جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري ووسائط جديدة

دور اليوتيوب في ترتيب أولويات الجمهور حول المشكلات الاجتماعية

قناة أنس تينا أنموذجا

من إعداد الطلبة:

- شوارفة آية

-بوشخيمة لبنة

-عزيزي سارة

تحت إشراف الدكتورة

علوي أميرة

السنة الجامعية 2018-2019

شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم

من منبرنا هذا نتقدم بفائق الشكر والتقدير إلى

أستاذتنا الدكتورة **علوى أميرة**

التي لم تبخل علينا بشيء طوال فترة مشوارنا الجامعي والذي توج بمرافقتها لنا في إنجاز مذكرتنا وعلى صبرها ولطفها وسعة قلبها وخاطرها فلها منا كل الاحترام والتقدير والثناء.

إلى لجنة المناقشة الذين يشرفوننا بحضورهم وبقبولهم الدعوة لتقييم عملنا فلهم منا جزيل الشكر والتقدير وجزاهم الله خيرا.

كما نخص بالشكر كل الأساتذة الذين ساهموا في إتمام مذكرتنا وعلى رأسهم:

الأستاذ مرزوقي حسام الدين، والدكتور نايلي خالد، والدكتور سردوك علي

إلى كل من يوسف وشريف وأمين الذين ساهموا في إتمام هذا العمل

كما نتوجه بالشكر الجزيل والعرفان لكل أسرة علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات من طلبة وأساتذة على تشجيعهم لنا.

إهداء

أهدى ثمرة جهدى إلى التى وهبت فلذة كبدها كل العطاء والحنان، إلى التى صبرت على كل شىء، التى رعتنى حق الرعاية وكانت سندى فى الشدائد، وكانت دعواها لى بالتوفيق، تتبعنى خطوة خطوة فى عملى، إلى من ارتحت كلما تذكرت فرحتها وابتسامتها فى وجهى نبع الحنان أمى أعز ملاك على القلب والعين جزاها الله عنى خير الجزاء فى الدارين.

إلى الذى وهبنى كل ما يملك حتى أحقق له آماله، إلى من كان يدفعنى قدما نحو الأمام لنيل المبتغى، إلى الإنسان الذى امتلك الإنسانية بكل قوة، إلى الذى سهر على تعليمى بتضحيات جسامة مترجمة فى تقديمه للعلم، إلى مدرستى وقدوتى الأولى فى الحياة.

أبى الغالى على قلبى أطال الله فى عمره

إلى أخواى اللذان تقاسما معى عبء الحياة وساندانى فى تجاوز كل مرحلة مررت بها

إلى من وقف لجانبى خلال سنوات الجامعة ودعمنى بكل ما تحمله كلمة دعم وسار معى خطوة بخطوة لنجاحى وتوفيقى أسأل الله أن يبارك له فى حياته.

وأخيرا أهدى هذا العمل إلى كل صديقات وزميلات الحياة الجامعية

إلى كل من ذكرهم قلبى ولم يذكرهم قلمى.

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

نظرا للأهمية البالغة التي تكتسبها قنوات اليوتيوب بين الجماهير، لاسيما عندما يتعلق الأمر بالمشكلات الاجتماعية باعتبارها تمس المجتمع ككل دون استثناء، حاولنا تناول هذا الموضوع في دراسة موسومة بعنوان "دور قنوات اليوتيوب في ترتيب أولويات الجمهور حول المشكلات الاجتماعية قناة "أنس تينا" أنموذجا، لمعرفة كيف تأثر أجندة القناة على أجندة الجمهور حول المشكلات الاجتماعية، لذا فقد كان التركيز على أهمية قناة "أنس تينا" في اطار ترتيب أولوياتها حول المشكلات في المجتمع، ومن أهم أهداف هذه الدراسة الوصفية الرغبة في معرفة كيف يتم ترتيب أولويات قناة "أنس تينا"، وقد اعتمدنا على مجموعة من أدوات جمع البيانات أهمها استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على 100 مفردة من متابعي قناة "أنس تينا"، كما اعتمدنا على المقابلة مع صاحب القناة "أنس بوزغوب" ذلك لأخذ فكرة أكثر وضوحا حول الأجندة الخاصة بقناته.

قد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها أن هناك توافق نسبي بين أجندة قناة "أنس تينا" في ترتيبها للمشكلات الاجتماعية وأجندة جمهورها، وأن قناة "أنس تينا" تأخذ بعين الاعتبار أجندة جمهورها حول المشكلات الاجتماعية.

كما توصلت الدراسة كذلك إلى وجود تأثير متبادل بين أجندة القناة وأجندة الجمهور، ما يستوجب على القناة أن ترتب أولوياتها على حساب كلى الأجندتين لكن مع اعطاء الأولوية لأجندتها الخاصة.

Résumé :

En raison de l'importance des chaînes YouTube parmi les masses, en particulier lorsqu'il s'agit de problèmes sociaux touchant l'ensemble de la société sans exception, nous avons tenté d'aborder ce sujet dans une étude intitulée "Le rôle des chaînes YouTube dans la hiérarchisation des priorités du public sur le modèle Anas Tina, L'ordre du jour de la chaîne a affecté l'agenda public sur les problèmes sociaux et l'accent a été mis sur l'importance d'Anas Tina dans le cadre de la priorisation des problèmes de la société.Nous avons adopté un ensemble d'outils de collecte de données les plus importantes du questionnaire distribué à 100 monocanal de ceux qui suivent le « Anas Tina », comme nous comptions sur l'entrevue avec le propriétaire du canal, « Anas Bozgob » pour avoir une idée plus claire sur l'ordre du jour de leur canal.

