



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

تفاعل جمهور المستخدمين في الجزائر مع قنوات اليوتيوب الخاصة بالطبخ

- دراسة ميدانية وتحليلية لقناة "أم وليد" ومتابعتها بقالمة -

إشراف الأستاذ:

د/حموش عبد الرزاق

إعداد الطلبة:

❖ مساعد وفاء

❖ الفار عابدة

❖ بابوري محمد الطاهر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الحمد لله أولاً وقبل كل شيء..

ثم الشكر إلى أستاذنا المشرف الدكتور "حموش عبد الرزاق" الذي كان لنا نعم الأستاذ

الموجه في نصائحه ورحابة صدره وسعة أفقه طيلة فترة إنجاز هذا العمل

إشرافه على كافة مراحل وخطواته

الشكر كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

كما نعبر عن فائق امتناننا إلى كل من قدم لنا يداً لمساعدة

من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل المتواضع.

الإهداء

أحمد الله عز وجل على منه وعونه لإتمام هذا البحث

إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له آماله، إلى من كان يدفعني قدما نحو الأمام لنيل
المبتغى، إلى الإنسان الذي امتلك الإنسانية بكل قوة، إلى الذي سهر على تعليمي بتضحيات جسام
مترجمة في تقديسه للعلم، إلى مدرستي الأولى في الحياة، إلى من غادرني قبل أن يرى ثمرة تعبته...
"أبي" الغالي رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه

إلى التي وهبت فلذة كبدها كل العطاء والحنان، إلى التي صبرت على كل شيء، التي رعيتني حق رعاية
وكانت سندي في الشدائد، وكانت دعواها لي بالتوفيق تتبعني خطوة بخطوة في عملي

إليك "أمي"

جزاهما الله عني خير الجزاء في الدارين

إلى إخوتي وأخواتي الذين تقاسموا معي عبء الحياة

إلى أولادهم وبناتهم كبيرهم وصغيرهم

إلى كل من زرع فيا الأمل للسير قدما نحو الأمام وساعدني على تجاوز كل العثرات ولو بكلمة طيبة
إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وعلوم المكتبات على حد سواء الذين ساروا معنا على هذا
الدرب طيلة "05 سنوات" بحلوها ومرها بشقائها وتعبها وفرحتها

إليكم جميعا أهدي هذا العمل

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

أشكر الله عز وجل لإتمامنا لمذكرة التخرج بعد جهد وعناء الحمد لله حتى يبلغ الحمد منتهاه

كما أهدي شكري لجميع أساتذتي الكرام حفظهم الله ونور طريقهم

أهدي مشروع تخرجي هذا إلى أمي الحبيبة أطال الله عمرها

إلى والدي العزيز حفظه الله وجعله تاج فوق رؤوسنا

وإلى إخوتي الأعزاء بارك الله فيهم وأبناء أختي "لجين وغفران" والكتكوت الصغير "محمد جود" وكل أفراد

العائلة

إلى زوجي الذي دائما يحفزني ويرفع معنوياتي للدراسة فقد كان لي خير سند وإلى زوجي أختي

إلى كل أحبتي وأصدقائي في الدراسة وخارج الدراسة

إلى كل من كان لي عوناً وسنداً ولو بالدعاء أو الكلمة الطيبة

الإهداء

أهدي ثمرة نجاحي هذه إلى من أوصى بهما النبي صلى الله عليه وسلم بقوله:

"أمك ثم أمك ثم أمك ثم أبوك"

إلى أمي الحبيبة:

أهدي ثمرة جهدي هذه إلى من سهرت على تربيتي ليل نهار ووقفت إلى جانبي في السراء

والضراء إلى من كانت تدعوا لي بالنجاح دون كلل أو ملل، إليك أنت قرّة عيني...

أمي "حورية"

إلى أبي الغالي: "يوسف"

رحمك الله وجعلك من أصحاب الفردوس الأعلى...

إلى من كانوا رفاق الدرب إخوتي: "غني، عادل، عمار، جمال، محمد الأمين" وأختي

"حبيبة"... أتمنى لكم طول العمر وحقق لكم الله كل ما تتمنون

إلى زوجات إخوتي "ليلي ونسيمة" أتمنى لكم حياة هائلة ملؤها الحب والسعادة ولا أنسى

من هذا جميعاً أبناء إخوتي

إلى من جمعني القدر بصحبتهم إلى من كانوا رفقاء الدرب في المشوار الدراسي وتعجز

ورقتي المتواضعة هذه عن ذكرهم جميعاً... إلا أنني أشكر كل من "سمية، سامي، نذير،

رحمة وعواطف" على تقديم يد العون لي وصبرهم على إنجاز هذا العمل

إلى صديقي ورفيق دربي "أشرف" أتمنى لك التوفيق في إنجاز مذكرك

وفي النهاية أهدي تحياتي إلى كل من يقرأ هذا العمل المنجز ويرى فيه تعبنا وجدبتنا في إنجاز

الملخص:

تتناول هذه الدراسة موضوع تفاعل جمهور المستخدمين في الجزائر مع قنوات اليوتيوب الخاصة بالطبخ، وهي عبارة عن دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح بالعينة "مسح جمهور قناة أم وليد على اليوتيوب". وقد انطلق هذا البحث من إشكالية تمثل هدفها الأساسي معرفة مدى تفاعل المستخدمين الجزائريين مع قنوات اليوتيوب الخاصة بالطبخ.

وعليه فقد تضمنت هذه الدراسة إطارا منهجيا ونظريا اشتمل على ثلاثة فصول، تناول فصلها الأول إطار الدراسة ومنهجيتها: تضمن هذا الجانب إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهميتها وأهدافها، كما تطرقنا إلى أبرز أسباب اختيار الموضوع، بالإضافة إلى قيامنا بتحديد المفاهيم ومنهجها، ومجتمع الدراسة وعينته، أدوات جمع البيانات ومجالات الدراسة، ختاماً بالمقاربة النظرية والدراسات السابقة.

كما تناولت الدراسة فصلين نظريين قمنا من خلالهما بما يلي: تضمن أولهما تعريفات للإعلام الجديد والمواقع الإلكترونية، إلى غاية موقع اليوتيوب من نشأته إلى مزاياه وعيوبه. أما الثاني فقد تطرقنا من خلاله إلى تعريف المهنة أنواعها، التصنيف الدولي لها وصولاً إلى مهنة الطبخ في الجزائر. وتناولت الدراسة في إطارها التطبيقي: عرض النتائج الميدانية والتحليلية مع الإجابة على تساؤلاتها.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

✓ أن معظم أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 22-27 سنة من حجم العينة وهي الفئة الأكثر استخداماً لموقع اليوتيوب، كما أظهرت الدراسة أن أغلب متابعات القناة بدأت باستخدام موقع اليوتيوب منذ أكثر من ثلاث سنوات وأنهن يستخدمونه وقت فراغهن.

✓ أغلب المبحوثات يتعرضن لمحتوى ما تقدمه قناة "أم وليد" كقناة أولى، في حين احتلت قناة "أم أسيل" المرتبة الثانية، وقد حظيت قناة مطبخ "أم جنى" بالمرتبة الثالثة، هذا وتأتي قناة مطبخ "مريومة" في المرتبة الرابعة.

✓ كما بينت الدراسة التوجه الإيجابي للجمهور اتجاه ما تعرضه القناة وهذا ما أكدته التفاعل العالي معها، بالإضافة إلى أن الدارحة البسيطة هي أكثر اللغات التي تخاطب بها "أم وليد" جمهورها على اليوتيوب.

*الكلمات المفتاحية:

قنوات اليوتيوب، المتابعين، الطبخ، الانترنت.

Abstract :

The Current study dealt with how « YouTube » users in Algeria react to words cooking channels "Oum Walid".The study followed / adopted the Descriptive approach.

The Study's basic research problem is to know the extent of these user 'subscription, likes, and followships to cooking channels. The study is basically divided into two main parts, theoretical and practical parts. The theoretical parts deals with the problem of the study, the research questions, the research significance, and the research aims, in addition to the motives for choosing the topic. The selection of the key concepts and its methodology along with the sample of the study, the whole population, and the data collection tools /instruments, concluding with a practical comparison with previous study.

The Theoretical part is developed in two main chapters. In The first chapter we presented definitions for : New media, electronic websites, and YouTube website (from its foundation to its advantages and disadvantages. In the second chapter we dealt with the definition of work / profession and its types / categories, its international classification, reaching the cooking job in Algeria. In the practical part, we presented field results, its analysis, and interpretation.

This Study ended up to a number of important results which are :

- the majority of the sample participants (aging between 22-27 years old) are the most users to « YouTube », and that most its followers started using it since more than three (03) years, and that they use it most in their free time.
- YouTube cooking channels followers follow most "Oum Walid" at the first place, then YouTube channel. "Oum Assil's"at the second place, then "Oum Djana's" at the third place, and finally "Meryouma" at the fourth place.

This Study reflects the positive attraction of the population to wards what "Oum Walid" YouTube channel represents, and this is shown by their high fellowship with her posts, in addition that the colloquial simple language is the most language variety that "Oum Walid" uses to address her followers on YouTube.

* key concepts :

YouTube channels, followers, cooking, fellowship, online websites.

* الفهرس *

* فهرس الموضوعات *

الصفحة	العنوان
	الشكر
	الإهداء
	الملخص
	الفهرس
أ - ب	مقدمة
	الإطار المنهجي
	الفصل الأول : إطار الدراسة ومنهجيتها
06	الإشكالية
07	تساؤلات الدراسة
07	أهمية الدراسة
07	أهداف الدراسة
08	أسباب اختيار الموضوع
08	تحديد المفاهيم والمصطلحات
10	منهج الدراسة
11	مجتمع البحث وعينة الدراسة
12	أدوات جمع البيانات
14	مجال الدراسة
14	المقاربات النظرية
16	الدراسات السابقة
20	صعوبات الدراسة
	الاطار النظري
	الفصل الثاني : الاعلام الجديد واليوتيوب
25	المبحث الأول: الاعلام الجديد
25	1- تعريف الاعلام الجديد وأنواعه

27	2- خصائص الاعلام الجديد وأشكاله
30	المبحث الثاني: المواقع الالكترونية ومكوناتها
30	1- تعريف المواقع الالكترونية وأنواعها
31	2- مكونات المواقع الالكترونية وأقسامها
33	المبحث الثالث: تعريف اليوتيوب ونشأته
33	1- تعريف اليوتيوب
34	2- نشأة اليوتيوب
35	المبحث الرابع: مزايا اليوتيوب وعيوبه
35	1- مزايا اليوتيوب
36	2- عيوب اليوتيوب
	الفصل الثالث: ماهية المهن
41	المبحث الأول: تعريف المهنة وأنواعها
41	1- تعريف المهنة
41	2- أنواع المهن
42	3- التصنيف المهني الدولي
43	المبحث الثاني: تاريخ مهن المرأة
43	1- مهنة المرأة في الحضارات الأجنبية القديمة
44	2- مهنة المرأة في الحضارات العربية القديمة
45	3- مهنة الطبخ في الجزائر
	الاطار التطبيقي
	الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية
50	بطاقة تقنية عن "أم وليد"
76	نتائج الدراسة والإجابة عن التساؤلات
80	الخاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

* فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
50	عدد متابعي قناة "أم وليد"	1
51	توزيع المبحوثات حسب متغير السن	2
51	توزيع المبحوثات حسب متغير المستوى التعليمي	3
52	توزيع المبحوثات حسب متغير الحالة الاجتماعية	4
52	توزيع المبحوثات حسب متغير المهنة	5
53	توزيع المبحوثات حسب متغير مكان السكن	6
54	فترة استخدام المبحوثات لموقع اليوتيوب	7
54	أوقات مشاهدة المبحوثات لقناة "أم وليد" على اليوتيوب	8
55	المدة التي تستغرقها المبحوثات في مشاهدة "أم وليد" على اليوتيوب	9
56	المكان الذي تشاهد فيه المبحوثات قناة "أم وليد" على اليوتيوب	10
56	الوسيلة التي تستخدمها المبحوثات لمشاهدة قناة "أم وليد" على اليوتيوب	11
57	مع من تشاهد المبحوثات قناة "أم وليد" على اليوتيوب	12
57	كيفية تعرف المبحوثات على قناة "أم وليد"	13
58	الطريقة التي تشاهد بها المبحوثات قناة "أم وليد"	14
58	استخدام المبحوثات لخاصية الجرس عند مشاهدة قناة "أم وليد"	15
59	تفاعل المبحوثات مع الفيديوهات التي تعرضها "أم وليد" على اليوتيوب	16
59	طريقة تفاعل المبحوثات مع ما يتم عرضه على قناة "أم وليد" على اليوتيوب حسب حاجاتهن ومتطلباتهن اليومية	17
60	ترتيب المبحوثات للقنوات حسب مدى تعرضهن لها على اليوتيوب	18
61	سبب تفضيل المبحوثات لمشاهدة قناة "أم وليد" على اليوتيوب	19
61	نوع الصفات التي تفضل المبحوثات مشاهدتها على قناة "أم وليد"	20
62	الهدف من مشاهدة المبحوثات لقناة "أم وليد"	21
63	قيام المبحوثات بتجريب الصفات التي يشاهدنها على قناة "أم وليد"	22
63	مدى نجاح الصفات التي تجربها المبحوثات من خلال متابعة قناة "أم وليد" على اليوتيوب	23

64	مساهمة قناة "أم وليد" في تحسين مستوى المبحوثات بالطبخ	24
64	تعليق المبحوثات اذا كانت اجابتهن بنعم على صفة استفادتهن من القناة	25
65	الاحتياجات التي حققتها قناة "أم وليد" على اليوتيوب للمبحوثات	26
65	تقييم المبحوثات لقناة "أم وليد" على اليوتيوب	27
66	بيانات خاصة بالوثائق محل الدراسة	28
67	طبيعة المادة المنشورة لقناة "أم وليد" على اليوتيوب	29
67	نوعية الصور لقناة "أم وليد" على اليوتيوب	30
68	استعمال الألوان في قناة "أم وليد" على اليوتيوب	31
68	التفاعل مع المنشور لقناة "أم وليد" على اليوتيوب	32
69	مستوى اللغة المستعملة لقناة "أم وليد"	33
69	مجال الوصفة لقناة "أم وليد"	34
70	طبيعة الوصفات التي تتناولها قناة "أم وليد"	35
70	الجمهور المستهدف لقناة "أم وليد"	36
71	فئة المصدر لقناة "أم وليد"	37

مقدمة

لا أحد ينكر أن العالم أصبح قرية صغيرة يمكن لجميع سكانه التواصل من خلال تبادل الأفكار والمعلومات وتعلم ثقافات الغير. ذلك لما توفره تكنولوجيا الاتصال الحديثة من إمكانيات النقل والتخزين والمعالجة والتفاعل بين المستخدمين. وفي هذا الصدد ظهر الإعلام الجديد الذي سهل بدوره عملية التواصل بين رواده عن طريق ما يسمى بـ "مواقع التواصل الاجتماعي"، التي استطاعت حشد الملايير من المستخدمين حول العالم. ويعد موقع " اليوتيوب" أحد أبرز مواقع هذه الشبكات الاجتماعية التي لقيت رواجاً واسعاً نظراً لما يقدمه من محتويات مختلفة، فبعد أن بدأ الموقع كوسيلة لنشر مقاطع الفيديو بغرض الترفيه فقد تطور فيما بعد ليصبح وسيلة تعليمية بامتياز، وذلك بظهور وانتشار قنوات اليوتيوب التي تعنى بتعليم مختلف المهن، خاصة منها تلك التي تلقى اهتماماً واسعاً من قبل المستخدمين كقنوات الطبخ مثلاً، حيث لقيت هذه القنوات رواجاً عالمياً وعرفت الجزائر ظهورها وانتشارها الواسع في الآونة الأخيرة.

فالعديد من قنوات الطبخ على اليوتيوب اختصت في تقديم الوصفات على اختلاف أنواعها: تقليدية وحديثة أو وصفات مبتكرة ومحسنة. وفي هذا الصدد لاحظنا وجود قناة متميزة بجمهور واسع من المتابعين وهي المسماة " قناة أم وليد"، وهذا بالنظر للتفاعل الهائل مع هذه القناة، وبروزها كأحد أكبر قنوات اليوتيوب الجزائرية التي عرفت نجاحاً باهراً.

ومن هذا المنطلق حاولت دراستنا معرفة مدى تفاعل جمهور المستخدمين في الجزائر مع هذه القناة لمعرفة الصدى الذي تلقاه قنوات اليوتيوب الخاصة بالطبخ كأحد الممارسات المهنية عموماً، وللإحاطة أكثر بهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى أربعة فصول تمثلت في الآتي:

*** الفصل الأول:** وهو الفصل المنهجي الذي حددنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهميتها وأهدافها، وتطرقنا

إلى أبرز أسباب اختيار الموضوع، كما حددنا المفاهيم الأساسية للدراسة ومنهجها المتبع، ومجتمع الدراسة وعينته والمقاربة النظرية المناسبة لدراستنا.

*** الفصل الثاني:** وهو الذي شكل بداية الإطار النظري، حيث تطرقنا فيه للإعلام الجديد للموقع الإلكتروني وقمنا بتقديم مجموعة من التعريفات وصولاً إلى موقع اليوتيوب.

*** الفصل الثالث:** وهو تنمة الإطار النظري الذي استهدف الإحاطة بالمتغيرات الرئيسية للموضوع المعالج، وقد قمنا من خلاله بتعريف المهنة، أنواعها، وصولاً إلى تطور الطبخ في الجزائر.

* الفصل الرابع: شمل هذا الفصل عرض مختلف نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية، والإجابة عن التساؤلات المطروحة في بداية هذه الدراسة.

كما ختما دراستنا بمجموعة من المقترحات التي تستهدف تسليط الضوء أكثر على هذه الظاهرة التي ارتبطت بظهور وانتشار وسائط الإعلام الجديد.

الإطار المنهجي

الفصل الأول إطار الدراسة

ومنهجيتها

- الإشكالية.
- تساؤلات الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- أسباب اختيار الموضوع.
- تحديد المفاهيم والمصطلحات.
- منهج الدراسة.
- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- أدوات جمع البيانات.
- مجالات الدراسة.
- المقاربة النظرية للدراسة.
- الدراسات السابقة.
- صعوبات الدراسة.

الإشكالية:

لقد شكلت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ثورة معرفية هائلة عقب ظهور الأنترنت في العقود الأخيرة وانتقال المجتمع من المرحلة الزراعية إلى الصناعية ثم إلى المعلوماتية، حيث أصبحت الأنترنت تشكل أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول، على اعتبار أن المعلومة أصبحت لها قيمة مادية ذات حد معلوم، إلى درجة أنها صارت ركيزة أساسية في تسيير مختلف القطاعات ومجالات الحياة في المجتمعات المعاصرة.

وقد كان لذلك الفضل في تطور وسائل الإعلام من شكلها الكلاسيكي إلى الشكل الجديد عبر الاستفادة من خدمات الأنترنت من خلال الوسائط المتعددة، وظهر ما يسمى بشبكات التواصل الاجتماعي، التي خلقت جسورا من التواصل بين الأمم وعملت على تقريب المسافات، بالإضافة إلى ظهور المدونات الشخصية كوسيلة لنشر الأخبار والمعلومات. فهذه الوسائل شكلت لنا إعلاما جديدا أصبح يتمتع بهامش من الحرية لا تمتلكه وسائل الإعلام التقليدية، بالإضافة إلى التفاعل الفوري والمتزامن مع كل ما ينشر عبر هذه الوسائل.

فموقع "اليوتيوب **YouTube** " برز كأحد منابر الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي التي ساهمت في نشر المعرفة والتعلم، على اعتبار أنها من بين أهم تلك الشبكات وأكثرها رواجاً في العالم، حيث يتيح لنا مشاهدة مجموعة لامتناهية وغير محدودة من الفيديوهات العالمية والمحلية، كما يمنح لمشاهديه فرص التعبير عن آرائهم بالفيديو، الذي يتيح لمتابعيه إمكانيات التفاعل عن طريق الإعجاب، والتعليقات التي تأتي بصفة فورية بعد المشاهدة، حيث تشكل هذه التعليقات ملتقى لكل الآراء والاتجاهات بين جمهور المستخدمين لهذه الوسيلة التي أصبحت من أهم وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من أجل إثراء الرصيد الثقافي والعلمي لهم حول مختلف المواضيع التي تطرحها هذه الفيديوهات، والتي يمكن مشاركتها مع الأصدقاء أو الاشتراك فيها بسبب الرغبة في متابعة أحد هذه القنوات على موقع اليوتيوب. هذا الأخير يوفر أيضا القدرة على بث ونقل الفيديوهات بشكل مباشر، أين يمكن فيها للمرسل والمستقبل التفاعل فيما بينهما بصفة آنية.

وقد ظهرت قنوات اليوتيوب بصورة كبيرة ومتخصصة في مجالات معينة لقيت إقبالا كبيرا من مستخدمي هذه الشبكة، حيث حظيت هذه القنوات الخاصة بالنشاطات المهنية باهتمام واسع لما تقدمه من دروس حول كيفية إنجاز مختلف الأعمال وبطرق احترافية ومبتكرة، معتمدة في ذلك على الرغبة الكبيرة للأفراد في التعلم والاكتشاف وحتى الفضول أحيانا بعيد مسارات التكوين في المؤسسات التقليدية المعهودة.

وقد برزت أهمية اليوتيوب في كونه ساعد المستخدمين على اكتساب مهارات جديدة لم يمتلكونها من قبل وبالتالي فقد أصبح لهذا النوع الذي يمكن تسميته بـ "اليوتيوب المهني" ضرورة ملحة لا يمكن الاستغناء عنها.

