلاقي مدينة الأغواط أنهم يشعرون بالهدوء والراحة أثناء مشاهدتهم لمضامين قنوات اليوتيوب بنسبة 58%، تليها الشعور بالسعادة بنسبة 32%.
- كان رأي حلاقي مدينة الأغواط حول الحالات التي تجعلهم يتفاعلون مع مضمون قنوات اليوتيوب هو المضمون الجيد للفيديو بنسبة 48 % ما يدل أن الحلاقين يدلون عناية بقيمة المضمون الذي يتابعونه من خلال هذه القنوات.
- أشارت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يكتفون في تفاعلهم مع مضامين قنوات اليوتيوب بتسجيل الاعجاب بنسبة 39 % لأنه لا يأخذ منهم الكثير من الوقت.
- أكدت الدراسة أن غالبية حلاقي مدينة الأغواط يشجعون الآخرين على متابعة مضامين قنوات اليوتيوب بنسبة 81% ، وهذا دليل أن مضامينها لاقت إعجاب واستحسان الحلاقين.
- أظهرت النتائج النهائية حول ملك حلاقي مدينة الأغواط لقناة يوتيوبية بأن أغليبيتهم لا يمتلكون قنوات ويكتفون بالمشاهدة فقط، وهذا راجع لكونهم لا يمتلكون الوقت الكافي لصناعة محتوى حصري خاص بهم، كذلك القوانين التي يفرضها موقع اليوتيوب.
- كما جاءت نتائج الدراسة حول نوع القناة بالنسبة للذين يمتلكون قناة على اليوتيوب في أغليبيتها تعليمية بنسبة 35%، تليها ثقافية بنسبة 32%.
- توصلت نتائج الدراسة حول مدى تحقيق قنوات يوتيوب إشباعات حلاقين مدينة الأغواط في مجملها بنسبة 52% بالنسبة للذين اختاروا دائما، ونسبة 39% للذين اختاروا أحيانا وهذا معناه أنها تحقق لهم إشباعات أكثر من جيد ولكن ليس بالقدر الكافي لهم.
- أظهرت نتائج الدراسة بأن الإشباعات الاجتماعية التي يرغب حلاقي مدينة الأغواط بتحقيقها هي إعادة معرفة تقاليد و أنماط جديدة تختص بالحلاقة و المظهر بنسبة 58%، ما يدل أن قنوات اليوتيوب يمدهم بمختلف التقاليد و الحضارات المختصة في فنون الحلاقة.

- بينت نتائج الدراسة أن الإشباعات التعليمية التي يرغب حلاقي مدينة الأغواط بتحقيقها بالدرجة الأولى هي تعلم قصات حلقة عصرية بنسبة 55 % ثم تعلم مهارات حلقة جديدة بنسبة 32%.
- أكدت الدراسات أن معظم أفراد العينة و هم حلاقي مدينة الأغواط تحقق اشباعاتها الترفيهية من اليوتيوب و ذلك من الفيديوهات الخاصة التي تعرض بطابع ترفيهي بحيث يحببهم في مهنة الحلقة أكثر و أكثر سواء من طريقة تقديم محتوى الفيديو او من طريقة المتحدث في الفيديو او تحديات حلقة ترفيهية.