Nous avons tiré un certain nombre de conclusions dans cette étude, dont la plus importante est qu'il existe un accord relatif entre l'agenda d'Anas Tina dans son classement des problèmes sociaux et l'agenda de son public, et qu'Anas Tina prend en considération le programme de son auditoire concernant les problèmes sociaux.

L'étude a également révélé qu'il existait une influence réciproque entre l'agenda de la chaîne et l'agenda public, ce qui oblige la chaîne à établir des priorités au détriment des deux agendas, tout en accordant la priorité à son propre agenda.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

العنوان الصفحة

شكر وتقدير .....

اهداء .....

ملخص الدراسة .....

فهرس المحتويات I

قائمة الجداول VI

المقدمة العامة ..... أ

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة ومنهجيتها

إشكالية وتساؤلات الدراسة 3

أهمية الدراسة 5

أهداف الدراسة 5

أسباب اختيار الموضوع 5

الدراسات السابقة 6

مجالات الدراسة 9

منهج الدراسة 9

مجتمع الدراسة 11

عينة الدراسة 11

أدوات جمع البيانات 11

صعوبات الدراسة 14

المقاربة النظرية 15

الفصل الثاني: موقع اليوتيوب

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي 19

تعريف اليوتيوب 20

نشأة اليوتيوب 22

مبدأ عمل اليوتيوب 24

شروط خدمة اليوتيوب 25

خصائص اليوتيوب 26

مميزات وعيوب اليوتيوب 28

احصائيات حول اليوتيوب 31

ايجابيات وسلبيات اليوتيوب 32

الفصل الثالث المشكلات الاجتماعية

مفهوم المشكلات الاجتماعية 34

أسباب المشكلات الاجتماعية 36

خصائص المشكلات الاجتماعية 38

مستويات المشكلات الاجتماعية 39

أبعاد المشكلات الاجتماعية 40

ظروف وجود المشكلات الاجتماعية 41

قياس المشكلات الاجتماعية 42
تصنيف المشكلات الاجتماعية 43
نماذج عن المشكلات الاجتماعية 44
الصعوبات التي تعترض حل المشكلات الاجتماعية 47

الفصل الرابع الاطار التطبيقي للدراسة

تحليل بيانات الاستمارة 51
تحليل بيانات المقابلة 81
نتائج الدراسة 84
الخاتمة 85
أهم الاقتراحات والتوصيات 87
قائمة المصادر والمراجع 88
ملاحق 94

قائمة الجداول

الجدول رقم -01- يبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير الجنس 51

الجدول رقم -02-: يبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير السن 52

الجدول رقم -03-: يبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير المستوى الجامعي 53

الجدول رقم -04-: يبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير مكان الاقامة 54

الجدول رقم -05-: يبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير الحالة الاجتماعية.....55

الجدول رقم -06- يوضح مدى متابعة الجمهور لقناة "أنس تينا" بصفة منتظمة 56

الجدول رقم -07- يوضح المشكلات الاجتماعية التي تثير اهتمام الجمهور 58

الجدول رقم -08-يوضح مدى تناول قناة "أنس تينا" لنفس المشكلات التي تثير اهتمام الجمهور.....59

الجدول رقم-09- يوضح مدى اقبال الجمهور على مشاهدة جميع الفيديوهات المعروضة 60

الجدول رقم-10- يوضح مدى تعبير مضامين التي تبثها القناة عن اهتمامات الجمهور الجزائري بالمشكلات الاجتماعية 61

الجدول رقم-11- يوضح دوافع متابعة قناة "أنس تينا".....62

الجدول رقم -12-: يوضح مدى اقتناع الجمهور بما تعرضه القناة 63

الجدول رقم -13- يوضح أهم المشكلات التي تثير انتباه الجمهور عبر القناة 64

الجدول رقم -14- :يوضح مدى ابراز قناة "أنس تينا" للمشكلات الاجتماعية التي تشغل الجمهور ...65

الجدول رقم -15-:يوضح المتحكم في ترتيب المشكلات التي تطرحها قناة "أنس تينا" برأي الجمهور ...66

الجدول رقم-16-: يوضح ترتيب قناة "أنس تينا" للمشكلات الاجتماعية مع الأخذ بعين الاعتبار اهتمامات الجمهور 67

الجدول رقم-17-: يوضح ترتيب المشكلات الاجتماعية حسب اهتمامات الجمهور.....68

الجدول رقم -18-: يوضح مدى مساهمة قناة "أنس تينا" في جعل جمهورها يهتم بمشكلات دون أخرى.69

الجدول رقم -19-: يوضح مدى تأثير المشكلات الاجتماعية المطروحة من قبل القناة على الجمهور.....70

الجدول رقم -20-: يوضح قوة تأثير قناة "أنس تينا" على الجمهور.....71

الجدول رقم -21-: يوضح مدى مساهمة القناة في تغيير اهتمامات الجمهور اتجاه مشكلة معينة من خلال الأهمية المقدمة لها 72

الجدول رقم -22-: يوضح امكانية تهميش الجمهور لبعض المشكلات بعد متابعته للقناة 73

الجدول رقم -23-: الاهتمام بالمشكلات الاجتماعية ناتج عن متابعة القناة 74

الجدول رقم -24-: يوضح مشاهدة الجمهور لفيديوهات عبر قناة "أنس تينا" لا تثير اهتمامه 75

الجدول رقم -25-: يوضح اراء الجمهور نحو المشكلات الاجتماعية التي تعرضها قناة "أنس تينا" 76
الجدول رقم -26-: يوضح رأي الجمهور حول المشكلات المطروحة عبر قناة "أنس تينا" 77
الجدول رقم -27-: يوضح فتح القناة مجال من حرية التعبير مع الجمهور 78
الجدول رقم -28-: يوضح مدى اقتناع الجمهور بما تعرضه القناة من مشكلات اجتماعية.....79
الجدول رقم -29-: يوضح رأي الجمهور حول ما ان كانت طريقة المشكلات الاجتماعية عبر القناة في المستوى.....80

