جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علم الإجتماع و الديموغرافيا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

الميدان: العلوم الإجتماعية

الشعبة: علم الإجتماع والديموغرافيا

التخصص: علم الإجتماع الإتصال

من إعداد الطالبة: بن الشيخ أمال

بعنوان

فاعلية اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي للمرأة الماكثة في البيت

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات اليوتيوب

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

.../.../.....

أمام لجنة المناقشة المكونة من الأساتذة

الإسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
رياب رابح	أستاذ التعليم العالي	جامعة ورقلة	رئيسا
بوسحلة ايناس	أستاذ محاضر أ	جامعة ورقلة	مشرفا ومقررا
مبارك شيماء	أستاذ محاضر أ	جامعة ورقلة	مناقشا

الموسم الجامعي: 2023/2022.

الإهـــــــــداء

بسم الله الرحمان الرحيم

إلى من لم أشبع من أنفاسه و وارياه الثرى .....روح أبي

إلى أمي الغالية و إلى زوجي و أبنائي وإخوتي الأعزاء

و أختي إلى كل صغار العائلة وإلى كل من يحبهم قلبي و لم أذكرهم

شكر وتقدير

الحمد الله العلي القدير على توفيقه لإتمام هذا العمل فهو الأولى بالشكر و الحمد سبحانه

يسرني أن أتقدم بأسمى عبارات الشكر إلى الأستاذة المشرفة بوسحلة إيناس على تفانيها و إخلاصها و إشرافها على هذا العمل و التي لم تبخل علي بتوجيهاتها و نصائحها القيمة التي إستفدت منها كما لا أنسى أساتذة قسم علم الإجتماع و الديموغرافيا و كل الشكر لزملاء دفعة 2022-2023

فهرس المحتويات:

العنوان	الصفحة
إهداء	–
شكر وتقدير	–
فهرس المحتويات	–
قائمة الجداول	–
قائمة الاشكال البيانية	–
مقدمة	أ–ب
الفصل الاول : المدخل العام للدراسة	
تمهيد	4
أولا : بناء الإشكالية	6–5
ثانيا : صياغة الفرضيات	6
ثالثا :أسباب إختيار موضوع الدراسة	7–6
رابعا : أهمية الدراسة	7
خامسا : أهداف الدراسة	8
سادسا : المفاهيم الأساسية للدراسة	12–8
سابعا : الدراسات السابقة	18–13
خلاصة الفصل	19
الفصل الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة	
تمهيد	21
أولا : منهج الدراسة	23–22
ثانيا : مجالات الدراسة	23
المجال المكاني	24
المجال الزماني	25–24
المجال البشري	25
ثالثا :مجتمع البحث و العينة	26–25
رابعا : أدوات جمع البيانات	26
الملاحظة	27–26
المقابلة	28–27

خلاصة	**29**
الفصل الثالث: عرض و تحليل و تفسير النتائج سوسيولوجيا	
تمهيد	**31**
أولا :عرض و تحليل البيانات الشخصية لعينة الدراسة	**35-32**
ثانيا :عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالفرضيات	**36**
عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالفرضية الأولى	**50-36**
عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالفرضية الثانية	**55-51**
ثالثا : عرض ومناقشة نتائج الدراسة	**56**
عرض ومناقشة نتائج البيانات الشخصية لعينة الدراسة	**56**
عرض و مناقشة نتائج الفرضيات	**56**
عرض و مناقشة نتائج المتعلقة الفرضية الأولى	**58-56**
عرض و مناقشة نتائج المتعلقة بالفرضية الثانية	**58**
رابعا : النتائج العامة للدراسة	**59**
الخاتمة	**60**
قائمة المراجع	**62-61**
الملاحق	**-**
ملخص الدراسة باللغة العربية	**-**
ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية	**-**

فهرس الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	صفحة الجدول
1	يمثل الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة	32
2	متعلق ببداية إستخدام المرأة الماكثة في البيت لليوتيوب	34
3	يوضح دوافع المرأة الماكثة في البيت لاستخدام موقع اليوتيوب	36
4	يبين طبيعة المحتوى الذي تتابعه المرأة	37
5	يبين كيفية إختيار المحتوى الذي تتابعه المرأة الماكثة في البيت في قناة بعينها	39
6	تطبيق الخبرات و المهارات التي تعلمتها المرأة من اليوتيوب في حياتها اليومية	40
7	يبين الصعوبات التي تواجهها المرأة الماكثة في البيت أثناء تعلمها من اليوتيوب	42
8	يبين المكونات المعرفية و المهارات المكتسبة فعلا من اليوتيوب	43
9	يبين مساهمة تنوع المحتوى في تحقيق شعور الإنتماء لمجتمع تعلمي	45
10	يبين تفاعل المرأة مع الفيديوهات على موقع اليوتيوب	46
11	يبين مشاركة المرأة لمحتوى الفيديو مع الآخرين	47
12	يبين مشاركة المراة المهارة المكتسبة من محتوى الفيديو مع الاخرين	48
13	يبين تعامل المرأة مع المحتوى الذي يتعارض مع قيمها	49
14	يبين مساهمة محتوى اليوتيوب على التعرف على ثقافات أخرى	50
15	يوضح القضايا التي تثير إهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب	51
16	يبين المضامين التي تساهم في تعزيز الوعي الاجتماعي للمرأة	52
17	يبين تقييم المرأة لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي وتطور مهاراتها	53
18	يبين مستوى الثقة في فهم المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة مقاطع الفيديو من اليوتيوب	54

فهرس الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	صفحة الشكل
1	يوضح توزيع مفردات العينة حسب الجنس	32
2	يوضح توزيع مفردات العينة حسب الحالة العائلية	33
3	يوضح توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي	34
4	يوضح ببداية إستخدام المرأة الماكثة في البيت لليوتيوب	35

مقدمـــــــة

مقدمة

تعتبر الأنترنت نقلة نوعية في تكنولوجيا الإتصال الحديثة ،و أحد أهم موارد المعلومات في هذا العصر و جزءا هاما في حياة الأفراد و أنشطتهم اليومية . كما هيأت لهم سبل التعلم و الإستفادة مما يتوفر بها من معلومات و معارف في أي وقت و أي مكان و كذلك إحتوائها على خدمات و تطبيقات عديدة و أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي .

و قد عرفت السنوات القليلة الماضية رواجا كبيرا لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أتاحت للمستخدمين سهولة الحصول على المعلومات في مختلف الميادين فكانت سبيلا لتعلم عدة مهارات و تطوير مدارك الأفراد و زيادة وعيهم الإجتماعي و هذا لسهولة الوصول إلى محتوياتها .

و قد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي إقبالا كبيرا و إستخداما واسعا فاق كل التوقعات ومن بين أهم مواقع التواصل الاجتماعي نجد اليوتيوب و الذي أصبح بإمكان اي مستخدم تصفح مضامينه بحكم غناها بمصادر المعلومات ، حيث فتح آفاقا واسعة أمام الأفراد لإكتساب المعارف و الخبرات .

و أصبح اليوتيوب متنفسا لفئات كثيرة من المجتمع ومن بين هذه الفئات نجد حضور المرأة بقوة كونها تسعى للتغيير و التطور و الأكثر إقبالا على التكنولوجيا وخاصة الماكثة في البيت ، وعلى إعتبار إختلافه على بقية الشبكات الاجتماعية الأخرى وهذا لمرونة الوصول الى المعلومات ، ما يعزز التعلم الذاتي لدى المرأة لما يتميز به من مجموعة متنوعة من المحتويات .

و من الواضح أن المرأة الماكثة في البيت من أكثر مستخدمات موقع اليوتيوب خاصة في إنجاز مختلف المهام و التي إستفادت منه كمتابعة لمحتوى قنواته ، و هذا نابع من دوافع وحاجات تسعى لإشباعها و أهداف تصبو للوصول إليها و في عدة محالات مما ساهم في تنمية مهاراتها الإجتماعية عن طريق

إكتساب مختلف الخبرات و المعارف و الوصول بها إلى مرحلة الإبداع ، وقد تبنت أسلوب التعلم الذاتي الذي أتاح لها فرصة إكتساب نوعا من الإستقلالية الذاتية لتحقيق أهدافها و تحمل المسؤولية الإجتماعية .

و من هنا تأتي دراستنا للكشف عن فاعلية اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي للمرأة الماكثة في البيت و أهم المهارات الإجتماعية التي إكتسبتها من تنوع محتويات قنوات اليوتيوب ، حيث قسمت الدراسة إلى ثلاث فصول :

الفصل الأول : بعنوان (المدخل العام للدراسة) ويضم إشكالية الدراسة و الفرضيات وكذا مبررات و أسباب إختيارنا لهذا الموضوع ، ومدى أهميته و الهدف من الدراسة و الدراسات السابقة التي تم الإستفادة منها

الفصل الثاني : المعنون ب(الإجراءات المنهجية) الذي من خلاله حاولنا التطرق إلى مجالات الدراسة : المجال المكاني ، المجال الزماني و المجال البشري و المنهج المعتمد في الدراسة و العينة و كذا أدوات جمع البيانات .

الفصل الثالث : بعنوان(عرض وتحليل وتفسير النتائج سوسيولوجيا) تناولنا فيه عرض وتحليل و تفسير بيانات الدراسة ثم تطرقنا إلى عرض و مناقشة نتائج الدراسة و أخيرا عرض النتائج العامة للدراسة .

الفصل الأول:

المدخل العام للدراسة

الفصل الأول: المدخل العام للدراسة

تمهيد

أولا : بناء الإشكالية

ثانيا : صياغة الفرضيات

ثالثا : أسباب اختيار موضوع الدراسة

رابعا: أهمية الدراسة

خامسا : أهداف الدراسة

سادسا : المفاهيم الأساسية للدراسة

سابعا : الدراسات السابقة

تمهيد:

سنتطرق في هذا الفصل إلى المدخل العام للدراسة ، و ذلك من خلال بناء إشكالية الدراسة و الفرضيات ، و كذا مبررات أسباب اختيارنا لهذا الموضوع ، و أهميته و الهدف من الدراسة ، ثم تطرقنا إلى المفاهيم الأساسية و الدراسات السابقة التي تم الإستفادة منها.

أولا :بناء الإشكالية

يعرف العالم اليوم ثورة تكنولوجية و معرفية مست مختلف جوانب الحياة ،مما أدى إلى التضخم المعرفي . و تمثل الأنترنت أبرز و أهم مظاهر التكنولوجيا، فهي تعتبر موردا عالميا و جزءا هاما في حياة الأفراد، وقد هيأت شبكة الأنترنت لمستخدميها سبل الإستفادة، مما يتوفر بها من معلومات في جل التخصصات، ووجود العديد من المصادر المتاحة للتعلم التي يمكن للفرد اختيار ما يناسبه منها و بالتالي هي فرصة مناسبة لتحصيل قدر كبير من المعرفة .

و في ظل هذا التطور المعرفي المتسارع و وجود أساليب تسهم في توفير فرص التعلم الذي يجعل الفرد يبني معارفه و يفكر في إيجاد إتجاهات حديثة تقوده إلى إكتساب مهارات أساسية للتعلم الذاتي، و التي يعتمد فيها الفرد على تعليم نفسه بنفسه لمواجهة التغيرات المعرفية و التقنية المستمرة لتحقيق أهدافه و تحصيل الخبرات ، و من بينهم فئة النساء وعلى وجه الخصوص الماكثة في البيت فهي بذلك تمتلك فرصة كبيرة مقارنة بالمرأة العاملة في الإطلاع و التصفح على هذه الشبكة، حيث كانت تعاني من صعوبات عديدة في الحصول على التعلم و تطوير مهاراتها الذاتية، و بظهور الانترنت أتيحت لها فرصة تنمية مهاراتها.

و لقد أدى التطور الكبير لشبكة الأنترنت إلى ظهور شبكات التواصل الإجتماعي و منها موقع اليوتيوب التي أصبحت منبرا للعديد من النساء الماكثات في المنزل على اختلاف مستوياتهن الثقافية و التعليمية وفتحت لهن فرصة التعبير عن آرائهن و تطوير أفكارهن و ميولاتهن بفضل محتويات الفيديو المختلفة حيث وجدت النساء مبتغاهن في هذه المحتويات بالإظافة إلى توفيره السهولة و المرونة في نشر المعلومة و الأفكار التي يتم الوصول إليها في وقت قصير مما يزيد في تنمية قدراتهن و كل ذلك بسبب تعدد إستخدامات هذا الموقع.

و نظرا لأهمية موقع اليوتيوب للمرأة الماكثة في البيت والذي أصبح يشكل ضرورة في تبادل المعارف و مصادر المعلومات التي تسمح بإمكانية التعلم الذاتي حيث صارت تعتمد عليه المرأة بشكل كبير في الحصول و إدراك مختلف المعارف دون الحاجة إلى الغير لاكتسابها خبرات و إشباع حاجاتها في مختلف المجالات و في هذا السياق نطرح التساؤل الرئيس الأتي:

– ما فاعلية إستخدام موقع اليوتيوب في التعلم الذاتي و إكتساب مهارات لدى المرأة الماكثة في البيت ؟

ثانيا : صياغة فرضيات الدراسة

الفرضية العامة: يعتبر اليوتيوب أداة فعالة تمكن المرأة الماكثة في البيت من التعلم الذاتي وإكتساب مهارات إجتماعية.

الفرضيات الجزئية

1– يساهم تنوع محتوى المعلومات المتاحة على اليوتيوب في تحقيق الإشباعات المعرفية والتواصلية (الإستقلالية في التعلم، تحمل المسؤولية، الثقة في القدرات الشخصية) للمرأة الماكثة في البيت.

2– ساهمت مضامين قنوات اليوتيوب في زيادة الوعي الإجتماعي لدى المرأة الماكثة في البيت.

ثالثا: أسباب اختيار الدراسة

إن أي دراسة علمية بحثية لا تنطلق من فراغ، بل من خلفيات ما يشكل جملة من الأسباب سواء كانت موضوعية أو ذاتية من شأنها أن تدفع وتحفز الباحث على المضي في بحثه، وتكشف حقائق عالقة في ذهنه أو ذات صلة بواقع وتأتي هاته الدراسة لجملة من الأسباب وهي كالآتي:

1) الأسباب الذاتية :

1– تأثير هذه الظاهرة على حياتنا اليومية وطول الوقت الذي نقضيه في التصفح .

2-الإهتمام والميول الشخصي النابع من تجربة زمنية لإستعمال موقع اليوتيوب .

3- الفضول العلمي لمعرفة سبب كثرة إهتمام المرأة لإستخدام موقع اليوتوب.

2) الأسباب الموضوعية :

- كون هذا الموضوع يندرج ضمن تخصص علم إجتماع الإتصال .

- إنتشار إستخدام موقع اليوتوب بشكل كبير بين مختلف شرائح المجتمع وخاصة المرأة الماكثة بالبيت .

- محاولة التعرف على أهمية موقع اليوتوب في حياة المرأة الماكثة بالبيت .

رابعا: أهمية الدراسة :

1-تكمن أهمية الموضوع لما له من علاقة بالواقع الإجتماعي كونه يعنى بدراسة شريحة مهمة في المجتمع ذات فعالية وهي النساء.

2- إمكانية إعتماد على نتائج هذه الدراسة في فهم الإشباعات التي تحققها المرأة من خلال تعلمها الذاتي من قنوات اليوتيوب ، و كيفية توظيف ما تعلمته ومساعدتها في تحقيق و إنجاز الكثير من المهام والأدوار الإجتماعية.

3 - كثرة إستخدام موقع اليوتيوب من طرف فئات المجتمع خاصة النساء ، كما أنه وسيلة للتعلم و التعبير عن الأفكار و الآراء بكل حرية و ما يتميز به من سمات جعلته محل إقبال كبير ،هذا ما جعله ظاهرة تحتاج البحث و الدراسة.

خامسا :أهداف الدراسة

1- التعرف على تنوع محتوى المعلومات المتاحة على اليوتيوب وعلاقتها في تحقيق الإشباعات المعرفية والتواصلية للمرأة الماكثة في البيت.

2- التعرف على مضامين قنوات اليوتيوب ومساهمتها في زيادة الوعي الإجتماعي لدى المرأة الماكثة في البيت

سادسا : المفاهيم الأساسية للدراسة

أ- فاعلية :

لغة : الفاعل العامل ، القادر و الفاعلية وصف كل ماهو فاعل.[1]

تعرف الفاعلية في اللغة بأنها مقدرة الشيء على التأثير. [2]

إصطلاحا : القدرة على التأثير و إنجاز الأهداف أو المدخلات لبلوغ النتائج المرجوة و الوصول إليها بأقصى حد ممكن.[3]

إجرائيا: هو مقدار التغيير الذي يحدثه اليوتيوب على مهارات المرأة من خلال تعلمها الذاتي منه.

1) ابراهيم مصطفى و آخرون ، **المعجم الوسيط مجمع اللغة العربية** ، الادارة العامة للمعجمات و إحياء التراث ،ج1 ، ط2 ، ص 745.

2) أحمد مختار عمر و بمساعدة فريق عمل ، **معجم اللغة العربية المعاصرة** ، المجلد 3 ، ط1 عالم الكتب، القاهرة، 2008 ،ص 1726.

3)حسن حسن زيتون ، **التعلم الالكتروني** ، المفهوم،القضايا، التخطيط ،التطبيق، التقييم ، الدار الصولتية للتربية ،الرياض 2005،، ،ص54.

ب . التعلم الذاتي

لغة : مصطلح التعلم الذاتي مركب من كلمتين الأول تعلم و الذي يعود أصلها حسب لسان العرب لإبن منضور إلى صفات الله عز وجل العليم ، العلام ، العالم.[1]

وحسب قاموس المنار تعلم شيئ أي عرفه و اتقنه[2] .

أما الأصل اللغوي لكلمة الذاتي فيعود إلى الذات فحسب قاموس الرائد يعني النفس أو ناحية من نواحي الشخصية القادرة على المعرفة الإستنتاجية أو كل ما يقوم بنفسه [3] .

إصطلاحا:

عرفه أحمد منصور بأنه التعلم الذي يوجه إلى كل فرد و فقا لميوله ، وسرعته الذاتية، وخصائصه ، بطريقة مقصودة ومنهجية منظمة.[4]

ويرى خليل السعادات : أن التعلم الذاتي يجعل الفرد يعتمد على نفسه و يحل مشكلاته بنفسه و يتخذ قراراته بشكل مستقل و ينمي فيه ملكة التعلم ، كما أنه تعلم يعتمد على نشاط الفرد الذاتي و رغبته في الحصول على المعلومات حسب إستطاعته و قدرته الذاتية وهو الذي يحدد أهدافه و يجدد الطرق المناسبة للوصول إليها و يقيم نتائج ما وصل إليه بنفسه، كما أنه عملية مستمرة تتطلبها ظروف الحياة المعاصرة [5]

1) لويزة مسعودي ، **اتجاهات الطلبة نحو استخدام الانترنت في تحقيق التعلم الذاتي ،دراسة ميدانية بجامعة باتنة** ، رسالة ماجستير غير منشورة باتنة جامعة الحاج لخضر،2010 ،ص67.

2) عيسى مومني ، **المنار قاموس لغوي عربي مصطلحات علمية تقنية أدبية** ، دار العلوم للنشر و التوزيع، عنابة ،2008 ،ص420.

3) مسعود جبران ، **الرائد معجم لغوي عصري** ،دارالعلم للملايين ، لبنان ،1992 ،ص 370.

4)عبد الرحمان عبد السلام جامل ، **التعلم الذاتي بالموديولات التعليمية اتجاهات معاصرة** ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،ط1، الأردن ،2000، ص 12 .

5) خليل إبراهيم السعادات ، **تطبيق المعلمين لأسلوب التعلم الذاتي في مراحل التعلم العام في المملكة العربية السعودية** ،الجمعية السعودية للعلوم التربوية و النفسية كلية التربية ، جامعة الملك سعود ،الرياض،2005، ص 579.