برزت في الجزائر العديد من القنوات المهنية التي استطاعت جذب ملايين المتابعين وتحديدا تلك المتخصصة في مجال الطبخ، وأبرزها قناة "أم وليد" التي تعنى بتقديم وصفات طبخ وحلويات جديدة وبسيطة ومطورة، ساهمت في استقطاب العديد من شرائح المجتمع. وباتساع رقعة متابعيها محليا ودوليا إلى مستويات قياسية وصلت إلى ملايين المشاهدات والاشتراكات ومختلف أشكال التفاعل، التي رفعت ترتيبها إلى صدارة القنوات في هذا الميدان. وفي ظرف وجيز حققت هذه القناة شهرة واسعة، ووضعت بصمتها الخاصة بمحتوى متميز في مجمله لصاحبة القناة، التي اتخذت اسما قريبا إلى الجمهور، ومرتبطا بالأم وبربة البيت الجزائرية الأصيلة. وبهذا انتشر اسم "أم وليد" بمستويات قياسية تجاوزت سقف 05 ملايين مشترك فضلا عن الملايين المتزايدة يوميا من المتابعين والمعجبين والمتفاعلين الذين يعبرون عن مدى رضاهم واستفادتهم من كل ما تقدمه القناة من وصفات ومضامين بسيطة وقابلة للتطبيق.

ومن كل مما سبق يمكننا طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى تفاعل جمهور المستخدمين في الجزائر مع قناة "أم وليد" الخاصة بالطبخ؟

- تساؤلات الدراسة:

1. ماهي عادات استخدام قناة "أم وليد" على اليوتيوب؟
2. ماهي دوافع تعرض مستخدمي اليوتيوب لقناة "أم وليد"؟
3. ماهي الاشباع التي تحققها قناة "أم وليد" لمتابعاتها على اليوتيوب؟
4. هل ساهمت قنوات اليوتيوب في انتشار الممارسات المهنية بعيد عن الأطر التكوينية التقليدية؟

- أهمية الدراسة:

تبرز أهمية دراسة الموضوع فيما يلي:

1. كونه يتطرق إلى جانب مهم من الحياة الاجتماعية والاتصالية للمبحوثين، وهو تفاعل جمهور المستخدمين في الجزائر مع قنوات اليوتيوب عامة وقنوات الطبخ خاصة.
2. هذه الدراسة جاءت كنتيجة حتمية بعد تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال التي شهدتها العصر وسهولة الحصول على المعلومة، مما يستوجب وجود دراسات في مثل هذا المجال.
3. دراسة تأثير قنوات اليوتيوب حيث توجه المستخدمون إلى استعماله من أجل تعلم نشاطات مهنية جديدة كالطبخ بدل الطرق التقليدية المعروفة.

- أهداف الدراسة:

1. معرفة أسباب ومدى تفاعل جمهور المستخدمين مع قنوات اليوتيوب المتخصصة في الطبخ.
2. التعرف على آراء المستخدمين اتجاه استخدام قنوات اليوتيوب كوسيلة للتعليم والتكوين الذاتي.

3. دراسة تأثير استخدام قنوات اليوتيوب الخاصة بالطبخ كوسيلة لاكتساب مهارات جديدة في هذا المجال.

- أسباب اختيار الموضوع:

أ- أسباب موضوعية:

1. إثراء الرصيد العلمي للمكتبة بمحتوى يواكب تطورات العصر.
2. إفادة الباحثين الجدد في هذا المجال بتراث علمي راقى.
3. قلة الدراسات في هذا المجال المرتبط بالإعلام الجديد.

ب- أسباب ذاتية:

1. الرغبة في دراسة هذا النوع من المواضيع الجديدة والمتميزة.
2. اهتمامنا الشخصي بهذا المجال القريب من تخصصنا.
3. رغبتنا في معرفة مختلف عوامل نجاح وإشراق هذا النوع من قنوات اليوتيوب.
4. استكشاف ميدان جديد أصبح يحظى باهتمام بالغ لدى جمهور المتابعات في الجزائر.

- تحديد المفاهيم والمصطلحات

1. التفاعل:

- لغة:

"التفاعل من الأصل اللغوي، فعل الشيء فعلا وفعالا أي عمله، وافتعل الشيء أي اختلقه، وانفعل كذا تأثر به، انبسط أو انقبض فهو منفعل، ويقال تفاعلا أي أثر كل منهما في الآخر، والتفاعل عملية كيميائية يتم من خلالها تحويل بعض المعادن النفيسة إلى الخسيسة، أي أن عملية التفاعل الكيميائي أن تؤثر مادة في مادة أخرى فتغير تركيبها الكيميائي".¹

- اصطلاحا: "أي استخدام الأنترنت للتسلية أو للتعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية".²

يرى الباحثون أن: "التفاعل يعني مرسل ومتلقي ومن أهم خصائص التفاعل الاستجابة (Responsiveness)، أي أن الاتصال التفاعلي يتعدى حدود الاتصال الإنساني إلى الاتصال والتفاعل مع الوسيلة ذاتها وليس بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية".³

¹ محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015، ص ص 314-315.

² المرجع نفسه، ص ص 314-315.

³ عبد العزيز الشريف: الإعلام الإلكتروني، دار بافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 16.

الحاجة جعلت الطبخ نشاطا اجتماعيا، لأن الطبخ يحتاج إلى تعاون وتنظيم، والتأكد من أن هنالك من يقوم ويهتم بالنار".¹

- اجرائيا: الطبخ هو عبارة عن تحضير وجبات طعام للأكل، وقد تعدى ذلك حيث أصبح الطبخ فنا ومهنة يقوم بها الطاهي كشغف وليس فقط كضرورة من ضروريات الحياة. ونقصد به في دراستنا مختلف الوصفات المعروضة على القناة الخاضعة للدراسة، وهي وصفات طبخ تقليدية أو حديثة جزائرية محلية أو تنتمي لثقافات وشعوب أخرى.

- منهج الدراسة

- تعريف المنهج:

* لغة: المنهج هو الطريق الواضح: طريق، نهج، بين واضح، وهو النهج، والجمع نهجات ونهج ونهوج وطرق نهجة، وسبيل منهج: كنهج، ومنهج الطريق: وضحه. والمناهج: كالمنهج.

- وفي القرآن الكريم: "لكل جعلنا منكم شرعة ومنهاجا" وأنهج الطريق: وضح واستبان وصار نهجا واضحا بينا، واستنهج الطريق: صار نهجا.

- وفي حديث العباس: لم يمّت رسول الله صلى الله عليه وسلم حتى ترككم على طريق ناهجه أي واضحة بينة. ونهجت الطريق: سلكته وفلان يستنهج سبيل فلان أي يسلك مسلكه، والنهج: الطريق المستقيم وهو وسيلة محددة توصل إلى غاية معينة.²

* اصطلاحا: فقد جاء ترجمة للكلمة الأجنبية (Méthode) ويعني: الطريقة أو الأسلوب أو الكيفية التي يصل بها الباحث أو العالم إلى نتائجه، فهو وسيلة محددة توصل إلى غاية معينة.

- " المنهج يأتي بمعنى السمة الغالبة على مجموعة من الظواهر الفكرية أو السلوكية... ويأتي بمعنى الطريق والطريقة المحددة التي توصل الانسان من نقطة إلى نقطة أخرى."³

- " المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة."⁴

¹ المرجع نفسه، ص 43.

² علي معمر عبد المؤمن: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية (الأساسيات والتقنيات والأساليب)، منشورات جامعة 7 أكتوبر، 2008، ص 11.

³ عبود عبد الله: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار النميز للنشر والتوزيع، دمشق، 2004، ص ص 61-62.

⁴ عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 19.

تنتهي دراستنا إلى الدراسات الوصفية ويقصد بها "دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة مسبقاً".¹

وقد اعتمدنا على منهج "المسح بالعينة" وفيه "يتم اختيار عينة ليتم جمع معلومات عن المجتمع الذي تمثله بواسطتها، ومن ثم الاستدلال من هذه المعلومات حول المسألة أو القضية موضوع الدراسة. ويراعى عند اختيار العينة عدد من المتغيرات كالحالة الاجتماعية والاقتصادية، والجنس، والموقع الجغرافي لتمثل العينة شرائح وطبقات مختلفة من المجتمع المعني بموضوع الدراسة المسحية".²

وقد اعتمدنا على هذا المنهج في شقي الدراسة الميدانية منها والتحليلية لعدة أسباب موضوعية على رأسها كثرة جمهور المتابعات وانتشاره الواسع عبر شبكة الأنترنت من جهة، وضخامة حجم ما تنشره القناة من مضامين في هذا المجال من جهة أخرى.

- مجتمع البحث وعينة الدراسة

أ- مجتمع البحث: ويعرف بأنه: "مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات".³ ومن هذا المنطلق فإن مجتمع دراستنا من متابعات قناة "أم وليد" على اليوتيوب، والذين قارب عددهم الأربعة ملايين متابع في بداية بحثنا أواخر سنة 2018 على قناة اليوتيوب الرسمية "أم وليد".

ب- عينة الدراسة: وتعرف العينة بأنها: "جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً".⁴

ونظراً لاقتراب عينتنا على متابعات قناة "أم وليد" على اليوتيوب، فقد اعتمدنا على العينة القصدية وهي: "العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي على أساس أنها هي الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة".⁵

ومنه ينتقي الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته وبناء على معرفته، دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها، ويختار الباحث أفراد عينته في

¹ سمير محمد حسين: بحوث الاعلام "الأسس والمبادئ"، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ص 124، 123.

² محمد عبد العالي النعيم وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 233.

³ رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 161.

⁴ المرجع نفسه، ص 161.

⁵ نادية سعيد عيشور: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص 240.

هذا النوع دون الاعتماد على الطريقة العشوائية البسيطة، بل يضع الباحث مواصفات محددة لأفراد العينة مبنية على المعلومات المعروفة مسبقاً عن مجتمع الدراسة ثم يحاول اختيار الأفراد الذين تنطبق عليهم هذه الشروط بدرجة كبيرة، وعليه فإن نتائجها البحثية والعلمية لا تتمتع بالموضوعية اللازمة في البحث العلمي، أما إيجابياتها فهي كثيرة، منها قدرتها على إعطاء معلومات وأدلة كافية عن طبيعة مجتمع البحث وعدم احتياجها لإجراء عمليات التحليل الإحصائي المعقدة التي تعتمد عليها العينات العشوائية.¹

حيث تكونت عينة دراستنا من 161 مفردة من متابعات قناة "أم وليد"، ونظراً لملاءمة الاستمارات بطريقة عشوائية من طرف بعض المتابعات تم حذف 21 استمارة من مجملها، فكان العدد النهائي هو 140 استمارة موزعة على فئة المتابعات من النساء فقط.

- أدوات جمع البيانات

أ/ استمارة الاستبيان: هي أداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل... ويعتمد الاستبيان على إعداد مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبياً من أفراد المجتمع (حيث توجه هذه الأسئلة عادة لعينة ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص آرائها).²

وقد قمنا بالاعتماد على هذه الأداة في دراستنا لكونها أداة تمكن من جمع البيانات والمعلومات الكافية حول موضوع الدراسة، وقمنا بصياغة الأسئلة المناسبة لذلك، كما حاولنا قدر الإمكان أن تكون واضحة وبسيطة وملمة بكل جوانب الموضوع، وهذا بطبيعة الحال بإتباع مجموعة من الإجراءات المنهجية التي يجب ان تتوفر في عملية صياغة وإعداد استمارة الاستبيان وكانت كالاتي:

- ✓ تحديد موضوع الدراسة وضبطه بطريقة منهجية، وتحديد متغيرات الدراسة التابع منها والمستقل وهذا حسب طبيعة الموضوع.
- ✓ صياغة مجموعة من الأسئلة حسب كل متغير حيث تكون هذه الأسئلة ضرورية وواضحة وبسيطة وغير متكررة، واستندنا في ذلك على التساؤلات الفرعية المتعلقة بإشكالية الدراسة، ثم قمنا بتوزيعها على أساتذة محكمين للنظر في محتواها.
- ✓ قمنا بتعديل الاستمارة بناء على اقتراحات وتعديلات المحكمين.
- ✓ بعدها قمنا بطباعتها بشكل نهائي حيث تضمنت استمارة الاستبيان أربعة محاور متكونة من 26 سؤالاً.

¹ المرجع نفسه، ص240.

² أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية، ص338.

المحور الأول: يضم 05 أسئلة، والهدف منها جمع معلومات حول خصائص متابعات قناة "أم وليد" على اليوتيوب.

المحور الثاني: ويضم 11 سؤالاً، والهدف منها معرفة عادات استخدام المتابعات لقناة "أم وليد" على اليوتيوب.

المحور الثالث: ويضم 04 أسئلة، والهدف منها معرفة دوافع تعرض مستخدمات اليوتيوب لقناة "أم وليد".

المحور الرابع: ويضم 06 أسئلة، والهدف منها هو معرفة الإشباع المحققة للمستخدمات جراء متابعتهم لقناة "أم وليد" على اليوتيوب.

ب/تحليل المضمون:

- عرفه بولسون: "هو أسلوب أو أداة بحث لوصف المحتوى الظاهر أو الواضح للرسالة الإعلامية وصفا كيميا وموضوعيا ومنظما."¹

- "تحليل المضمون يعني تنقية المضمون وبلورته ليتسنى وصفه وصفا كيميا وكيفيا، وهو أداة للملاحظة لكنها ليست ملاحظة مباشرة لسلوك أفراد، أو جماعات أو من خلال مقابلتهم والحصول منهم على إجابات معينة، وإنما هي ملاحظة غير مباشرة، تقتصر على تحاليل مضامين المادة الاتصالية للحصول إلى استنتاجات صحيحة ذات صلة بفروض الدراسة."²

وقد قمنا بالاعتماد على هذه الأداة في دراستنا من خلال تحليل محتوى فيديوهات القناة المنشورة خلال الفترة ما بين 2019/05/02 إلى 2019/05/16 وقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة على ثلاثة محاور:

المحور الأول: بيانات خاصة بالوثائق محل الدراسة.

المحور الثاني: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث الشكل.

المحور الثالث: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث المضمون.

ج/ المقابلة: تعتبر المقابلة طريقة من طرق جمع البيانات تقوم عادة على تيسير الاتصال المباشر بين فردين، إما وجها لوجه وإما عن بعد عبر الهاتف أو الأنترنت وتمكين القائم بالمقابلة من استخراج المعلومات، والمشاعر والآراء من المبحوث باستعمال الأسئلة والحوار التفاعلي، وعادة ما يتم التحكم في المقابلة من جانب شخص واحد هو من يطرح الأسئلة المتعلقة بالفرد الآخر، وتستخدم المقابلات في إكتشاف أو استخراج المزيد من المعرفة عن طريق

¹ بلقاسم سلاطينية، حسان الجيلاني: أسس المناهج الاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، بسكرة، 2012، ص 55

² المرجع نفسه، ص 55.

طرح الأسئلة التي تتناول نطاقا واسعا من السياقات.¹ وقد قمنا بالاعتماد على هذه الأداة من خلال إجراء مقابلة مع أستاذ بمركز التكوين المهني والتمهين أحمد بن مارس بقلمة، أجريت بتاريخ 25 جوان 2019. وقد استفدنا كثيرا من محتوى هذه المقابلة بسبب تخصص المعني وكفاءاته وتكوينه العميق في هذا المجال².

د/ الملاحظة: تعتبر الملاحظة من أهم أدوات البحث العلمي لكونها تتيح تفحص الجوانب المبحوثة في الظاهرة عن قرب في إطار ظروفها الطبيعية العادية غير المصطنعة، بفعل أن عملية المشاهدة تجري في بعض الحالات دون أن يعلم المبحوثين أنهم محل فحص وأن تصرفاتهم موضوع مراقبة، عكس أداتي المقابلة والاستبيان، حيث يعلم المبحوث أنه تحت الدراسة، وبالتالي لا يكون عاديا في تصرفاته مع الباحث.³

وقد قمنا باستخدام أداة الملاحظة البسيطة لاختيار المضامين المناسبة والمعبرة عن وظيفة قناة اليوتيوب الخاضعة للدراسة، وكذا لرصد مختلف أشكال التفاعل من متابعتها.

– مجالات الدراسة

يعتبر تحديد مجال الدراسة خطوة مهمة وأساسية في بنائها المنهجي، وقد شملت دراستنا في شقيها الميداني والتحليل مجالا خاصا بكل منها وفق الآتي:

أ – الدراسة الميدانية:

- المجال المكاني: ويمثل هذا المجال في دراستنا مدينة قلمة وضواحيها
- المجال الزمني: امتد المجال الزمني لإنجاز هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من: 15 فيفري 2019 إلى 30 أفريل 2019.

ب- الدراسة التحليلية:

- مجالها المكاني: هو موقع قناة "أم وليد" على اليوتيوب وعلى الشبكة العالمية للأنترنت.
- مجالات الزمن: امتد المجال الزمني لإنجاز الدراسة التحليلية خلال الفترة ما بين: 02 إلى 16 ماي 2019

– المقاربة النظرية للدراسة:

* نظرية الاستخدامات والإشاعات:

¹ بوب ماتيزوز، ليز روس: الدليل العملي لمنهج البحث في العلوم الاجتماعية، محمد الجوهري، المركز القومي للترجمة، 2016، ص 451.

² أنظر الملحق رقم (04): مقابلة أجريت مع السيد "شياخة عبد الحليم"، أستاذ بمركز التكوين المهني والتمهين أحمد بن مارس بقلمة، بتاريخ: 2019/06/25، على الساعة 10:15.

³ أحمد بن مرسل: منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 204.

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع التي ظهرت لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري"، تأليف كاتز وبلومر (Elihu Katz and Blumer) 1974م، حيث تعتبر الجمهور نشط ويمكنه تحديد الإشباع التي يريد الحصول عليها، ويستخدم خبرته الاتصالية بوسائل الاتصال الجماهيري.

وعلى ذلك فنظرية الاستخدامات والإشباع تستند على الافتراضات التالية:

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

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

* التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

* يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعالية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

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

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية هي:

1. التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.¹

2. توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

3. التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.²

وقد قمنا بالاعتماد هذه النظرية في دراستنا على اعتبار أن جمهور المستخدمين الجزائريين يعتمدون بشكل أساسي، على موقع اليوتيوب نظراً لأنه استطاع الوصول إلى تحقيق رغباتهم وتلبية احتياجاتهم من خلال مجموعة لامتناهية من الفيديوهات المتوفرة في كل وقت، ويعود إليها متى شاء. وهذا ما أكدته دراستنا التي أجريناها على عينة من متابعات قناة "أم وليد" على اليوتيوب، بالإضافة إلى تحليل محتوى مجموعة من الفيديوهات الخاصة بالقناة في فترة زمنية معينة.

¹ محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003، ص ص 152، 153.

² المرجع نفسه، ص ص 154، 155.

ضف إلى ذلك استفادة المتابعات من الخدمات التي يوفرها الموقع، كإمكانية التعليق على كل ما ينشر عبر قناة "أم وليد" على اعتبار أن الفئات النسوية، هن الأكثر توجهاً نحو استخدام قنوات اليوتيوب الخاصة بالطبخ، كما أن موقع اليوتيوب كإحدى وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، قد أثبت نجاحه في تقديم وسائل تساهم في إثراء الرصيد العلمي والمعرفي للمستخدمين واشباع حاجاتهم في التعلم المهني.

- الدراسات السابقة:

1. أثر استخدام اليوتيوب في تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الانجليزية لدى أطفال الروضة في المدارس الخاصة بمحافظة العاصمة عمان (2018)¹

- تناولت الدراسة العلاقة بين اليوتيوب وطريقة تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الإنجليزية، حيث تعتبر اللغة الإنجليزية في وقتنا لغة العصر إذ لا بد الاهتمام بها وتعلمها، وقد تم اختيار اليوتيوب كوسيلة تواصل جيدة يمكن من خلالها تسهيل عملية النطق وإيصالها للطفل بطريقة صحيحة وجيدة.

- وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج شبه التجريبي، وقد أجرى دراسته على **43** مفردة من أطفال الروضة في المدارس الخاصة.

- وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

1. أن تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الإنجليزية لدى أطفال الروضة تعزي لاستخدام اليوتيوب مقارنة بالطريقة التقليدية، ويعود السبب الرئيسي لهذه النتيجة أن استخدام اليوتيوب في التعليم عن بعد أسلوباً جديداً على أطفال المجموعة التجريبية أثار لديهم شغف التعلم وجذب انتباههم بشكل كبير كامل أثناء عرض الفيديو.
2. أن أطفال المجموعة الضابطة الذين تم تدريسهم بالطريقة التقليدية، بأن دافعيتهم للتعلم أقل، وقد يرجع السبب لوجود نوع من الملل في أجواء بعض من الحصص.
3. أن استخدام مقاطع اليوتيوب في تعليم النطق الصحيح للغة الإنجليزية للأطفال يخاطب حاستي السمع والبصر لديهم ويثيرها مما يساهم في نجاح العملية التعليمية وتحقيق أهدافها.

¹ أحلام فيلح حسن العطيوات: أثر استخدام اليوتيوب في تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الانجليزية لدى أطفال الروضة في المدارس الخاصة بمحافظة العاصمة عمان، مذكرة ماجستير، قسم التربية الخاصة وتكنولوجيا التعليم، جامعة الشرق الأوسط، 2018.

2. أثر استخدام بعض الوسائط التعليمية المقترحة عبر الشبكة العالمية على التحصيل لدى طلاب الصف التاسع في مبحث الجغرافيا بمحافظة خانيوس (2015)¹

- تناولت الدراسة الكشف عن أثر استخدام الوسائط التعليمية (السطورة الذكية، والفيديو التعليمي اليوتيوب) عبر الشبكة العالمية على التحصيل لدى طلبة الصف التاسع في مبحث الجغرافيا بمحافظة خانيوس، حيث يعتبر الوسيط التكنولوجي الفيديو التعليمي عبر الشبكة العالمية (اليوتيوب) من التقنيات الحديثة التي يمكن أن تسهم في تطوير العملية التعليمية وجعلها أكثر تشويقاً ومتعة، حيث يقوم بالجمع بين الصوت والصورة في العملية التعليمية. * وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج التجريبي، حيث أجرى دراسته على 72 طالباً من الصف التاسع. وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

1. أن استخدام الوسائط التعليمية عبر الشبكة العالمية (السطورة الذكية والفيديو التعليمي عبر اليوتيوب) تحقق نتائج أفضل في تحصيل الطلاب من الطريقة الاعتيادية، وهذا يعود إلى أن أدوات الشبكة العالمية تحتوي العديد من الأيقونات والوسائل الممتعة والشيقة التي تجذب انتباه الطالب وتحفزها خاصة بتمتع تلك الوسائط بدور إيجابي خلال الموقف التعليمي.

