

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وأثاره على انحراف القيم

(الموضة) نموذجاً

دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

إشراف الاستاذ:

سرايه الهادي

إعداد الطالبتين :

✓ سمية منقع
✓ وهيبة بوعر عار

تاريخ المناقشة : 2019/06/20

اللجنة المناقشة :

زياني الغوتي أستاذ مساعد "ب" رئيساً
سرايه الهادي أستاذ محاضر "ب" مشرفاً
تومي فضيلة أستاذ محاضر قسم "ب" مناقشاً

السنة الجامعية: 2018/2019

شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

"رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحاً ترضاه "
وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين" النمل الآية -19-

بعد الحمد لله نتقدم بالشكر الخالص و جزيل الامتنان إلى الأستاذ المشرف الهادي سراية الذي تفضل بقبول الإشراف على مذكرتنا، نشكره على جهوده القيمة و توجيهنا و متابعتنا لنا في هذا البحث فكانت توجيهاته سندا و عوناً لنا بعد عون الله تعالى، ثم الشكر العميق لأساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة الذين كان لهم الفضل في توجيهنا خاصة الأستاذ الزاوي ، بوردبالة عبد القادر ،
قانة مسعود

دون أن يفوتنا أن نشكر أعضاء لجنة المناقشة الموقرين على منح شرف مناقشتهم لنا وإبداء ملاحظاتهم القيمة

كما نشكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا البحث.
ولنا الشكر لكل من منحنا معنى أن نكون، وأمل أن نستمر، وقوة أن يخرج هذا العمل بصورة مرضية يرضي الله ويستفيد منه الآخرون.
و الشكر من قبل ومن بعد لله رب العالمين.

إهدا



الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

أهدي ثمرة علمي هذا إلى من وصني بهما الرحمان وأمر بطاعتها .

إلي أول من رأته عيني وأحب قلبي ،إلي أول صدر ضمني إلي التي أفرح برؤيتها وأرتاح للقائها ،إلي مدرستي في الحياة ،التي تفرح بنجاحي وتشجعني في كل خطوة أخطوها ،إلي أمي الحنونة حفظها الله لي وأطال في عمرها .

– إلي الذي ربني على الأخلاق الفاضلة وحب الله والصدق في القول والثبات في المبدأ ،ومهد لي طريق العلم ولم يدخر جهدا في تربيته ،وكان سندا لي في هذه الحياة ،أبي الذي علمني أن الشمعة لا تحترق لي تذوب بل تذوب لتتوهج حفظه الله لي وأطال في عمرة دمت فخرا لي .

– إلي من نكن لهم صدق الحب والوفاء والحنان إلي من جمعته معهم ظلمة الرحم إلي إخوتي وأخوتي .

إلي كل زملاء وزميلات الدراسة الذين أكن لهم أسمى عبارات المحبة والاحترام .

إلي كل من يسعهم القلب ولا تسعهم الورقة إلي أساتذتي الأكارم بقسم علوم الإعلام والاتصال ،إلي الأستاذ المشرف الهادي سرايه .

سمية

إهداء



أهدي ثمرة جهدي هذا إلى

إلى التي كان صدرها وسادة، وطاعتها عبادة، وحبها وعطفها منبع صبر وإرادة،
إلى التي صيرت فنالت، إلى من بنصحها اهتديت وبدعائها وفقت
إلى من أفنت حياتها لأجلنا، إلى التي علمتني الحياة وغرست في أعماقي الإرادة والصبر والمثابرة هي مثالي
الأعلى أُمي الحبيبة رحمها الله. إلى صانعي مرحي ومسعدي فرحي
إلى أصحاب القلوب الطاهرة والنفوس البريئة والنوايا الصادقة
إلى من تذوقت معهم لذة الحياة عائلتي ، جدتي الغالية أطال الله في عمرها و إلى إخوتي
و إلى كل فرد من عائلتي .
إلى رفيق دربي وإلى الروح التي سكنت روحي
إلى ورود الريحان إلى أقرب الناس إلى قلبي صديقاتي ورفيقات دربي
وإلى زميلاتي وزملائي في الدراسة كل باسمه، إلى كل أساتذتي.
إلى كل من حملتهم ذاكرتي ولم تحملهم مذكرتي.

وهيبة

ملخص الدراسة

تناولت الدراسة موضوع تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وأثاره على انحراف القيم (الموضوعة) ، إذ تهدف دراستنا إلى الكشف عن كيفية يتأثر الشباب الجامعي من تعرضه لليوتيوب وأثاره على انحراف القيم ، باعتبار اليوتيوب موقع يحمل كم هائل من الفيديوهات المرئية في مختلف المواضيع ، وتم تحديد عينة الدراسة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة ، وتدرج الدراسة التي بين أيدينا ضمن الدراسات الوصفية التي نسعى من خلالها لمعرفة عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لليوتيوب من خلال تعرضهم له .

ولتحقيق أهداف الدراسة قمنا بتصميم استمارة لجمع المعلومات ، وقد تناولت الاستمارة جزئيين: جزء يتناول المتغيرات الديمغرافية لأفراد العينة ، والجزء الثاني يتناول أسئلة الدراسة .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن أغلبية الشباب الجامعي يتعرضون لليوتيوب بأقل من ساعتين ، ويفضل أغلبية الطلبة استخدام الهاتف الذكي لمتابعة مضامين الموضوعة من خلال اليوتيوب ويقوم الشباب الجامعي إتباعه بدافع حب الاطلاع ، حب التميز وكذلك بدافع التسلية .

- يساهم اليوتيوب في غرس ثقافات دخيلة ، كما أنها تثبت بعض السلوكيات المنافية لمجتمعنا الإسلامي في أوساط الشباب الجامعي .

- وأن عروض الموضوعة عبر اليوتيوب تساهم في إثراء كل ما هو جديد وعصري كما أنها تلبي رغبات فئة كبيرة من الشباب وتخلق لهم أذواق .

الكلمات الدالة: تعرض . اليوتيوب . الشباب الجامعي . انحراف القيم - الموضوعة .

Research summary:

The research has tackled how university students use you tube and its effect on the value deviation since it includes a huge number of videos in several topics ; The study is descriptive and addressed to media and communication sciences students in university of kasdi Merbah Ouargla seeking to know habits and the ways that they are used to use youtube in their daily life?.

To reach better results we designed a formula of study in order to collect data and information it included mainly two parts one is about participants demographic changed and the other one for research questions. The results of the study were several including:

- University students mostly use youtube for less than two hours preferring to use their smart phones to follow trending implications and they use it out of curiosity seeking uniqueness and also entertainment.
- Youtube instille exotic cultures which sometimes don't belong to our islamic society .
- Trending offers in youtube share all what is new and modern and it satisfies studen't desires and it creates new taste.
- Keyword : **youtube , university students , value deviation , trends.**

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان	الرقم
I.	الشكر	1
II.	الإهداء	2
III.	ملخص الدراسة	3
IV.	فهرس المحتويات	
V.	فهرس الجداول	4
VI.	فهرس الأشكال	5
أب	مقدمة	6
-	الإطار المنهجي للدراسة	-
5- 4	تحديد الإشكالية والتساؤلات	8
6	أهمية الدراسة	9
6	أهداف الدراسة	10
7	أسباب اختيار الموضوع	11
7	حدود الدراسة	12
8	مفاهيم الدراسة	13
12	الدراسات السابقة	14
20	المقاربة النظرية	15
25	منهج الدراسة	16
27	مجتمع البحث وعينة الدراسة	17
29	أدوات جمع البيانات	18
-	الإطار التطبيقي للدراسة	-
33	تمهيد	20
33	التحليل الكمي والكمي للجداول	21
72	النتائج العامة	22
77	خاتمة	23
80	قائمة المراجع	24
-	الملاحق	-

فهرس الجداول :

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	يوضح توزيع مفردات العينة حسب السن	33
2	يوضح توزيع مفردات العينة حسب الجنس	34
3	يوضح توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي	35
4	يوضح الأفراد الذين يتابعون اليوتيوب بصفة منتظمة	36
5	يوضح أوقات متابعة اليوتيوب	37
6	يوضح الحجم الساعي لمتابعة اليوتيوب	38
7	يوضح الوسيلة التي يستعملها الطلبة لمتابعة اليوتيوب	39
8	يوضح أماكن متابعة اليوتيوب	40
9	يوضح الأشخاص الذين يتابعون معهم مضامين اليوتيوب	41
10	يوضح كيف يتفاعل الطلبة مع فيديوهات اليوتيوب	42
11	يوضح المضامين التي يفضل مشاهدتها الطلبة	43
12	يوضح دوافع الطلبة لمتابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب	44
13	يوضح ما يثير انتباه الطلبة عند متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب	45
14	يوضح ما الذي يجعل الطلبة يفضلون عروض الموضة عبر اليوتيوب	46
15	يوضح المواضيع التي يهتم بها الطلبة في ركن الموضة	47
16	يوضح دوافع إقبال الطلبة على قصات الشعر	48
17	يوضح أهم قصات الشعر التي يفضلها الذكور	49
18	يوضح أهم قصات الشعر التي تفضلها الإناث	50
19	يوضح تعرض لمضامين الموضة عبر اليوتيوب يدفعك لاقتناء	51
20	يوضح أهم العلامات التجارية التي تفضل اقتناءها	52

53	يوضح مايعرض من مضامين الموضة عبر اليوتيوب يشبع رغباتك	21
54	يوضح ما أضافته عروض الموضة على شخصية الطلبة	22
55	يوضح متابعتك لمضامين الموضة عبر اليوتيوب جعلتك تفضل بعض الألوان التي لم تكن ترغب فيها	23
56	يوضح تتفاعل مع عروض الموضة خارج فضاء الانترنت وتشجع الآخرين على متابعتها	24
57	يوضح مساعدة عروض الموضة عبر اليوتيوب إلي الميل إلي نوع معين من التصاميم	25
58	يوضح عروض الموضة عبر اليوتيوب خلقت لديك رغبة في تغيير	26
59	يوضح درجة تأثرك بما يقدم من عروض الموضة عبر ال يوتيوب	27
60	يوضح مضامين الموضة عبر اليوتيوب تعمل على زرع عادات وتقاليده دخيلة	28
61	يوضح ساهمت عروض الموضة عبر اليوتيوب في نمو ظاهرة تقليد الأعمى	29
62	يوضح تحرضك عروض الموضة عبر اليوتيوب إلي تغيير في مبادئك	30
63	يوضح سببت لك عروض الموضة عبر اليوتيوب الإدمان على المشاهدة	31
64	يوضح تساهم عروض الموضة عبر اليوتيوب لإثراء كل ما هو جديد وعصري	32
65	يوضح تبث عروض الموضة عبر اليوتيوب بعض السلوكيات المنافية للمجتمع الإسلامي	33
66	يوضح تلبي عروض الموضة عبر اليوتيوب رغبات فئة كبيرة من الشباب	34
67	يوضح تشجع عروض الموضة عبر اليوتيوب الشباب في تغيير قيم وأخلاقيات المجتمع	35
68	يوضح تساهم عروض الموضة عبر اليوتيوب في البعد عن الدين	36

69	يوضح تخلق عروض الموضة عبر اليوتيوب أذواق لدى فئة الشباب	37
70	يوضح تنهي عروض الموضة عبر اليوتيوب روح النقد لدى الشباب	38

فهرس الأشكال

فهرس الملاحق

العنوان	الرقم
استمارة استبيان	-1
جدول (4) يوضح الأساتذة المحكمين بقسم علوم الاعلام والاتصال لاستمارة الاستبيان لدراستنا	-2
صور	-3

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
33	يوضح توزيع مفردات العينة حسب السن	1
34	يوضح توزيع مفردات العينة حسب الجنس	2
35	يوضح توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي	3
36	يوضح الأفراد الذين يتابعون اليوتيوب بصفة منتظمة	4
37	يوضح أوقات متابعة اليوتيوب	5
38	يوضح الحجم الساعي لمتابعة اليوتيوب	6
39	يوضح الوسيلة التي يستعملها الطلبة لمتابعة اليوتيوب	7
40	يوضح أماكن متابعة اليوتيوب	8
41	يوضح الأشخاص الذين يتابعون معهم مضامين اليوتيوب	9
42	يوضح كيف يتفاعل الطلبة مع فيديوهات اليوتيوب	10
43	يوضح المضامين التي يفضل مشاهدتها الطلبة	11
44	يوضح دوافع الطلبة لمتابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب	12
45	يوضح ما يثير انتباه الطلبة عند متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب	13
46	يوضح ما الذي يجعل الطلبة يفضلون عروض الموضة عبر اليوتيوب	14
47	يوضح المواضيع التي يهتم بها الطلبة في ركن الموضة	15
48	يوضح دوافع إقبال الطلبة على قصات الشعر	16
49	يوضح أهم قصات الشعر التي يفضلها الذكور	17
50	يوضح أهم قصات الشعر التي تفضلها الإناث	18
51	يوضح تعرض لمضامين الموضة عبر اليوتيوب يدفعك لاقتناء	19
52	يوضح أهم العلامات التجارية التي تفضل اقتناءها	20
53	يوضح ما يعرض من مضامين الموضة عبر اليوتيوب يشبع رغباتك	21
54	يوضح ما أضافته عروض الموضة على شخصية الطلبة	22

55	يوضح متابعتك لمضامين الموضة عبر اليوتيوب جعلتك تفضل بعض الألوان التي لم تكن ترغب فيها	23
56	يوضح تتفاعل مع عروض الموضة خارج فضاء الانترنت وتشجع الآخرين على متابعتها	24
57	يوضح مساعدة عروض الموضة عبر اليوتيوب إلي الميل إلي نوع معين من التصاميم	25
58	يوضح عروض الموضة عبر اليوتيوب خلقت لديك رغبة في تغيير	26
59	يوضح درجة تأثرك بما يقدم من عروض الموضة عبر اليوتيوب	27
60	يوضح مضامين الموضة عبر اليوتيوب تعمل على زرع عادات وتقاليد دخيلة	28
61	يوضح ساهمت عروض الموضة عبر اليوتيوب في نمو ظاهرة تقليد الأعمى	29
62	يوضح تحرضك عروض الموضة عبر اليوتيوب إلي تغيير في مبادئك	30
63	يوضح سببت لك عروض الموضة عبر اليوتيوب الإدمان على المشاهدة	31
64	يوضح تساهم عروض الموضة عبر اليوتيوب لإثراء كل ما هو جديد وعصري	32
65	يوضح تبث عروض الموضة عبر اليوتيوب بعض السلوكيات المنافية للمجتمع الإسلامي	33
66	يوضح تلبي عروض الموضة عبر اليوتيوب رغبات فئة كبيرة من الشباب	34
67	يوضح تشجع عروض الموضة عبر اليوتيوب الشباب في تغيير قيم وأخلاقيات المجتمع	35
68	يوضح تساهم عروض الموضة عبر اليوتيوب في البعد عن الدين	36
69	يوضح تخلق عروض الموضة عبر اليوتيوب أذواق لدى فئة الشباب	37
70	يوضح تنهي عروض الموضة عبر اليوتيوب روح النقد لدى الشباب	38

مقدمة

مقدمة

في ظل التطورات المتسارعة في العالم ازداد مؤخرًا الاهتمام بالتكنولوجيا بجميع أشكالها وفي جميع الميادين سواء الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والدينية، وهذا لحاجة الإنسان لهذه التكنولوجيا خاصة لعلاقاته الاجتماعية التي تعقدت وتشابكت مقارنة بما كانت عليه وقت سابق، إذ اضطر لتسخيرها في حياته اليومية خاصة في مجال الاتصال من أجل تسهيل التعبير عن مشاعره وأفكاره للآخرين بكل وضوح عن طريق تكنولوجيا الاتصال الحديثة بكل أنواعها ووسائلها.

لقد شهد القرن الحالي قفزات علمية هائلة في مجال تقنيات المعلومات والاتصالات، وما تبعه من ظهور تقنيات وتطبيقات حديثة نقلت المستخدم من كونه متلقيًا إلى مشاركًا فيها،

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي أحدي أهم هذه التقنيات الحديثة، فقد تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مدار السنوات الأخيرة في العالم كل بوجه عام، وفي المجتمعات العربية بوجه خاص، فهي تتيح لمستخدميها العديد من الإمكانيات كالمحادثة الفورية، الرسائل الخاصة، البريد الإلكتروني، الفيديو، التدوين، مشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.¹

وتستخدم في حياتنا اليومية العديد من المواقع الإلكترونية الشهيرة جدًا ونستفيد من كافة الخدمات المعلوماتية والصوتية التي تقدمها دون معرفة أهم التفاصيل المتعلقة بها ومن أبرز مواقع وأكثرها شهرة موقع اليوتيوب الذي يتيح لنا مشاهدة مجموعة لامتناهية وغير محدودة من الفيديوهات فهو بمثابة فضاء رحب، إذ يحوي ملايين المواد العلمية والثقافية، ويعتبر كذلك من أشهر مواقع ويب الكتروني لعرض الفيديوهات بأنواعها المختلفة مجانًا.

أصبح بالإمكان استخدام اليوتيوب تقديم محتوى خاص به مهما كان مستواه وإمكانياته وأصبح اليوتيوب جزء من حياة مستخدميه، إذ أنه أصبح مصدر كبير للربح والتعلم ومتابعة الأخبار وكل ما هو جديد حول الموضة، وكذلك أحدثت هذه الشبكات نقلات نوعية كبيرة في حياة الناس.

تعتبر الموضة أحد أهم اهتمامات الشباب خاصة في الآونة الأخيرة خاصة الطلبة الجامعيين، والموضة هي العلاقة بين الجسد الإنساني ولباسه، فالأزياء والملابس تعتبر كاللغة في حياة الفرد كذلك يميز المكانة الاجتماعية حيث انتشرت بكثرة مؤخرًا في مجتمعاتنا الحديثة استخدمت الموضة كوسيلة للتعبير عن التمرد

¹عزيزة العربي، زهرة حبيبة. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك نموذجًا على التحصيل الدراسي، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لمدينة، 2015/2016، ص1.



على التقاليد والمجتمع فأخذوا ملابس وتصرفات المجتمع الغربي من خلال متابعة اليوتيوب وتبقى الموضة هو شغل الإنسان الشاغل في كل هذا الزمان و تبقى الموضة الحقيقية في البساطة وفي قدرة الإنسان على حسن اختيار اللباس ، وقصات الشعر التي تلائمه.

وعليه بناء على ما سبق نحاول من خلال دراستنا هذه معرفة كيف يؤثر تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب على انحراف القيم (الموضة)نموذجاً ، حيث قسمناها إلي شقين نلخصهم كالآتي :

الإطار المنهجي : وقمنا فيه بالتعريف بموضوع الدراسة وهذا من خلال طرح المشكلة وتساؤلاتها وأهدافا وأهميتها وأسباب اختيار الموضوع و تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة ، وعرض الدراسات السابقة ، ثم قمنا بعرض المنهجية المتبعة في هذه الدراسة من حيث المنهج المستخدم ،وأداة جمع البيانات ، وشرح العينة المختارة ومجتمع البحث الذي كانت فيه الدراسة كما قمنا في هذا الجزء بتحديد الإطار النظري للدراسة والمتمثل في نظرية الاستخدامات والإشباعات وكذا الحتمية القيمية وقمنا بتوضيح كيفية استخدامها .

الإطار التطبيقي : ويحتوي على إجراءات الدراسة الميدانية وهذا من خلال وضع البيانات النهائية في الجداول وقرائها والتعليق عليه ثم تحليلاً لنتائج المتوصل إليها وتفسيرها،وكذا الأشكال البيانية الموضحة للنتائج ثم النتائج العامة وأخيراً خاتمة موضوع الدراسة .

الإطار المنهجي

1 - إشكالية الدراسة و تساؤلاتها

2- أهمية الدراسة

3- أهداف الدراسة

4 - أسباب اختيار الدراسة

5- حدود الدراسة

6- مصطلحات الدراسة

7- الدراسات السابقة

8- المقاربة النظرية

9- منهج الدراسة

10- مجتمع وعينة الدراسة

11- أدوات جمع البيانات

1- إشكالية الدراسة

لقد اقترب العالم من بعضه لبعض فلم يعد مجرد قرية صغيرة كما وصفها مارشال ماركوسان فقد أصبحنا نعيش في غرفة واحدة أو بناية واحدة محدودة المعالم والإبعاد كما جاء على لسان المفكر تشالزكولي حيث يرى إن الأزمنة والأمكنة والحدود الجغرافية لم يعد لها أي اعتبار في ظل ما جاءت به التكنولوجيات الحديثة ، من وسائل و تقنيات جديدة أذهلت الإنسان وجعلته حائرا في كيفية التعامل معها .¹

ومع ظهور تكنولوجيات الحديثة فتحت عدة فضاءات جديدة أمام هذه الشريحة الشباب الذي يعتبر اكبر فئة مهتمة لهذه التكنولوجيات التي تتجر وراء كل جديد من شأنه تقريبها من العالم المتطور ، أكدت هذه التكنولوجيات المتميزة بظهور الانترنت وهي إحدى التطبيقات الحديثة ، غير أنه بعد مرور 20 سنة على ظهور الشبكة العنكبوتية الانترنت ولدت شبكات حديثة صبغة من بين العديد من التكنولوجيات

يعتبر اليوتيوب من بين هذه المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي فهو إحدى المواقع التي ينشر فيه مستخدمو مقاطع الفيديو الخاصة بهم ويتيح لهم الموقع العديد من الخدمات التي تسهل عليهم ذلك ، كرفع الملفات وتحريرها مباشرة على الويب وكتابة التعليقات عليها بالإضافة إلى وضع التحسينات الضرورية عليها ، يسمح هذا الموقع بمتابعة ونشر وتحميل عدد غير محدود من مقاطع الفيديو الطويلة أو القصيرة وهو متاح للاستخدام من قبل جميع الأفراد حيث تحملها عليه العديد من المقاطع قد تكون احترافية من صناعة الهواة أو النشطاء أو قد تكون احترافية وهي مقاطع تابعة لشركات إنتاج مثل عرض منتجات خاصة في مجالات الموضة والتجميل بالنسبة لشباب وكل ماتعرضه من جديد في هذا المجالات حيث إن فئة الشباب تعتبر اكبر توافد على مجال الموضة وهي إحدى اهتمامات الشباب حيث تظهر جلليا من خلال الهندام وتقليد ثقافات العالم الغربي و يبرز ذلك في تسريحات الشعر بالنسبة للذكور و للباس بالنسبة للبنات التي لا يتوافق مع ثقافتنا في المجتمعات الإسلامية والعربية على الخصوص التي تمثل السلم الأعلى ، القيم ، القيمة، هي ما يرتفع به الفرد إلى المنزلة المعنوية و يكون مصدر القيم في الأساس الدين الإسلامي في المجتمعات الإسلامية مثل الجزائر .

ويعد المحيط الذي يعيش فيه الشباب بالنسبة التي يكتسب منها قيمة وثقافات كما كانت هذه القيم ذات عمقا واضح يتم اكتسابها بدون وعي ، وإذا حاول الفرد أو خلو هذه القيم السائدة داخل المجتمع فإنه سيعرض نفسه

¹ حمدي محمد الفاتح ، استخدام الشباب الجزائري لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاسها على قيمهم الثقافية والاجتماعية ، المستقبل العربي (كلية الصحافة جامعة باتنة - الجزائر) ص 58.

للخطر سواء بالنفي أو الاستهجان ولكن قد يجد الشباب نفسه في ضوء التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ملزماً على التخلي عن بعض عادات وتقاليد وأعراف قديمة من أجل التأقلم مع ما جاءت به الثورة التكنولوجية من قيم ومبادئ جديدة باسم التفتح و العصرية والحداثة والعولمة والتحضر على أي أساس يعتبر الشباب أن هذه المبادئ والقيم الجديدة يتوافق مع هويته وشخصيته وأصالته وقيمة التي وضعها الدين الإسلامي ؟

ونظراً لانتشار الواسع بالنسبة للشباب و اهتمامه للموضة دون مراعاة قيمه وعادات ومواقفه لكل ماهر جديد من تكنولوجيات باعتبار هذه المرحلة العمرية تكون دائماً مهتمة بالأمر الحيوية للشباب الجامعي خاصة باعتبارهم من الطبقة المثقفة في المجتمع فهم بالتالي يهتمون بكل ما يطرأ على الساحة السياسية و الاجتماعية . ولقد اعتمدنا في دراستنا علي دراسات سابقة تناولت موضوع لليوتيوب وأثاره علي القيم ,ومن بين هذه الدراسات نذكر منها :دراسة :تأثير لليوتيوب من خلال برامج البودكاست علي الطلبة الجامعيين . ودراسة أخرى تناولت :علاقة اليوتيوب بالسلوك الانحرافي لدي الشباب الجامعي . و لدراسة تأثير لليوتيوب من خلال برامج علي الطلبة الجامعيين قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي :

كيف يؤثر تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب على انحراف القيم (الموضة) نموذجاً ؟ تساؤلات الدراسة :

- 1) ماهي عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب ؟
- 2) ماالدافع تعرض الشباب الجامعي لعروض الموضة عبر اليوتيوب ؟
- 3) فيما تتمثل الاشباكات المحققة من تعرض الشباب الجامعي لفيديوهات الموضة عبر اليوتيوب ؟
- 4) ماهي انعكاسات تعرض الشباب الجامعي لبرامج اليوتيوب علي القيم المتعلقة بالموضة

2 - أهمية الدراسة :

يعتبر البحث العلمي بمناهجه وجراءاته من الأمور الضرورية لأي حقل من حقول المعرفة فقد أصبح الإلمام بهذه المناهج مختلفة والقواعد الواجب إتباعها بدءاً من تحديد مشكلة البحث ووصفها بشكل إجرائي ومروراً باختيار منهج وأسلوب لجمع المعلومات وانتهاء تحليل المعلومات واستخلاص النتائج من الأمور الأساسية في العلوم الطبيعية والاجتماعية والإنسانية.¹

تدخل هذه الدراسة في إطار تدعيم الدراسات العلمية المهمة بفئة الشباب وكلما يتعلق بعالم هذه الفئة لما تختلف من أهميته في تحقيق الاستمرارية الاجتماعية خاصة مع انتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي و زيادة مستخدميها خاصة مواقع اليوتيوب . حيث يعتبر الشباب الجامعي اكبر شريحة تتعرض لهذا الموقع وتأثيرات الناجمة من ناحية القيم وعاداته الاشباعات المحققة من تعرضه لليوتيوب وكيفية التعامل معها بعد الاطلاع عليها . كما تستمد الدراسة أهميتها من طبيعة الشريحة المقصودة بالبحث وهي الشباب الجامعي باعتبارها لبنة المجتمع ،ولكونها تتميز بالدينامكية والحيوية مما يجعلها قابلة لتقبل أي معطى يقدم لها .