و يعرف :بأنه الأسلوب الذي يقوم به الفرد بالمرور بنفسه على المواقف التعليمية المختلفة لاكتساب المعلومات و الإتجاهات و المهارات بحيث ينتقل محور الإهتمام من المعلم إلى المتعلم[1]

ومن خلال ما سبق يمكن إستخلاص أن التعلم الذاتي هو :

– نشاط يعتمد على المبادرة الذاتية للفرد في التعرف على الحاجات و الرغبات و تحديد الأهداف و مصادر المعرفة و اختيار خطة ملائمة لقدراته و إمكاناته و تقييم نواتج عملية تعلمه و إختيار الوسائل المناسبة لذلك و مواد مبرمجة ، و غيرها من البدائل التعليمية مستخدما أو مستفيدا من المحتوى.

– يمكن للفرد من إكتساب مهارات التعلم المستمر، و ينمي ملكة حب التعلم ، فهو يحدد أهدافه و يحدد الطرق المناسبة للوصول إليها و يقيم نتائج ما وصل إليه بنفسه .

– سيطرة الفرد على مواقف تعلمه المختلفة لإكتساب الخبرات حسب سرعته الخاصة بما يتلاءم و إمكاناته و قدراته ، من خلال تهيئة تتناسب مع قدراته ، و المنطلقة من رغبته الذاتية و قناعته الداخلية و مستجيبا لميولاته و إهتماماته فهو الذي يقرر متى و أين ينتهي و أي الوسائل يختار ومن ثم يصبح هو المسؤول عن تعلمه و عن صناعة تقدمه الثقافي و المعرفي و عن النتائج و القرارات التي يتخذها.

– التعلم الذاتي عملية مستمرة تتطلبها ظروف الحياة المعاصرة ، يميزها عن الأساليب التقليدية مناسبة لجميع الأفراد و حسب القدرة الذاتية له.

1)كريمان بدير ، هناء عبد الرحيم ،**التعليم الذاتي (رؤية تطبيقية تكنولوجية متقدمة)** ،عالم الكتب ، القاهرة، 2014،ص10.

إجرائيا

هو إعتماد المرأة على ذاتها في الحصول على شتى الخبرات و المعارف لحاجتها لتنمية معارفها وكذا إكتساب المعلومات و المهارات بإستخدام موقع اليوتيوب.

ج . مهارات التعلم الذاتي : مجموعة المهارات التي ينبغي ان يكتسب منها المتعلم مقدرة شخصية وقوة ذاتية ليكون مقتدرا على توجيه ذاته وتنشيط فعالياته تجاه تحقيق اهدافه في النمو و التقدم[1]

– وتعرف بأنها النشاط التعليمي الذي يقوم به الطالب من خلال رغبته الذاتية ، و إقتناعه بهدف تنمية إستعداداته و إمكانياته و قدراته مستجيبا لحاجاته و ميوله و إهتماماته ، بما يحقق تنمية شخصيته و تكاملها و التفاعل والإسهام مع مجتمعه عن طريق الإعتماد على نفسه و الثقة بقدراته[2] .

إجرائيا : يقصد بها مظاهر التعلم و إكتساب المعرفة التي ينبغي على المرأة إمتلاكها من موقع اليوتيوب و توظيفها بدقة و إتقان بالإعتماد على نفسها.

د . مفهوم موقع اليوتيوب

يقوم اليوتيوب على فكرة مبدئية هي : بث لنفسك أو ذع لنفسك ،يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى ، وهو مكان شبكة الأنترنت للمشاركة في الفيديو المجاني ، يتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية و الأفلام الغنائية المصورة و مدونات الفيديو اليومية. [3]

1 بدر الزبالي ،مهارات **التعلم الذاتي المضمنة في كتاب الرياضيات لصف الثالث المتوسط من وجهة نظر المعلمين** ،**رسالة ماجستير** ، كلية التربية ،جامعة ام القرى ، المملكة العربية السعودية، 2014 ،ص8 .

2) المهيري عائشة، **أثر برمجة تعليمية محوسبة في تنمية مهارات القراءة و الكتابة ومهارات التعلم الذاتي لدى طلبة الجامعة الأردنية** ،المجلة العربية لضمان دورة التعليم الجامعي، الأردن، 2019 ،ص 71.

3) عباس مصطفى صادق ، **الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات** ، دار شروق للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2008ص 216.

اليوتيوب هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو ، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة و مشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني. [1]

إصطلاحا : هو أحد المواقع الإلكترونية أي شبكة الانترنت و تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع تصوير فيديو بحيث تكون متاحة لملايين الاشخاص حول العالم دون أي تكلفة مادية.[2]

وهو أيضا موقع إلكتروني يسمح و يدعم نشاط تحميل و تنزيل و مشاركة الأفلام بشكل عام و مجاني.[3]

إجرائيا : هو إحدى مواقع التواصل الاجتماعي له شعبية كبيرة بين أفراد المجتمع خاصة النساء الماكثات في البيت يستخدم لمشاهدة مقاطع الفيديو وغيرها ومشاركتها و التعليق عليها.

هـ. مفهوم التنمية

لغة : هي الازدياد التدرسجي و يقال نما المال نموا ، و يقال نما الشيء: نما و أنما الشيء أي جعله ناميا [4]

1) مروى عصام صلاح ،**الاعلام الالكتروني الأسس و افاق المستقبل** ، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2015 ،ص 204.

2) شفيق حسن ، **الإعلام الجديد تكنولوجيا حديثة في عصر ما بعد التفاعلية**، دار الفكر و الفن للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة ،2011،ص213.

3) خالد غسان يوسف المقداد، **ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي**، دار النفائس للنشر و التوزيع ، الأردن، 2013، ص43 .

4) عبد الله عبد الرحيم العبادي ، **التنمية بالمفهوم الشامل في الإسلام** ، شركة أبناء شريف الأنصاري، بيروت، 2008، ص 9

إصطلاحا:

التنمية عبارة عن تغيير إجتماعي كلي يهدف إلى الإنتقال من وضع يعتبر مترديا و لا يفي بمتطلبات كل أفراد المجتمع إلى وضع آخر يعتبر أفضل و أحسن ،أنها إذا مشروع ذو أبعاد متعددة إقتصادية ، إجتماعية ، سياسية و ثقافية[1].

اجرائيا: هي عملية تطور الخبرات و المهارات التي تعتمد فيها المرأة على نفسها في إشباع حاجياتها من اليوتيوب .

و . مفهوم المراة الماكثة بالبيت

المرأة : لغة من مرأ اسم مرىء الطعام ، وجمع نساء ونسوة من غير لفظها و هي مؤنث الرجل .[2]

فالمرأة مشتقة من الفعل مرأ ،ومصدرها المروءة و تعني كما الرجولة أو الانسانية و هي مؤنث الانسان[3]

إصطلاحا: هي كائن إنساني مستقل تتمتع بالقيمة الإنسانية الكاملة أسوة بالرجل لها حقوق و عليها واجبات لما للرجل في جميع المجالات دون استثناء[4].

تعريف المرأة الماكثة : كل إمرأة لا تقوم بأي عمل خارج المنزل و تعتبر ربة بيت تدير الأعمال المنزلية و كل ما يتعلق بتربية الأطفال و هي ركيزة اساسية في كل بيت سواء كانت ام اخت او زوجة فمنها المثقفة و منها الامية و منها المتزوجة ومنها العزباء[5].

1)عبد الجليل حليم ،**الثقافة و التنمية**، ضمن أعمال ندوة الثقافة و التحولات الاجتماعية، كلية الاداب بالدار البيضاء ، منشورات عكاظ ، الرباط ،1990 ، ص8

2) **المنجد في اللغة العربية و الاعلام** ،دار النشر ، بيروت، ط1 ، 2005 ،ص 32.

3) **قاموس البدر العربي** ،دار البدر الساطع للنشر و التوزيع، ط1 ،الجزائر ،2005 ،ص 208 .

4) عدنان ابو مصلح، **معجم علم الاجتماع**، دار اسامة للنشر و التوزيع ،الأردن، ط1 ، 2010 ،ص 72 .

5) مليكة الحاج يوسف، **المجد في اللغة و الادب و العلوم** ، المطبعة الكاثوليكية، لبنان ، 1956، ص754

إجرائيا: هي كل النساء الماكثات في البيت قصد تسيير شؤونه المختلفة ، بمختلف فئاتهن العمرية و مستوياتهن الثقافية، حيث أستهدف في بحثي هذا المرأة الماكثة في البيت في ولاية ورقلة و التي تستخدم موقع اليوتيوب .

سابعا : الدراسات السابقة

للدراسات السابقة أهمية بالغة كونها سندا علميا يلجا إليه الباحث للإستفادة منها في مختلف مراحل بحثه فهي مجمل الأعمال العلمية التي لها صلة بموضوع البحث المراد دراسته من طرف الباحث و قد تكون العلاقة بينهما مباشرة أو غير مباشرة[1] .

الدراسة الاولى : بعنوان "**تأثير اليوتيوبر على السلوك الشرائي للمرأة الجزائرية** "

دراسة ميدانية قام بها الباحثان بشرى كرميش و جمال بن زروق دراسة ميدانية على عينة من الطالبات مستخدمات اليوتيوب بجامعة بوبنيدر قسنطينة و قد كانت تحت إشراف مخبر البحوث و الدراسات الإجتماعية و انطلق الباحثان في دراستهما من التساؤل الرئيسي : كيف تؤثر اليوتيوبر أميرة ريا على السلوك الشرائي للطالبة الجزائرية؟

و تندرج تحته الأسئلة الفرعية التالية :

_ ماهي عادات تعرض الطالبة الجزائرية لقناة أميرة ريا على اليوتيوب؟

_ ماهي دوافع تعرض الطالبة الجزائرية لقناة أميرة ريا على اليوتيوب؟

1-جمال معتوق، **منهجية العلوم الاجتماعية و البحث الاجتماعي** ،دار الكتاب الحديث للنشر و التوزيع ،ط1. القاهرة ،2013،ص 50.

_ ما هي الإشباعات المحققة للطالبة الجزائرية جراء مشاهدتها لمحتوى فيديوهات أميرة ريا على موقع يوتيوب؟

_هل توجد علاقة بين كثافة التعرض لقناة اميرة ريا على اليوتيوب و السلوك الشرائي لطالبة الجزائرية ؟

إعتمد الباحثان في دراستهما على المنهج المسح بالعينة و هو منهج وصفي وذلك من أجل الوصول إلى اليوتيوبر اميرة ريا في تأثير سلوك المرأة الجزائرية الشرائي ،و قد إعتمدت الباحثة في الدراسة على العينة القصدية و هي عينة من طالبات بجامعة قسنطينة صالح بوبنيدر بمختلف الأطوار (ليسانس ،ماستر دكتوراه) من مستخدمات قناة أميرة ريا و تكونت العينة من 80 مفردة و طبقت مجموعة من أدوات جمع البيانات: الملاحظة و الإستبيان الالكتروني و قد توصل الباحثان لمجموعة من النتائج:

_ وجود تأثير لليوتيوبر أميرة ريا على السلوك الشرائي للشابات الجزائريات من خلال عملية التسويق لمختلف السلع و الخدمات التي تقوم بها هذه الأخيرة و تتمثل هذه المنتجات في : مستحضرات التجميل ، العطور ، الملابس ، اللوازم المنزلية ، السياحة.

و هذا من خلال الوصول إلى النتائج الجزئية التالية:

فيما يخص عادات مشاهدة قناة أميرة ريا فإن الإجابات كانت كالاتي :

– إن المبحوثات يقضين أكثر من ساعتين يوميا في مشاهدة القناة و يقومون بالتفاعل معها بالتعليق و الإعجاب و مشاركة الفيديوهات في صفحاتهم و مع صديقاتهن.

– عادات مشاهدات المبحوثات لقناة أميرة ريا من مرة إلى مرتين و فيهم من يعيدونها أكثر من مرتين

تفاعل العينة مع فيديوهات قناة أميرة ريا في حين نجد نسبة قليلة تكتفي بالمشاهدة فقط.

– نسبة كبيرة من المبحوثات يقومون بالإعجاب و التعليق على فيديوهات أميرة ريا و الأخريات يكتفين بالإعجاب أو مشاركة الفيديوهات التي تعجبهم على صفحاتهم أو مع أصدقائهم .

أما فيما يخص أسباب و دوافع مشاهدة قناة أميرة ريا على اليوتيوب من قبل المبحوثات .

– إن الأسباب التي تدفع المبحوثات لمشاهدة القناة من أجل التعرف و إقتناء المنتجات المروج لها بدافع مواكبة الحياة العصرية و منهم من يقومون بإقتناء المنتجات بدافع تجربة سلعة جديدة.

أما بخصوص الإشباعات المحققة جراء متابعة قناة أميرة ريا .

_ تحقق المرأة إشباعات من خلال متابعة قناة أميرة ريا على اليوتيوب ساعدهن في تحقيق إشباعات نفسية و تتمثل في السعادة و الرضا و القبول و إشباعات إجتماعية و هي رغبتهن في الحصول على حياة مشابهة لأميرة ريا و هناك بعض المبحوثات يرغبن في إنشاء قناة يوتيوب تعالج الموضة و الجمال.

أما بخصوص العلاقة بين مشاهدة قناة أميرة ريا و تغير السلوك الشرائي للشابة الجزائرية:

_ إن هناك تغير في السلوك الشرائي للمبحوثات بعد متابعتهن لقناة أميرة ريا و هذا لمصداقية المعلومات التي تقدمها القناة حيث زاد إستهلاكهن للمنتجات المروج لها في القناة.

إن المبحوثات يصرحن أن المعلومت التي تصرح بها اليوتيوبر أميرة ريا كافية للقيام بعملية الشراء

زيادة الاستهلاك لديهن نتيجة تعرضهن لقناة أميرة ريا.

الدراسة الثانية : بعنوان **"إستخدامات المرأة الجزائرية لإشهارات اليوتيوب والإشباعات المحققة"**

دراسة تحليلية على عينة من نساء مدينة أم البواقي لصاحبتها :هادئة معمري تحت إشراف مخبر علم الإجتماع الإتصال للبحث و الترجمة جامعة قسنطينة إنطلقت الباحثة من التساؤل الرئيسي مفاده كيف إستخدمت المرأة الجزائرية بمدينة أم البواقي إشهارات اليوتيوب؟

وقد تفرع عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة تساؤلات التالية :

– ما هي عادات و أنماط إستخدام المرأة الجزائرية لإشهار اليوتيوب؟

– ما هي دوافع إستخدام المرأة الجزائرية إإشهارات اليوتيوب ؟

– ما هي الإشباعات المحققة من إشهارات اليوتيوب؟

_كيف تؤثر إشهارات اليوتيوب على قرار الشراء لدى المرأة الجزائرية ؟

لقد هدفت الدراسة إلى محاولة الكشف على عادات و أنماط إستخدام المرأة الجزائرية لإشهارات اليوتيوب ودوافع إستخدام المرأة الجزائرية لإشهارات اليوتيوب والتعرف على الإشباعات المحققة من إشهارات اليوتيوب.

والتعرف على كيفيه تأثير إشهارات اليوتيوب على قرارات الشراء لدى المرأة الجزائرية أما من حيث المنهج المعتمد فقد إستخدمت المنهج المسحي وبخصوص أدوات جمع البيانات فقد إعتمدت على الإستبيان الإلكتروني و كان إختيار العينة القصدية.

و قد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها :

– أن النساء الجزائريات دائما ما يستخدمن موقع اليوتيوب

– أن إشهارات اليوتيوب دائما تصادف المرأة الجزائرية

– أن معظم النساء الجزائريات يغلقن إشهارات اليوتيوب عند مصادفتها

– أن أغلبيه النساء الجزائريات تتعرضن لإشهارات اليوتيوب عن طريق الصدفة

– أن من أبرز عناصر الجذب في إشهارات اليوتيوب بالنسبة للمرأة الجزائرية مدتها قصيرة

– أن السبب وراء متابعة المرأة الجزائرية لإشهارات اليوتيوب راجع إلى أن الآخرين نصحوها بمشاهدة إشهارات معينة.

– أن المرأة الجزائرية معجبة بإشهارات اليوتيوب التي شاهدتها وهذا راجع إلى طريقة عرضها بالدرجة الأولى

– أن إشهارات اليوتيوب لم تساهم في إتخاذ المرأة الجزائرية لقرارات شراء السلع معينه .

الدراسة الثالثة : بعنوان "**إستخدامات المرأة للمجموعات النسائية على موقع فيسبوك و علاقتها بتطوير مفهوم الذات لديها**".

لصاحبتها :أمل السيد أحمد متولي دراز ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، دورية محكمة تصدر عن مركز بحوث الرأي العام ،جامعة القاهرة، 2016.

سعت هذه الدراسة للكشف عن أنماط إستخدام مفردات العينة للمجموعات نسائية و دوافع هذا الإستخدام و الإشباعات الناتجة عنه و عن علاقة ذلك بتطوير الذات لديها بما يتيح فهم السلوك الإجتماعي للمرأة عبر هذه المجموعات وبما يوفر آلية الكشف عن طبيعة و نمط التعلم الإجتماعي الذي ينتجه هذا التفاعل وإلى أي مدى ينعكس ذلك على تطوير مفهوم الذات لدى العينة و قد إعتمدت على المنهج الوصفي وتم إستخدام أدوات جمع البيانات المتمثلة في إستمارة الإستبيان و المقابلات المعمقة و إستخدم أسلوب كرة الثلج للوصول إلى عينه التي بلغت 200 مفردة تم إختيارها بطريقة قصدية ومن أهم النتائج التي توصل إليها:

– تظهر النتائج أن إستخدام المبحوثات للمجموعات النسائية صار أحد طقوس الحياة اليومية لهن و لا يتوقف ذلك على قيمه ما تقدمه هذه المجموعات من دعم معلوماتي في مجالات إهتمام المرأة لكن أيضا

فيما تنتجه من شعور بالسعادة و إحساس عام بالمعاناة المشتركة الناتجة عن كم الأدوار و المسؤوليات التي تتحملها.

– يرتبط إستخدام المجموعات النسائية بإتباعها للحاجات الشخصية والمعرفية لدى مستخدميها أكثر مما يرتبط بإتباعها لحاجات إجتماعية و إن كانت هذه المجموعات تتيح لمستخدميها مساحة للفضفضة و التعبير عن آرائهن في إطار جاد أحيانا و ساخر أحيانا أخرى، و لا يشترط أن يرتبط ذلك بمواقف شخصية دقيقة.

– تدعم هذه المجموعات قدرات مستخدميها على آداء أدوارهم الموكلة إليهم وتطوير مفهوم هذه الأدوار خارج حدود دور المرأة المتعارف عليه الأمر الذي يخلق حاجة للإرتقاء بمستوى المهارات والمعارف التي تنعكس على الآداء و الإنجاز اليومي لهذه الأدوار و المهام.

– يرتبط إستخدام المجموعات النسائية بتطوير مفهوم الذات لديهن و إستخدمها في جوانب محددة في مقدمتها إكتساب إنطباعات إجتماعية أكثر إيجابية من خلال تطوير مهاراتها في إدارة صورتها أمام الآخرين من أجل إثاره الإعجاب بهذه الصورة سواء على مستوى النساء عند مقارنتها بالأخريات أو على المستوى العام أو على مستوى مهاراتها كإمرأة و زوجة و أم.

الإستفادة من الدراسات السابقة

أفادت الدراسات السابقة بحثنا في العديد من الجوانب

. ساعدتنا في بناء إشكالية الدراسة .

. تحديد الإطار النظري للدراسة .

. تحديد وبناء الإجراءات المنهجية مثل مجتمع البحث و العينة و أدوات جمع البيانات.

. مقارنة نتائجها بنتائج الدراسة الراهنة .