2. أن استخدام الوسائط التعليمية عبر الشبكة العالمية (السطورة الذكية، والفيديو التعليمي عبر اليوتيوب) عبر الشبكة العالمية تحدث أثراً في تحصيل طلاب الصف التاسع في مبحث الجغرافيا وذلك لفعالية تلك الوسائط في العملية التعليمية خاصة في مبحث الجغرافيا لما يحتوي هذا المبحث من خرائط ورسومات بيانية توضيحية ومفاهيم ومقارنات فهي تقنية تعليمية حديثة تناسب حاجات الطلاب وإثارة انتباههم وتحسين مستوى إدراكهم للعملية التعليمية.

¹ سعيد نعيم حسن عبد الغفور: أثر استخدام بعض الوسائط التعليمية المقترحة عبر الشبكة العالمية على التحصيل لدى طلاب الصف التاسع في مبحث الجغرافيا بمحافظة خانيوس، رسالة ماجستير، تخصص مناهج وطرق التدريس في جامعة الأزهر، غزة، 2015.

3. استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المحققة (2014)¹

- تناولت الدراسة استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المحققة، وذلك من خلال معرفة دوافع طلبة الجامعات لاستخدام هذه الشبكات وما مدى الثقة بمعلوماتها وما مدى الاستفادة منها، بالإضافة إلى إيجابيات وسلبيات استخدامها.

وقد اعتمد الباحث في دراسة على المنهج المسحي، وقد أجرى دراسته على **400** مفردة من طلبة الفصل الأول المسجلين من جامعة الأقصى وجامعة الأزهر والجامعة الإسلامية.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

1. أن **90%** من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبته **57%** يستخدمونها بشكل يومي لمدة تزيد عن **3** ساعات، وقد بلغت استفادة الطلبة من شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة تقدر ب **77.20%**.
2. أن شبكة الفيسبوك تبوأ الصدارة بنسبة **95.14%**، يليها اليوتيوب بنسبة **59.43%**.
3. أن أبرز الإشاعات المحققة هي إشاعات التفاعل الاجتماعي بنسبة **33.2%**.

¹ صلاح محمد أبو صلاح: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المحققة، مذكرة ماجستير، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية غزة، 2014.

4. فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية الإسلامية بغزة (2012)¹

- تناولت الدراسة فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية، حيث اعتبرت اليوتيوب من بين أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يتم من خلالها نشر مقاطع الفيديو، ضف إلى ذلك إنشاء قنوات خاصة بهم، حيث رأوا أن جل قنوات اليوتيوب تعمل على نشر الوعي والثقافة والمعرفة، فالإنسان بطبعه يتأثر بكل ما هو محيط به نذكر منها الثقافة فهي ذات تأثير كبير على حياة الإنسان في مختلف المجالات، لذلك ظهر اليوتيوب كوسيلة تعمل على دفع العقل لمعانقة بواعث المعرفة.

* وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، وقد أجرى دراسته على **74** مفردة من طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

1. أن أغلب أفراد العينة يقضون في تصفحهم موقع اليوتيوب من ساعة إلى ساعتين، وأن أغلب الطالبات يستخدمن في تصفحهم لليوتيوب جهاز الهاتف الذكي بنسبة **81.7%**.
2. كما أظهرت النتائج أن أغلب الطالبات يستفدن من محتوى اليوتيوب ولا يتفاعلهن معه بتسجيل إعجابهم أو الاشتراك في القناة بنسبة **60%**، والحالات التي تجعلنهن يعلقن على محتوى الفيديو هي إعطاء رأيهن حول الموضوع بنسبة **65%**، وأن أكثر المواقع الاجتماعية التي يشاركن فيها أغلب المبحوثين بمقاطع الفيديو هو موقع الفيسبوك بنسبة **51.7%**.
3. كما أظهرت النتائج أن دافع استخدام المبحوثات لليوتيوب هو: تعلم الطبخ كما يساعدهن على معرفة

¹ أكرم عبد القادر عبد الله فروانة: فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية الإسلامية بغزة، مذكرة ماجستير، قسم المناهج وطرق التدريس (تكنولوجيا التعليم)، الجامعة الإسلامية، 2012.

كل ما هو جديد بنسبة 91.7%، وتمثلت في حصولهن على معلومات لم يعرفنها من قبل بنسبة 50%، كما أقررن بأن محتوى اليوتيوب يساهم في إثراء رصيدهن المعرفي بنسبة 53.3%، ووفرت لهن محتويات اليوتيوب معارف زادت من تحصيلهن المعرفي والذي تمثل في الثقافة العامة بنسبة 68.4%.

- صعوبات الدراسة

لقد واجهتنا عدة صعوبات وعراقيل طويلة فترة إعداد المذكرة سواء على مستوى الجانب النظري أو على مستوى الجانب التطبيقي، ومن الصعوبات التي واجهتنا طيلة فترة بحثنا ما يلي:

- نقص المراجع والمصادر التي تخدم موضوعنا بجامعتنا وبعض الجامعات التي قمنا بزيارتها.
- قلة المعلومات الخاصة بموضوع بحثنا خاصة منها ما يخص تطور المهنة في الجزائر.
- ملاءمة الاستمارات من طرف بعض متبعتات قناة "أم وليد" كان بطريقة عشوائية وغير صحيحة، حيث قمنا بتوزيع 161 استمارة على المبحوثات، وعند تفرغها قمنا باستبعاد 21 استمارة لأنها غير مستوفية للشروط، وتم تحليل 140 استمارة فقط.

الفصل الثاني

الإعلام الجديد واليوتيوب

تمهيد:

بما أن العالم اليوم قد استفاد مما تقدمه له وسائل التواصل الحديثة، فإنه وجب علينا وضع هذه التطورات ضمن مجالها العام لتسهيل فهم كل ما أنتجته تكنولوجيات الاتصال الحديثة في عصرنا، فقد اشتمل هذا الفصل على مجموعة من التعريفات والشروحات للإعلام الجديد والمواقع الإلكترونية مروراً بموقع اليوتيوب كأحد أبرز أوجه مواقع التواصل الاجتماعية.

الفصل الثاني: الإعلام الجديد واليوتيوب

المبحث الأول: الإعلام الجديد

1. تعريف الإعلام الجديد وأنواعه:

1.1. تعريف الإعلام الجديد:

يرتبط مفهوم الإعلام الجديد بالتطور الذي حدث في شبكات الاتصال وتحديدا تطور شبكة الويب من الجيل الأول إلى الجيل الثاني أو **web 2.0** إذ اقترن ذلك التطور بزيادة إمكانية الاستفادة من شبكة الويب كشبكة اتصالية، حيث أصبح بمقدور المستخدمين التعديل والإضافة في المحتويات المنشورة عليها بسهولة كبيرة، كما ظهرت العديد من الأدوات والتطبيقات التي تسمح بسهولة تداول الأخبار والمعلومات والتشارك فيها، وإعادة نشرها عبر سياقات مختلفة.

وقد قدمت الكثير من التعريفات للإعلام الجديد منها:

* "الإعلام الجديد هو إعلام الفرد لا إعلام المؤسسات، إعلام يعتمد على قدرة الفرد في أن يكون منتجا للمضامين الإعلامية وأن يقوم بنشر ما لديه من أفكار ومعلومات وآراء ووثائق وصور وفيديو... إلخ من كافة أشكال المضامين الإعلامية، على الملايين من مستخدمي شبكة الويب... ويظهر من هذا التعريف أن الإعلام الجديد هو ذلك الإعلام البديل الذي يعتمد على الأفراد وإمكانياتهم المختلفة التي تساعدهم في نقل وتبادل مختلف المعلومات والبيانات في شتى المجالات".¹

* ويشير ليستر **lester** إلى أن الإعلام الجديد هو: "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو... والمفهوم يشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما سمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع".²

¹ بدرالدين بلمولاي: دور الاعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29 / جوان 2017، ص 03.

² عبد الحليم موسى يعقوب: الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014، ص 10.

* ويعرف قاموس الأنترنت الموجز Condensed Net Glossary تعبير الإعلام الجديد بأنه يشير إلى: "أجهزة الإعلام الرقمية عموماً أو صناعة الصحافة على الأنترنت، وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديم".¹

2.1. أنواع الإعلام الجديد:

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى عدة أنواع كما يلي:

أ- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر (Offline): ويتم تداول هذا النوع، إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية، وما إليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.

ب- الإعلام الجديد القائم على شبكة الأنترنت (Online) وتطبيقاتها: وهو جديد كلياً بصفات، وميزات غير مسبقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.

ج- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة: بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف. وهو أيضاً ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

د- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون: التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل: التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب، كما تتميز أنواع الإعلام الجديد تبعاً لآلية إنتاج المحتوى ومحددات عرضه، إلا أنها في مجملها تحتفظ بسماتها التشاركية والتفاعلية، وهو يأخذ ثلاثة أشكال:

* سجل اجتماعي * تدوين مصغر * مشاركة المحتوى.

- ومن أهم أنماط الإعلام الجديد (المدونات، الفيس بوك والتويتر وجوجل بلس والويكي واليوتيوب) (YouTube، wiki، Google+، Twitter، Facebook، Blog Ging).²

¹ عبد الحليم موسى يعقوب: المرجع نفسه، ص10.

² محمد عبد البديع السيد: دور وسائل الاعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي 25 يناير 2011 و

30 يونيو 2013 م، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الاعلام و فنون الاتصال، جامعة فاروس، الإسكندرية "مستقبل الاعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة"، في الفترة من 1 - 3 نوفمبر 2014 م، ص 07.

2. خصائص الإعلام الجديد وأشكاله:

1.2. خصائص الإعلام الجديد:

مع أن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه في عدة جوانب أهمها:

- ✓ يعتمد الإعلام الجديد بشكل يكاد يكون حصري على الكمبيوتر الشخصي، والأجيال المتقدمة من الهواتف المحمولة.
- ✓ يعتمد الإعلام الجديد على الملتيميديا MultiMedia من خلال عملية إنتاج وتوزيع ومطالعة المواد المكتوبة والمسموعة والمرئية.
- ✓ منح الإعلام الجديد قدرات غير محدودة للأفراد لإنتاج محتوهم الخاص وتبادله وبثه على نطاق واسع.
- ✓ الإعلام الجديد إعلام عابر للحدود والثقافات واللغات.
- ✓ يتميز الإعلام الجديد بالسرعة عبر كافة مراحل الإنتاج والتوزيع والتخزين والاطلاع.
- ✓ يعتمد الإعلام الجديد على الحرية الفكرية من خلال عمل الأفراد بعيدا عن أي رقابة.
- ✓ الوضوح وتحقيق الهدف المنشود من قبل الإعلام الجديد.
- ✓ الأرشفة والتأريخ لمختلف المواد والمعلومات مهما كان شكلها.
- ✓ البحث الذكي عن مختلف المضامين في مختلف مواقع الأنترنت.
- ✓ التطور فائق السرعة للأجهزة و التطبيقات و السرعة في تحديث المضامين الإعلامية.¹

2.2. أشكال الإعلام الجديد:

تعتبر المدونات والمنتديات واحدة من التجليات التي عرفتها شبكة الأنترنت في العقدين الأخيرين، وذلك عندما انتقلت من الجيل الأول (web 1.0) إلى الجيل الثاني (web 2.0)، حيث ظهر أبرز فرق بين جيلين، فتحوّلت منظومة التواصل عبرها من طريق ذو اتجاه واحد يمارس فيه المرسل وظيفة واحدة دائما وهي الإرسال، ويكون المستقبل على الدوام مستقبلا، إلى شكل نظمي جديد قوامه طريق باتجاهين، أين يمكن للمرسل أن يكون مستقبلا والمستقبل مرسلا، في تلازمية فريدة من تبادل الأدوار في وقت آني ومتزامن، وبذلك حدثت الطفرة الجديدة وأصبح للإعلام مسمى جديد وهو الإعلام الجديد وظهرت إلى ساحة التداول مفاهيم كالتفاعلية، (Intractivity) والافتراضية (Vertuel) وغيرها.²

¹ بدر الدين بلمولاي: مرجع سابق، ص 04.

² جيدور حاج بشير: أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية - دراسة مقارنة -، رسالة دكتوراه منشورة، بسكرة، جامعة محمد خيضر، 2017، ص 47.

أولاً: المنتديات والمدونات

تقوم الفلسفة العامة للمنتديات والمدونات على استغلال التقنية التي حملها الجيل الثاني على الأنترنت ويتعلق الأمر بانتهاء فكرة الاتصال الخطي أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي، وهو ما كان يتميز به الاتصال الجمعي أو الجماهيري، حيث أصبح الاتصال يتم في اتجاهين تتبادل فيه الأطراف عملية الاتصال الأدوار فيكون لكل طرف القدرة والحرية في التأثير على عملية التواصل، وعليه فإن: المنتدى (Forum) هو "موقع على شبكة الأنترنت يجتمع فيه الأفراد من ذوي الاهتمامات المشتركة، ليتبادلوا الأفكار والنقاش عن طريق إنشاء موضوع من قبل أحد أعضائه، ثم تتوالى المشاركات فيه بالردود إثراء للنقاش، بالإجابة أو إعادة التساؤل أو الطلب أو التعليق أو النقد ونحوه".¹

- أما المدونات فهي عبارة عن صفحات شخصية مبرمجة سلفاً ومستضافة لدى إحدى مواقع التدوين العالمية مثل (Blogs.com)، وهي عبارة عن مواقع تحين بصفة منتظمة وتحوي منشورات فردية أو جماعية تقترح في أغلب الأحيان تعليقات تنشر من طرف القراء، ويتوفر لها أرشيف مفتوح وروابط خارجية، كما أنها تنشر مقالات موثقة (بالتاريخ والساعة) ومرتببة زمنياً من الأحدث إلى الأقدم.

* تاريخياً يعود التدوين على شبكة الأنترنت إلى سنة 1999 ثم "بدأ ينتشر ويظهر تأثيره منذ سنة 2003 مع بدء الحرب الأمريكية على العراق، أما المدونات العربية فبدأت بالظهور سنة 2004 وزاد انتشارها وتأثيرها منذ 2005 مع بدء حراك سياسي في المنطقة، حيث شارك المدونون بقوة في الدفع نحو التغيير وزيادة الوعي السياسي في دول مثل مصر وتونس وسوريا".

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي

يتقدم الإعلام الجديد ووسائله وتطبيقاته، ويتأخر الإعلام التقليدي خطوات رغم سعيه الحثيث والدؤوب لاستعادة مكانته والرجوع على سالف عهده، ومن أبرز وسائل الإعلام الجديد وأثرها نماء وأوفرها حظاً لتبوء الريادة دون غيرها من وسائله نجد مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تقوم على ثقافة التواصل الاجتماعي، معتمدة على استخدام التقنيات الرقمية لتسهيل التغيير في المجالات السياسية والاجتماعية، ومنه فقد أصبحت هذه الشبكات تمثل مجتمع المعلومات ما كانت تمثله وسائل الإعلام الجماهيرية للمجتمع الصناعي، وتطورت رسائلها وزاد عددها وعظم حجم المنتسبين لها، وبالتالي زاد تأثير وتضاعف حجم الاهتمام بها ودراستها وسير أغوارها.

1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي: هي المواقع الأكثر انتشاراً على شبكة الأنترنت لما تملكه من خصائص ومميزات كالتفاعلية والتنوع والاندماج والحركية والعالمية.²

¹ جيدور حاج بشير، المرجع نفسه، ص48.

² المرجع نفسه، ص 49.

أ/ تعريف التواصل الاجتماعي: هو طريقة للتشارك على الأنترنت بين مجموعة من المستخدمين، يشكل كل واحد منهم مجتمعه الافتراضي الخاص به، وعن طريقه يشارك معلومات خاصة عنه أو يتبادل معلومات أخرى، حيث وفرت شبكة الأنترنت بما تتيحه من عالم افتراضي فرصة للأفراد لإبداء آرائهم والتعبير عنها، والمشاركة بنقاشات حول كل ما يثار من قضايا مما يهتم له المجتمع من جهة، وبما يحقق من إمكانية في ربط الأفراد ببعضهم، سيما لمن سبق لهم يوماً أن تعارفوا في المجتمع الحقيقي، وعليه يتحقق المعنى المراد الوصول إليه من التواصل الاجتماعي.

ب/ مواقع التواصل الاجتماعي: هي "من المفاهيم المرتبطة بالمجتمع الافتراضي، تتشكل من خلال الأنترنت وتسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرص للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال الاتصال"، وتعرف بكونها "مجموعة من البرامج والأدوات على الأنترنت يستعملها جمهور المستخدمين لتبادل المحتوى والآراء والأفكار والخبرات ووجهات النظر عبر وسيلة إعلام تعمل

على تسهيل المحادثات والتفاعلات بين مجموعة من الناس عبر شبكة الأنترنت".¹

2- نماذج من مواقع التواصل الاجتماعي: بعد بداية العمل بمواقع للتواصل الاجتماعي التي كان لها السبق في التأسيس مثل (Omay News) و (My Space) وغيره، تصدرت الترتيب مواقع (Facebook) و (Twitter) و (YouTube) و (Daily Motion) وغيرها من الشبكات على اختلاف تخصص كل منها، ومع ذلك تبدو شبكتي (Facebook) و (Twitter) مختلفتين من حيث أنواع المستخدمين وطريقة العمل في بيئة النشاط الافتراضي وفي المجال العام، حيث يظهر بوضوح أن الأولى هي الأكثر شعبية وانتشاراً.

أ/ موقع وشبكة (Facebook): هو أكبر شبكات التواصل الاجتماعي، يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرزوا أنفسهم وأن يعززوا مكانتهم عبر أدوات الموقع، والتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاقه، أسسه "مارك زاكربيرج" أثناء دراسته بجامعة (هارفارد) سنة 2004 بهدف التواصل مع طلبة الجامعة، بعدها شاع استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، ليصبح موقع متخصص/ بالتواصل وترعاه شركة باسمه، ثم أصبح الأول عالمياً برقم فاق 1.6 مليار مشترك سنة 2016.

ب/ موقع وشبكة (Twitter): ظهر في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة (Obvies) الأمريكية في مدينة "سان فرانسيسكو"، بعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، ثم بدأ في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة.

ج/ موقع وشبكة (YouTube): يعتبر منصة لمشاركة الفيديو (Vidéo Sharing Site) وموقعا للتواصل الاجتماعي نظراً لاشتراكه معها في عدة خصائص، مع بقاء تميزه في تخصص مقاطع الفيديو.²

¹ جيدور حاج بشير: المرجع السابق، ص50.

² المرجع نفسه، ص 51.

المبحث الثاني: المواقع الإلكترونية ومكوناتها

1. تعريف المواقع الإلكترونية وأنواعها:

1.1 تعريف المواقع الإلكترونية:

❖ " المواقع الإلكترونية يطلق عليها بالإنجليزية (web site) والتي يمكن الوصول لها من خلال محدد موقع المصدر (Uniform Resource Locator URL) أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب (Web browser)، ولها أنواع مختلفة".

❖ وتعرف أيضا بأنها: "مجموعة من العناصر أو ما يمكن تسميته بالصفحة، وكل موقع يتكون من مجموعة من الصفحات والعكس غير صحيح..." ويطلق على مجموعة المواقع ذات الاهتمامات المختلفة تسمية عالم الورد وايد ويب (World Wide Web).

❖ فيما يعرف بعضهم الموقع الإلكتروني بأنه : "مجموعة صفحات ويب مرتبطة ببعضها البعض".¹

2.1 أنواع المواقع الإلكترونية:

للمواقع الإلكترونية أنواع كثيرة، ولا يمكن حصرها في أعداد محدودة فهناك مثلا: المواقع السياسية، الاقتصادية، التجارية، السياحية، العلمية الثقافية، الاجتماعية والرياضية والمواقع الصحفية وغيرها... لكن يمكن الحديث عن أنواع المواقع من الزاوية الفنية والتطبيقية، وبهذا فإنها تنقسم إلى ثلاثة أنواع أساسية هي: المواقع الساكنة، المواقع الديناميكية ومواقع التجارة الإلكترونية.

• المواقع الساكنة (Static Web Site):

تحتوي هذه المواقع على بعض النصوص والصور بالإضافة الى مواد نصية وجرافيكية ثابتة ومتحركة تتفق وسياسة القائمين على إدارة الموقع، والفكرة الأساسية من إنشائه، ولكن لا يستطيع القائمون على الموقع بتغيير البيانات وتحديثها بشكل ديناميكي ولا حتى متصفح الموقع بإمكانهم إضافة ردود وتعليقات أو أية مشاركة لأن هذا النوع من المواقع لا يمتلك قاعدة تحديث البيانات (Data Base) حيث يتطلب تغيير أي معلومة أو صورة باستخدام أدوات ولغات تطوير المواقع، تم إعادة نشرها على الأنترنت مرة أخرى، وبالطبع فإن عدد صفحات الموقع غير محدود ويمكن إضافة المزيد في أي وقت طبقا للمحتوى المطلوب للموقع.²

¹ عباس ناجي حسن: الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني دراسة مقارنة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 114.

² محي الدين إسماعيل محمد الديهي: المرجع السابق، ص 383.

• المواقع الديناميكية (Dynamic Web Site):

يتميز هذا النوع من المواقع الديناميكية بخاصية قاعدة البيانات (Data Base)، وبهذا يختلف عن المواقع الساكنة، حيث يتاح لأصحاب هذه المواقع أو المسؤولين عن إدارتها دون الرجوع إلى الشركة المصممة أو المسؤول عن تصميم الموقع إجراء التغييرات والتحديثات كالحذف والإضافة وإدخال المعلومات الجديدة وتحليل البيانات وترتيب الصور، بالإضافة إلى التحديث المستمر يوميا أو حتى ساعات محددة وقد وصل الحال في بعض المواقع أن تحدث معلومتها كل عشر دقائق، ومثال ذلك مواقع محطة CN وتلفزيون BBC وغيرها. ولإجراء هذه التغييرات والتحديثات السريعة يستخدم المسؤول عن الموقع لوحة تحكم بشفرة سرية خاصة، ويتم ذلك من خلال إدخال وإظهار المعلومات وجداول البيانات والصور الموجودة في صفحات المواقع الديناميكية من خلال قواعد بيانات كبيرة تسمح بالإضافة والتحديث المستمر للصفحات، ولهذا أطلق عليها المواقع الديناميكية ويقوم صاحب الموقع أو المسؤول عن إدارته بتحديث بيانات الموقع من خلال لوحة تحكم مؤمنة دائما بكلمة سر لا يعرفها سوى مسؤول إدارة الموقع.