وتبرز أهمية الموضوع في نقاط أخرى وهي :. الانتشار الواسع لليوتيوب وقدرته الفائقة في التأثير على الجماهير .

3 - أهداف الدراسة:

من المتوقع أن ينعكس هدف البحث في العنوان الذي اختاره الباحث وينبغي أن يكون عنوان البحث مناسباً للهدف من إجراءاته²، وعليه أهداف دراستنا تتمثل في :

1. المكانة التي يحتلها اليوتيوب في أوساط الشباب الجامعي في ظل وجود مواقع التواصل الاجتماعي .
2. التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي لعروض الموضة عبر اليوتيوب .
3. نسعى للوصول إلى الاشباعات المتحققة لشباب الجامعي
4. نود الكشف على انعكاسات تعرض الشباب الجامعي لبرامج اليوتيوب علي القيم المتعلقة بالموضة .

4 - أسباب اختيار الدراسة :

أسباب ذاتية :

¹عمار بحوش ،محمد محمود الذنبيات ،مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ،ديوان المطبوعات الجامعية ،ط6،الجزائر ،2011،ص 23.

²حسن شحاتة ،البحوث العلمية والتربوية بين النظرية والتطبيق ،مكتبة الدار العربية للكتاب ،ط1،القااهرة ،2001،ص 17.

- الرغبة في دراسة موضوع اليوتيوب .
- موضوع اليوتيوب مثير ويمس القضايا الراهنة .
- الرغبة في معرفة مدى تأثير سلوك الشباب الجامعي المستخدم لليوتيوب وكذلك تغيير قيمهم وأخلاقهم في تعاملهم مع مجتمعهم الواقعي .
- الفضول في معرفة مدى تعرض الشباب الجامعي لعروض الموضة عبر اليوتيوب .

أسباب موضوعية :

- جودة الموضوع .
- تدخل هذه الدراسة ضمن التخصص .
- التزايد الكبير والمستمر للشباب الجامعي المستخدم لليوتيوب وإيجاد ما يتناسب مع اهتماماتهم وميولاتهم الشخصية .
- ارتباط الموضوع بمجال القيم التي يجب الحفاظ عليها.

5 - حدود الدراسة :

- المجال الموضوعي:** تشمل دراستنا علي موضوع (تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وأثاره علي انحراف القيم) (الموضة نموذجاً . حيث يتناول اليوتيوب وأثاره علي فئة الشباب الجامعي من ناحية قيمه وثقافته .
- المجال المكاني:** قمنا بدراستنا في جامعة قاصدي مرباح كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال واخذ عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال وأجرينا عليهم الدراسة ،بالقطب الجامعي 03حى النصر الخفجي.
- المجال البشري:** وتتمثل في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجميع مستوياتهم وتخصصاتهم من ثانياة إعلام واتصال ،وثالثة (إعلام ،اتصال) ماستر (اتصال جماهيري والوسائط الجديدة ،سمعي بصري)
- المجال الزمني:** امتدت دراستنا في الفترة ما بين من 05ديسمبر وبعد موافق اللجنة العلمية على عنوان الدراسة ومع بداية الموسم الجامعي 2018/2019 حيث كانت البداية الفعلية انطلاقاً من الجانب المنهجي أولاً ،وقمنا في هذه الفترة بجمع أكبر عدد ممكن من المراجع حول الدراسة من كتب ودراسات سابقة ،ثم انتقلنا إلى الجانب التطبيقي الذي كان أواخر شهر أفريل بتوزيع الاستمارات على الباحثين واسترجاعها كان من 01- 05ديسمبرالي غاية شهر أفريل.

6 - مفاهيم الدراسة :

تكتسب الحقائق والأشياء قيمتها من المعني والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها ويتفقون عليها في البيئة الواحدة، وهذا المعني والصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة بحيث تستدعي هذه الرموز بمجرد ذكرها المعاني والصور التي تعبر عنها. ويعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم والتي غالباً ما تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم متشابهة.¹

ومن أهم المصطلحات في دراستنا هذه :

تعرض

لغة : كلمة التعرض في اللغة العربية هي عرض وتعني لغوياً أظهر الشيء وأراه إياه وعرض (اسم العرض) منقول بما يدل عند الجمهور هو الشيء السريع الزوال وينقسم بالجملة إلى المقولات الثمان هي (الكمية والكيفية والإضافة وأين ومتى والوضع وان يفعل وينفعل .

اصطلاحاً: التعرض فهو ما يصدر عن الفرد من عرض للحقائق والوقائع وقد يكون هذا العرض واضحاً أو ضمناً أو غامضاً وبذلك فإن المصطلح يعني الشرح والبيان والتفسير وتعني أيضاً المكان المعد للعرض ويمثل التعرض أحد الحلقات الرئيسية للعمليات الاتصالية وهو يعبر عن حدوث الصلة بين الرسالة الاتصالية ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة والجمهور من جهة أخرى.²

إجرائياً: ويكون هذا العرض واضحاً أو ضمناً أو غامضاً أو فإنه عملية وصول المعلومات من مصادر الإعلام إلى الجماهير، وتعني كلمة التعرض لوسائل الإعلام هو تعرض أو الأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة الجمهور لتلك الوسائل وتأثره بها،

الشباب الجامعي

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 153.

² سعد مطشر عبدالصاحب، مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية، دراسة ميدانية لقناة المنار الفضائية للمدة من 9/1 ولغاية 2006/12/31 كلية الإعلام جامعة بغداد 2007/2006. ص 14.

لغة: هي مرحلة عمرية تتميز بالحيوية والطاقات المتجددة تضيء علي العلاقات الإنسانية المرنة والتعلم بشكل مستمر اضافة إلي اعتبارها طاقة قوميك لما تحتويه من قدرات وأفكار متنوعة .

اصطلاحا: والدارسين لهذا المصطلح يرون وجوب ألا يقتصر هذا المفهوم علي النظر لشباب كفاءة عمرية أو اجتماعية لها خصائصها النفسية والسلوكية المميزة - لكن باعتبارهم عنصرا هاما في بناء النسق الاجتماعي للمجتمع.¹

إجرائيا: وهي الفترة التي ينظم فيها الشباب إلي الجامعة يتلقون دروس ومحاضرات في الجامعة للحصول علي شهادة جامعية وتكون أعمارهم ما بين (17.25) عاما وتتسم هذه الفترة بالأفكار الجديدة والقوة والنشاط وتعتبر مرحلة اختيار وتخطيط للمستقبل

اليوتيوب:

لغة: يقوم اليوتيوب علي فكرة مبدئية هي :بث لنفسك أو ذع لنفسك ويوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني ،إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم لتصوير يومياتهم والكثير منها يتم إنتاجها بطرق احترافية وغير احترافية لدوافع مختلفة سياسية اجتماعية وغيرها.²

اصطلاحا:

موقع متاح للعموم علي شبكة الانترنت لمشاركة ملفات الفيديو ،يمكن مستخدميه من تحميل ومشاهدة اللقطات المصورة ،بل والتعليق عليها كتابة ،بالاضافة إلي فرصة المشاركة في قرار إزالة الملفات الغير مرغوب فيها ،ويعتمد هذا الموقع علي برنامج (أدوبي فلاش).³

¹خنساء التومي ،**دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي** ،أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،تخصص اتصال ،جامعة محمد خيضر بسكرة 2016/2017.ص 208 .

²العابد السيد علي ،يحي عبد الرؤوف ،**تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست علي الطلبة الجامعيين** ،دراسة ميدانية علي طلبة قسم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرياح ،مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،قسم علوم الإعلام والاتصال ،تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة ،جامعة قاصدي مرياح ورقلة 2016/2017.ص 9.

³سعد بن محارب المحارب ،**الإعلام الجديد في السعودية** ،دار الجداول لنشر ، ط 1 ، بيروت لبنان ،2011.ص 113.

- كما يعرف اليوتيوب على أنه من المواقع العالمية التي تقدم خدمات الفيديو بالصوت والصورة في مختلف المجالات ،ويعد أكبر المواقع على شبكة الانترنت ،وعنوانه www.youtube.com ويسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني لكونهم مستخدمين عاديين ¹.

اجريئيا : هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني .

انحراف القيم

انحراف : لغة :كلمة (انحراف) مأخوذة من مادة (ح ر ف) ،ومن معانيها في اللغة العربية أنه يقال (حرف الجبل)،أي :أعلاه المحدد ،ويقلل : (فلان على حرف من أمره) أي :على ناحية منه ،ومنه قول الله تعالى (ومن الناس من يعبد الله على حرف فان أصابه خير أطمأن به) (الحج 11).²

اصطلاحا :يعرف على انه انتهاك القواعد ،التي تتميز بدرجة كافية من الخروج عن الحدود التسامح في المجتمع والانحراف عن المعايير السلوكية المتعارف عليها ³.

إجرائيا :ويتمثل في مظاهر السلوك غير المتوافق مع السلوك الاجتماعي السوي والتي تمهد بعد ذلك إلي انزلاقه نحو الإجرام .ويعرف على أنه الابتعاد عن المسار المحدد أو انتهاك القواعد ومعايير المجتمع ،وإتباع الطريق الخطأ المنهي عنه دينيا أو الخضوع والاستسلام للطبيعة الإنسانية دون قيود .

القيم

لغة :ورد في المعجم الوسيط : قيم الشيء تقييما أي قدره واستخدمت القيمة أيضا بمعنى التعديل والاستقامة والاعتدال ،قيل الأمر بمعنى اعتدل واستقام وقام الحق :أي ظهر واستقر ،وقوم الأعوج :أي أعدله وأزال اعوجاجه ⁴.

¹Bloxx .(2010). **Allowing saf Access to youtube in the classrom**. Bloxx Nonsense M agazine. P10

²محمد عبد الصمد ،رؤية إسلامية (ظواهر الانحراف الاجتماعي في المجتمع الإسلامي ومعالجتها)،المجلد الرابع ،دراسات الجامعة الإسلامية العالمية شيئاغونغ ،ديسمبر 2007 ص ص 146.

³نصيرة خلايفية ،**التصورات الاجتماعية لدور المدرسة عند الأحداث المنحرفين** ،دراسة ميدانية بمراكز إعادة التربية والتأهيل (أم البواقي ،غابيه ،سكيدة)ذكور وإناث قسنطينة ،أطروحة دكتوراه علوم فرع علم النفس الاجتماعي ،كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية،قسم علم النفس وعلوم التربية والارطفونيا،جامعة منتوري ،قسنطينة، 2012/2011. ص 15.

⁴عبد الرحمان بن عبد الله العفيصان ،**أثر التحول في القيم الشخصية والأسرية على السلوك العنيف لدى مرتكبي جرائم العنف من الشباب في مدينة الرياض** ،أطروحة دكتوراه ،قسم العلوم الاجتماعية ،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،2006، ص 8.

وفي قاموس علم الاجتماع (Dictionnaire de sociologie) : هي تعبير عن المبادئ العامة . التوجيهات الأساسية والأفضليات والمعتقدات الجماعية في كل مجتمع.¹

اصطلاحاً : حكم يصدره الإنسان علي شئ ما مهتدياً بمجموعة من المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع محددا المرغوب فيه و غير المرغوب عنه من السلوك.²

إجرائياً : هي اعتقاد مكتسب طويل الأمد نسبياً بان نمط معين من السلوك أو غاية ما محببة ذاتياً أو اجتماعياً ،بالمقارنة مع سلوك مخالف أو غاية مخالفة ،فالقائمة تبرير لطريقة معينة من السلوك أوالتفكير .

انحراف القيم :

إجرائياً :هي الخروج عن السلوك الغير مألوف والابتعاد عن الصفات الأخلاقية التي يتميز بها البشر وتقوم الحياة الاجتماعية عليها ،وهي مخالفة نوع معين من القيم والقواعد السلوكية السائدة في المجتمع التي يحددها وفق لعاداته وتقاليده .

الموضوعة لغة :: ابتكار نماذج جديدة من اللباس ووسائل الزينة وغيرها . كذلك هو زى أو أسلوب أو عادة سائدة ، ذوق عام³

اصطلاحاً :هي ذلك التصميم المتغير من موسم لآخر والذي يحمل موصفات تتحكم في عناصر التصميم :الخط ،الشكل ،اللون ،النسيج المستخدم ،وكلما يتعلق بالملبس سواء تعلق الأمر بغطاء الرأس أو الأحذية أو مكملات الزينة وعقلية أفراد المجتمع الذي تنتشر بين أفرادها ،وليس إتباع (الموضوعة) بكل ما تمليه أفراد المجتمع من ضرورة لتطويره لكف التطور والرقى فيما يختاره الفرد سواء ذكر أو أنثى ليكون ملائماً لطبيعة مجتمعة وتقاليده ،وكل ما يتطلبه العرق والدين وما يتلاءم مع طبيعته وعمله وشخصيته فيرتدي الزى المناسب في السن المناسب و المكان المناسب .⁴

¹ Dictionnaire de sociologie, Raymond bendon, philippe , impression réallisée par buissière , France , 2005 p242

²أرؤى بنت عبد الله بن محمد الفقيه ،**بحث في القيم** ،كلية الشريعة .،قسم الثقافة الإسلامية ،جامعة الإمام بن سعود الإسلامية ،المملكة العربية السعودية ،2010/2009،ص4.

³ <http://ar.m.wikiipidia.Org> 18:51 ، 2019/01/29

⁴بوتقرايت رشيد ،**ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي** ،دراسة ميدانية لطلبة جامعة الجزائر ،ملحقة بوزريعة ،رسالة ماجستير ،كلية العلوم الإنسانية ،قسم علم الاجتماع ،ملحقة بوزريعة جامعة الجزائر ،2007/2006 ،ص 90.

- كما تعرف حيث أنها تستشعر الموضة التغيرات التي تحدث في العالم والاستجابة لها بحساسية وفورية يمكن إدراك هذه التغيرات بشكل مباشر في طريقة اللباس، وثروتهم وعمرهم وخصائصهم الوطنية، حيث تظهر الموضة عناصر الرغبة في الانتماء إلى مجموعة معينة أو تكون مختلف عن ذلك.¹

إجرائيا: يتنوع ويتغير موضة الشباب الجامعي من وقت لآخر ومن جيل لآخر وهذا التجديد وهذا التصميم ما يطلق عليه الموضة، والشباب الجامعي هم الفئة الأكثر إقبالا عليها حيث اتسعت دائرة معارفهم وعلاقتهم الاجتماعية لما تستعمله من أساليب تعمل علي جلبهم والتأثير فيهم، مثل مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها اليوتيوب لما يحتوي من برامج وفيديوهات تتماشى مع أذواق الشباب وميلهم إلي كل ما هو جديد وعصري

7 - الدراسات السابقة

مصطلح الدراسات السابقة هو مصطلح يراد به مراجعة الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع أو بعض من جوانبه حتى يتسنى للباحث أن يبدأ مما انتهى غيره، وان يوضح مدى الاختلاف والتشابه بين دراسته وبين من سبقه من الدراسات.²

والهدف من استعراض الدراسات السابقة هو تعريف القارئ بكافة الدراسات التي سبق إجرائها في موضوع الدراسة، مع عرضها بطريقة منطقية وأمنية تأخذ في حسابان أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين نتائجها.³

وتعتبر الدراسات السابقة أو المشابهة لأي بحث علمي ضروري لا مهمة، إذا أن وجودها يمكن الباحث من الضبط الدقيق لإشكالية بحثه والخطة المتبعة في الدراسة والأدوات البحثية وطرق استخدامها، إضافة إلي التعرف علي الصعوبات التي قد يتعرض إليها من خلال انجاز دراسته.

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع (تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وأثره علي انحراف القيم) وتناولته من زوايا مختلفة وقد تنوعت هذه الدراسات وسوف تستعرض هذه الدراسة جملة من الدراسات

¹Marta Kisfaludy. **Fashion and Innovation** .in the theoretical research of my doctoral .2008.p59

²رحيم يونس، كرو العزوي، **مقدمة في مناهج البحث العلمي**، دار الدجلة، ط1، عمان، 2008 ص46.

³احمد عبد المنعم حسن، **أصول البحث العلمي**، المكتبة الأكاديمية، ط1، القاهرة 1996 ص ص 89، 88.

التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلي أبرز ملامحها ,مع تقديم تعليقا عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية والإشارة إلي الفترة الزمنية لهذه الدراسات .
وقد تم تصنيف هذه الدراسات حسب المتغيرات الرئيسية لدراسة .حيث يوجد دراسات تناولت موضوع **اليوتيوب** ودراسات تناولت موضوع **القيم** وفي مايلي نقدم عرض لهذه الدراسات ثم نبين جوانب الاتفاق والاختلاف بينهما ثم نوضح الفجوة العلمية بينهما من خلال التعرف علي اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة وأخيرا جوانب الاستفادة منها في الدراسة الحالية .

الدراسة المشابهة

- دراسة سحنون خيرة و واضح خيرة " عنوانها " **علاقة اليوتيوب بالسلوك الانحرافي لدي الشباب الجامعي** دراسة مسحية لعينة من طلبة الإعلام بجامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة دارسة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإنسانية قسم علوم الإعلام والاتصال ,تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ,جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم العلوم الإنسانية 2018/2017 .
تناولت هذه الدراسة البحث في موضوع علاقة اليوتيوب بالسلوك الانحرافي لدي الشباب الجامعي ومعرفة دور موقع اليوتيوب في تغيير حياة الشباب والتعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) وكذلك الأسباب التي ساعدت علي انتشار السلوكيات الانحرافية لدي الشباب الجامعي من خلال تصفحهم للمواقع .

إشكالية الدراسة

تتركز بالدرجة الأولى على اثر اليوتيوب على سلوكيات الشباب الجامعي، فالإشكالية الرئيسية هي ما علاقة

استخدام اليوتيوب بالسلوك الانحرافي لدى الشباب الجامعي؟¹

وعلى ضوء ذلك هناك 04 تساؤلات فرعية التالية :

1. ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع اليوتيوب لدي الشباب الجامعي ؟

2. ماهي دوافع استخدام طلبة جامعة جيلالي بونعامة لموقع اليوتيوب ؟

3. ما طبيعة المشاكل الأسرية التي يسببها موقع اليوتيوب ؟

4. ما طبيعة السلوك الانحرافي للشباب المشاهد لموقع اليوتيوب ؟

المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات

اعتمدت الباحثتان على المنهج المسحي لدراسة الموضوع من اجل الحديث عن ظاهرة اليوتيوب وأثاره على

انحراف السلوك لدي الشباب الجامعي وتحليله لهذه الظاهرة، حيث تم تصميم الاستبيان وتوزيعه على مجتمع

الدراسة المتمثل في عينة من طلبة الإعلام والاتصال .

نتائج الدراسة

¹سحنون خيرة، واضح سعده، علاقة اليوتيوب بالسلوك الانحرافي لدى الشباب الجامعي، دراسة مسحية لعينة من طلبة الإعلام بجامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة، مذكرة لنيل شهادة ماستر اكاديمي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع جامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة 2018/2017 .

وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج إن أغلبية الطلبة الجامعيين يفضلون استخدام اليوتيوب بمفردهم لضمان حرّيتهم الشخصية في المشاهدة ,وذلك باستخدام الهاتف الذكي لمشاهدة المضامين الترفيهية ومضيعة الوقت بالدرجة الأولى بشكل دائم نظرا لضعف الرقابة الأسرية خاصة الطالبات المقيّمات في الإقامة الجامعية كما خلصت إلي أن المضامين مواقع اليوتيوب تقوم علي تحريض أفراد العينة للقيام بسلوكيات منافية للمجتمع ,وهذا مايبث أن اليوتيوب له علاقة بالسلوك الانحرافي لدى الشباب الجامعي . من خلال المقارنة بين هذه الدراسة ودراستنا استنتجنا أن هذه الدراسة تتوافق مع دراستنا في تسليط الضوء علي اليوتيوب وأثاره علي انحراف السلوك الشباب الجامعي بينما أهملنا أي جانب من السلوك المنحرف باعتباره الجانب المهم والأساسي في إبراز نوع من الانحراف لتوضيح الفكرة أكثر،بالإضافة إلي المنهج فقد اعتمدت هذه الدراسة علي المنهج المسحي في حين أن دراستنا اعتمدت علي المنهج الوصفي التحليلي .

وقد تم الاستفادة من هذه الدراسة التي تم الاطلاع عليها كما يلي :

. طريقة اختيار الأداة المناسبة في جمع المعلومات التي تقترب بدرجة كبيرة من تغطية الموضوع .. شرح بعض المفاهيم الخاصة بالدراسة . اعتمادها كمرجع أو دراسة سابقة بالنسبة لدراستنا .

الدراسة الثانية :

دراسة فهد بن علي الطيار (شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة التوتير نموذجاً

(دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود بالرياض .

. تناولت هذه الدراسة في البحث عن اثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة وتغيير قيمهم الايجابية والسلبية .

إشكالية الدراسة :وترتكز بالدرجة الأولى على بيان (اثر شبكات التواصل الاجتماعي التوتير نموذجاً على

القيم لدى طلاب الجامعة)؟وعلى ضوء هذه التساؤل تدرج تحتها تساؤلات فرعية التالية :

1. ما لا اثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ؟

2. ما لا اثار الايجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ؟

3. ما اثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ؟¹

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف بأنه المنهج الذي لايتوقف عند وصف وجمع

البيانات المتعلقة بالظاهرة .حيث تم تصميم الاستبيان وتوزيعه على مجتمع الدراسة المتمثل في 300عينة من

طلاب جامعة الملك سعود بالرياض وتم اختيارهم عشوائياً على حساب تخصصاتهم .

. حيث خلصت الدراسة إلي عدة نتائج ومنها أن أهم الآثار السلبية تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير

شرعية مع الجنس الآخر والإهمال في الشعائر الدينية .وان أهم الآثار الايجابية تمثلت في الاطلاع على

الإخبار البلد الذي يعيش فيه ،تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والتعبير بحرية .

¹فهد بن علي الطيار ، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة التوتير نموذجاً، دراسة تطبيقية على طلاب

جامعة الملك سعود ،الرياض، 2013.

ومن خلال المقارنة بين دراستنا والدراسة الحالية نستنتج أنهما يلتقيان في أن كلاهما يدرس اثر شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد الآثار الناجمة عنها علي قيم الطالب الجامعي ،في حين يختلفان في أن دراستنا تدرس اثر اليوتيوب والدراسة الحالية تدرس التوتير وأثرها علي القيم الاجتماعية ا ما دراستنا زاوية معينة وهي القيم المتعلقة بالموضة . وتم الاستفادة من هذه الدراسة اعتمادها كدراسة سابقة لموضوعنا لأنها تتوافق معه في أنها تدرس شبكات التواصل وأثارها علي قيم الطالب الجامعي وكذلك ساعدتنا في التسلسل المنهجي لخطة الدراسة .

الدراسة الثالثة :

علاء الدين احمد خليفة ،استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (المكان الثالث) وعلاقته بالعفة والهوية الخصوصية .(دراسة ميدانية لأثر هذه المواقع علي القيم الاجتماعية وعلاقته بالعفة والهوية والخصوصية والتعرف علي أهم ما تستخدمه الشباب في هذه المواقع الاجتماعية كذلك التعرف علي الاشباع المحققة من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي) .

إشكالية الدراسة :

وتتركز علي الشباب الجامعي واستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي .

تساؤلات الدراسة :

1. ماهي أنماط وعادات الطلبة في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
2. ما لمدي الذي يقضيها الطلبة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ؟
3. ما الموضوعات والمضامين التي تتعرض لها عينة الدراسة عند استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 4 - ماهي سلبيات وايجابيات استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي برأي عينة الدراسة ؟
- 5 - هل هناك فروق في اثر هذه المواقع علي المنظومة الثقافية لعينة الدراسة تبعا لاختلاف العوامل

الديمغرافية لدي المبحوثين مثل (مستوى الدراسة ،النوع)¹.

المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات : تعد من الدراسات الوصفية والتي اعتمدت هذه الدراسة علي المنهج الوصفي والذي يستخدم في البحوث التي تستهدف وصف سمات وأراء أو اتجاهات أو سلوكيات عينات من

¹ علاء الدين احمد خليفة ،استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (المكان الثالث) وعلاقته بالعفة والهوية الخصوصية ،دراسة ميدانية لأثر هذه المواقع على القيم الاجتماعية لطلبة الجامعات العراقية ،العراق .

أفراد الممثلة لمجتمع ما .حيث اعتمدت هذه الدراسة علي خمسة جامعات عراقية وتم اختيار 400 طالب وطالبة من تلك الجامعات .ولجمع البيانات والمعلومات الخاصة تم تصميم الاستبيان وتوزيعه علي العينة الدراسة والمقصود بها طلبة الجامعة .

نتائج الدراسة: التعرف علي أن اغلب الشباب الجامعي العراقي يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي ،كذلك أثبتت الدراسة بان الشباب الجامعي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة خاصة الفيس بوك ،اليوتيوب ،توتير ،

فتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية أن كلاهما تناول موضوع اليوتيوب واستخدم نفس المنهج الأداة في كلا الدراستين وكان **الاختلاف** بين الدراسة الأولى ودراستنا أنها تدرس موضوع اليوتيوب وأثاره علي القيم الموضنة نموذجاً ،في حين الدراسة الحالية هي استخدام الشباب الجامعي للمواقع التواصل وعلاقته بالعفة والهوية الخصوصية .