المقدمة العامة

المقدمة :

إن ما جاء به التطور التكنولوجي في مجال علوم الإعلام والاتصال، أحدث تغيرات عديدة في حياة الانسان خاصة في المجال الاتصالي، حيث أن هذه التطورات أصبحت حديث الساعة من حيت وسائل الاتصال والإعلام الحديثة، كما تعتبر الانترنت من بين التكنولوجيات التي انبثقت عنها وسائل التواصل الاجتماعي والوسائط الرقمية الجديدة كالفيسبوك، والتويتر واليوتيوب...الخ، وهذا الأخير بالذات الذي يعتبر منصة رقمية ذات قيمة وفعالية بين الوسائط الجديدة والمجتمع .

حيث فتح اليوتيوب مجالا للنقاش وذلك من خلال طريقة الإنتاج وبث ونقل الرسائل بين كافة فئات المجتمع، ومما لا شك فيه أن العلاقات الاجتماعية وأولويات الجماهير تأثرت بهذه التكنولوجيات الحديثة التي تبلورت في ظل العولمة والانفتاح التكنولوجي، ومع تغير طريقة الاتصال بالجماهير أصبح هناك تفاعل بين المرسل والمستقبل وكذا قامت هذه الوسائط بفتح مجال أكبر من حرية التعبير لكل منهما.

بالتالي أصبح هذا الوسيط الرقمي ذو انتشار كبير في المجتمع، نظرا للدور الفعال الذي يلعبه في تسهيل التواصل بين الأفراد إضافة إلى الأولويات المختلفة للقنوات والتي تأثر على الجماهير، حيث حاولنا في دراستنا هذه تقديم الاطار المنهجي باتباع التسلسل التالي: الفصل الأول والذي احتوى على كل من إشكالية الدراسة وتساؤلاتها إضافة إلى أهمية وأهداف الدراسة مع كل من الأسباب والدراسات السابقة، أضفنا أيضا كل من مجالات الدراسة والمنهج ومجتمع الدراسة وعينتها، والأدوات التي استخدمت فيها وفي الأخير تطرقنا إلى صعوبات الدراسة والفرضية.

أما بالنسبة للإطار النظري للدراسة فقد قسم إلى فصلين أساسيين هما :

الفصل الأول: والذي يحتوي على تعريف شبكات التواصل الاجتماعي وتعريف اليوتيوب ونشأته إضافة إلى مبدأ عمله وشروط خدمته، كما تطرقنا لكل من خصائص اليوتيوب ومميزاته وعيوبه وفي الأخير قمنا بتقديم احصائيات اليوتيوب وسلبياته وايجابياته .

أم في الفصل الثاني فقد تطرقنا إلى: مفهوم المشكلات الاجتماعية وخصائصها، إضافة إلى ظروفها وقياسها مع الأبعاد وكذلك التصنيف وأخيرا إلى نماذج للمشكلات الاجتماعية.

وفي الأخير تطرقنا إلى الاطار التطبيقي للدراسة حيث احتوى هذا الجانب على:

الفصل الرابع الذي احتوى على مقابلة مع صاحب القناة "أنس بوزغوب" والتحليل الخاص بها، إضافة إلى استمارة الاستبيان ونتائجها والتحليل الخاص بها، وفي الأخير تطرقنا إلى نتائج الدراسة والخاتمة وتليها أهم الاقتراحات والتوصيات.

الفصل الأول

الاطار المفاهيمى والمنهجى

للدراسة

الاطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة:

1.1.إشكالية وتساؤلات الدراسة:

1.1.1. اشكالية الدراسة :

استقطبت وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة اهتماما كبيرا من قبل الباحثين والمختصين في المجال خاصة فيما يتعلق بالمشكلات الاجتماعية المختلفة، لكون وسائل الإعلام مؤسسات بات الاستغناء عنهما مستحيلا في جميع المجتمعات باختلاف النظم التي تسيرها وباختلاف عناصرها، وكذا كونها من الركائز الأساسية التي ينبثق الاهتمام بها من حجم الاهتمام الذي يعيره المجتمع للفرد الذي يشكل جمهور وسائل الإعلام، ضف إلى ذلك كونها وسيط فعال يتيح للجمهور فرصة اشباع حاجاته المعرفية والتثقيفية وغيرها من جهة أخرى، فهي تمثل أداة تغيير وإن كانت في أغلب الأحيان بطرق غير مباشرة ترصد انشغالات الجماهير وتنقل وتترجم أصواتهم إلى القيادات التي تسير شؤونهم وتسعى الى تحقيق مصالحهم.[1]

تندرج الدراسات التي تهتم بوسائل الإعلام وبجماهيرها ضمن الدراسات المتعلقة بالاتصال الجماهيري الذي عرفت مكوناته أو عناصره تغيرات عديدة، نتيجة التطورات المستمرة التي عرفتها وسائل الاعلام الجماهيري على المستويين التقني والوظيفي هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن المجتمعات غير ثابتة في أغلبها من حيث النظم الاقتصادية والسياسية والثقافية التي تسيرها نتيجة تطور العلاقات بين المجتمعات والانفتاح والتطور التكنولوجي الذي أثر على نطاق الحرية والرقابة والسلطة.[2]