• المواقع التجارية (E- Commerce):

تعتبر هذه المواقع سوقا مفتوحة للزوار حيث تعرض خدماتها ومنتجاتها الإلكترونية للناس، وتعتبر أيضا أكثر مواقع الأنترنت تطورا وأهمها تجاريا، وقد أصبح الأنترنت سوق واسعة لبعض الشركات الكبيرة، واعتمدت ميزة تكلفة الإعلان والإتجار عبر الأنترنت والذي يعرف بالتجارة الإلكترونية، وهي تعتبر أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى عدد كبير من الأفراد ونتيجة لذلك إقامة الأنترنت بعمل الثورة في عالم التسوق.¹

2. مكونات المواقع الإلكترونية وأقسامها:

1.2 مكونات المواقع الإلكترونية:

تختلف المواقع الإلكترونية في طبيعة رسالتها وجمهورها وأسلوبها في عرض المعلومات، وهذا ما يجعل الاختلاف واضحا بين المواقع من حيث التصميم واستخدامات المكونات، فهناك مواقع تستخدم جميع عناصر الوسائط المتعددة من نصوص وصور ورسومات وأصوات وفيديو ومؤثرات بصرية وصوتية، فيما تعتمد مواقع على النص فقط وبين النوعين توجد مواقع تعتمد على الرسم، وأخرى على النص والرسم، وثالثة على الصورة، ورابعة مكرسة للبت الإذاعي وهكذا.²

¹ محي الدين إسماعيل محمد الديهي: المرجع نفسه، ص 384.

² عباس ناجي حسن: المرجع السابق، ص 121.

ويقسم فريك براتهام صفحات الويب إلى قسمين أساسيين هما: صفحة البدء و صفحة المحتوى اللتان يكونان المكونات الأساسية للمواقع الإلكترونية:

- **الصفحة الرئيسية أو صفحة البداية (Home page):** هي مزيج من صفحة عنوان وقائمة محتويات وفهرس ومقدمة، وهي الصفحة الأولى أو الأعلى في الموقع وعادة ما تحتوي على مواد استهلاكية، وقائمة بالوصلات الشعبية إلى جميع محتويات الموقع أو إلى الأقسام الأخرى في المواقع الكبيرة.
- **صفحة المحتوى:** وهي الصفحة التي تضم المضمون أو المحتوى المشار لها في الصفحة الرئيسية مثلاً: رياضة، اقتصاد، علوم وتكنولوجيا وهكذا ...
- صفحة المحتوى تحمل وصلة عودة إلى صفحة البدء أو إلى الصفحة السابقة لها.

2.2 أقسام صفحات الموقع الإلكتروني:

تتكون صفحات الموقع من أجزاء ظاهرة عند عرضها بالمستعرض وأخرى غير ظاهرة والعناصر الأساسية المكونة للأجزاء الظاهرة هي الرأس والجسم والقدم.

- **الرأس (Head):** يتضمن عنوان النص أو (الترويسة) المكتوبة أو المرسومة، ويمكن أن يحتوي على وصلات شعبية مباشرة إلى الصفحات الأخرى في الموقع أو مجموعة من إشارات الأمام أو الخلف.
 - **الجسم (Body):** يتضمن المحتوى الذي يشمل النص والصورة وغيره والوصلات المتشعبة التي تقود إلى صفحات أخرى أو إلى أي جزء آخر من الصفحة.
 - **القدم (Foot):** يتضمن تاريخ إنشاء الموقع وتجديده والعنوان الإلكتروني واسم الجهة الناشرة التي تدير الموقع وأيضاً يحمل أحياناً عناوين أجزاء الموقع بالنص أو الرسوم.
- ويتضمن الموقع الإلكتروني إضافة إلى ذلك مكونات أخرى:

أ/ **خارطة الموقع (Site Map):** وهي لتوجيه الزائر وإعطائه فكرة مهمة لبنية الموقع ومحتواه وتوفر له الوصول إلى المحتويات بالنقر عليها سواء كانت في شكل النصوص أو رسومات توضيحية، وهي وسيلة إدارة الموقع وتضم قوائم المحتوى.

ب/ **أدوات الملاحة (Navigation Tools):** وهناك عدة أنواع للملاحة في الموقع يجب أن تدعمها أداة الملاحة هي: الهبوط إلى أسفل الصفحة، إذ توجد العناصر المكونة لها حسب القائمة، والصعود إلى أعلى إذ يوجد اسم الصفحة، والملاحة عبر الصفحة إلى أجزائها المختلفة والملاحة بين أدوات الصفحة المختلفة،¹

¹ المرجع نفسه، ص122.

مثل: مجال البحث وأدوات تحريك الصفحة، وتوفر المستعرضات مكان لتحريك الصفحة (Scrolling bar) تضم زرا لمشاهدة النافذة بجانب أدوات تحريك الصفحة (Scrolling Tools) مما يساعد على الوصول الى المعلومات المطلوبة.

ج/ الوصلات (Links): تنبع قوة الشبكة من وجود وصلات بين الصفحات والمواقع، وتتصل فيما بينها في شكل نسيج متشابك ويتم التعبير عنها في الموقع بتغيير الألوان أو بالنص أو بالرسم الإيضاحي للإشارة إلى الضغط والنقر دون كتابة ذلك مباشرة.¹

المبحث الثالث: تعريف اليوتيوب ونشأته

1. تعريف اليوتيوب:

- ❖ اليوتيوب هو أكبر منصة لتشارك الفيديو على شبكة الأنترنت التي تملكها شركة جوجل، تأسست في عام 2005 من قبل ثلاثة موظفين سابقين، فالويوتيوب يسمح للمستخدمين بتحميل ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو عبر الأنترنت مجاناً.²
- ❖ اليوتيوب هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (جوجل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها.
- ❖ يعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0) وأصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية، ويعتبر موقع اليوتيوب موقعا غير ربحي لخلوه تقريبا من الإعلانات، وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، التي تحتل موقعا مهما على شبكة الأنترنت.³
- ❖ في عام 2005 تأسس موقع اليوتيوب YouTube في مدينة MENLO PARK في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وكان الإصدار التجريبي له عام 2005، ويتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو.⁴

¹ المرجع نفسه، ص122.

² تامر المغاوري الملاح: الأنترنت بين تكنولوجيا الاتصال والتعلم السريع، دار الكتاب الجامعي، الجمهورية اللبنانية، 2017، ص276.

³ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص65.

⁴ حسين محمود هتيم: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص81.

2. نشأة اليوتيوب:

تأسس YouTube كموقع مستقل في الرابع عشر فبراير من العام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم: تشاد هيرلي (أمريكي)، تشين (تاواني)، وجاود كريم (بنغالي) الذين يعملون في شركة "Pay... Pal" المتخصصة في التجارة الإلكترونية.

- حيث كان هيرلي وستيف تشين يقومان بالتقاط صور فيديو في أحد الاحتفالات في سان فرانسيسكو وبسبب صعوبة نشر هذه الصور تم التفكير في إنشاء هذا الموقع (يوتيوب)،¹ حيث أنشئ في موقع مؤقت وقد تم إطلاق نسخة تجريبية منه في شهر أيار من عام 2005 وفي شهر تشرين الثاني من نفس العام تم إطلاق النسخة الرسمية منه.²
- ترك جاود كريم رفقائه للحصول على درجة علمية من كلية "ستانفورد"، ليصبح الفضل الحقيقي في YouTube الذي نراه اليوم للشائين الآخرين اللذان نجحا بالثابرة في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي، والجدير بالذكر أن مولد YouTube قد شهدته مدينة MENLO PARK في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم إطلاق الموقع للعامة في مايو من العام نفسه، ليعقب ذلك تأسيس الشركة وإطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام.
- وفي نوفمبر من العام 2006 وبعد أن حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات النمو للمواقع على الشبكة العالمية وحصد المركز الخامس كأكثر المواقع زيارة على مستوى العالم.
- اشترته عملاق الويب Google بقيمة 1.6 مليار دولار أمريكي، فيما بعد ثاني أكبر صفقة شراء تعقدتها Google ليتحول إلى شركة بإدارة مؤسسية وملكية.³
- وقبل تأسيس موقع اليوتيوب كان نشر مقاطع الفيديو لا يتم إلا عبر البريد الإلكتروني والذي لا يتم مشاهدته إلا لثواني معدودة، وقد أعلنت شركة جوجل - مالكة موقع يوتيوب - أن مستخدمي الموقع يحملون ما مقداره 35 ساعة فيديو كل دقيقة، وهذا يعني 2130 ساعة فيديو كل ساعة و50400 ساعة في اليوم، وهذا يفوق ما تقوم بثه أكبر ثلاث محطات تلفزيونية أمريكية مجتمعة في ستين عاما لو واصلت الليل بالنهار دون انقطاع.
- وفي عام 2010 بلغ عدد الساعات التي رفعت إلى الموقع 13 مليون ساعة، ووصل عدد مشاهدات الفيديو عليه 700 مليار مشاهدة.⁴

¹ علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص90.

² المرجع نفسه، ص90.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص194.

⁴ علي خليل شقرة: المرجع السابق، ص91.

- وفي عام 2011 بلغ عدد زوار الموقع 800 مليون زائر شاهدوا 90 مليار مشاهدة، وتم تحميل 60 ساعة فيديو كل دقيقة، أي ما يعادل ثماني سنوات من العرض المستمر حمل يوميا. وقد استعملت 45 لغة في اليوتيوب، وكانت نسبة المشاهدة لليوتيوب من خارج الولايات المتحدة 70% من إجمالي المشاهدين، وكانت ما نسبته 10% من المحتوى واضح بصفة عالية ذات تقني HD ، وقد دخل ما نسبته 13% من الزوار إلى اليوتيوب عبر الأجهزة الذكية، وبلغت عدد مرات المشاهدة يوميا 09 مليار مشاهدة.

- وفي عام 2012 بلغ عدد الساعات المحملة على اليوتيوب كل دقيقة 72 ساعة، وبلغ عدد المشاهدات عبر الهواتف الجواله 600 مليون مشاهدة، إضافة إلى أربع مليارات مقطع يشاهد يوميا، ويتم مشاهدة ثلاث مليار ساعة شهريا.

المبحث الرابع: مزايا اليوتيوب و عيوبه

1. مزايا اليوتيوب :

لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدمه، مهما كان موقعه ومهما تعددت اهتماماته نذكر منها:

1. جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة: بل وسهلة جدا، فلا يكاد يحدث حدث في ليل أو نهار إلا ويصور، ويسجل في نفس اللحظة ممن شهدوا هذا الحدث، حيث أصبحت وسائل التصوير والتوثيق سهلة وفي متناول يد عامة الناس الذين أصبحوا كصحفيين ومراسلين للصحافة ووكالات الأنباء يزودونها بالأخبار مقروءة ومسموعة ومشاهدة أولا بأول، ولنقارن بين إطلاع العالم في يومنا هذا على كافة الفضائح وجرائم القتل والدمار التي تحدث في بعض الدول العربية وفي أنحاء أخرى من العالم، وكيف يستطيع كل إنسان في أي بلد عربي أو غير عربي مشاهدة كل ذلك لحظة وقوعه، ويبين ما عانت منه كثير من الشعوب العربية من مجازر ودمار وتشريد في حين كان العالم لا يسمع بوقوع الحدث إلا بعد انتشاره، الذي قد يستغرق وقتا طويلا يذهب بأثره وإذا انتشر فلا يوثق ، مما عرض الكثير من الأحداث المهمة إلى تدخل الأهواء والمصالح في نقلها إلى درجة الكذب والتزوير.

2. يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب: وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث حدث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن، وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في الذهن، ويؤثر في الآراء بشكل كبير، فعلى سبيل المثال مقاطع الفيديو الخاصة بأحداث 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية بما تحويه من مشاهد الدمار والقتل، فقد أتيح للملايين من الناس تكرار مشاهدة هذه الأحداث عبر اليوتيوب، مما ساهم في ترسيخ المقولات والادعاءات الأمريكية بحربها على الإرهاب، وفي توفير

أنصار ومؤيدين لها في البداية على الأقل، كما أن تكرار عرض المشاهدة قد يوفر إمكانية إكتشاف جوانب من الأحداث وحقائق يمكن أن يتم ملاحظتها في مشاهدة أو مشاهدي¹.

3. إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة: بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب أن يدخل على الكثير من هذه المشاهدة المتعلقة بموضوع معين، ويتمكن من رؤيتها مما يساهم مساهمة كبيرة وفعالة في زيادة عن الموضوع ويوسع مداركه عنه، كما تم إعطاء مساحة للمشاركة في إبداء الرأي حول المشاهدة المعروضة عبر اليوتيوب، مما يتيح المجال للتفاعل بين كافة المشاهدين وإثراء الموضوع والآراء المختلفة.

4. إعطاء إمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب: وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع والتأكد من اعتماد التعديل فوراً .

5. سهولة الاستعمال والمشاهدة: حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدتها.

6. اليوتيوب عام ومجاني: حيث أنه متاح لكافة الناس، يستطيع كل من يسجل في الموقع أن يقوم بتحميل ما يشاء من أفلام ضمن شروط وضوابط معروفة ومنشورة في الموقع، وبالتالي يستطيع كل من يريد الترويج لأفكاره وشرحها على اليوتيوب دون تحمل عناء الترويج بالطرق التقليدية، وتحمل تكاليف خاصة، لأن ذلك لا يتطلب سوى كاميرا رقمية أو حتى كاميرة هاتف جوال.

7. توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب: من محاضرات وخطابات ومعلومات إلى عدة لغات ترجمة فورية، بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة كانت.

2. عيوب اليوتيوب:

إضافة إلى ما يوفره هذا الموقع من خدمات جليلة وعظيمة للمستخدمين ومن تمكينهم من التواصل والتفاعل فإن هناك بعض السلبيات التي تعترض طريق هذا الموقع في أداء مهمته نذكر منها:

1. إمكانية اختراقه: من قبل بعض الأشخاص أو الجهات، وتعطيل ما يبث فيه من أفلام ومحاضرات ... بل قد تم بث برامج تعارض وتناقض الهدف الأساسي من الموقع، كأن يتم اختراق موقع إسلامي وبث أفلام ومشاهد تتعارض مع قيم وأخلاق الإسلام وشريعته.

2. قيام بعض الدول بحجب الموقع: بحيث تم منع فائده عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه بعض الدول، كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب.

وكذلك حدث في أرمينيا عندما أظهرت بعض الأفلام صوراً لقمع المتظاهرين عام 2008، وفي إيران حيث تم حجب موقع اليوتيوب بسبب إظهاره أفلاماً لقمع المتظاهرين عند انتخابات الرئاسة عام 2009.¹

¹ أحمد علي شقرة: المرجع السابق، ص 91.

خلاصة:

ومن خلال ما سبق نخلص إلى أن الإعلام الجديد وعلى رأسه موقع يوتيوب كأحد مظاهر هذا الإعلام، هو وسيلة يمكن الاستفادة منها بشكل إيجابي في عملية التعليم والتعلم.

¹ أحمد علي شقرة: المرجع السابق، ص 92،96.

الفصل الثالث:

ماهية المهنة

- تمهيد

المبحث الأول: تعريف المهنة أنواعها وتصنيفها

1. تعريف المهنة

2. أنواع المهن

3. التصنيف المهني الدولي

المبحث الثاني: لمحة تاريخية عن مهنة المرأة

1. مهنة المرأة في الحضارات الأجنبية القديمة

2. مهنة المرأة في الحضارات العربية القديمة

3. مهنة الطبخ في الجزائر

- خلاصة الفصل

تمهيد:

مما لا شك فيه أن موقع اليوتيوب كان وسيلة مفيدة في تعلم مختلف النشاطات المهنية، التي ساعدت بدورها حياة الإنسان. فمع التطور التكنولوجي الكبير لم يعد من الصعب الحصول على المعلومة التي كانت في وقت ما حكرا على جهة معينة دون أخرى. ومن خلال هذا الفصل ارتأينا أن نقدم مجموعة من المباحث تناولنا من خلالها ما يلي: تعريف المهنة وأنواعها، التصنيف الدولي لها، تاريخ مهنة المرأة في الحضارات الأجنبية والعربية وأخيرا فن الطبخ في الجزائر.

الفصل الثالث: ماهية المهن

المبحث الأول: تعريف المهنة وأنواعها وتصنيفها

1. تعريف المهنة:

- لغة: تعرف في اللغة العربية بأنها من امتهن، يمتهن، امتهاناً فهو ممتهن، والمفعول ممتهن امتهن الفرد مهنة اتخذها عملاً يؤديه.

- اصطلاحاً: مجموعة من الأعمال تتطلب مهارات معينة يؤديها الفرد من خلال ممارسات تدريبية، وقد يتسع مدلول الكلمة ليشمل أوجه النشاط الانساني أو يضيق ليبدل على من يقوم بعمل يدوي ويحتاج إلى مهارة يدوية.

* فقد عرفها العالم أليوت بأنها: "ظاهرة اجتماعية يمكن ملاحظتها ووصفها وتحليل عناصرها وتبين العوامل المختلفة التي تؤثر فيها وتعمل على نموها أو ذبولها، ويتضح أن المهنة عمل يحتاج إلى مهارة وقواعد خاصة به.

* ويمكن أن نعرف المهنة أيضاً أنها: "العمل الأساسي المعتاد الذي يتقاضاه المرء ويحتاج في ممارسته إلى خبرة ومهارة."¹

2. أنواع المهن:

تستهدف المهنة ضمان توفير الحاجات الأساسية للحياة، ويطلق المصطلح على الأعمال التي تتم في الميادين التجارية والفنية، وتعتبر المهنة من جانب آخر دوراً اجتماعياً يحدده تقسيم العمل العام في المجتمع، كما أنها تمثل عملاً هاماً في تحديد هوية الشخص ووضع الطبقي، وأسلوب حياته.

1.2. مهنة أولية: عمل موجه نحو إنتاج مواد خام أو استخدامها، وتشتمل المهن الأولية على الأعمال الزراعية، والصيد والقمص، وقطع الأخشاب، ويلاحظ أن الأغلبية العظمى من سكان المجتمعات غير الصناعية تعمل في مهن أولية.

2.2. مهنة ثانوية: مهنة متصلة بإنتاج سلع من صنع الإنسان، أو بتصنيع المواد الخام، وتشتمل المهن الثانوية على كل من الأعمال المتعلقة بأشكال صناعة النسيج، وتصنيع المواد الغذائية، والصناعات الحرفية، والجدير بالذكر أن المجتمعات غير الصناعية لا توجد بها إلا نسبة محددة جداً من السكان تعمل في هذا النوع من المهن.

3.2. مهنة ثالثة أو المهن الخدمية (ميدان الخدمات): مهنة تتصل بتوفير الخدمات أكثر من اتصالها بإنتاج السلع وتشتمل المهن الثالثة على الأعمال الحكومية، والإدارية، والطب، الدين، والمواصلات والاتصال، وخدمات شخصية، وهناك عدد كبير من المهن يندرج تحت هذه الفئة كالمحامين والتمثيل،² والصحافة ولا يوجد بالمجتمعات غير الصناعية إلا نسبة ضئيلة جداً تعمل في المهن الثالثة، وتتميز مرحلة التصنيع المبكرة بالتوسع فيها، وإذا كان هذا

¹ نور الدين زمام، حميدة جرو: المهنة في التراث السوسولوجي وعوامل تغير مكانتها، جامعة بسكرة، ص 8.

² المرجع نفسه، ص 9.

التوسع لا يضاهاه التوسع في المهنة الثانوية وعموما فإن المهنة الثانوية والثالثة تتوسع في تلك المرحلة على حساب المهنة الأولية.

4.2. مهنة فنية عليا: يشير هذا المصطلح إلى المهنة التي تحتاج إلى معرفة متخصصة ومهارة خاصة يمكن اكتسابها عن طريق الدراسة النظرية والممارسة التطبيقية في نفس الوقت، وغالبا تمت هذه الدراسات داخل المعاهد المختصة أو الجامعات، وينضم أصحاب المهنة الفنية العليا إلى المنظمات أو روابط خاصة بهم تفرض عليهم بعض القواعد الخاصة بممارسة المهنة والتعامل مع العملاء، وتعرف هذه الروابط باسم المنظمات المهنية Professional Association، أما القواعد التي تضعها هذه المنظمات فهي الأخلاقيات المهنية.

وتحتاج المهنة الفنية العليا إلى المعارف، وخبرات، ومهارات متعددة يتطلبها المجتمع والجدير بالذكر أن أصحاب كل مهنة فنية عليا يميلون إلى الإحساس بأن مهنتهم قادرة بذاتها على تكوين وصياغة أخلاقياتها وعلى ضبط وجود عملها والتحكم فيه، وذلك على أساس من احتكارها لضرب معين من ضروب المعرفة والمهارة، ومسئولياتها عن شرف المهنة واستمرارها، ولهذا تميل جماعات مهنية فنية عليا إلى رفض رقابة الجمهور، أو ضبط العملاء لها، ومع ذلك فهي تتأثر بالجمهور الذي تعمل من أجل خدمته، كما أنها تستجيب لحاجات جماعات المصلحة الأخرى ومتطلبات التنظيمات المهنية المختلفة.¹

3. التصنيف المهني الدولي:

يعتبر التصنيف الدولي للمهنة الأداة لتنظيم كل الوظائف في منشأة ما أو صناعة ما أو بلد ما أو مجموعة فئات محددة، وهو يشمل عادة عنصرين:

1. العنصر الأول "العنصر الوضعي": الذي قد يقتصر على مجموعة عناوين مهنة وفئات مهنية ولكنه يشمل عادة مواصفات مهام وواجبات الوظائف وغيرها من الجوانب المنوطة بكل من الفئات المحددة، بمعنى أن هذه المواصفات تشكل قاموس مهنة.