وقد تم **الاستفادة** من هذه الدراسة في معرفة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وكيفية بناء النظرية ،واعتمدها كدراسة سابقة لأنها تتوافق مع دراستنا في معالجة موضوع اليوتيوب

الدراسة الرابعة :

العابد السيد علي ،بن يحي عبد الرؤوف **تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين** (دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرياح)

وكان التساؤل الرئيسي كالتالي:

ماهو تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

يتفرع منه التساؤلات الفرعية نورها على الشكل التالي:

(1) ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب لمشاهدة لبرامج

البودكاست؟

(2) ماهي دوافع الطلبة الجامعيين وراء مشاهدة برامج البودكاست من خلال اليوتيوب؟

(3) فيما تتمثل الاشباع التي يحققها الطلبة الجامعيين من خلال متابعتهم لبرامج

البودكاست؟

4 ماهي التأثيرات الناجمة عن متابعة الطلبة الجامعيين لبرامج البودكاست؟

ومنهج المستخدم في الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي والعينة التي تم التطرق إليها هي

العينة القصدية وعليه كانت العينة في الدراسة طلبة سنة أولى وثانية ماستر علوم الإعلام

والاتصال بكل تخصصاتها تكنولوجيا الاتصال الجديدة وإذاعة وتلفزيون والذين يستخدمون

اليوتيوب الذين يتابعون برامج البودكاست .

نتائج الدراسة : وكانت نتائج الدراسة كالأتي انه يعتبر اليوتيوب موقع من مواقع التواصل الاجتماعي التي

يستغلها الشباب من اجل إيصال أفكار لمن يستعظون الوصول إليهم. وأن برامج البودكاست هي مقاطع الفيديو

يتم تصويرها من طرف هواة من أجل نقل الواقع المعاش وفئة الشباب أكثر إقبالا حيث يقومون بتصوير مقاطع

الفيديو تحمل رسائل مختلفة ونشرها عبر موقع اليوتيوب، وكذلك ننتشر بكثرة برنامج البودكاست وذلك بالأثر الذي خلفه على الطلبة الجامعيين من خلال اليوتيوب الذين يقومون بمتابعة هذا.¹

وتلتقي هذه الدراسة مع دراستنا في أنهم اعتمدوا على المنهج الوصفي التحليلي ودراستنا على المنهج الوصفي كذلك اتفقنا في دراستنا على استخدام أداة الاستمارة التي تقوم على جمع البيانات والاختلاف يكمن في الأولى تدرس تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين أما دراستنا فتطرقنا إلى تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وأثاره على القيم في حين أن الأولى اهتمت ببرنامج واحد على اليوتيوب وهو البودكاست أما دراستنا قامت على دراسة الأثر على القيم لدى الشباب الجامعي .

ولقد تم الاستفادة من هذه الدراسة الاستعانة ببعض المصطلحات التي تناولناها في دراستنا خاصة الإطار المنهجي لدراسة وكذلك وكيفية صياغة أسئلة الاستبيان والاستفادة من بعض مراجعها .

8 - المقاربة النظرية:

وقبل البدء بذكر المدخل المتبني لابد من معرفة المقصود بالنظرية السيسولوجية التي تعني (مجموع المصطلحات والتعريفات والإفترافات التي لها علاقة ببعضها البعض والتي تقترح رؤية منظمة للظاهرة وذلك بهدف عرضها والتتبؤ بمظاهرها فمن خلالها يمكن للباحث اخذ نظرة جيدة حول الظاهرة لينطلق منها نحو فهم ووضع تفسيرات أكثر عمقاها أما بالنسبة للمدخل النظري فهو (طريقة للاقتراب من الظاهرة المعينة بعد اكتشافها وتحليلها وذلك لتفسيرها لاستناد إلي عامل أو متغير كان قد تم تحديد دوره في حركة الظاهرة مسبقا بناء علي خبراته التي اكتسابها في مجال البحث العلمي) وهذا المداخل تهدف لتقريب الباحث من الظاهرة التي قام بتحديدتها سابقا .

¹السيد علي العابد، عبد الرؤوف بن يحي، مرجع سبق ذكره .

ويعرف كذلك بالنظرية، وتعرف النظرية علي أنها قالب فكري منظم يبدأ بمجموعة من التخيلات العقلية (فروض النظرية) تقوم بربط مجموعة من المتغيرات تعين الباحث علي تفسير العلاقة بين هذه المتغيرات تفسيراً منهجياً¹. ونعتقد أن المنهج السيسولوجي الأنسب لدراستنا الذي من شأنه أن يقوم بصفة العمق والشمول لهذه الدراسة ونظراً لأن موضوعنا هو **تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وآثاره علي انحراف القيم الموضحة (نموذجاً)** فالنظريتان الأنسب هما نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الحتمية القيمية .

نظرية الاستخدامات والإشباعات: تعتبر هذه النظرية من نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام فإنها أكثر شمولاً حيث تضع في حساباتها بعض العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في الناس. وتري هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيرية وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها ونوع المضمون الذب يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة

من أهم أهدافها : السعي إلي اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال باعتبار الجمهور نشط

شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض

التأكد علي نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري².

وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات علي خمسة فروض أساسية وهي كالآتي :

(1) أعضاء الجمهور المشاركين فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال

لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .

(2) يعبر استخدام وسائل الاتصال من الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عمل الفروق

الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات .

¹ عبد المعطى عسافوا وآخرون، **التطورات المنهجية وعملية البحث العلمي**، دار وائل للنشر ، ط1، عمان، الأردن 2008 ص53.

² عبد الحافظ عواجبي صلوي، أسامة مساعد بن المحيا، **نظريات التأثير الإعلامية**، 2012 ص ص 9,10.

(3) التأكد على أن الجمهور الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل التي وليس التي تستخدمهم .

(4) يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات .

(5) يمكن الاستدلال علي المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال ,وليس من خلال محتوى الرسائل فقط .¹

كما أن أهم الخطوات المنهجية في المقاربة النظرية هو إسقاط النظرية علي الدراسة ومعرفة مدى تلاءم فرضياتها

وتفيد النظرية في دراستنا في معرفة دافع الشباب الجامعي لاستخدام اليوتيوب . فالشباب الجامعي هو الجمهور المتلقي فهو جمهور ايجابي وليس سلبي فيتعامل الشباب الجامعي لليوتيوب على أنه يقدم مضامين تعليمية ، ترفيهية دينية ، ثقافية فالجمهور هنا يقوم بمعرفة مايلبي حاجاته التي تحقق اشباعاته

نظرية الحتمية القيمية :

نظرية الحتمية القيمية تختلف عن النظريات الغربية السابقة ،خصوصا نظرية مارشال ماكلوهان علي مستوي القيمة التي يعتبرها عبد الرحمان عزي نوعا من التعبير عن الذات والتميز الثقافي والحضاري حيث يعتمد عبد الرحمان عزي علي القيم لتحقيق التنوع الثقافي الايجابي ،وتأتي أهمية هذه الحتمية القيمية الإعلامية بالنظر إلي جملة من القضايا التي يعيشها العالم العربي والإسلامي في وقتنا الراهن ،وفي مقدمتها الوضع الإعلامي والغزو الثقافي الذي اشتدت حدته مع رياح العولمة وانعدام الفعالية الحضارية التي تميز معظم دول العالم الإسلامي في عصر التكنولوجيات الرقمية المتطورة ،وتأتي الحتمية القيمية الإعلامية بمثابة رؤية نظرية

¹ريم احمد عبد العظيم، الحوار الإعلامي (برنامج تدريبي لتنمية مهارته) ، دار الميسرة ، عمان ،2010،ص 77.

جديدة حيث جاءت هذه النظرية لربط الواقع وما ينبغي أن يكون عليه وفكرتها الرئيسية في الإعلام إنما هو رسالة، وان أهم ما يمكن أن تقاس بيه الرسالة هو القيم التي تمثلها هذه الرسالة وان القيم في أساسها ترتبط ارتباط وثيقاً بالمعتقدات.¹

ركائز النظرية: ركائز منظور الحتمية القيمية في الإعلام: يطرح عزي عبد الرحمان عزي أربعة أركان رئيسية للاتصال وهي :

- اعتماد الاتصال علي قاعدة الأبعاد الثقافية الحضارية، الفكرية التي ينتمي إليها المجتمع .
- اعتماد الاتصال علي التكاملية في الأنماط والوسائل السمعي البصري، المكتوب، الشفهي، والشخصي، مع التركيز علي الارتقاء بالمكتوب في عصر المعلومات في عصر سيادة البصري (الاتصال المرئي) باعتباره انسب لبناء الحضارات .

- أن يكون الاتصال ارتداديا باسطة لقنوات التواصل الواعي مع قطاعات الجمهور كافة وان لا يكون استقصائيا .
- يبني الاتصال علي قاعدة الأبعاد الثقافية الحضارية، الفكرية التي ينتمي إليها المجتمع.²

افتراضات نظرية الحتمية القيمية في الإعلام :

- يحدد عزي عبد الرحمان عزي فرضيات النظرية وفق منظور قيمي يوضح من خلالها ضرورة فهم العلاقة بين الإعلام والمجتمع قيميا .
- إن الشباب أكثر ارتباطا من غيرهم بأي وسيلة إعلامية أو اتصالية جديدة بحثا عن الإثارة والمغامرة، ومن ثم فإنهم أولي العناصر الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيات والتأثر بها .

¹ فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام (الوسائل، النماذج، النظريات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2017 ص 347ص348.

² عبد الرحمان عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، دار المتوسطة، ط1، تونس، 2013، ص32.

- أن الشباب ينجذبون للإعلام الجديد أكثر من وسائل الإعلام الأخرى التقليدية، عنصر التفاعل غائب نسبياً في الوسائل الأخرى .

- أن حسن استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة يسهم في توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة والعلوم .
- حسن استخدام وسائل الإعلام يعمل على تعزيز القيم وقد يولد أيضاً الإحساس بالذنب إذا أساء الفرد استخدام تلك الوسائل¹.

تسعى دراستنا للكشف عن آثار اليوتيوب على قيم الشباب الجامعي فرض علينا توظيف نظرية الحتمية القيمية لعبد الرحمان عزي لاعتقادنا أنها الأنسب حيث يعتبر اليوتيوب من بين أكثر الوسائط فعالية في عملية نشر الأفكار والقيم وتغيير أنماط السلوك في ظل نسق افتراضي تتعدد فيه القضايا والرؤى التي من شأنها المساس بمرجعية القيمة الأخلاقية وهذا ما نود الكشف عنه وإسقاطه على اليوتيوب كمستحدث جديد وأثاره على القيم المتعلقة بالموضة والذي يؤثر على القيم المتعلقة بالموضة والذي يؤثر على جمهور المتعرض لهذه المادة من الشباب الجامعي وتغيير قيمه ومبادئه التي حث عليها الدين الإسلامي وتتبع عادات منافية للمجتمعات خاصة في طريقة اللباس والشعر فهي تؤثر على هذه الفئة وبدرجة كبيرة .

وهذا ما نسعى للكشف عنه في دراستنا هذه من خلال الأفكار التي تتوافق مع مرتكزات النظرية - إن محاولتنا معرفة تأثير اليوتيوب على القيم المتعلقة بالموضة لشباب الجامعي لجامعة ورقلة، فرض علينا توظيف هاتين نظريتين لاعتقادنا أن هذه النظريات هي عوامل تكامل تساهم مع بعضها البعض في تفسير وتحليل الظواهر الإعلامية لتقريب فهمها وبمدي تأثيرها بالجوانب الأخلاقية القيمية السلوكية والاجتماعية لذا وجب علينا دراسة تأثير الذي يؤديه هذا الوسيط (اليوتيوب) على قيم شباب جامعة ورقلة، ومنه التركيز وإبراز

¹عبد الرحمان عزي، مرجع سبق ذكره، ص 9 .

نوع التأثير من خلال اعتماد علي فروض نظرية الحتمية القيمة وكذلك فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات لمعرفة تأثير الشباب الجامعي بهذا الوسيط في تحقيق اشباعاته .

9 - منهج الدراسة :

إن القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة وهادفة إلى بلوغ النتيجة وذلك باتباع منهج مناسب لطبيعة الدراسة التي سنتناولها ، كما أن معرفة المنهج المعتمد في الدراسة الميدانية ذو أهمية كبيرة بالنسبة للباحث.

فيعتبر المنهج لغة بأنه مصدر بمعنى طريق، مسلك. وهي مشتقة من الفعل نهج بمعنى طرق أو سلك، أو

اتباع، والنهج، والمنهج، والمنهاج تعني الطريق الواضح.¹

ويعرفه موريس أنجرس: هو مجموعة من الاجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث العلمي في تقصيه

للحقائق العلمية في أي فرع من فروع المعرفة وفي أي ميدان من ميادين العلوم النظرية والعلمية.²

ومجال البحث العلمي غير محدد، بحيث انه يشمل جميع الميادين منها المتعلقة بالإنسان ومشكلاته المختلفة، حيث يعتمد علي استخدام المجالات المهنية والعرفية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها علي حدا سواء، لذلك فان البحث العلمي هو جهود ينظمها الباحث مستخدما الأسلوب العلمي المعتمد علي قواعد علمية يهدف من خلالها لكشف الظاهرة قيد الدراسة وتحديد العلاقات المتحكممة فيها، ومن بين القواعد العلمية المعتمدة في البحث العلمي، هو تحديد المنهج الذي يعرف بأنه الوعي الموضوعي من خلال الوعي بفلسفته وبالخطوات

¹فطوم لطرش، استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة والإشباعات المحققة منه (دراسة على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة)، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، 2013/ 2014، ص20.

² موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، دار القصبه للنشر الجزائر 2006 ص 98.

المتبعة من اجل اكتمال وتباينه ,وهو ذلك الطريق الذي يسلكه الباحث في جميع المعلومات المتعلقة بالدراسة

1.

وتتدرج هذه الدراسة المتضمنة لتعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وأثاره علي انحراف القيم (الموضوعة) نموذجاً ، ضمن الدراسات الميدانية تهدف من خلال الكشف عن اثر القيم في ظل تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب

حيث تقوم في مثل هذه الدراسات بوصف الحالة الراهنة دون التدخل في الجانب التاريخي أو التوقع لتطورها المستقبلي .

وفي دراستنا هذه استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي هو مجموعة الإجراءات البحثية التي يقوم بها الباحث بشكل متكامل لوصف الظاهرة المبحوثة معتمداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً دقيقاً لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة .وفي موضوعنا نستخدم المنهج الوصفي الذي يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها إشكالها وعلاقتها و العوامل المؤثرة في ذلك وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث.² وتعريف آخر يعتمد المنهج الوصفي على دراسة الواقع أو الظاهرة الموجودة في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كيفياً عن طريق وصف الظاهرة مع بيان خصائصها أو تعبيراً كمياً فيعطينا وصفاً رقمياً مع بيان مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها مع غيرها من الظواهر الاخرى.³

¹مليكه هارون ، الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال دراسة ميدانية تحليلية لعينة من شباب ولاية تيبازة خلال صيف 2004، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر(3)، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال 2005 / 2004.ص ص 12 13 .

² ربحي مصطفى عليان، عثمان غنيم ، أساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق ، دار صفاء، ط1،الأردن 2000 ص 80.

³إبراهيم بن عبد العزيز الدعياح مناهج وطرق البحث العلمي ، دار الصفاء للنشر ،ط1، عمان الأردن ، 2010،ص 75.

وتتمحور دراستنا حول " تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب و أثاره على القيم الموضحة(نموذجاً)" فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في علوم الإعلام والاتصال و التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها و أبعادها والعلاقة بين متغيراتها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق للظاهرة أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة .

حيث اعتمدنا علي المنهج الوصفي التحليلي في دراستنا باعتباره منهج تحليل ودراسة أي مشكلة أو اجتماعية أو جمهور ما. وذلك بإتباع طريقة علمية منظمة وهو أكثر المناهج ملائمة لاستكشاف ظاهرة ما أو مجموعة ظواهر محل البحث ويسمح بالحصول على معلومات واقعية تصور الواقع الاجتماعي فهو قائم علي تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع البيانات والمعلومات المحققة لذلك، فهو لا يقف عند مجرد الوصف الظاهري للمشكلة موضع الدراسة بل يحاول التعرف عليها من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة بينها كما هي في الحيز الواقعي وهو الهدف الذي نسعى لتحقيقه من خلال هذه الدراسة .

10 - مجتمع البحث وعينة الدراسة

مجتمع البحث :

مجتمع الدراسة هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة، وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه، لا بد من تحديد مجتمع الدراسة حتى يتسنى للباحث القيام بإجراءات الدراسة كاختيار العينة بكل يسر وسهولة .

ويعرف مجتمع البحث علي انه : "مجموعة محدودة من المفردات المحددة مسبقا .وهو جميع المفردات أو الأشياء التي تريد معرفة الحقائق عنها".¹

¹أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2007، ص166

كما يقصد به مجموعة الوسائل المتماثلة المعبرة في حامل يطلق عليه الاتصال والتي يريد الباحث معرفة خصائصها.¹

ومن كل هذه التعريفات فان مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في مجموع طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة وقد تم اختيارهم لأنهم الأقرب إلي التخصص .

عينة الدراسة :

لقد استنتجنا في هذه الدراسة أسلوب العينة التي تعد من وسائل جمع المعلومات وتختلف تبعا لاختلاف المشاكل التي تهم البحث , يتم اختيارها اختيارا حرا لتحقيق غرض البحث إذا ليس ضروري أن تكون العينة ممثلة لأحد لان المطلوب هو الحصول علي المعلومات محدد نوعها سلفا ولا تتوفر إلا لدي مجموعة معينة من الأفراد .

أسلوب العينات في الغالب يستخدم في الدراسات التربوية الاجتماعية , لان الكثير من المشاكل التي تواجه تلك الأبحاث يتعذر مواجهتها أو حلها علميا دون اللجوء إلي أسلوب اختيار العينة من اجل هذا اضطررنا إلي اختيار العينة من مجتمع الدراسة والتي تتمثل في عدد معين من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح .ورقلة وهي فئة الشباب الجامعي الذي يتعرض إلي اليوتيوب والذي يتراوح سنهم من 19 فما فوق وجمع المعلومات التي تدل علي المجتمع ككل ومثل هذا الإجراء يمكننا من جمع البيانات حول تعرض الشباب لليوتيوب وأثاره علي انحراف القيم (الموضحة) حيث اعتمدنا علي العينة القصدية

¹عائشة ديس ،دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات ، دراسة ميدانية علي طالبات علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة ،مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي ،كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ،قسم العلوم الإنسانية تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ،جامعة جيلالي بونعامة خميس مليانة 2017/2018،ص 9.

العينة : ويعرف محمد عبد الباسط العينة : على أنها عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع

البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع .¹

وعلى هذا الأساس تمثلت العينة المختارة في هذه الدراسة في العينة القصدية ، وهي العينة التي يعتمد عليها الباحث بصفة مسبقة تحديد عدد مفردات العينة كما يراها ملائمة لدراسة .²

كما تعرف أنها اختيار مفردات العينة بطريقة عمدية ، طبقا لما يراه الباحث مناسبا من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث .³

وعليه فقد اخترنا عينة قصديه تتكون من 60 مفردة من الشباب الجامعي المتعرض لليوتيوب من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لجميع المستويات (ليسانس - ماستر) المسجلين لسنة الجامعية 2018- 2019

11 - أدوات جمع البيانات :

هناك عدة طرق لجمع البيانات يمكن استخدامها في مجال البحث العلمي وهي المقابلة والملاحظة واستمارة الاستبانة وغيرها من أدوات البحث العلمي . ومن أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها اعتمدنا على مجموعة من أدوات جمع البيانات منها الاستبيان والملاحظة البسيطة وذلك من خلال مشاهدتنا لتعرض لليوتيوب وتجسيدهم لبعض القيم من بينها تقليد الموضة خاصة الشباب الجامعي وبالأخص طلبة الإعلام والاتصال ويتجلى هذا التقليد في اللباس وقصات الشعر وإتباع كل ما هو جديد وعصري دون مراعاة توافقه أو عدم توافقه مع قيم مجتمعنا .

¹محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، ط2، القاهرة ، 2004، ص133.

²عاطف عدلي عبيد ، زكي أحمد عزمي ، الأسلوب الإحصائي واستخدامه في بحوث الرأي العام والإعلام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1999، ص142.

³محمد عبد الحميد ، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام ، عالم الكتب ، ط1، القاهرة ، 1993، ص183.

الملاحظة:

حيث يعرفها Frey بأنها تعتبر من بين أكثر الأدوات استخداما في دراسات الاتصال، لما توفره من ميزة جمع عدد كبير من البيانات والمعلومات.¹

الملاحظة البسيطة: ويقصد بالملاحظة البسيطة ملاحظة الظواهر كما تحدث تلقائيا في ظروفها الطبيعية، دون إخضاعها للضبط العلمي أو بدون استخدام أدوات دقيقة للقياس للتأكد من دقة الملاحظة وموضوعيتها.² ونظرا لطبيعة الموضوع والمنهج فقد اعتمدنا علي **الاستمارة** كأداة رئيسية في دراستنا لما توفره من سهولة في جمع البيانات الميدانية عن الظاهرة

الاستمارة :

تتضمن مجموعة من التعريفات من الصعب حصرها في مفهوم الاستبانة ومن بينها :

- أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يتطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث، حسب أغراض البحث. أو هي مجموعة الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول علي معلومات أو آراء المبحوثين حول الظاهرة أو موقف معين.⁴³

ولقد قمنا بإعداد استمارة الاستبيان في صورته الأولية بعد الاطلاع علي الدراسات السابقة ذات صلة بموضوع الدراسة حيث تضمنت الاستمارة عددا من الأسئلة المغلقة والمفتوحة تعالج أربعة محاور أساسية مسبوقة بتعريف البيانات الشخصية اللازمة فكانت المحاور كمايلي :

المحور الأول: خصصناه لعادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب :ويشتمل علي 8 اسئلة .

¹زيارة الموقع في 2019/01/04 على الساعة 12:50 ابراهيم بعزیز، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني دراسة حالة منتديات المحادثة الالكترونية .

²زيارة الموقع في 2019/01/04 على الساعة 12:50 ابراهيم بعزیز ، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني دراسة حالة منتديات المحادثة الالكترونية .

³ فاطمة عوض صابر، ميرفت خفاجة، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، مكتبة ومطبعة دار الإشعاع الفنية، ط1، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 144

⁴ ربحي مصطفى عليان، عثمان غنيم، مرجع سابق، ص 82.

المحور الثاني: خصصناه لدوافع تعرض الشباب الجامعي لعروض الموضة عبر اليوتيوب :ويشتمل علي 8 اسئلة.

المحور الثالث : خصصناه الاشباعات المحققة من تعرض الشباب الجامعي لفيدويوهات الموضة عبر اليوتيوب ويشتمل علي 5 اسئلة .

المحور الرابع : خصصناه للانعكاسات تعرض الشباب الجامعي لبرامج اليوتيوب على قيم المتعلقة بالموضة ويشتمل علي 7 اسئلة.

- صدق المحكمين :

وللتأكد من الصدق الظاهري للاستمارة تم عرضها للتحكيم علي 4 اساتذة ذوا درجات علمية متفاوتة من قسم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح وذلك للاسترشاد برأيهم والتعرف علي وجهات نظرهم حول المحاور ودرجة موافقة الفقرات الأهداف بالدراسة واشكالياتها ،وفي ضوء ذلك تم تعديل بعض الأشياء بعد العودة للأستاذ المشرف ،ليتم الوصول للشكل النهائي للاستمارة ثم طبعها وتوزيع 60 نسخة علي العينة المعتمدة من مجتمع البحث¹.

جدول يوضح الأساتذة المحكمين بقسم علوم الإعلام والاتصال لاستمارة الاستبيان لدراستنا:

الجامعة	التخصص	الدرجة العلمية	اسم ولقب الأستاذ	الرقم
ورقلة	إعلام واتصال	أستاذ قسم مساعد أ	الزاي محمد الطيب	1
ورقلة	إعلام واتصال	أستاذ قسم محاضر أ	بودر بالة عبد القادر	2
ورقلة	إعلام واتصال	أستاذ قسم مساعد أ	بوكرموش عيسى	3

¹أ،محمد الطيب ،من جامعة ورقلة .
أ،عبد القادر بودربالة ،من جامعة ورقلة .
أ،عيسى بوكرموش ،من جامعة ورقلة .
أ،مسعود قانة ،من جامعة ورقلة .

قاصدي مرياح . ورقة	إعلام واتصال	أستاذ قسم مساعد ب	قناة مسعود	4
--------------------	--------------	-------------------	------------	---

الإطار التطبيقي

تمهيد

1- عرض البيانات الشخصية البيانات الشخصية

2- عرض وتحليل وتفسير نتائج التساؤل الأول
عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لموقع
اليوتيوب

3- عرض وتحليل وتفسير نتائج التساؤل الثاني
دوافع من تعرض الشباب لعروض الموضة عبر
اليوتيوب

4- عرض وتحليل وتفسير نتائج التساؤل الثالث
الإشباع المحققة من تعرض الشباب
لفيديات الموضة عبر اليوتيوب

5- انعكاسات تعرض الشباب الجامعي لبرامج
اليوتيوب على القيم المتعلقة بالموضة

6- عرض النتائج العامة

تمهيد :

يتناول هذا الإطار تحليل بيانات الدراسة الميدانية استناداً للمعطيات المتحصل عليها من استمارات الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين والتي قدرت بـ 60 مفردة حيث تم استرجاع 51 استمارة بعد توزيعها .

وبعد عملية ترقيم الاستمارات من 1-51 وترميزها وفق نظام spss قمنا بتفريغها وإدخال البيانات في الحاسوب وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية مع التعليق عليها كما وكيفا وإيجاد حلول وتفسيرات ذات دلالات لأجوبة الطلبة المبحوثين .