لقد أسست التراكمات العلمية في المجال بناءا على سياقات علمية متشعبة ومختلفة من حيث الركائز العلمية، بدءا من الافتراضات التي انطلق بعضها من كون وسائل الاعلام تؤثر في الجمهور بشكل مباشر وقوي، انتقالا الى الافتراض بأن الاتصال الشخصي أكثر تأثيرا ووصولا إلى التركيز على مصير المضامين الإعلامية بعد تلقيها من الجمهور الانتقائي الذي يتميز بالنشاط والفعالية.[3]

تعد شبكات التواصل الاجتماعي واحدة من أهم المجالات التي لا بد من تسليط الضوء عليها ودراستها في خضم الاهتمام بالاتصال الجماهيري، وتسمح هذه الشبكات بالجمع بين خصائص وسائل الإعلام التقليدية وبين ميزات خاصة بها مثل التفاعل وأرشفة المعلومات وتكاليف الانتاج المنخفضة، لكن قد تحدث مفارقات كأن يكون المسئول عن إعداد المادة الإعلامية أقل خبرة في المجال، مما يجعل الأمر أكثر تعقيدا من حيث محاولة التحكم في النتائج المتوصل اليها من ناحية المضمون ومن ناحية التأثير.[4]

---

[1] مجد هاشم الهاشمي، **تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري: مدخل الى الاتصال وتقنياته الحديثة**، ط1، دار أسامة، الأردن، 2012، ص.ص.188-189.

[2] مجد هاشم الهاشمي، مرجع نفسه، ص.ص.253-254.

[3] كامل خورشيد، مراد، **الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور – الخصائص – النظريات**، ط1، دار المسيرة، عمان، 2011، ص. ص. 140-141.

[4] مواقع التواصل الاجتماعي، 2019/03/23، 20:30: http://bohot2.blogspot.com

يعتبر اليوتيوب كأحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي حيث يوفر لمستخدميه قنوات لنشر الفيديوهات ذلك بغية جلب الانتباه نحو المحتوى المقدم من خلالها وكذا فرصة النشر والمشاهدة معا، حيث أن في عصر اليوتيوب أصبح الجمهور هو المكون الأساسي لضمان بقاء هذه القنوات باعتبارها أساسا منه وإليه، فأفراد المجتمع أو الجمهور هم من يقومون بفتح هذه القنوات.[1]

ويقوم الجمهور بفتح قنوات اليوتيوب بغية بث مضامين لم يتم بثها من خلال وسائل الإعلام التقليدية، أو لم تجد مكانا في قائمة أولوياتها، خاصة في مجتمعات العالم الثالث، والتي تتميز باحتكار السلطة للإعلام مما يفرض على الأفراد إلى اللجوء لفتح قنوات تمكنهم من ايصال مختلف المواضيع والمشكلات التي تشغلهم، أو التي تمس أساسا بالمجتمع، وهذا ما جعل هذه القنوات ذات صيت ومكانة كبيرة.

ونجد من بين قنوات اليوتيوب قناة "أنس تينا" التي تقوم بطرح العديد من المواضيع والمشكلات الاجتماعية المختلفة التي تسود المجتمع، حيث أنها تسعى إلى إحداث التغيير الاجتماعي والخروج من دائرة الإعلام التقليدي، كما يمكن القول أن هذه القناة تعمل على غرار القنوات الإعلامية التقليدية التي تهتم بقضايا ومشكلات معينة وتهمش أخرى، وقناة "أنس تينا" تقوم بوضع أجندة خاصة بها وذلك إما حسب حاجاتها الخاصة أو حسب حاجات الجمهور ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤل التالي :

- الى أي مدى تساهم قناة "أنس تينا" في ترتيب أولويات جمهورها حول المشكلات الاجتماعية؟

وللإجابة على التساؤل الرئيسي قمنا بطرح التساؤلات الفرعية التالية :

- هل هناك توافق بين أولويات قناة "أنس تينا" وأولويات جمهورها؟
- ما مدى تأثر أجندة قناة "أنس تينا" بأجندة جمهورها؟
- هل تأثر أجندة قناة "أنس تينا" على اهتمامات وأولويات الجمهور؟
- ما مدى قبول الجمهور بالترتيب الذي تقدمه له قناة" أنس تينا"؟

[1] عبير أبو عياش، **تعريف اليوتيوب**، 27ماي2019، 05:00: https://mawdoo3.com

2.1. أهمية الدراسة:

_ الاهتمام بوظيفة قنوات اليوتيوب الجزائرية في المجتمع في إطار ترتيب أولويات المشكلات الاجتماعية.

– انتشار ظاهرة الاعلام عبر قنوات اليوتيوب الجزائرية، وارتفاع عدد متابعيها الأمر الذي يتطلب دراسات لوصف الظاهرة وتفسيرها.

3.1. أهداف الدراسة:

–التعرف على موقع اليوتيوب وخاصة قناة "أنس تينا".

–التعرف على المشكلات الاجتماعية، وتأثيرها في المجتمع.

– الرغبة في معرفة كيف يتم ترتيب أولويات قناة "أنس تينا".

–معرفة المكانة التي تحتلها المشكلات الاجتماعية في قائمة أولويات قناة "أنس تينا".

–مدى مساهمة قناة "أنس تينا" في تحديد أولويات جمهورها من خلال تحديد أولويات الجمهور والتأثير على اهتماماته فيما يتعلق بالمشكلات الاجتماعية.

–الخلفيات التي جعلت قناة "أنس تينا" تقوم بترتيب أولوياتها حول المشكلات الاجتماعية.

–معرفة مختلف المشكلات الاجتماعية المطروحة في قناة "أنس تينا".

–دراسة كيفية ترتيب أولويات الجمهور حول المشكلات الاجتماعية.

