

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة بعنوان:

اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب
دراسة ميدانية على عينة من نساء بلدية ورقلة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في مسار العلوم
الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إشراف:

.قانة مسعود

من إعداد الطالبتين:

. فولاني أم كلثوم

. كسيكيس صبرينة

السنة الجامعية: 2026/2025

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة بعنوان:

اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب
دراسة ميدانية على عينة من نساء بلدية ورقلة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في مسار العلوم
الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إشراف:
.قانة مسعود

من إعداد الطالبتين:
. فولاني أم كلثوم
. كسيكيس صبرينة





شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف المرسلين أما بعد:

فإننا نشكر الله العلي القدير أولاً وأخراً على توفيقه لنا بإتمام هذه الدراسة فهو عز وجل أحق بالشكر والثناء وأولى بهما انطلافاً من قوله صلى الله عليه وسلم من لا يشكر الناس لا يشكر الله واعترافاً منا لأهل الفضل الذين علمونا الكثير نتقدم بالشكر والثناء العاطر وجميل الوفاء لكل من أسدى لنا أو أفادنا بتجربة أو قدم لنا رأياً أو توجيهاً أو توضيحاً نخص بالشكر الجزيل الأستاذ الفاضل فلقد وجدناه نعم المرشد والذي منحنا الكثير من وقته وصبره وأحاطنا بملاحظاته القيمة لهذه المذكرة فلولا تفضله علينا لما استطعنا إتمام هذه المذكرة نسال الله أن يطيل في عمره وينير في دربه

كما نتوجه بجزيل الشكر إلى السادة الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة على تكريمهم بقبول مناقشة هذه المذكرة وإبداء ملاحظاتهم وآرائهم القيمة والتي ستثري هذا العمل.

وفي الأخير نسال الله العلي القدير التوفيق للجميع وان ينتفع الجميع من هذه المذكرة.





الاهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد:
الحمد لله الذي وفقنا لنتمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه نهدي ثمرة
الجد والنجاح بفضلته تعالى للوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نورا لدربنا
لكل العائلتين الكريمتين اللتين ساندتنا ولا تزال من إخوة من أخوات إلى رفيقات المشوار
اللاتي قاسمنا لحظاتهم رعاهم الله ووفقهم
إلى الأستاذ الذي قام بالإشراف والصبر علينا
إلى كل من لهم اثر على حياتنا
وكل من أحبهم قلبنا ونسيهم قلمنا أسعدهم الله ورعاهم
الشكر موصول لكل من ساهم ولو بحرف جزاه الله خير الجزاء

فولاني أم كلثوم
كسيكيس صبرينة



ملخص الدراسة:

تعالج هذه الدراسة موضوع اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب "نساء بلدية ورقلة" ولقد اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد فالواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، كما اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان في جمع البيانات تم توزيعها على عينة قصدية قوامها 100 مفردة من مجتمع البحث والمتمثل في نساء بلدية ورقلة.

تمثلت أهم أهداف هذه الدراسة في:

. التعرف على عادات وأنماط استخدام نساء بلدية ورقلة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب.

. التعرف على دوافع استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب.

. معرفة كيف يقيم أفراد العينة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب.

. وبعد تفريغ النتائج وتحليلها وتفسيرها توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. اغلب نساء بلدية ورقلة أحيانا ما يتابعن المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب في الفترة المسائية والليلية خلال مدة زمنية محددة تقل من ساعة ، وذلك باستخدام الهاتف الذكي .

2. أن دوافع أفراد العينة تختلف في استخدام المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب وتتمثل في

التثقيف والبحث عن المعرفة والتدابير المنزلية وتقل عند الترفيه وتحمل مقاطع الفيديو .

3. يرى أفراد العينة أن المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب تتيح المعرفة والتثقيف والتنمية الذاتية بينما تختلف آرائهن حسب هذه المضامين أنها قد تسبب في ضياع الأوقات والانشغال عن أشغال البيت بينما تحذر ثلث أفراد العينة من وجود مضامين قد تؤثر سلبا عن المتابعات نظرا لأنها تحمل ثقافات مغايرة عن الثقافات المحلية.

الكلمات المفتاحية:

الاتجاهات، المرأة الجزائرية، مضامين المرأة عبر اليوتيوب.

Study summary:

This study addresses the attitudes of Algerian women towards women's content on YouTube (specifically, women in the municipality of Ouargla). We adopted a descriptive approach, which focuses on studying the phenomenon as it exists in reality and providing a precise description. Data was collected using a questionnaire distributed to a purposive sample of 100 women from the research population, namely the women of Ouargla.

The main objectives of this study were to identify the habits and patterns of women in Ouargla using women's content on YouTube, to understand the motivations behind their use of such content, and to determine how the women in the sample evaluate it.

- 1- Women in the municipality of Ouargla sometimes follow women's content on YouTube during the evening and night for a specific period of time less than an hour using their smartphones.
- 2- The motives of the sample group differ in their use of women's content on YouTube, which includes entertainment, seeking knowledge, and household tips, and less so when it comes to entertainment and downloading videos.
- 3- The sample group believes that women's content on YouTube provides knowledge, while opinions vary depending on the content. Some believe it may cause a waste of time and distract from household chores, while a third of the sample group warns that there is content that may negatively affect female viewers because it carries cultures different from local cultures.

Keywords:

Trends, Algerian women, women's content on YouTube.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	البسمة
I	شكر وعرفان
II	الإهداء
III	ملخص الدراسة
V	فهرس المحتويات
VII	فهرس الجداول
أ	مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

3	1. الإشكالية وتساولاتها
4	2. أسباب اختيار الموضوع
4	3. أهداف الدراسة
4	4. أهمية الدراسة
4	5. مفاهيم الدراسة
6	6. المنهج المتبع
7	7. أدوات جمع البيانات
9	8. حدود الدراسة
9	9. مجتمع البحث وعينة الدراسة
10	10. الدراسات السابقة
15	11. الخلفية النظرية

الفصل الثاني: الإطار الميداني

20	1. التعريف بميدان الدراسة
22	2. عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة
31	3. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الأسئلة الفرعية

31	4. مناقشة نتائج الدراسة على ضوء نتائج الدراسات السابقة
34	5. خاتمة
34	6. التوصيات
36	7. قائمة المراجع
39	8. الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع العينة حسب السن	21
02	يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	23
03	يبين توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية	23
04	يبين توزيع العينة حسب المهنة	24
05	يبين توزيع العينة حسب عبارة تستخدم المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب	25
06	يبين توزيع العينة حسب عبارة معدل الساعات التي تقضيها في تصفح المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب	25
07	يبين توزيع العينة حسب عبارة الفترة التي تستخدم فيها المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب	26
08	يبين توزيع العينة حسب عبارة الجهاز الذي تستخدمينه غالبا لتصفح محتوى اليوتيوب	26
09	يبين توزيع العينة حسب عبارة مع من تستخدمين اليوتيوب لتصفح المضامين المتعلقة بالمرأة.	27
10	يبين توزيع العينة حسب عبارة أين تفضلين متابعة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب:	27
11	يبين توزيع العينة حسب عبارة ماهي المواضيع المتعلقة بالمرأة التي تفضلينها عبر اليوتيوب	28
12	يبين دوافع استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب	29
13	يبين كيف يقيم أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب	30

مقدمة

مقدمة:

إن الحديث عن المرأة يعد من أكثر المواضيع المهمة والضرورية التي يجب تسليط الضوء عليها باعتبارها عنصرا فعالا في المجتمع، فهي تلعب دورا حيويا في مختلف المجالات إما داخل الأسرة أو الحياة، إذ ترتبط حياتها اليومية بسلوكيات متعددة ذات أغراض اجتماعية واقتصادية وغيرها. كما أن احتياجاتها تختلف من امرأة لأخرى وترتبط ارتباطا وثيقا مع الأدوار المختلفة داخل المجتمع. يعد اليوتيوب من بين شبكات التواصل الاجتماعي باعتباره موقعا يسمح لمستخدميه بمشاركة مقاطع الفيديو يسمح لأي شخص أن يقوم بفتح حساب خاص به وينشر فيه الفيديوهات التي يسعى إلى تحقيقها، بالإضافة إلى إمكانية التعليق والتفاعل مع المحتوى، حيث أصبح عدد مستخدميهم تزداد بكثرة في مختلف الفئات ومن هذا المنطلق تناولت هذه الدراسة اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب، وقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى فصلين كما يلي:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة: قمنا فيه بتحديد الإشكالية وتساؤلاتها الفرعية، أسباب اختيار الموضوع، الأهداف، الأهمية، تحديد المفاهيم، وعرض مختلف الإجراءات المنهجية للدراسة من منهج وأدوات جمع البيانات، مجتمع البحث وعينة الدراسة، الدراسات السابقة، الخلفية النظرية.

الفصل الثاني: الإطار الميداني: قمنا فيه بتعريف ميدان الدراسة، عرضنا من خلاله نتائج الدراسة بعد أن قمنا بتفريع البيانات في جداول وتحليل هذه الجداول لنصل في الأخير إلى نتائج نهائية للدراسة ومناقشتها على ضوء تساؤلات والدراسات السابقة وختمنا هذا الموضوع بخاتمة عامة حيث اجبنا عن التساؤل الرئيسي، كما تضمنت هذه الخاتمة مجموعة من التوصيات .

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1/ الإشكالية وتساؤلاتها

2/ أسباب اختيار الموضوع

3/ أهداف الدراسة

4/ أهمية الدراسة

5/ مفاهيم الدراسة

6/ المنهج المتبع

7/ أدوات جمع البيانات

8/ حدود الدراسة

9/ مجتمع البحث وعينة الدراسة

10/ الدراسات السابقة

11/ المقاربة النظرية للدراسة

1. الإشكالية وتساولاتها:

أتاحت التطورات التكنولوجية الجديدة قفزة نوعية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وذلك بفضل الانتشار الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها من أهم وسائل الاتصال الأكثر تداولاً في العالم، حيث قربت المسافات بين الشعوب وجعلت العالم قرية صغيرة، فمن خلال هذه الشبكات أصبح من السهل مواكبة التطورات الراهنة والتواصل مع الآخرين في أي مكان وزمان، كما أنها ساهمت بشكل كبير في نقل الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو، فمن أبرز هذه الشبكات نجد الفيس بوك والتويتر واليوتيوب وغيرها. يعتبر موقع اليوتيوب من أهم مواقع التواصل الاجتماعي المستعملة كثيراً والقائمة على التفاعلية، كونه يحتوي على الملايين من مقاطع الفيديو التي تختلف في مضامينها كالفديوهات الموسيقية، التعليمية، الثقافية، الاجتماعية، الدينية، الصحية، النفسية، وغيرها من المضامين الأخرى، بالإضافة إلى أنه يسهل عملية الوصول للمعلومات مجاناً والترفيه والتعليم في أي وقت، كما أنه يعتبر من بين المنصات التي تدعم العديد من الجوانب كالجانب الإبداعي أثناء مراحل صناعة المحتوى، وهذا الذي جعله موقع مثير للاهتمام من قبل مختلف فئات المجتمع من أهم فئات المجتمع المرأة الجزائرية التي تمثل الركيزة الأساسية في الروابط الإنسانية باعتبارها كائن عاقل، فلم تعد مهمتها مرتكزة على القيام بشؤونها المنزلية والأسرية فقط بل تعدت ذلك، الأمر الذي جعله عنصراً فعالاً في المجتمع، إلا أن احتياجاتها الإعلامية تختلف من مرآة لأخرى عبر اليوتيوب الذي أتاح لها الفرصة في مجالات عديدة كالطبخ والاستفادة من التطوير الذاتي لتنمية قدراتها الشخصي، ومن هذا المنطلق سنحاول في هذه الدراسة رصد اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب وذلك من خلال دراسة على عينة من نساء بلدية ورقلة للإجابة عن التساؤل الرئيسي:

ماهي اتجاهات المرأة الوركلية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

. تساؤلات الدراسة:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام نساء بلدية ورقلة للمضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب؟
2. ماهي دوافع استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟
3. كيف يقيم أفراد العينة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

2.1/الأسباب الذاتية:

- كوننا ننتمي لمجتمع البحث.
- ميولنا لمنصة اليوتيوب والرغبة في دراستها.
- الفضول في معرفة سبب كثرة اهتمام المرأة لاستخدام اليوتيوب.