خلاصة الفصل

من خلال الفصل الأول تم التطرق إلى المدخل العام للدراسة حيث تم بناء الإشكالية وفقا لخطوات منهجية و تم عرض التساؤل الرئيس ثم تطرقنا لأسباب و دوافع إختيارنا للموضوع و الذي كان يصب في محاولة معرفة فاعلية اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي للمرأة الماكثة في البيت ثم تطرقنا لمفاهيم الدراسة ، كما تم الإستعانة ببعض الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع الدراسة أو جانبا من جوانب الدراسة حيث تم الإستفادة منها لإعداد هذا العمل.

الفصل الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

اولا : منهج الدراسة

ثانيا : مجالات الدراسة

ثالثا : مجتمع البحث والعينة

رابعا : أدوات جمع البيانات

خلاصة الفصل

تمهيد

بعد المدخل العام للدراسة الذي تطرقنا فيه إلى الأهداف الأساسية من البحث، وضبط الفرضيات والمفاهيم والدراسات السابقة التي سنحلل على ضوئها النتائج، سنتطرق في هذا الفصل إلى الإجراءات المنهجية للدراسة وذلك بتوضيح أساليب المعالجة الميدانية، من خلال توضيح المجال المكاني والزماني والبشري والمنهج المعتمد و كيفية توظيفه في الدراسة و كذا مجتمع و عينة الدراسة و كيفية إختيارها و إختيار الأدوات المستخدمة لجمع البيانات.

أولا: المنهج المعتمد في الدراسة:

هناك إرتباط منطقي بين البحث العلمي و المنهج العلمي، حيث لا يمكن تصور بحث علمي دون منهج فهذا الأخير يظل بوصلة البحث العلمي في سبيل الكشف عن المعارف و الحقائق و الظواهر و القوانين و النظريات الكونية و الإجتماعية والإنسانية.[1]

و لإجراء أي دراسة علمية، يجب إتباع منهج معين، حيث يعد هذا الأخير من الأمور الهامة التي يجب على الباحثين إختيارها بدقة لتحقق أهداف الدراسة، ويختلف المنهج عادة بإختلاف الموضوع المدروس فالمنهج في اللغة العربية مصطلح لكلمتي المنهج والمنهاج اللتان تعنيان الطريق الواضح.

أما إصطلاحا فيعرف بأنه الطريقة التي يعتمدها الباحث في جمع المعلومات و البيانات المكتسبة أو العلمية و تصنيفها و تحليلها و تنظيرها.[2]

كما يعرف أيضا بأنه الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.[3]

و بما أننا نحاول معرفة فاعلية اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي للمرأة الماكثة في البيت فقد إعتمدنا في دراستنا على منهج البحث الميداني الذي يعرف" بأنه طريقة تناول موضوع البحث بإتباع إجراءات تقصي مطبقة على مجتمع بحث ، يسمح بدراسة طرق العمل و التفكير و الاحساس لدى مجموعات انطلاقا من تنوع

1) بدر الدين مرزوقي، **منهجية البحث العلمي و تقنياته ، إعداد المذكرات و الأطروحات الجامعية** ،المؤتمر الدولي العلمي ، الجزء الثالث ، المركز الديمقراطي العربي برلين المانيا، 2001 ،ص 10.

2) احسان محمد الحسن، **مناهج البحث الاجتماعي** ، دار وائل للنشر، ط1 ، الأردن، 2005، ص1.

3) عبدالرحمان بدوى ، **مناهج البحث العلمي** ، وكالة المطبوعات شارع فهد السالم،،ط3 ،الكويت،1977،ص5.

الإهتمامات ، بإمكان الباحث أن يستعمل معظم تقنيات البحث ، إن أهداف كل تحقيق خاص هي التي تحدد هل ستكون الدراسة فيما بعد وصفية مثلما هو الحال في سبر الرأي العام أو تصنيفية مثلما هو الحال عند القيام بالتعدادات العامة. أو تفسيرية مثل الدراسة التي تعتمد على طريقة تطبيق الإستمارة أو فهمية كما يجري في الدراسات التي تتخذ من المقابلة أو الملاحظة في عين المكان تقنية لها.[1]

ولقد تم إستخدام هذا المنهج لأنه يكفل لنا جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات و الحقائق عن المهارات التي إكتسبتها المرأة من محتويات اليوتيوب بغرض تحليلها و تفسيرها، فهو منهج يقوم على وصف ما هو موجود و يهتم بتحديد الممارسات الشائعة و السائدة داخل الجماعات عن طريق جمع المعلومات و البيانات ثم محاولة تحليل و تفسير هذه المعلومات، و باستخدامنا لهذا المنهج سنعتمد على تقنية المقابلة، بهدف فهم العلاقة بين متغيري الدراسة (فاعلية اليوتيوب وتنمية مهارات التعلم الذاتي) كما هي في الواقع.

ثانيا :مجالات الدراسة

تعتبر حدود الدراسة من النقاط المهمة في البحث العلمي و ركائزه حيث تشكل جوهر الدراسة من خلال تحديد المجال المكاني والذي يمثل النطاق الجغرافي الذي تقع فيه الدراسة ثم المجال الزمني الذي إستغرقه الدراسة و أخيرا المجال البشري الذي يشير إلى مجتمع البحث الأصلي الذي يتضمن العينة التي تكون موضوع البحث.

1) موريس انجرس ، **منهجية البحث في العلوم الانسانية** ، تدريبات علمية ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون ، دار القصبة للنشر ، ط2 منقحة الجزائر ، 2004-2006 ، ص 106.

1-المجال المكاني: نعني به المكان الجغرافي أو الجزء الذي ستجرى به الدراسة الميدانية من خلال تحديد الحدود الجغرافية بحيث يتسنى لأي شخص أن يتعرف على المكان بسهولة ويسر و أن يتمكن من الوصول إليه تبعا لهذا التحديد دون عناء. [1]

لقد أجريت الدراسة الحالية بولاية ورقلة و هي مدينة صحراوية تقع في الجنوب الشرقي من الجمهورية الجزائرية تحمل رقم 30 في التقسيم الإداري و تقع مدينة ورقلة تقريبا على شمال خط عرض 32 درجة و شرقا ب 5 درجات تحد الولاية من الشرق ولاية واد سوف و من الغرب ولاية غرداية و من الجنوب ولايتي إيليزي وتمنراست ولها حدود دولية مع كل من تونس و الجماهرية الليبية تتربع الولاية على مساحة تقارب 163233 كم مربع و تبعد عن الجزائر العاصمة حوالي 900 كيلومتر.

2- **المجال الزمني** : يقصد به تلك الفترة الزمنية التي إستغرقتها الدراسة و ذلك منذ البدء في طرح الموضوع حتى الإنتهاء منه بالشكل النهائي وبالنسبة للدراسة الحالية فقد بدأت أول خطوة في هاته الدراسة بالدراسة الإستطلاعية في بداية شهر ديسمبر2022 بعد الموافقة على موضوع من قبل إدارة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية و الإلتقاء مع الأستاذة المشرفة حيث تم البدء بعملية جمع المعطيات و المعلومات الخاصة بالموضوع ، و شهدت هذه الفترة تواصلا مع الاستاذة المشرفة دامت حوالي ثلاثة أشهر تم فيها بناء إشكالية الدراسة و الفرضيات التي إنطلقنا منها بالإضافة إلى تحديد الأهداف الأساسية والمفاهيم و الدراسات السابقة ، أما الدراسة الميدانية فكانت بعد تصميم دليل المقابلة وذلك في 20 مارس 2023 و بعد عرضها و مناقشتها مع الأستاذة المشرفة لإبداء ملاحظات حولها و بعد التعديل بدأنا باللقاء مع المبحوثات و ذلك بداية من 10 أفريل 2023 إلى غاية 6 ماي 2023 من خلال المقابلات مع مفردات العينة والمتمثلة في

1 علي غربي، **ابجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية**، منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة،ط2 ، قسنطينة، 2009 ،ص 64.

النساء الماكثات في البيت و اللاتي يستخدمن موقع اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي ، كما قمنا بتفريغ المقابلات في جداول ثم تحليل البيانات الميدانية و إعطائها قراءة الإحصائية و السوسيولوجية و كمرحلة أخيرة قمنا بصياغة النتائج النهائية ليتم بعدها الإخراج النهائي للعمل.

-**المجال البشري** : عندما يختار الباحث ظاهرة ما للدراسة فإنه بإختياره هذا قد حدد ما يسمى بعالم البحث أو مجتمع البحث و الذي يعبر عن مجموع الأفراد و الأشياء التي تمثل الوحدات الأساسية التي يجري عليها التحليل[1].

وفي بحثنا يمثل مجتمع البحث جميع النساء المقيمات في ولاية ورقلة و الماكثات في البيت على إختلاف أعمارهم و مستواهم الدراسي و حالتهن العائلية و اللواتي يستخدمن اليوتيوب في تنمية مهاراتهن الذاتية .

ثالثا : مجتمع البحث و العينة

يقصد بمجتمع الدراسة كامل أفراد موضوع الدراسة أي فئة البحث المراد الحصول على معلومات و بيانات حولها، و يعرفه موريس أنجرس على أنه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا و التي ترتكز عليها الملاحظات و في هذه الحالة أو تلك تستطيع تحديد مقياس يجمع بين الأفراد والأشياء و يميزهم عن غيرهم من الأفراد و الأشياء.[2]

إن فرصة بحث المجتمع الأصلي غير متاحة دائما، وفي مثل هذه الحالات يجب إختيار عينة من مجتمع الأصلي للبحث والعينة هي جزء من المجتمع الأصلي يتم إختيارها بحيث تكون ممثلة له، وفي هذه الدراسة تم

1) سعيد سبعون ،جرادي حفصة ،**الدليل المنهجي في اعداد المذكرات و الرسائل الجامعية في علم الاجتماع**، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2012، ص 133.

2) موريس انجرس، مرجع سابق ، ص 298.

إختيار عينة قصدية وهي عينة غير إحتمالية يتم إختيار الأفراد فيها على أساس خصائص الظاهرة المدروسة ويتم إقصاء من لا تتوفر فيهم المعايير المحددة.[1]

وتتمثل عينة الدراسة في كل النساء الماكثات في البيت والمقيمات في ولاية ورقلة واللواتي يستخدمن اليوتيوب في تنمية مهاراتهن الذاتية وقد قدر عددها ب10 نساء .

رابعا: أدوات جمع البيانات : إن نجاح البحث العلمي يتفق و طبيعة الأدوات التي يتم من خلالها جمع البيانات من الوسيلة التي يتم الإعتماد عليها من قبل الباحث ، و جمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة بكل موضوعية و دقة حتى يتم الوصول إلى نتائج علمية دقيقة و صحيحة ، و قد يستحدم الباحث أكثر من أداة لجمع البيانات حول مشكلة الدراسة أو الإجابة على أسئلتها ، كما تعرف أدوات جمع البيانات على أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات و البيانات المستهدفة في البحث .

كما إعتمدت في هذه الدراسة على أدوات معينة عادة ما يتم توظيفها في هذا النوع من الدراسات الميدانية ، بغية الحصول على المعلومات و هي الملاحظة و المقابلة

1-الملاحظة البسيطة : و هي الملاحظة التي تتضمن صورا مبسطة من المشاهد الملاحظة للظواهر كما تحدث تلقائيا في ظروفها الطبيعية دون إخضاعها لظوابط علمية و دون إستخدام الأدوات الميكانكية كالمسجلات و الكاميرات ، حيث أن هذا النوع من الملاحظة مفيد في الدراسات الإستطلاعية التي تهدف

1) مهدي محمد القصاص ، **تصميم البحث الاجتماعي** ، دار تيبور للطباعة و النشر والتوزيع ،العراق ، 2014 ، ص 205.

إلى جمع المعلومات و البيانات الأولية عن الظواهر و الأحداث تمهيدا لدراستها دراسة معمقة و منظمة في المستقبل.[1]

أو هي عبارة عن ملاحظة يستخدمها الباحث ويقوم بها دون تخطيط مسبق. [2]

وقد تم إستخدام الملاحظة البسيطة في هذه الدراسة بإعتباري أحد مستخدمي هذا الموقع و لاحظت أن فئة النساء لها إقبال كبير عليه، كما تمت ملاحظة تصرفات النساء التي تعتمد على متابعة الفيديوهات خلال المناسبات و إستخدام المعلومات المتاحة فيه .

حيث كنت أستغل كل فرصة أكون متواجدة في أحد مساكن العائلة أو الصديقات لألاحظ ما تعلمنه من مهارات من موقع اليوتيوب من خلال حواراتهن و إستخدمت أداة الملاحظة طيلة إعداد البحث فهي كانت المرشد و الموضح بالنسبة لي في بناء أسئلة المقابلة و كذلك أثناء تحليل و تأويل النتائج .

2-المقابلة : هي تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستشير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين للحصول على بعض البيانات الموضوعية[3] .

تعرف المقابلة على أنها مسعى كلامي محادثتي بين الباحث والمبحوث في إطار تفاعلي معين حيث يجب أن يكون الباحث مع المبحوث ويتبادل معه أطراف الحديث حول مسألة أو مسائل ما، حيث تعطى للمبحوث حرية معينة في الإدلاء برأيه و التعبير عن تمثلاته لهذه المسالة دون أي توجيه في الإجابة وهذا ما يجعلها

1)حسين محمد جواد الجبوري ، **منهجية البحث العلمي** ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ،عمان ، 2013 ، ص163.

2)احمد مرسلي ، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ،2005،ص 202.

3) رشيد زرواتي ،**تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، ديوان المطبوعات الجامعية ،ط2 ،قسنطينة 2008 ص 212.

تختلف تماما عن الاستمارة، ويمكن أن نعرفها بأنها عملية تقصي علمي تقوم على مسعى إتصال كلامي من أجل الحصول على بيانات لها علاقة بالبحث.[1]

و لقد إعتمدنا على المقابلة كأداة أساسية في جمع البيانات وذلك من خلال بناء دليل المقابلة الذي ضم مجموعة من المحاور، تعلق كل محور بفرضية من فرضيات الدراسة بأبعادها ومؤشراتها ، وتم إجراؤها مع عينة الدراسة المتمثلة في النساء الماكثات في البيت و اللواتي يستخدم اليوتيوب.

تم تقسيم المقابلة الى ثلاث محاور :

المحور الأول: مساهمة تنوع محتوى المعلومات المتاحة على اليوتيوب في تحقيق الإشباعات المعرفية والتواصلية للمرأة الماكثة في البيت ، و هذا من خلا ل مجموعة من الأسئلة و ضمت 19 سؤالا حول .

المحور الثاني : مساهمة مضامين قنوات اليوتيوب في زيادة الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة في البيت وضمت 15 سؤالا.

المحور الثالث : تم تخصيصه للبيانات الشخصية و ضم ثلاث أسئلة تمحورت حول السن و الحالة العائلية و المستوى التعليمي ومدة إستخدام اليوتيوب .

1 سعيد سبعون، حفصة جرادي ،**مرجع سابق**، ص173.

خلاصة

تطرقنا في هذا الفصل إلى الإجراءات المنهجية للدراسة والتي تعتبر من أهم خطوات البحث العلمي إنطلاقا من تحديد المجال المكاني و الزماني و البشري و المنهج المعتمد ،و إعتمدنا في دراستنا على منهج البحث الميداني الذي ساعدنا في فهم فاعلية اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي لدى المرأة الماكثة في البيت .

حيث تم تحديد مجتمع البحث عن طريق المسح بالعينة كما تم إستخدام الملاحظة و تقنية المقابلة كأداة أساسية لجمع البيانات من ميدان الدراسة.

الفصل الثاني:

الإجراءات المنهجية للدراسة

الفصل الثالث:

عرض و تحليل و تفسير النتائج سوسيولوجيا

تمهيد:

أولا : عرض وتحليل البيانات الشخصية لعينة الدراسة

ثانيا : عرض و تحليل المعطيات المتعلقة بالفرضيات

ـــ عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالفرضية الأولى

ـــ عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالفرضية الثانية

ثالثا : مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضيات

ـــ مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى

ـــ مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية

رابعا : النتائج العامة للدراسة

الخاتمة

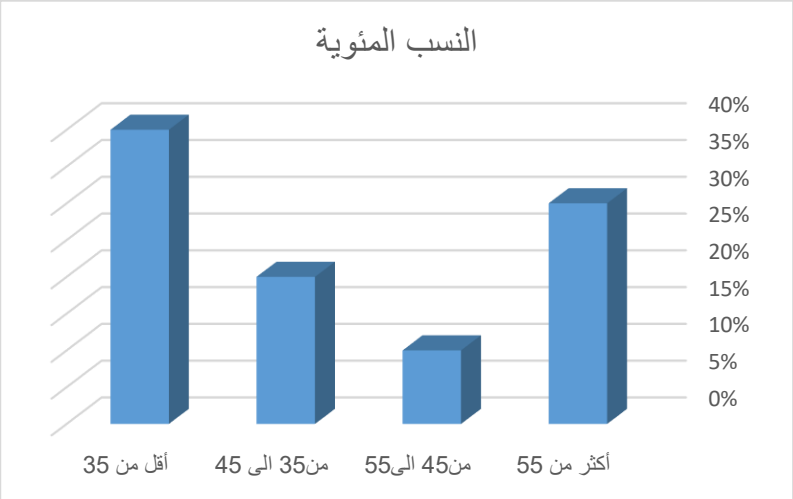
تمهيد

يعتبر عرض و تحليل و تفسير نتائج الدراسة من أهم الخطوات بعد مرحلة جمع البيانات من عينة الدراسة و خلال هذه المرحلة سنحاول عرض و تحليل و فهم و تأويل المعطيات التي جمعناها من خلال مقابلاتنا التي تمت مع المبحوثات ، وكذا محاولة تفسيرها و مناقشة النتائج معتمدين على تقنية تحليل المضمون لغرض تكميم المعطيات و عرضها في شكل جداول بسيطة تتضمن تكرارات و نسب مئوية كل جدول يتضمن إجابات لمؤشرات كل محور من محاور الدراسة التي تجيب على التساؤل الرئيسي .

أولا: عرض و تحليل البيانات الشخصية لعينة الدراسة

جدول رقم (01) يمثل الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

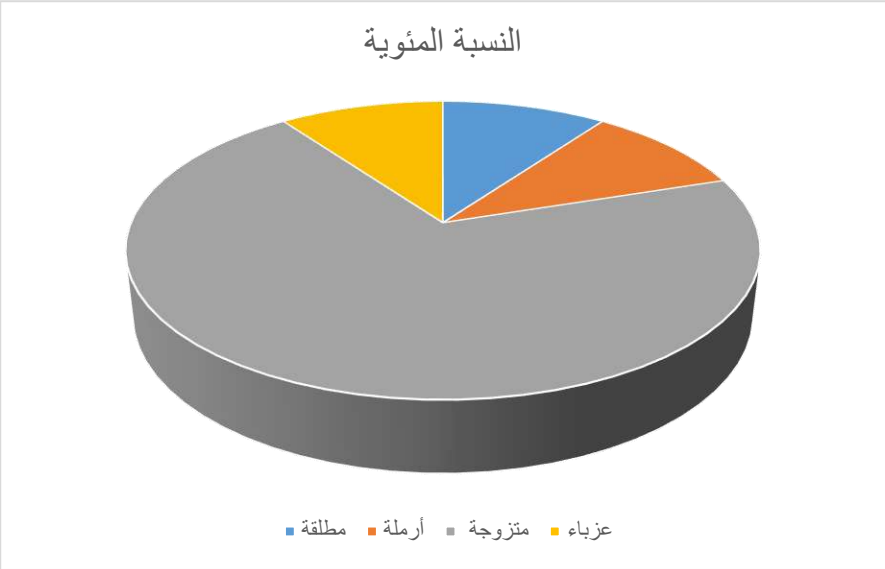
	السن				المجموع	الحالة العائلية				المجموع	المستوى التعليمي				المجموع
	أقل من 35	35 – 45	45 – 55	أكثر من 55		عزباء	متزوجة	أرملة	مطلقة		إبتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
التكرار	4	2	1	3	10	1	7	1	1	10	1	2	2	5	10
النسبة	%40	%20	%10	%30	%100	%10	%70	%10	%10	%100	%10	%20	%20	%50	%100



الشكل رقم (01) يوضح توزيع مفردات العينة حسب الجنس

من خلال الشكل رقم (01) يظهر أن الفئة أقل من 35 سنة هي الفئة التي تمثل معظم مفردات العينة بحيث بلغ عددهن 4 مبحوثات أي بنسبة 40% ثم تليها فئة أكثر من 55 سنة بنسبة 30% ،ثم تأتي الفئة الثالثة (35 الى 45) بنسبة 20% و أخيرا فئة من(45 الى 55) بنسبة تقدرب10 %.