4.1.أسباب اختيار الموضوع:

1.4.1.أسباب ذاتية:

–ذلك راجع للميول الشخصي لمثل هذه الدراسات التي تتعلق بترتيب أولويات الجمهور.

–وكذا ميولنا اتجاه مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة اليوتيوب باعتبارنا من مستخدميه ومن متابعي قناة "أنس تينا ".

–الاهتمام بجمع المعلومات حول قنوات اليوتيوب والمشكلات الاجتماعية.

2.4.1.أسباب موضوعية:

-محاولة الكشف عن الدور الذي تلعبه قناة "أنس تينا" في ترتيب أولويات الجماهير حول المشكلات الاجتماعية.

-كون الدراسة تصب في تخصص الاتصال الجماهيري والدراسات التي تناولت المشاكل الاجتماعية عبر اليوتيوب نادرة.

5.1.الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان "معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية اللاجئين السوريين تحليل سيميولوجي لعينة من الصور في موقع الفيس بوك"، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل إعلام ومجتمع قام بإعدادها الطلبة "جاوي جهاد" "سردون سمية" من جامعة "الجيلالي بونعامة خميس مليانة" سنة 2016-2017تحت اشراف الأستاذة "جنادي كريمة" بخميس مليانة، والغرض من هذه الدراسة هو معرفة كيفية معالجة الفيس بوك لقضية اللاجئين السوريين من خلال الصور التي تم بثها، إضافة إلى البحث عن فاعلية الدور الاتصالي الذي يمكن أن تلعبه الصورة، وبالتالي إبراز قدرة اللغة البصرية على ايصال معاني الرسائل والكشف عن المعاني والدلالات التي يمكن أن تحملها صور اللاجئين السوريين بتوظيف التحليل السيميولوجي، وكان ذلك عبر الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: ماهي الأبعاد والدلالات التي تحملها صور اللاجئين السوريين المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ والتساؤلات الفرعية التي تندرج تحته.

المنهج الذي تم اعتماده هو منهج التحليل السيميولوجي، الذي غرضه النقد القائم على التعمق في مضامين الرسالة والخطاب الإعلامي، ويعمل على تفسير الدلالات والاشارات والرموز، أي أنه يعمل على الغوص في مضامين الرسالة والخطاب الإعلامي لتحقيق التحليل النقدي فهو تحليل كيفي واستقرائي ذو مضمون جوهري.

أما مجتمع الدراسة وعينة الدراسة التي تم اختيارهما عبارة عن مجموعة من الصور التي تعبر عن أزمة أو ظاهرة اللاجئين السوريين على موقع الفيس بوك من خلال الصفحات الرسمية الإعلامية، والعينة عينة قصدية عبارة عن صور تحمل دلالات وايحاءات عن أزمة اللاجئين السوريين وكل صورة تعبر عن معاناة شريحة أو فئة من اللاجئين.

من أهم نتائج هذه الدراسة التي تلخصت فيما يلي: أوضحت الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل رفع درجة الوعي وللتعريف بالأزمة السورية وتداعيتها وإخراجها من نطاق دولي إلى نطاق عالمي، حيث أن موقع الفيس بوك لا يلعب دور محوري في صنع وتوجيه الرأي العام، كما أظهرت نتائجها أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بتسليط الضوء على الأزمة السورية وتبعيا السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية .

ورغم أن الدراسة أصابت في العديد من النقاط، إلا أنه لا يمكن قياس مدى تأثير الفيس بوك على المتابعين وتوجيه الرأي العام من خلال تحليل المضمون فقط، إنما يجب أن تركز الدراسة على المتابعين من أجل قياس مدى تأثرهم بالمضامين المنشورة عبر هذه الصفحات، أي أنه كيف توصلت هذه الدراسة للنتيجة المتمثلة في أن موقع الفيس بوك لا يلعب دور محوري في صنع وتوجيه الرأي العام من خلال التحليل السيميولوجي، فالرأي العام أدوات خاصة به مثل استمارة الاستبيان التي توزع على الجماهير.

الدراسة الثانية:

قدمت هذه الدراسة من قبل الباحثة "مريم ثابتي" وتحت اشراف الأستاذ "محبوبي رفيق" وجاءت هذه الدراسة تحت اسم "استخدامات الشباب للإعلام الاجتماعي والاشباعات المحققة منها اليوتيوب أنموذجا دراسة ميدانية لمجموعة من أحياء ولاية قالمة"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، بجامعة 8 ماي45 بولاية قالمة سنة 2012، والغرض من هذه الدراسة هو معرفة مدى تعرض فئة الشباب لموقع اليوتيوب، حيث ارتأت هذه الدراسة أيضا لمعرفة استخدامات الموقع والإشباعات المحققة منه من قبل الشباب، بالإضافة إلى التعرف على موقع اليوتيوب وعلى طبيعة الإعلام الذي يقدمه كنوع من الإعلام الجديد، وذلك من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيسي: ما مدى تعرض الشباب لموقع اليوتيوب؟ والتساؤلات الفرعية التي تندرج تحته.

قد اعتمدت الباحثة في دراستها هذه على المنهج الوصفي الذي يهدف الى دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر في وضعها الراهن ودراستها من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقاتها والعوامل المؤثرة في ذلك، باعتبارها تهدف الى التعرف على مدى استخدامات الشباب للإعلام الاجتماعي والاشباعات المتحققة منه.