2.2/الأسباب الموضوعية:

- انتماء الموضوع بالتخصص " اتصال جماهيري "
- تنامي استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي .
- حدة الموضوع وقلة الدراسات فيه.

3-أهداف الدراسة:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام نساء بلدية ورقلة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب.
- التعرف على دوافع استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب.
- معرفة كيف يقيم أفراد العينة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب.

4-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية هذا الموضوع وجديته بالنظر لدور البارز والفعال الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي بالأخص اليوتيوب، ويستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة فئة النساء اللواتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي لمساعدتهن على قضاء شؤون حياتهن من تربية أبناء، ترتيب البيت، الطبخ.... الخ وهذا ما يشكل رأيا عام لديهن وتقييما لأداء صانعات المحتوى الموجه للمرأة عبر اليوتيوب .

5-مفاهيم الدراسة:

1. الاتجاه:

- 1.1: لغة: وجه، انقاد واتبع ،يقال: قاد فلان فوجه: انقاد واتبع، اتجه إليه.¹

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية للنشر، مصر، 2004، ص1015.

1.2: اصطلاحاً: عرف البورت ALLPORT الاتجاه بأنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي لتنظم من خلال خبرة الشخص وتكون ذات توجيه أو تأثير دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تثيرها هذه الاستجابة.¹

3.1: إجرائياً: هو الطريق أو المسار الذي يتخذه الإنسان نحو شيء معين.

2. المرأة الجزائرية:

1.2: لغةً: من مرا / اسم من مرئ الطعام ، وجمع نسوة من غير لفظها وهي مؤنث الرجل.²

2.2: اصطلاحاً: يعرف Michel Andrée ربة البيت أنها المرأة التي تختص بنوعية عمل معين داخل البيت بدءاً بالترتيب والتنظيف والطبخ وصولاً إلى تربية الأولاد وخدمة أفراد العائلة خاصة الزوج، وهي المرأة المتزوجة غير العاملة في قطاعات أخرى تهتم فقط بعناية بيتها وشؤون أسرته وإدارة أمور حياتهم فقط لما تراه مناسب.³

3.2: إجرائياً: هي كائن قائم بحد ذاته لديها العديد من الأدوار المختلفة في المجتمع .

3. المضامين: قال ابن منظور في لسان العرب "ضمنه: أودعه فيه أو أحرز، والمضامين: مافي بطون الحوامل من كل شيء ، ويقال: ضمن الشيء بمعنى تضمنه، ومنه قولهم مضمون الكتاب كذا وكذا".
- وجاء في المعجم الوسيط: "تضمن الوعاء الشيء احتواه واشتمل عليه وتضمنت العبارة معنى: أفادته بطريق الإشارة أو الاستنباط".⁴

1.3: إجرائياً: يمكن تعريفها على أنها المحتوى الجوهرى المراد إيصاله والاستفادة منه .

4: اليوتيوب:

1.4: لغةً: هي كلمة مشكل من كلمتين "you tube" أي وعائك ، أي مفردة لكلمة أوعية يعد كإعلام جديد الكتروني.⁵

2.4: اصطلاحاً: هو احد أنواع شبكات التواصل الاجتماعي بل وأهمها وأكثرها شيوعاً واستخداماً الذي مكن إنسان القرن الواحد والعشرون من التواصل مع العالم بالصوت والصورة من خلال إتاحتها لمستخدميه

¹ سناء حسن عماشة، الاتجاهات النفسية والاجتماعية . أنواعها ومدخل قياسها، ط1، مجموعة النيل للتوزيع، مصر، 2010، ص15.

² لويس معلوف ، المنجد في اللغة والإعلام، ط26، دار المشرق، بيروت، 1987، ص754.

³ عويسى كنزة ، بولحيلة دنيا، استخدامات المرأة الجزائرية لليوتيوب والاشباعات المحققة منها، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر اكايمي في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، بجيجل ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2021، صص، 8، 9.

⁴ سعد بن طفلة وآخرون، اتجاهات الشباب في دول مجلس التعاون، ط1، دار فرطاس للنشر ، الكويت، 2006، ص176.

⁵ علي حناي ، مباركة ضو، تعرض النساء الماكثات في البيت لقتوات اليوتيوب، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي ، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2023، ص8.

رفع مقاطع فيديو معينة متنوعة لغرضها ومشاركتها مع الآخرين وتوثيق كل ما يقع تحت سمعه وبصره وفي محيطه الذي يعيش فيه ونقل تجاربه وخبراته وأتراحه وأفراحه للآخرين، معلماً لهم ومتعلماً منهم وكذلك المشاركة بمقاطع أو مقاطع غيره والتفاعل مع الآخرين، فيعد جامعة الفقراء ومرجعهم العلمي والترفيهي والوثائقي والثقافي والاجتماعي والسياسي والفني والديني والبيئي والرياضي وغير ذلك مما تطلبه حاجة اللحظة أو مما تمر به ظروف في حياتك اليومية.¹

• يقوم اليوتيوب على فكرة مبدئية هي، بث لنفسك أو ذع لنفسك، يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى وهو مكان شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني يتضمن الموقع أنواعاً لا حصر لها من كليات الفيديو والتلفزيون والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية.²

• كما يعرف اليوتيوب YOU TUBE بأنه موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.³

3.4: إجرائياً: يعرف موقع اليوتيوب انه موقع الكتروني يتم استخدامه للعديد من الاستخدامات والاتجاهات المختلفة.

6- المنهج المتبع:

• تعد خطوة اختيار المنهج مهمة وضرورية في أي بحث علمي محل الدراسة، ولهذا يجب على الباحث القائم بالدراسة انتقاء واعتماد المنهج العلمي الملائم لطبيعة ونوعية دراسته للحصول على نتائج مضبوطة ودقيقة.

• يعرف المنهج العلمي لغة: بأنه الطريق أو المسلك .

• أما اصطلاحاً: فقد عرف معاني ومفاهيم عديدة ومتنوعة يعرفه محمد بدوي بأنه مجموعة القواعد التي يستعملها الباحث لتفسير ظاهرة معينة بهدف الوصول إلى الحقيقة العلمية، أو انه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.

• ومن جهة أخرى يعرف الدكتور عامر مصباح المنهج العلمي بأنه مجموعة الخطوات العلمية الواضحة

¹ عبد الباسط محمد أخطامي، مهدي محمد حيدر، استخدامات طلبة الجامعات الخليجية واليمينية لموقع اليوتيوب والاشباعات المحققة منه، (2024)، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد 17، جامعة الصنعاء، اليمن، ص 52.

² عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، د ط، دار شروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 216.

³ مروي عصام صلاح، الإعلام الالكتروني الأسس وأفاق المستقبل، د ط، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 204.

- والدقيقة التي يسلكها الباحث في مناقشة أو معالجة ظاهرة اجتماعية أو سياسية أو إعلامية معينة.¹
- وحسب بعض المهتمين والعلماء فإن المنهج العلمي: هو جملة المبادئ والقواعد والإرشادات التي يجب على الباحث إتباعها من بداية البحث إلى نهايته بغية الكشف عن العلاقات العامة والجوهرية والضرورية التي تخضع لها الظواهر موضوع الدراسة.
 - اماموريس أنجريس فيعرف المنهج العلمي بأنه: عبارة عن جواب لسؤال "كيف؟" تصل إلى الأهداف فيحين أن التقنيات تشير إلى الوسيلة التي يتم استخدامها للوصول إلى هذه الأهداف .
 - و**خلاصة القول** انه وان اختلفت استعمالات كلمة منهج في ألفاظها إلا أنها تدور في فلك معنى واحد هو الطريقة أو الأسلوب أو الكيفية أو الوسيلة التي تؤدي إلى الفرض المطلوب أو الغاية المعينة.²
 - ونظرا لطبيعة الموضوع المتمثل في اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بلمرأة عبراليوتيوب والأهداف التي تسعى لتحقيقها بناء على التساؤلات التي سعت الدراسة للإجابة عليها ،فان المنهج الوصفي هو المنهج المناسب لاعتباره من ابرز مناهج البحث العلمي حيث انه يستخدم في العديد من التخصصات العلمية والاجتماعية للحصول على البيانات والمعلومات ، وبالتالي فان المنهج الوصفي يعرف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد أو فترة أو فترات زمنية معينة، وذلك من اجل الحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع معطيات الفعلية للظاهرة.
 - كما يمكن تعريفه بأنه وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية وكمية رقمية فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطوير يشمل عدة فترات زمنية.²

7- أدوات جمع البيانات :

- يحتاج الباحث العلمي إلى جمع البيانات من خلال تحديد طريقة تمكنه من تحقيق أهدافه في البحث، ففي نطاق دراستنا اعتمدنا على أداة الاستبيان بناء على طبيعة الموضوع والمنهج المتبع ونظرا لما يوفره من سهولة في جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة.

¹ كتاب جماعي، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين . ألمانيا، 2019، ص ص 14-13.

² سماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة . مصر، 2017، ص53.

الاستبيان: لغة: كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر ،بمعنى أوضحه وعرفه، والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر ،وهو ترجمة للكلمة الانجليزية questionnaire .

اصطلاحا: يمكن تعريفه انه عبارة عن مجموعة من الأسئلة تتوافق مع محاور الظاهرة قيد الدراسة وتكون ملمة بها والتي يمكن التوصل من خلالها إلى حقائق تلامس الواقع .كما يعرف بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد ويجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها.