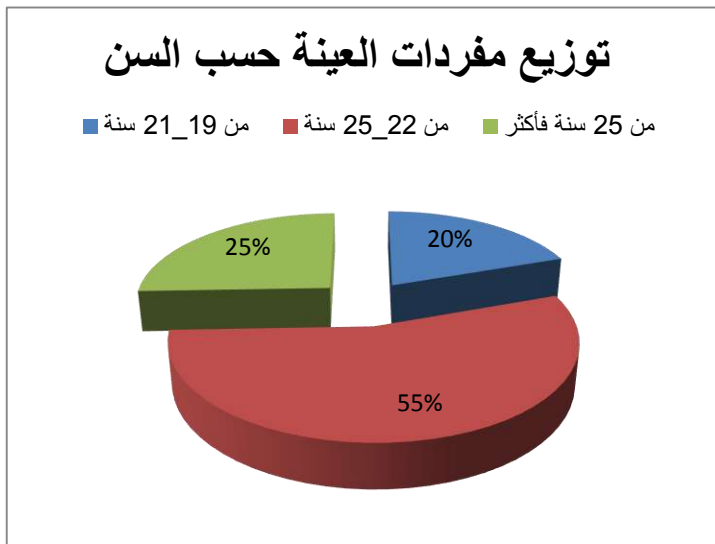
البيانات الشخصية للمبحوثين :

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين كما يعتمد عليها الباحث كمؤشرات في تحليل البيانات الميدانية حيث ما يراه الباحث وتقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها لذلك اشتملت دراستنا على معرفة البيانات الشخصية للمبحوثين تضمنت ثلاثة وهي (السن ، الجنس ، المستوى التعليمي)

(1) البيانات الشخصية :

(1) توزيع مفردات العينة حسب السن

جدول رقم (1): توزيع مفردات العينة حسب السن



السن	التكرارات	النسبة المئوية
من 21_19 سنة	10	19.6%
من 25_22 سنة	28	54.6%
من 25 سنة فأكثر	13	25.5%
المجموع	51	100%

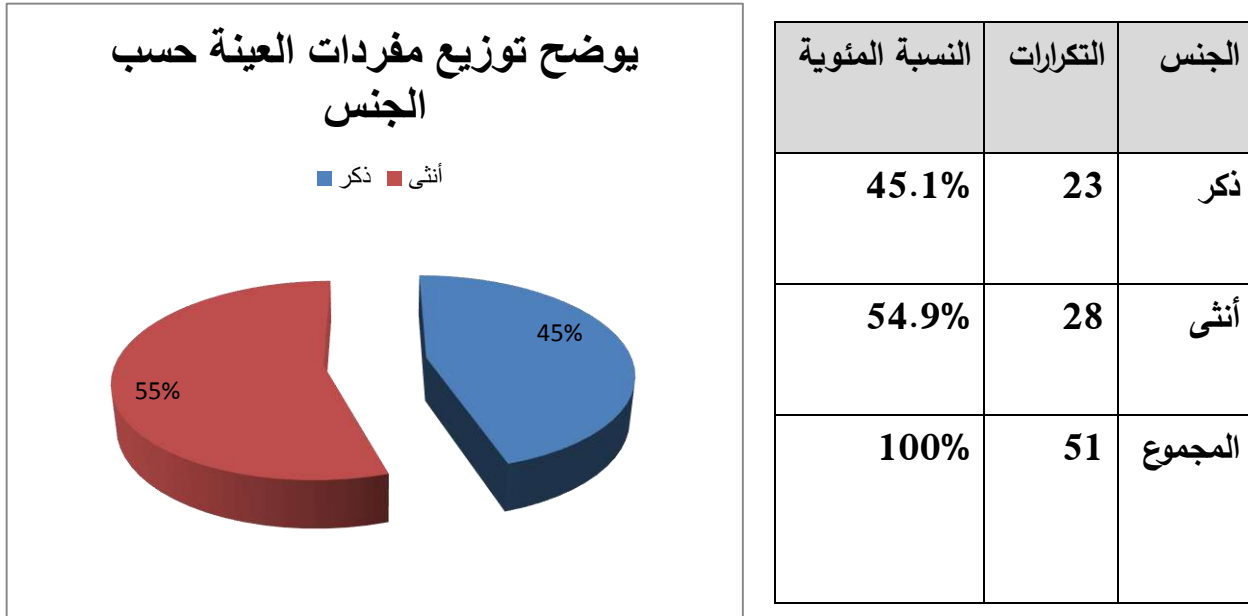
الشكل رقم (1) يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

من خلال الجدول والشكل أعلاه يتضح لنا أن النسبة الأكثر حسب توزيع مفردات العينة التي كان عدد تكرارها 28 وكان السن من 22_25 سنة والتي قدرت النسبة ب 54.6% ، ومن 25 فأكثر وكان عددهم 13 والتي كانت النسبة ب 5.2% و من 19_21 سنة وكانت النسبة ب 19.6% وكان عددهم 10 .

من خلال المعطيات السابقة يتضح أن الفئة الأكثر متابعة لليوتيوب هي الفئة الوسطى (من 22_25 سنة) ، وذلك هي الفئة العمرية المراهقة للطلبة وهو سن الاكتشاف وإتباع كل ما هو جديد من الموضة فأغلبية الطلبة الجامعين يهتمون بمظهرهم خاصة الشباب المراهقين . ففي هذا العمر يكون له حب الاطلاع والاكتشاف وحب التميز عن الغير من أجل أن يكون هو الأفضل بين أفراد مجتمع

(2) توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس .

الجدول رقم (2): يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس



الشكل رقم (2) : يوضح توزيع مفردات العينة حسب الجنس

يوضح الجدول و الشكل أعلاه توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس إذ بلغ عدد الإناث نسبة 54.9% ، وقدرت نسبة الذكور ب 45.1%.

- ويتضح لنا أن النسبة الأكثر هي الإناث وهذا دليل على أن الإناث هم من يقومون بمواكبة ومتابعة الموضة بشكل كبير وإتباع كل ما هو جديد ولأنهن أكثر اهتمام بمظهرهم وجمالهم على غير الذكور إلا أن هناك تفاوت بسيط بين نسبة الذكور والإناث في إتباع الموضة

3) توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي

الجدول رقم (3): يوضح توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي



المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة المئوية
ثالثة اتصال	10	19,6%
ثالثة اتصال	14	27,5%
أولى ماستر اتصال جماهيري	5	9,8%
أولى ماستر سمعي بصري	(8)	15,7%
ثالثة ماستر اتصال جماهيري	11	21,6%
ثالثة ماستر سمعي بصري	3	5,9%
المجموع	51	100%

يوضح الشكل رقم (3): توزيع مفردات العينة حسب المستوى

من خلال البيانات المبينة أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة ذو مستوى ثالثة اتصال عددهم 14 وقدرت نسبتهم ب 27,5% و ثم سنة ثالثة ماستر اتصال جماهيري والذي كان عددهم 11 والتي بلغت نسبتهم ب 21.6% ، كذلك ثالثة إعلام واتصال قدرت بنسبة 19,6% ، أولى ماستر سمعي بصري بلغت بنسبة 15,7% ، أولى ماستر اتصال جماهيري بنسبة 9,8% و ثالثة ماستر سمعي بصري والذي كان عددهم 3 والتي قدرت نسبتهم ب 5,9%.

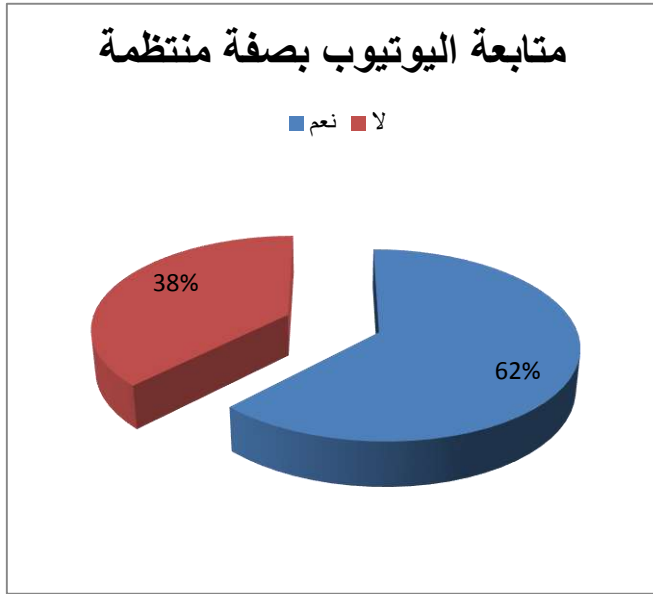
- من خلال البيانات نستنتج أن العدد الأكبر هم ثالثة اتصال وبما أنهم من فئة عمرية مراهقة لديها حب الاطلاع واكتشاف كل ماهو جديد ، ثم ثالثة ماستر اتصال جماهيري وهذا حسب توزيع مفردات العينة التي يوجد تفاوت بسيط بين النسب المتبقية في المستويات الأخرى . بعد ذلك توجد بين ثالثة إعلام واتصال ،

أولى ماستر سمعي بصري، أولى ماستر اتصال جماهيري ، ثانية ماستر سمعي بصري حسب اهتمامات كل مستوى .

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الطلبة بموقع اليوتيوب .

(4) هل تتابع اليوتيوب بصفة منتظمة؟

الجدول رقم (4): يوضح مدى متابعة اليوتيوب بصفة منتظمة



الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	32	62,7%
لا	19	37,3%
المجموع	51	100%

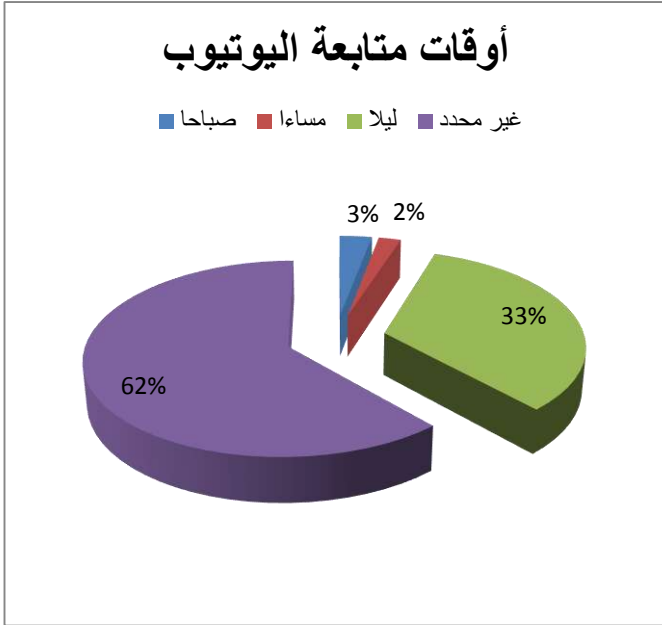
يوضح الشكل رقم(4): متابعة اليوتيوب بصفة منتظمة

من خلال البيانات أعلاه نلاحظ أن الأفراد الذين يتابعون اليوتيوب بصفة منتظمة حيث بلغ عدد الذين أجابوا بنعم نسبة 62.7% ، في حين بلغ عدد الذين أجابوه ب لا نسبة 37.3% .

- بناء على قراءة الجدول يظهر لنا أن غالبية مفردات العينة يتابعون اليوتيوب بصفة منتظمة وذلك أثناء أوقات فراغهم أو عندما يكونون في المنزل في الليل ، وهناك من يعتبره روتين يومي أو عادة لمشاهدة اليوتيوب بصفة منتظمة من أجل معرفة كل جديد على الموضة .

(5) هل متابعتك لليوتيوب تكون ؟ :

الجدول رقم (5) : يوضح أوقات متابعة اليوتيوب .



الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
صباحا	2	3,9%
مساء	1	2%
ليلا	17	33,3%
غير محدد	31	60,8%
المجموع	51	100%

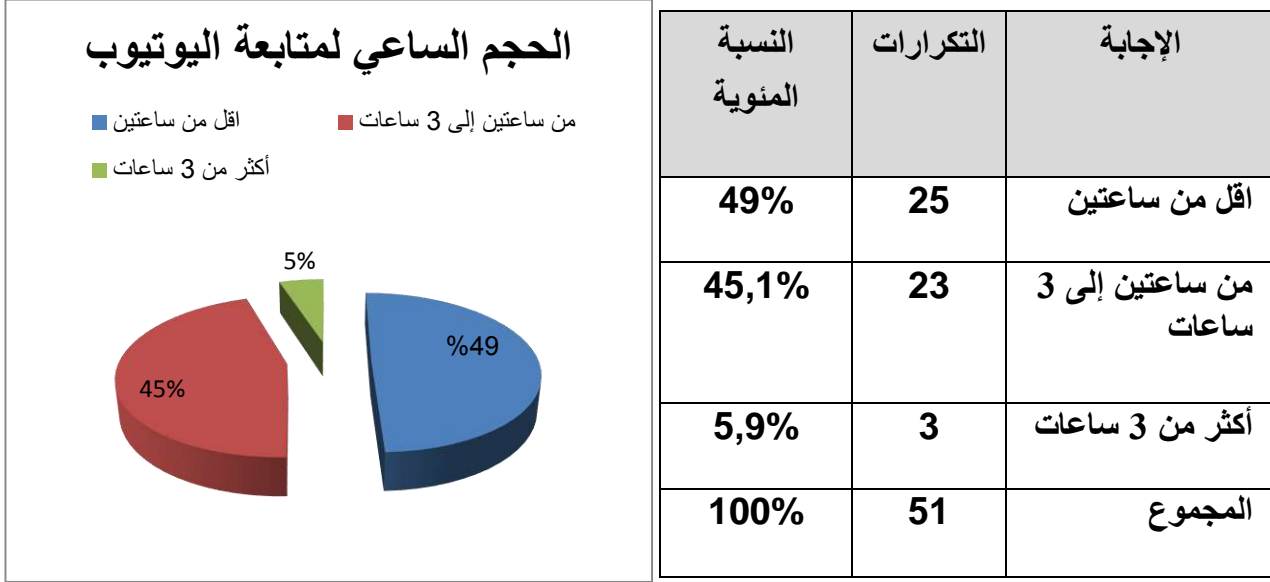
يوضح الشكل رقم (5) : أوقات متابعة اليوتيوب

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أنه قد بلغ عدد الذين يتابعون اليوتيوب في أوقات غير محدد بنسبة تقدر ب 60.8% فيحين الذين يتابعونه ليلا قدرت النسبة ب % 33.3 أما الذين يتابعونه صباحا بلغ عددهم 2 وكانت النسبة ب 3.9% ، أما الفترة المسائية قدرت نسبتهم ب 2% .

- من خلال قراءة الجدول يتضح لنا أن العدد الأكبر من مفردات عينة الدراسة يفضلون متابعة اليوتيوب في أوقات غير محددة وهذا راجع إلى طبيعة أفراد العينة بأنهم طلبة جامعيين حيث يكون أغلبيتهم منشغلون بمتابعة دروسهم ومحاضراتهم في الصباح والمساء وبذلك يتابعون اليوتيوب في أوقات غير محددة. و هناك من يتابع اليوتيوب في الليل عندما ينتهون من انشغالاتهم . أما في الصباح والمساء فالنسب جد متقاربة وبنسبة قليلة.

6) ماهو الحجم الساعي لمتابعة اليوتيوب؟

الجدول رقم(6) يوضح الحجم الساعي لمتابعة اليوتيوب



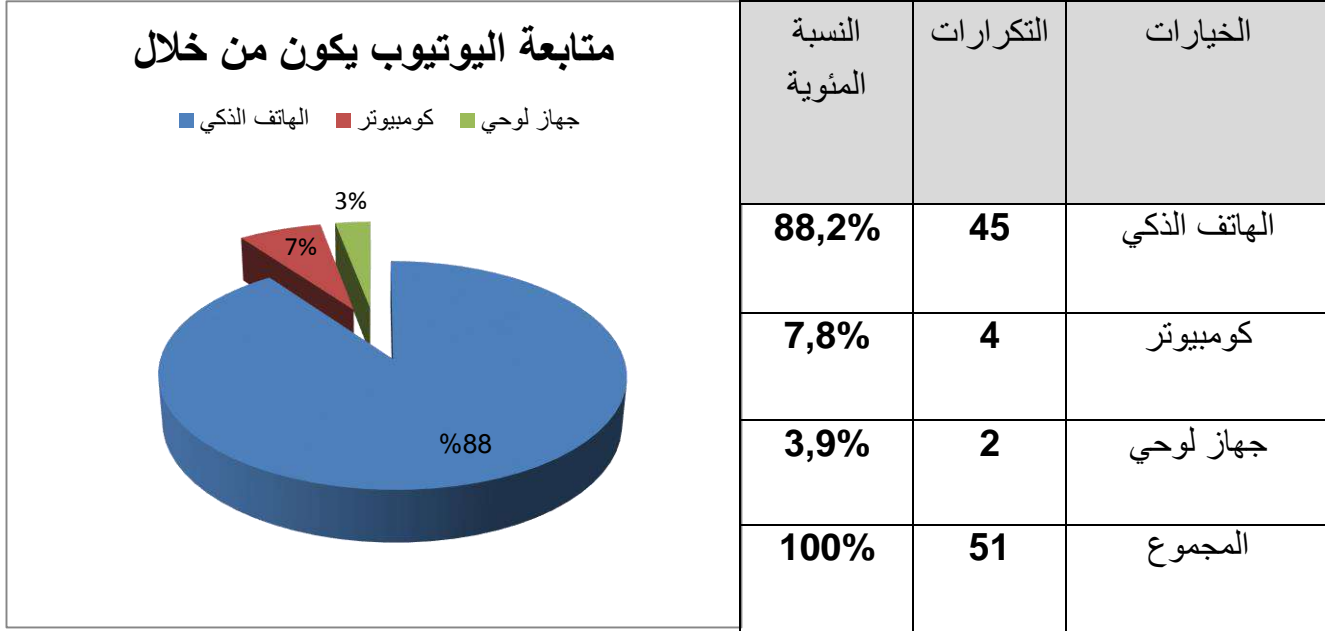
يوضح الشكل رقم(6) يوضح الحجم الساعي لمتابعة اليوتيوب

من خلال البيانات الموضحة أعلاه يتضح لنا أنه قد بلغ الحجم الساعي لمتابعة اليوتيوب لأقل من ساعتين قدرت النسبة بـ 49%، فيحين بلغت نسبة حجم متابعتهم من 2 ساعة إلى 3 ساعات بنسبة 45.1% ، أما الحجم الساعي لمتابعة اليوتيوب لأكثر من 3 ساعات بلغت بنسبة 5.9% .

- خلال قراءة الجدول نرى أن النسبة الغالبة لمفردات عينة الدراسة التي تتابع اليوتيوب هي المدة الأقل من ساعتين وذلك لضيق الوقت من حيث أنهم طلبة جامعيين لديهم التزامات أخرى كالدراسة والوقت الذي يتابعونه يكون غالبا في الليل والأوقات الأخرى يكونون فيها منشغلون وقد يكون الحجم الساعي لمتابعة اليوتيوب على حسب اهتمام وأوقات فراغهم .

(7) متابعتك لمضامين اليوتيوب تكون من خلال :

الجدول رقم (7) : يوضح متابعتك لليوتيوب يكون من خلال



الشكل رقم (7) : يوضح متابعة اليوتيوب يكون من خلال

يوضح الجدول أعلاه الوسيلة والطريقة التي يستعملها الطلبة لمتابعة اليوتيوب حيث بلغ عدد الطلبة الذين يتابعونه باستخدام الهاتف الذكي بنسبة 88.8% وبلغ عدد الطلبة الذين يتابعون اليوتيوب باستخدام كومبيوتر بنسبة 7.8% وأخيرا كان عدد الطلبة الذين يتابعون باستخدام جهاز لوحي مفردتين بنسبة 3.9% .

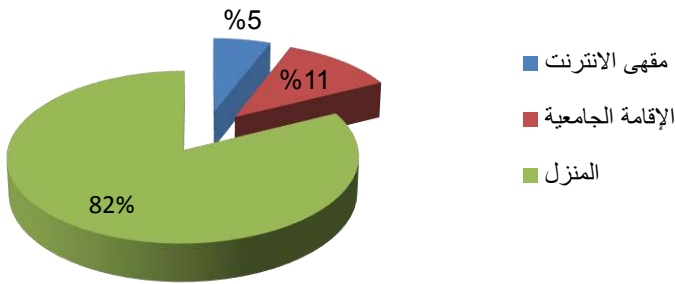
– من خلال قراءة الجدول يتضح لنا أن العدد الأكبر من مفردات عينة الدراسة يتابعون اليوتيوب بواسطة الهاتف الذكي باعتباره أحد وسائل تكنولوجيايات الاتصال الأكثر انتشارا بين الطلبة كما أنه يوفر قسط كبير من الخصوصية وهذا ما يفضله الطلبة الجامعيون في هذه المرحلة العمرية أما الجهاز اللوحي قد يكون كذلك فيه نوع من الخصوصية ، أما الكمبيوتر فيكون معظم استخدامه مع العائلة غالبا . وأكثر خصوصية هو الهاتف الذكي الذي يكون خصوصي من الدرجة الأولى .

8) أماكن التي يتابع فيها الطلبة اليوتيوب

الجدول رقم (8) : يوضح الأماكن التي يتابع فيها الطلبة اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
5,9%	3	مقهى الانترنت
11,8%	6	الإقامة الجامعية
82,4%	42	المنزل
100%	51	المجموع

أماكن متابعة الطلبة لليوتيوب

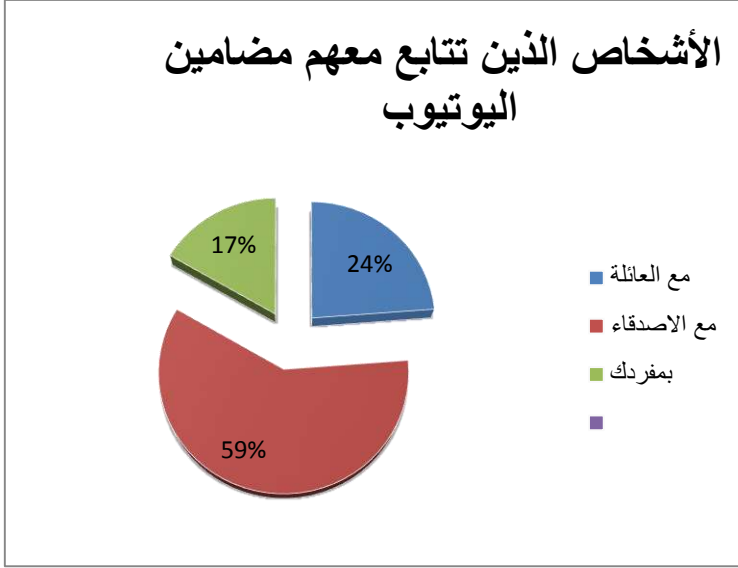


يوضح الشكل رقم (8): أماكن متابعة الطلبة لليوتيوب

يبين لنا الجدول و الشكل رقم(8) أماكن متابعة الطلبة لليوتيوب إذ نجد أن عدد الطلبة الذين يتابعونه في المنزل قدرت نسبتهم ب82.4% فيحين كان الطلبة الذين يتابعون اليوتيوب في الإقامة الجامعية نسبة 11.8%، أما الطلبة الذين يتابعونها في مقاهي الانترنت فهم بنسبة 5.9% .

- من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن أغلب مفردات العينة معتادون على متابعة اليوتيوب في المنزل باعتباره مكان للراحة وتمضية الوقت خاصة في الفترة الليلية، كما أن المنزل غالبا ما يكون موصول بالشبكة العنكبوتية مما يسهل للطلبة الجامعيين متابعة اليوتيوب أما الأفراد الذين يتابعونه في الإقامة الجامعية فيكون منشغولون بأمر أخرى و ترتيب غرفهم و الغداء ومشاكلهم ، أما مقهى الانترنت فغالبية الطلبة لديهم شريحة الانترنت يقومون بمتابعة اليوتيوب من خلال هاتفهم فلا داعي للذهاب لمقهى الانترنت .

(9) الأشخاص الذين تتابع معهم مضامين اليوتيوب
الجدول رقم (9) : يوضح الأشخاص التي تتابع معهم مضامين اليوتيوب



النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
3,9%	2	مع العائلة
9,8%	5	مع الأصدقاء
86,3%	44	بمفردك
100%	51	المجموع

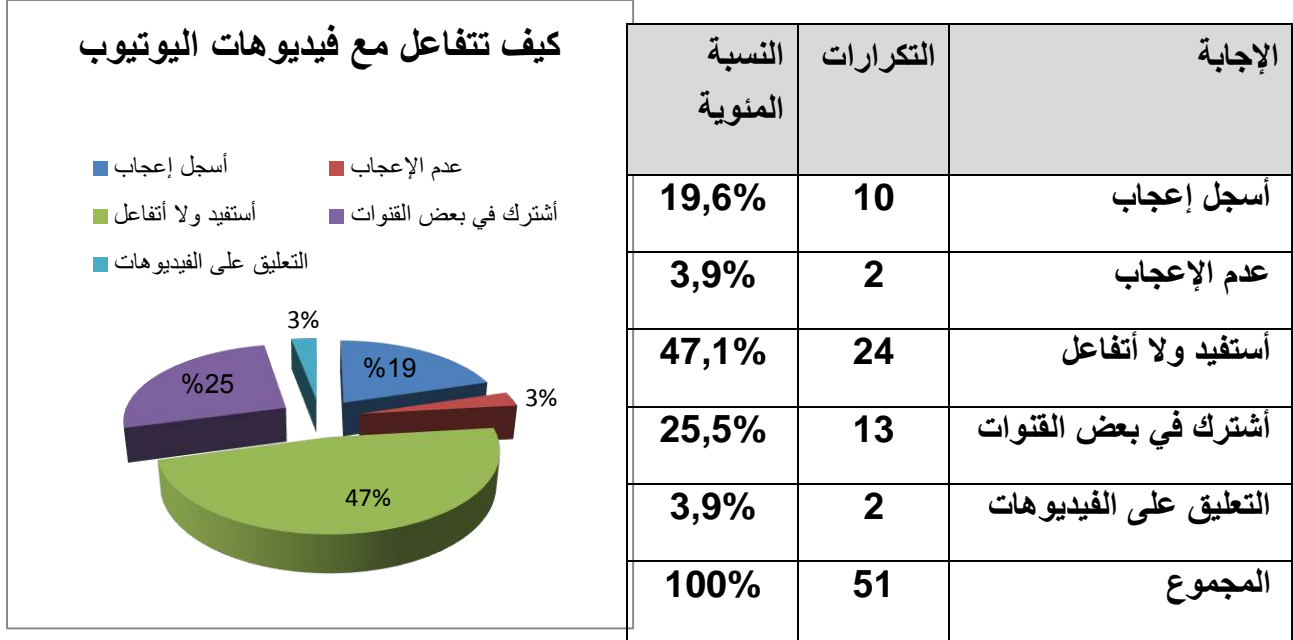
الشكل رقم (9) يوضح الأشخاص التي تتابع معهم مضامين اليوتيوب

يبين الجدول والشكل (9) توزيع عدد أفراد العينة الذين يتابع معهم مضامين اليوتيوب وكانت أغلبية الطلبة تتابع اليوتيوب بمفردها وكانت نسبتهم 86,3% والأفراد الذين يتابعون اليوتيوب مع الأصدقاء فقدت نسبتهم ب 9,8% ، و أخيرا كانت مفردتان تتابع اليوتيوب مع العائلة فكانت نسبتهم 3,9% .