أما بالنسبة لعينة الدراسة فقد اختارت الباحثة العينة العشوائية لتمثل مجتمع دراستها حيث اختارت 47 مفردة بشكل عشوائي، فالعينة العشوائية البسيطة هي عينة تختار عن طريق القرعة ويمكن تعميم نتائجها، كما استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

من بين النتائج التي خلصت لها هذه الدراسة: أن معظم جمهور اليوتيوب من فئة الجامعيين، وأنهم يستخدمونه سواء عن طريق الحاسوب أو الهواتف الذكية، كما توصلت إلى أن أغلب الفئات استخداما لليوتيوب

هم فئة الجامعيين والعزاب وأغلبهم ذكور في مقتبل العمر، وأن نشاط المستخدمين يقل عن متابعة اليوتيوب، وأكثر المحتويات متابعة هي العلوم والتكنولوجيا وتليها الفكاهية، وقد تحققت اشباعات معظم أفراد العينة، كما أبرزت نتائج الدراسة أن معظم أفراد عينة بحثها قد تحققت إشباعاهم، وفي حين أغلبهم لا يثقون في موقع اليوتيوب.

رغم أن الدراسة أصابت في العديد من النقاط، ربما كان من المستحسن على الباحثة أن تستهدف عدد أكبر من مفردات العينة لتكون النتائج أكثر دقة، كما أنه كان على الباحثة أن تعتمد على العينة العنقودية الأنسب لدراستها، بالإضافة إلى أنها في النتيجتين الأخيرتين المذكورتين سابقا متضادتان، حيث أنه كيف يمكن تكون اشباعات أفراد العينة قد تحققت من خلال اليوتيوب بالرغم من عدم ثقتهم بما يتم نشره عبره، يمكن أن يكون هذا راجع لعدم إجابة الجمهور بشكل جدي على استمارة الاستبيان.

الدراسة الثالثة:

لقد جاءت هذه الدراسة بـــعنوان "استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباعات المحققة منه، دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص صحافة وإعلام إلكتروني، قام بإعدادها الطالبين "بارش أشرف الدين"، و"لعور صابر" من جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، سنة 2016/2015 تحت اشراف الاستاذة "نزهة حنون"، والغرض من هذه الدراسة هو المعرفة الكافية لمختلف جوانب هذه العلاقة أي استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباعات المحققة منه خصوصا الطلبة والشباب الذين يعيرون اهتمامهم عبر انشاء قنوات خاصة للتعبير دون رقابة.

وهذه الدراسة سعت إلى كشف العلاقة القائمة بين استخدام الطلبة الجزائريين لليوتيوب من حيث الشكل والمضمون والدوافع وكذا الإشباعات المحققة منه، وكان ذلك عبر الإجابة عن التساؤل الرئيسي: ماهي استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب؟ وماهي الإشباعات المحققة من ذلك؟ والتساؤلات الفرعية التي تندرج تحته.

أما المنهج المعتمد هو المنهج المسحي الذي يعتبر أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من أفكار متنوعة والهادف للكشف عن الحقيقة الظاهرة.

أما مجتمع الدراسة وعينة الدراسة التي تم اختيارها هي عبارة عن مجموعة طلبة جامعة العربي بن مهيدي بمختلف التخصصات والأطوار الجامعية، والعينة قصدية عبارة عن طلبة جامعة العربي بن مهيدي الذين يستخدمون موقع اليوتيوب، ومن أهم النتائج التي تلخصت في هذه الدراسة ما يلي: أنها توصلت إلى صحة الغرض من مدخل الاستخدامات والإشباعات، أما الغرض الثاني قد ثبتت صحته أيضا.

أثبتت الدراسة أن غالبية الطلاب أبدوا في مجملهم أن المضامين الاجتماعية هي الأولى في استخدامهم للموضع وتوجيههم له ثم المضامين العلمية ثم النفسية ثم الرياضية والترفيهية ومضامين أخرة، وكذلك توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين متغيري الجنس واستخدام اليوتيوب من حيث وقت الفراز فالطالب له من الوقت أكثر من له لدى الطالبة.

6.1.مجالات الدراسة:

1.6.1.المجال البشري:

يتمثل المجال البشري للدراسة في متابعي قناة "أنس تينا" باختلاف خصائصهم.

2.6.1.المجال الزمني:

ويمثل استغرقتها الدراسة وقد بدأت دراستنا في شهر فيفري إلى غاية شهر جوان.

3.6.1.الإطار المكاني:

أجريت الدراسة في فضاء افتراضي يتمثل في موقع اليوتيوب بالتحديد قناة "أنس تينا".

7.1. منهج الدراسة:

المنهج هو المسلك الذي يتبعه الباحث من أجل تحقيق غايته العلمية، كما يعرف "رونز" المناهج على أنها أساليب معروفة لنا تستخدم في عملية تحصيل المعرفة الخاصة بموضوع معين كذلك علم يعنى بصياغة القواعد الخاصة بإجراء ما، ويعرفه "بتل" أنه الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي تقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها .[1]

استخدمنا في دراستنا منهج الدراسات الوصفية الذي يعتبر من أقدم المناهج العلمية حيث يقوم بمسح الظاهرة على مجتمع العينة سواء كان كبيرا أو صغيرا، باستجواب المجتمع كاملا أو بأخذ عينة منه لمحاولة الوصول إلى وصف دقيق لظاهرة معينة من حيث توزيعها ومدى وجودها وطبيعتها وطبيعة العلاقات بين المتغيرات السلوكية والنفسية فيها، وذلك لاستخلاص النتائج التي تساهم في حل بعض المشكلات والتخطيط للمستقبل[2]

[1]- محمد محمد قاسم، **المدخل إلى مناهج البحث العلمي**، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 1999، ص. 52.

[2]- عبد الباسط متولي خضر، **أدوات البحث العلمي وخطة إعداده**، ط1، دار الكتاب الحديث، 2004، ص.59.