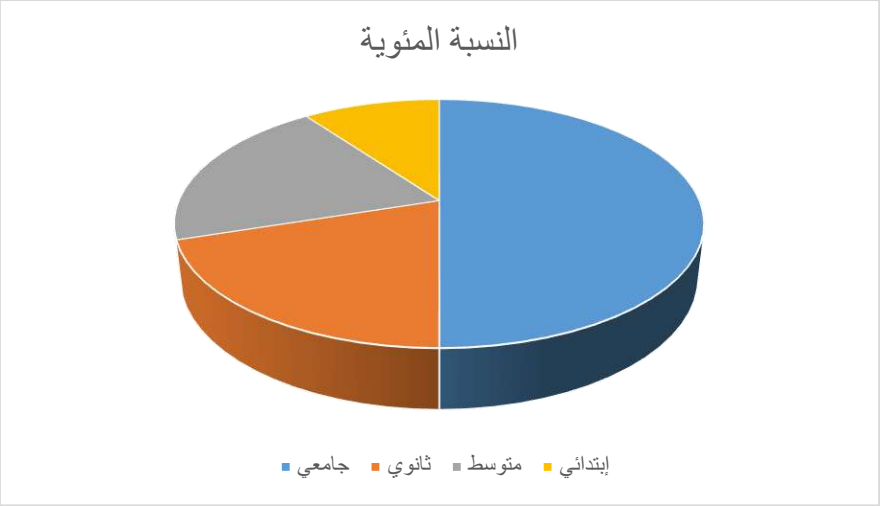
ومن هنا نستنتج أن الفئة الأكثر إستخداما لليوتيوب هي الفئة الأقل من 35 سنة أي فئة النساء الماكثات في البيت الشابات المفعمات بالنشاط و الحيوية ولديهن حب الإطلاع و التعلم و مسايرة التكنولوجيا .



الشكل رقم(02) يوضح توزيع مفردات العينة حسب الحالة العائلية

نلاحظ من خلال الشكل رقم (02) أن أغلبية المبحوثات من المتزوجات وهذا بنسبة تقدر ب 70%، مقابل 10% من العازبات و10% من المطلقات و10% من الأرامل.

ومما سبق ذكره نلاحظ أننا أمام عينة أغلبها من المتزوجات الماكثات في البيت أو من سبق لهن الزواج سواء مطلقات أو أرامل وذلك لما وجدن بهذا الموقع من أمور تخص المرأة و عائلتها و أولادها و بيتها و ذلك لأن على عاتقهن مسؤوليات.



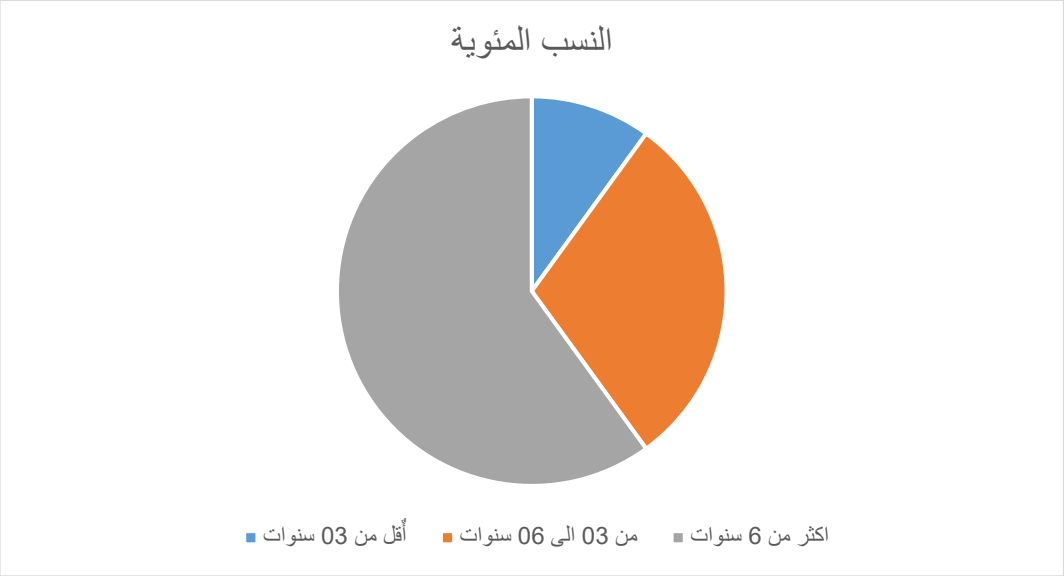
الشكل رقم (03) يوضح توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال الشكل (03) أن هناك وجود إختلاف بين وحدات العينة المدروسة من حيث المستوى التعليمي حيث نجد أن معظم أفراد العينة من ذات مستوى جامعي بنسبة 50% ثم تليها نسبة متساوية بين المستوى المتوسط والثانوي بنسبة تقدر ب 20% وفي الأخير تعود نسبة 10% إلى أفراد العينة ذات المستوى الإبتدائي.

و من خلال ما سبق يمكن القول أن النساء الماكثات في البيت و اللواتي يستخدمن اليوتيوب هن متعلمات و ذوات مستوى علمي جامعي و هذا ما مكنهن من الولوج إلى عالم التكنولوجيا لتطوير مداركهن و معارفهن .

الجدول رقم (02) متعلق ببداية إستخدام المرأة الماكثة في البيت لليوتيوب

السنوات	التكرارات	النسب المئوية
أقل من 03 سنوات	01	%10
من 03 الى 06 سنوات	03	%30
أكثر من 6 سنوات	06	%60
المجموع	10	%100



الشكل رقم (04) يوضح ببداية إستخدام المرأة الماكثة في البيت لليوتيوب

يتضح من خلال الجدول رقم (04) أن المبحوثات يستخدمن اليوتيوب منذ أكثر من 6 سنوات أي بنسبة 60% أما اللواتي يستخدمنه من 3 الى 6 سنوات فكانت نسبتهن 30% في حين نجد أن النساء اللواتي يستخدمنه أقل من 3 سنوات فكانت نسبتهن 10% .

نستنتج أن النساء الماكثات في البيت يستخدمن اليوتيوب لأكثر من ست سنوات لموافقته لإهتماماتهن و سهولة إستخدامه وخدماته الجيدة و كذا إنتشاره الواسع ، كما أن عينة الدراسة صرحن إستخدامهن للموقع منذ فترة الدراسة بالدرجة الأولى ثم مسايرة مستجدات المطبخ و عالم الموضة و الجمال و هذا لأن المرأة بطبيعتها تميل لمثل هذه المواضيع وهي ضمن إهتماماتها و تستغل الموقع في كل مراحلها العمرية لزيادة المعرفة و اكتساب الخبرات .أما العينة التي إستخدمت الموقع لأقل من ثلاث سنوات كان لعدم إمتلاكها لجهاز الهاتف الذكي لكي تتصفح موقع اليوتيوب.

ثانيا : عرض و تحليل معطيات المتعلقة بالفرضيات

1ـ : مساهمة تنوع محتوى اليوتيوب في تحقيق الإشباعات المعرفية و التواصلية

جدول رقم (03) يوضح دوافع المرأة الماكثة في البيت لاستخدام موقع اليوتيوب

فئة الموضوع : دوافع المرأة الماكثة في البيت لإستخدم موقع اليوتيوب			
رقم الوحدة	وحدة التحليل	التكرارات	النسب المئوية
01	إكتساب المعرفة والتعلم	04	%22,22
02	الإستفادة من التجارب المفيدة للمرأة	03	%16,66
03	إبراز الذات و اكتساب مهارات جديدة	08	%44,44
04	التسلية و الترفيه و التخفيف من الضغوط الاجتماعية	03	%16,66
المجموع			%99,98

يتبين من خلال الجدول رقم (03) المتعلق بدوافع المرأة الماكثة في البيت ،أن وحدة التحليل رقم 03 التي تخص إبراز الذات و اكتساب مهارات جديدة هي الوحدة الأعلى بنسبة : 44,44% ، مقارنة بوحدة التحليل رقم 01 اكتساب المعرفة و العلم بنسبة 22,22% ، و يليه بنسبة متساوية دافع الإستفادة من التجارب المفيدة للمرأة و التسلية و الترفيه و التخفيف من الضغوط الإجتماعية بنسة تقدرب 16,66% .

و من خلال ما صرحت به المبحوثات أن معظمهن يتصفحن الموقع بدافع اكتساب مهارة جديدة و تدعيم الجوانب التي تجد المرأة فيها نقصا و ذلك لأنهن تستخدمن هاته المهارات في حياتهن اليومية كالطبخ و التزيين في المناسبات خاصة الفئة الأقل من 31 سنة كونهن حديثات الزواج و هي فئة شبابية تحب الأناقة و الجمال و الظهور بمظهر جديد و يحبذن إبراز الذات أين صرحت إحدى المبحوثات أنها كانت تستخدمه أيام الجامعة للدراسة وفهم المحاضرات أما بعد زواجها فهي تهتم بقنوات الطبخ و الماكياج ...الخ ، حيث صرحت إحدى المبحوثات (**في الأول كي كنت نقرا في الجامعة كنت نقرا بيه ضرك كي**

تزوجت راني مع ام وليد وصحباتها نحب نتعلم الأمور تخص داري و طياب و التزيين) . أما النساء اللواتي يتابعن القنوات التعليمة فهن يهتممن بتعليم أولادهن من تحضير الدروس و المراجعة للإختبارات الفصلية من خلال القنوات التعليمية على اليوتيوب و حسب تصريح إحدى المبحوثات **(نقري بيه أولادي كامل من الابتدائي و طلع و سيرتو في الدروس إللي نسيتهم)** . و كذلك بعضهن يتابعن قنوات تعليمية دينية لزيادة الرصيد المعرفي الديني خاصة من فاق عمرهن 55 سنة ، بينما اللواتي يتابعن الموقع بدافع الإستفادة من تجارب النساء كون النماذج الناجحة تجذبهن و يقدمن تجارب تهم المرأة حيث تم تصريح إحدى المبحوثات من خلال المقابلات أن هذه الخبرات تتنوع بين خبرات شخصية و ممارسات الحياة اليومية للمرأة حيث صرحت **(صراتلي نقلة كبيرة في حياتي كيراني نتبع في قناة ..... نفعتني في حياتي و قاتلي عليها صحبتي الأنتيم)** أما النساء اللواتي يتابعن اليوتيوب بدافع التسلية و التخفيف من الضغوط الإجتماعية فيرجع للترفيه عن النفس من خلال متابعة المسلسلات و الأغاني حيث يجدون فيها تخفيفا و تمضية للوقت و التخلص من الوحدة والملل .

الجدول رقم (04) يبين طبيعة المحتوى الذي تتابعه المرأة

فئة الموضوع : طبيعة المحتوى الذي تتابعه المرأة			
رقم الوحدة	وحدة التحليل	التكرارات	النسب المئوية
01	زيادة المعلومات و التثقيف و التوعية	05	%19,23
02	وصفات جديدة للطبخ و الحلويات	07	%26,92
03	الجمال و الموضة و الخياطة	05	%19,23
04	تخفيف الضغوط اليومية	03	%11,53
05	متابعة نماذج ناجحة	02	%07,69
06	زيادة الخبرة للتوفيق في احتياجات الاسرة	04	%15,38
مجموع			%99,98

يظهر من خلال الجدول رقم (04) تباين من حيث طبيعة المحتوى الذي تتابعه المرأة الماكثة في البيت و الذي يشبع الحاجات المعرفية لدى المبحوثات من خلال وحدات التحليل و هذا حسب درجة أهميتها لها حيث أن وحدة التحليل رقم 02 و المتعلقة بتعلم وصفات جديدة للطبخ و الحلويات إحتلت المرتبة الأولى بنسبة 26,92% ، مقابل قيمتين متعادلتين قدرت نسبتهما ب 19,23% لوحدتي التحليل رقم 01 و المتعلقة بزيادة المعلومات و التثقيف و التوعية و وحدة التحليل رقم 03 المتعلقة بالجمال و الموضة ، لتأتي بعدها الوحدة رقم 06 بنسبة 15,38% و المتعلقة بزيادة الخبرة للتوفيق في إحتياجات الأسرة ، و نسبة 11,53% تمثل وحدة التحليل رقم 04 وهي المتعلقة بتخفيف الضغوط اليومية ، لتحتل وحدة التحليل رقم 05 المرتبة الأخيرة بنسبة 07,69% و المتعلقة بمتابعة نماذج ناجحة .

ومن خلال ماسبق نجد أن أغلب أفراد العينة يتابعن موقع اليوتيوب لإشباع حاجاتهن المعرفية و ما تقدمه من معلومات جديدة حول الطبخ و الحلويات و التجميل و الموضة و ترتيب المنزل و غيره من الإهتمامات النسائية و هو ما يشبع لديهن من فضول على التعرف على كل ماهو جديد و مميز في هذه الميادين كونهن ربات بيوت و مسؤولات عن الطبخ والإهتمام بأنفسهن و حبهن للإبداع و التنوع في هذه المجالات ، كما أن المحتوى ذو الطبيعة التعليمية لعب حلقة وصل بين الأمهات و أبنائهم حيث يتم من خلاله الإطلاع على المواد التعيمية لأبنائهم و ذلك راجع لما يحتويه اليوتيوب من فوائد ميزته عن غيره من المواقع و الكم الهائل العلمي في مختلف التخصصات و في مختلف القنوات حيث صرحت أغلب المبحوثات أنهن يرجعن لقنوات اليوتيوب أثناء التحضير للإمتحانات مع أبنائهم . أما في المجال التثقيفي سواء في المجال الديني و خاصة النساء الأكثر من 50 سنة تعد من بين أهم الفئات التي تركز على هذا الموقع حيث تنوعت القنوات الدينية التي أتاحت لهن تعلم حفظ القران و تعلم التجويد بأحكامه ويرجع سبب إهتمامهن بالمضامين الدينية كونهن ينتمين للعقيدة الإسلامية فهن يبحثن عن فتاوى دينية

و أحكام شرعية متعلقة بشؤونهن الخاصة أو المعاملات اليومية أو مجال العبادات لما لها من تأثير إيجابي على الحالة النفسية للمبحوثة حيث صرحت إحدى المبحوثات **(نتعلم منو أمور الدين و راني نتعلم حفظ القرآن بالتجويد ونسمع للشيوخ كبار كيما العريفي)** و في المجال التوعوي الصحي من خلال نشر الحقائق العلمية و الخبرات المكتسبة الهادفة التي تمكنهن من الإلمام بالمعلومات و الحقائق الصحية ، و إحساسهن بالمسؤولية تجاه صحتهن و صحة أولادهن من خلال ما يسمى بالوعي الصحي وخاصة بعد الحالة الصحية التي مر بها العالم إثر جائحة كورونا و كذلك من أجل معرفة التعامل مع مختلف الأمراض البسيطة التي لا تستدعي تدخل الطبيب كالتداوي بالأعشاب و غيرها حيث صرحت إحدى المبحوثات **(كنت نتبع فيه في وقت كورونا وضرك نتبع منو قنوات اللي تهتم بالصحة كيما قناة فكر ثاني اللي يقدمها كريم علي فيها معلومات على الأكل الصحي نفعتني ياسر)** ،في حين المحتوى الذي يقدم تجارب و خبرات حياتية يعزز من إشباع الحاجات المعرفية لدى المبحوثات و هذا للإستفادة منها، أما النساء اللواتي يلجأن للترفيه فترى المبحوثات أن الدخول لهذا الموقع يخفف عليهن الضغوط النفسية و الحياتية اليومية و خاصة أنها تتمتع بالخصوصية عند متابعتها .

الجدول رقم (05): يبين كيفية إختيار المحتوى الذي تتابعه المرأة الماكثة في البيت في قناة بعينها

فئة الموضوع :طريقة إختيار المحتوى الذي تتابعه المرأة في قناة بعينها			
رقم الوحدة	وحدات التحليل	التكرارات	النسبة المئوية
01	كثرة المشاهدات و الإعجابات	01	%07,69
02	محتوى مقترح من الموقع	03	%23,07
03	إختيار المضمون الملائم حسب الرغبة	08	%61,53
04	المحتوى الذي تم مشاركته من قبل العائلة و الأصدقاء	01	%07,69
أتيح للمبحوثة ذكر أكثر وحدة تحليل			%99,98

يتبين من خلال الجدول رقم (05) المتعلق بكيفية إختيار المرأة للمحتوى الذي تتابعه في القناة على اليوتيوب أن أغلب المبحوثات يتم إختيار المضمون لديهن حسب الرغبة بنسبة 61,53% و الذي تعبر عليه وحدة التحليل رقم03 ، تليها وحدة التحليل رقم 02 بنسبة 23,07% وهن المبحوثات اللواتي يستخدمن محتوى مقترح من اليوتيوب ، أما باقي المبحوثات فتعادلت نسبة إختيارهن للمحتوى عن طريق كثرة المشاهدات الإعجابات وتمثلها وحدة التحليل رقم 01 و كذلك عن طريق المحتوى الذي تمت مشاركته مع العائلة و الأصدقاء بنسبة 07,69% وتمثله وحدة رقم 04 .

من خلال القراءة التحليلية للجدول أعلاه يمكن القول إن النساء الماكثات في البيت يخترن المضمون الملائم حسب رغبتهن و الذي يلبي حاجاتهن و تفضيلاتهن و يدعم خبراتهن في إنتقاء المضمون وهو السبب وراء إختيارهن له و بذلك يعتمدن على المحتوى في تطوير مهاراتهن و هذا ما يجعلهن يقبلن على قناة بعينها بسبب ثراء محتواها ومدى الثقة في مضمونها من خلال مراجعة قراءة التعليقات و التعرف على آراء المتابعين و هذا حسب تصريح إحدى المبحوثات (**على حساب القناة كي نخيرها على حساب واش نحوس و نزيد نقرى التعليقات نلقاهم يشكرو فيها نزيد نتبعها**) فهو موقع سهل الإستخدام فيكفي أن تكون المبحوثة قادرة على القراءة و الكتابة .

الجدول رقم(06) يبين تطبيق الخبرات و المهارات التي تعلمتها المرأة من اليوتيوب في حياتها اليومية

فئة الموضوع :تطبيق الخبرات و المهارات التي تعلمتها المراة في حياتها العملية			
رقم الوحدة	النسب المئوية	التكرارات	النسبة المئوية
01	المشاهدة فقط	01	%10
02	تطبيق ما تم متابعته على موقع اليوتيوب في الحياة اليومية	09	%90
المجموع		10	%100

يتبين من خلال الجدول رقم (06) المتعلق بتطبيق الخبرات و المهارات التي تعلمتها المرأة من اليوتيوب في حياتها اليومية أن وحدة التحليل رقم 02 المتعلقة بتطبيق ما تم متابعته على موقع اليوتيوب في الحياة اليومية قد إحتلت المرتبة الأولى بنسبة 90% مقابل إجابة واحدة كانت للمشاهدة فقط بنسبة 10% و هو ما تمثله وحدة التحليل رقم 01 .