- من خلال قراءة الجدول يتضح لنا بأن أغلبية الطلبة يتابعون اليوتيوب بمفردهم وذلك من أجل الخصوصية في مشاهدة ما يريدون دون تدخل فرد آخر ، ومن يتابع اليوتيوب مع الأصدقاء والعائلة هو من أجل قضاء أوقاتهم مع بعض من أجل الترفيه والترويح عن أنفسهم أثناء مشاهدتهم مع بعض .

(10) كيف تتفاعل مع فيديوهات اليوتيوب

الجدول رقم (10) : يوضح كيف تتفاعل مع فيديوهات الموضة



الشكل رقم (10) يوضح كيف يتفاعل الطلبة مع فيديوهات اليوتيوب

يوضح الجدول (10) كيف يتفاعل الطلبة مع فيديوهات اليوتيوب و ذلك لان أغلبية الطلبة كانت إجابتهم ب أنهم يستفيدون ولا يتفاعلون وقدرت نسبتهم ب 47,1% ، ثم أفراد الذين يشتركون في بعض القنوات والذي كان عدد أفرادهم 13 والتي بلغت نسبتهم ب 25,5% ، و الأفراد الذين يقومون ب تسجيل الإعجاب فقط وقد بلغت نسبة ب 19,6% ، وأخيرا الأفراد الذين يقومون بعدم الإعجاب و التعليق على الفيديوهات بلغت نسبتهم 3,9% .

- وفي الأخير نستنتج بأن تفاعل الطلبة عبر اليوتيوب يكون أغلبية الطلبة يستفيدون ولا يتفاعلون مع فيديوهات اليوتيوب والبعض يشترك فقط مع الفيديوهات وذلك على حسب اهتمام الطلبة للفيديو وهناك من يسجل إعجابه لما يشاهد على اليوتيوب أما عدم الإعجاب والتعليق على الفيديوهات بنسب جد قريبة من بعض فبعض الطلبة لا يهتمون بهذه الأشياء بقدر ما يهتمون بمحتوى الموضوع أي لا يعيرون له أي اهتمام.

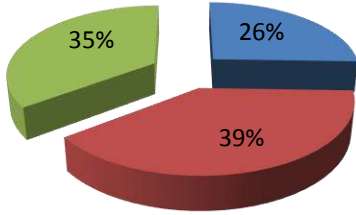
(11) أهم المضامين التي تفضل مشاهدتها في اليوتيوب

الجدول رقم (11) : يوضح أهم المضامين التي تفضل مشاهدتها في اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
25,5%	13	الموضة والجمال
39,2%	20	تسلية
35,3%	18	ثقافة
100%	51	المجموع

يوضح المضامين التي تفضل الطلبة مشاهدتها

■ ثقافة ■ تسلية ■ الموضة والجمال



الشكل رقم (11) يوضح المضامين التي تفضل الطلبة مشاهدتها

من خلال البيانات المعطاة نلاحظ أن طبيعة المضامين التي يفضل الطلبة مشاهدتها كانت أغلبية الطلبة يشاهدون اليوتيوب من أجل التسلية وقد بلغت نسبة ب 39,2% ، ثم البرامج الثقافية وكانت نسبتهم قد بلغت 35,3% وأخيرا برامج الموضة والجمال وكانت عدد مفردات العينة 13 وقدرت النسبة ب .25,5% .

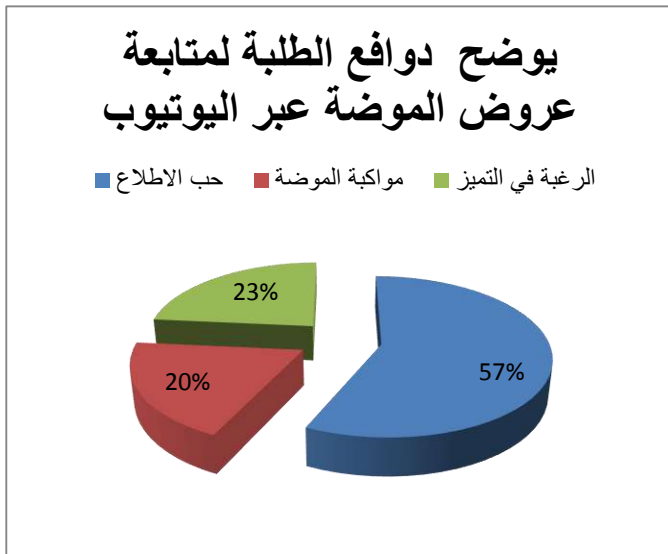
– من خلال قراءة الجدول نستنتج أن العدد الأكبر من مفردات عينة الدراسة يهتمون بمواضيع التسلية عن غيرها من المواضيع وذلك من أجل تمضية وقت فراغهم وملئهم بمشاهدة ربما مختلف البرامج التي تكون ضمن اهتماماته، ثم المواضيع الثقافية من أجل اكتشاف الثقافات الأخرى في العالم، وتزويدهم بأفكار جديدة. والموضة والجمال كأخر اختيار للطلبة في متابعته لليوتيوب .

وتفسيرا لمعطيات السابقة من الواقع المعاش أن أغلبهم يتابعون اليوتيوب بصفة منتظمة وذلك في أوقات فراغهم خاصة الفئة العمرية من الشباب يتابعون اليوتيوب من أجل تلبية رغباتهم وأنهم يتابعونه في أوقات غير محددة بما أنهم طلبة جامعيين يتلقون محاضرات في الفترات الصباحية والمسائية فإنهم لا يجدون وقت محدد وجل الطلبة يتابعونه على الهاتف الذكي لما يحمل من خصوصية للفرد ، و أنهم يتابعونه في المنزل لضيق وقت في الأماكن الأخرى فيأخذ راحته في المنزل بمفرده لان أغلب الأفراد يتابعون مضامين اليوتيوب دون تدخل فرد آخر فالشخص بطبعه يريد الخصوصية خاصة الفئة العمرية الشبابية (الجامعيين) ، وأنهم يستفيدون

ولا يتفاعلون مع المضامين المعروضة عبر اليوتيوب وذلك للاهتمام بما هو داخل المضمون ، وان أغلبيتهم يشاهدون اليوتيوب من أجل التسلية لتمضية أوقاتهم من البرامج المعروضة عبر اليوتيوب .
المحور الثاني : دوافع تعرض الشباب الجامعي لعروض الموضة عبر اليوتيوب.

(12) : ماالذي يدفعك إلي متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب ؟

الجدول رقم 12 : يوضح دوافع الطلبة لمتابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب



الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
حب الاطلاع	29	56,9%
مواكبة الموضة	10	19,6%
الرغبة في التميز	12	23,5%
المجموع	51	100%

الشكل رقم (12) يوضح دوافع الطلبة لمتابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب.

يوضح الجدول دوافع الطلبة لمتابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب ، فنجد الذين كان الدافع وراء متابعتهم لليوتيوب حب الاطلاع بنسبة 56,9% ، يليه دافع الرغبة في التميز بنسبة 23,5% أما دافع مواكبة الموضة فكانت النسبة ب 19,6% .

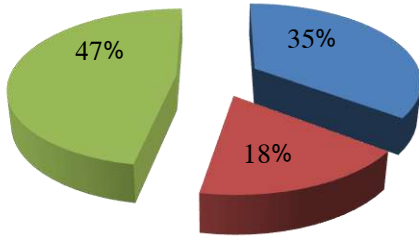
- من خلال قراءة الجدول يتضح لنا أن العدد الأكبر من مفردات عينة الدراسة كان الدافع الأول وراء متابعتهم لليوتيوب هو حب الإطلاع حيث أتاحت تكنولوجيا الاتصال عن طريق موقع التواصل اليوتيوب إمكانية معرفة كل جديد وحب الاطلاع على كل ثقافات العالم الأخر من الموضة ثم من أجل حب التميز عند متابعتهم للموضة أما النسبة الأقلية فكانت من أجل مواكبة الموضة أي اكتشاف ما يدور حول الموضة في الشعوب الأخرى .

13) ما يثير انتباهك عند متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب
الجدول رقم (13): يوضح ما يثير انتباهك عند متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
الديكور	18	35,3%
أسلوب البرامج	9	17,6%
محتوى الموضوع	24	47,1%
المجموع	51	100%

ما يثير انتباهك عند متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب

محتوى الموضوع ■ أسلوب البرامج ■ الديكور

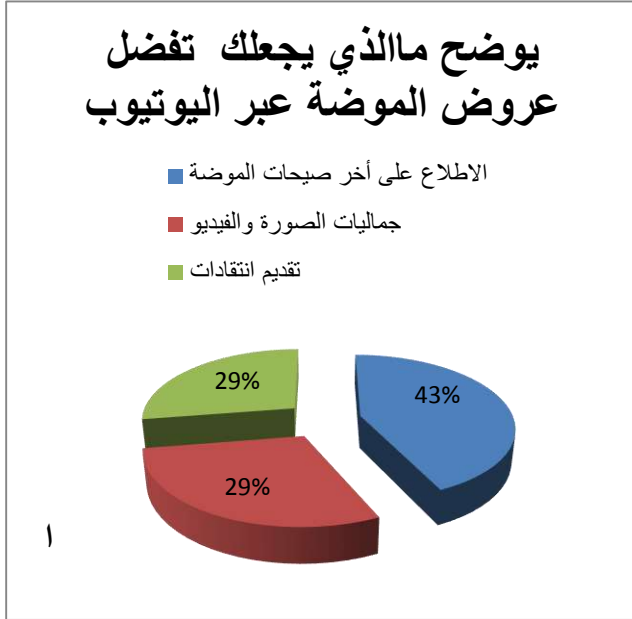


الشكل (13) ما يثير انتباهك عند متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب

من خلال الجدول إذ نجد أن محتوى الموضوع هو عامل الجذب الأول بنسبة كبيرة 47,1% فيحين كان عامل الجذب الثاني هو الديكور بنسبة 35,3%، أما أسلوب البرامج بنسبة 17,6% .
- من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن هناك تفاوت بسيط عند مفردات عينة الدراسة بخصوص ما يثير انتباههم عند متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب وكانت الأغلبية أجابت على محتوى الموضوع بما أن ما يريد معرفته هو ما يوجد داخل المحتوى ، ثم الديكور بنسبة متوسطة أي عند مشاهدته لأي برنامج يكون الديكور هو لجذب الشخص المشاهد لإثارة انتباهه .

14) ما الذي يجعل الطلبة يفضلون عروض الموضة عبر اليوتيوب ؟

الجدول رقم (14) : ما الذي يجعل الطلبة يفضلون عروض الموضة عبر اليوتيوب



النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
43,1%	22	الاطلاع على آخر صيحات الموضة
29,4%	15	جماليات الصورة والفيديو
27,5%	14	تقديم انتقادات
100%	51	المجموع

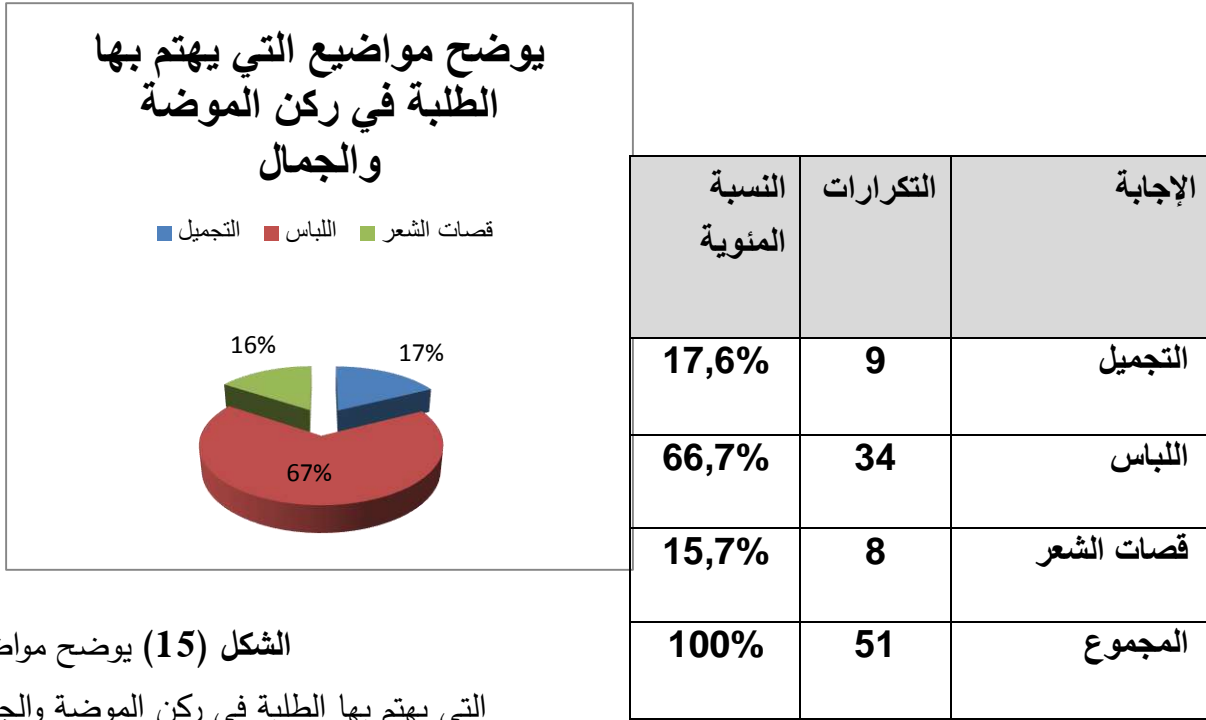
الشكل (14) : يوضح ما الذي يجعلك تفضل عروض الموضة عبر اليوتيوب

يوضح الجدول رقم (14) توزيع مفردات العينة في جعل الطلبة يفضلون عروض الموضة عبر اليوتيوب فكانت أغلبيتهم يقومون بالاطلاع على آخر صيحات الموضة والتي قدرت بـ 43,1% ، ثم جماليات الصورة والفيديو بنسبة 29,4% وأخيرا بتقديم انتقادات والتي قدرت النسبة بـ 27,5% .

- ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة يفضلون الإطلاع على آخر صيحات الموضة على اليوتيوب وذلك لاهتمامهم بموضوع الموضة خاصة في الآونة الأخيرة فأصبح الأفراد بصفة عامة والشباب الجامعي بصفة خاصة يتابعون كل ما هو جديد بما يخص الموضة عالم الأزياء فليس هناك فرق كبير بين من أجابوا بجماليات الصور والفيديو وتقديم انتقادات وذلك كل ما في الموضوع هو اهتمام الطلبة بموضوع الموضة والاطلاع على آخر صيحاتها .

(15) المواضيع التي يهتم بها الطلبة في ركن الموضة والجمال عبر اليوتيوب .

الجدول رقم (15) : المواضيع التي يهتم بها الطلبة في ركن الموضة والجمال عبر اليوتيوب



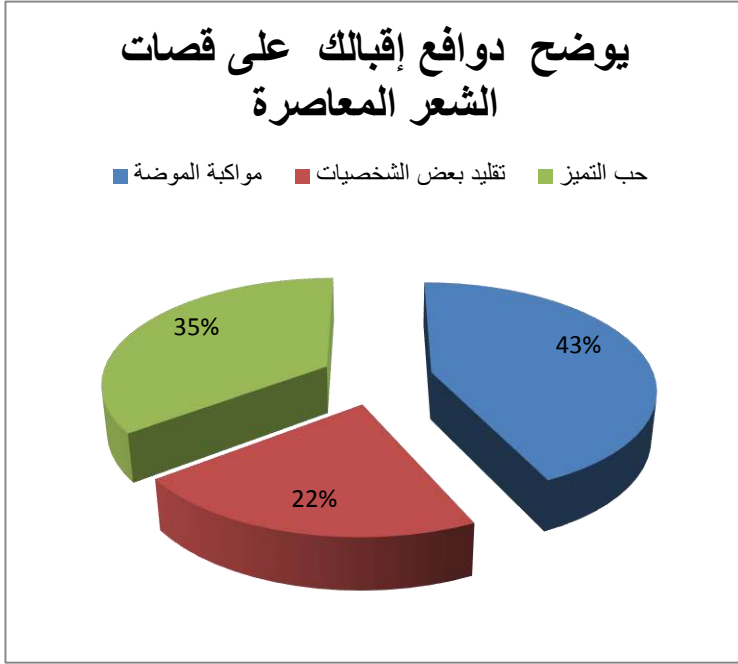
الشكل (15) يوضح مواضيع التي يهتم بها الطلبة في ركن الموضة والجمال

يوضح الجدول والشكل أعلاه أهم المواضيع التي تهتم بها في ركن الموضة والجمال عبر اليوتيوب وكانت نسبة الاهتمام ب اللباس 66,7% ، والتجميل بنسبة 17,6% ، وكان أخيرا الاهتمام بقصات الشعر بنسبة 15,7% .

- من خلال البيانات يتضح لنا أن أغلبية المواضيع التي يهتم بها الطلبة عبر اليوتيوب في ركن الموضة هي من ناحية اللباس بشكل كبير ، وذلك لأن أغلبية الطلبة يهتمون بما يرتدون لكي يكونوا بأحلى حلة باللباس و بقصات الشعر وكل ما هو جديد .

16) دوافع من إقبالك على قصات الشعر المعاصرة

الجدول رقم (16): يوضح دوافع إقبالك على قصات الشعر المعاصرة

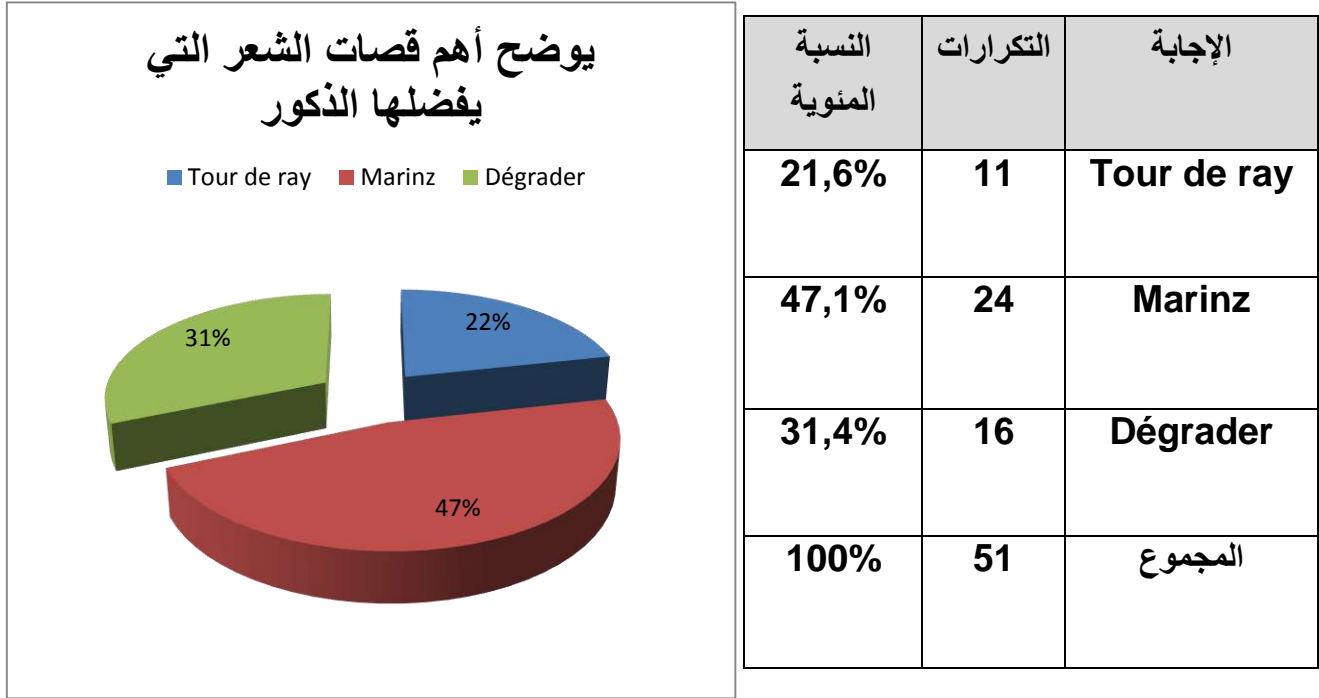


الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
مواكبة الموضة	22	43,1%
تقليد بعض الشخصيات	11	21,6%
حب التميز	18	35,3%
المجموع	51	100%

الشكل (16) يوضح دوافع إقبالك على قصات الشعر المعاصرة

من خلال الجدول والشكل أعلاه تبين أن دافع الطلبة من إقباله على قصات الشعر كانت نسبة مواكبة الموضة هي أكبر نسبة والتي قدرت بـ **43,1%** ، وحب التميز بلغت النسبة بـ **35,3%** ، وأخيرا تقليد بعض الشخصيات وكان عدد مفردات العينة بـ **11** وقد قدرت النسبة بـ **21,6%** .
 - ومنه نستنتج أن الطلبة يهتمون بقصات الشعر وذلك بمواكبة الموضة بشكل أكبر وإقباله على قصات الشعر وذلك من باب حب التميز وتقليد بعض الشخصيات .

(17) أهم قصات الشعر التي يفضلها الذكور
 الجدول (17) : يوضح أهم قصات الشعر التي يفضلها الذكور



الشكل رقم (17): يوضح أهم قصات الشعر التي يفضلها الذكور

يوضح الجدول (17) أهم قصات الشعر التي يفضلها الذكور وكانت أكبر نسبة هي **Marinz** عند الذكور ، ثم **Dégrader** وكان عدد أفراد العينة **16** والتي قدرت النسبة بـ **31,4%** ، وأخيراً قصة **Tour de ray** وكان عددها قليل **11** وقد بلغت النسبة بـ **21,6%** .

- من خلال الجدول نلاحظ بأن الطلبة الذكور كل فرد يفضل نوع معين من قصات الشعر ، حسب مواكبته للموضة وحسب ما يراه مناسب له من تقليده لشخصيات شاهدها عبر اليوتيوب ، فكل تسريحة لديها اسم.

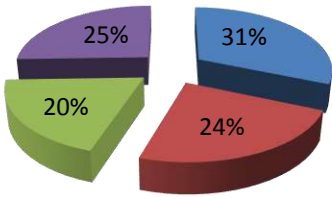
(18) أهم قصات الشعر التي تفضلها الإناث ؟

الجدول (18) : يوضح أهم قصص التي تفضلها الإناث

النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
31,4%	16	قصة شعر طويل (Carielong)
23,5%	12	قصة شعر مموج (Carieplanger)
19,6%	10	قصة شعر متداخلة (Coupsouavage)
25,5%	13	قصة شعر متدرج (graderéD)
100%	51	المجموع

يوضح أهم قصص الشعر التي تفضلها الإناث

- قصة شعر طويل (Carie long)
- قصة شعر مموج (Carie planger)
- قصة شعر متداخلة (Coup souavage)
- قصة شعر متدرج (Dégrader)



الشكل (18) يوضح أهم قصص الشعر التي تفضلها الإناث

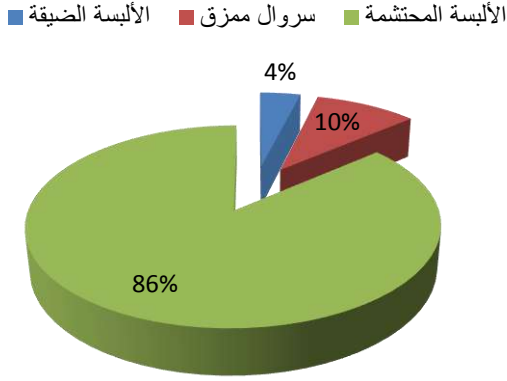
يبين الجدول (18) أهم قصص الشعر التي تفضلها الإناث وكانت النسبة الأكبر هي قصة شعر طويل وكانت النسبة بـ 31,4% ، ثم قصة شعر متدرج وقد بلغت نسبتهم بـ 25,5% ، وقصة شعر مموج بلغت نسبتهم 23,5% ، وأخيرا قصة شعر متداخلة وكان عدد مفردات العينة 10 وبلغت النسبة بـ 19,6% .

- و منه نستنتج أن الإناث كل من فرد كانت أغلبية الطلبة الإناث يفضلون قصة الشعر الطويل ، وبعدها قصة الشعر المموج ، وذلك حسب أفضلية الإناث لقصص الشعر ولكن توجد من تفضل قصة الشعر على حسب ما يناسب وجهها وذلك هناك من تتعرض لليوتيوب من أجل اكتشاف قصة شعر الفنانة ومقدمات البرامج .

19) تعرض لمضامين الموضة عبر اليوتيوب يدفعك لاقتناء

الجدول رقم (19): يوضح تعرضك لمضامين الموضة يدفعك لاقتناء

يوضح تعرضك لمضامين الموضة يدفعك لاقتناء



النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
3,9%	2	الألبسة الضيقة
9,8%	5	سروال ممزق
86,3%	44	الألبسة المحتشمة
100%	51	المجموع

الشكل (19) يوضح تعرضك لمضامين الموضة يدفعك لاقتناء

يبين الجدول أعلاه تعرض لمضامين الموضة يدفعك لاقتناء وكانت أكبر نسبة هي الألبسة المحتشمة والتي بلغت مفردات العينة 44 وقدرت النسبة بـ 86,3% ، ثم السروال الممزق والتي قدرت النسبة بـ 9,8% ، وأخيرا الألبسة الضيقة وكان عددها مفردتان من عينة الدراسة وبلغت نسبتهم بـ 3,9% .