يعرف أيضا انه نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي تدور حول موضوع ما يتم إرساله إلى المبحوثين بطريقة أو بأخرى ليجيبوا على هذه الأسئلة ثم إعادته ثانية إلى الهيئة المشرفة على البحث.¹ كما يعرف انه مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين ،ويعد من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات خاصة في العلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد ومن أهم ما يتميز به هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث.²

حيث تضمنت استمارة الاستبيان التي استخدمناها في دراستنا على 26 سؤال مقسمين على أربع محاور:

- المحور الأول: البيانات الشخصية: السن ،المستوى التعليمي ،الحالة الاجتماعية.
- المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام نساء بلدية ورقلة للمضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب؟
- المحور الثالث: دوافع استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟
- المحور الرابع: كيف يقيم أفراد العينة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

تحكيم الاستمارة:

بعد الانتهاء من إعداد أسئلة الاستمارة قمنا بعرضها على مجموعة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة وذلك لتعديل ما يرونه مناسب ،إما بلحذف أو الإضافة واقتراح ،حيث تم تحكيمها قبل توزيعها من قبل:

الأستاذ الزاوي محمد الطيب أستاذ مساعد (أ).

الأستاذ قندوز عبد القادر أستاذ محاضر (ب).

الأستاذة سعداوي فاطمة الزهراء أستاذة محاضرة (ب).

فكانت ملاحظاتهم كما يلي:

. إعادة صياغة بعض العبارات وترتيب بعض العبارات وحذف عبارات أخرى.

¹ احمد الحمزة ،(2023) ،الاستبيان كأداة للبحث العلمي واهم تطبيقاته ،المجلة الجزائرية للأمن والتنمية،المجلد12،العدد03،جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي.

² محمد عبيدات وآخرون ،منهجية البحث العلمي والقواعد والمراحل والتطبيقات ،ط2،دار وائل للنشر ، عمان، 1999،ص63.

. اقتراح بعض التعديلات في المحاور الأخرى .
 . وبعد التحكيم وتصحيح النهائي لهذه الأداة قمنا بالنزول إلى الميدان وتوزيع الاستبيان على عينة يبلغ عددها 100 مفردة في شهر ابريل وبعد استرجاع الاستبيانات من المبحوثين قمنا بفحصها ومن ثم قمنا بتفريغها في برنامج Spss.

8- حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تمثل النطاق الجغرافي أو مكان إجراء البحث والدراسة أنها قد أجريت هذه الدراسة لاتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب بولاية ورقلة .
الحدود البشرية: تمثلت في الأشخاص الذين يشملهم البحث ،حيث يقتصر البحث على الإناث فقط اللواتي موقعهن مدينة وبلدية ورقلة بشتى مستوياتهن اللواتي يستخدمن موقع اليوتيوب ،وقد تم التركيز في دراستنا هذه على عينة من مجتمع البحث الأصلي البالغ عددهم 100 مفردة.
الحدود الزمنية: تمثلت في الفترة الزمنية بداية من الاستمارة وتقويمها وتحكيمها من قبل الأساتذة المحكمين ومن ثم ضبطها وتعديلها وفق توجيهاتهم لنا ثم توزيعها على المبحوثين وتفريغها بداية من أواخر ابريل إلى غاية أوائل ماي.

9-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ:مجتمع البحث: ينبغي أن تتضمن الخطة بيانات عن مجتمع البحث الأصلي والعينة المختارة، فيقصد بمجتمع البحث جمع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء كانت هذه المفردات بشرا أم مؤسسة أم أنشطة تربوية وغير ذلك.

ب:العينة: هي مجموعة من أفراد المجتمع الذين يختارهم الباحث ليكونو هم مصدر جمع بياناته أثناء تنفيذه لبحثه ،وتتم عملية اختيار العينة أو تحديدها وفق أسس علمية وأساليب خاصة تتناسب مع موضوع وهدف البحث.¹

كما تعرف العينة على أنها جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة،يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.²
 وعليه فإننا اخترنا عينة تتكون من 100 مفردة من نساء بلدية ورقلة تتمثل هذه العينة في العينة القصدية.

¹ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث العلمي، ط1، دار الكتاب الجامعي، 2017، ص43.

² رحيم يونس، كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2008، ص161.

تعريف العينة القصدية: يختار الباحث المفردات في هذه العينة بطريقة عمدية طبقا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث، مثل دراسة آراء واتجاهات أعضاء هيئة التدريس المتخصصين أو معدي البرامج التعليمية أو البرامج التعليمية في القنوات الفضائية.¹

. تعرف أيضا: أنها يكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث، وحسب طبيعة بحثه بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة أو أهداف الدراسة المطلوبة مثال ذلك اختيار الطلبة الذين تكون معدلاتهم في الامتحان النهائي جيد جدا فما فوق فقط، لان هدف الدراسة هو معرفة العوامل التي تؤدي إلى التفوق عند هذا النوع من الطلبة مثلا.²

10. الدراسات السابقة:

1- دراسة عويسي كنزة وبوالحيلة دنيا بعنوان: استخدامات المرأة الجزائرية لليوتيوب والاشباعات المحققة منها، دراسة ميدانية لعينة من النساء الماكثات في البيت بولاية جيجل.

تمثلت إشكالية الدراسة في التساؤل المحوري: ماهي استخدامات المرأة الجزائرية الماكثة في البيت؟ وماهي الاشباعات المحققة منها؟

وقد تفرعت عنه عدة تساؤلات هي:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية الماكثة في البيت لليوتيوب؟
 2. ماهي دوافع استخدام المرأة الجزائرية الماكثة في البيت لليوتيوب؟
 3. ماهي الاشباعات المعرفية الوجدانية والسلوكية المحققة من استخدام المرأة الجزائرية الماكثة في البيت لليوتيوب؟
- وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية الماكثة في البيت لليوتيوب والتعرف على دوافع استخدامه والاشباعات المعرفية الوجدانية والسلوكية المحققة من استخدام المرأة الجزائرية الماكثة في البيت لليوتيوب.

¹واعتمدت الطالبتين في دراستهم على دراسات سابقة تناولت موضوع بحثهم أبرزها:

دراسة بعنوان: استخدام النساء الماكثات في البيت للفيديو بوك، دراسة ميدانية لعينة من النساء الماكثات في البيت لمنطقة بني منتور.

دراسة بعنوان: استخدام الطلبة الجزائرية لليوتيوب والاشباعات المحققة منه.

دراسة بعنوان: استخدام المرأة الماكثة بالبيت الفيديو بوك والاشباعات المحققة منه.

¹ سعد سلمان المشهداني، المرجع السابق ص80.

² در محمد، (2016)، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، المجلد1، العدد9، جامعة عمار تليجي. الاغواط، ص315.

دراسة بعنوان: استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت.

كما أن الباحثين اعتمدوا على المنهج المسحي وأداة الاستبيان في جمع البيانات والمعلومات.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

. اغلب النساء الماكثات في البيت اللواتي يستخدمن موقع اليوتيوب يتراوح أعمارهن ما بين 20 و 31 سنة.

. كما أظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثات يستخدمن الموقع من ساعة إلى 3 ساعات.

. أظهرت نتائج الدراسة أن اغلب المبحوثات ذات المستوى المتوسط يستخدمن الهاتف الذكي للولوج إلى الموقع.

. أكدت الدراسة أن دافع استخدام المرأة الماكثة في البيت لليوتيوب هو دافع التعليم والتثقيف.

. تبين النتائج أن المبحوثات يستخدمن موقع اليوتيوب بحسب الظروف.

. اغلب المبحوثات لا يملكن قناة خاصة بهن.

. أظهرت الدراسة أن اليوتيوب يحقق اشباعات معرفية للمرأة الماكثة في البيت.

. اغلب المبحوثات يحقق لها اليوتيوب اشباعات دون اللجوء إلى تطبيقات أخرى.

. أظهرت النتائج أن نقائص اليوتيوب هي غياب الرقابة.

2- دراسة عليه حناي ومباركة ضو بعنوان: تعرض النساء الماكثات في البيت لقنوات اليوتيوب، دراسة ميدانية في ضوء الاستخدامات والاشباعات على عينة من النساء الماكثات في البيت بولاية الوادي.

تمثلت إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي المحوري: إلى أي مدى تتعرض النساء الماكثات في البيت لقنوات اليوتيوب؟ وماهي الاشباعات المحققة منه؟

وتفرعت عن عدة تساؤلات هي:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام وتعرض النساء الماكثات في البيت لقنوات اليوتيوب؟
2. ماهي دوافع النساء الماكثات في البيت من استخدام قنوات اليوتيوب؟
3. ماهي الاشباعات المحققة من تعرض النساء الماكثات في البيت لمحتوى قنوات اليوتيوب؟

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام ومشاهدة النساء الماكثات في البيت لقنوات اليوتيوب، الكشف عن أهم الدوافع والغايات من استخدام النساء الماكثات في البيت لقنوات اليوتيوب، التعرف على أهم الاشباعات المحققة من استخدام النساء الماكثات في البيت لقنوات اليوتيوب.

وقد اعتمدت الطالبتين في دراستهم على دراسات سابقة تناولت موضوع بحثهم أبرزها:

دراسة بعنوان: استخدام اليوتيوب من طرف النساء الماكثات في البيت ،دراسة على عينة من الماكثات في البيت في ولاية لبويرة.

دراسة بعنوان: استخدام النساء الماكثات بالبيت للفيديو بوك ،دراسة ميدانية لعينة من النساء الماكثات بالبيت ببني ثور .

دراسة بعنوان: واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي.
دراسة بعنوان: استخدام المرأة الماكثة بالبيت الفيسبوك و الاشباكات المحققة منه.
كما أن الباحثين اعتمدوا على المنهج المسحي وأداة الاستبيان والملاحظة العلمية في جمع البيانات والمعلومات.
وقد خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

. اغلب النساء الماكثات في البيت لولاية الوادي اللواتي يتعرضن لقنوات اليوتيوب متزوجات وقد تتراوح أعمارهن من 27 فما فوق ومتقافات على حسب النتائج أن مستواه الدراسي الثانوي.
. أكثرهن يتعرضن لليوتيوب باستخدام الهاتف الذكي في أوقات متفرقة.
. كذلك أكثر المستخدمات لقنوات اليوتيوب يتعرضن بمفردهن خلال مدة زمنية قصيرة وهي أقل من ساعة.
. من بين المضامين التي تفضلها النساء الماكثات في البيت لولاية الوادي خاصة في مجال الطبخ، وأيضا يستخدمه بدافع زيادة المعرفة والدراسات ومن بين خصائص موقع اليوتيوب التي تدفعهن لاستخدامه هي سهولة استعماله.