2. العنصر الثاني "نظام التصنيف": هو النظام الذي يعطي خطوطا توجيهية عن كيفية تصنيف الوظائف إلى الفئات المهنية، فيما بعد في فئات رئيسية (هوفمان 1988) وتستهدف القواميس والتصنيفات الوطنية والدولية، تحقيق عدة أغراض، فهي مفيدة لأولئك الذين يسعون إلى معرفة مهام وواجبات وظروف عمل الوظائف، كما يستخدمها المشرعون في صياغة السياسات الحكومية ورصد التقدم المحرز فيما يتعلق بتطبيق هذه السياسات، بما فيها تلك المتعلقة بتخطيط القوى العاملة وتخطيط التعليم المهني²، كما يستهدف التصنيف الدولي الموحد للمهنة

¹ نور الدين زمام، حميدة جرو: المرجع السابق، ص 13، 11.

² حسن الحاج: مؤشرات سوق العمل، العدد السادس عشر أبريل السنة الثالثة، 2003، ص 16

تسهيل الاتصال الدولي بشأن موضوعات المهنة والفئات المهنية لكلا المستفيدين المهتمين بالعمل. وتستخدم إحصائيات المقارنة الدولية للفئات المهنية بصور أساسية للأغراض التالية:

- مقارنة توزيع السكان أو بعض المتغيرات الأخرى (مثل: الأجور، ساعات العمل، حوادث العمل، الدخول، الاستهلاك....) بين الفئات المهنية في بلد أو أكثر.
- مقارنة البيانات لمجموعات مهنة منفردة محددة في بلدين أو أكثر، مثل مقارنة متوسط الأجور.
- إدماج البيانات التي تشير إلى فئات مقارنة في بلدان مختلفة مثل: الحصول على ملاحظات كافية لدراسة حوادث أو أمراض خاصة متعلقة بالعمل بين العمال في فئات مهنية محددة تدعو إلى الاعتقاد على أن هذه الفئات معرضة على نحو مماثل لظروف عمل معينة أو مواد ضارة.¹

المبحث الثاني: تاريخ مهنة المرأة

إن صحف التراث وأوراق التاريخ الحضاري للأمم العربية زاخرة بالشواهد والمرئيات والنصوص عن الأدوار الحضارية التي نهضت بها المرأة العربية في جوانب الحياة العملية والعلمية جميعها، في ظل التجربة التي سبقت الإسلام وبعده، وهناك العديد من الأدلة والبراهين لمساهمة المرأة إلى جانب الرجل في مجالات الحياة كافة، الأمر الذي يتطلب من الباحثين تسليط الضوء عليها وإجراء البحوث والدراسات التي تتسم بالدقة والموضوعية، بهدف التعرف على وضع المرأة في المجتمع عبر التاريخ ونوع المهنة التي مارستها والمحددات الاجتماعية لمهنة المرأة في المراحل التاريخية وما رافقها من المعاناة والنظرة التقليدية للظروف الاقتصادية والاجتماعية السائدة في تلك العصور، والتي جسدت مكانتها في المجتمع تبعاً للثقافة التي كانت تحيط بها وتسيطر عليها.

1. مهنة المرأة في الحضارات الأجنبية القديمة:

تنوع وضع المرأة وتفاوت في الحضارات الأجنبية، إذ كانت المرأة في المجتمع اليوناني أول العهد محصنة عفيفة لا تغادر البيت ولا تسهم في الحياة لا بقليل ولا بكثير، ولكن في المرحلة اللاحقة تغيرت النظرة إليها وأصبحت محتقرة حتى سموها رجسا، وكانت مستعبدة تباع وتشترى، مسلووبة الإرادة والحرية لا تستطيع التصرف بما تملك، ولكن عندما بدت مظاهر الحضارة اليونانية تتغير بمرور الزمن رافقها تغيير في وضع المرأة واحتلقت في الأندية والتجمعات وشاركت المرأة في بعض المجالات على الرغم من بقاء التقيد النسبي للعادات والتقاليد ومن أبرز المهنة التي مارستها المرأة في هذه الحضارات هي كالاتي:

أ/ مهنة التربية: تقوم المرأة بتنشئة أولادها وإعدادهم منذ الصغر للدفاع عن بلادهم والتضحية في سبيلها، فضلا عن الأعمال المنزلية والاهتمام بشؤون وتديير المنزل.²

¹ حسن الحاج: المرجع السابق، ص 16.

² ابتسام هادي كاظم: المحددات الاجتماعية لمهنة المرأة، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد 34، 2012، ص 91.

ب/ مهنة الغزل والحياكة: مارست المرأة هذه المهنة في البيت وذلك لعدم خروجها من بيتها في بداية الأمر، وهذه المهنة تمارس لسد احتياجات أفراد أسرتها.

ج/ النشاط الرياضي: في إسبرطة تمتعت المرأة الإسبارطية بقسط كبير من الحرية، إذ سمح لها بالاشتراك مع الرجال في السباقات الرياضية.

د/ النشاط العسكري (كالمقاتلة): اتسمت المرأة الإسبارطية بالشجاعة، مما تلعب دورا بارزا في ساحة الحروب وتشارك في التدريبات في المعسكرات، وكانت المرأة تعد مقاتلة ولا يطلق عليها المرأة المقاتلة.

ج/ مهنة العزف والغناء: إذ نجد المرأة اليونانية امتهنت هذه المهنة في الخانات والمسرح، كذلك نجد الفيلسوف أفلاطون في كتابه المشهور (الجمهورية)، قد تناول فيه قضايا المرأة من النواحي الفردية والاجتماعية والسياسية جميعها، والذي يقرر فيه أفلاطون على (أن النساء كرجال تهيبن وتدرينهن استعدادا لمشاركة الرجال في تحميل أعباء المجتمع بالمساواة).

2. مهنة المرأة في الحضارات العربية القديمة:

هناك العديد من البراهين المؤكدة التي توثق العديد من الأدوار التي لعبتها المرأة العراقية على امتداد المساحة، كحضارة بابل وأكد وأشور، وكان نظام الأسرة في العصور التاريخية لاسيما السومرية والبابلية كان نظاما أبويا مارسها الرجل في تلك المجتمعات فقد سمحت لها الفرصة لمزاولة مهن عدة منها:

أ/ الكتابة: تعد أول مهنة أسهمت فيها المرأة في حضارة وادي الرافدين هي مهنة الكتابة، فقد كان للنساء أختام خاصة تستعمل في المعاملات الخاصة، وتم الكتابة في ثلاثة مراحل، إذ أن مهنة النسخ هي المهنة الأولى، التي امتهنتها المرأة، والنسخ ليس النقل الحرفي للنصوص والتسجيل الدقيق للظواهر والأحداث وإنما هو استيعاب للحقائق الإنسانية والتعبير عنها.

ب/ مهنة حفظ السجلات وحفظ اللغة: وهي المرحلة الثانية من الكتابة وتكون ضمن النسخ، والتوثيق وهناك جملة من المهام التي اضطلعت بها المرأة العراقية إلى جوار الرجل، وقد أفردت لها عدد من المهن الفرعية وهي:

* التسجيلات لأغراض الإدارية: إذ تقوم المرأة بتسجيل الموظفين كذلك تسجيل البضاعة وضرائب الدخل والخدمات التكميلية.

* مهنة تطبيق القوانين: تقوم المرأة بتوثيق وحفظ التشريعات والقوانين والتعليم المقدسة وفهرستها طبقا للاختصاصات المختلفة.

* مهنة التسجيل وحفظ التقاليد الدينية: من المهن التي قامت بها المرأة باستخدام عملية حفظ النصوص الدينية والعبارات الكهنوتية المقدسة.¹

* مهنة توثيق التاريخ: هي إعداد القوائم التاريخية الخاصة بالسلالات والعوائل الملكية والسلطات الحاكمة وتوثيق أعمالهم وسني حكمهم، هذه الأعمال كلها كانت تقوم بها المرأة من خلال مهنة التوثيق.

¹ المرجع نفسه، ص 91، 92.

ج/ مهنة الغزل والنسج: وتقوم المرأة بعملية الغزل ونسج الصوف وديغ الجلود لصنع الملابس والمفروشات المنزلية أو بهدف بيعها لتوفير دخل لأسرة وسد احتياجاتها.

د/ المهنة في المجالات السياسية والإدارية: إذ شغلت المرأة مواقع في المجالات الإدارية والسياسية، فتولت مسؤولية قيادة الدولة وشاركت زوجها في شؤون السلطة والإدارة والتوجيه السياسي.

هـ/ مهنة التعليم والتدريس: لقد أثبتت المرأة جدارتها في الحقل التربوي من خلال مزاولتها مهنة التعليم لأبناء العوائل لاسيما أصحاب الثروة والذين يمثلون الطبقات الميسورة.

و/ مهنة التجارة: لقد شاركت المرأة الرجل في النشاطات والأعمال التجارية، إذ دخلت السوق وشاركت في حركة البيع والشراء لاسيما بالنسبة لزوجات الرجال الأثرياء والحكام¹.

3. مهنة الطبخ في الجزائر:

رحلة المطبخ الجزائري تبدأ من بعض الأطباق الاقتصادية ذات أصول الطبخ المشتقة من المطبخ العربي التقليدي، المطبخ التركي، المطبخ الإسباني، المطبخ الإيطالي، المطبخ الفرنسي والبربرية القديمة المكونة من الأعشاب والحبوب والخضار الطازجة أو المجففة، والتي لا تزال محل ترحيب حتى يومنا هذا في الأرياف والمدن. ثم بمجيء الحضارة الإسلامية نقلت لنا، أسرار مطابخ بغداد، والقاهرة، وقرطبة. ثم دخول الأتراك زاده ثراء بأكلات متعددة كالمشاوي والحلويات. وفي العصر الحديث، نتيجة لهذا الزخم التاريخي وتأثيرات أخرى أدت إلى تنوع كبير في هذا المطبخ، واختلاف ملحوظ من منطقة إلى أخرى، قد تكون هاته الاختلافات، اختلافات طفيفة أحيانا وتكون جذرية، أحيانا أخرى.

من المهم أن نشير أيضا إلى أن المطبخ الفرنسي رغم غناه، لم يؤثر كثيرا في المطبخ الجزائري (رغم بقائه أكثر من 130 سنة)، لأسباب متعددة، منها الاختلاف في الدين والحرام والحلال. وهناك تأثير رغم قلته ومحدوديته في طبخ بعض الأسماك والأكلات البحرية وإن كانت في عمومها من المطبخ الإسباني.²

¹ المرجع نفسه، ص 93.

² <http://www.startimes.com/f.aspx>

خلاصة الفصل:

ومن خلال ما تم التطرق إليه نخلص إلى أن المهنة هي نشاط إنساني قامت عليه مختلف الحضارات عبر التاريخ، وصولاً إلى العصر الحديث خاصة مع تطور المجتمع ككل وتحول اهتمامه إلى المجال الرقمي وصناعة المعلومة، ضف إلى ذلك إقبال الجمهور الجزائري على كل ما يتعلق بالطبخ باعتبار أنه أحد النشاطات المهنية التي برزت بقوة في الآونة الأخيرة على اليوتيوب.

الإطار التطبيقي

**الفصل الرابع: نتائج الدراسة
الميدانية والتحليلية**

تمهيد:

هذا الفصل يبين نسبة استخدام المبحوثات لموقع اليوتيوب والفترة التي يقضونها في ذلك، وأهم قنوات الطبخ التي يتابعونها، بالإضافة للفترات التي يفضلن فيها مشاهدة قناة "أم وليد" مع ذكر الغاية من وراء مشاهدة القناة على اليوتيوب من خلال تحديد استخدامه والحاجات التي يرغبن في اشباعها جراء متابعتهم لها.

بطاقة تقنية عن "أم وليد"

أم وليد سيدة جزائرية متزوجة، من الغرب الجزائري، محبوبة الجزائريات تميزت ببساطتها في أدائها وكلامها ونجاح أطباقها، كان أول ظهور لها عن طريق فيديوهات في اليوتيوب، عرفت نجاحا كبيرا وتحدثت كل قنوات الطبخ، ببساطة شرحها وبساطة مكونات أطباقها الموجودة في أي بيت جزائري هو سر نجاحها، حيث أن نجاح أطباقها لا يتطلب مكونات ثمينة أو غير متوفرة... بأشياء بسيطة تنوع أطباقها وهو ما جعلها تختلف عن شيفات القنوات التلفزيونية الذين عرفوا بمكونات أطباقهن الغالية التي لا يقدر عليها عامل بسيط، مع احتكارهن للوصفات و عدم تقديم سر نجاح الوصفة حيث يخصصون من الفيديو أهم مراحل نجاح الطبق. كما تميزت بالتصوير البسيط في مطبخها بصوت أولادها وبمكونات بسيطة، وبمجرد نشرها للفيديو في الدقائق الأولى تستقطب الآلاف من التعليقات والاعجابات.¹

* قناة "أم وليد":

قناة "أم وليد" للطبخ تفوقت على القنوات التلفزيونية المتخصصة، 1500 دينار لكل 10 آلاف مشاهدة يوميا. تعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة للبحث عن المعلومة، بل أصبحت مصدرا لكسب المال والعمل، أين استغلت العديد من النساء الماكثات في البيت هذه الوسائط لإنشاء قنوات خاصة بالطبخ على "اليوتيوب" وتحقيق أعلى نسب مشاهدة تتعدى المليون في اليوم. حيث تعتبر القناة الخاصة بـ "أم وليد" من أكثر القنوات مشاهدة على "اليوتيوب"، حتى أنها تفوقت على قنوات تلفزيونية خاصة بالطبخ كانت تحتل مراتب متقدمة، وتنشر "أم وليد" فيديوهات لمختلف المأكولات بطريقة مباشرة من مطبخها البعيد عن الفخامة وبمواد موجودة في كل عائلة جزائرية. وفي هذا الإطار، حاولنا الاتصال بـ "أم وليد" حيث قالت: "إن فكرة نشر الفيديوهات عبر اليوتيوب جاءت بطريقة عفوية، حيث قالت: كنت في إحدى المرات أحضر طبق الشربة بطريقي الخاصة، وهو الأمر الذي أعجب ابني الذي قام بتصويري من دون أن انتبه، ونشر الفيديو عبر حسابه على الفيس بوك، وقد نال إعجاب العديد من أصدقائه، حتى أن العديد منهم قام بنشره في حسابات أخرى، ومن هنا بدأت الفكرة وشرعت في تقديم المأكولات".

وتضيف "أم وليد": "في البداية كانت نسب المشاهدة منخفضة لكنها بدأت ترتفع شيئا فشيئا وبلغت الذروة شهر رمضان الماضي".²

¹ أم-وليد-السيدة-التي-ابهرت-الجزائريات-ب/ <https://eldjazair365.com/>

² / قنوات - الماكثات-في-البيت-عل/ <https://www.ennaharonline.com/>

الجدول رقم (01): عدد متابعي قناة "أم وليد"

عدد المتابعين	الرابط	التاريخ
1.9 مليون متابع	https://www.android-dz.com/ar/حصيلة-سنة-2017-يوتيوب-الجزائري-2017	حصيلة سنة 2017
2135817 متابع	https://www.youtube.com/watch?v=A0dNuuo_XRM	01 فيفري 2018
5135560 متابع	https://www.youtube.com/channel/UCVXD2kNki3rfLMhF8uNlcBQ	23 جوان 2019

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم (02): يوضح توزيع المبحوثات حسب متغير السن

النسبة	التكرار	فئات السن
%15.71	22	21-16
%60	84	27-22
%9.28	13	33-28
%7.85	11	39-34
%7.14	10	أكثر من 40 سنة
%100	140	المجموع

* تم توزيع الاستمارة على 161 مفردة من متابعات قناة "أم وليد" على اليوتيوب في ولاية قلمة، وتم استبعاد 21 مفردة لتواجد أخطاء بها، وتم تحليل البيانات المنتقاة من 140 استمارة فقط.

- ومن خلال الجدول يتضح لنا أن أغلبية المبحوثات تتراوح أعمارهم ما بين 22-27 سنة أي ما يعادل نسبة 60% من حجم العينة، ومنه يمكن القول أن هذه الفئة هي الأكثر استخداما لموقع اليوتيوب، كما تشير إلى الاستخدام الواسع للتكنولوجيات الحديثة من طرف أفراد العينة.

الجدول رقم (03): يبين توزيع المبحوثات حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
%2.85	04	ابتدائي
%3.57	05	متوسط
%10.71	15	ثانوي
%81.42	114	جامعي

تكوين مهني	02	%1.42
المجموع	140	%100

- من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلبية المبحوثات كن ذوات مستوى جامعي بنسبة فاقت **81.42%** وذلك لظروف توزيع الاستمارة، في حين تتوالى المستويات الأخرى بنسب متفاوتة بعض الشيء.

الجدول رقم (04): يبين توزيع المبحوثات حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
عزباء	79	%56.42
مخطوبة	22	%15.71
متزوجة	37	%26.42
مطلقة	02	%1.42
المجموع	140	%100

- من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أغلب متابعات قناة "أم وليد" هن عازبات حيث احتلن المرتبة الأولى بنسبة تقدر ب **56.42%** والتي تتناسب بدورها مع مستوى تعليمهن كون أغلب الجامعيات عازبات، تليها المتزوجات في المرتبة الثانية بنسبة تقدر ب **26.42%**، تليها المخطوبات بنسبة **15.71%**، وفي الأخير المطلقات بنسبة تقدر ب **1.42%**.

الجدول رقم (05): يبين توزيع المبحوثات حسب متغير المهنة

المهنة	التكرار	النسبة
طالبة	95	%67.85
مترتبة	03	%2.14
موظفة	20	%14.28
مأكثة بالبيت	17	%12.14
مهنة حرة	05	%3.57

المجموع	140	%100
---------	-----	------

- من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلب متابعات قناة "أم وليد" هن طالبات لازن ضمن المسار التعليمي حيث فاقت نسبتهن ما يقدر بـ 67.85% من إجمالي النسبة، تليها الموظفات بنسبة 14.28%، تليها النساء الماكثات بالبيت بنسبة تقدر بـ 12.14%، في حين توالى نسبة المتربصات وصاحبات المهن الحرة على التوالي بـ 2.14% و 3.57% لكل منهما.

الجدول رقم (06): يبين توزيع المبحوثات حسب متغير مكان السكن

مكان السكن	التكرار	النسبة
داخل مدينة قلمة	53	%37.85
بلديات و ضواحي قلمة	65	%46.42
أخرى تذكر	22	%15.71
المجموع	140	%100

- من خلال الجدول يتضح لنا أن أفراد العينة اللواتي يقطن ضمن بلديات وضواحي ولاية قلمة كانت نسبتهن تقدر بـ 46.42% من إجمالي العينة، في حين تمثل نسبة 37.85% أفراد العينة اللواتي يقطن داخل مدينة قلمة، تليها نسبة 15.71% من أفراد العينة يقطنون خارج الولاية.

المحور الثاني: عادات استخدام قناة "أم وليد" على اليوتيوب

الجدول رقم (07): يبين فترة استخدام المبحوثات لموقع اليوتيوب

استخدام اليوتيوب	التكرار	النسبة
أقل من سنة	25	%17.85
من سنة الى ثلاث سنوات	37	%26.42
أكثر من ثلاث سنوات	78	%55.71

المجموع	140	%100
---------	-----	------

- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 55.71% من أفراد العينة قد قمنا باستخدام موقع اليوتيوب لأكثر من ثلاث سنوات، في حين نجد ما نسبتهن 26.42% قد مثلت أفراد العينة اللواتي يستخدمونه من سنة إلى ثلاث سنوات، وفي المقابل نجد ما نسبته 17.85% ممن يستخدمونه لفترة تقل عن سنة.

* ونستنتج من خلال النسب التي أظهرها الجدول أن أفراد العينة اللواتي يستخدمون اليوتيوب لأكثر من ثلاث سنوات حازت على أعلى نسبة ب 55.71% مما يدل على أنهم يتحكمون في المضامين التي يشاهدونها على اليوتيوب بالإضافة إلى نشرها وتبادلها مع الآخرين.

الجدول رقم (08): يبين أوقات مشاهدة المبحوثات لقناة "أم وليد" على اليوتيوب

النسبة	التكرار	فترات مشاهدة
%4.28	06	صباحا
%15.71	22	مساء
%9.28	13	ليلا
%70.71	99	وقت الفراغ
%100	140	المجموع

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة يشاهدون قناة "أم وليد" على اليوتيوب وقت الفراغ بنسبة تقدر ب 70.71%، في حين هناك من أفراد العينة من يقمن بمشاهدتها مساء بنسبة تقدر ب 15.71%، بالإضافة إلى مشاهدة بعض أفراد العينة للقناة ليلا وصباحا بنسب متفاوتة على التوالي تقدر ب 9.28% و 4.28%.

* ونستنتج أن أغلب متابعات قناة "أم وليد" على اليوتيوب يشاهدونها وقت الفراغ وهذا مرده كون ما نسبته 67.85% من أفراد العينة هن طالبات في الجامعة، لذلك نجد نسبة مشاهدة القناة على اليوتيوب ضعيفة في الفترة الصباحية بنسبة تقدر ب 4.28%، وتأتي الفترة المسائية في المرتبة الثانية بنسبة تقدر ب 15.71% تليها

الفترة الليلية بنسبة تقدر ب 9.28% وذلك كون معظم أفراد العينة متفرغون لاستخدام الأنترنت ومشاهدة موقع اليوتيوب وقت فراغهم والتي قدرت ب 70.71%.

الجدول رقم (09): يبين المدة التي تستغرقها المبحوثات في مشاهدة قناة "أم وليد" على اليوتيوب

النسبة	التكرار	المدة
77.85%	109	أقل من ساعة
20%	28	من ساعة الى ثلاث ساعات
2.14%	03	أكثر من ثلاث ساعات
100%	140	المجموع

- من خلال الجدول نلاحظ أن متابعات قناة "أم وليد" لا يستخدمون اليوتيوب بشكل كبير حيث أن نسبة 77.85% جاءت في المدة أقل من ساعة من الاستخدام، تليها نسبة 20% في المدة من ساعة إلى ثلاث ساعات من استخدامه، ثم تأتي نسبة 2.14% في المدة أكثر من ثلاث ساعات من استخدامه، وهذا راجع لكون المبحوثات يستخدمن اليوتيوب لمشاهدة قناة "أم وليد" وقت الفراغ بنسبة تقدر ب 70.71%.

الجدول رقم (10): يبين المكان الذي تشاهد فيه المبحوثات قناة "أم وليد" على اليوتيوب

النسبة	التكرار	مكان المشاهدة
96.42%	135	المنزل
1.42%	02	الجامعة
2.14%	03	مكان العمل
100%	140	المجموع

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة يشاهدن اليوتيوب في المنزل ب تكرار 135 بنسبة 96.42%، مكان العمل ب 3 تكرارات بنسبة 2.14%، الجامعة بتكرارين بنسبة 1.42%.