من خلال القراءة السوسيولوجية يتبين أن غالبية المبحوثات يتابعن الموقع بهدف الإستفادة منه في الحياة اليومية مما يقدمه من معلومات و تجارب مفيدة لهن كنساء في إطار مايمارسنه من أدوار ،الأمر الذي يعني أن هدف مشاهدة المبحوثات نفعي في مجمله يستهدف إكتساب المعلومات و الخبرات لإشباع حاجيات المرأة المرتبطة بأدوارها أين صرحت إحدى المبحوثات **(أكيد نطبق أنا أصلا ندخل لليوتيوب غير باش نستفاد لازم نطبقها ...هذيك تصلح و لا ماتصلحش مبعد تبان في التطبيق)** حيث تؤكد المبحوثات أن مايقدمه الموقع من معلومات في مجالات الطهي و التجميل و الخياطة و الديكور و غيره من الإهتمامات النسائية يشبع ما لديهن من فضول في التعلم على كل ماهو جديد في مجالات التي تخصها كما صرحت إحدى المبحوثات (**أنا لخياطة و الطياب العصري تعلمتهم غير من اليوتيوب و نجحت فيهم الحمد لله)** ،و تعد إستفادة المبحوثات من هذا الموقع في حياتهن اليومية حيث يرونه يقدم لهن خبرات مهمة لكل ماهو جديد و متنوع في مجال الطهي و الموضة و الطبخ وتقديم أفكار متميزة في مجال الديكور و ترتيب المنزل حيث صرحت إحدى المبحوثات (**راني نطبق منو أي حاجة تهمني في الطياب و الديكور و نتبع قنوات معروفة وفيها الثقة ....)** ، حيث يعتبرن اليوتيوب من الوسائل المساعدة لهن بدرجة كبيرة في التعلم و التزود بخبرات جديدة و بطرق شرح مختلفة تناسب جميع مستوياتهن و بطريقة سهلة جدا وهو ماشجعهن على التطلع للأفضل ، وهذا ما يتفق مع دراسة أمل السيد أحمد متولي دراز غير أن دراسة الدكتورة كانت على موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك .

الجدول رقم (07) يبين الصعوبات التي تواجهها المرأة الماكثة في البيت أثناء تعلمها من اليوتيوب

فئة الموضوع :تطبيق الخبرات و المهارات التي تعلمتها المرأة في حياتها العملية			
رقم الوحدة	النسب المئوية	التكرارات	النسبة المئوية
01	عدم التمكن من اللغة الأجنبية	06	%50
02	كثرة الإعلانات التي على سطح الفيديو	02	%16,66
03	عدم مصداقية المحتوى	01	%08,33
04	تنوع المحتوى حول مضمون واحد	03	%25
المجموع			%99,99

يتبين من خلال الجدول أعلاه رقم (07) المتعلق بالصعوبات التي تواجهها المرأة أثناء تعلمها المهارات من موقع اليوتيوب أن وحدة التحليل رقم 01 المتعلقة بعدم التمكن من اللغة الأجنبية إحتلت المرتبة الأولى بنسبة تقدر ب50% ، أما وحدة التحليل رقم 04 و المتعلقة بتنوع المحتوى حول مضمون واحد كانت في المرتبة الثانية بنسبة تقدر 25% ،لتحتل وحدة التحليل رقم 02 و المتعلقة بكثرة الإعلانات على سطح الفيديو المرتبة الثالثة بنسبة تقدر ب16,66% و المرتبة الأخيرة كانت لوحدة التحليل رقم 03 و التي تخص عدم مصداقية المحتوى بنسبة 08.33%.

من خلال القراءة السوسيولوجية للجدول يتضح أن المبحوثات يجدن صعوبة في الإطلاع على المحتوى باللغة الأجنبية رغم رغبتهن في ذلك ووجود عدة قنوات متخصصة في المجالات التي تهمهن و عائق اللغة حال دون إطلاعهن على هذا المحتوى ، كما أن تنوع المحتوى حول مضمون واحد و الكم الهائل من مقاطع الفيديوهات التي تحتويها مما يؤدي إلى إعاقة السيطرة على موقف المبحوثة في الإختيار وهذا يعود لحركية الموقع و تنوعه وقوة جذب الأفراد إليه ،أما إنتشار الإعلانات على سطح الفيديو فهو بالنسبة للمبحوثات مشوش في عملية تعلمهن الذاتي كون الإعلانات تأتي بكثرة مع صعوبة

تخطيها و فئة ضئيلة عبرت أنها لاترى مصداقية في التعلم من موقع اليوتيوب كونهن يعتمدن على الخبرات في الواقع الحقيقي.

الجدول رقم(08) يبين المكونات المعرفية و المهارات المكتسبة فعلا من اليوتيوب

فئة الموضوع : المكونات المعرفية و المهارات المكتسبة فعلا من اليوتيوب			
رقم الوحدة	النسب المئوية	التكرارات	النسبة المئوية
01	وصفات الطبخ وصنع الحلويات	07	%30,43
02	تربية الأولاد والعناية بالزوج	04	%17,39
03	المعلومات العلمية و الدينية	05	%21,73
04	تجارب مفيدة للمراة	02	%08,69
05	خياطة و أشغال يدوية	02	%08,69
06	الأناقة و الماكياج	03	%13,04
المجموع			99,97

يتبين من خلال الجدول رقم (08) المتعلق بالمكونات المعرفية و المهارات المكتسبة فعلا من اليوتيوب أن وحدة التحليل رقم 01 المتعلقة بوصفات الطبخ و صنع الحلويات إحتلت المرتبة الأولى بنسبة 30,43% ، لتحتل وحدة التحليل رقم 03 المتعلقة بمكون المعلومات العلمية و الدينية المرتبة الثانية بنسبة 21,73% ، وفي المرتبة الثالثة وحدة التحليل رقم 02 بنسبة تقدر ب 17,39% أما المرتبة الرابعة فكانت لوحدة التحليل رقم 06 المتعلقة بمهارة الأناقة و الماكياج بنسبة تقدرب 13,04% و مهارات و تجارب أخرى . أما المرتبة الأخيرة فكانت لوحدتي التحليل رقم 05 ورقم 06 المتعلقة بمهارة الخياطة و الأشغال اليدوية وتجارب مفيدة للمرأة سواء على الصعيد الشخصي أو الإجتماعي بنسبة تقدر ب 08,69%.

من خلال القراءة السوسيولوجية يتبين أن موقع اليوتيوب قد أتاح للمرأة جملة من المهارات التي تستخدمها في حياتها اليومية معتمدة عن نفسها عن طريق قنوات متخصصة، بحيث وجدت المبحوثات مبتغاهن من المعارف و المهارات المختلفة و المتنوعة و الجديدة في كل وقت كالطبخ و صنع الحلويات مما يدل على حرصها و إهتمامها بتغذية أفراد أسرتها فهي حاجة بيولوجية لايمكن الإستغناء عنها و من أهم إحتياجات الأسرة و التي تتمثل في إختيار الوجبات و الأغذية المناسبة و الحلويات المتنوعة و التعرف على طرق الطهي المختلفة لأنها بذلك تحاول إثبات قدراتها ،أما إطلاعها على المعلومات العلمية فهي حسب تصريح المبحوثات أصبح الموقع من الأولويات لأنها تتابع دروس أولادها وكذا معرفة مستجدات العلوم و البرمجة إلى غير ذلك أما المعلومات الدينية فهي تتمثل في الأدعية و تفسير القران وتعلم التجويد كونهن يجدن راحة نفسية فيها ،أما المعلومات التي تسعى المراة لتعلمها من اليوتيوب في مجال تربية الأبناء و العناية بالزوج فهذا راجع لشعورها بأهمية التربية وخطورتها فهن يحاولن الإستفادة من آراء المختصين أما في مجال محتوى الأناقة و الجمال فهي من المواضيع المهمة المطروحة في قنوات اليوتيوب المتخصصة و التي تتابعها المرأة الماكثة في البيت ، سواء في طبيعة اللباس و تغيير الموضة من فترة لأخرى أو من فصل لآخر أومن مناسبة لأخرى ، و كذا يستعن بخبراء في التجميل و الماكياج لإبراز مواطن جمالهن حيث حقق لهن موقع اليوتيوب تعلما ذاتيا من البيت وهو ما سهل عليهن إختيار ما يلائمهن من مهارات و معارف حسب ميولاتهن فمعظم المهارات لا تخرج عن إهتمامات المرأة .

الجدول رقم(09) يبين مساهمة تنوع المحتوى في تحقيق شعور الإنتماء لمجتمع تعلمي

فئة الموضوع :مساهمة تنوع المحتوى في تحقيق شعور الانتماء لمجتمع تعلمي			
رقم الوحدة	وحدات التحليل	التكرارات	النسبة المئوية
01	زيادة الشعور بتقدير الذات	05	%50
02	إكتساب ثقة اكبر بالنفس	04	%40
03	إمتلاك القدرة على إتخاذ القرار	01	%10
المجموع		10	%100

يبين الجدول رقم(09) المتعلق بمساهمة تنوع المحتوى في تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي أن إستخدام المبحوثات لموقع اليوتيوب قد ساهم في إرتفاع الشعور بتقدير الذات لديهن وهذا بنسبة 50% وفق ما عبرت عليه إحدى المبحوثات(**إلي يعرف خير ملي يعرفش وليت نعرف حوايج بزاف خير من قبل ..)** يليه إكسابهن الثقة بالنفس بنسبة 40% بعد تعلم مهارة جديدة في حياتهن وقد قدم لهن الموقع دعما خاصة المبتدئات منهن ، حيث صرحت إحدى المبحوثات أنها في بداية دخولها الحياة الزوجية كانت تجهل عدة أمور تخص المنزل و قد أتاح لها الموقع فرصة التعلم و تحسين أدائها في مجالات تخصها كإمرأة مما أعطى لها ثقة أكبر (**كنت نتبع فيه في قرايتي فالجامعة و كي تزوجت وليت نتبع في الأمور نتاع الطياب و الديكور و التعامل مع الزوج وتحسنت في أمور كثيرة**). و يأتي هذا بعد الإنجاز و إكتسابهن الخبرة و أخيرا يليه نسبة إمتلاكهن القدرة على إتخاذ القرار بنسبة 10% حيث صرحت إحدى المبحوثات أنها تتابع أحد الإختصاصين في تربية الأطفال بعد معانتها مع أولادها في فترة المراهقة و نجحت في إتخاذ قرارات سليمة إتجاههم من خلال متابعتها لقنوات المختصة في ذلك .

ومن خلال النتائج نرى أن إكتساب المبحوثات للخبرات و نجاحهن فيها و الوصول إلى مراحل متقدمة من التعلم إعتمادا على الموقع ساهم في الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي و هذا من خلال الأفكار الجديدة

التي إكتسبتها منه و كذلك راجع لسهولة إستخدام الموقع و سهولة البحث عن المعلومات التي تحتاجها المرأة و الرجوع إلى مقاطع الفيديو المشاهدة سابقا مما يسهل عليها إختيار ما يلائما كل على حسب ميولاتها و معارفها و خبراتها و إمكاناتها الذاتية أو أفضل طرق لآداء المهام و إمتلاك القدرة في عملية إتخاذ القرار ومن خلال المقابلات صرحت المبحوثات أنه يضاف لهذا تقدير الأخرين وهذا ما أعطى لهن مؤشرات إيجابية للزيادة في الإعتماد على الموقع في التعلم .

جدول رقم (10) يبين تفاعل المرأة مع الفيديوهات على موقع اليوتيوب

فئة الموضوع : تفاعل المرأة مع مقاطع الفيديو			
رقم الوحدة	النسب المئوية	التكرارات	النسبة المئوية
01	التعليق و إبداء الرأي و المشاركة	01	%10
02	المشاهدة فقط	09	%90
المجموع		10	%100

يتبين من خلال الجدول رقم(10) المتعلق بتفاعل المرأة مع مقاطع الفيديو التي تشاهدها على موقع اليوتيوب ،أن غالبية المبحوثات لا يقمن بالتعليق أو إبداء الرأي أو المشاركة و هذا ما تؤكده وحدة التحليل رقم 02 ب09 إجابات و هي تحتل المرتبة الأولى بنسبة 90% . مقابل إجابة واحدة التي تقوم بالتعليق و إبداء رأيها عند مشاهدة الفيديوهات وهذا ما تمثله وحدة التحليل رقم 02 بنسبة 10% .

و من خلال القراءة السوسيولوجية يمكن القول أن غالبية المبحوثات يتابعن الموقع للمشاهدة فقط معتمدين على الموقع البحث عن مضامين على حسب رغبتهن لمشاهدتها أو تحميلها لمشاهدتها لاحقا وإن دافعن لإستخدام اليوتيوب كان نفعيا و الحاجة للإستفادة من تجارب أو الخبرات المعروضة على موقع اليوتيوب ، كما بينت النتائج أن المبحوثات يتابعن فقط بدون المشاركة أو التعليق أو إبداء الرأي و إن عزوفهن على ذلك هو عدم تحكمهن في التعليق والمشاركة في هذا التطبيق فهي ليست بنفس سهولة مواقع التواصل

الأخرى مثل الفيسبوك .كما صرحن أنهن يلجان إلى مواقع التواصل الاجتماعية الأخرى وهذا يدل على أن أفراد العينة لا يهتمون بهاته الأشياء بقدر ما يهتممن بمحتوى الموضوع أي لايعيرون إهتمام للتعليق أو الإعجاب أو عدم الإعجاب أو المشاركة .

جدول رقم (11) يبين مشاركة المرأة لمحتوى الفيديو مع الآخرين .

فئة الموضوع : مشاركة المرأة لمحتوى الفيديو مع باقي الأفراد			
رقم الوحدة	وحدات التحليل	التكرار	النسبة المئوية
01	المشاركة الفيديو مع الاخرين	02	%20
02	المشاهدة فقط	08	%80
	المجموع	10	%100

يبين الجدول أعلاه رقم(11) و المتعلق بمشاركة المرأة للفيديو مع الآخرين أن غالبية المبحوثات يستخدمن الموقع للمشاهدة فقط وهذا ما تبينه وحدة التحليل رقم 02 وهي تحتل المرتبة الأولى بنسبة تقدر ب 80 % مقابل مبحوثتين يقمن بمشاركة الفيديو مع أفراد العائلة و الأصدقاء و هذا ماتؤكده وحدة التحليل رقم 01 بنسبة تقدر ب20 % .

ومن خلال القراءة السوسيولوجية يمكن القول أن غالبية المبحوثات يقمن بإستخدام اليوتيوب بهدف متابعة المضامين التي تهمهن بالدرجة الأولى وإستغلالها في إكتساب المعرفة و إبراز الذات دون التفاعل و مشاركتها مع الأخرين لأنهن يملن لمواقع تواصل إجتماعية أخرى في ذلك حيث صرحت إحدى المبحوثات **(كي يعجبني الفيديو نتاع طياب ولا كاش حاجة أخرى نبعث لبناتي وخواتاتي)** .

جدول رقم (12) يبين مشاركة المراة المهارة المكتسبة من محتوى الفيديو مع الاخرين

فئة الموضوع : مشاركة المراة للمهارة المكتسبة من محتوى اليوتيوب مع باقي الافراد			
رقم الوحدة	وحدات التحليل	التكرار	النسب المئوية
01	نقل الخبرة المكتسبة للاخرين	02	%20
02	الاكتفاء بالتعلم فقط	08	%80
	المجموع	10	%100

يبين الجدول أعلاه رقم (12) المتعلق بمشاركة المرأة للمهارة المكتسبة من اليوتيوب مع باقي الأفراد إن غالبية المبحوثات تكتفين بالتعلم دون نقل الخبرة للأخرين و هذا ماتؤكده وحدة التحليل رقم 02 ب 08 إجابات أي بنسبة80 % و هي تحتل المرتبة الأولى ، في حين كانت إجابة المبحوثات بنقل الخبرة المكتسبة لبناتهن أو أخواتهن بنسبة20% وتأتي في المرتبة الثانية وهذا ما تؤكده وحدة التحليل رقم 01 .

ومن خلال القراءة السوسيولوجية يمكن القول أن غالبية المبحوثات تستخدمن اليوتيوب للتعلم فقط وإكتساب معارف ومهارات جديدة أو تطوير معارف ومهارات مكتسبة سابقا دون نقل الخبرة للأخرين وهذا إنما يدل على أن المبحوثات يفضلن التميز و تنمية مهاراتهن الشخصية و التغير للأفضل.

الجدول رقم(13) يبين تعامل المرأة مع المحتوى الذي يتعارض مع قيمها

فئة الموضوع : **يبين تعامل المرأة مع المحتوى الذي يتعارض مع قيمها**			
رقم الوحدة	النسب المئوية	التكرارات	النسبة المئوية
01	أشاهده	1	%10
02	أتجاهله	9	%90
	المجموع	10	% 100

يبين الجدول رقم (13) أعلاه المتعلق بالتعامل مع المحتوى الذي يتعارض مع قيم المرأة الماكثة في البيت أن غالبية المبحوثات يتجاهلن المحتوى الذي يتعارض مع قيمهن وهذا ما تبينه وحدة التحليل رقم 02 وهي تحتل المرتبة الأولى بنسبة تقدر ب 90% . مقابل مبحوثة التي كانت إجابتها أنها تشاهد من أجل الإطلاع على ثقافات أخرى و هذا ماتؤكده وحدة التحليل رقم 01 بنسبة 10% .

من خلال القراءة السوسيولوجية للجدول المتعلق بتعامل المحتوى الذي يتعارض مع قيمهن أن غالبية المبحوثات يتابعن مقاطع اليوتيوب الملائمة لثقافاتهن و قيمهن وهذا ما تفسره نوعية مقاطع الفيديو التي تتابعنها حيث صرحت المبحوثات إلى أنه يجب الإنتباه و الحذر من المحتوى الغير ملائم وكذا فحص المعلومات المقدمة قبل الإستخدام لأن التعرض لمثل هذه المضامين يمكن أن يكون له تأثير سلبي.

الجدول رقم(14) يبين مساهمة محتوى اليوتيوب على التعرف على ثقافات أخرى

فئة الموضوع : **مساهمة محتوى اليوتيوب على التعرف على ثقافات أخرى**			
رقم الوحدة	النسب المئوية	التكرارات	النسبة المئوية
01	التعرف على الثقافات الأخرى	07	%70
02	الإطلاع على المحتوى الذي يتوافق مع ثقافتي	03	%30

من خلال الجدول رقم (14) و الذي يوضح إطلاع أفراد العينة لمحتوى الفيدوهات التي تنشر ثقافة مجتمعات أخرى أن اليوتيوب أتاح لغالبية المبحوثات التعرف على معارف وثقافات وهذا ماتوضحه وحدة التحليل رقم 01 وذلك بنسبة تقدر ب70 % في حين أن نسبة 30 % من المبحوثات يطلعن على المحتوى الذي يتوافق مع ثقافتهن و هذا ما توضحه وحدة التحليل رقم 02 .

من خلال القراءة السوسيولوجية للجدول يتضح أن النساء الماكثات في البيت يتابعن قنوات اليوتيوب الجزائرية و الأجنبية و يطلعن على محتواها خصوصا تلك التي تقدم محتوى الذي يدخل ضمن إهتماماتهن كالطبخ و الخياطة و التجميل و التي تلبي حاجاتهن للتواصل مع مجتمعات أخرى من خلال المعلومات و المعارف المتواجدة في محتوى اليوتيوب لأنه فضاء حققت به المرأة ذاتها من خلال تحقيق أهدافها التواصلية حيث ساهم في تبادل الأفكار و المعارف و إمتزاج الثقافات حيث إعتبرت المبحوثات موقع اليوتيوب مصدرا مهما تستقي منه معلومات عن مجتمعات أخرى أما النساء الماكثات في البيت و اللواتي يطلعن على المحتويات الرائجة في مجتمعهن فقط لأنها تتماشى و تطلعاتهن إذ يعتمدن على خبرتهن الشخصية في إختيار المحتوى .