مناقشة فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى** التي تقول بأن : " يستخدم حلاقي مدينة الأغواط قنوات اليوتيوب بشكل شبه يومي " تحققت لأنهم وجدوا ما يتوافق ويشبع رغباتهم وحاجاتهم، وهذا بنسبة قدرت بـ 93% ، كما بلغت أكبر مدة زمنية أثناء مشاهدتهم لهته القنوات (من 2 سا إلى 3سا) بنسبة 39%.
- **الفرضية الثانية** التي تقول بأن " دوافع و حوافز حلاقي مدينة الأغواط من متابعة مضامين قنوات اليوتيوب في التثقيف والتعليم " قد تحققت وهذا لأجل تعلم واكتساب فنون و مهارات حلقة جديدة و عصرية تتماشى مع زمننا الحالي و هذا بنسبة 77%.
- **الفرضية الثالثة** التي تقول بأن " يتفاعل حلاقي مدينة الأغواط مع مضامين قنوات اليوتيوب من خلال تسجيل الإعجاب، اشتراك في القناة والتعليق عليها " من خلال تسجيل الإعجاب، والاشتراك في القناة ومشاركتها مع أصدقائهم من الحلاقين وهذا لأجل تبادل المزيد من الفيديوهات، كذا لإفادة بعضهم البعض أو بداعي الترفيه التسلية.
- **الفرضية الرابعة** التي تقول بأن: " يتابع حلاقي مدينة الأغواط مضامين قنوات اليوتيوب لإشباع مختلف رغباتهم السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، العلمية و الترفيهية " قد تحققت أي تجلت إشباعاتهم الاجتماعية في معرفة تقاليد و أنماط جديدة تختص بالحلاقة و المظهر بنسبة 58% ، الإشباعات العلمية فهي كانت لأجل إثراء رصيدهم المعرفي بنسبة 42%.

خاتمة

خاتمة

من خلال ما سبق نقضي للقول بأن مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها (فيسبوك، تويتر، يوتيوب...)، يستعملها الشباب الجزائري لأجل إيصال أفكارهم وآرائهم لجهات معينة، وبطرق مختلفة، وإشباع مختلف ميولاتهم، قناعاتهم وأذواقهم، وقد سعينا في دراستنا هذه إلى تناول موضوع دور اليوتيوب في اكتساب مهارات لدى الشباب ، أين كان حلاقي ولاية الأغواط عينة لها، هذا في محاولة منا للكشف عن الإشباع المحققة لهم منها، وهذا انطلاقا من مجموعة من التساؤلات والمتمثلة في عادات وأنماط مشاهدة الحلاقين لقنوات اليوتيوب، دوافع استخدامهم لها، كيفية تفاعلهم معها، والإشباع محققة من وراء متابعتهم لمضامينها.

حيث أظهرت الدراسة حلاقي مدينة الأغواط يشاهدون مضامينها بشكل مكثف ودائم، وحسب الظروف المناسبة لهم، وأن الدافع العلمي والتثقيفي هو الذي يجعلهم يتابعونها، كما كشفت أن حلاقي مدينة الأغواط يتفاعلون بشكل كبير مع ما تبثه قنوات اليوتيوب، وتختلف طرق تفاعلهم من حلاق لآخر، وأثبتت أن هاته قنوات اليوتيوب تشبع مختلف حاجاتهم ورغباتهم.

وفي الختام تبقى دراستنا حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاكتشاف دور اليوتيوب في اكتساب مهارات لدى الشباب ، إذ لا ندعي بأننا بلغنا النتائج التي تعبر عن كل ما يتعلق بدور قنوات اليوتيوب ، وإنما حاولنا فقط استجلاء بعض الجوانب ممهدين السبل لباحثين آخرين لاكتشاف مقاربات أخرى لم تتعرض لها دراستنا.

قائمة المصادر و

المراجع

قائمة المراجع والمراجع:

• الكتب:

- 1) إبراهيم بعزیز: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2012.
- 2) ألبرعوثي بشير، البهبهاني يعقوب، النظام الاعلامي الجديد، دار رؤى للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- 3) جمال مجاهد، مدخل إلى الاتصال الجماهيري دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2009.
- 4) حسن عماد مكاوي، الدكتور محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال مصر: القاهرة، الدار العربية، لمنشر والتوزيع، 2006.
- 5) حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2009.
- 6) رضوان بلخيري: مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها الجزائر، جسور لمنشر والتوزيع، 2014.
- 7) سماء حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال العالمي التفاعلي، الدار العربية للنشر والتوزيع، جامعة الزقازيق، الأردن، 2005.
- 8) شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال - المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2000.
- 9) شعراوي، زامل عبدالله. العلاقات العامة وأهمية الاعلام الجديد. جدة:-، 1435هـ.
- 10) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ،دار أسامة للنشر والتوزيع،الأردن،2014.
- 11) عيشوش فريد، الاتصال في إدارة الأزمات، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 12) محمد أحمد فياض، عيسى يوسف قداة وآخرون، مبادئ الإدارة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 13) محمد سيد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية مصر: القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 2006.