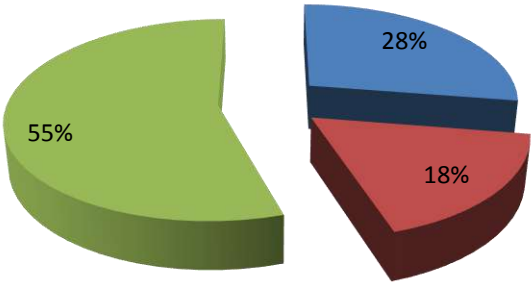
- ومن خلال قراءة الجدول يتضح لنا بأن الأغلبية الأكبر من الطلبة يهتمون بـ الألبسة المحتشمة بشكل كبير وذلك بأنه من عادات مجتمعا الحفاظ عليها ولبس الألبسة المحترمة التي تتماشى مع المجتمع الإسلامي، وعادات المجتمع الغربي تخالف عاداتنا فيقوم الطلبة باقتناء هذه الألبسة . إلا أن هناك من يريد إتباع الشخصيات التي تعرض لها من اليوتيوب أي التقليد الأعمى للمجتمعات الغربية .

20) أهم العلامات التجارية التي تفضل اقتناءها

الجدول (20) : يوضح أهم العلامات التجارية التي تفضل اقتناءها

يوضح أهم العلامات التجارية التي
يفضل اقتناءها

■ Lacoste ■ Levi's ■ Adidas



الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
Lacoste	14	27,5%
Levi's	9	17,6%
Adidas	28	54,9%
المجموع	51	100%

الشكل (20) : يوضح أهم العلامات التجارية التي يفضل اقتناءها

يوضح الجدول والشكل أعلاه توزيع مفردات العينة على أهم العلامات التجارية التي يفضل الطلبة اقتناءها وكانت الأكبر نسبة هي Adidas وكان عدد أفراد عينة 28 وقدرت نسبة ب 54,9%، ثم العلامة Lacoste والتي بلغت نسبتهم ب 27,5% وأخيرا العلامة Levi's التي قدرت النسبة ب 17,6% .
- ومن هنا نستنتج أن أهم علامة تجارية يقوم الطلبة باقتنائها هي Adidas وهي من العلامات الأكثر اقتناء من طرف الشباب الجامعي والتي تتابع في المحلات لكثرة ترويجها فيقوم الشباب الجامعي باشترائها و ذلك بإتباع كل ما هو جديد عن الموضة عبر اليوتيوب .

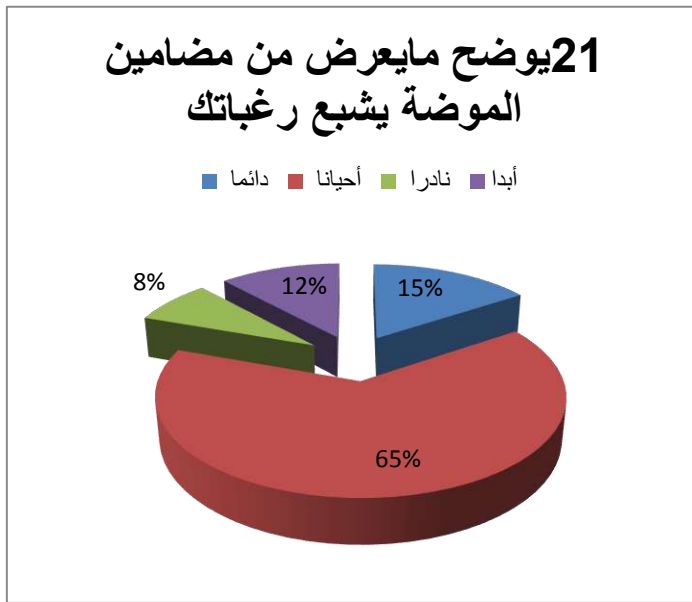
- وتفسيرا لمعطيات السابقة من الواقع المعاش نستنتج أن العدد الأكبر من مفردات العينة هو حب الاطلاع على كل ما هو جديد من ثقافات العالم الأخر من الموضة والاطلاع على آخر صيحات الموضة وذلك من باب الفضول واهتمامهم بموضوع الموضة ، اكتشاف كل ما هو جديد الذي أصبح الأفراد يهتمون به بعالم الأزياء في الآونة الأخيرة خاصة من ناحية اللباس بشكل كبير ويريدون أن يكونوا بأعلى حلة ، فالموضة أثرت بشكل كبير في الفئة العمرية الشبابية لما يتعرض للمضامين في اليوتيوب . ويقبلون على مواكبة الموضة من

باب حب التميز وتقليد الشخصيات التي يتابعوها في اليوتيوب ، فنلاحظ هناك من يقلد بعض الشخصيات من باب حب التميز خاصة الذكور من تسريحات الشعر والتقليد في طريقة اللباس والعلامات التي يتم اقتنائها من المحلات ، كذلك ويهتمون ب الألبسة المحتشمة بشكل كبير وذلك في مجتمعنا هو الحفاظ على العادات واللبس المحترم فيقوم الطلبة باقتناء هذه الألبسة لاحترام الغير .

المحور الثالث : الاشباع المحققة من تعرض الشباب الجامعي لفيدوهات الموضة عبر اليوتيوب

(21) مايعرض من مضامين الموضة عبر اليوتيوب يشبع رغباتك ؟

جدول رقم (21) : يوضح مايعرض من مضامين الموضة يشبع رغباتك



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	8	15,7%
أحيانا	33	64,7%
نادرا	4	7,8%
أبدا	6	11,8%
المجموع	51	100%

الشكل (21): يوضح مايعرض من مضامين الموضة يشبع رغباتك

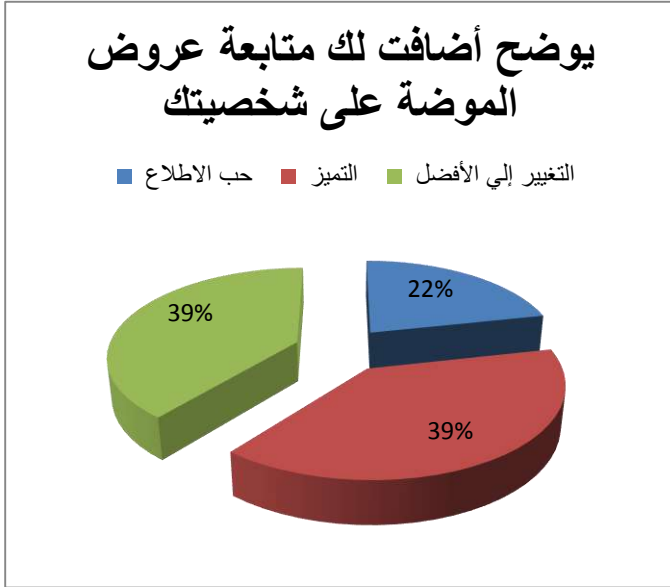
يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة كانت إجابتهم بـ أحيانا التي حصلت على تكرار 33 أي بنسبة 15,7% ثم تليها أبدا بتكرار 6 أي بنسبة 11,8% وفي الأخير صفة نادرا بتكرار 4 أي مايعادل نسبة 7,8%

– ومنه نستنتج من نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة أفراد العينة بأن مايعرض من مضامين الموضة عبر اليوتيوب يشبع رغباتهم أحيانا وهذا يدل على أن الطلبة منشغلين ربما بأمور أخرى كالدراسة والسياسة أو

متابعتها عبر مواقع التواصل الاخرى ،وهذا يدل على عدم توافقه الكلي والدائم على مايعرض من مضامين الموضة عبر اليوتيوب .

(22) ما أضافت لك عروض الموضة على شخصيتك ؟

جدول رقم (22): يوضح أضافت لك متابعة عروض الموضة على شخصيتك



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
حب الاطلاع	11	21,6%
التميز	20	39,2%
التغيير إلى الأفضل	20	39,2%
المجموع	51	100%

الشكل رقم (22) : يوضح أضافت لك متابعة عروض

الموضة على شخصيتك

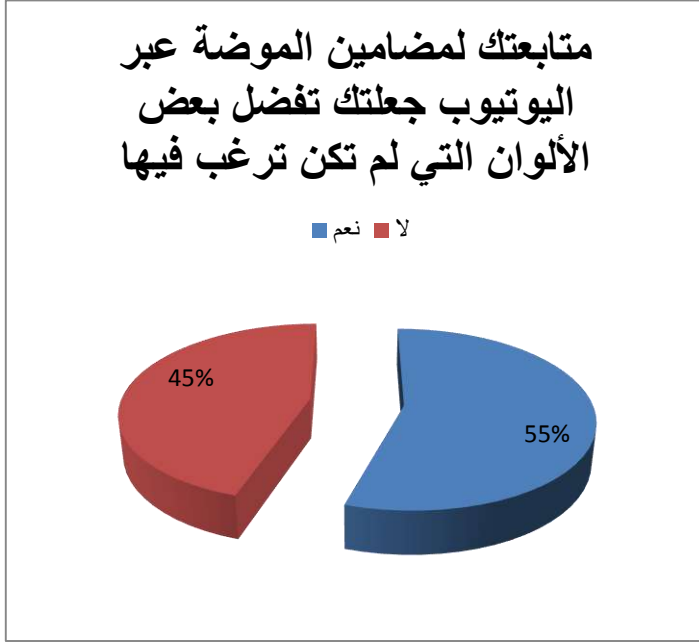
نلاحظ من بيانات الجدول أعلاه أن الأغلبية الساحقة كانت إجابتهم تغيير إلى الأفضل والتميز بتكرار 20 بنسبة 39,2% في حين أن حب الاطلاع حصلت على تكرار 11 بنسبة 21,6% من طرف أفراد العينة

– ونستنتج من معطيات الجدول المبين أعلاه أن أغلبية الطلبة أفراد العينة أن عروض الموضة عبر اليوتيوب أضافت لهم التميز وتغيير إلى الأفضل على شخصيتهم وهذا دليل علي أنهم يتابعون عروض الموضة وبالتالي أشبعت رغباتهم .

23) متابعتك لمضامين الموضة عبر اليوتيوب جعلتك تفضل بعض الألوان التي لم تكن ترغب فيها

جدول رقم (23): يوضح متابعتك لمضامين الموضة عبر اليوتيوب جعلتك تفضل بعض

الألوان التي لم تكن ترغب فيها



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	28	54,9%
لا	23	45,1%
المجموع	51	100%

الشكل رقم (23): متابعتك لمضامين الموضة عبر اليوتيوب

جعلتك تفضل بعض الألوان التي لم تكن ترغب فيها.

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن متابعة الموضة جعلتهم يفضلوا بعض الألوان التي لم يكونوا يرغبوا

فيها حيث كانت الإجابة بـ نعم والتي حصلت على تكرار 28 بنسبة 54,9% وإجابة بـ لا حصلت على تكرار

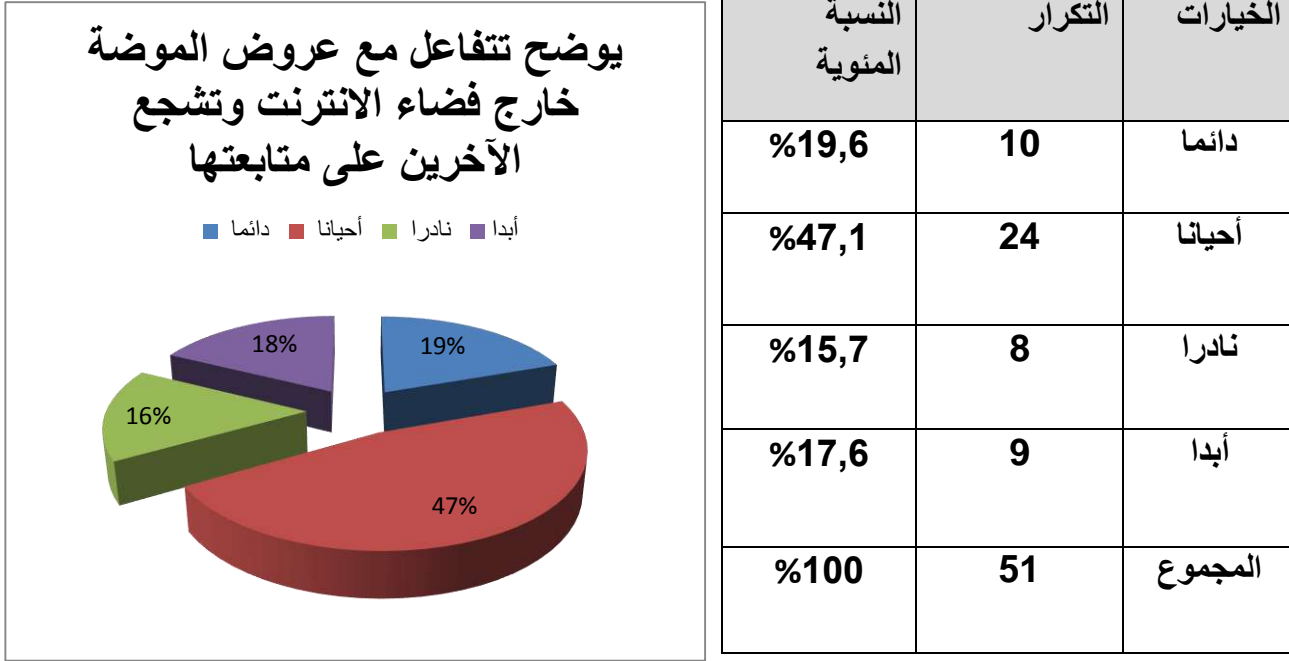
23 بنسبة 45,1% .

- ومنه نستنتج أن متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب جعلت أفراد العينة يفضلوا بعض الألوان التي لم

يكونوا يرغبوا فيها وهذا دليل أن الموضة أضافت لهم لمسة تغيير على شخصيتهم وخاصة اللباس .

(24) تتفاعل مع عروض الموضة خارج فضاء الانترنت وتشجع الآخرين على متابعتها

جدول رقم (24): يوضح تتفاعل مع عروض الموضة خارج فضاء الانترنت وتشجع الآخرين على متابعتها



الشكل رقم (24): يوضح تتفاعل مع عروض الموضة

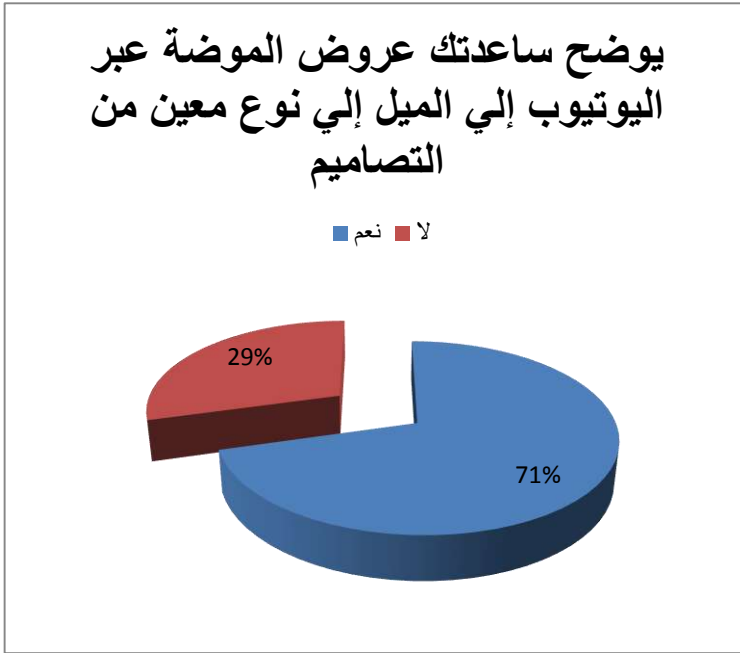
خارج فضاء الانترنت وتشجع الآخرين على متابعتها

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يتفاعلوا مع عروض الموضة خارج فضاء الانترنت ويشجعوا الآخرين على متابعتها حيث كانت إجاباتهم بـ أحيانا التي جاءت بتكرار 24 بنسبة 47,1% ثم دائما بتكرار 10 بنسبة 19,6% ثم أبدا بتكرار 9 بنسبة 17,6% ثم نادرا بتكرار 8 بنسبة 15,7%.

- ومنه نستنتج أن غلبه أفراد العينة غير لا يتفاعلون مع عروض الموضة خارج فضاء الانترنت ولا يتبادلون نقاشات خارج فضاء الانترنت ربما بنسبة قليلة لان أغلب اهتماماتهم مواضيع أخرى كالدراسة أو السياسة لم تترك لهم مجال للاهتمام بالمواضيع الأخرى .

(25) ساعدتك عروض الموضة عبر اليوتيوب إلي الميل إلي نوع معين من التصاميم

جدول رقم (25) : يوضح ساعدتك عروض الموضة عبر اليوتيوب إلي الميل إلي نوع معين من التصاميم



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	70,6%
لا	15	29,4%
المجموع	51	100%

الشكل رقم (25): يوضح ساعدتك عروض الموضة عبر

اليوتيوب إلي الميل إلي نوع معين من التصاميم

من خلال الجدول المبين أعلاه أن أغلبية أفراد العينة ساعدتهم عروض الموضة إلي الميل لنوع معين من التصاميم حيث كانت إجاباتهم ب نعم حصلت على أعلى نسبة وتمثلت في تكرار 36 بنسبة 70,6% في حين هناك إجابات ب لا بتكرار 15 بنسبة 29,4% وهي نسبة قليلة بمقابل من كانت إجاباتهم ب نعم.

- وفي الأخير نستنتج أن متابعتهم لعروض الموضة أضافت لهم بعض التغييرات وهي الميل إلي نوع معين من التصاميم الجديدة ،حيث أن أغلب لأفراد العينة يتابعون آخر صيحات الموضة .

- ومن خلال تفسير المعطيات أعلاه للواقع المعاش وما نلاحظه على أفراد العينة خاصة أن أغلب عروض الموضة أشبعت رغباتهم ويتجلى هذا من خلال إقبال الطلبة على كل ماهو جديد في محلات الألبسة أو على قصات الشعر حيث أن أغلب الطلبة يتهافتون على كل ما ينشر على صفحات الموضة والجمال على موقع اليوتيوب من فيديوهات إيماننا منهم بأنها تكسبهم حلة التمييز والتغيير إلى الأفضل خاصة في اللباس ،حيث أن الموضة أثرت فيهم بشكل كبير فأصبح أغلب الطلبة يميلون ألي بعض الألوان نلاحظ هذا من خلال ميلهم

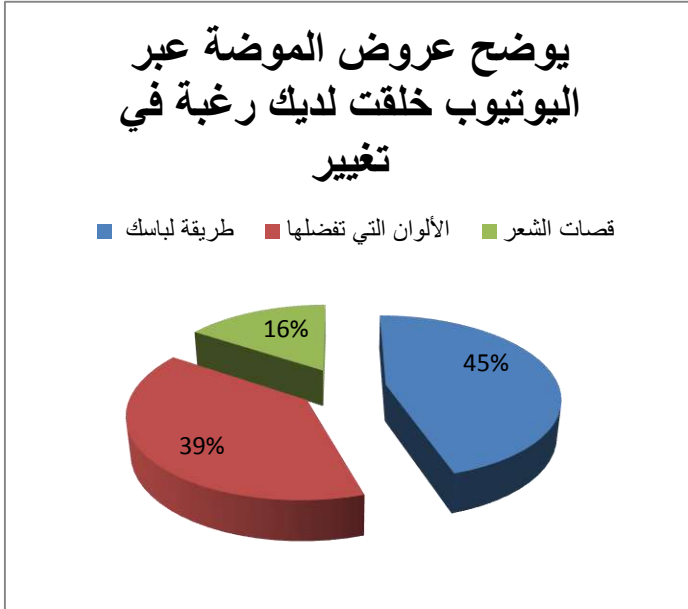
إلى الألوان الزهرية وهيا ألوان كانت خاصة بالإناث مثل (الأحمر، الوردي.....) كانت هذه الألوان سابقة تتميز بها فئة الإناث أم الآن أصبحت أكثر من يقتنيها الذكور .

فأصبحنا لا نميز بين ألبسة الذكور من الإناث فكلا الفئتين يميلون إلى بعض التصميم نلاحظ هذا في ارتداء الذكور للبنطلون الضيق، وإقبال الإناث على بعض العلامات التجارية الخاصة بالذكور مثل (Adidas.La Costa) نلاحظها في أحذية بالنسبة للإناث .

المحور الرابع : ماهي الانعكاسات تعرض الشباب الجامعي لبرامج اليوتيوب على قيم المتعلقة بالموضة ؟

(26) عروض الموضة عبر اليوتيوب خلقت لديك رغبة في تغيير:

جدول رقم (26) : يوضح عروض الموضة عبر اليوتيوب خلقت لديك رغبة في تغيير



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
طريقة لباسك	23	45,1%
الألوان التي تفضلها	20	39,2%
قصات الشعر	8	15,7%
المجموع	51	100%

الشكل رقم (26) : يوضح عروض الموضة عبر اليوتيوب

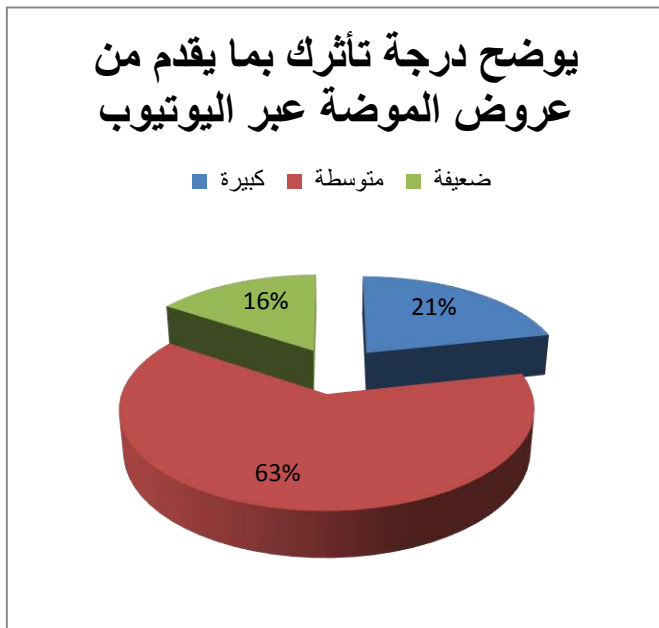
خلقت لديك رغبة في تغيير

من خلال الجدول المبين أعلاه تبين لنا أن نسبة 45,1% بتكرار 23 من خلقت لديهم عروض الموضة رغبة في تغيير لباسهم في حين تليها نسبة 39,2% بتكرار 20 عينة خلقت الموضة لديهم رغبة في تغيير الألوان التي تفضلها ونسبة 15,7% بتكرار 8 من عينة من خلقت لديهم رغبة في تغيير قصات الشعر لديهم .

- نستنتج أن متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب خلقت رغبة في تغيير لدي أفراد العينة وهذا يتضح لنا من معطيات الجدول أعلاه، وتتجلى في تغيير طريقة للباس وقصات الشعر وهذا دليل على تأثر أفراد العينة بمضامين الموضة فانعكس على مظهرهم .

(27) درجة تأثرهم بما يقدم من عروض الموضة عبر اليوتيوب

جدول رقم (27) : يوضح درجة تأثرهم بما يقدم من عروض الموضة عبر اليوتيوب



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
كبيرة	11	21,6%
متوسطة	32	62,7%
ضعيفة	8	15,7%
المجموع	51	100

الشكل (27): يوضح درجة تأثرهم بما يقدم من عروض

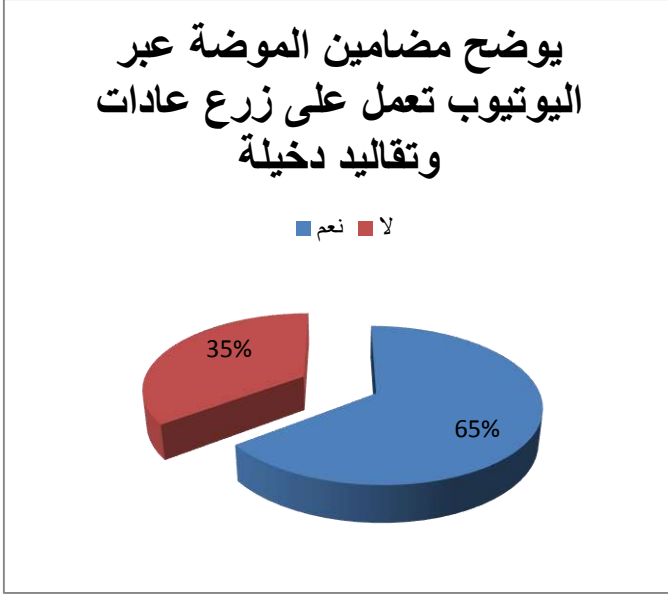
الموضة عبر اليوتيوب

حسب المعطيات في الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة إجابات من طرف أفراد العينة كانت بصفة ب متوسطة بتكرار 32 بنسبة 62,7% وتليها صفة كبير بتكرار 11 بنسبة 21,6% وفي الأخير تأتي صفة ضعيفة بتكرار 8 بنسبة 15,7% أي لم تأثر فيهم عروض الموضة بشكل كبير وإنما بدرجة ضعيفة .

- نستنتج أن عروض الموضة عبر اليوتيوب لم تؤثر على أفراد العينة بدرجة كبيرة ربما كانت متوسطة على حساب معطيات الجدول نظرا لعدم اهتمامهم بها ونظرتهم العفوية لها لم يتأثروا بدرجة كبيرة.