كما يستخدم المنهج الوصفي في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقاتها والعوامل المؤثرة في ذلك، وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث كما أنه يشمل في كثير من الأحيان على عمليات التنبؤ لمستقبل الظواهر والأحداث التي يدرسها، حيث يرتبط غالبا بدراسات العلوم الاجتماعية والانسانية ولا يقتصر على هذه العلوم فحسب بل أنه يستخدم أحيانا في دراسات العلوم الطبيعية لوصف الظواهر الطبيعية المختلفة، كما يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج تساعد في فهم الواقع وتطويره، ولتطبيق هذا المنهج يجب اتباع الخطوات التالية[1]:

1 .تحديد المشكلة وصياغتها.

2 .وضع الفروض وتوضيح الأسس التي بنيت عليها

3 .تحديد المعلومات والبيانات التي يجب جمعها لأغراض البحث وكذلك طرائق وأساليب جمعها.

4 .جمع البيانات والمعلومات من المصادر المختلفة وبالأساليب التي تم تحديدها.

5.تنظيم البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها.

[1]- ربحي عليان مصطفى، عثمان محمد غنيم، **مناهد وأساليب البحث العلمي**، ط1،دار الصفاء، عمان، 2000، ص. 42-43.

8.1.مجتمع وعينة الدراسة:

1.مجتمع الدراسة:

هو جميع المفردات سواء كان مجموعة أشخاص أو أشياء يمثلون موضوع مشكلة البحث، كما أنهم مجموع المفردات التي يرغب الباحث بدراستها أو دراسة عينة منها، ويحوي على عراقيل للباحث وتتمثل في أن المجتمع يتكون من عدد كبير ولا يمكن للباحث دراسته بصفة كلية وهذا ما يتطلب اللجوء إلى اختيار عينة بحثية تمثل مجتمع البحث.[1]

ويتمثل مجتمع بحثنا في عدد متابعي قناة "أنس تينا" المقدر عددهم بـ: 2336174.

2.8.1.عينة الدراسة :

هي الجزء الذي يقوم الباحث باختياره في مجتمع البحث الأصلي باستعمال أساليب مختلفة، وهذه العينة تمثل المجتمع الأصلي، والتي من خلالها يمكن تحقيق أغراض البحث، ويمكن من خلالها الاستغناء عن دراسة جميع أفراد المجتمع الأصلي[2] .

فنوع العينة التي اخترناها في بحثنا هي العينة القصدية وهذا النوع من العينات يعتمد على قصد الباحث والذي لا يتجزأ عن هدف البحث وطبيعته [3].

تعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة مثل: العينة الفرضية، النمطية والتي هي أسماء تشير كلها إلى العينة التي تقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة.

فالباحث هنا أو في هذه الحالة يقدر حاجته إلى المعلومات ويختار هذه العينة لما تحقق له غرضة.

يكون اختيار هذه العينة على أساس حر من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة[4]

وعليه فقد تمثل عينة بحثنا في 100 مفردة من متابعي قناة" أنس تينا".

9.1.أدوات جمع البيانات:

يعتبر الاستبيان من أدوات جمع البيانات حيث يستخدم في تجميع البيانات والحصول على المعلومات من مصادرها وهو قائمة تحتوي على مجموعة من الأسئلة ترسل إلى عدد كبير من الأفراد الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث كما يعرف كذلك على أنه صحيفة تحتوي على مجموعة من الأسئلة يصيغها الباحث حيث تحيط بكل

---

[1] -عمر نصر الله ، **أساسيات البحث العلمي وتطبيقاتها**، ط1، دار وائل، عمان 2014، ص337.

[2] - عبد الباسط متولي، **أدوات البحث العلمي وخطة اعداده**، ط1، دار الكتاب، القاهرة، 2014، ص.180.

[3] - أحمد بن سلمى، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص. ص. 197 – 198.

[4] - عصام حسين الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، **البحث العلمي، أسسه ومناهجه**، ط1، 2014، ص. 82.

جوانب بحثه ويمكن أن يقدم مباشرة الى الأفراد أو يمكن أن يرسل عن طريق البريد الى الأفراد الذين يتم اختيارهم على أسس احصائية يجيبون عليها ويعيدونها بالبريد.[1]

ولانجاز استبيان يجب اتباع بعض الخطوات[2]:

1.تحديد الأهداف المطلوبة من عمل الاستبيان: في هذه الخطوة يجب على الباحث أن يلتفت إلى مشكلة بحثه وموضوعه لكي يستطيع صياغة أسئلة تخدم موضوع بحثه وليستطيع تحديد أهدافه والمعلومات والبيانات التي يريد جمعها من الأفراد المعنية بالاستبيان.

2. ترجمة وتحويل الأهداف الى مجموعة من المحاور: حيث يقوم الباحث الى تفكيك أهدافه الى محاور بهدف الاحاطة بكل جوانب البحث.

3. اختبار أسئلة الاستبيان وتجربتها على مجموعة محدودة من الافراد اي محاولة إعطاء مسودة الاستبيان الى عدد من الافراد المحددين في عينة البحث او الافراد الذين يستطيع الوصول اليهم وأن يطلب منهم قراءة الاسئلة الموجودة فيها وإعطاء رأيهم بشأن نوعيتها من حيث الفهم والشمولية والدلالة وكذلك كميتها وكفايتها لجمع المعلومات المطلوبة عن موضوع البحث ومشكلته.

4. تصميم وكتابة الاستبيان بشكله النهائي وهنا يقوم الباحث بإعادة كتابة فقرات الاستبيان وطباعته اذ تطلب الأمر ذلك وتدقيقه وإخراجه بشكله النهائي ليكون جاهزا.