* وهذا راجع لكون أغلب متابعات قناة "أم وليد" هن طالبات في الجامعة بنسبة تقدر ب 67.85% من مجموع أفراد العينة، فهن إذن يشاهدن قناة "أم وليد" على اليوتيوب في المنزل خارج أوقات الدراسة.

الجدول رقم (11): يبين الوسيلة التي تستخدمها المبحوثات لمشاهدة قناة "أم وليد" على اليوتيوب

النسبة	التكرار	الوسيلة المستخدمة
7.14%	10	الحاسوب
86.42%	121	الهاتف المحمول
1.42%	02	اللوحة الإلكترونية
5%	07	التلفزيون
100%	140	المجموع

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الهاتف المحمول أخذ حصة الأسد في مشاهدة اليوتيوب من خلاله بنسبة تقدر ب 86.42%، يليه الحاسوب بنسبة 7.14%، ثم التلفزيون بنسبة 5%، وأخيرا اللوحة الإلكترونية بنسبة 1.42%.

* ومنه نستنتج أن أغلب متابعات قناة "أم وليد" على اليوتيوب يستخدمن الهاتف المحمول لمتابعة اليوتيوب والنسبة توضح بأنه أكثر الوسائل التكنولوجية انتشارا وأسهلها استخداما لدى مختلف متابعات قناة "أم وليد".

الجدول رقم (12): يبين مع من تشاهد المبحوثات قناة "أم وليد" على اليوتيوب

النسبة	التكرار	التشارك
81.42%	114	بمفردك
1.42%	02	مع الأصدقاء
17.14%	24	مع العائلة
100%	140	المجموع

- من خلال الجدول نلاحظ أن متابعات قناة "أم وليد" يشاهدن محتوياتها من فيديوهات على اليوتيوب بطريقة فردية بنسبة 81.42%، يليها مشاركة أفراد العائلة في المشاهدة بنسبة 17.14%، تليها المشاهدة مع الأصدقاء بنسبة ضعيفة جدا تقدر ب 1.42%.

* ويفسر ارتفاع نسبة المشاهدة الفردية عن بقية المشاركات الأخرى كون أغلب أفراد العينة هن طالبات ويشاهدن اليوتيوب وقت الفراغ فقط بنسب تقدر على التوالي ب 67.85%، 70.71%.

الجدول رقم (13): يبين كيفية تعرف المبحوثات على قناة "أم وليد"

النسبة	التكرار	كيفية التعرف
16.42%	23	العائلة
12.14%	17	الأصدقاء
60%	84	مواقع التواصل الاجتماعي
1.42%	02	مجلات الطبخ
10%	14	القنوات التلفزيونية
100%	140	المجموع

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب المبحوثات قد تعرفن على قناة "أم وليد" عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة معتبرة تقدر ب 60%، تليها أفراد العائلة بنسبة 16.42%، الأصدقاء بنسبة 12.14%، القنوات التلفزيونية بنسبة 10%، وأخيرا مجلات الطبخ بنسبة قليلة جدا تقدر ب 1.42%.

* ويرجع احتلال مواقع التواصل الاجتماعي للصدارة في تعرف المبحوثات على قناة "أم وليد" بنسبة 60% لكون هذه المواقع قد عرفت انتشارا كبيرا وواسعا لدى مختلف شرائح المجتمع لما شملته من تطورات كبيرة في التصميم والإنجاز وسهولة الاشتراك والمشاركة فيها.

الجدول رقم (14): يبين الطريقة التي تشاهد بها المبحوثات قناة "أم وليد"

النسبة	التكرار	طريقة المشاهدة
10%	14	منتظمة

عشوائية	69	%49.28
للضرورة فقط	57	%40.71
المجموع	140	%100

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يشاهدن قناة "أم وليد" على اليوتيوب بطريقة عشوائية بنسبة %49.28، تليها المشاهدات التي تكون للضرورة فقط بنسبة %40.71، تليها المشاهدات المنتظمة بنسبة %10.

* ويفسر ارتفاع تكرارات مشاهدة العشوائية ب 69 تكرار بنسبة %49.28، لكون أغلب المبحوثات يشاهدن القناة على اليوتيوب وقت الفراغ بنسبة %70.71.

الجدول رقم (15): يبين استخدام المبحوثات لخاصية الإشعار "الجرس" عند مشاهدة قناة "أم وليد"

استخدام خاصية الإشعار	التكرار	النسبة
نعم	71	%50.71
لا	69	%49.28
المجموع	140	%100

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن متابعات قناة "أم وليد" على اليوتيوب على اختلافهن تارة يستخدمن الجرس للحصول على أحدث الفيديوهات التي يتم تنزيلها على اليوتيوب بنسبة %50.71، ولا يستخدمنه تارة أخرى بنسبة %49.28.

* ويعود ذلك إلى مدى اهتمام المبحوثات بالوصفات التي تقدمها "أم وليد" في قناتها على اليوتيوب.

الجدول رقم (16): يبين تفاعل المبحوثات مع الفيديوهات التي تعرضها "أم وليد" على اليوتيوب

التفاعل مع الفيديوهات	التكرار	النسبة
نعم	113	%80.71
لا	27	%19.28
المجموع	140	%100

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 80.71% من متابعات قناة "أم وليد" يتفاعلن مع الفيديوهات المعروضة على اليوتيوب بطرق مختلفة، في حين 19.28% من المتابعات لا يبدن تفاعلهم مع مختلف الفيديوهات التي تعرضها "أم وليد" في قناتها على اليوتيوب.

* ويرجع سبب تفاعل المبحوثات من عدمه مع ما يتم عرضه على قناة "أم وليد" على اليوتيوب حسب حاجاتهن ومتطلباتهن اليومية.

الجدول رقم (17): يبين طريقة تفاعل المبحوثات مع ما تعرضه "أم وليد" على اليوتيوب

النسبة	التكرار	طريقة التفاعل
43.21%	86	الإعجاب
10.55%	21	التعليق
16.08%	32	الاكتفاء بالمشاهدة فقط
8.04%	16	مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة
22.11%	44	تحميل الفيديو و مشاهدته لاحقا
100%	199	المجموع

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن متابعات قناة "أم وليد" في تفاعلهم مع ما تقدمه القناة كانت أعلاها بالإعجاب بنسبة 43.21%، يليها تحميل الفيديو ومشاهدته لاحقا بنسبة 22.11%، فيما يكتفي أحرقيات بالمشاهدة فقط بنسبة 16.08%، وهناك من يتبعن تفاعلهم بتعليق بنسبة 10.55%، فيما تقمن أحرقيات بمشاركة فيديوهات القناة عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 8.04%.

* ويدل هذا الاختلاف على أن الهدف الأساسي من متابعة المبحوثات لقناة "أم وليد" هو تحصيل الأفكار والطرق الجديدة والمتطورة التي يمكنهن الاستفادة منها في حياتهن، فالتفاعل لا يهم بقدر ما تحققه الاستفادة من المضمون الذي تعرضه القناة وهو الأمر المطلوب والمرغوب من وجود هذه القناة على اليوتيوب.

المحور الثالث: دوافع تعرض مستخدمي اليوتيوب لقناة "أم وليد"

الجدول رقم (18): يبين ترتيب المبحوثات للقنوات حسب مدى تعرضهن لها على اليوتيوب

الترتيب	قناة "أم وليد"		قناة مطبخ "أم اسيل"		قناة مطبخ "أم جنى"		قناة مطبخ "مريومة"	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
رقم 1	132	%94.28	04	%2.85	01	%0.71	01	%0.71
رقم 2	05	%3.57	106	%75.71	16	%11.42	12	%8.57
رقم 3	02	%1.42	19	%13.57	70	%50	48	%34.28
رقم 4	01	%0.71	11	%7.85	53	%37.85	79	%56.42
المجموع	140	%100	140	%100	140	%100	140	%100

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قناة "أم وليد" قد احتلت المرتبة الأولى من خلال مدى تعرض المبحوثات لما تقدمه قنوات الطبخ على اليوتيوب بتكرار 132 ما يقابله بنسبة %94.28، تليها قناة مطبخ "أم أسيل" في المرتبة الثانية بتكرار 106 ما يقابله بنسبة %75.71، تليها قناة مطبخ "أم جنى" في المرتبة الثالثة بتكرار 70 ما يقابله بنسبة %50، وتأتي قناة مطبخ "مريومة" في المرتبة الرابعة بتكرار 79 ما يقابله بنسبة %56.42.

* ويعود سبب احتلال قناة "أم وليد" للمرتبة الأولى في ترتيب القنوات الأكثر متابعة من طرف المبحوثات إلى طريقة عرضها للوصفات من جهة وكيفية تبسيطها وإعدادها من جهة أخرى، بالإضافة إلى تعديلها للوصفات بما يتناسب وميزانية الأسر ذوي الدخل الضعيف والمتوسط. وهذا ما أشار إليه الأستاذ "شياخة عبد الحليم" في المقابلة.³

³ الملحق رقم (04): مقابلة مع الشاف "شياخة عبد الحليم" أستاذ بمركز التكوين المهني والتمهين "أحمد بن مارس" قلمة يوم: 25 جوان 2019، على الساعة 10:15.

الجدول رقم (19): يبين سبب تفضيل المبحوثات لمشاهدة قناة "أم وليد" على اليوتيوب

النسبة	التكرار	سبب تفضيل مشاهدة قناة أم وليد
%21.93	34	مهارة الطبخ
%26.45	41	طريقة تقديم الوصفات
%51.61	80	تقديم وصفات جديدة و متنوعة
%100	155	المجموع

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الدافع الذي جعل أغلب أفراد العينة يفضلون متابعة قناة "أم وليد" هو تقديمها لوصفات جديدة و متنوعة بنسبة %51.61، تليها طريقة تقديم الوصفات بنسبة %26.45، وأخيرا مهارة الطبخ بنسبة %21.93.

* ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يتابعون قناة "أم وليد" على اليوتيوب بدافع تعلم طرق تقديم الوصفات الجديدة و المتنوعة التي تقدمها "أم وليد" على قناتها بطريقة بسيطة و سهلة تسمح لكل امرأة بتجربتها مع توفير الوقت و الجهد معا.

الجدول رقم (20): يبين نوع الوصفات التي تفضل المبحوثات مشاهدتها على قناة "أم وليد"

النسبة	التكرار	الوصفات المفضلة
%49.28	69	الحلويات
%47.85	67	الطبخ اليومي
%2.14	03	الوصفات التقليدية
%0.71	01	أخرى تذكر

المجموع	140	%100
---------	-----	------

- نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 49.28% تمثل أفراد العينة اللواتي يفضلن مشاهدة وصفات الحلويات التي تقدمها "أم وليد" على قناتها على اليوتيوب، يليها ما نسبته 47.85% تمثل أفراد العينة اللواتي يفضلن مشاهدة ما تقدمه "أم وليد" من وصفات الطبخ اليومي، في حين نجد ما نسبته 2.14%، 0.71% لبعض أفراد العينة اللواتي يشاهدن قناة "أم وليد" لتعلم الوصفات التقليدية ووصفات أخرى على التوالي.

* ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يفضلن مشاهدة وصفات الحلويات التي تقدمها "أم وليد" على قناتها بالإضافة إلى وصفات الطبخ اليومي لتعلم طرق الطبخ واكتساب مهارات جديدة وذلك لبساطة شرحها لجميع الفئات اللاتي يتابعنها.

الجدول رقم (21): يبين الهدف من مشاهدة المبحوثات لقناة "أم وليد"

الهدف	التكرار	النسبة
تعلم الطبخ	44	%23.65
تطوير مهارات الطبخ لديك	56	%30.10
التسلية و الترفيه	07	%3.76
الحصول على أفكار جديدة في الطبخ	79	%42.47
المجموع	186	%100

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن متابعات قناة "أم وليد" على اليوتيوب يهدفن من وراء مشاهدتهن لما تقدمه "أم وليد" على قناتها إلى الحصول على أفكار جديدة في الطبخ بنسبة 42.47%، تليها محاولة تطوير مهارتهن في الطبخ بنسبة 30.10%، تليها تعلم الطبخ بنسبة 23.65%، تليها متابعة القناة بهدف التسلية والترفيه بنسبة 3.76%.

* ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة قد ساعدتهن قناة "أم وليد" في الحصول على أفكار جديدة في الطبخ بنسبة 42.47%، وهذا يفسر بأنهن لديهن مهارات وطرق مختلفة في الطبخ إلا أنهن يردن تعلم أشياء جديدة تساعدهن في تغيير مائدتهن اليومية بطرق جديدة ومبتكرة.

المحور الرابع: الإشاعات المحققة للمستخدمين جراء متابعتهم لقناة "أم وليد" على اليوتيوب

الجدول رقم (22): يبين قيام المبحوثات بتجريب الوصفات التي يشاهدنها على قناة "أم وليد" على اليوتيوب

التكرار	النسبة	التجريب
137	97.85%	نعم
03	2.14%	لا
140	100%	المجموع

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن متابعات القناة اللواتي يقمن بتجريب الوصفات التي يرونها على اليوتيوب الخاصة ب "أم وليد" قد أخذن حصة الأسد بنسبة 97.85% حيث أجبن ب "نعم"، في حين نجد أن ما نسبته 2.14% قد أجبن ب "لا".

* ومنه نستنتج أن أغلب متابعات قناة "أم وليد" يقمن بتجريب الوصفات التي يتم عرضها على قناتها في اليوتيوب وأنها لقت شعبية كبيرة من طرف النساء والبنات على اختلاف أعمارهن ومستوياتهن.

الجدول رقم (23): يبين مدى نجاح الوصفات التي تجربها المبحوثات من خلال متابعة قناة "أم وليد" على اليوتيوب

النسبة	التكرار	نجاح الوصفات
107	76.42%	نعم
03	2.14%	لا
30	21.42%	أحيانا
140	100%	المجموع

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن ما نسبته 76.42% من أفراد العينة أدلين بأن الصفات التي قمن بتجريبها قد نجحت معهن، في حين أن ما نسبته 21.42% من أفراد العينة أجبن بأنهن عند تجربهن لهاته الصفات لا ينجحن فيها دائماً، أما ما نسبته 2.14% أجبن بأن الصفات التي تعرضها "أم وليد" على قناتها لا تنجح معهم.

* وعليه نستنتج أن أغلب أفراد العينة أجبن ب "نعم" وهذا ما يفسر حرصهن على تجريب كل ما تعرضه "أم وليد" على اليوتيوب، وأن متابعتهن لها لم تكن من العدم بل كانت جراء وجودهن لما يبحثن عنه ضمن هذه القناة.

الجدول رقم (24): يبين مساهمة قناة "أم وليد" في تحسين مستوى المبحوثات بالطبخ

النسبة	التكرار	تحسين المستوى
90%	126	نعم
10%	14	لا
100%	140	المجموع

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن ما نسبته 90% من أفراد العينة يعتمدون على ما تقدمه "أم وليد" على اليوتيوب في تحسين مستواهن في الطبخ، بينما جاءت نسبة 10% والتي تمثل أفراد العينة اللواتي أقرن بأن قناة "أم وليد" لم تساهم في تحسين مستواهن في الطبخ.

* وعليه نستنتج أن أغلب متابعات قناة "أم وليد" يساعدهن محتوى اليوتيوب في تحسين وتطوير مهارتهن في الطبخ بنسبة 90%، وتفسر هذه النتيجة بأن تلك المحتويات التي يتابعنها تحمل طرق وتقنيات مختلفة تساعد أفراد العينة على تعلم مهارات جديدة تساهم في إثراء معارفهن التقليدية في الطبخ مما جعلهن يفضلن متابعة قناة "أم وليد" على اليوتيوب عن باقي القنوات الأخرى، خاصة وأنها تقدم وصفاتها في قالب من البساطة والوضوح وبطرق بسيطة وسهلة.

الجدول رقم (25): يبين تعليق المبحوثات إذا كانت إجابتهن بنعم على صفة استفادتهن من القناة

النسبة	التكرار	صفة الاستفادة
41.08%	53	كبيرة

متوسطة	67	%51.93
قليلة	09	%6.97
المجموع	%129	%100

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة يستفدون مما تقدمه القناة على اليوتيوب بصفة متوسطة بنسبة %51.93، تليها %41.08 من أفراد العينة يرون بأن قناة "أم وليد" قد افادتكم بصفة كبيرة، في حين نجد ما نسبته %6.97 من أفراد العينة يقلن بأنهم لم يلقيين استفادة كبيرة جراء متابعتهم للقناة.

* وعليه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يستفدون مما تقدمه هذه القناة على اليوتيوب بصفة كبيرة ومتوسطة على التوالي بنسبة %41.08 و %51.93 وهذا راجع إلى اختلاف طريقة فهم واستيعاب الوصفات من طرف أفراد العينة بالإضافة إلى ميولهم ورغبتهم، أي أنها تعمل جاهدة على تبسيط ما يمكن تبسيطه بطرق سهلة وواضحة لتصبح في متناول الجميع.

الجدول رقم (26): يبين الاحتياجات التي حققتها قناة "أم وليد" على اليوتيوب للمبحوثات

الاحتياجات المحققة	التكرار	النسبة
نعم	127	%90.71
لا	13	%9.28
المجموع	140	%100

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قناة "أم وليد" قد حققت احتياجات أفراد العينة بنسبة عالية جدا قدرت ب %90.71، في حين أن هناك ما نسبته %9.28 من أفراد العينة قد أدلین بأنهما لم تحقق لهن احتياجاتهن المطلوبة.

* وعليه نستنتج أن أغلب متابعات قناة "أم وليد" على اليوتيوب يمتلكن شغف الحصول على كل ما هو جديد وبطرق بسيطة وسهلة وفي متناول الجميع، حيث أبدت أغلبهن ارتياحهن لما تقدمه القناة من خلال عرض فيديوهات بسيطة بأدوات ومكونات أغلبها متوفرة في كل بيت بالإضافة لكون هذه الوصفات ناجحة وبمقادير مضبوطة وغير مكلفة في أغلبها، دون أن ننسى كونها فضاء مميز للحصول على أفكار جديدة في الطبخ. في حين

نجد أن هناك من أجابوا بأن قناة "أم وليد" لم توفي لهن احتياجاتهن باعتبارهن بحثن عن وصفات يردنّها ولم يستطعن العثور عليها ضمن وصفاتها أو أن "أم وليد" لم تقم بصنعها أصلا.

الجدول رقم (27): يبين تقييم المبحوثات لقناة "أم وليد" على اليوتيوب

النسبة	التكرار	التقييم
43.57%	61	ممتازة
25.71%	36	جيدة جدا
24.28%	34	جيدة
5.71%	08	حسنة
0.71%	01	ضعيفة
100%	140	المجموع

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن تقييم أفراد العينة لقناة "أم وليد" على اليوتيوب كانت بالدرجة الأولى ممتازة بنسبة تقدر ب 43.57%، تليها بتقدير جيد جدا بنسبة 25.71%، بعدها بتقييم جيد بنسبة 24.28%، تليها بصفة حسنة بنسبة 5.71%، وأخيرا بتقييم ضعيف بنسبة 0.71%.

* وعليه فإن قناة "أم وليد" قد احتلت الصدارة من بين القنوات المنافسة لها بالحصول على المرتبة الأولى في عدد المتابعات بنسبة تقدر ب 94.28%، بالإضافة إلى الحصول على تقييم ممتاز بنسبة 43.57% وهي نسبة معتبرة مقارنة بالنسب الأخرى، ليتم ترتيبها من طرف بعض أفراد العينة ضمن القنوات ضعيفة العطاء بنسبة تكاد تكون منعدم قدرت ب 0.71% حيث أن هذه النسبة ليس لها أي تأثير على ما تم التوصل إليه.

جداول تحليل المضمون

أولاً: بيانات خاصة بالوثائق محل الدراسة

الجدول رقم (28): يمثل بيانات خاصة بالوثائق محل الدراسة

رقم المنشور	رابط المنشور على يوتيوب و عدد المشاهدات	مدة الفيديو	تاريخ النشر
1	https://www.youtube.com/watch?v=8UQILZdUPds&t=4s&pbireload=10 801445	8:51 د	2019/05/02
2	https://www.youtube.com/watch?v=YbjwIwFelpE&t=34s 1139462	10:48 د	2019/05/05
3	https://www.youtube.com/watch?v=09d2vPSui_0 532002	7:33 د	2019/05/06
4	https://www.youtube.com/watch?v=h6atiDO-tzg&t=6s 784065	5:34 د	2019/05/07
5	https://www.youtube.com/watch?v=nePj9xe1C8w&t=3s 798454	5:01 د	2019/05/08
6	https://www.youtube.com/watch?v=IlkQrjefLPw&t=6s 378399	8:17 د	2019/05/09
7	https://www.youtube.com/watch?v=VKIbYHcs2K8&t=1s 232720	5:58 د	2019/05/10

2019/05/11	د 7:55	https://www.youtube.com/watch?v=MBLqf98paD8&t=5s 338831	8
2019/05/12	د 6:16	https://www.youtube.com/watch?v=TE5V8q6s27k&t=13s 697168	9
2019/05/13	د 7:38	https://www.youtube.com/watch?v=bqgHsUnhqvw&t=1s 411945	10
2019/05/14	د 9:25	https://www.youtube.com/watch?v=gIntFEI-G3E&t=18s 508906	11
2019/05/15	د 7:10	https://www.youtube.com/watch?v=kIWsxHXOnv_s&t=4s 519030	12
2019/05/16	د 4:34	https://www.youtube.com/watch?v=yJ4siWgk38 433114	13

* تشير نتائج الجدول أعلاه إلى بيانات خاصة بالوثائق محل الدراسة حيث نجد أن الجدول تحتوي على ترتيب أرقام المنشورات ابتداء من 01 إلى 13 بالإضافة إلى روابط المنشورات على يوتيوب وعدد المشاهدات والمدة الزمنية لكل فيديو مع تاريخ النشر.

ثانياً: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث الشكل

الجدول رقم (29): يبين طبيعة المادة المنشورة لقناة "أم وليد" على اليوتيوب

النسبة	التكرار	طبيعة المادة المنشورة
00%	00	نص
34.21%	13	فيديو
34.21%	13	صورة
31.57%	12	اعلان

أخرى	00	%00
المجموع	38	%100

- تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أن طبيعة المادة المنشورة لقناة "أم وليد" على اليوتيوب هي عبارة عن فيديو وذلك بنسبة 34.21%، نفس النسبة حصلنا عليها مع الصورة أي بنسبه 34.21%.