14) محمد علاوة، الاعلام الجديد: المفهوم، الخصائص، والعوامل التي تميزه عن الاعلام التقليدي وطبيعة العالقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات العالمية ، المجلد الأول، العدد الأول والثاني، جوان 2017.

15) محي الدين إسماعيل، محمد الديهي، تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي العالمية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، جامعة القاهرة، 2015.

16) مصطفى محمد رجب: الإعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة عمان، مؤسسة الوراق لمنشر والتوزيع، 2009.

• مجالات:

17) أ ب محمد علاوة، "الإعلام الجديد : المفهوم، الخصائص والعوامل، التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة العالقة بينهما."، المجلة العلمية الجزائرية، اطلع عليه بتاريخ 2022/2/1. بتصرّف.

18) أحمد محمد يوسف، الإعلام الجديد مفهومه ومميزاته، مجلة الوفاق، العدد 54، 2009م.

19) سالم عبد القادر عيسى، الإعلام الجديد .. المفهوم والخصائص والأهمية، الأحداث، العدد 63، 2010م.

20) عبد الرحمن علي أسماعيل، الإعلام الجديد المفهوم والخصائص، مجلة الوطن، العدد 121، 2011م.

21) عبد الله أساي، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة المعارف العلمية، العدد 43، 2012م.

22) عبد الله عبد الرحمن محمود، ثنائية الإعلام والتغيير، الشاهد، مركز الشاهد للدراسات الإعلامية، 2015م.

23) محمد عباس المكي، مميزات الإعلام الجديد بين الإيجابية والسلبية، مجلة المعرفة، العدد 129، 2012م.

• المواقع الإلكترونية:

(24) [www.teb21.com/article/aspects-of-communication-technology-](http://www.teb21.com/article/aspects-of-communication-technology-on-human-life)

[on-human-life](http://www.teb21.com/article/aspects-of-communication-technology-on-human-life) تاريخ التصفح (2024/03/23)

(25) عباس صادق، العالم الجديد: دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، متاح

على: (WWW.jadeedmedia.com) تاريخ التصفح (2024/03/17).

(26) www.almerja.net تم التصفح بتاريخ (2024/03/24)

(27) www.yarisaha.com تم التصفح بتاريخ (2024/03/24)

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار التليجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

• قسم: علوم الإعلام والاتصال

• ماستر : 02

استمارة استبيان حول موضوع:

دور اليوتيوب في اكتساب مهارات لدى الشباب

دراسة ميدانية على عينة من الحلاقين بولاية الأغواط

أرجوا منكم مساعدتنا وذلك بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان بكل دقة وموضوعية ونحيطكم علما أن هذه المعلومات التي تدلون بها لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

إشراف الأستاذ :

* حسين شربالي

أعداد الطالب :

• بن الطيرش لزهاري

السنة الجامعية : 2023 / 2024

*** المحور الأول: البيانات الشخصية:**

1-الجنس :

أنثى

نكر

2-السن :

من 22-18 سنة من 27-23 سنة من 32-28 سنة

من 32 سنة فما فوق

3-المستوى الدراسي :

ثانوي

متوسط

ابتدائي

جامعة

4-المهنة :

هاو

متربص

حلاق

*المحور الثاني: دور اليوتيوب في استلهاام حلاقي مدينة الأعاوط

منه و تعلم فنون الحلاقة منه.