3 ـ مساهمة مضامين قنوات اليوتيوب في زيادة الوعي الإجتماعي لدى المرأة الماكثة في البيت

جدول رقم (15) يوضح القضايا التي تثير إهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب

فئة الموضوع : القضايا التي تثير إهتمام المرأة على موقع اليوتيوب			
رقم الوحدة	وحدات التحليل	التكرار	النسبة المئوية
01	إكتساب خبرة من نماذج ناجحة على موقع اليوتيوب في تحقيق الاهداف	07	%36,84
02	فهم الأدوار و المسؤوليات الأسرية بشكل أفضل	09	%47,36
03	التعرف على الآفات و المشاكل الإجتماعية و حلولها	03	%15,78
المجموع			99,98

يتبين من خلال الجدول رقم (15) المتعلق بالقضايا التي تثير إهتمام المرأة على موقع اليوتيوب أن أغلبية المبحوثات يهتممن بفهم الأدوار و المسؤوليات بشكل أفضل و هذا مابينته وحدة التحليل رقم 02 بنسبة تقدرب 47,36% ،وهي في المرتبة الأولى ،مقارنة بوحدة التحليل رقم 01 إكتساب الخبرة من النماذج الناجحة في تحقيق أهدافهن في جميع المجالات بنسبة36,84% ، لتحتل وحدة التحليل رقم 03 المتعلقة بالتعرف على الآفات و المشاكل الاجتماعية و إيجاد حلول لها في المرتبة الأخيرة بنسبة 15,78% .

ومن خلال القراءة السوسيولوجية للجدول أعلاه إن غالبية المبحوثات يملين للمحتوى الذي به مواضيع تزيد من تعزيز أدوارهن داخل الأسرة مثل التي تتعلق بتربية الأبناء و القيام بالواجبات المترتبة على عاتقهن في أحسن صورة وتسيير شؤونها الخاصة والأسرية إلى جانب إهتمامها بالتدابير المنزلية

كما أنهن يفضلن تقليد نماذج ناجحة لتحقيق أهدافهن و ذلك لأنها تقدم مضامين تناسب رغباتهن و تطلعاتهن كما نجد فئة من المبحوثات تهتم بمتابعة المحتويات التي تعالج القضايا الاجتماعية الراهنة و تسلط عليها الضوء مع إعطاء حلول لها وذلك في حال مواجهتهن لمشكلة معينة فإنهن يطلعن على ذلك في موقع اليوتيوب لإيجاد الحل المناسب .

جدول رقم (16) يبين المضامين التي تساهم في تعزيز الوعي الاجتماعي للمرأة

فئة الموضوع : المضامين التي تساهم في تعزيز الوعي الاجتماعي للمرأة			
رقم الوحدة	وحدات التحليل	التكرار	النسبة المئوية
01	الإجتماعية	05	%29,41
02	الدينية	04	%23,52
03	العلمية التعلمية	04	%23,52
04	التثقيفية التوعوية	03	%17,64
05	السياسية	01	%05,88
المجموع			%99,97

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) أن أكثر المواضيع التي تثير إهتمام المرأة هي القضايا الإجتماعية بنسبة 29,41% وهو ماتمثلة وحدة التحليل رقم 01، وتليها بنسبة متساوية المضامين العلمية التعليمية وتمثلها وحدة التحليل رقم 03 و الدينية تمثلها وحدة التحليل رقم 02 بنسبة 23,52% تليهم المواضيع التثقيفية التوعوية تمثلها وحدة التحليل رقم 04 بنسبة 17,64% لتحتل المضامين السياسية المرتبة الأخير بنسبة 05,88% وتمثلها وحدة التحليل رقم 05.

ومن خلال القراءة التحليلية نرى أن معظم النساء يتابعن القضايا التي تثير إهتمامهن و مداركهن و هي المضامين التي تهتم بالأسرة و التي تعالج قضايا إجتماعية و مشاكل التي تواجه المرأة كما تعمل على إعطاء حلول من وجهة المختصين، أما قضايا الأسرة فهي التي تهتم بتربية الأولاد و الإهتمام بالزوج و مواضيع تخص العلاقات الاجتماعية، كما نجد أن المضامين الدينية من بين إهتمامات المبحوثات من خلال برامج تحفيظ القران الكريم و الفتاوى ويرجع ذلك لميول هذه الفئة خاصة التي تبلغ أكثر من 50 سنة، أما المضامين التعليمة مما توفره من معلومات يساعدهن في مواكبة تطورات الحياة خاصة في مهارات التعامل مع التكنولوجيا و ما تنتجه من معارف جديدة كإستخدام التطبيقات الحديثة ، في حين نجد أن المرأة الماكثة في البيت تهتم بمضامين التوعية الصحية إلا أن فئة قلية ممن تهتم بالمضامين السياسية على موقع اليوتيوب .

جدول رقم (17) يبين تقييم المرأة لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي وتطور مهاراتها

فئة الإتجاه : تقييم المرأة لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي و تطوير مهاراتها			
رقم الوحدة	وحدات التحليل	التكرار	النسبة المئوية
01	لديه القدرة على تعليم تطوير المرأة ذاتيا	09	%90
02	يجب القيام بدورات تدريبية حضورية	01	%10
المجموع		10	%100

يبين الجدول رقم (17) أن عينة الدراسة تؤكد على أن موقع اليوتيوب يقدم خبرات و معلومات و تجارب حياتية مهمة تعزز تعليمهن و تدعم ما لديهن من مهارات و معارف وخبرات حيث بينت النتائج أن نسبة 90% يرون أن لهذا الموقع دور مهم حيث يتم الاستفادة منها في حياتهن و المتعلقة بطبيعة المرأة أي ما يتعلق بالطبخ و الأناقة و الجمال و إدارة شؤون الأسرة أو على مستوى المهارات المنزلية و أيضا على مستوى الجانب الشخصي و العلمي وهو ما تمثله وحدة التحليل رقم 01 . كما صرحت

10% من المبحوثات أن الدورات الحضورية في الواقع الحقيقي هي التي طورت مهارتهن غير أنهن لا ينكرن أن إستخدامهن لهذا الموقع عزز لديهن بعض المهارات المرتبطة بشكل أساسي بأدوارهن كنساء على مستوى التغذية و الموضة و التجميل و الأعمال المنزلية فضلا عن مهارات معرفية جيدة .

من خلال القراءة التحليلية للنتائج نجد أن هذا الموقع جيد بالنسبة للمرأة الماكثة في البيت حيث يغنيها عن التنقل للحصول على نصائح و معلومات فيما يخص حياتها اليومية ، و بالتالي يعد اليوتيوب مصدرها الأول للحصول على كل ما يخصها حيث أن هذا الموقع ساعدهن على إستثمار ما لديهن من مواهب و هوايات وهذا راجع لدافع المبحوثات في إكتساب مهارة أكثر حيث إستفدن من إكتساب خبرة وتسويق ماتم تصنيعة مثل صنع الحلويات و الحلاقة و الخياطة و أصبحت توفر لهن دخلا .

الجدول رقم(18) يبين مستوى الثقة في فهم المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة مقاطع الفيديو من اليوتيوب

فئة الموضوع : **مستوى الثقة في فهم المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة مقاطع الفيديو من اليوتيوب**			
رقم الوحدة	وحدات التحليل	التكرارات	النسبة المئوية
01	اثق في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة مقطع الفيديو	09	%90
02	لا أثق في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة مقطع الفيديو	01	%10
المجموع		10	%100

يتبين من خلال الجدول رقم (18) أعلاه المتعلق في مستوى الثقة بفهم المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة مقاطع الفيديو أن غالبة المبحوثات يثقن بدرجة كبيرة في المفاهيم الجديدة و هذا ما توضحه وحدة التحليل رقم 01 بنسبة 90% ، مقابل إجابة واحدة بعدم الثقة في المفاهيم الجديدة إلا بعد تجربتها في الواقع الحقيقي و هذا ما توضحه وحدة التحليل رقم 02 بنسبة 10%.

من خلال القراءة التحليلية و المقابلات مع المبحوثات تبين أن مستوى الثقة في ما يتم مشاهدته و هذا مرتبط بمجالات الإستفادة من المحتوى ، كما أن التجربة الحياتية تلعب دورا في تحديد مدى الثقة في المعلومات و الخبرات المعروضة في مقاطع الفيديو وهذا يدل على إنتقاء المرأة لما يتم تعلمه ، حيث صرحت المبحوثات أن اليوتيوب ساعدهن على اكتساب القدرة على إتخاذ القرارات في مواقف كثيرة و حرجة مثل التعامل مع الأبناء خاصة في مرحلة المراهقة أو في المرحلة الأولى للأمومة وكذلك ما يتم عرضه من تجارب الأخرين يدعم إحساسهن بأن الأخرين تعرضو لنفس التجارب و بالتالي هي محل ثقة بالنسبة لهن في حين صرحن أنه لايتم الثقة إلا بعد التأكد من صلاحية المعلومة في الحياة الشخصية للمبحوثة .

نتائج الدراسة الميدانية

1- النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية

ـ لقد بينت الدراسية الميدانية أن أكثر متتبعات محتوى اليوتيوب هن اللواتي يتراوح سنهن أقل من 35 سنة من النساء الماكثات في البيت .

ـ كما بينت الدراسة أن النساء الماكثات في البيت المتزوجات تحتل غالبية النساء من حيث تتبع قنوات اليوتيوب .

ـ أما متغير المستوى التعليمي بينت الدراسة أن غالبية المبحوثات من المستوى الجامعي أكثر من المستويات الأخرى فهي الفئة ذات مستوى علمي و أكثر إهتماما و متابعة .

ـ أن غالبية عينة الدراسة تستخدم موقع اليوتيوب لمدة أكثر من 06 سنوات و هو ما يؤكد إنتشار موقع اليوتيوب وإدراك شريحة النساء الماكثات في المنزل لأهميته فهن يلجان إليه لتلبية إحتياجاتهن و رغباتهن

2- عرض ومناقشة نتائج الفرضية الأولى : . أثبتت الدراسة

ـ إن غالبية أفراد العينة يتعرضون لمحتويات اليوتيوب لإكتساب مهارات جديدة حيث بينت النتائج أن النساء الماكثات في البيت يركزن على المحتويات التي تعزز أدوارهن الإجتماعية و كذا أداء مهامهن بأحسن صورة بدافع تعلم تقنيات وصفات للطبخ والحلويات و الجمال و الموضة و تعلم الخياطة كما أنهن يطلعن على المحتوى الذي يزيد من خبرتهن للتوفيق في إحتياجات الأسرة .

- أن غالبية أفراد العينة يخترن المحتوى حسب رغبتهن وذلك من أجل إكتساب مهارة جديدة مما يعني أن هناك إنتقاء في إختيار التجارب و المعلومات التي يتم الإستفادة منها .

– إن غالبية المبحوثات يقمن بتجريب ما تم تعلمه من خبرات ومهارات من موقع اليوتيوب في الحياة اليومية .

– إن غالبية المبحوثات يواجهن صعوبة في المضامين التي باللغة الأجنبية رغم ثراء محتواها و هذا ماجعل غالبيتهن يحاولن تعلم اللغة الأجنبية من اليوتيوب .

– أ ظهرت النتائج أن غالبية المبحوثات إكتسبن مهارات جيدة فعلا من اليوتيوب .

– أظهرت النتائج أن اليوتيوب أتاح لأغلب المبحوثات فضاءا للتعلم و المعرفة .

– أظهرت النتائج أن تنوع محتوى اليوتيوب ساهم بشكل إيجابي في تحقيق الشعور بالإنتماء إلى مجتمع تعلمي و هذا يرجع لطبيعة المبحوثات .

– إن غالبية المبحوثات لايشاركن في التعليقات أو إبداء الرأي بل تكتفين بالمشاهدة فقط .

– إن غالبية المبحوثات تستخدم موقع اليوتيوب لمشاهدة مقاطع الفيديو دون مشاركتها مع الآخرين و هذا راجع لإستخدامهن مواقع تواصل إجتماعية أخرى لذلك وكذا عدم معرفتهم بإمكانية مشاركة مقاطع الفيديو التي يقدمها اليوتيوب .

ـ إن غالبية المبحوثات يكتفين بإكتساب الخبرات و المعارف دون نقلها للآخرين لأنها تسعى لتطوير ذاتها و التميز في مهامها .

ـ غالبية المبحوثات تتجاهل المحتوى الغير ملائم الذي يتنافى مع الاخلأق و الدين .

ـ غالبية المبحوثات تستخدم موقع اليوتيوب للتعرف على ثقافة المجتمعات الأخرى و التي تقدم محتوى الذي يدخل ضمن مجال إهتمامها .

و كخلاصة لما تم عرضه من نتائج يتبين أن الفرضية الأولى المتعلقة بمساهمة تنوع محتوى اليوتيوب في تحقيق الإشباعات المعرفية و التواصلية للمرأة الماكثة في البيت وإكسابها مهارات جديدة قد تحققت وهذا راجع للدوافع النفعية للمرأة عند متابعتها لهذا الموقع .

3 ـ عرض و مناقشة نتائج الفرضية الثانية

ـ إن غالبية المبحوثات يتابعن المواضيع التي تساهم في فهم الأدوار و مسؤولياتهن الأسرية بشكل أكثر .

– كما أوضحت الدراسة أن مضامين اليوتيوب تساهم في إكتسابهن خبرة في تحقيق أهدافهن من نماذج ناجحة و لها تجارب .

– أثبتت الدراسة أن المرأة تتابع المضامين التي تعزز من دورها في المجتمع .

– تري غالبية المبحوثات أن اليوتيوب أداة لتعليم وتطوير مهارات المرأة ذاتيا دون اللجوء إلى الدورات الحضورية .

ـ أن غالبية المبحوثات يثقن فيما يتم تقديمه من محتوى في هذا الموقع من خبرات و معلومات تتعلق بمجالات المرأة .

على ضوء ما سبق نستنتج أن الفرضية الثانية المتعلقة بمساهمة مضامين اليوتيوب في زيادة الوعي الإجتماعي للمرأة الماكثة في البيت قد تحققت حيث توصلنا إلى أن مضامين اليوتيوب قد ساهمت في فهم أدوار المراة و مسؤولياتها بشكل أفضل و تطوير مهاراتها و إكسابها خبرات شخصية و إجتماعية .

رابعا : النتائج العامة للدراسة

إستهدفت هذه الدراسة معرفة فاعلية اليوتيوب في تمكين المرأة الماكثة في البيت من التعلم الذاتي و إكتساب مهارات اجتماعية من خلال قنوات موقع اليوتيوب و توصلت الدراسة الى نتائج أهمها :

1- إن المعلومات المكتسبة من موقع اليوتيوب تحقق إشباعا معرفيا و تواصليا للنساء الماكثات في البيت و تكسبهن مهارات جديدة .

2- إن غالبية النساء يطبقن المعلومات المكتسبة في حياتهن اليومية .

3- ساهمت مضامين موقع اليوتيوب في زيادة فهم المرأة لأدوارها و مسؤولياتها بشكل أفضل و إدراكها لعدة جوانب للواقع الإجتماعي و بالتالي إكسابها وعيا إجتماعيا يوصف بأنه إيجابي .

و من هنا نستنتج أن تنوع محتوى اليوتيوب ساهم في تحقيق إشباعات معرفية و تواصلية و إكساب المرأة مهارات إجتماعية .

الخـــــاتمة

الخاتمة:

تناولنا من خلال هذه الدراسة موضوع فاعلية اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي للمرأة الماكثة في البيت إذ حاولنا تسليط الضوء على المهارات الإجتماعية التي إكتسبتها المرأة من مقاطع الفيديو في هذا الموقع الذي يحظى برواج وشعبية كبيرة بين أفراد هذه الفئة و قد ركزنا في دراستا على هذه الشريحة لما تحتله من أهمية في المجتمع .

و لأجل الإلمام أكثر بالموضوع تطرقنا إلى مفاهيمه إنطلاقا من مفهوم (فاعلية ، اليوتيوب ،التعلم الذاتي ، مهارات التعلم الذاتي ، المراة الماكثة في البيت) إعتمادا على الجانب النظري و الدراسات السابقة .

ولفهم الموضوع كما هو في الواقع إعتمدنا على منهج البحث الميداني الذي يتناسب مع دراستنا ، و إعتمدنا على عينة قصدية من النساء الماكثات في البيت و اللواتي يستخدمن موقع اليوتيوب و المقيمات في محيط ولاية ورقلة و اللواتي تتوفر فيهن شروط الدراسة ، إذ تبين من خلال هذه الدراسة الميدانية أن التنوع في محتوى قنوات اليوتيوب قد ساهم في تحقيق إشباع معرفي و التواصلي و زيادة الوعي الإجتماعي لديها و إكساب المرأة الماكثة في البيت مهارات إجتماعية جديدة من خلال مقاطع الفيديو المتنوعة و المختلفة ، هذا التنوع جعل المرأة تعتمد عليه بشكل كبير في تنمية مهاراتها و تحقيق أهدافها .

قائمة المراجع:

الرقم	القواميس و المعاجم
1	ابو مصلح عدنان ، **معجم علم الاجتماع**، دار اسامة للنشر و التوزيع ،الأردن، ط1 ، 2010 .
2	جبران مسعود ، **الرائد معجم لغوي عصري** ،دارالعلم للملايين ، لبنان ،1992.
3	الحاج يوسف مليكة ، **المجد في اللغة والادب و العلوم** ، المطبعة الكاثولوكية ، لبنان ،1956.
4	عمر أحمد مختار و بمساعدة فريق عمل ، **معجم اللغة العربية المعاصرة** ، المجلد 3 ، ط1 عالم الكتب، القاهرة، 2008.
5	**قاموس البدر العربي** ،دار البدر الساطع للنشر و التوزيع، ط1 ،الجزائر ،2005.
6	مصطفى ابراهيم و آخرون ، **المعجم الوسيط مجمع اللغة العربية** ، الادارة العامة للمعجمات و إحياء التراث ،ج1 ، ط2.
7	**المنجد في اللغة العربية و الاعلام** ،دار النشر ، بيروت، ط1 ، 2005 .
8	مومني عيسى ، **المنار قاموس لغوي عربي عربي مصطلحات علمية تقنية أدبية** ، دار العلوم للنشر و التوزيع، عنابة ،2008.
	الكتب
9	انجرس موريس ، **منهجية البحث في العلوم الانسانية ، تدريبات علمية** ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون ، دار القصبة للنشر ، ط2 منقحة الجزائر ، 2004-2006 .
10	بدوى عبد الرحمان ، **مناهج البحث العلمي** ، وكالة المطبوعات شارع فهد السالم،،ط3 ،الكويت،1977.
11	بدير كريمان ، عبد الرحيم هناء ،**التعليم الذاتي (رؤية تطبيقية تكنولوجية متقدمة)** ،عالم الكتب ، القاهرة، 2014.
12	حسن زيتون حسن ، **التعلم الالكتروني ، المفهوم،القضايا، التخطيط ،التطبيق، التقييم** ، الدار الصولتية للتربية ،الرياض 2005.
13	حسن شفيق ، **الإعلام الجديد تكنولوجيا حديثة في عصر ما بعد التفاعلية**، دار الفكر و الفن للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة ،2011.
14	زرواتي رشيد ،**تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، ديوان المطبوعات الجامعية ،ط2 ،قسنطينة 2008.
15	سبعون سعيد ،جرادي حفصة ،**الدليل المنهجي في اعداد المذكرات و الرسائل الجامعية في علم الاجتماع**، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2012.
16	السعادات خليل إبراهيم ، **تطبيق المعلمين لأسلوب التعلم الذاتي في مراحل التعلم العام في المملكة العربية السعودية** ،الجمعية السعودية للعلوم التربوية و النفسية كلية التربية ، جامعة الملك سعود ،الرياض،2005 .
17	العبادي عبد الله عبد الرحيم ، **التنمية بالمفهوم الشامل في الإسلام** ، شركة أبناء شريف الأنصاري، بيروت، 2008
18	عبد السلام جامل عبد الرحمان ، **التعلم الذاتي بالموديولات التعليمية اتجاهات معاصرة** ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،ط1، الأردن ،2000.
19	عصام صلاح مروى ،**الاعلام الالكتروني الأسس و افاق المستقبل** ، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2015.
20	غربي علي ، **ابجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية**، منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة،ط2 ، قسنطينة، 2009 .
21	محمد الحسن احسان ، **مناهج البحث الاجتماعي** ، دار وائل للنشر، ط1 ، الأردن، 2005.
22	محمد القصاص مهدي ، **تصميم البحث الاجتماعي** ، دار تيبور للطباعة و النشر والتوزيع ،العراق ، 2014 .