*ومن خلال الجدول يتوضح لنا أن طبيعة المادة المنشورة هي عبارة عن فيديوهات مرفقة بصور، يليها مباشرة الإعلان بنسبة قدرت ب 31.57 % على اعتبار أن القناة مبروطة بحساب قوقل أدسنس المخصص للإعلانات، في حين قدرت فتي النص وأخرى بنسبة 00 %، ما يعني أن القناة اكتفت بالفيديو والصورة والإعلان.

الجدول رقم (30): يبين نوعية الصور لقناة "أم وليد" على يوتيوب

النسبة	التكرار	نوعية الصور
%34.21	13	صور لوصفات جاهزة
%34.21	13	صور لمكونات الوصفة
%28.94	11	صور لنوع واحد من الوصفات
%2.63	01	صور متعددة
%100	38	المجموع

- تشير نتائج الجدول أعلاه إلى نوعية الصور الموجودة في قناة "أم وليد" على يوتيوب، حيث قدرت نسبة الصور للوصفات الجاهزة ب 34.21%، نفس النسبة تحصلت عليها الصور لمكونات الوصفة ب 34.21%، يليها نوعية الصور لنوع واحد من الوصفات بنسبة 28.94%، بينما حصلت نوعية الصور المتعددة على نسبة 2.63% كأدنى نسبة.

* ومن خلال الجدول يتوضح لنا توجه القناة بشكل أساسي نحو عرض محتويات خاصة بصور الوصفات الجاهزة ومكوناتها بدرجة أولى وعرض نوعية الصور الخاصة بنوع واحد من الوصفات بدرجة ثانية وبنسبة أقل نجد أن القناة قد عرضت نوعية الصور المتعددة بشكل ضعيف.

الجدول رقم (31): يبين استعمال الألوان في قناة "أم وليد" على يوتيوب

النسبة	التكرار	الألوان
24.52%	13	أحمر
24.52%	13	أصفر
7.54%	04	أزرق
18.86%	10	بني
24.52%	13	أبيض
100%	53	المجموع

- تشير نتائج الجدول أعلاه إلى استعمال الألوان في قناة "أم وليد" حيث نلاحظ أن الألوان الأحمر والأصفر والأبيض قد تحصلوا على نسبة قدرت ب 24.52% ما يبين لنا أنه قد تم استعمال هذه الألوان في جميع المنشورات محل الدراسة، في حين جاء اللون البني ثانياً بنسبة قدرت ب 18.86% بينما قدرت نسبة وجود اللون الأزرق في المنشورات محل الدراسة ب 7.54% وهذا ما يعكس ندرة استعمال هذا اللون على القناة.

* ومن خلال الجدول يتوضح لنا أن قناة "أم وليد" تستعمل الأحمر والأصفر والأبيض كألوان أساسية في منشوراتها كاستمالات عاطفية لمتابعيها.

الجدول رقم (32): يبين التفاعل مع المنشور لقناة "أم وليد" على يوتيوب

النسبة	التكرار	التفاعل مع المنشور
58.87%	7579541	مشاهدة
38.69%	4981500	اشترك
2.26%	292000	اعجاب
0.17%	21968	تعليق
00%	00	مشاركة
100%	12875009	المجموع

- تشير نتائج الجدول أعلاه إلى التفاعل مع المنشورات لقناة "أم وليد" على يوتيوب، حيث بلغ عدد المشاهدات للقناة ب 7579541 بنسبة قدرت ب 58.87% في حين بلغ عدد المشتركين 4981500 بنسبة مئوية قدرت ب 38.69% كما بلغ عدد الإعجابات ب 292000 بنسبة قدرت ب 2.26% في حين بلغت نسبة مشاركة المنشور ب 00% ذلك أن اليوتيوب لا يوفر إمكانية التعرف على عدد المشاركات من خلال الموقع.

* ومن خلال الجدول يتوضح لنا أن قناة "أم وليد" تملك تفاعلا عاليا في عمومها مع المنشورات محل الدراسة وهذا ما يؤكد لنا تفهم القناة لحاجة الجمهور واشباع حاجاته.

الجدول رقم (33): يبين مستوى اللغة المستعملة لقناة "أم وليد"

النسبة	التكرار	اللغة المستعملة
35.71%	5	دارجة بسيطة

لغة معقدة	2	%14.28
عربية فصحي	3	%21.42
لهجة غير مفهومة للجميع	4	%28.57
المجموع	14	%100

- تشير نتائج الجدول أعلاه إلى مستوى اللغة المستعملة لقناة "أم وليد"، حيث سجلت الدارحة البسيطة أعلى نسبة حيث قدرت ب 35.71%، يليها استعمال لهجة غير مفهومة للجميع بنسبة قدرت ب 28.57%، ثم اللغة العربية الفصحى بنسبة 21.42%، وأخيرا حل استعمال اللغة المعقدة بنسبة قدرت ب 14.28%.

* من خلال الجدول يتوضح لنا أن القناة تستخدم الدارحة البسيطة بشكل أساسي في التواصل مع متابعاتها ما يعكس قربها من المتابعين والوصول الى أكبر عدد ممكن من المتابعين.

ثالثا: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث المضمون

الجدول رقم (34): يبين مجال الوصفة لقناة "أم وليد"

النسبة	التكرار	مجال الوصفة
%15.38	02	حلويات
%53.84	07	طبخ يومي
%00	00	طبخ تقليدي
%30.76	04	مقبلات
%100	13	المجموع

- تشير نتائج الجدول أعلاه الى مجال الوصفات لقناة "أم وليد"، حيث قدرت نسبة عرض الوصفات الخاصة بالطبخ اليومي ب 53.84% يليها مجال الوصفات الخاصة بالمقبلات بنسبة 30.76% أما مجال الوصفات الخاصة الحلويات فقد قدرت بنسبة 15.38% وأخيرا مجال الوصفات الخاصة بالطبخ التقليدي بنسبة 00%.

* ومن خلال الجدول أعلاه يتوضح لنا أن القناة تتوجه إلى عرض محتويات الطبخ اليومي بشكل أساسي على القناة بالإضافة إلى عرض المحتويات الخاصة بالمقبلات والحلويات كما نلاحظ غياب تام للمحتوى الخاص بالطبخ التقليدي خلال الفترة محل الدراسة.

الجدول رقم (35): طبيعة الصفات التي تتناولها قناة "أم وليد"

النسبة	التكرار	طبيعة الصفات
46.15%	6	بسيطة
7.14%	1	معقدة
7.14%	1	معروفة
38.46%	5	غير معروفة
100%	13	المجموع

- يشير الجدول أعلاه إلى طبيعة الصفات التي تتناولها قناة "أم وليد" على يوتيوب، حيث نجد أن الصفات البسيطة قد حلت أولاً بنسبة قدرت ب 46.15% والصفات غير المعروفة بنسبة 38.46% وأخيراً الصفات المعقدة والمعروفة بنسبة 7.14% لكل منهما.

* ومن خلال الجدول يتوضح لنا أن الصفات البسيطة هي الصفات الأكثر تناولاً على القناة لما ذلك من استمالات لمتابعيها بالإضافة إلى استعمال وصفات جديدة غير معروفة لكي يكتسب المتابعون مهارات طبخ جديدة لم يمتلكوها من قبل.

الجدول رقم (36): يبين الجمهور المستهدف لقناة "أم وليد"

النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف
84.61%	11	الماكثات بالبيت

العاملات	02	%15.38
الطالبات	00	%00
المجموع	13	%100

- يشير الجدول أعلاه إلى الجمهور المستهدف لقناة "أم وليد" على يوتيوب، حيث نجد أن جمهور الماكثات بالبيت قد تحصلن على أعلى نسبة حيث قدرت ب 84.61% ثم العاملات بنسبة قدرت ب 15.38% ثم الطالبات بنسبة 00%.

* ومن خلال الجدول أعلاه يتوضح لنا أن توجه القناة خلال الفترة محل الدراسة كان يستهدف في مجمله جمهور الماكثات بالبيت باعتبارهن الفئة الأكثر متابعة للقناة.

الجدول رقم (37): فئة المصدر لقناة "أم وليد"

النسبة	التكرار	فئة المصدر
%100	13	صاحبة القناة
%00	00	نقل من قناة يوتيوب أخرى
%00	00	نقل من القنوات التلفزيونية
%00	00	نقل من الفيس بوك
%00	00	أخرى
%100	13	المجموع

- يشير الجدول أعلاه إلى فئة المصدر لقناة "أم وليد" حيث سجلنا بأن كل الفيديوهات المنشورة على القناة تعود لصاحبتها على حساب الفئات الأخرى.

* ومن خلال الجدول يتوضح لنا أن صاحبة القناة تعتمد اعتمادا كليا على نفسها في نشر محتويات خاصة بالقناة دون غيرها وإن دل هذا على شيء فإنه يدل على أن هذه القناة متميزة عن غيرها من القنوات.

نتائج الدراسة:

بعد إجراء هذه الدراسة توصلنا إلى عديد من النتائج أهمها:

- ✓ أغلب أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 22-27 سنة ما يعادل 60% من حجم العينة وهي الفئة الأكثر استخداما لموقع اليوتيوب.
- ✓ أن أغلب متابعات قناة "أم وليد" هن طالبات في الجامعة بنسبة 81.42%.
- ✓ أن الحالة الاجتماعية لأغلب متابعات القناة هن عازبات وطالبات بالجامعة بنسب على التوالي 56.42% 67.85%.
- ✓ أكدت الدراسة أن معظم متابعات قناة "أم وليد" يقطن في بلديات وضواحي ولاية قالمة بنسبة 46.42%.
- ✓ أظهرت الدراسة على أن متابعات القناة بدأت يستخدمن موقع اليوتيوب منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 55.71%، حيث أنهن يستخدمنهن وقت الفراغ بنسبة 70.71%.
- ✓ بينت الدراسة أن المبحوثات يستغرقن أقل من ساعة في اليوم عند مشاهدتهن لما تقدمه قناة "أم وليد" على اليوتيوب بنسبة 77.85%، وقد تم تحديد مكان مشاهدتها بأن المنزل هو أكثر الأماكن تفضيلا بنسبة 96.42%.
- ✓ أكدت الدراسة أن المبحوثات يفضلن استخدام الهاتف المحمول في مشاهدتهن لقناة "أم وليد" على اليوتيوب بنسبة 86.42%، كما أكدوا على أنهن يفضلن مشاهدتها بصفة فردية بنسبة 81.42%.
- ✓ أفاد أغلب أفراد العينة أنهن تعرفن على قناة "أم وليد" من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 60%.
- ✓ أجمع أغلب المبحوثات أنهن يشاهدن قناة "أم وليد" بطريقة عشوائية بنسبة 49.28%، وأنهن يستخدمن خاصية الجرس لمتابعة جديد ما تعرضه القناة بنسبة 50.71%.

- ✓ بينت النتائج أن المبحوثات يتفاعلن مع القناة بنسبة 80.71%، حيث أن أغلبهن يتفاعلن عن طريق الإعجاب بالفيديوهات بنسبة 43.21%، في حين تقمن أخريات بتحميل الفيديو ومشاهدته لاحقاً بنسبة 22.11%.
- ✓ أكد 94.28% من المبحوثات أنهن يتعرضن لمحتوى ما تقدمه قناة "أم وليد" في المرتبة الأولى، تليها قناة "أم أسيل" في المرتبة الثانية بنسبة 75.71%، تليها قناة مطبخ "أم جنى" في المرتبة الثالثة بنسبة 50%، وتأتي قناة مطبخ "مربومة" في المرتبة الرابعة بنسبة 56.42%.
- ✓ أظهرت النتائج أن سبب تفضيل المبحوثات لمشاهدة قناة "أم وليد" على اليوتيوب هو تقديمها لوصفات جديدة ومتنوعة بنسبة 51.61%، وأنهن يفضلن مشاهدة وصفات الحلويات بنسبة 49.28%، تليها وصفات الطبخ اليومي بنسبة 47.85%.
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يهدفن من وراء مشاهدتهن لما تقدمه "أم وليد" على قناتها هو الحصول على أفكار جديدة في الطبخ بنسبة 42.47%، تليها محاولة تطوير مهارتهن في الطبخ بنسبة 30.10%.
- ✓ أجمع ما نسبته 97.85% من المبحوثات أنهن يقمن بتجريب الوصفات التي يشاهدنها على القناة وأنها وصفات ناجحة بنسبة كبيرة فاقت 76.42%.
- ✓ أظهرت النتائج أن قناة "أم وليد" ساهمت في تحسين مستوى المبحوثات في الطبخ بنسبة 90%، حيث أدلين بأن هذه الاستفادة كانت بصفة متوسطة بنسبة 51.93%.
- ✓ بينت الدراسة أن قناة "أم وليد" على اليوتيوب حققت احتياجات المبحوثات لما يبحثن عنه بنسبة 90.71%، مما أدى إلى منحها درجة الامتياز بنسبة 43.57%.
- ✓ أكدت نتائج الدراسة أن قناة "أم وليد" تعتمد بشكل أساسي على الفيديو والصورة في منشوراتها كوسيلة أساسية لإيصال رسائلها.
- ✓ أثبتت نتائج الدراسة أن متابعات قناة "أم وليد" يتعرضون أساساً إلى نوعية صور خاصة بوصفات جاهزة وصور خاصة بمكونات الوصفة من خلال هذه القناة.
- ✓ بينت نتائج الدراسة أن اللون الأحمر والأصفر والأبيض هي الألوان الأكثر بروزاً من خلال القناة.
- ✓ تؤكد الدراسة التوجه الإيجابي للجمهور اتجاه ما تعرضه القناة وهذا ما أكدته التفاعل العالي معها.
- ✓ أظهرت الدراسة أن الدارجة البسيطة هي أكثر اللغات التي تخاطب بها "أم وليد" جمهورها على اليوتيوب.
- ✓ بينت الدراسة أن الطبخ اليومي هو أكثر المجالات التي تتناولها وصفات قناة "أم وليد".
- ✓ النساء الماكثات بالبيت هن الجمهور المستهدف الرئيسي من طرف قناة "أم وليد" على يوتيوب.

✓ تشير نتائج الدراسة إلى أن جميع المنشورات الموضوعة على قناة "أم وليد" للطبخ هي محتويات خاصة تماما بالقناة.

العلاقة بين الدراسات السابقة ونتائج الدراسة:

على ضوء الدراسات السابقة ونتائج الدراسة المتوصل إليها، توصلنا إلى الآتي:

- ❖ أن استخدام اليوتيوب في التعليم عن بعد يعتبر من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي لقيت اقبالا ورواجا كبيرا في الفترة الأخيرة، على اختلاف نوع المضامين المراد ايصالها للجمهور سواء كانت دروس تعليمية "تعليم مهارات نطق اللغات" أو ومهارات مهنية أخرى "كالطبخ مثلا".
- ❖ موقع اليوتيوب كان له أثر إيجابي في تعليم مهارات ومعارف جديدة بالنسبة للمستخدمين.
- ❖ أن الهاتف الذكي هو الوسيلة الأكثر استخداما للولوج إلى موقع اليوتيوب من طرف المستخدمين.
- ❖ الهدف الأساسي لاستخدام المبحوثات لليوتيوب هو تعلم مهارات الطبخ بالإضافة إلى إثراء رصيدهن المعرفي.
- ❖ أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الوسيلة التي يعتمد عليها المتابعات في مشاركة مقاطع الفيديو التي يشاهدونها على اليوتيوب على اختلاف مضامينها "الطبخ".

خاتمة

خاتمة:

ومن خلال كل ما سبق نجد أن تكنولوجيات الاتصال الحديثة وما تمخض عنها من ظهور الإعلام الجديد، كانت سببا مباشرا في تلاقح الحضارات واحتكاك الشعوب ببعضها البعض وزيادة مستوى التبادل الثقافي والاجتماعي فيما بينهم، خاصة بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت بعد التطور الهائل والمتسارع لقطاع الإعلام والاتصال، لدرجة أنها صارت منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية بل وهناك من يجزم بأنها تفوقت على الإعلام الكلاسيكي نظرا للتطور الرقمي ووجود خاصية التفاعل الفوري والآني مع كل ما ينشر من فيديوهات وصور، وحتى بث مباشر وهذا ما لم تستطع تحقيقه وسائل الإعلام التقليدية.

كما يعد موقع اليوتيوب أحد أشكال الإعلام الجديد الذي تم تناوله من طرف الدراسات الأكاديمية في مجال الإعلام والاتصال، لما يحمله من ثورة معلوماتية كبيرة وانتقاله من مجرد وسيلة للترفيه إلى وسيلة مفيدة يمكن توظيفها بشكل إيجابي من أجل التعلم، خاصة مع ظهور قنوات اليوتيوب التي تعنى بتعليم مختلف النشاطات المهنية. ومع تطور ثقافة الإنسان ووعيه فقد أصبح يتجنب الذهاب إلى مراكز التعليم التقليدية التي تعج بالمتربصين ليوفر لهم اليوتيوب إمكانية التعلم الذاتي عبر الشبكة العالمية ومشاهدة مختلف الفيديوهات. ولعل أبرز الفيديوهات التي حظيت باهتمام بالغ هي تلك الخاصة بالطبخ، على اعتبار أن الطبخ قد تجاوز فكرة أنه مجرد وسيلة لتحضير الطعام من أجل تزويد الإنسان بالطاقة اللازمة حيث أصبح علما وفنا له دراساته الأكاديمية وأطره النظرية.

فالمتبع لمجال الطبخ يعرف جيدا بأنه أحد أبرز المجالات التي تجذب المهتمين من أجل التعلم خاصة من طرف الفئات النسوية اللاتي وجدن في قنوات اليوتيوب وسيلة مناسبة من أجل تعلم مهنة الطبخ. والملاحظ أن قناة "أم وليد" على اليوتيوب برزت كأكثر قناة يوتيوب مهنية في الجزائر من حيث نسبة التفاعل مع منشوراتها وهذا ما يعكسه لنا الارتفاع المتزايد في نسب المشاركة والمتابعة للقناة يوميا.

الاقتراحات:

خلصنا في نهاية بحثنا إلى مجموعة من الاقتراحات التي رأينا بأنها قد تفيد من يرغبون في الخوض بهذا المجال المهم، وتمثل أبرزها فيما يأتي:

- ضرورة الاستفادة من الإمكانيات التي يوفرها الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة موقع اليوتيوب في الجوانب الإيجابية منه كتعلم مهارات مهنية جديدة.
- إضافة مساقات دراسية خاصة توضح العلاقة بين علم الاجتماع في المجال المهني ومواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع اليوتيوب في مجال الاتصال.
- إضافة دراسات موسعة تتناول أسباب ودوافع توجه الجمهور الجزائري نحو مشاهدة قناة "أم وليد" على اليوتيوب المهنية والمخصصة للطبخ، أكثر من توجههم لمشاهدة القنوات المهنية الأخرى.
- حث جمهور المستخدمين في الجزائر على الاستفادة أكثر من الجانب الإيجابي لتكنولوجيات الاتصال، حيث يسعى موقع اليوتيوب بدوره إلى تقديم إضافات للعملية التعليمية عامة والمهارات المهنية خاصة.
- توجيه وسائل الإعلام التقليدية للعمل على تطوير محتواها وتعزيز سبل التواصل مع الجماهير، لما عرفته من تراجع في السنوات الأخيرة، بعد بروز الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي.

المراجع

قائمة المراجع:

I. المعاجم والقواميس:

1. علي بن هادية وآخرون: القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي أَلفبائي، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1979.

II. الكتب:

1. أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية.
2. أحمد بن مرسلبي: مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، 1999.
3. بلقاسم سلاطنية، حسان الجيلاني: أسس المناهج الاجتماعية، ط4، دار الفجر للنشر والتوزيع، بسكرة، 2012.
4. بلقيس شرارة: الطباخ دوره في حضارة الانسان، دار المدى للثقافة والنشر، بيروت، 2012.
5. بوب ماتيويز، ليز روس: الدليل العلمي لمناهج البحث في العلوم الاجتماعية، محمد الجوهري، المركز القومي للترجمة، 2016.
6. تامر المغاوري الملاح: الأنترنت بين تكنولوجيا الاتصال والتعلم السريع، دار الكتاب الجامعي، الجمهورية اللبنانية، 2017.
7. حسين محمود هتيم: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2015.
8. رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
9. سمير محمد حسين: بحوث الاعلام (الأسس والمبادئ)، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة.
10. عباس ناجي حسن: الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني دراسة مقارنة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
11. عبد الحلیم موسى يعقوب: الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014.
12. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
13. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
14. عبد العزيز الشريف: الإعلام الإلكتروني، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.

15. عبود عبد الله: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، درا النمير للنشر والتوزيع، دمشق، 2004.
 16. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
 17. علي معمر عبد المؤمن: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية (الأساسيات والتقنيات والأساليب)، منشورات جامعة 7 أكتوبر، 2008.
 18. عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط2، الجزائر، 1985.
 19. محمد عبد العالي النعيم وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
 20. محمد محمد قاسم: المدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، 1999.
 21. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
 22. محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015.
 23. نادية سعيد عيشور: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.
 24. نور الدين زمام، حميدة جرو: المهنة في التراث السوسولوجي وعوامل تغير مكانتها، جامعة بسكرة.
- III. المذكرات:**
1. أحلام فيلح حسن العطييات: أثر استخدام اليوتيوب في تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الإنجليزية لدى أطفال الروضة في المدارس الخاصة بمحافظة العاصمة عمان، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2018.
 2. أكرم عبد القادر عبد الله فروانة: فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية الإسلامية، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012.
 3. جيدور حاج بشير: أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية - دراسة مقارنة -، رسالة دكتوراه منشورة، بسكرة، جامعة محمد خيضر، 2017.
 4. سعيد نعيم حسن عبد الغفور: أثر استخدام بعض الوسائط التعليمية المقترحة عبر الشبكة العالمية على التحصيل لدى طلاب الصف التاسع في مبحث الجغرافيا بمحافظة خانيوس، مذكرة ماجستير، غزة، جامعة الأزهر، 2015.