. أن المرأة الماكثة في البيت السوفية بحاجة إلى المحتوى الثقافي أكثر من غيره وأثبتت أن كيفية إحساسها عند تعرضها لقنوات اليوتيوب الراحة النفسية بنسبة عالية.
. أثبتت أن استخدام اليوتيوب لا يؤثر في معظم النساء الماكثات في البيت ورغم اهتماماتهن به إلا أنهن لا يدفعهن ذلك لإنشاء قناة خاصة بهن.
. أيضا أكدت أن موقع اليوتيوب أحيانا ما يحقق اشباكات المرأة السوفية الماكثة في البيت المتمثلة في زيادة المعرفة ومن ناحية الاشباكات النفسية الراحة والإحساس بالمتعة والاشباكات الحياتية هي البحث عن صفات الطبخ والاجتماعية تسهيل عملية التواصل.

3- دراسة نورة حفناوي بعنوان: المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لعينة من صفحات شبكات الفيس بوك.

تمثلت إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي: ما طبيعة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال صفحة شبكة الفيس بوك ؟

وقد تفرعت منه عدة تساؤلات هي:

من حيث الشكل:

1. ماهي شكل المضامين الخاصة بالمرأة على صفحات الفيس بوك؟
2. ماهي الألوان التي استعملت في المضامين الخاصة بالمرأة على صفحات الفيس بوك؟
3. ماهي مصادر المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبكة الفيس بوك؟

من حيث المضمون:

1. ماهي المواضيع الخاصة بالمرأة من خلال صفحات الفيس بوك؟
 2. ماهي أساليب معالجة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبكة الفيس بوك؟
 3. من هو الجمهور المستهدف من هذه المضامين من خلال الشبكة؟
 4. ماهي القيم المعبرة عنها من خلال المضامين الخاصة بالمرأة على صفحات شبكة الفيس بوك؟
- وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال صفحات الفيس بوك .
- . كشف شكل المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبكة الفيس بوك.
- . اكتشاف الألوان التي استعملت في المضامين الخاصة بالمرأة على صفحات الفيس بوك .
- . معرفة مصادر المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبكة الفيس بوك .
- . التعرف على الجمهور المستهدف من هذه المضامين من خلال الشبكة.
- . تبيان القيم المعبرة عنها من خلال المضامين المطروحة على صفحات الفيس بوك.
- وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على دراسات سابقة تناولت موضوع بحثها بأطرافه المختلفة أبرزها:
- دراسة بعنوان: قضايا السعوديات في الفيس بوك دراسة حالة قروب خلوها تعدي .
- كما أن الباحثة اعتمدت على المنهج المسحي باعتباره يسعى لدراسة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ،ويحدد ابرز المواضيع والأفكار التي تتضمنها هذه الشبكات في ظل تكنولوجيا الاتصال والإعلام الجديد.
- كما اعتمدت في جمعها للمعلومات والبيانات على أداة الملاحظة وتحليل المضمون واختيارها للعينة القصدية.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

يليهما الصورة من النص ثم الفيديو ،وهذا لان شكل 70%. أن الصورة هي أكثر الأشكال استخداما بنسبة الصورة أكثر ملائمة لهذا مواضيع حيث تتناسب مع خصائص الشبكة ،كما أنها الأسرع والأكثر إبلاغ من الكلمة أو الفيديو الذي يقل بسبب ارتباطه بروابط يصعب التحكم بها مع ضعف النية التحتية لشبكة الانترنت.

4-دراسة أمال بن الشيخ بعنوان:فاعلية اليوتيوب في تنمية مهارات التعلم الذاتي للمرأة الماكثة

في البيت دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات اليوتيوب تمثلت إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي:مافاعلية استخدام موقع اليوتيوب في التعليم الذاتي واكتساب مهارات المرأة الماكثة في البيت؟

وقد تفرعت لعدة فرضيات :

الفرضية العامة: يعتبر اليوتيوب أداة فعالة تمكن المرأة الماكثة في البيت من التعليم الذاتي واكتساب مهارات اجتماعية.

الفرضيات الجزئية:

1. يساهم تنوع محتوى المعلومات المتاحة على اليوتيوب في تحقيق الاشباعات المعرفية والتواصلية ، الاستقلالية في التعليم، تحمل المسؤولية ،الثقة في الفترات الشخصية للمرأة الماكثة في البيت.
 2. ساهمت مضامين قنوات اليوتيوب في زيادة الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة في البيت.
- وقد هدفت هذه الدراسة :
- . التعرف على تنوع محتوى المعلومات المتاحة على اليوتيوب وعلاقتها في تحقيق الاشباعات المعرفية والتواصلية للمرأة الماكثة في البيت.
- . التعرف على مضامين قنوات اليوتيوب ومساهمتها في زيادة الوعي الاجتماعي لدى المرأة الماكثة في البيت.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على دراسات سابقة تناولت موضوع بحثها أبرزها:

دراسة بعنوان:تأثير اليوتيوب على السلوك الشرائي للمرأة الجزائرية

دراسة بعنوان :استخدامات المرأة الجزائرية لاشهارات اليوتيوب والاشباعات المحققة "دراسة تحليلية على عينة من نساء مدينة أم البواقي"

دراسة بعنوان:استخدامات المرأة للمجموعات النسائية على موقع فيس بوك وعلاقتها بتطوير مفهوم الذات لديها.

كما أن الباحثة اعتمدت على المنهج البحث الميداني وقد تم استخدام هذا المنهج لأنه يكفل لنا جمع اكبر قدر ممكن من المعلومات والحقائق عن المهارات التي اكتسبتها المرأة من محتويات اليوتيوب بفرض تحليلها وتفسيرها.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن تنوع المحتوى المتاح على اليوتيوب ساهم في الإشباع المعرفي والتواصلية للمرأة كما أن مضامين قنواته زادت من وعيها الاجتماعي لديها ،بالإضافة إلى ذلك أظهرت الدراسة أن اليوتيوب يمثل وسيلة فعالة لاكتساب المرأة مهارات اجتماعية ساعدتها في تحقيق أهدافها.

11-المقاربة النظرية للدراسة:

1.1.1:مفهوم النظرية:

الاستخدام في اللغة:من استخدم استخداما ،أي اتخذ الشخص خادما ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام.

أما الاشباعات لغة:فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع(بكسر الشين) مثل عنب ضد الجوع ،وتدل على امتلاء في أكل وغيره وامرأة شبعي الذراع من النساء هي ضخمتة، وثوب شبيع الفزل أي كثيرة ،وشبيع العقل أي أوفره،والنشبع من يرى انه شبعان وليس كذلك ونظرية الاستخدامات

والاشباعات في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية وأورد مساعد المحيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على انه :ماتحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمطالبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة وذكر محمد عبد الحميد أستاذ الإعلام بجامعة حلوان أن الحاجة هي :افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده ،حالة من الرضا والإشباع ،والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية وذكر أن الدافع هو "حالة فسيولوجية أو نفسية توحد الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة".¹

11. 2:نشأة وتطور نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تعد "هيرتا هيرزوج" أول من قام بدراسة استخدام ربات البيوت للراديو عام 1944 بعنوان دوافع واشباعات الاستماع للسلسلات الصباحية في الإذاعة المسموعة، حيث حاولت التعرف على اشباعات ربات البيوت من الاستماع للراديو حيث أظهرت نتائج الدراسة أن هذه الاشباعات تتمثل في ثلاث فئات رئيسية هي: التحرر العاطفي ،إثارة الخيال ،الحصول على معلومات ويعد "الياهوكاتز" أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والاشباعات عندما كتب مقالا عن هذا المدخل سنة 1959 حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة وبذلك انتقى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية التي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية والتي تقوم على فكرة أن سلوك الأفراد يتحدد وفقا للآلية البيولوجية الموروثة، ونتيجة لان الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريبا بين كائن وآخر وتكون استجاباتهم للمثيرات المختلفة متشابهة، خاصة مع الاعتقاد بان متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقا للنفوذ وليس لأسباب منطقية ولكن مدخل لاشباعات له رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام وظهرت النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من تأليف "كاتز" و"بلومولر" وهذا الكتاب حول فكرة أساسية مفادها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من جانب آخر ،ومن وجهة نظرهما فان مدخل الاستخدام والاشباعات يعني:الأصول الاجتماعية، والاحتياجات التي يتولد عنها، التوقعات من وسائل الإعلام أو أي مصدر آخر تؤدي إلى:أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها اشباعات لاحتياجات، نتائج أخرى في الغالب تكون غير مقصودة.²

وقد مر مدخل الاستخدامات والاشباعات بثلاث مراحل يمكن تقسيمها كالاتي:

1. مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية): اهتمت بتقديم وصف لتوجهات الجماعة الفرعية لجمهور وسائل

¹ علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الإعلام، ط، دار اليازوري، ص 135-134.

² حياة كشيشب، سارة مصباحي، الاستخدامات الثقافية للإنترنت والاشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد للصادق بن يحيى، جيجل، 2020، ص 34-33.

الاتصال فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال، وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الأربعينات وإلى الخمسينات من القرن الماضي.

2. مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية): هي مرحلة ذات توجه ميداني حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية والتي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام وكان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينات من القرن الماضي.

3. مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية): كان التركيز فيها على الإشباع المحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال وتم إعداد قوائم الاستخدام والإشباع وامتدت هذه المرحلة من عقد السبعينات من القرن الماضي وحتى الآن.¹

11. 3: فروض النظرية

. أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال ،واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

. الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية .

. التأكد من أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون ،ووسائل الاتصال هي التي تخدم الأفراد .
يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام .

. الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.²

11. 4: أهداف النظرية:

1. تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم .

2. فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة.

3. معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال.³

11. 5: نماذج النظرية:

ا/ نموذج كاتز وزملاؤه 1974: يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم بها هي التي

¹ حياة كشيشب ،سارة مصباحي، المرجع السابق،ص ص 35-34.

² مصطفى يوسف كافي،الرأي العام ونظريات الاتصال،ط1،دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع ،عمان ،2015،ص ص 216-215.

³ عاطف عدلي العبد ،نهى عاطف العبد، نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية ، دط ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2011 ،ص 200.
مذكرة مكملة لنيل شهادة TV،في قناة نجمةDZ

تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام وإشباع الاحتياجات، إذ أن المواقف الاجتماعية يمكن أن تتسبب في التوتر والصراع الذي يشكل ضغطاً على الفرد مما يجعله يسعى إلى استخدام وسائل الإعلام.

ب/ نموذج روزنجرين 1947: يحدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في على هرم ماسلو مثل الحاجة إلى الصحة، الحب، القبول، تحقيق الذات في ارتباطها أكثر بنموذج الاستخدامات والاشباع مقارنة بالحاجات العضوية والحاجات النفسية مثل تحقيق الأمن، ويركز أيضاً على المشكلات التي تدفع الفرد إلى سلوك معين، وهذه المشكلات لا تتعارض مع الحاجات وتحتاج من الفرد إلى إدراك سبل حل هذه المشكلات وبالتالي تشكل قوة دافعة للتعرض من خلال اختيار أنماط حل المشكلات بجانب أنماط دافع الإشباع وكلاهما سوف تؤدي إلى الفعل الذي يتمثل في استخدام وسائل الإعلام أو أي سلوك آخر.¹

ج/ نموذج ويندال 1968: يعرض هذا النموذج العلاقة بين الاستخدامات والتأثيرات والربط بينهما، فقرار

استخدام وسائل الإعلام يأتي نتيجة عدة مراحل تتمثل في الآتي:

. تفاعل العلاقات الخارجية والذاتية بما فيها الاهتمامات والاحتياجات.