23	محمد جواد الجبوري حسين ، **منهجية البحث العلمي** ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ،عمان ، 2013 .
24	مرزوقي بدر الدين ، **منهجية البحث العلمي و تقنياته ، إعداد المذكرات و الأطروحات الجامعية ،المؤتمر الدولي العلمي** ، الجزء الثالث ، المركز الديمقراطي العربي برلين المانيا، 2001.
25	مرسلي احمد ، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2005،.
26	مصطفى صادق عباس ، **الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات** ، دار شروق للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2008.
27	معتوق جمال ، **منهجية العلوم الاجتماعية و البحث الاجتماعي** ،دار الكتاب الحديث للنشر و التوزيع ،ط1. القاهرة ،2013.
28	يوسف المقداد خالد غسان ، **ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي**، دار النفائس للنشر و التوزيع ، الأردن، 2013.
	المجلات
29	المهيري عائشة ، **أثر برمجة تعليمية محوسبة في تنمية مهارات القراءة و الكتابة ومهارات التعلم الذاتي لدى طلبة الجامعة الأردنية** ،المجلة العربية لضمان دورة التعليم الجامعي، الأردن، 2019.
30	حليم عبد الجليل ،**الثقافة و التنمية**، ضمن أعمال ندوة الثقافة و التحولات الاجتماعية، كلية الاداب بالدار البيضاء ، منشورات عكاظ ، الرباط ،1990 ،
	الرسائل الجامعية
31	مسعودي لويزة ، **اتجاهات الطلبة نحو استخدام الانترنت في تحقيق التعلم الذاتي ،دراسة ميدانية بجامعة باتنة** ، رسالة ماجستير غير منشورة باتنة جامعة الحاج لخضر،2010.
32	الزبالي بدر ،**مهارات التعلم الذاتي المضمنة في كتاب الرياضيات لصف الثالث المتوسط من وجهة نظر المعلمين ،رسالة ماجستير** ، كلية التربية ،جامعة ام القرى ، المملكة العربية السعودية، 2014.

(الملحق رقم -01-)

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية

قسم علم الإجتماع و الديموغرافيا

دليل المقابلة

حول فاعلية اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي للمرأة الماكثة في البيت

دراسة ميدانية لعينة من النساء في مدينة ورقلة

مذكرة لنيل ماستر أكاديمي

الميدان : العلوم الاجتماعية

الشعبة: علم الاجتماع

التخصص: علم الاجتماع الاتصال

إعداد الطالبة :

بن الشيخ أمال

تحت إشراف الأستاذة :

بوسحلة ايناس

السنة الجامعية 2022-2023

تحية طيبة

إنني أشكركن على منحي جزءا من وقتكن ، و أذكركن بأنني طالبة جامعية و بصدد إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علم إجتماع تخصص علم إجتماع إتصال ،جئت لمحاورتكن في إطار دراسة تتناول موضوع : فاعلية اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي للمرأة الماكثة في البيت ، اذ لاترون مانعا في ذلك ، وإن كلامكن سيبقى سري و لا يذكر إسمكم إطلاقا و يستعمل لغرض البحث العلمي.

التاريخ:.....2023 الساعة من :.....الى .....

المكان :..... مدة إستخدام اليوتيوب :.....

المحور الاول : لنتحدث أولا عن مساهمة تنوع المحتوى في تحقيق الإشباعات المعرفية و التواصلية

1-1 ماهي دوافعك لإستخدام منصة اليوتيوب

2-1 هل تستخدمين اليوتيوب للحصول على المعلومات و محتوى تعليمي؟

3-1 ما هو نوع المحتوى الذي تشاهدينه على اليوتيوب؟

4-1 كيف تختارين المحتوى الذي تشاهدينه على اليوتيوب؟

5-1 هل تستخدمين اليوتيوب لتطوير مهاراتك او تعلم شيء جديد؟

6-1 ما هي المهارات التي تحاولين تعلمها من خلال اليوتيوب؟

7-1 لماذا تميلين اكثر لإستخدام موقع اليوتيوب دون غيره؟

8-1 هل تتابعين قنوات محددة على اليوتيوب للحصول على محتوى معين؟

9-1 ما هي هذه القنوات التي تتابعينها ؟

10-1 هل تستخدمين اليوتيوب لمشاهدة مقاطع الفيديو القصيرة ام انك تفضلين الفيديوهات الطويلة؟

11-1 هل تطبقين النصائح و الإستراتيجيات المتعلمة على الفور في الحياه العملية ؟

12-1 فيما تتكون المكونات المعرفية التي يضيفها لك موقع اليوتيوب؟

13-1 ما هي الصعوبات تواجهينها في فهم المعلومات الجديدة؟

14-1 هل تجدين أن تنوع المحتوى المتاح على اليوتيوب يساعدك في تحقيق الشعور بالإنتماء إلى مجتمع تعلمي و التفاعل مع الأفراد الآخرين على الموقع ؟

15-1 هل تشاركين في المناقشات و التعليقات على الفيديوهات؟

16-1 هل تتفاعلين مع المحتوى من خلال مشاركته مع الآخرين؟

1-17 هل تشاركين ما تتعلمينه من محتوى اليوتيوب مع الاخرين؟

1-18 كيف تتعاملين مع المحتوى الذي يتعارض مع أفكارك وقناعاتك وقيمك ؟

1-19 هل تجدين أن محتوى اليوتيوب يمكن أن يساعدك في تعزيز التواصل مع ثقافة مجتمعات أخرى ؟ كيف ذلك؟

المحور الثاني : لننتقل الآن إلى مساهمة مضامين قنوات اليوتيوب في زيادة الوعي الإجتماعي لديك

2-1 هل تحفزك الفيديوهات التعليمية للقيام بأنشطة تطبيقية لتعزيز مهاراتك؟

2-2 هل تجدين أن موقع اليوتيوب ساعدك في تحديد نقاط القوة و نقاط الضعف في مهاراتك الشخصية ؟

2-3 هل ترغبين في مشاهدة مضامين اليوتيوب التي تهدف إلى تحفيز النساء وتشجيعهن على تحقيق أهدافهن؟

2-4 هل ساعدتك مضامين اليوتيوب في فهم أدوارك و مسؤولياتك الأسرية بشكل أفضل؟

2-5 ما هي القضايا الإجتماعية التي تعالجها مضامين اليوتيوب؟

2-6 هل حدث لك تغيير في الطريقة التي تتعاملين بها مع هاته القضايا الإجتماعية بعد مشاهدتك مضامين قنوات اليوتيوب؟

2-7 ما هي الإشباعات التي تحققينها من اليوتيوب؟

2-8 هل ساعدك اليوتيوب في تحسين خبراتك ؟

2-9 في ماذا تتمثل المساعدة التي قدمها لك محتوى اليوتيوب ؟

2-10 هل تشعرين بالثقة في فهم المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة الفيديوهات؟

2-11 هل تفضلين إستخدام اليوتيوب على الدورات التدريبية الحضورية الأخرى ؟ و لماذا؟

2-12 هل تجدين ان مضامين اليوتيوب تساهم في تعزيز دور المرأة في المجتمع ؟ كيف ذلك ؟

2-13 أذكري بعض الحرف اليدوية التي تعلمتها من قنوات اليوتيوب؟ هل ساعدك في تسويق المنتجات و زيادة دخلك ؟

2-14 هل تشعرين أن اليوتيوب ساعدك في تطوير مهاراتك و ذاتك ؟

2-15 ما هو تقييمك لموقع اليوتيوب كأداة لتعليم المرأة ذاتيا ؟

و في الأخير هناك بعض الأسئلة حول البيانات الشخصية التي تساعد الطالبة في دراستها :

السن : .....

المستوى التعليمي :.....

الحالة العائلية :.....

مدة إستخدام موقع اليوتيوب :.....

(الملحق رقم -02-)

عرض معطيات المقابلات

1 محور البيانات الشخصية

1.1 عرض الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

الحالة رقم 01

العمر : 59 سنة مولودة بورقلة ، المستوى التعليمي شهادة التعليم الإبتدائي ، الحالة العائلية : متزوجة ، تستخدم اليوتيوب منذ 4 سنوات.

الحالة رقم 02

العمر :33 سنة مولودة بورقلة ، المستوى التعليمي ليسانس بيولوجيا ، الحالة العائلية : متزوجة ، تستخدم اليوتيوب منذ 10 سنوات .

الحالة رقم 03

العمر : 58 سنة مولودة بورقلة ، المستوى التعليمي رابعة متوسط ، الحالة العائلية : متزوجة ، تستخدم اليوتيوب منذ 05 سنوات .

الحالة رقم 04

العمر : 34 سنة مولودة بورقلة ، المستوى التعليمي جامعي، الحالة العائلية : متزوجة ، تستخدم اليوتيوب منذ13 سنة .

الحالة رقم 05

العمر : 22 سنة مولودة بورقلة ، المستوى التعليمي ثانوي، الحالة العائلية : مطلقة ، تستخدم اليوتيوب منذ04 سنوات .

الحالة رقم 06

العمر : 42 سنة مولودة بغرداية ، المستوى التعليمي جامعي ، الحالة العائلية : متزوجة ، تستخدم اليوتيوب منذ 07 سنوات .

الحالة رقم 07

العمر : 21 سنة مولودة بورقلة ، المستوى التعليمي جامعي ، الحالة العائلية : عازبة ، تستخدم اليوتيوب منذ 07 سنوات .

الحالة رقم 08

العمر : 47 سنة مولودة بورقلة ، المستوى التعليمي جامعي ، الحالة العائلية : متزوجة ، تستخدم اليوتيوب منذ 13 سنة .

الحالة رقم 09

العمر : 45 سنة مولودة بورقلة ، المستوى التعليمي ثانوي ، الحالة العائلية : متزوجة ، تستخدم اليوتيوب منذ 12 سنة .

الحالة رقم 10

العمر : 59 سنة مولودة بورقلة ، المستوى التعليمي رابعة متوسط ، الحالة العائلية : أرملة ، تستخدم اليوتيوب منذ عامين .

02 . محور مساهمة تنوع محتوى اليوتيوب في الإشباعات المعرفية و التواصلية للمراة الماكثة في البيت

1.2 ـ عرض المقابلات المتعلقة بالفرضية الأولى

الحالة رقم 01

في حديث عن دوافع المبحوثة استخدام موقع اليوتيوب "**نحب نتعلم منو الطبخ و الخياطة، ونطلع على أمور الدين ونتبع شيوخ كبار وحوايج الي تخص المرأة** " وعن نوع المحتوى الذي تشاهده "**قنوات الطبخ و الخياطة، والقنوات الخاصة بتجويد القران و تحفيظه ، و الإطلاع على أهم الأخبار السياسية** " وبخصوص المهارات المكتسبة من قنوات اليوتيوب "**تعلمت لخياطة والطياب العصري العصري تعلمتهم غير من اليوتيوب ونجحت الحمدلله**" وعند سؤالنا هل تطبق ما تعلمته في الحياة اليومية " **نعم نطبق قدر المستطاع لأني نحتاجهم في حياتي اليومية** "

وعن كيفية إختيار المحتوى " **نبحث في خانة البحث نكتب واش نحوس** " و عن سبب إختيار موقع اليوتيوب " **خاطر ساهل الإستخدام و متنوع** " وعن تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي " **نعم تعلمت حوايج كنت مانعرفهاش مابقيش نجهلهم وأنا نخير إلي يناسبني** " وفي حديثها عن تفاعلها مع المحتوى من خلال مشاركته " **كي يعجبني فيديو نتاع طياب ولا كاش حاجة أخرى نبعث لأخواتي و بناتي كيما تكون حاجة جديدة** "و في حديث عن مساعدة محتوى اليوتيوب في تعزيز التواصل مع ثقافة مجتمعات أخرى " **نشوف فيديوهات الجزائرين و الخليجين في الطبخ و الديكور و كذلك فيديوهات التفصيل** "

الحالة رقم 02

في حديث عن دوافع المبحوثة إستخدام موقع اليوتيوب "**كنت وقت الدراسة نقرا بيه و في المناسبات نشوف منو الديكورو نتعلم الحلويات خاصة البريستيج خاصة بعد الزواج**" وعن نوع المحتوى الذي تشاهده "**قنوات الطبخ و الحلويات، والقنوات الخاصة الديكور ، و المختصة في الصحة و التغذية الصحية** " وبخصوص المهارات المكتسبة من قنوات اليوتيوب "**تعلمت صنع الحلويات والأشياء الي تخص المرأة من أعمال منزلية أحيانا نتعلم نصلح منوحتى أشياءإلي تخسرلي** " وعند سؤالنا هل تطبق ما تعلمته في الحياة اليومية " **أكيد نطبق أنا أصلا ندخل لليوتيوب باش نستفاد منو لازم نطبقها هذيك تصلح ولا ما تصلحش مبعد تبان في التطبيق** "

وعن كيفية إختيار المحتوى " **نبحث في خانة البحث نكتب واش نحوس** " و عن سبب إختيار موقع اليوتيوب " **واش نحوس نلقى فيه** " وعن تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي " **نعم إلي يعرف خير ملي مايعرفش وليت نعرف حوايج بزاف خير من قبل** " وفي حديثها تفاعلها مع المحتوى من خلال مشاركته " **مرات كي نتعلم وينفعني الفيديو ونعرف وحدة تسحقها نبعثلها خاصة إلي نجربها** "و في حديث عن مساعدة محتوى اليوتيوب في تعزيز التواصل مع ثقافة مجتمعات أخرى " **نشوف فيديوهات الجزائرين هوما الي قراب ليا في حياتي** "

الحالة رقم 03

في حديث عن دوافع المبحوثة إستخدام موقع اليوتيوب "**نتعلم أمور الدين ونتبع أشياء تخص المرأة** " وعن نوع المحتوى الذي تشاهده "**قنوات الدينية، و القنوات المتخصصة في مواضيع الاجتماعية** " وبخصوص المهارات المكتسبة من قنوات اليوتيوب "**أنا نحب نتبع الجديد مش شرط نتعلمها لكن في**

الأمور الدينية و الاجتماعية عرفت أشياء كثيرة " وعند سؤالنا هل تطبق ما تعلمته في الحياة اليومية " **نعم نطبق وخصوصا كي تكون قناة معروفة و فيها ثقة** "

وعن كيفية إختيار المحتوى " **مرات الفيديو الي يصادفني ومرات نحوس عليه في البحث** " و عن سبب إختيار موقع اليوتيوب " **ينفعني كإمرة و يزيد خبرتي في إلي ما نعرفهاش** " وعن تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي " **ينور المرأة و يزيدها في الأشياء إلي ما تعرفهاش و حتى في قراراتها**"

وفي حديثها تفاعلها مع المحتوى من خلال مشاركته " **أنا ندخل باش نتعلم وهو متوفر لاي وحدة و كل وحدة و ميولها** "و في حديث عن مساعدة محتوى اليوتيوب في تعزيز التواصل مع ثقافة مجتمعات أخرى " **المهم ما تكون متعارضا مع الدين نتاعنا أصلا يجيني الفضول باش نقارن بين مجتمعنا ومجتمعات أخرى** "

الحالة رقم 04

في حديث عن دوافع المبحوثة استخدام موقع اليوتيوب "**في الأول كنت نقرا في الجامعة كنت نقرا منو، ضرك كي تزوجت راني مع أم وليد وصحاباتها نحب نتعلم الأمور الي تخص داري و الخياطة و الماكياج** " وعن نوع المحتوى الذي تشاهده "**قنوات الخياطة الطبخ و التجميل، والقنوات أخرى تنفعني** " وبخصوص المهارات المكتسبة من قنوات اليوتيوب "**تعلمت الخياطة الطبخ و الماكياج وحتى بعض الأشغال اليدوية من إعادة التدوير** " وعند سؤالنا هل تطبق ما تعلمته في الحياة اليومية " **نعم راني نخيط روعة و إلي شفتها كامل تعلمتها** "

وعن كيفية إختيار المحتوى " **دايرة إشتراك في القنوات يجيني إشعار و هذا حسب رغبتي أنا** " و عن سبب إختيار موقع اليوتيوب " **يقدم الفيديوهات بالتفصيل و فيه الإختيارات متنوعة** " وعن تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي " **راني خير من قبل متعلمة حاجات كثيرة** " وفي حديثها عن تفاعلها مع المحتوى من خلال مشاركته " **نبعث لأخواتي كي يكون الامر يهمهم** "و في حديث عن مساعدة محتوى اليوتيوب في تعزيزالتواص مع ثقافة مجتمعات أخرى " **أكيد يضيف دائما الجديد و هو نافذة إلي نطلو منها على المجتمعات الأخرى**"

الحالة رقم 05

في حديث عن دوافع المبحوثة إستخدام موقع اليوتيوب "**نحب تعلم الحلاقة و تدابير المنزل ، الترفيه ، ،الموضة و الماكياج** " وعن نوع المحتوى الذي تشاهده "**قنوات للتعلم الحلاقة و التجميل و الطياب**

ونشوف مسلسلات و الأفلام " وبخصوص المهارات المكتسبة من قنوات اليوتيوب "**تعلمت الحلاقة أولا و التجميل** "وعند سؤالنا هل تطبق ما تعلمته في الحياة اليومية " **أكيد باش نتقنها مليح نعاود نشوف الفيديو أكثر من مرة أو نشوف فيديوهات أخرى في نفس الموضوع**" .