28) مضامين الموضة عبر اليوتيوب تعمل على زرع عادات وتقاليد دخيلة

جدول رقم (28) : يوضح مضامين الموضة عبر اليوتيوب تعمل على زرع عادات وتقاليد دخيلة



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	64,7%
لا	18	35,3%
المجموع	51	100%

الشكل رقم (28) : يوضح مضامين الموضة عبر

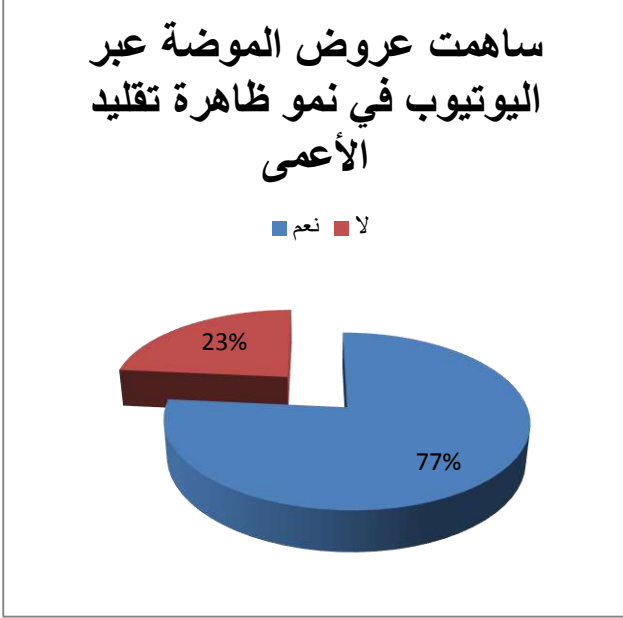
اليوتيوب تعمل على زرع عادات وتقاليد دخيلة

من خلال معطيات الجدول الموضحة أعلاه نلاحظ أن مضامين الموضة عبر اليوتيوب تعمل على زرع عادات وتقاليد دخيلة حيث كانت إجابات أفراد العينة الأغلبية الساحقة بـ نعم بتكرار 33 بنسبة 64,7% وإجابة بـ لا بتكرار 18 بنسبة 35,3%.

- ومنه نستنتج أن مضامين الموضة عبر اليوتيوب عملت على زرع عادات وتقاليد دخيلة، خاصة مع الانتشار الواسع لتقليد بعض الشخصيات أو الفنانين في طريقة اللباس وقصات الشعر حيث أن هذه العادات لا تتوافق مع قيمنا وديننا فمنهم من يراها تتوافق ومنهم من يراها لا تتوافق وتعتبر عادات دخيلة .

29) ساهمت عروض الموضة عبر اليوتيوب في نمو ظاهرة تقليد الأعمى

جدول رقم (29) : يوضح ساهمت عروض الموضة عبر اليوتيوب في نمو ظاهرة تقليد الأعمى



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	76,5%
لا	12	23,5%
المجموع	51	100%

الشكل (29): ساهمت عروض الموضة عبر اليوتيوب

في نمو ظاهرة تقليد الأعمى

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عروض الموضة ساهمت في نمو ظاهرة تقليد الأعمى من خلال

إجابات أفراد العينة حيث حصلت إجابة بـ نعم على تكرار 39 بنسبة 76,5% وإجابة بـ لا على تكرار

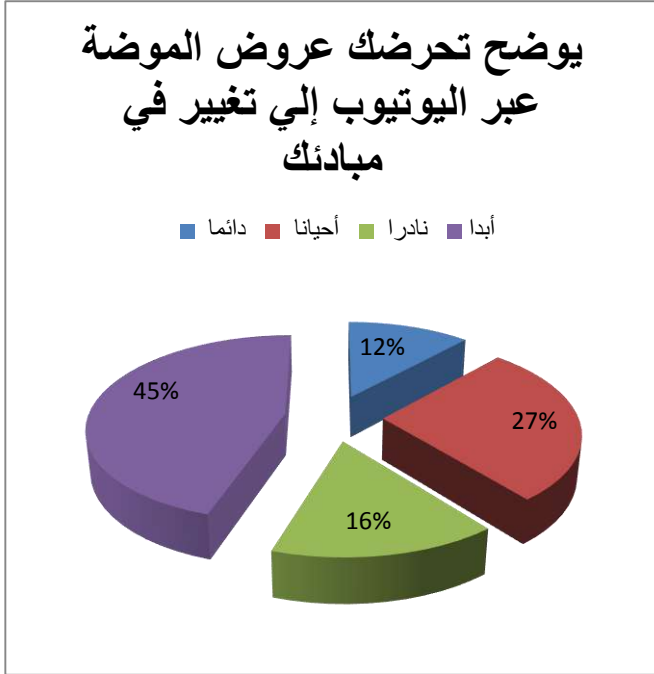
12 بنسبة 23,5%.

- ومنه نستنتج أن عروض الموضة عبر اليوتيوب عملت على نمو ظاهرة تقليد الأعمى حيث أنهم أصبحوا

يقتنوا كل ما هو جديد على صفحات الموضة دون مراعاة الحدود القيمة للمجتمع.

30) تحرضك عروض الموضة عبر اليوتيوب إلي تغيير في مبادئك

جدول رقم (30): يوضح تحرضك عروض الموضة عبر اليوتيوب إلي تغيير في مبادئك



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	6	11,8%
أحيانا	14	27,5%
نادرا	8	15,7%
أبدا	23	45,1%
المجموع	51	100%

الشكل (30): يوضح تحرضك عروض الموضة عبر

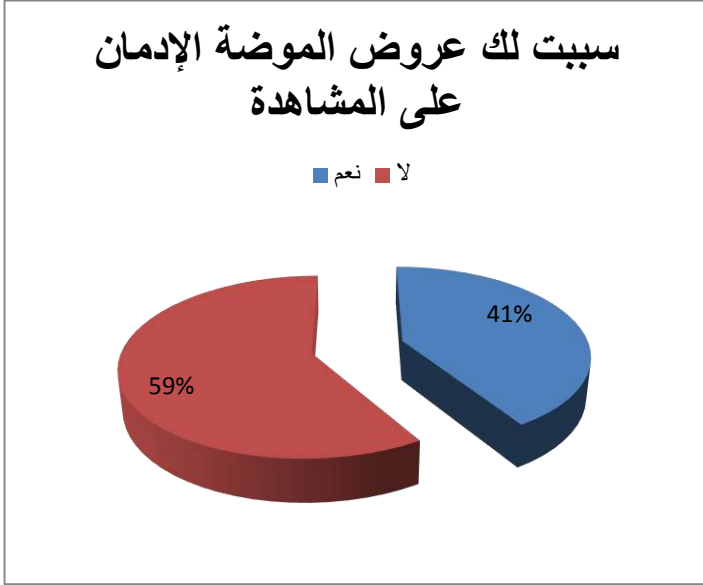
اليوتيوب إلي تغيير في مبادئك

من خلال معطيات الجدول الموضحة أعلاه نلاحظ أن عروض الموضة تحرض في تغيير مبادئك وعلى حساب إجابات أفراد العينة كانت الأغلبية الساحقة ل أبدا بتكرار 23 بنسبة 45,1% وتلي بعدها أحيانا بتكرار 14 بنسبة 27,5% ثم نادرا بتكرار 8 بنسبة 15,7% وفي الأخير دائما بتكرار 6 بنسبة 11,8%.

- نستنتج أن عروض الموضة لاتحرض في تغيير مبادئنا من خلال إجابات الطلبة أفراد العينة، فرغم متابعتهم للموضة ولكن لم تغيير في مبادئهم رغم كل ماتطرحه الموضة من جديد .

(31) سببت لك عروض الموضة عبر اليوتيوب الإدمان على المشاهدة

جدول رقم (31): يوضح سبب لك عروض الموضة الإدمان على المشاهدة



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	21	41,2%
لا	30	58,8%
المجموع	51	100%

الشكل (31): سببت لك عروض الموضة الإدمان على

المشاهدة

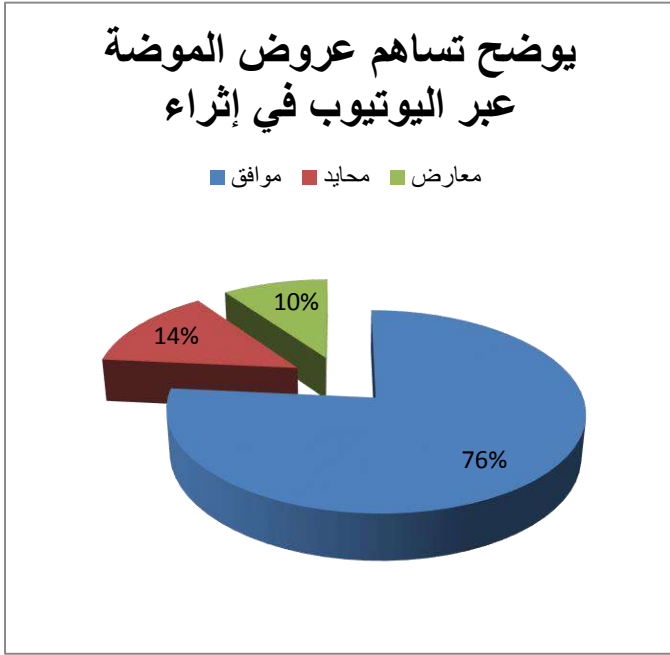
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن عروض الموضة عبر اليوتيوب سببت الإدمان على المشاهدة حيث كانت الإجابة بـ نعم بتكرار 21 بنسبة 41,2% في حين هناك من يفند هذا الرأي أنها لأتسبب الإدمان على المشاهدة وكانت الإجابة بـ لا حصلت على تكرار 30 بنسبة 58,8% .

– نستنتج أن الجدول أعلاه يبين أفراد العينة لم يتأثروا بكل ما يبث من عروض الموضة نظرا لي عدم إعطاءها وقت طويل وانشغالهم ببعض المواضيع الأخرى كالسياسة والرياضة وغيرها فلم تكن الوحيدة التي يتابعها الطلبة لهذا لم تؤثر فيهم بدرجة كبيرة .

– الآثار السلبية والايجابية لعروض الموضة عبر اليوتيوب

(32) تساهم عروض الموضة عبر اليوتيوب لإثراء كل ماهو جديد وعصري .

جدول رقم (32) : يوضح تساهم عروض الموضة عبر اليوتيوب في إثراء كل ماهو جديد وعصري



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	39	76,5%
محايد	7	13,7%
معارض	5	9,8%
المجموع	51	100%

الشكل (32): يوضح تساهم عروض الموضة عبر

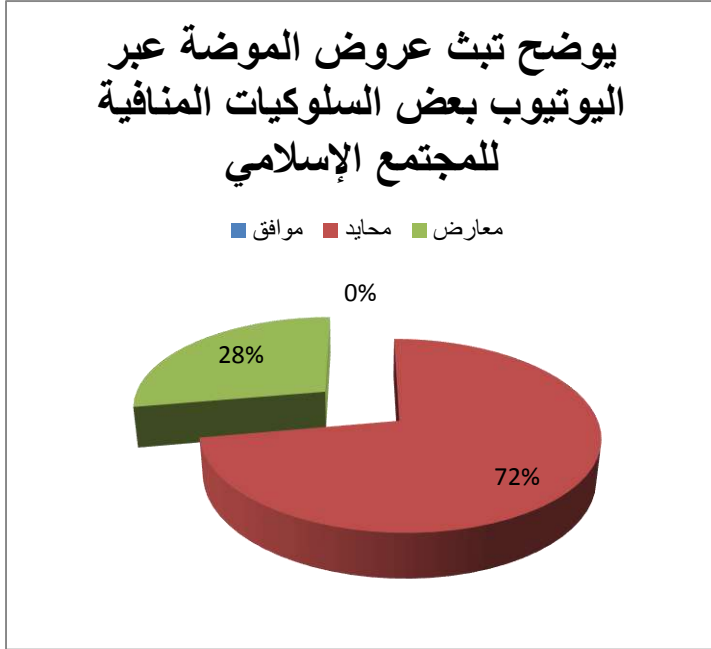
اليوتيوب في إثراء

يبين لنا الجدول أعلاه مامدى مساهمة عروض الموضة عبر اليوتيوب في إثراء كل ماهو جديد وعصري وتتجلي من خلال المعطيات المبينة أعلاه إذا نرى أن أفراد العينة أجابوا ب موافق بتكرار 39 بنسبة 76,5% بينما من أجابوا محايد بتكرار 7 بنسبة 13,7% ومنهم من كانت إجابتهم ب معارض بتكرار 5 أي بنسبة 9,8%.

ومن خلال قراءتنا للجدول أعلاه نستنتج أن حوالي نصف عدد المبحوثين أفراد العينة يتوافقوا مع أن مضامين الموضة تقدم كل ماهو جديد وعصري ،وهذا راجع إلي الطلبة وتتبعهم كل ما هو جديد في مجال الموضة .

33) تبث عروض الموضة عبر اليوتيوب بعض السلوكيات المنافية للمجتمع الإسلامي

جدول رقم (33): يوضح تبث عروض الموضة عبر اليوتيوب بعض السلوكيات المنافية للمجتمع الإسلامي



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	33	72,64%
محايد	13	25,5%
معارض	5	9,8%
المجموع	51	100%

الشكل (33): يوضح تبث عروض الموضة عبر اليوتيوب

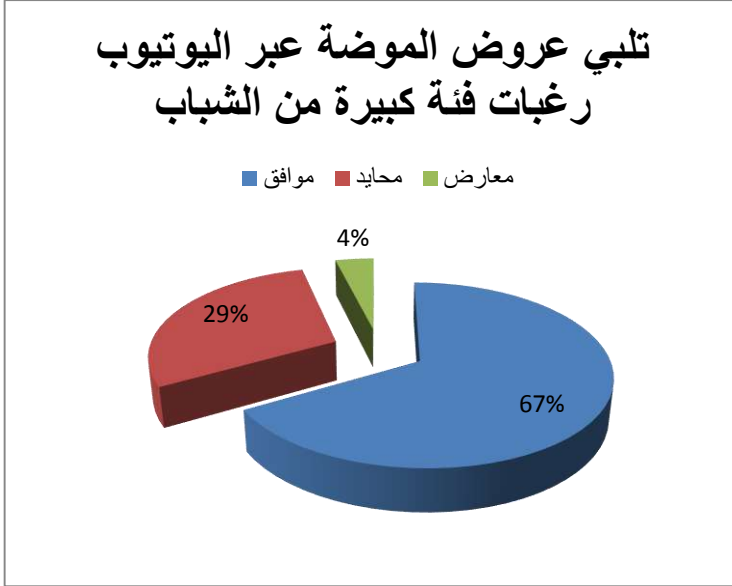
بعض السلوكيات المنافية للمجتمع الإسلامي .

من خلال معطيات الجدول في الأعلى نلاحظ أن عروض الموضة تبث سلوكيات منافية للمجتمع الإسلامي فكانت إجابة الأغلبية الساحقة بـ موافق بتكرار 33 بنسبة 72,64% تم تأتي بعدها إجابة محايد بتكرار 13 بنسبة 25,5% وفي الأخير معارض بتكرار 5 بنسبة 9,8% من يعارض هذا الرأي .

– نستنتج من بيانات الجدول أعلاه نسبة كبيرة من يري أن عروض الموضة عبر اليوتيوب تبث بعض السلوكيات المنافية للمجتمع الإسلامي وهذا من خلال إجابات أفراد العينة وهذا راجع إلي وعيهم بأن ليس كل ما تبثه عروض الموضة عبر المواقع التواصل لا يتوافق مع قيمنا وإنما هي عادات دخيلة جاءت لتحرف كل ما نص عليه الدين الإسلامي ،خاصة في اللباس وقصات الشعر عند الشباب الجامعي بالتحديد الذي يميل إلي كل ما هو جديد وعصري .

(34) تلبية عروض الموضة عبر اليوتيوب رغبات فئة كبيرة من الشباب .

جدول رقم (34) : يوضح تلبية عروض الموضة عبر اليوتيوب رغبات فئة كبيرة من الشباب



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	34	66,7%
محايد	15	29,4%
معارض	2	3,9%
المجموع	51	100%

الشكل (34) : يوضح تلبية عروض الموضة عبر اليوتيوب

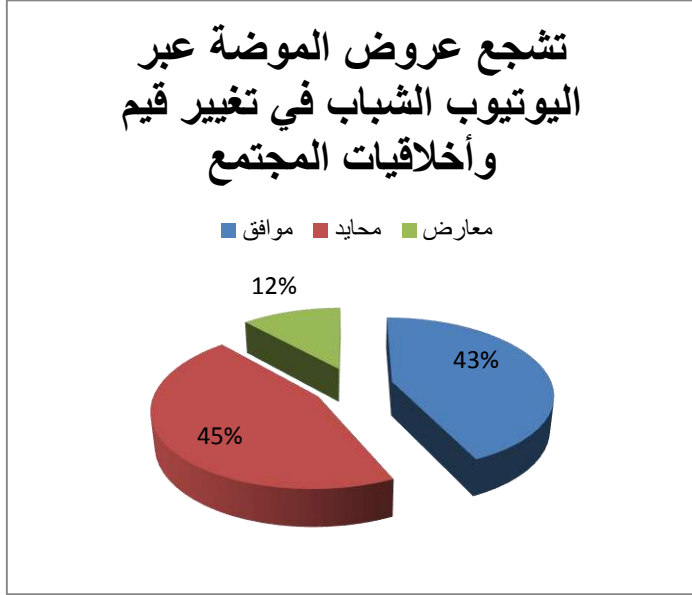
رغبات فئة كبيرة من الشباب

يبين لنا الجدول رقم 34 التأثير الايجابي لعروض الموضة عبر اليوتيوب في تلبية رغبات فئة كبيرة من الشباب حيث حصلت إجابة موافق وبنسبة كبير على تكرار 34 بنسبة 66,7% أما المفردات التي أخذت دور الحياد في إجابتهم على هذا الرأي حصلت على تكرار 15 بنسبة 29,4% أما المعارضين لهذا الرأي حصلت على تكرار 2 بنسبة 3,9%.

- نستنتج أم معطيات الجدول أعلاه تبين لنا أن العدد الأكبر من أفراد العينة يوافقون هذا الطرح وهو أن عروض الموضة تلب رغبات فئة كبيرة من الشباب وهذا التقارب في الآراء يدل على أن عروض الموضة عبر اليوتيوب أشبعت رغبات فئة كبيرة من الشباب خاصة وأنهم أجابوا في السابق أنها غيرت في شخصيتهم وأصبحوا مميزين في مظهرهم .

(35) تشجع عروض الموضة عبر اليوتيوب الشباب في تغيير قيم وأخلاقيات المجتمع .

جدول رقم (35): يوضح تشجع عروض الموضة عبر اليوتيوب الشباب في تغيير قيم وأخلاقيات المجتمع



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	22	43,1%
محايد	23	45,1%
معارض	6	11,8%
المجموع	51	100%

الشكل (35): تشجع عروض الموضة عبر اليوتيوب الشباب في تغيير قيم وأخلاقيات المجتمع

ومن خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن عروض الموضة عبر اليوتيوب تشجع على تغيير قيم وأخلاقيات المجتمع فكانت إجابات أفراد العينة ب محايد حصلت على تكرار 23 بنسبة 45,1% وموافق على تكرار 22 بنسبة 45,1% ومعارض لهذا الرأي بتكرار 6 بنسبة 11,8%

ومنه نستنتج أن أغلبية أفراد العينة محايدين أي أنهم لا يمتلكون إجابة مقنعة أو دليل قاطع يدل على أن عروض الموضة عبر اليوتيوب تشجع الشباب في تغيير قيم وأخلاقيات المجتمع في حين هناك رأي معارض لهذا من طرف أفراد العينة يوافقون هذا الطرح فهناك تضارب في وجهات النظر بين الطلبة أفراد العينة فكل فرد وجهة خاصة وكل منهم ينظر للموضة بوجهته الخاصة فمنهم من يري أنها تشجع ومنهم من يري أنها لا تشجع ومنهم من أخذ موقف الحياد. فالموضة شأنها شأن المواضيع السياسية والاقتصادية الأخرى تتضارب حولها الآراء .

36) تساهم عروض الموضحة عبر اليوتيوب في البعد عن الدين.

جدول رقم (36): يوضح تساهم عروض الموضحة عبر اليوتيوب في البعد عن الدين

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	22	43,1%
محايد	22	43,1%
معارض	7	13,7%
المجموع	51	100%



الشكل (36): تساهم عروض الموضحة عبر اليوتيوب في

البعد عن الدين

نلاحظ بيانات الجدول الموضحة أعلاه إجابة أفراد العينة على أن عروض الموضحة تساهم في البعد عن الدين حيث كانت كل من موافق ومحايد أخذت نفس التكرار ونفس النسبة بما يعادل تكرار 22 بنسبة 43,1% وإجابة معارض حصلت على تكرار 7 بنسبة 13,7%.

- نستنتج أن أفراد العينة كانت أجابتهم معاكسة فمنهم من يفند هذا الرأي ومنهم من يوافقه فلكل وجهة نظر خاصة بيه وهذا الاختلاف دليل على أن الموضحة لها جانب سلبي وجانب ايجابي على حساب إجابات الطلبة أفراد العينة .

37 : تخلق عروض الموضة عبر اليوتيوب أذواق لدى فئة الشباب

جدول رقم (37) : يوضح تخلق عروض الموضة عبر اليوتيوب أذواق لدى فئة الشباب



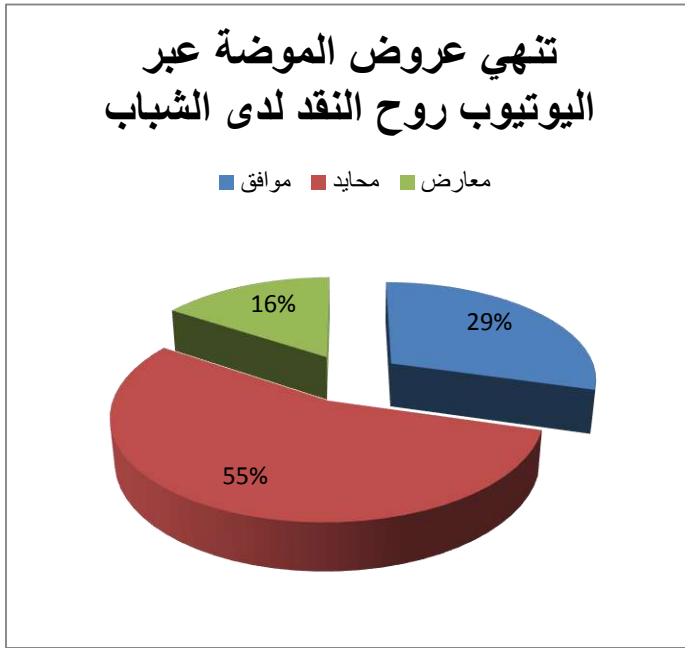
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	35	68,6%
محايد	13	25,5%
معارض	3	5,9%
المجموع	51	100%

الشكل (37) : تخلق عروض الموضة عبر اليوتيوب أذواق لدى فئة الشباب

من خلال معطيات الجدول أعلاه يتضح لنا أن عروض الموضة عبر اليوتيوب تخلق أذواق لدى فئة الشباب حيث كانت الأغلبية الساحقة إجاباتهم موافق بتكرار 35 بنسبة 68,6% في حين هناك من أخذ موقف الحياد من هذا الرأي بتكرار 13 بنسبة 25,5% ومنهم من يعارض هذا الرأي بتكرار 3 بنسبة 5,9%. ومن خلال البيانات الموضحة أعلاه نستنتج أن العدد الأكبر يوافقون أن عروض الموضة عبر اليوتيوب تخلق أذواق لدى فئة كبيرة من الشباب ،وهذا دليل على أن أفراد العينة أثرت فيهم عروض الموضة وبشكل كبير فخلقت لديهم رغبة في تغيير خاصة اللباس وقصات الشعر والميل إلى نوع معين من تصاميم كل هذه التغييرات نتج عنها أذواق مختلفة تتماشى مع رغباتهم .

38) تنهي عروض الموضة عبر اليوتيوب روح النقد لدى الشباب .

جدول رقم(38) : تنهي عروض الموضة عبر اليوتيوب روح النقد لدى الشباب



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	15	29,4%
محايد	28	54,9%
معارض	8	15,7%
المجموع	51	100%

الشكل (38): تنهي عروض الموضة عبر اليوتيوب روح النقد

لدى الشباب.

من خلال بيانات الجدول تأثيرات أفراد العينة بعروض الموضة فتنتهي لديهم روح النقد حيث أن أفراد العينة منهم من اخذ موقف الحياد ومنهم بأن عروض الموضة تنهي روح النقد بتكرار 28 بنسبة 54,9% وهناك من يوافق هذا الرأي بتكرار 15 بنسبة 29,4% وهناك من يعارض هذا الرأي بتكرار 8 بنسبة 15,7%.

من خلال قراءة الجدول نستنتج أن العدد الأكبر من المبحوثين محايدون في ما إذا كانت عروض الموضة تنهي روح النقد لدى الشباب فرغم كل ما يطرح من جديد في مجال الموضة إلا أنه لا يخلوا من النقد، وبالتالي يلجأ الطلبة أفراد العينة إلى الحياد في التعبير عن رأيهم بخصوص هذا الطرح .

من خلال تفسير المعطيات أعلاه تبين لنا أن الموضة تتعكس سالبا على طلبة ونلاحظ هذا في تغيير طريقة لباسهم دون مراعاة هل تتوافق مع قيمنا وهذا بارز في كلا الفئتين ويتجلى هذا من خلال البنطلون الممزق لدي الذكور والألبسة الضيقة لدى الإناث دليل على أنها أثرت فيهم بشكل كبير ،فساعد اليوتيوب من خلال مضامينه على نشر عادات دخيلة ،فكل هذه العلامات التجارية الألبسة وقصات شعر هيا راجعة لتقليد

بعض الفنانين أو الممثلين من مجتمعات غربية لا تتوافق مع قيم مجتمعنا الإسلامي، فهي تشجع الشباب في تغيير قيمهم وهذا ما نسميه تقليد الأعمى .

النتائج العامة :

يعتبر اليوتيوب أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي الذي لقي صدى في أوساط الطلبة المبحوثين وهذا من اجل متابعة عروض الموضة وهذا ما توصلنا إليه من خلال دراستنا وهو الأمر الذي أكد عليه المبحوثين في الوقت ذاته فنتائج الدراسة الميدانية مايلي :

- تظهر نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين أفراد العينة كان سنهم يتراوح ما بين (22- 25) بنسبة 54,9%.

- كما تبين لنا النتائج طغيان عنصر الإناث في عينة دراستنا حيث بلغت نسبة 54,9% من الطلبة المبحوثين في مقابل نسبة الذكور التي قدرت بـ 45,1%.