. رسم التوقعات وإدراك مضمون الرسائل الإعلامية.

. قرار استخدام الوسيلة الإعلامية بعد المفاصلة بينها وبين وسائل شغل وقت الفراغ الأخرى.²

11. 6: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباع:

وجه باحثون مجموعة من الانتقادات لنظرية الاستخدامات والاشباع أبرزها:

1. لا تصلح النظرية للتعميم لأن الاستخدامات والاشباع من وسائل الاتصال تختلف باختلاف الثقافات وباختلاف العوامل السكانية .
2. لا تستطيع النظرية تفسير السلوك الاتصالي بدقة فالمحتوى الاتصالي يحقق وظائف لبعض الأفراد في حين يسبب اختلالاً وظيفياً لأفراد آخرين.
3. هناك مشكلة تتعلق ببحوث الإشباع التي تركز على المحتوى حيث أنها تقوم بالنسبة إليهم على افتراض أن المضمون يشبع حاجات معينة لدى الجمهور رغم أن هذه المواد قد لا تكون هامة أو لا تشبع احتياجاً معيناً لدى الجمهور .
4. وصف بعض النقاد نظرية الاستخدامات والاشباع بأنها مدخل فردي مما يصعب ربطها بالبناءات الاجتماعية الأكبر .

¹ بسعو تيزيري، يحيياوي ديهيمة، دراسة الاستخدامات والاشباع لبرنامج مواهب الماستر في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة اكلي محند والحاج بالبويرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2021، ص ص 17-18.

² بسعو تيزيري، يحيياوي ديهيمة، المرجع السابق، ص 19.

5. يعتقد بعض النقاد أن النظرية يشوبها غموض في بعض عناصرها ومحدداتها ،ويصفون النظرية أنها مجرد أسلوب لجمع البيانات.¹
6. تعاملت النظرية مع فئات عامة من المضمون في حين يعد اختلاف نوع المحتوى مؤثرا إلى حد بعيد من النتائج .
7. يمكن أن يكون لمصطلح الوظيفة الذي تترجمه نظرية الاستخدامات والاشباكات أكثر من معنى فقد يعني هدفا أو نتيجة أو توقع أو متطلب مما يؤدي إلى مزيد من الالتباس في مفاهيم النظرية ذاتها ،وفي أهدافها .
8. قد لاتصلح النظرية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ووسائلها.
9. قد يحدث تداخل بين وظائف وسائل الإعلام ووظائف الأجهزة والمؤسسات الأخرى في المجتمع.²

11. 6:تطبيق النظرية على الدراسة:

تهدف دراستنا هذه إلى التعرف على عادات وأنماط ودوافع استخدام وسائل الإعلام ،فبما أننا نتناولنا موضوع اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب قمنا بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباكات وعليه فان هذه النظرية تخدم دراستنا لأننا سنقوم فيها على معرفة اتجاه المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب ومعرفة الاحتياجات التي تود المرأة تحقيقها من خلال تعرضها للمضامين عبر اليوتيوب.

¹ كمال الحاج،نظريات الإعلام والاتصال ،د ط ،من منشورات الجامعة الافتراضية السورية ،جمهورية العربية السورية ،2020،ص 103.

² كمال الحاج، المرجع السابق ،ص ص 104-103.

الفصل الثاني: الإطار الميداني.

أولاً: التعريف بميدان الدراسة.

ثانياً: عرض وتحليل وتفسير النتائج.

ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الأسئلة الفرعية.

رابعاً: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء نتائج الدراسات السابقة.

أولاً: التعريف بميدان الدراسة:

تعريف ورقلة:

عرفت مدينة ورقلة على مر العصور بتسميات متعددة ومتنوعة في مختلف المصادر التي تطرقت لتاريخ المدن الصحراوية ، فقد ذكرها باسم "واركلان" كل من ابن حوقل ، وابن سعيد المغربي حيث يقول ابن سعيد المغربي عنها : "...ومدينتها التي تسمى واركلان (...)وهي بلاد نخل وعبيد ومنها تدخل العبيد إلى المغرب الأوسط¹ ، في حين ذكرها الرحالة المغربي عبد الرحمن بن محمد العياشي . الذي زارها

في طريقه لأداء فريضة الحج . باسم "واركلا" ، بينما أوردها ابن خلدون بثلاث تسميات مختلفة وهي : "وركلان" ، واركلي ، واركلا حيث يقول : "ثم بلد واركلي قبلة بجاية بلد واحد مستجر العمران كثير النخل..." ، وأضاف في موضع آخر : "وامتاز الزواودة بملك ضواحي قسنطينة وبجاية من التلول ومجالات الزاب و ريغ و واركلا وما ورائها من القفار في بلاد القبلة" وفي موضع آخر أيضا يقول : وهو موضع مقامه قصور ذات نخل تسمى وركلان".

أما باسم "وارجلان" فقد ذكرها كل من البكري والدر جيني وأبي زكريا ، وغيرهم من مؤرخي المنطقة ، وبتسمية قريبة منها "ورجلان". بدون ألف بعد الواو . أشار إليها الحموي في كتابه معجم البلدان ، في قوله : "ورجلان ، بفتح أوله وسكون ثانيه ، وفتح الجيم ، وآخره نون كورة بين أفريقيا وبلاد الجريد ضاربة في البر كثيرة النخل والخيرات يسكنها قوم من البربر ومجانة." غير أن الحسن الوزان ذكرها بتسمية قريبة للتسمية الحالية للمدينة باختلاف بسيط حيث وضع الكاف بدل القاف لتصبح وركلة حيث يقول : "وركلة مدينة أزلية بناها النوميديون في صحراء نوميديا ، لها سور من الآخر النبي ودور جميلة"² وباسم هرقلة أو اركلي أشار إليها إبراهيم بن الساسي العوامر في كتابه الصروف بقوله : "ورقلة ، أو هرقلة ، أو اركلي كما تدعى سابقا هي احد الواحات الشهيرة بكثرة تخيلها وجودة تمورها .

لكن جون ليتو كان له تفسير آخر لمدلول التسمية ، حيث أشار إلى أن الكلمة مركبة من جزئين هما : "وار" وتعني الأبناء و "ايكلي" أو "ايكلان" وتعني السود ، بمعنى أبناء السود وذلك لوجود العديد من الأشخاص ذوي البشرة السوداء بالمدينة ، بينما نسبها الرحالة لارجو لامرأة سكنت المدينة ، وقامت ببناء كوخ وغرس النخيل ، فالتف حولها الناس بعد ذلك لكن هناك من يرجع التسمية إلى قبائل بني واركلا الزناتية الامازيغية التي استقرت بالمنطقة بعد قدومها فترة الفتوحات الإسلامية من الشمال والغرب صحبة مغراوة واستولت على المدينة وهو ما أشار إليه ابن خلدون في كتابه العبر حيث يقول : "بنو واركلا إحدى بطون زناته...."³.

¹ ابن سعيد العربي ، الجغرافيا ، تح: إسماعيل العربي ، ط1 ، منشورات المكتب التجاري للطباعة ، لبنان ، 1970 ، ص 126 .

² نفيسة بلخضر ، مدينة ورقلة ودورها في تجارة القوافل الصحراوية خلال القرن التاسع عشر ميلادي ، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماجستير في التاريخ الحديث والمعاصر ، جامعة غرداية ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، 2016 ، ص 11 و 10 .

³ نفيسة بلخضر ، المرجع السابق ، ص 12 .

موقعها:

تقع ورقلة في الجنوب الشرقي من الجزائر على بعد 800 كم من العاصمة الجزائر، تبلغ مساحتها 163233 كم، يحدها من الشمال ولايات الحلفة الوادي وبسكرة، ومن الشرق الجمهورية التونسية، ومن الغرب ولاية غرداية، ومن الجنوب ولايتي تمنراست واليزي، وتعد من بين أقدم المدن الصحراوية الجزائرية وعاصمة العديد من الولايات الصحراوية الكبرى، فمنهم من وصف عمرانها ومنهم من نقل لنا عادات وتقاليد أهلها ومنهم من تحدث عنها غناها وجمال طبيعتها.¹

تاريخها:

في مطوية إعلامية أعدتها ولاية ورقلة 1986م أكدت على عراقية مدينة ورقلة، فمنطقة ورقلة تعد عريقة جدا تضرب جذورها في أعماق التاريخ، حيث أنها مرت بفترة ما قبل التاريخ أو ما يعرف بالعصور الحجرية إذ عثر على سهام وشظايا، وأواني فخارية، وبيض النعام، تؤكد أن الحضارة الورقلية تعود إلى حوالي 7000 سنة قبل الميلاد ويؤكد المصدر السابق أنه "مع مطلع فجر التاريخ تأسست بالمنطقة مملكة نقوسة، ثم تأسس القصر القديم، وأول من عمرها هم الغرامنتيون ثم قبائل بني الوركلان النحدرين من قبيلة زناتة، المنتشرة بالشرق الجزائري الغرب الأدنى، وتمدنوا بعدما استوطنوا غابات النخيل".²

¹ بشتيم زيدان، (2022)، واقع السياحة والحرف التقليدية في مدينة ورقلة، مجلة المعيار، مجلد 26، العدد 3، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

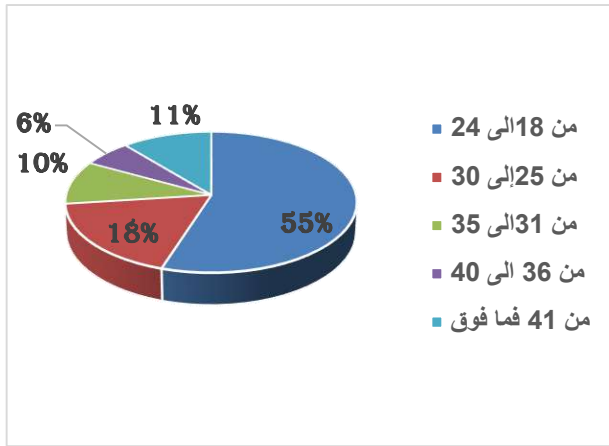
² أحمد التجاني سي كبير، علي محادي، (2020)، من الذاكرة التاريخية الشعبية. ورقلة. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

ثانيا: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة:

تحليل بيانات عينة الدراسة:

البيانات الشخصية:

الجدول رقم (1) يبين توزيع العينة حسب السن:

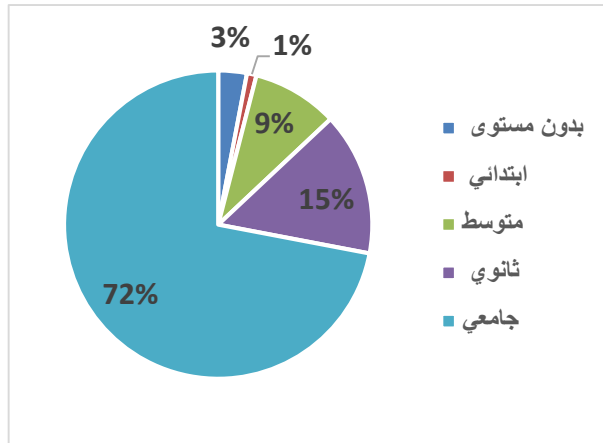


الخيارات	تكرار	النسبة المئوية
من 18 إلى 24	55	55%
من 25 إلى 30	18	18%
من 31 إلى 35	10	10%
من 36 إلى 40	6	6%
من 41 فما فوق	11	11%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (1) يبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 24 سنة بنسبة 55% من الحجم الإجمالي للعينة ،تليها مباشرة الفئة الثانية التي تتراوح أعمارهم ما بين 25 إلى 30 سنة بنسبة 18%،متبوعة بالفئة التي تتراوح أعمارهم من 41 سنة فما فوق وذلك بنسبة 11 % ثم تأتي فئة ما بين 31 إلى 35 سنة بنسبة 10% وأخيرا نجد أن الفئة العمرية الأقل نسبة في العينة هي فئة ما بين 36 إلى 40 سنة حيث بلغت نسبتها 6% من الحجم الإجمالي للعينة. نستنتج أن اغلب المبحوثات تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 24 سنة باعتبارها الفئة العمرية الأكثر استخداما للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب لأنها فئة مستهدفة لاكتشاف كل ما هو جديد وتنمية قدرات ومهارات جديدة.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 25 إلى 40 هي الفئة الأقل استخداما للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب مقارنة بالفئات السابقة أن اغلب هذه الفئة لايمتلكن وقت الفراغ حيث لديهن العديد من الالتزامات. أما بالنسبة للفئة الأخيرة 41 فما فوق فنسبتهم مرتفعة مقارنة بالفئة الأخيرة لأنهن يمتلكن وقت فراغ وعليه يستغلونه في متابعة المضامين الصحية أو الدينية مثلا.

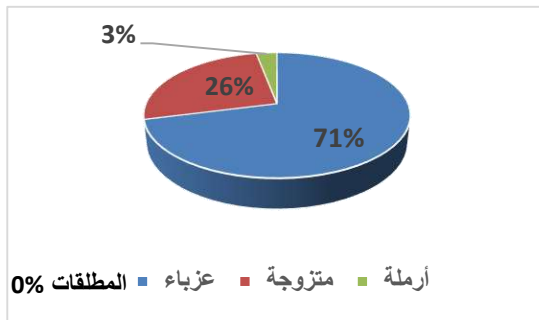
الجدول رقم (2) يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:



الخيارات	تكرار	النسبة المئوية
بدون مستوى	3	3%
ابتدائي	1	1%
متوسط	9	9%
ثانوي	15	15%
جامعي	72	72%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (2) يظهر لنا أن أغلبية المبحوثات لديهن مستوى جامعي بنسبة 72% تليها نسبة المبحوثات ذات المستوى الثانوي بنسبة 15%، ثم تليها نسبة المبحوثات اللواتي لديهن مستوى المتوسط بنسبة قدرت 3% وأخيرا نجد مستوى الابتدائي بنسبة 1% وهذه اقل مسبة مقارنة مع البقية. نستنتج أن من خلال ما تم ملاحظته أن أعلى نسبة للمبحوثات اللواتي يستخدمن موقع اليوتيوب هي ذات المستوى الجامعي.

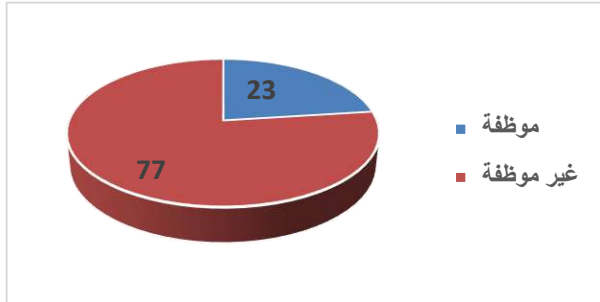
الجدول رقم (3) يبين توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية:



الخيارات	تكرار	النسبة المئوية
عزباء	71	71%
متزوجة	26	26%
أرملة	3	3%
المطلقات	0	0%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) أن أغلبية المبحوثات بنسبة 71% عازبات في حين أن نسبة 26% متزوجات ثم تليها فئة الأرامل بنسبة 3% أما بالنسبة لفئة المطلقات منعدمة نستنتج أن نسبة العازبات مرتفعة كونهن غير مرتبطات بالتزامات فوجدن موقع اليوتيوب للترفيه وقضاء وقت الفراغ.

الجدول رقم (4) يبين توزيع العينة حسب المهنة:

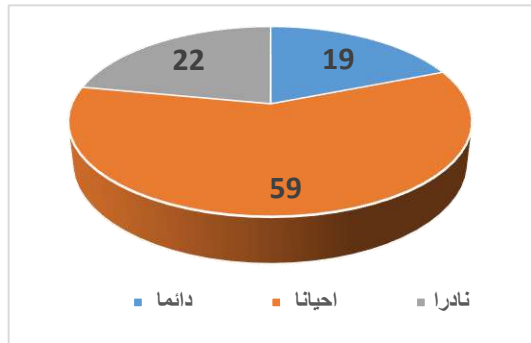


الخيارات	تكرار	النسبة المئوية
موظفة	23	%23
غير موظفة	77	%77
المجموع	100	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) أن الفئة الأكثر من أفراد العينة هي الفئة الغير موظفة والتي قدرت نسبتها 77% وأن الفئة الموظفة أقل حيث قدرت نسبتها بـ 23% من إجمال العينة.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام نساء بلدية ورقلة للمضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب:

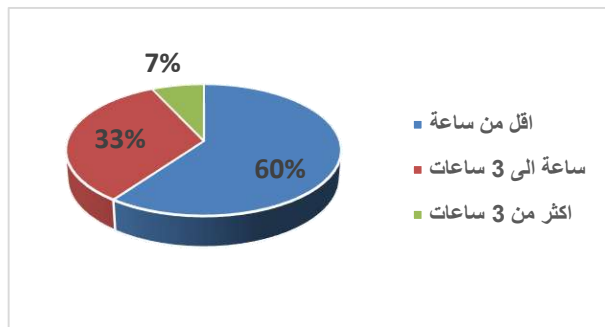
الجدول رقم (5) يبين توزيع العينة حسب عبارة تستخدمين المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب:



الخيارات	تكرار	النسبة المئوية
دائما	19	19%
أحيانا	59	59%
نادرا	22	22%
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (5) يتبين لنا أن 59% من أفراد العينة يتابعن المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب أحيانا، و22% نادرا، و19% دائما، حيث يتبين لنا أن النساء بمنطقة ورقلة يتابعن في الغالب المضامين المتعلقة بالمرأة أحيانا نظرا للاستخدامات الأخرى لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والانستغرام.. الخ وحسب احتياجاتهن.

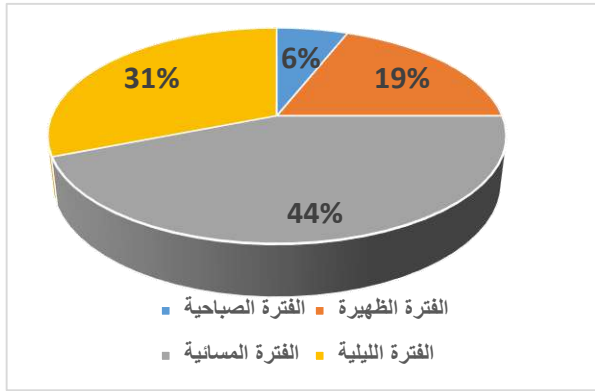
الجدول رقم (6) يبين توزيع العينة حسب عبارة معدل الساعات التي تقضيها في تصفح المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب:



الخيارات	تكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	60	60%
ساعة إلى 3 ساعات	33	33%
أكثر من 3 ساعات	7	7%
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (6) يتبين لنا أن 60% من أفراد العينة يتابعن المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب أقل من ساعة وهذا ما يفسر أنهم يتابعونها أحيانا ومن ساعة إلى 3 ساعات بنسبة 33% وهو ثلث أفراد العينة يتابعونها في المرة الواحدة بمعنى أن طبيعة الفيديوهات الموجودة في اليوتيوب يصلنا إلى حوالي نص ساعة أو أكثر من حيث مدتها أو أكثر من 3 ساعات 7%.

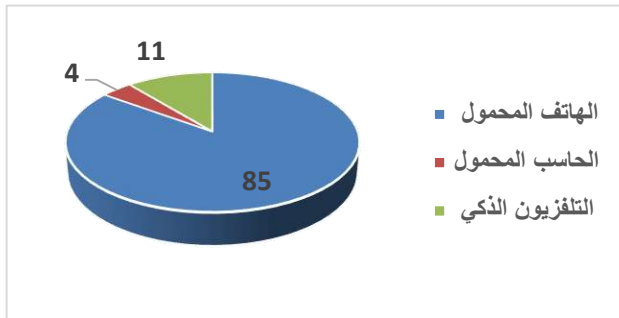
الجدول رقم (7) يبين توزيع العينة حسب عبارة الفترة التي تستخدمين فيها المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب:



الخيارات	تكرار	النسبة المئوية
الفترة الصباحية	6	6%
الفترة الظهيرة	19	19%
الفترة المسائية	44	44%
الفترة الليلية	31	31%
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (7) يتبين لنا ان كلا الفترتين المسائية والليلية هما اكبر نسبة حيث تقدر نسبتهم وهو مايدل على ان اكثر من نصف افراد العينة تكون تلك هي فترة الراحة بالنسبة لهم وفترة 75% ببقائهم في منازلهم ،حيث تبقى الفترة الصباحية والظهيرة هي على حسب كل من ظروف المتابعات واحتياجاتهن

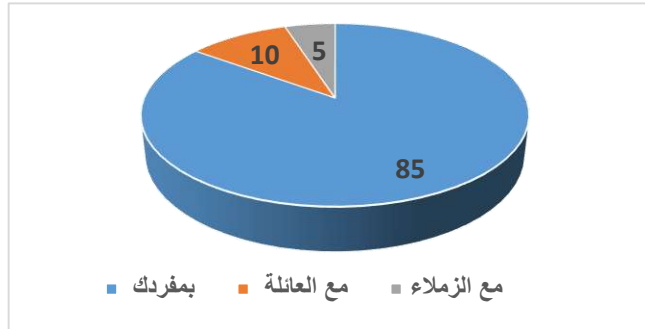
الجدول رقم (8) يبين توزيع العينة حسب عبارة الجهاز الذي تستخدمينه غالبا لتصفح محتوى اليوتيوب:



الخيارات	تكرار	النسبة المئوية
الهاتف المحمول	85	85%
الحاسب المحمول	4	4%
التلفزيون الذكي	11	11%
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (8) يتبين لنا أن الهاتف الذكي هو أكثر جهاز مستخدم من طرف الطالبات والعاملات حيث تقدر نسبته ب 85% لأنه أسهل وسيلة من حيث الاستخدام والتنقل وأكثر مرونة مقارنة ب التلفزيون الذكي 11% والحاسوب 4% وهي تعبر عن أغلبية النساء الماكثات في البيت .