وعن كيفية إختيار المحتوى " **على حساب القناة كي نخيرها و على حساب واش نحوس نقرى التعليقات نلقاهم يشكرو فيها نزيد نتبعها** " و عن سبب إختيار موقع اليوتيوب " **يفيدني و فيه إلي نحوس عليها أكثر من مواقع أخرى** " و عن تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي " **نعم تعلمت و مزالني نتعلم منو**" و في حديثها تفاعلها مع المحتوى من خلال مشاركته " **نتبع و نشاهد نادرا ما نبعث كاين مواقع أخرى الي نشاركو بيها** "و في حديث عن مساعدة محتوى اليوتيوب في تعزيز التواصل مع ثقافة مجتمعات أخرى " **نتبع القنوات إلي أصحابها جزائرين ولا باقي الدول العربية في المحتوى الي نحوس عليه فالخياطة ولا الديكور** ..... "

<u>الحالة رقم 06</u>

في حديث عن دوافع المبحوثة إستخدام موقع اليوتيوب "**نقري منو ولادي كامل من الإبتدائي و طلع سيرتو الدروس الي نسيتهم، نتعلم الطبخ و الموضة والحلويات و التجميل والديكور** " وعن نوع المحتوى الذي تشاهده "**قنوات التعليمية، قنوات الطبخ و كي نحب نشري حاجة ليا ولا فيداري نحب نشوف عليها فيديو في اليوتيوب** " وبخصوص المهارات المكتسبة من قنوات اليوتيوب "**تعلمت الطبخ و صنع الحلويات** " وعند سؤالنا هل تطبق ما تعلمته في الحياة اليومية " **راني نطبق منو أي حاجة تهمني في الطياب و الديكور ونتبع قنوات معروفة و فيها ثقة خاصة التعليمية** "

وعن كيفية اختيار المحتوى " **نبحث في خانة البحث على الموضوع الي نختارو** " و عن سبب اختيار موقع اليوتيوب " **ساهل ودائما نلقى فيه الجديد** " و عن تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي " **نعم التنوع راه يزيدنى في التعلم** " وفي حديثها تفاعلها مع المحتوى من خلال مشاركته " **أنا نتبع الفيديو الي نحتاجو وكل واحد و اختيارو** " و في حديث عن مساعدة محتوى اليوتيوب في تعزيز التواصل مع ثقافة مجتمعات أخرى " **غالبا نتبع غير كيما الثقافة نتاعي** "

الحالة رقم 07

في حديث عن دوافع المبحوثة استخدام موقع اليوتيوب "**باش نستفيد منو في قرايتي و نتعلم منو البرمجة و مرات للترفيه** " وعن نوع المحتوى الذي تشاهده "**قنوات تعليمية ، أفلام و مسلسلات و أحيانا قنوات التجميل** " وبخصوص المهارات المكتسبة من قنوات اليوتيوب "**الدراسة و البرمجة و الدخول للمواقع** "و عند سؤالنا هل تطبق ما تعلمته في الحياة اليومية " **نتعلم ونروح نطبق مباشرة** "

و عن كيفية اختيار المحتوى " **نكتب على المعلومة الي نحوس عليها في البحث**" و عن سبب اختيار موقع اليوتيوب " **موقع نتعلم منو باش ما نسحق حتى واحد ولا مصاريف زايدة لا واحد يشوفك واش راكي تعلمي** " و عن تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي " **صراتلي نقلة كبيرة في حياتي كي راني نتبع منو، قاتلي عليه صاحبتي الأنتيم و زادني حتى ثقة في نفسي** " و في حديثها تفاعلها مع المحتوى من خلال مشاركته " **نادر جدا وين نشارك الفيديو لانو اختياري و اهتماماتي الشخصية** "و في حددث عن مساعدة محتوى اليوتيوب في تعزيز التواصل مع ثقافة مجتمعات أخرى " **نشوف فيديوهات الجزائرين و حتى قنوات الاجانب و العرب** "

الحالة رقم 08

في حديث عن دوافع المبحوثة استخدام موقع اليوتيوب "**نثقف ، نقري ولادي ،نسمع للقرآن و الرقية الشرعية ،زيديلها طبعا الطبخ و مرات كي تصادفني حاجة صعيبة ولا ما نعرفهاش نحل اليوتيوب** " وعن نوع المحتوى الذي تشاهده " **القنوات التعليمية في كل مستويات ولادي ، قنوات دينية ، الطبخ و قنوات اخرى حسب الحاجة** " وبخصوص المهارات المكتسبة من قنوات اليوتيوب "**وليت معلمة و أستاذة في داري خاصة أيام الإمتحانات** " وعند سؤالنا هل تطبق ما تعلمته في الحياة اليومية " **أكيد**"

وعن كيفية إختيار المحتوى " **بعد ما نكتب واش نحوس نختار القناة الي عندها مشاهدات كثيرة نتبعها** " و عن سبب اختيار موقع اليوتيوب " **ساهل في البحث و التحميل** " وعن تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي " **أكيد زادلي في المعارف وحتى مرات باش نتخذ قرارات نطلع في اليوتيوب ونتأكد ومبعد نقرر** " وفي حديثها عن تفاعلها مع المحتوى من خلال مشاركته " **مانشاركش أنا نتبع فقط** "و في حديث عن مساعدة محتوى اليوتيوب في تعزيز التواصل مع ثقافة مجتمعات أخرى " **ماعنديش إشكال كامل الفيديوهات نتبعهم المهم مايتعارضوش مع المباديء نتاعي** "

الحالة رقم 09

في حديث عن دوافع المبحوثة استخدام موقع اليوتيوب "**قراية ولادي وتعلم الخياطة والطبخ وتجارب المرأة ومرات للترفيه** " وعن نوع المحتوى الذي تشاهده "**قنوات التعليمية والخياطة و الطبخ و تقريبا كل الي يخص المرأة**" وبخصوص المهارات المكتسبة من قنوات اليوتيوب "**تعلمت الخياطة بكل تفاصيلها والطبخ والي تفيدني كل تعلمتها** " وعند سؤالنا هل تطبق ما تعلمته في الحياة اليومية " **نطبق خاصة في مجال الخياطة أما في بعض الأحيان نحتاج الوقت باش نطبق الفكرة** "

وعن كيفية اختيار المحتوى " **نكتب واش نحوس** " و عن سبب اختيار موقع اليوتيوب " **انا نسميه صندوق العجب فيه كلش** " وعن تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي " **إذا كان يضيفلي جديد** " وفي حديثها تفاعلها مع المحتوى من خلال مشاركته " **ماندیرش مشاركة نحب نتبع واش يهني لانو كل واحدة تعجبها قناة** "و في حديث عن مساعدة محتوى اليوتيوب في تعزيز التواصل مع ثقافة مجتمعات أخرى " **نشوف فيديوهات كامل الدول ماعنديش مشكل المهم فيه فايدة** "

الحالة رقم 10

في حديث عن دوافع المبحوثة استخدام موقع اليوتيوب "**ننتعلم منو أمور الدين وراني نتعلم حفظ القرآن بالتجويد ونسمع منو للشيوخ الكبار كيما العريفي** " وعن نوع المحتوى الذي تشاهده "**الأكثرية قنوات الدين، و الطبخ العصري و الحصص الاجتماعية** " وبخصوص المهارات المكتسبة من قنوات اليوتيوب "**تعلمت أمور دينية كنت نجهلها و الطبخ كنت نعرف التقليدي ونتبع الطبخ العصري**" وعند سؤالنا هل تطبق ما تعلمته في الحياة اليومية " **نطبقهم ونقولهم حتى لبناتي و كناييني كي تكون حاجة تنفعهم** "

وعن كيفية اختيار المحتوى " **مرات نكتب في البحث وغالبا غير نفتح اليوتيوب يجوني كيما المجالات الي دايما نشوفهم نخير الفيديو**" و عن سبب اختيار موقع اليوتيوب " **ساهل وواضح** " وعن تحقيق الشعور بالإنتماء لمجتمع تعلمي " **وليت نفهم حوايج الوقت هذا دين ودنيا ولي ما كنتش نعرفها عرفتها** " وفي حديثها تفاعلها مع المحتوى من خلال مشاركته " **مانعرفش ندير مشاركة بصح كي نتعلمها نعلمها لبناتي** "و في الحديث عن مساعدة محتوى اليوتيوب في تعزيز التواصل مع ثقافة مجتمعات أخرى " **نشوف فيديوهات الجزائرين و المصريين في الطبخ و التدابير المنزلية** "

3 –المحور الثاني مساهمة مضامين اليوتيوب في زيادة الوعي الاجتماعي

عرض المقابلات المتعلقة بالفرضية الثانية

الحالة رقم 01

في حديث عن عن القضايا الإجتماعية التي تثير اهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب " **نشوف الفيديوهات نتاع حقوق المرأة و واجباتها في الإسلام و كيفاش نتعامل مع أولادي و أمور تخص التعامل مع الزوج...)** و في حديث عن حدوث تغيير في الطريقة التي تتعامل بها مع هاته القضايا بعد مشاهدة مضامين اليوتيوب **(من ناحية التعامل مع أولادي كي نتبع إختصاصين و خبراء)** و في حديث عن المضامين التي زادت في وعيها الاجتماعي **(المضامين الاجتماعية و الأسرية)** و في حديث عن تقييمها لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي و تطوير مهاراتها **(نعم يطور المواهب نتاع المرأة و نعاود منو الفيديو أكثر من مرة حتى نتقن الحاجة لرايحا نتعلمها)** و عن الثقة في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة محتوى الفيديو **(نثيق فيها خاطر هي من البداية من إختياري)** و في حديث عن مساهمة مضامين اليوتيوب في تعزيز دور المرأة في المجتمع **(نشر التوعية و تتعلم منو واش يخصها و ممكن تزيد حتى الدخل إذا تعلمت كاش حرفة)**

الحالة رقم 02

في حديث عن القضايا الإجتماعية التي تثير اهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب " **قضايا الي تخص الأسرة و دور المرأة و مرات نشوف النساء الناجحات في حياتهم و نحب نقلدهم)** و في حديث عن حدوث تغيير في الطريقة التي تتعامل بها مع هاته القضايا بعد مشاهدة مضامين اليوتيوب **(مرات كي يصرالي مشكل نتبع من خبراء في ذاك المجال و نسمع للنصائح)** وفي حديث عن المضامين التي زادت في وعيها الاجتماعي **(المضامين الاجتماعية و الأسرية ، الدينية ، و العلمية و حتى التوعية الصحية)** و في حديث عن تقييمها لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي و تطوير مهاراتها **(تقريب هو المصدر نتاعي الأول)** و عن الثقة في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة محتوى الفيديو **(نثيق فيها كي ما يتعارضش مع قناعتي الشخصية)** وفي حديث عن مساهمة مضامين اليوتيوب في تعزيز دور المرأة في المجتمع **(كل امرأة يزيد وعيها وتتعلم مهامها مليح دورها رايح يزيد في المجتمع)**

الحالة رقم 03

في حديث عن القضايا الإجتماعية التي تثير اهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب " **يعاون المرأة في حل بعض المشاكل الي تواجهها و تتعرف على بعض الأفات الي راهي صايرة في المجتمع على الأقل باش تجنب أسرتها منهم)** وفي حديث عن حدوث تغيير في الطريقة التي تتعامل بها مع هاته القضايا بعد مشاهدة مضامين اليوتيوب **(مانقدرش نتغير بسهولة من مشاهدة فيديو لانو الواقع هو الأساس لكن هو يوعي المرأة)** وفي حديث عن المضامين التي زادت في وعيها الاجتماعي **(المضامين الاجتماعية و الأسرية ، الدينية ، والعلمية ، التوعية ، السياسة)** و في حديث عن تقييمها لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي وتطوير مهاراتها **(هو مليح لكن التعلم بالمواجهة من مدرب أحسن)** وعن الثقة في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة محتوى الفيديو **(ما نقدرش ندير ثقتي الكاملة لاني مرات نحسهم يتاجرو بلمعلومات أكثر من الفائدة)** وفي حديث عن مساهمة مضامين اليوتيوب في تعزيز دور المرأة في المجتمع **(إذا كان المرأة تعلمت ما ينفعها يزيد دورها كأم و مربية و ممكن حتى وظائف إجتماعية أخرى)**

الحالة رقم 04

في حديث عن عن القضايا الإجتماعية التي تثير اهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب " **قضايا الي تخص الأسرة و المرأة ومرات نشوف حلول لبعض المشاكل الي نتعرضلها)** وفي حديث عن حدوث تغيير في الطريقة التي تتعامل بها مع هاته القضايا بعد مشاهدة مضامين اليوتيوب **(كنت نعاني من بعض المشاكل و تجاوزتها بفضل التحفيز و الإرادة من خبراء تبعتهم في مجالات مختلفة ماشاء الله)** وفي حديث عن المضامين التي زادت في وعيها الاجتماعي **(المضامين الاجتماعية و الأسرية ، الدينية ، التثقيفية و التوعوية)** و في حديث عن تقييمها لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي وتطوير مهاراتها **(انا نشوفو تطبيق جيد لا نستطيع الإستغناء عنو في حياتنا اليومية)** وعن الثقة في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة محتوى الفيديو **(نثيق فيها كي ما يتعارضش مع قناعتي الشخصية)** وفي حديث عن مساهمة مضامين اليوتيوب في تعزيز دور المرأة في المجتمع **(المرأة كي يزيد وعيها دايما تحوس على صلاح وهذا ينفعها هي و المجتمع)**

الحالة رقم 05

في حديث عن عن القضايا الإجتماعية التي تثير اهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب " **أنا نحب نتبع النساء الناجحات في حياتهم ندي منهم الخبرة، وبعض المشاكل نلقالها الحلول**) وفي حديث عن حدوث تغيير في الطريقة التي تتعامل بها مع هاته القضايا بعد مشاهدة مضامين اليوتيوب (**نعم بعض القنوات تعالج قضايا كيما الطلاق و المشاكل الأسرية ندو منها العبرة خاصة المجتمع دائما يلوم المرأة**) و في حديث عن المضامين التي زادت في وعيها الاجتماعي **(المضامين الاجتماعية والتعليمية التوعية**) و في حديث عن تقييمها لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي وتطوير مهاراتها (**نشوفو ساهل ورائع**) وعن الثقة في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة محتوى الفيديو **(نثيق فيها)** وفي حديث عن مساهمة مضامين اليوتيوب في تعزيز دور المرأة في المجتمع (**مادامت تتعلم منو ما ينفعها رايحة تنفع المجتمع**)

الحالة رقم 06

في حديث عن عن القضايا الإجتماعية التي تثير اهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب " **تعلمت من بعض النساء الناجحات ، تعلمت أشياء تنفع أسرتي و داري و أولادي**) وفي حديث عن حدوث تغيير في الطريقة التي تتعامل بها مع هاته القضايا بعد مشاهدة مضامين اليوتيوب (**يتحسن أعمال المرأة في دارها**) وفي حديث عن المضامين التي زادت في وعيها الاجتماعي **(المضامين الاجتماعية و الأسرية ، الدينية ، التعليمية**) و في حديث عن تقييمها لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي وتطوير مهاراتها (**موقع مليح للمرأة الي تحب تتعلم في أي ميدان ماتسحق حتى واحد**) وعن الثقة في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة محتوى الفيديو **(نثيق في القنوات المعروفين والي عندهم متابعين بكثرة**) وفي حديث عن مساهمة مضامين اليوتيوب في تعزيز دور المرأة في المجتمع (**يقدملها مساعدة و يسهلها أمورها و بالتالي يزيد دورها في المجتمع نتاعها**)

الحالة رقم 07

في حديث عن عن القضايا الإجتماعية التي تثير اهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب " **قضايا تخص المرأة في حياتها وتعاملها مع الناس و خاصة كيفاش تستقل بذاتها و تنجح في مستقبلها**) وفي حديث عن التغيير في الطريقة التي تتعامل بها مع هاته القضايا بعد مشاهدة مضامين اليوتيوب (**نستفيد ونعرف الي ماكنتش نعرفها)** وفي حديث عن المضامين التي زادت في وعيها الاجتماعي **(والعلمية وحتى التثقيف والتوعية**) و في حديث عن تقييمها لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي و تطوير مهاراتها (**بالنسبة ليا موقع رائع و دائما راني نتبع فيه خاصة في أمور تخص المرأة**) وعن الثقة في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة محتوى الفيديو **(نشوف أثر من محتوى باش نجرب و خاصة لما تكون قناة**

معروفة و مجربة من قبل) و في حديث عن مساهمة مضامين اليوتيوب في تعزيز دور المرأة في المجتمع **(أكيد حسن مستوى المرأة في حاجات كثيرة و لي بغاتها تتعلمها منو)**

الحالة رقم 08

في حديث عن القضايا الإجتماعية التي تثير اهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب " **كل ما يخص المرأة في حياتها اليومية ،نتبع صانعات المحتوى الي نجحو في حياتهم)** وفي حديث عن حدوث تغيير في الطريقة التي تتعامل بها مع هاته القضايا بعد مشاهدة مضامين اليوتيوب **(مرات تتضح لي بعض الأمور الي كنت مانعرفهاش)** وفي حديث عن المضامين التي زادت في وعيها الاجتماعي **(المضامين الأسرية ، التثقيف ، و العلمية و حتى التوعية الصحية)** و في حديث عن تقييمها لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي و تطوير مهاراتها **(هو موقع كل النساء تستعملو خاصة في بعض المناسبات الأعراس ،رمضان ، الإختبارات نقري من الأولاد)** و عن الثقة في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة محتوى الفيديو **(نتبع القنوات الي عندها مشاهدات كثيرة)** و في حديث عن مساهمة مضامين اليوتيوب في تعزيز دور المرأة في المجتمع **(يساعدها تقوم بواجباتها بأحسن صورة و تحاول تنفع أسرتها و المجتمع)**

الحالة رقم 09

في حديث عن القضايا الإجتماعية التي تثير اهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب " **القضايا الي فيها حلول للمشاكل الأسرية و تربية الأطفال)** و في حديث عن حدوث تغيير في الطريقة التي تتعامل بها مع هاته القضايا بعد مشاهدة مضامين اليوتيوب **(أكيد نزيد في معلوماتي والتعامل الجيد مع أسرتي)** وفي حديث عن المضامين التي زادت في وعيها الاجتماعي **(المضامين الأسرية ، التثقيف ، والعلمية)** و في حديث عن تقييمها لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي وتطوير مهاراتها **(تقريب أغلب الأشياء تعلمتهم منو)** وعن الثقة في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة محتوى الفيديو **(أثق خاصة إذا كان القناة معروفة)** و في حديث عن مساهمة مضامين اليوتيوب في تعزيز دور المرأة في المجتمع **(نعم يعلمها الي تحتاجها و مجاني و تفهم الي ماعرفتهاش)**

الحالة رقم 10

في حديث عن القضايا الإجتماعية التي تثير اهتمام المرأة الماكثة في البيت على موقع اليوتيوب " **يساعد المرأة على المسؤولية خاصة كي تشوف المختصين و تتعرف على بعض الآفات الي في مجتمعها على**

الأقل تحمي أسرتها) و في حديث عن حدوث تغيير في الطريقة التي تتعامل بها مع هاته القضايا بعد مشاهدة مضامين اليوتيوب **(وليت عندي معرفة ببعض القضايا على الأقل نوعي أولادي و أسرتي)** و في حديث عن المضامين التي زادت في وعيها الاجتماعي **(المضامين الأسرية ، التثقيف ، والعلمية و حتى التوعية الصحية)** و في حديث عن تقييمها لليوتيوب كأداة للتعلم الذاتي وتطوير مهاراتها **(موقع رائع ما نقدرش نستغنى عليه)** وعن الثقة في المفاهيم الجديدة بعد مشاهدة محتوى الفيديو **(الي نرتاحلها تتناسب مع مبادئي و أفكاري نثيق فيها)** و في حديث عن مساهمة مضامين اليوتيوب في تعزيز دور المرأة في المجتمع **(أكيد مادامت تتعلم الأمور الدينية و الإستشارات في تربية أولادها وتهتم بدارها ، و هذا يرجع لطريقة إستغلالها لهذا الموقع).**

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على فاعلية اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي للمرأة الماكثة في البيت. من خلال إجراء مقابلات مع 10 نساء من ولاية ورقلة يستخدمن موقع اليوتيوب معتمدين على منهج البحث الميداني ، و تم تحليل مضمون المقابلات الميدانية بتقنية تحليل المحتوى . و قد توصلت نتائج الدراسة الى أن تنوع المحتوى المتاح على اليوتيوب ساهم في الإشباع المعرفي و التواصلي للمراة.

كما أن مضامين قنواته زادت من وعيها الاجتماعي لديها، بالإضافة إلى ذلك أظهرت الدراسة أن اليوتيوب يمثل وسيلة فعالة لإكتساب المرأة مهارات إجتماعية ساعدتها في تحقيق أهدافها.

الكلمات المفتاحية : فاعلية، اليوتيوب، التعلم الذاتي، المرأة الماكثة في البيت.

Abstract:

The aim of this study was to examine the effectiveness of YouTube in developing self-learning skills for women who stay at home. By conducting interviews with 10 women from the state of Ouargla who use the YouTube platform, relying on the field research approach, the content of the interviews was analyzed using content analysis techniques. The study found that the diversity of available content on YouTube contributed to the cognitive and communicative satisfaction of women. Additionally, the content of the channels increased their social awareness. Furthermore, the study showed that YouTube represents an effective means for women to acquire social skills that helped them achieve their goals.

Key words: Effectiveness, YouTube, Self-learning, women who stay at home.