5. صلاح محمد أبو صلاح: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكة التواصل الاجتماعي والإشاعات المحققة، مذكرة ماجستير، غزة، الجامعة الإسلامية، 2014.

6. مريم نزيهان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير، اعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، باتنة، 2012.

IV. المجالات:

1. ابتسام هادي كاظم: المحددات الاجتماعية لمهنة المرأة، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد 34، 2012.

2. بدر الدين بلمولاي: دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29/جوان، 2017.

3. حسن الحاج: مؤشرات سوق العمل، العدد السادس عشر أبريل، 2003.

V. المؤتمرات:

1. محمد عبد البديع السيد: دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي 25 يناير 2011 و 30 يونيو 2013، المؤتمر العلمي الدولي الأول كلية الإعلام وفنون الاتصال، جامعة فاروس بالإسكندرية، مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة في الفترة من 1-3 نوفمبر، 2014.

I. مواقع الانترنت:

- <https://www.android-dz.com/ar/2017-يوتيوب-الجزائري-2017-حصيلة-سنة>

- https://www.youtube.com/watch?v=A0dNuuo_XRM

- <https://www.youtube.com/channel/UCVXD2kNki3rfLMhF8uNlcBQ>

- <https://www.youtube.com/watch?v=8UQILZdUPds&t=4s&pbjreload=10>

- <https://www.youtube.com/watch?v=YbjwlfFelpE&t=34s>

- https://www.youtube.com/watch?v=09d2vPSui_0

- <https://www.youtube.com/watch?v=h6atiDO-tzg&t=6s>

- <https://www.youtube.com/watch?v=nePj9xe1C8w&t=3s>

- <https://www.youtube.com/watch?v=IlkQrjefLPw&t=6s>

- <https://www.youtube.com/watch?v=VKIbYHcs2K8&t=1s>

- <https://www.youtube.com/watch?v=MBLqf98paD8&t=5s>

- <https://www.youtube.com/watch?v=TE5V8q6s27k&t=13s>

- <https://www.youtube.com/watch?v=bqgHsUnhqvw&t=1s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=glntFEI-G3E&t=18s>
- https://www.youtube.com/watch?v=klWsHXOnv_s&t=4s
- https://www.youtube.com/watch?v=_yJ4siWgk38
- <http://www.startimes.com/f.aspx>
- [الجزائريات-بام-وليد-السيدة-التي-أبهرت/](https://eldjazair365.com/الجزائريات-بام-وليد-السيدة-التي-أبهرت/)
- [قنوات-الماكثات-في-البيت-عل](https://www.ennaharonline.com//قنوات-الماكثات-في-البيت-عل)

الملحق رقم (01): استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مشروع مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

بعنوان:

تفاعل جمهور المستخدمين في الجزائر مع قنوات اليوتيوب الخاصة بالطبخ

- دراسة ميدانية وتحليلية لقناة "أم وليد" ومتابعتها بقالمة -

إشراف الأستاذ:

د/ حموش عبد الرزاق

إعداد الطلبة:

- مساعد وفاء
- الفار عايدة
- بابوري محمد الطاهر

السنة الجامعية: 2019/2018

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. السن:

- 21-16
 27-22
 33-28
 39-34
 أكثر من 40 سنة

2. المستوى التعليمي:

- ابتدائي
 متوسط
 ثانوي
 جامعي
 تكوين مهني

3. الحالة الاجتماعية:

- عزباء
 مطلقة
 مخطوبة
 متزوجة

4. المهنة:

- طالبة
 مهنة حرة
 موظفة
 مكنة بالبيت
 متربصة

5. مكان السكن:

- داخل مدينة قلمة
 البلديات والضواحي
أخرى تذكر.....

المحور الثاني: عادات استخدام قناة "أم وليد" على اليوتيوب

6. منذ متى تستخدمين موقع اليوتيوب؟

- أقل من سنة من سنة إلى ثلاث سنوات أكثر من ثلاث سنوات

7. ماهي أوقات مشاهدتك لقناة "أم وليد" على اليوتيوب؟

- صباحا مساءً ليلا وقت الفراغ

8. ماهي المدة التي تستغرقينها عند مشاهدتك لقناة "أم وليد" على اليوتيوب؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات أكثر من 3 ساعات

9. ما هو المكان الذي تشاهدين فيه قناة "أم وليد" على اليوتيوب؟

- المنزل الجامعة مكان العمل

10. ماهي الوسيلة التي تستخدمينها لمشاهدة قناة "أم وليد" على اليوتيوب؟

- الحاسوب الهاتف المحمول

- اللوح الإلكتروني التلفزيون

11. مع من تشاهدين قناة "أم وليد" على اليوتيوب؟

- بمفردك مع الأصدقاء مع العائلة

12. كيف تعرفتي على قناة "أم وليد"؟

- العائلة الأصدقاء مجلات الطبخ

- مواقع التواصل الاجتماعي قنوات تلفزيونية

13. هل تشاهدين قناة "أم وليد" بطريقة:

- منتظمة عشوائية للضرورة فقط

14. هل تستخدمين خاصية الإشعار "الجرس" ليصلك كل جديد من قناة "أم وليد"؟

نعم لا

15. هل تتفاعلين مع الفيديوهات التي تعرضها "أم وليد" على اليوتيوب؟

نعم لا

16. إذا كانت إجابتك بنعم، كيف يكون ذلك؟ "يمكن تعيين أكثر من إجابة واحدة"

الإعجاب

التعليق

تكتفين بالمشاهدة فقط

مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة

تحميل الفيديو ومشاهدته لاحقاً

المحور الثالث: دوافع تعرض مستخدمي اليوتيوب لقناة "أم وليد"

17. قومي بترتيب هذه القنوات حسب مدى تعرضك لها على اليوتيوب (من 1 إلى 4):

قناة "أم وليد" قناة مطبخ "مريومة"

قناة مطبخ "أم أسيل" قناة مطبخ "أم جنى"

18. إذا كنت تفضلين مشاهدة قناة "أم وليد" على اليوتيوب، فما هو السبب من وراء ذلك؟

مهارة الطبخ تقديم وصفات جديدة ومتنوعة طريقة تقديم الوصفات

19. ما نوع الوصفات التي تفضلين متابعتها على قناة "أم وليد"؟

الحلويات الطبخ اليومي الوصفات التقليدية

أخرى تذكر.....

20. ما هدفك من مشاهدة قناة "أم وليد" :

- تعلم الطبخ تطوير مهارات الطبخ لديك
 التسلية والترفيه الحصول على أفكار جديدة في الطبخ

المحور الرابع: الإشباع المحققة للمستخدمين جراء متابعتهم لقناة "أم وليد" على اليوتيوب

21. هل تقومين بتجريب الوصفات التي تشاهدينها على قناة "أم وليد" على اليوتيوب؟

- نعم لا

22. هل تنجح معك الوصفات التي تجربينها من خلال متابعة قناة "أم وليد" على اليوتيوب؟

- نعم لا أحيانا

23. هل ساهمت قناة "أم وليد" على اليوتيوب في تحسين مستواك بالطبخ؟

- نعم لا

24. إذا كانت اجابتك " نعم" هل كان ذلك بصفة:

- كبيرة متوسطة قليلة

25. هل حققت لك قناة "أم وليد" على اليوتيوب احتياجاتك المطلوبة من خلال وصفاتها؟ (مع التعليق)

- نعم لا

التعليق.....
.....

26. ما هو تقييمك العام لقناة "أم وليد" على اليوتيوب؟

- ممتازة جيدة جدا جيدة حسنة ضعيفة

الملحق رقم (02): استمارة تحليل المضمون

تفاعل جمهور المستخدمين في الجزائر مع قنوات اليوتيوب الخاصة بالطبخ

- دراسة ميدانية وتحليلية لقناة "أم وليد" ومتابعاتها بقالمة -

استمارة تحليل المضمون

أولاً: بيانات خاصة بالوثائق محل الدراسة

- 1- رقم المنشور
- 2- رابط المنشور على اليوتيوب وعدد المشاهدات
- 3- مدة الفيديو
- 4- تاريخ النشر

ثانياً: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث الشكل

- 5- طبيعة المادة المنشورة
- 6- نوعية الصور
- 7- استعمال الألوان
- 8- التفاعل مع المنشور
- 9- مستوى اللغة المستعملة

27 26 25 24

ثالثاً: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث المضمون

أ - فئات الموضوع

9- مجال الوصفة

31 30 29 28

10- طبيعة الوصفات

35 34 33 32

11- الجمهور المستهدف

38 37 36

12- فئة المصدر

43 42 41 40 39

الملحق رقم (03): دليل استمارة تحليل المضمون

أولاً: بيانات خاصة بالوثائق محل الدراسة: وتندرج ضمنها الفئات التالية:

المربع رقم 01: يمثل رقم المنشور.

المربع رقم 02: يمثل رابط المنشور على اليوتيوب وعدد المشاهدات

المربع رقم 03: يمثل مدة الفيديو

المربع رقم 04: يمثل تاريخ النشر

ثانياً: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث الشكل

● طبيعة المادة المنشورة: وتندرج ضمنها الفئات التالية:

المربع رقم 05: يمثل النص

المربع رقم 06: يمثل الفيديو

المربع رقم 07: يمثل الصورة

المربع رقم 08: يمثل الإعلان

المربع رقم 09: يمثل أخرى

● نوعية الصور: وتندرج ضمنها الفئات التالية:

المربع رقم 10: يمثل صور لوصفات جاهزة

المربع رقم 11: يمثل صور لمكونات الوصفة

المربع رقم 12: يمثل صور لنوع واحد من الوصفات

المربع رقم 13: يمثل صور متعددة

● استعمال الألوان: وتندرج ضمنها الفئات التالية:

المربع رقم 14: يمثل اللون الأحمر

المربع رقم 15: يمثل اللون الأصفر

المربع رقم 16: يمثل اللون الأزرق

المربع رقم 17: يمثل اللون البني

المربع رقم 18: يمثل اللون الأبيض

● التفاعل مع المنشور: وتندرج ضمنه الفئات التالية:

المربع رقم 19: يمثل المشاهدة

المربع رقم 20: يمثل الاشتراك

المربع رقم 21: يمثل الإعجاب

المربع رقم 22: يمثل التعليق

المربع رقم 23: يمثل المشاركة

● مستوى اللغة المستعملة: وتندرج ضمنه الفئات التالية:

المربع رقم 24: يمثل الدارجة البسيطة

المربع رقم 25: يمثل اللغة المعقدة

المربع رقم 26: يمثل اللغة العربية الفصحى

المربع رقم 27: يمثل لهجة غير مفهومة للجميع

ثالثاً: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث المضمون

● مجال الوصفة: وتندرج ضمنه الفئات التالية:

المربع رقم 28: يمثل الحلويات

المربع رقم 29: يمثل الطبخ اليومي

المربع رقم 30: يمثل الطبخ التقليدي

المربع رقم 31: يمثل المقبلات

• طبيعة الوصفات: وتندرج ضمنها الفئات التالية:

المربع رقم 32: يمثل الوصفة البسيطة

المربع رقم 33: يمثل الوصفة المعقدة

المربع رقم 34: يمثل الوصفة المعروفة

المربع رقم 35: يمثل الوصفة غير المعروفة

• الجمهور المستهدف: وتندرج ضمنه الفئات التالية:

المربع رقم 36: يمثل الماكثات بالبيت

المربع رقم 37: يمثل التعاملات

المربع رقم 38: يمثل الطالبات

• فئة المصدر: وتندرج ضمنه الفئات التالية:

المربع رقم 39: يمثل صاحبة القناة

المربع رقم 40: يمثل نقل عن قناة يوتيوب أخرى

المربع رقم 41: يمثل نقل من قنوات تلفزيونية

المربع رقم 42: يمثل نقل من الفيس بوك

المربع رقم 43: يمثل أخرى

الملحق رقم (04): مقابلة مع الشاف "شياخة عبد الحلیم" أستاذ بمركز التكوين المهني والتمهين "أحمد بن مارس" قالمة يوم: 25 جوان 2019 على الساعة 10:15 صباحا

س1: باعتبارك شاف وأستاذ متخصص في مجال صنع الحلويات ماهي القنوات التي لقيت رواجاً كبيراً في الآونة الأخيرة؟

ج1: ظهرت في السنوات الأخيرة مجموعة معتبرة من قنوات على اختلاف محتواها والتي أصبحت بدورها تنافس القنوات التلفزيونية نذكر منها قناة "شهرزاد"، قناة "أم أسيل"... وغيرها من القنوات، غير أن قناة "أم وليد" لقيت إقبالا كبيرا ومتنوعا بتنوع شرائح المجتمع، وهذا ما يظهره عدد المتفاعلين والمتابعين لها في صفحتها الرسمية على اليوتيوب.

س2: هل أنت من متابعي قناة "أم وليد"؟

ج2: نعم، رأيت بعض ما تعرضه ولكن بصفة عشوائية نظرا لارتباطي بعملتي ولدي مهاراتي الخاصة في الطبخ وصنع الحلويات، لأنه في الأخير يبقى لكل شاف مهمة إعطاء لمسته على كل طبق أو وصفة يقدمها.

س3: في رأيك ماهي الأسباب التي جعلت قناة "أم وليد" تلقى إقبالا كبيرا من طرف المتابعات؟

ج3: يرجع السبب الأول إلى طريقة تحضيرها للوصفات بمكونات بسيطة ومعدات طبخ متواجدة في أغلبها داخل كل بيت، بالإضافة إلى شرحها بالتفصيل لجميع خطوات العمل بطريقة سهلة وسريعة سواء التقليدية منها أو العصرية، والتي تقوم بتحضيرها في مطبخها الصغير بمكونات بسيطة ومتاحة لذوي الدخل الضعيف والمتوسط.

س4: هناك مفهوم متداول بين المتكلمين لديكم أن أغلبيتهم يقومون بالتوجه إلى مراكز التكوين للحصول على الشهادة فقط، لأنهم يظنون أنهم قادرين على التعلم واكتساب المهارات التي يريدونها عبر ما عرضه اليوتيوب عبر قنواته المختلفة، ما رأيك في هذا؟

ج4: هذا غير صحيح، قدوم المترشحين إلى مراكز التكوين ليس من أجل أخذ الشهادة فقط، بل من أجل التعلم واكتساب مهارات جديدة. ضف إلى ذلك تركيزنا على النساء الأرامل والمطلقات بصفة كبيرة حيث يفوق عددهم في كل دورة أكثر من 20 امرأة، لمساعدتهم على تعليم الخطوات الصحيحة في الطبخ وصنع الحلويات حيث أنهن

عند اتمامهن للدورة التكوينية يصبحن قادرات على فتح مشروعهن الخاص. أما فيما يخص قنوات اليوتيوب فهي تعتبر دعامة قوية لكل المبتدئين في كل المجالات وخاصة مجال الطبخ.

س5: ما رأيك ب "أم وليد"؟

ج 5: أم وليد هي شاف متمكنة، وجدت مبتغاهها في شبكة الانترنت والهاتف الذكي لتبدأ مشروعها الصغير الذي انطلق من فكرة صغيرة لتصبح اليوم القناة الأكثر شهرة على موقع اليوتيوب.

*** الشهادات المتحصل عليها من طرف الشاف شياخة عبد الحلیم:**

- متحصل على 14 شهادة في مجال الحلويات و 04 شهادات دولية.

- متحصل على شهادة مايسترو شاف في مسابقة دولية بتونس.

× حصيلة سنة 2017: هكذا عرف...
https://www.android-dz.com



إن تحدثنا عن أهم القنوات الجزائرية، سنذكر طبعاً قناتين برزتا وبقوة خلال هذا العام، **Anes** و **ChemsouDZJoker** فهما يملكان نسبة كبيرة من المُتابعين، الذين عالجوا بعض المشاكل الاجتماعية بطرق مُختلفة بالإضافة إلى أشربة **فيديو** ساخرة وتحتوي على الضحك.

لكن، هناك قناة وجدت انتشاراً رهيباً لدى الجزائريين في الفترة الأخيرة، وأنت في المرتبة الأولى تقريباً في محتوى اليوتيوب الجزائري، وتغلبت على الشابين **Anes Tina** و **ChemsouDZJoker** اللذان لحقاها في المرتبتين الثانية والثالثة تواليًا، لثبتت أن البساطة في بعض الأحيان هي الأفضل، القناة التي نتحدث عنها هي القناة المخصصة لتقديم وصفات الطبخ والطهي، أم **وليد Oum Walid** التي تحتوي على 1.9 مليون مُشترك.

ملحق رقم (06): عدد متابعي القناة في 01 فيفري 2018 على اليوتيوب



The image shows a screenshot of a YouTube channel page. At the top, there is a video player showing a landscape with mountains and a river. Below the video, the channel name 'أم وليد' is visible. The channel's profile picture and name 'e Oum Walid' are shown. Below the channel name, there are navigation tabs for 'الرئيسية', 'مقاطع الفيديو', 'مقاطع الصوت', 'مقاطع الصور', 'مقاطع الفيديو', 'مقاطع الصوت', 'مقاطع الصور'. A large graphic overlay is positioned at the bottom of the page, featuring a large number '1' inside a circular frame, followed by the text 'أم وليد' and '2,135,817 مشترك'.

ملحق رقم (07): عدد متابعي القناة في 23 جوان 2019 على اليوتيوب



The image shows a screenshot of the YouTube channel page for 'Oum Walid'. The channel name is displayed in large white text on a dark background. Below the name, it indicates the subscriber count as '5 135 562 abonnés' and shows a notification bell icon. The channel's profile picture is a circular image of a baked good. The background of the page features a close-up of a golden-brown, layered cake or pastry. The navigation bar at the top includes a back arrow, the channel name, a search icon, and a menu icon. Below the navigation bar, there are tabs for 'ACCUEIL', 'VIDÉOS', 'PLAYLISTS', and 'COMM'. The 'ACCUEIL' tab is currently selected.

ملحق رقم (08) : عدد المشاهدات والاشتراكات في القناة ليوم 23 جوان 2019 على الساعة

22:09

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Oum Walid'. At the top, there is a navigation bar with a back arrow, the channel name 'Oum Walid', a search icon, and a menu icon. Below this is a secondary navigation bar with tabs for 'ACCUEIL', 'VIDÉOS', 'PLAYLISTS', and 'COMM'. The main content area is dark grey and contains the following information:

- À propos**
- Description: قناة خاصة بالطبخ السهل بمقادير مضبوطة خاصة لكل مبتدأة و لكل امرأة
- Inscrit le 2 oct. 2015
- [facebook](#)
- [groupe facebook](#)
- [قناتي الثانية](#)
- [موقعي على غوغل](#)

At the bottom of the main content area, the channel's statistics are displayed: **1 117 440 248 vues** and **5 135 560 abonnés**.

The bottom navigation bar includes icons for 'Accueil', 'Tendances', 'Abonnements', 'Boîte réception', and 'Bibliothèque'.

ملحق رقم (09): الفيديو رقم "01"



مطبخ ام وليد مملحات الشمس بعجينة روعة تصلح لكل
انواع المعجنات .

859 k vues



32 k



809



Partager



Téléc...rgée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ



ملحق رقم (10): الفيديو رقم "02"



oum walid

قلب اللوز

Téléchargements
26 vidéos

مطبخ ام وليد قلب اللوز بسر صغير راح يخليه ناجح
.100/100
1,1 M vues

31 k 1,3 k Partager Téléc...rgée Enregistrer

Oum Walid
5,1 M abonnés

ABONNÉ

ملحق رقم (11): الفيديو رقم "03"



Téléchargements

26 vidéos

مطبخ ام وليد رمضان كريم / فكرة جديدة و طبق جديد
في طاولة رمضان

550 k vues



25 k



442



Partager



Téléc...rgée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ



الملحق رقم (12): الفيديو رقم "04"



Téléchargements
26 vidéos

مطبخ ام وليد جهزي احلى و اسهل غراتان بطاطا
بالدجاج محشي .
826 k vues

28 k 733 Partager Téléc...rgée Enregistrer

 **Oum Walid**
5,1 M abonnés

ABONNÉ

الملحق رقم (13): الفيديو رقم "05"



Téléchargements

26 vidéos

مطبخ ام وليد تحلية رمضانبة تبرد على القلب بذوق الكرامال.

852 k vues



28 k



679



Partager



Téléchargée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ



الملحق رقم (14): الفيديو رقم "06"



Téléchargements

26 vidéos

مطبخ ام وليد وصفات رمضانية لبوراك العجين -
سمبوسة اللحم المفروم و لا اسهل .

396 k vues



16 k



361



Partager



Téléchargée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ



الملحق رقم (15): الفيديو رقم "07"



Téléchargements

26 vidéos

مطبخ ام وليد / كيفية تحضير طبق دجاج بطعم الشواء .

245 k vues



12 k



300



Partager



Téléc...rgée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ



الملحق رقم (16): الفيديو رقم "08"



Téléchargements

26 vidéos

مطبخ ام وليد كيكة الكريمة الباردة بدون فرن سهل و
سريع و بمذاق رائع.

357 k vues



16 k



397



Partager



Téléc...rgée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ



الملحق رقم (17): الفيديو رقم "09"



Téléchargements

26 vidéos

مطبخ ام وليد / اطباق رمضان / طاجين البنيون المالح
بطريقة رائعة

730 k vues



23 k



647



Partager



Téléc...rgée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ



الملحق رقم (18): الفيديو رقم "10"



Téléchargements

26 vidéos

مطبخ ام وليد اطيب و اسهل بقلاوة مبرومة غير مكلفة .

521 k vues



21 k



463



Partager



Téléc...rgée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ



الملحق رقم (19): الفيديو رقم "11"



Téléchargements

26 vidéos

مطبخ ام وليد كوردون بلو محشي بالجبن مع صلصة
بيضاء طعمها حكاية.

542 k vues



21 k



592



Partager



Téléchargée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ



الملحق رقم (20): الفيديو رقم "12"



Téléchargements

26 vidéos

مطبخ ام وليد تارتولات مالحين بكريمة خفيفة و بنينة
من ارووع الوصفات الرمضانية .

566 k vues



24 k



522



Partager



Téléc...rgée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ



الملحق رقم (21): الفيديو رقم "13"



Téléchargements

26 vidéos

مطبخ ام وليد / وصفة غراتان جديدة سهلة و لذيذة .

464 k vues



17 k



493



Partager



Téléc...rgée



Enregistrer



Oum Walid

5,1 M abonnés



ABONNÉ