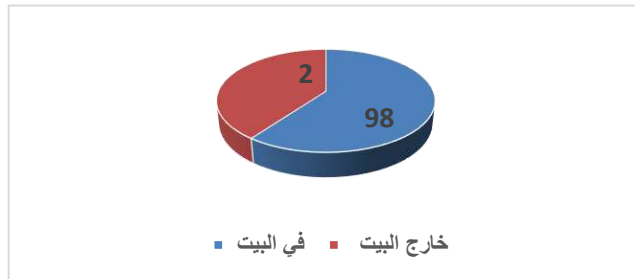
الجدول رقم (9) يبين توزيع العينة حسب عبارة مع من تستخدمين اليوتيوب لتصفح المضامين المتعلقة بالمرأة.



الخيارات	تكرار	النسبة المئوية
بمفردك	85	85%
مع العائلة	10	10%
مع الزملاء	5	5%
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (9) يتبين لنا ان 85% من افراد العينة يستخدمن اليوتيوب بمفردهن لان الهاتف يتيح لنا نوعا من الخصوصية وهي نفس نسبة الاشخاص المستخدمين للهاتف بينما الافراد الذين يستخدمونه مع العائلة 10% وهم غالبا الذين يستخدمون التلفزيون الذكي ومع الزملاء 5% هم المستخدمين للحاسوب.

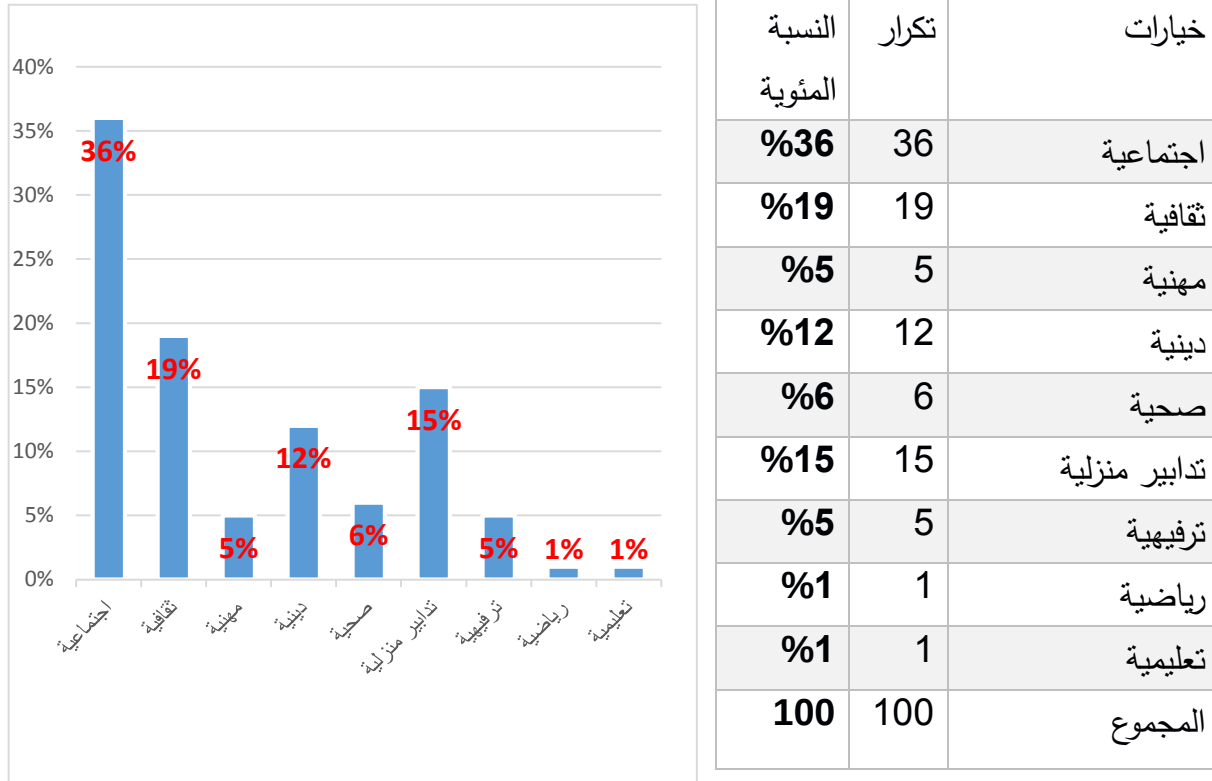
الجدول رقم (10): يبين توزيع العينة حسب عبارة أين تفضلين متابعة المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب:



الخيارات	تكرار	النسبة المئوية
في البيت	98	98%
خارج البيت	2	2%
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (10) يتبين لنا أن أفراد العينة يفضلنا متابعة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب في البيت حيث قدرت نسبتها 98% وهذا يتعلق بالفترة الليلية من ناحية التركيز لأنه يكون داخل البيت أكثر من خارجه حيث قدرت نسبتها بـ 02%.

الجدول رقم (11) يبين توزيع العينة حسب عبارة ماهي المواضيع المتعلقة المرأة التي تفضلونها عبر اليوتيوب:



من خلال الجدول رقم (11) يتبين لنا انه يوجد هناك تعدد لان الاهتمامات والاحتياجات تختلف من امرأة لأخرى فلا يوجد فارق كبير بين كل موضوع.

المحو الثاني : دوافع استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب
الجدول رقم (12): دوافع استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب

العبارة	موافق	محايد	غير موافق	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	ت	%	المجموع
أستخدم المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب لزيادة الرصيد المعرفي	78	78%	15	15%	7	7%	100			
أستخدم المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب للتنمية الذاتية	79	79%	12	12%	9	9%	100			
أستخدم المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب لقضاء وقت الفراغ.	52	52%	35	35%	13	13%	100			
أستخدم المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب للتثقيف.	79	79%	12	12%	9	9%	100			
أستخدم المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب للترفيه	56	56%	26	26%	18	18%	100			
أستخدم المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب لتحميل مقاطع الفيديو	34	34%	37	37%	29	29%	100			
استخدم المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب في التدابير المنزلية	84	84%	11	11%	5	5%	100			

من خلال الجدول الموضح لنتائج محور دوافع استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب يتبين لنا أن أغلب المبحوثات يستخدمن المواضيع المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب من أجل زيادة الرصيد المعرفي وللتنمية الذاتية وللتثقيف وفي التدابير المنزلية بنسبة تفوق 75% وهذا دليل على أن دوافع أفراد العينة إما علمية أو تنمية ذاتية أو تثقيفية وتدابير منزلية والدوافع الأقل أهمية هي الترفيه وتحميل مقاطع ولقضاء وقت الفراغ.

المحور الثالث: كيف يقيم أفراد العينة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

الجدول رقم (13): كيف يقيم أفراد العينة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

المجموع	غير موافق		محايد		موافق		العبارة
	%	ت	%	ت	%	ت	
100	5%	5	9%	9	86%	86	تساعد المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب في تطوير الذات واكتساب مهارات جديدة
100	8%	8	24%	24	68%	68	تساهم المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب في تطوير مهارات المرأة العملية
100	15%	15	16%	16	69%	69	تشجع بعض المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب الثقافات الدخيلة على المجتمع الجزائري
100	15%	15	29%	29	56%	56	نتيح بعض المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب الشعور بالإنس.
100	16%	16	13%	13	71%	71	نتيح بعض المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب الإجابة عن الانشغالات اليومية
100	36%	36	38%	38	26%	26	تسبب المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب في ضياع الأوقات
100	29%	29	32%	32	39%	39	تلهي المتابعة المكثفة للمضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب عن الاهتمام بالأشغال المنزلية
100	45%	45	33%	33	22%	22	تسبب المضامين المتعلقة المرأة عبر اليوتيوب ضغوطات نفسية لمتابعيها

من خلال نتائج هذا المحور يتبين لنا أن اغلب المبحوثات يرون أن المضامين المتعلقة بالمرأة تزيد من تطوير الذات واكتساب مهارات جديدة وتطوير مهارات المرأة العملية، بينما في شكل آخر يرونا أن هناك من المضامين المتعلقة بالمرأة ما يتعارض مع الثقافات المحلية وهذا ما تقوم به ربما بعض صانعات المحتوى، كما نلاحظ انه هناك تباين في الإجابات المتعلقة بضياع الأوقات والضغوطات النفسية والأشغال المنزلية نظرا لاستخدام كل فرد من أفراد العينة للمضامين.

ثالثا: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الأسئلة الفرعية:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام نساء بلدية ورقلة للمضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

من خلال نتائج المحور الأول عادات وأنماط استخدام نساء بلدية ورقلة للمضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب يتبين لنا أن اغلب النساء أحيانا ما يتابعن المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب وذلك في الفترة المسائية والليلية.

2. ماهي دوافع استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

تختلف دوافع أفراد العينة لاستخدام المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب وتتجلى أهم هذه الدوافع في التثقيف والبحث عن المعرفة والتدابير المنزلية، وتقل عند الترفيه وتحميل مقاطع الفيديو.

3. كيف يقيم أفراد العينة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

يرى أفراد العينة أن المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب تتيح المعرفة والتثقيف والتنمية الذاتية بينما تختلف آرائهن حسب هذه المضامين أنها قد تسبب في ضياع الأوقات والانشغال عن أشغال البيت بينما تحذر ثلث أفراد العينة من وجود مضامين قد تؤثر سلبا على المتابعات نظرا لأنها تحمل ثقافات مغايرة عن الثقافات المحلية.

رابعا: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة:

. تتوافق دراستنا مع دراسة **بن الشيخ أمال** في أنها توصلت إلى أن اليوتيوب يلبي احتياجات المرأة المعرفية ويساعدها على اكتساب مهارات جديدة، واختلفت من ناحية تأثير ثقافة المجتمعات الأخرى على الثقافة المحلية.

. تتوافق دراستنا مع دراسة **نورة حفناوي** من ناحية اهتمام المرأة بالمواضيع الاجتماعية أكثر من المواضيع الأخرى، واختلفت في أن دراستها استخدمت موقع الفيس بوك أما في دراستنا استخدمنا موقع اليوتيوب.

. تتوافق دراستنا مع دراسة **عويسي كنزة وبوالحيلة دنيا**، في أن المرأة تفضل الفترة الليلية وإن أكثرهن يستخدمن الهاتف الذكي للولوج إلى موقع اليوتيوب، وأنها تتابع اليوتيوب من أجل زيادة المعلومات والتثقيف، واختلفت في أن دراستها ركزت على اليوتيوب بصفة عامة أما دراستنا ركزت على المضامين الخاصة بالمرأة فقط .