1- هل تشاهد قنوات اليوتيوب ؟

دائماً أحياناً نادراً

2- ما هو الوقت المفضل لديك في مشاهدة قنوات اليوتيوب؟

صباحاً مساءً ليلاً غير محدد

3- ما هي المدة الزمنية التي تستغرقها في مشاهدة قنوات يوتيوب؟

أقل من ساعة من ساعة الى ساعتين
من ساعتين الى ثلاث ساعات غير محدد

4- ما هو المكان المفضل للمشاهدة ؟

المحل المنزل المقهى أماكن عمومية

5- ما هو هدفك من استخدام اليوتيوب ؟

للترفيه للتعلم و التثقف قضاء وقت فراغ
لاكتساب مهارات حلاقة

*المحور الثالث: دوافع حلاقي مدينة الأغواط من استخدام

مضامين قنوات اليوتيوب ؟

1- ما الذي يدفعك لمتابعة قنوات اليوتيوب ؟

الترفيه و التسلية التعليم و التثقيف المشاهدة فقط

2- كيف يكون شعورك أثناء مشاهدة قنوات اليوتيوب ؟

السعادة الهدوء و الراحة القلق أخرى تذكر

3- ما هي المضامين تهتم بها عند متابعتك لقنوات اليوتيوب ؟

مضامين فنون الحلاقة مضامين رياضية مضامين ترفيهية
 مضامين سياسية مضامين علمية

4- هل ساعدك اليوتيوب في اكتساب بعض فنون الحلاقة ؟

كثيرا قليلا لم يساعدني

5- هل يحفزك مضمون فيديو اليوتيوب من خلال متابعتك له ؟

نعم لا أحيانا

*المحور الرابع: تفاعل حلاقي مدينة الأغواط مع مضامين قنوات

اليوتيوب ؟

1- ما هي الحالات التي تجعلك تتفاعل مع مضمون قنوات اليوتيوب ؟

<input type="checkbox"/>	المضمون الجيد للفيديو	<input type="checkbox"/>	الشخص المتكلم في الفيديو		
<input type="checkbox"/>	جودة الفيديو	<input type="checkbox"/>	تصميم الفيديو	<input type="checkbox"/>	المونتاج الجيد
<input type="checkbox"/>	دعم صاحب القناة				

2- كيف تتفاعل مع مضمون قنوات اليوتيوب ؟

<input type="checkbox"/>	تسجيل الاعجاب	<input type="checkbox"/>	الاشتراك في القناة	<input type="checkbox"/>	تحميل الفيديو
<input type="checkbox"/>	مشاركة الفيديو	<input type="checkbox"/>	الاكتفاء بالمشاهدة		

3- هل تشجع اصدقائك من الحلاقيين على متابعة مضامين قنوات اليوتيوب ؟

<input type="checkbox"/>	دائماً	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	نادرا
--------------------------	--------	--------------------------	--------	--------------------------	-------

4- هل تمتلك قناة يوتيوب ؟

<input type="checkbox"/>	نعم	<input type="checkbox"/>	لا
--------------------------	-----	--------------------------	----

5- اذا كانت اجابتك بنعم ماذا تختار نوع المحتوى ؟

<input type="checkbox"/>	اجتماعي	<input type="checkbox"/>	تعليمي	<input type="checkbox"/>	ثقافي	<input type="checkbox"/>	ترفيهي
<input type="checkbox"/>	سياسي						

*المحور الخامس: الأشباكات المحققة لحلاقي مدينة الأغواط من

متابعة مضامين قنوات اليوتيوب؟

1- هل تحقق لك قنوات اليوتيوب اشباكات معينة؟

دائماً أحياناً أبداً

2- ما هي الاشباكات الاجتماعية التي تحققها لك هذه القنوات؟

معرفة أحوال الناس و المجتمعات حل المشاكل الاجتماعية
معرفة تقاليد و أنماط جديدة تختص بالحلاقة و المظهر

3- ماهي الاشباكات التعليمية التي تحققها لك قنوات اليوتيوب؟

تعلم مهارات حلاقة جديدة تعلم قصات حلاقة عصرية
معرفة منتجات جديدة خاصة بالحلاقة

4- ماهي الاشباكات الترفيهية ذات الطابع المهني التي تحققها لك قنوات اليوتيوب

المتخصصة في الحلاقة؟