- بالنسبة للأسئلة المحور الأول المتمثل عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب

فقد تبين لنا أن اغلب الطلبة المبحوثين اليوتيوب بصفة منتظمة بنسبة 62,7% ويفضل 33,3% منهم متابعته ليلا ويقضي 49% منهم أقل من ساعتين في متابعة برامج اليوتيوب ،كما يميل 88,2% منهم الى استخدام الهاتف الذكي في حين أغلب أفراد العينة يفضلون المنزل لمتابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب بنسبة 82,4% ويفضل أفراد العينة متابعة اليوتيوب بمفردهم بنسبة 86,3%.

كما تشير الدراسة إلى أن اغلب أفراد العينة يستفيدون و لا يتفاعلوا مع فيديوهات اليوتيوب ،ومن أهم المضامين التي يفضلونها التسلية بنسبة 39,2% عند مشاهدتهم لليوتيوب .

- أما بالنسبة لدوافع تعرض الشباب الجامعي لعروض الموضة عبر اليوتيوب

فقد تبين لنا أغلب الطلبة بنسبة 56,9% منهم دافعهم الأول لمتابعة عروض الموضة هو حب الاطلاع على كل ما هو جديد ،في حين أن ما يثير انتباههم عند متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب نسبة 47,1% هو محتوى الموضوع ،حيث أن نسبة 43,1% يفضل الاطلاع على آخر صيحات الموضة .

فقد أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 66,7% من يهتم باللباس في ركن الموضة والجمال عبر اليوتيوب . في حين كشفت الدراسة الدافع من إقبالهم على قصات الشعر المعاصرة هي مواكبة الموضة بنسبة 43,1% كما أكدت نتائج الدراسة أن أهم قصات الشعر المفضلة عند أفراد العينة حيث تبين لنا عند الذكور قصة (Marinz) بنسبة 47,1% في حين عند الإناث قصة شعر طويل (carie long) بنسبة 31,4% .

في حين كشفت الدراسة أن نسبة 86,3% من دفعتهم عروض الموضة عبر اليوتيوب لاقتناء الألبسة المحتشمة

كما اتضحت من خلال نتائج الدراسة أن أفراد العينة يفضلون العلامة التجارية (Adidas) بنسبة 54,9% وهذا دليل على مواكبتهم للموضة .

- أما بالنسبة للاشباع المحققة من متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب

فلقد توصلنا إلي أن 64,7% من العينة أحيانا مايعرض من مضامين الموضة عبر اليوتيوب يشبع رغباتهم وأن عروض الموضة عبر اليوتيوب أضافت لهم التمييز و التغيير إلى الأفضل تبين من إجابات المبحوثين التي قدرت بنسبة متساوية وهي أن كلاهما حاز على نسبة 39,2% .
في حين أشارت نتائج الدراسة إلي أن 54,9% من العينة أجابوا بنعم مضامين الموضة جعلتهم يفضلوا بعض الألوان التي لم يكونوا يرغبوا فيها .

كما أشارت الدراسة أن 47,1% أحيانا من يتفاعلوا مع عروض الموضة خارج فضاء الانترنت الآخرين على متابعتها .

وتبين لنا من نتائج أن نسبة 70,6% نعم من أفراد العينة ساعدتهم الموضة إلى لميل لنوع معين من التصميم .

- أما بالنسبة لانعكاسات تعرض الشباب الجامعي لبرامج الموضة على القيم المتعلقة بالموضة

- أشارت الدراسة أن 45,1% من خلقت لديهم الموضة تغيير في طريقة لباسهم .
- كما أتضح أن 62,7% متوسطة درجة تأثرهم بما يقدم بما يقدم من عروض الموضة عبر اليوتيوب .
- لقد تبين من نتائج الدراسة أن نسبة 64,7% أجابوا بـ بنعم أن عروض الموضة تعمل على زرع عادات وتقاليد دخيلة .في حين أن نسبة 76,5% نعم أن عروض الموضة عبر اليوتيوب ساهمت في نمو ظاهرة تقليد الأعمى .

كما أشارت الدراسة إلى أن عروض الموضة لا تحرض في تغيير مبادئنا بنسبة 45,1% أبدا

- كما تبين لنا من نتائج الدراسة أن الموضة عبر اليوتيوب لا تسبب الإدمان

على المشاهدة من خلال إجابات أفراد العينة بـ لا حصلت على نسبة 58,5%

- أما بخصوص التأثيرات السلبية والايجابية لعروض الموضة عبر اليوتيوب

- فقد توصلنا إلى أن نسبة 76,5% منهم من يوافق أن عروض الموضة عبر اليوتيوب تساهم في إثراء كل ما هو جديد وعصري كما أنها تلبي رغبات فئة كبيرة من الشباب بنسبة 66,7%، كذلك توصل نتائج الدراسة أن

68,6% منهم من يتوافقوا مع أن الموضة عبر اليوتيوب تخلق أذواق لدى فئة الشباب ،كما أنها تتهي روح النقد لدى الشباب بنسبة 29,4%.

- أما عن الآثار السلبية لعروض الموضة عبر اليوتيوب فلقد توصلنا إلى أن 64,7% من يوافق أن عروض الموضة تبث بعض السلوكيات المنافية للمجتمع الإسلامي
- كما أشارت الدراسة بأن نسبة 45,1% محايدون في أن عروض الموضة تشجع الشباب في تغيير قيم وأخلاقيات المجتمع .

- كما توضح نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة في اختلاف في الآراء بين موافق ومحايد حيث حصلت كلاهما على نسبة 43,1% في أن عروض الموضة تساهم في البعد عن الدين ،تبين لنا أن أفراد العينة في تضارب بين من يوافق ومن يحايد هذا الطرح

و كاستنتاج عام من خلال تفسير نتائج التساؤل الرئيسي للدراسة ، وكان نص السؤال كالتالي :

نص التساؤل الرئيسي: "كيف يؤثر تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب على انحراف القيم (الموضة) نموذجاً؟"
- من خلال ما تم التطرق إليه نفسر كيفية تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وكيف يؤثر ذلك على انحراف مبادئهم وقيمهم من خلال ما يوجد في بعض المظاهر والصفات التي يتصف بها الشباب أو ما يعرف بالموضة نفس ذلك ب :

- أن تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب يؤثر على انحراف القيم من خلال متابعتهم لمضامين اليوتيوب المتنوعة والمختلفة ومن بينها عروض الموضة خاصة اللباس وقصات الشعر المعاصرة حيث أصبح الشباب أكبر اهتماماته كل ما يظهر من جديد من أجل التمييز والتغيير إلى الأفضل وتقليد لبعض الشخصيات والممثلين أو بعض الفنانين خاصة في اللباس ومثالا على هذا ما نراه منتشر وهو تقليد مغني الراي الجزائري (sollking) في لبسه واستماع إلي أغانيه من طرف الإناث والذكور ،والإقبال على أهم وأكبر العلامات التجارية مثل Adidas.La costa.... ، وهذا الانتشار الواسع للموضة بثتى أنواعها عبر اليوتيوب جعلت من الشباب الجامعي يتأثر بها فأصبح يقلد ويقتني كل ما يظهر من جديد على هذه الصيحات دون مراعاة هل تتوافق مع قيمنا أم لا فأصبح همه الوحيد التمييز والتغيير إلى الأفضل وهذا دليل على تأثرهم وبدرجة كبيرة على مايعرض من مضامين الموضة ،حيث أدت إلي انحراف القيم فهي تعمل نشر بعض السلوكيات المنافية للمجتمع الإسلامي ومما استنتجنا من إجابات المبحوثين أنها تعمل على زرع عادات دخيلة ونمو ظاهرة تقليد الأعمى وبشكل كبير في أوساط الشباب ويتجسد هذا في الألبسة الغير محتشمة ،وقصات الشعر،وارتداء الذكور لزي

النسوة وارتداء النساء لزي الرجالي وهذا دليل على انحراف القيم كما جاء في الحديث الشريف عن ابن عباس رضي الله عنهما قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم { لعن الله المتشبهين من الرجال بالنساء والمتشبهات بالرجال من النساء } رواه البخاري .

الخاتمة

خاتمة :

يتفق الجميع أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت ثورة علمية بحد ذاتها نتيجة وفرة المعارف التي يحصل الفرد عليها من هذه المواقع ،فقد بات اليوم أي طالب جامعي أو شاب لا يتجاوز الخامسة عشر من عمره محترفا في استخدام الانترنت الذي أصبح متوفرا في أي مكان ،ولقد حاولنا من خلال هذه المذكرة المسومة بـ **تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وآثاره على انحراف القيم (الموضة) نموذجا**

معالجة إحدى إشكاليات العصر والمتمثلة في كيف يؤثر تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وآثاره على انحراف القيم (الموضة) .

حيث تتمثل هذه الدراسة في معرفة كيف يؤثر اليوتيوب على قيم الشباب الجامعي في تقليده للموضة

حيث ويعتبر اليوتيوب من مصادر التوعية والتي تساعد على الإلمام بالحقائق والمعلومات حيث أن الشباب الجامعي يتعرض لليوتيوب فيتأثر بمضامينه فكلما كان أكثر تأثير كلما انعكس على هذه الشريحة فكثير من المعلومات نجدها في عدة فيديوهات على المواقع مما يدل علي تعدد مصادرها ،وبالتالي تتناسب مع كافة فئات المجتمع ولكل المستويات العمرية ، و بما أن الشباب الجامعي يهتم بما هو جديد خاصة في مجال الموضة واللباس وباحثا عن كل ما يكسبه حلة التمييز إلى الأفضل ،حيث تعتبر الموضة أحد المواضيع التي نالت حصتها وساعدتها مواقع التواصل الاجتماعي و اليوتيوب خاصة على الشيوع والانتشار .حيث تعتبر من اهتمامات الشباب الجامعي حيث أصبح كل منه له زى خاص بيه ولكل حر في نوع التصميم أو العلامة التجارية الخاصة التي يفتننها ،ومن خلال نتائج الدراسة تبين لنا الموضة عبر اليوتيوب تزرع في أوساط الشباب الجامعي المحافظ ،عادات وتقاليد دخيلة لا تتوافق مع مجتمعنا الإسلامي ،حيث أنها استمدت قوتها وتغلغلها في أوساط الشباب الجامعي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ونجح المجتمع الغربي في غرس ثقافته .

ومن خلال دراستنا توصلنا إلى أن الموضة عبر اليوتيوب بالنسبة للشباب الجامعي وجهين لعملة واحد فهي ساعدت الشباب في التمييز والتغيير إلى الأفضل وأصبح يتمتع بثقافة لامتناهية على كل ما هو جديد في الموضة وخلقت لديه رغبة في الميل إلى نوع من التصميم وجعلته يفضل بعض الألوان التي لم يكن يرغب فيها من قبل وكذلك أشبعت رغباتهم في كثير من الأمور .

في حين أظهرت نتائج الدراسة أن الموضة زرعت عادات وتقاليد وساعدت في نمو ظاهرة تقليد الأعمى فأصبح الشباب يقتني كل ما يراه على فيديوهات الموضة دون مراعاة لعاداتنا وقيمنا وديننا الذي لا يتماشى مع هذه العادات الدخيلة كما أشارت دراساتنا إلى أنها تبيث بعض السلوكيات المنافية لمجتمعنا الإسلامي والبعد عن الدين فهي تشجع على انحراف القيم وانتهاك معايير وقيم المجتمع .

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

قائمة المصادر والمراجع :

أولاً: المراجع باللغة العربية :

1. أحمد عبد العظيم ريم ،الحوار الإعلامي (برنامج تدريبي لتنمية مهارته)،دار الميسر،عمان ،2010.
2. الدعياج إبراهيم بن عبد العزيز ، مناهج وطرق البحث العلمي ،ط1،دار الصفاء لنشر ،عمان الأردن ،2010.
3. أنجرس موريس ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية ،ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ،دار القصبه للنشر ،الجزائر 2006.
4. بحوش عمار ،الذنيبات محمد محمود ،مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ،ديوان المطبوعات الجامعية ،ط6،الجزائر 2011.
5. بن محارب المحارب سعد ،الإعلام الجديد في السعودية ،ط1،دار الجداول لنشر ،بيروت لبنان ،2011.
6. بن مرسللي أحمد ،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ،ط3،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر 2007.
7. شحاتة حسن ،البحوث العلمية والتربوية بين النظرية والتطبيق ،مكتبة الدار العربية للكتاب ،ط1،القاهرة 2001.
8. صابر فاطمة خيرة ،خفاجة ميرفت ،أسس ومبادئ البحث العلمي ،ط1،مكتبة ومطبعة دار الإشعاع الفنية ،الإسكندرية مصر ،2002.
9. عباسي بصلي فضاة ،الفتاح حمدي محمد ،مدخل للعلوم الاتصال والإعلام (الوسائل ،النماذج ،النظريات)ط1،دار أسامة لنشر والتوزيع ،الأردن 2017.
10. عبد الحميد محمد ،دراسات الجمهور في بحوث الإعلام ،ط1،عالم الكتب ،القاهرة ،1993.
11. عبد الحميد محمد ،البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ،ط2،عالم الكتب القاهرة ،2004.
12. عبد المنعم حسن أحمد ،أصول البحث العلمي ،ط1،المكتبة الأكاديمية القاهرة ،1996.
13. عبيد عاطف عدلي ،عزمي زكي أحمد ،الأسلوب الإحصائي وأستخدامه في بحوث الرأي العام ،د.ط ،دار الفكر العربي ،القاهرة 1999.

14. عزى عبد الرحمان ،منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ،ط1،دار المتوسطة ،تونس 2013.
15. عسافوا وعبد المعطى وآخرون ،تطورات المنهجية وعملية البحث العلمي ،ط1،دار وائل لنشر ،عمان الأردن ،2008.
16. عليان ربحي مصطفى ،غنيم عثمان ،أساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)،ط1،دار الصفاء ،الأردن 2000.
17. عواجي صلوي عبد الحافظ ، بن المحيا أسامة مساعد ،نظريات التأثير الإعلامية ،2012.
18. يونس رحيم ،العزوي كرو ،مقدمة في منهج البحث العلمي ، ط1، دار الدجلة ،عمان 2008.
- الأطروحات والرسائل الجامعية :
19. بن محمد الفقيه أروى بنت عبد الله ، بحث في القيم ، كلية الشريعة ، قسم الثقافة الإسلامية ، بجامعة الإمام بن سعود الإسلامية المملكة العربية السعودية ، 2009-2010 .
20. بوتقرايت رشيدة ، ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي (دراسة ميدانية لطلبة جامعة الجزائر) ملحقة بوزريعة ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الإنسانية ، قسم علم الاجتماع ، ملحقة بوزريعة جامعة الجزائر ، 2006-2007 .
21. تومي خنساء ، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، تخصص اتصال جامعة محمد خيضر بسكرة 2016-2017.
22. خلايفية نصيرة ، التصورات الاجتماعية لدور المدرسة عند الأحداث المنحرفين (دراسة ميدانية بمراكز إعادة التربية والتأهيل) أم البواقي ،عنابة سكيكدة (ذكور و إناث قسنطينة أطروحة الدكتوراه ، علوم فرع علم النفس الاجتماعي ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا جامعة منتوري قسنطينة ، 2011-2012 .
23. ديس عائشة ،دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدي الطالبات الجامعيات (دراسة ميدانية على طالبات علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة)مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ،قسم العلوم الإنسانية ،تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ،جامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة 2017- 2018.

24. سحنون خيرة ، واضح سعده ، علاقة اليوتيوب بالسلوك الإنحرافي لدى الشباب الجامعي (دراسة مسحية لعينة من طلبة الإعلام بجامعة الجبالي بونعامة خميس مليانة مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة جبالي بونعامة خميس مليانة ، 2017- 2018 .
25. العابد السيد علي ، يحي عبد الرؤوف ، تأثير اليوتيوب من خلال برامج اليودكاست على الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مباح)، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، جامعة قاصدي مباح ورقلة 2016-2017 .
26. عبد الصاحب سعد مطشر، مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية دراسة ميدانية على قناة المنار الفضائية للمدة من و 9/1 ولغاية 2006/12/31 بكلية الإعلام جامعة بغداد 2006-2007.
27. عزيزة العربي ، زهرة حبيبة (تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا على التحصيل الدراسي، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال ،كلية علوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة لمدينة ،2015/2016.
28. العفيصان عبد الرحمان بن عبد الله ، أثر التحول في القيم الشخصية والأسرية على السلوك العنيف لدى مرتكبي جرائم العنف من الشباب في مدينة الرياض ، أطروحة الدكتوراه قسم العلوم الاجتماعية بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية 2006 .
29. علاء الدين أحمد خليفة ، إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (المكان الثالث) وعلاقته بالعفة والهوية الخصوصية (دراسة ميدانية لأثر هذه المواقع على القيم الاجتماعية لطلبة الجامعات العراقية) ، العراق .
30. فهد بن علي الطيار ، شبكات التواصل الاجتماعي أثاره على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجا (دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود) ، الرياض 2013.
31. لطرش فطوم ،استخدام الطلبة للمواقع الالكترونية الرسمي للجامعة والإشباع المحققة منه ،(دراسة على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة) مذكرة لنيل شهادة الماستر 2013-2014.

32. هارون مليكه ،الاتصال في أوساط الشباب في ظل تكنولوجيايات الحديثة للإعلام والاتصال (دراسة ميدانية تحليلية لعينة من شباب ولاية تيبازة خلال صيف 2004)مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر (3)،كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال 2004-2005.

- المجالات :

33. عبد الصمد محمد ،رؤية إسلامية(ظواهر الانحراف الاجتماعي في المجتمع الإسلامي ومعالجتها)، المجلد الرابع ، دراسات الجامعة الإسلامية العالمية ، شيتاغونغ، ديسمبر 2007.

34. محمد الفاتح حمدي ،استخدام الشباب الجزائري لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاسها على قيمهم الثقافية والاجتماعية .المستقبل العربي (كلية الصحافة والإعلام جامعة باتنة)الجزائر .

- المراجع الأجنبية :

35.Bloxx(2010) Allowing saf Access to youtube in the classrom. Bloxx nonsense Magazine.

36.Marta Kisfaludy . Fashion and innovation , in the theoretical research of my doctoral ,2008 .

— القواميس الأجنبية :

37.Dictionnaire de sociologie, Raymond bendon, Philippe , impression réalisée par buissière , France , 2005 .

- المواقع الالكترونية :

38. زيارة الموقع في 2019/1/4 على الساعة 12:50 ، إبراهيم بعزیز ، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني (دراسة حالة المنتديات المحادثة الإلكترونية) .

39. [http:// ar. M. Wikipedia.Org](http://ar.M.Wikipedia.Org) .18:51-29/01/2019.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

استمارة استبيان حول وموضوع :

تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وأثاره علي انحراف
القيم (الموضه) نموذجا - دراسة ميدانية علي طلبة قسم
علوم الإعلام والاتصال .جامعة قاصدي مرباح .ورقلة

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة
يسرني أن أضع بين أيديكم مجموعة من العبارات وأرجو منكم التفضل بالإجابة بكل صدق
وقراءة العبارات بكل عناية والتأكد من إجابتكم عليها جميعا بوضع (x) في الخانة المناسبة
واختيار إجابة واحدة فقط ومع علمكم إن إجابتكم ستحظى بالسرية التامة ويتم استخدامها
لغرض البحث العلمي .ونشكركم على تعاونكم الجدي معنا .

- إشراف الأستاذ:

أ.الهادي سراية

- إعداد الطالبتان:

سمية منقع

وهيبة بوعر عار

الموسم

الجامعي 2018\2019

البيانات الشخصية:

السن: من 19. 21 من 22 - 25 من 25 فأكثر

الجنس: ذكر أنثى

المستوى التعليمي:

ثانية إعلام واتصال ثالثة إعلام واتصال

أولى ماستر اتصال جماهيري أولى ماستر سمعي بصري

ثانية ماستر اتصال جماهيري ثانية ماستر سمعي بصري

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع اليوتيوب

(1) هل تتابع اليوتيوب بصفة منتظمة؟

نعم لا

(2) هل متابعتك لليوتيوب تكون؟

صباحا مساء ليلا كل الأوقات

(3) ماهو الحجم الساعي لمتابعتك لليوتيوب؟

اقل من ساعتين من ساعتين إلى اقل من 3 ساعات

أكثر من 4 ساعات

(4) هل متابعتك لمضامين اليوتيوب يكون من خلال؟

الهاتف الذكي كومبيوتر جهاز لوحي

(5) ماهي الأماكن التي تتابع فيها اليوتيوب؟

مقهى الانترنت الإقامة الجامعية المنزل

الشارع الجامعة

أخرى أذكرها.....

(6) من هم الأشخاص الذين تتابع معهم مضامين اليوتيوب؟

مع العائلة مع الأصدقاء بمفردك

7) كيف تتفاعل مع فيديوهات اليوتيوب ؟

أسجل إعجاب عدم الإعجاب

أستفيد ولا أتفاعل أشتري في بعض القنوات التعليق على الفيديوهات

أخرى أذكرها

8) ماهي أهم المضامين التي تفضل مشاهدتها في اليوتيوب ؟

الموضة والجمال تسلية ثقافة

أخرى اذكرها

المحور الثاني :ما الدافع من تعرض الشباب الجامعي لعروض الموضة عبر اليوتيوب ؟

9) ماالذي يدفعك إلي متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب ؟

حب الاطلاع مواكبة الموضة الرغبة في التميز

أخرى أذكرها

10) ما يثير انتباهك عند متابعة عروض الموضة عبر اليوتيوب ؟

الديكور أسلوب البرامج محتوى الموضوع

أخري اذكرها

11) ما الذي يجعلك تفضل عروض الموضة عبر اليوتيوب ؟

الاطلاع على آخر صيحات الموضة جماليات الصورة والفيديو تقديم انتقادات

أخرى أذكرها

12) ماهي المواضيع التي تهتم بها في ركن الموضة والجمال عبر اليوتيوب ؟

التجميل اللباس قصات الشعر

أخرى أذكرها

13) ماهو الدافع من إقبالك على قصات الشعر المعاصرة ؟

مواكبة الموضة تقليد بعض الشخصيات حب التميز

أخرى أذكرها

14) ماهي أهم قصات الشعر التي تفضلها؟

• ذكور

Dégrader Marinz Tour de ray

.....أخرى أذكرها

• إناث

قصة شعر طويل (Carie long) قصة شعر مموج (Carie planger)

قصة شعر متداخلة (Coup sauvage) قصة شعر متدرج (Dégrader)

.....أخرى أذكرها

15) هل تعرضك لمضامين الموضة عبر اليوتيوب يدفعك لإقتناء ؟

الألبسة الضيقة سروال ممزق الألبسة المحتشمة

16) ما هي أهم العلامات التجارية التي تفضل اقتناءها ؟

Adidas Levi's Lacoste

.....أخرى أذكرها

المحور الثالث: فيما تتمثل الإشباعات المحققة من تعرض الشباب الجامعي لفيدويوهات الموضة عبر اليوتيوب

؟

17) هل مايعرض من مضامين الموضة عبر اليوتيوب يشبع رغباتك ؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

18) ماالذي أضافته لك متابعة عروض الموضة على شخصيتك؟

.....
.....

19) هل متابعتك لمضامين الموضة عبر اليوتيوب جعلتك تفضل بعض الألوان التي لم تكن ترغب

فيها ؟

نعم لا

(20) هل تتفاعل مع عروض الموضة خارج فضاء الانترنت وتشجع الآخرين على متابعتها؟

دائماً أحياناً نادراً أبداً

(21) هل ساعدتك عروض الموضة عبر اليوتيوب إلى الميل إلى نوع معين من التصاميم؟

نعم لا

المحور الرابع : ماهي الانعكاسات تعرض الشباب الجامعي لبرامج اليوتيوب على قيم المتعلقة بالموضة ؟

(22) هل عروض الموضة عبر اليوتيوب خلقت لديك رغبة في التغيير ؟

طريقة لباسك الألوان التي تفضلها قصات الشعر
أخرى أذكرها

(23) ما درجة تأثرك بما يقدم من عروض الموضة عبر اليوتيوب ؟

كبيرة متوسطة ضعيفة

(24) هل مضامين عروض الموضة عبر اليوتيوب تعمل على زرع عادات وتقاليد دخيلة؟

نعم لا

(25) هل ساهمت عروض الموضة عبر اليوتيوب في نمو ظاهرة التقليد الأعمى؟

نعم لا

(26) هل تحرضك عروض الموضة عبر اليوتيوب إلى في تغيير مبادئك ؟

دائماً أحياناً نادراً أبداً

(27) هل سببت لك عروض الموضة عبر اليوتيوب إلى الإدمان على المشاهدة ؟

نعم لا

(28) الآثار الايجابية والسلبية لعروض الموضة عبر اليوتيوب ؟

الرقم	العبارة	موافق	محايد	معارض
1.	تساهم عروض الموضة عبر اليوتيوب لإثراء كل ما هو جديد وعصري.			
2.	تبث عروض الموضة عبر اليوتيوب بغض السلوكيات المنافية للمجتمع الإسلامي.			
3.	تلبي عروض الموضة عبر اليوتيوب رغبات فئة كبيرة من الشباب.			
4.	تشجع عروض الموضة عبر اليوتيوب الشباب في تغيير قيم وأخلاقيات المجتمع.			
5.	تساهم عروض الموضة عبر اليوتيوب في البعد عن الدين.			
6.	تخلق عروض الموضة عبر اليوتيوب أذواق لدى فئة الشباب.			
7.	تنتهي عروض الموضة عبر اليوتيوب روح النقد لدى الشباب.			

جدول (4) يوضح الأساتذة المحكمين بقسم علوم الاعلام والاتصال لاستمارة الاستبيان لدراستنا

الجامعة	التخصص	الدرجة العلمية	اسم ولقب الأستاذ	الرقم
قاصدي مرياح . ورقلة	إعلام واتصال	أستاذ قسم مساعد أ	الزاوي محمد الطيب	1
قاصدي مرياح . ورقلة	إعلام واتصال	أستاذ قسم محاضر أ	بودر بالة عبد القادر	2
قاصدي مرياح . ورقلة	إعلام واتصال	أستاذ قسم مساعد أ	بوكرموش عيسى	3
قاصدي مرياح . ورقلة	إعلام واتصال	أستاذ قسم مساعد ب	قانة مسعود	4

العلامة التجارية (Adidas)



صورة اليوتيوب



صور لبعض قصات الشعر المعاصرة