. تتوافق دراستنا مع دراسة **عليه حناوي ومباركة ضو**، في أن أفراد العينة يستخدمنا اليوتيوب بمفردهن وإن الهاتف الذكي الوسيلة الأكثر استخداما، واختلفت من ناحية المواضيع حيث ركز أفراد عينتهم على المواضيع الثقافية لما في دراستنا فقد اهتمت المرأة بالمواضيع الاجتماعية.

النتائج العامة:

- نستنتج في الأخير أن أغلبية المبحوثات اللواتي يستخدمن المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب عازبات تتراوح أعمارهم من 18 إلى 24 سنة ومتقفات حيث مسواتهن الدراسي جامعي واغلبهن غير موظفين.
- أن اغلبهن أحيانا ما يستخدمن المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب وذلك في الفترة المسائية والليلية في اقل من ساعة.
- أن أكثرهن يستخدمن المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب في الهاتف الذكي .
- كما أن أكثرهن من يتعرض لاستخدام المضامين عبر اليوتيوب بمفردهن وذلك في البيت.
- وان من بين المواضيع التي تفضلها المبحوثات المواضيع الاجتماعية.
- أن الدافع من استخدام المبحوثات للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب للتنقيف والبحث العلمي وللتدابير المنزلية .
- وان المضامين تختلف من فئة لأخرى منهم من يرونا أنها تتيح المعرفة والتنقيف والتنمية الذاتية ومنهن من يرون أنها ضياعا للوقت وقد تسبب الانشغال عن أشغال البيت.

الخاتمة

الخاتمة:

وختاماً لما سبق في دراستنا لموضوع اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب، توصلنا إلى أن التطور التكنولوجي السائد في العالم من الأسباب التي أدت إلى ظهور وسائل اتصال جديدة، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من حياة الإنسان، وهذا بفضل التطورات الراهنة في عصرنا الحالي فمن بين هذه المواقع نجد اليوتيوب الذي استطاع في فترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة نظراً لأهميته في اكتساب مهارات جديدة، كما أصبح ملاذاً للعديد من فئات المجتمع، من بينها المرأة التي استطاعت بفضلها تنمية ذاتها وتسيير أمورها، إلا أنه يؤثر في الثقافة المحلية بسبب الأفكار التي ينشرها بعض صناع المحتوى.

فمن خلال عملية البحث حول هذا الموضوع تبين لنا أن معظم نساء بلدية ورقلة أحياناً ما يتابعن المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب في الفترة المسائية والليلية لأن هذه الفترة تعتبر وقت فراغ بالنسبة لهن، كما بينت الدراسة أن المضامين الأكثر استخداماً عبر اليوتيوب هي المضامين الاجتماعية كما توصلنا في دراستنا هذا أن الدافع من استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب للتثقيف والبحث عن المعرفة والتدابير المنزلية.

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة أن نقدم أكبر قدر ممكن من المعلومات المنهجية والميدانية حول المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب نأمل لأن تكون دراستنا هذه نقطة انطلاق لبحوث مستقبلية أخرى في جوانب أخرى للموضوع لما له أهمية بالغة على المستوى التعليمي والعملية على حد سواء.

التوصيات :

- يمكننا أن نقدم جملة من التوصيات أهمها:
- . الوعي الإلكتروني لذا فئة النساء لتجنب إتباع صناع المحتوى السلبيين.
- . التركيز على المحتوى الذي يلبي احتياجاتك فقط.
- . يجب استخدامه في وقت الحاجة فقط للاستفادة أكثر منه.
- . يجب على المرأة اتخاذ حذرهما عند انتقائها لبعض المضامين .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

القواميس والمعاجم :

1. لويس معلوف، المنجد في اللغة والإعلام، ط 26 ؛ دار المشرق ؛ بيروت؛ 1987.
2. مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، ط 4، مكتبة الشروق الدولية للنشر، مصر، 2004.

ب : الكتب :

1. ابن سعد العربي، الجغرافيا، تح: إسماعيل العربي، ط 1، منشورات المكتب التجاري للطباعة، لبنان، 1970.
2. إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2017.
3. رحيم يونس، كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط 1، دار دجلة، عمان 2008.
4. سعد بن طفلة وآخرون، اتجاهات الشباب في دول مجلس التعاون، ط 1، دار قرطاس للنشر، الكويت، 2006.
5. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث العلمي، ط 1، دار الكتاب الجامعي، 2017.
6. سناء حسن عماشة، الاتجاهات النفسية والاجتماعية . أنواعها ومدخل قياسها، ط 1، مجموعة النيل العربية للتوزيع، مصر، 2010.
7. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1، دار شروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
8. عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
9. علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الإعلام، ط 1، دار اليازوري.
10. كتاب جماعي، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ط 1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية برلين، ألمانيا، 2019.
11. كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، جمهورية العربية السورية، 2020.
12. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط 2، دار وائل للنشر، عمان، 1999.
13. مروى عصام صلاح، الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
14. مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط 1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

ج:المجلات:

- 1 . احمد التجاني سي كبير، علي محادي، من الذاكرة التاريخية الشعبية ورقلة،مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،2020.
- 2 . احمد الحمزة ،الاستبيان كأداة للبحث واهم تطبيقاتها ،المجلة الجزائرية الأمن والتنمية،المجلد12 العدد3، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي ،2023.
- 3 . بتشيم زيدان،واقع السياحة والحرف التقليدية في مدينة ورقلة،مجلة المعيار ،مجلد26،العدد3 ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،الجزائر،2022.
- 4 . در محمد ،أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي ،مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية المجلد1،العدد9،جامعة عمار التليجي الاغواط،2016.
- 5 . عبد الباسط محمد أخطامي ،مهدي محمد حيدر ،استخدامات طلبة الجامعات الخليجية واليمينية لموقع اليوتيوب والاشباعات المحققة منه دراسة مسحية، مجلة كلية الفنون والإعلام ،العدد17، جامعة صنعاء ،اليمن،2024.

د:مذكرات جامعية:

- 1 . سبعو تيزيري ،يحيوي دهيمة ،دراسة الاستخدامات والاشباعات لبرنامج مواهب ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة ،جامعة TV في قناة نجمة dv اكلي محند والحاج بالبويرة ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،2021.
- 2 . حياة كشيشب ، سارة مصباحي ،الاستخدامات الثقافية للانترنت والاشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال،جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جيجل ،2020.
- 3 . عليه حناوي ، مباركة ضو ،تعرض النساء الماكثات في البيت لقنوات اليوتيوب ،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي ،جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،2023.
- 4 . عويسي كنزة ،بوالحيلة دنيا،استخدامات المرأة الجزائرية لليوتيوب والاشباعات المحققة منها، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،جيجل، 2021.
- 5 . نفيسة بلخضر ،مدينة ورقلة ودورها في تجارة القوافل الصحراوية خلال القرن التاسع عشر ميلادي ،مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماجستير في التاريخ الحديث المعاصر، جامعة غرداية ،كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية،2016.

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة



استمارة استبيان

اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب
دراسة ميدانية على عينة من نساء بلدية ورقلة

تحية طيبة أما بعد:

يسعدنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة البحثية بعنوان: اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المضامين الخاصة بالمرأة عبر "اليوتيوب" وذلك لإكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال: تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة نرجو منكم الإجابة على جميع الأسئلة بكل صدق وموضوعية وشكرا.

الأستاذ المشرف:

د. قانة مسعود

من إعداد الطالبتين:

✓ فولاني أم كلثوم

✓ كسيكيس صبرينة

السنة الجامعية: 2026/2025

المحور I: البيانات الشخصية

1: السن:

☐ من 18 إلى 24	☐ من 25 إلى 30
☐ من 31 إلى 35	☐ من 36 إلى 40
☐ من 41 فما فوق	

2: المستوى التعليمي:

☐ بدون مستوى ☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي

3: الحالة الاجتماعية :

☐ عزباء ☐ متزوجة ☐ مطلقة ☐ أرملة

4: الحالة الوظيفية:

☐ موظفة ☐ غير موظفة

المحور II: عادات وأنماط استخدام نساء بلدية ورقلة للمضامين الخاصة بالمرأة عبر اليوتيوب

1: هل تستخدمين المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

2: ما هو معدل الساعات التي تقضيها في تصفح المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب يوميا

☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ثلاثة ساعات ☐ أكثر من ثلاثة ساعات ☐

3: ماهي الفترة التي تستخدمين فيها المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

☐ الفترة الصباحية ☐ فترة الظهيرة ☐ الفترة المسائية ☐ الفترة الليلية ☐

4: ماهو الجهاز الذي تستخدمينه غالبا لتصفح محتوى اليوتيوب؟

☐ الهاتف ☐ الحاسوب ☐ اللوح الالكتروني ☐ التلفزيون الذكي ☐

5: مع من تستخدمين اليوتيوب لتصفح المضامين المتعلقة بالمرأة؟

بمفردك ☐ مع العائلة ☐ مع الزملاء والأصدقاء ☐

6: أين تفضلين متابعة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

في البيت ☐ خارج البيت ☐

7: ماهي المواضيع المتعلقة بالمرأة التي تفضلينها عبر اليوتيوب؟

اجتماعية ☐ ثقافية ☐ مهنية ☐ دينية ☐ صحية ☐
تدابير منزلية ☐ ترفيهية ☐ رياضية ☐ تعليمية ☐
أخرى أذكرها.....

المحور III : دوافع استخدام أفراد العينة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب

1: أستخدم المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب لزيادة الرصيد المعرفي

موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐

2: أستخدم المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب للتنمية الذاتية

موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐

3: أستخدم المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب لقضاء وقت الفراغ

موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐

4: أستخدم المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب للتثقيف

موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐

5: أستخدم المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب للترفيه

موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐

6: أستخدم المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب لتحميل مقاطع الفيديو

موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐

7: أستخدم المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب في التدابير المنزلية

موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐

المحور IV : كيف يقيم أفراد العينة المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب؟

- 1: تساعد المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب في تطوير الذات واكتساب مهارات جديدة
موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐
- 2: تساهم المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب في تطوير مهارات المرأة العملية
موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐
- 3: تشجع بعض المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب الثقافات الدخيلة على المجتمع الجزائري
موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐
- 4: تتيح بعض المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب الشعور بالانس
موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐
- 5: تتيح بعض المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب الإجابة عن الانشغالات اليومية
موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐
- 6: تسبب المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب في ضياع الأوقات
موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐
- 7: تلهي المتابعة المكثفة للمضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب عن الاهتمام بالأشغال المنزلية
موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐
- 8: تسبب المضامين المتعلقة بالمرأة عبر اليوتيوب ضغوطات نفسية لمتابعيها
موافق ☐ محايد ☐ غير موافق ☐