5. توزيع الاستبيان يقوم الباحث باختيار افضل وسيلة لتوزيع وارسال الاستبيان وأن تضمن طريقة التوزيع وصول الاستبيان بشكل سليم وسريع.

6. متابعة الإجابة عن الاستبيان وتعبئته عن البيانات المطلوبة فقد يحتاج الباحث الى التأكيد على عدد من افراد والجهات في انجاز الإجابة على الاستبيان وإعادته فكثيرا ما يحتاج الباحث إلى المتابعات الشخصية أو الهاتفية أو البريدية أو وسيلة مساعدة أخرى.

7. تجميع النسخ الاستبيان الموزعة والتأكد من وصول نسبة جيدة منها حيث أنه لا بد من جمع نسبة % 60 فأكثر من الإجابات المطلوبة ومن ثم الخروج بالاستنتاجات المطلوبة منها.[3]

وقد استخدمنا استمارة إلكترونية تتضمن خمسة محاور: يحتوي المحور الأول على البيانات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، مكان الإقامة، الحالة الاجتماعية)، بينما يشتمل المحور الثاني على توافق

[1] مروان عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، مؤسسة الوراقة، الأردن، ص. 183.

[2] عمار إبراهيم قنديلجي، **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية**، دار المسيرة، ط1، 2008، ص. 165-166.

[3] عمار إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق، ص 166.

أولويات قناة أنس تينا مع أولويات الجمهور، أما المحـور الثالث فكان بعنوان: تأثر أجندة قناة انس تينا بأجندة الجمهور والمحور الرابع جاء تحت عنوان: تأثير أجندة القناة على اهتمامات واولويات الجمهور، أما المحور الخامس والأخير فتناولنا فيه: قبول الجمهور بالترتيب الذي تقدمه القناة.

وقد استعنا في تحكيم الاستمارة بثلاثة محكمين من قسم علوم الاعلام والاتصال:

❖ **الأستاذ: حسام الدين مرزوقي**: وكانت ملاحظاته كالتالي:

– متغير السن ينبغي أن يقسم إلى فئات، أعلم أن جمهور القناة مختلف الأعمار، لكن ستكن مضطرات لتفيئة النتائج وسيكون الأمر متعبا. يمكنكن جعل الفئات العمرية واسعة كعشر سنوات مثلا .

– المستوى التعليمي تتم تفيئته أيضا.

– السؤال العاشر لن يكون واضحا بالنسبة للجمهور العام، ينبغي توضيحه أكثر .

– بالنسبة لمحور تأثر القناة بتوجهات الجمهور، يمكن توجيه سؤال عن تواصل الجمهور مع القناة عبر الرسائل أو التعليقات ومدى تجاوبها مع المقترحات.

– بالنسبة للسؤال الثامن، يمكن استنتاج الإجابة من خلال مقارنة الأجوبة عن المواضيع التي يهتم بها المشاهد وتلك التي تتناولها القناة، حتى تكون النتائج أوضح وأدق بدل الاختيار بين نعم أو لا.

– عموما الأسئلة جيدة لكن يبقى أن تحسن الاستفادة من أجوبة المبحوثين لتقديم تحليل وتفسير جيد يتناسب مع افتراضات نظرية ترتيب الأولويات .

❖ **الدكتور سردوك علي**: فكانت ملاحظاته تتمحور حول:

–طالما لم تطرقوا لمستوى التعليم والحالة الاجتماعية كمتغيرات مؤثرة في الدراسة لا داعي لإدراجها كأسئلة.

–السؤال السابع يجب أن يكون مفتوحا، ويطلب من المبحوث ترتيب أولويات اهتمامه بالقضايا الاجتماعية.

–السؤال العاشر يجب أن يطرح كالتالي: هل اهتمامات القناة تعبر عن الاهتمامات الفعلية للجمهور الجزائري بالمشكلات الاجتماعية؟ نعم إلى حد ما لا.

❖ **الدكتور خالد نايلي**: فتمثلت ملاحظاته فيما يلي:

–استمارة يمكن العمل بها عموما.

التغيير الحاصل في الاستمارة:

–في هذا الاطار أخذنا بعين الاعتبار تحكيم الأستاذ مرزوقي حسام الدين من ناحية:

– تفييئة الأسئلة.

– القيام بتبسيط السؤال العاشر.

إلى :هل اهتمامات القناة تعبر عن الاهتمامات الفعلية للجمهور الجزائري بالمشكلات الاجتماعية؟

نعم إلى حد ما لا

– أما المحور الثالث فقد طرحنا أسئلة حول تواصل الجمهور بالقناة والتفاعل معها عبر التعليقات والنقاشات.

– بالنسبة للسؤال الثامن فقد أردنا التأكد من خلاله من أن المبحوثين يجيبون بصدق ويركزون مع الاستمارة

– أما بالنسبة لتحكيم الدكتور سردوك فقد قمنا بالتالي حول تحكيمه:

– حول المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية فقد فضلنا ادراجها كأسئلة لمعرفة فئات المبحوثين، بغية التدقيق ومعرفة الفئات المتابعة للقناة.

– بالنسبة للسؤال السابع قمنا بأخذ تحكيم الدكتور بعين الاعتبار أيضا.

–أما السؤال العاشر قمنا بأخذ تحكيم الدكتور بعين الاعتبار أيضا.

تعريف المقابلة :

وهي الحوار الذي يدور بين شخصين حيث يحاول القائم بالمقابلة الحصول على معلومات من الطرف الآخر، حول آرائه ومعتقداته، كما تعرف على أنها حديث يدور بين شخصين أي الباحث والمبحوث بغية وصول الباحث إلى أهداف بحثية معينة.[1]

وقد استخدمنا المقابلة مع صاحب القناة وكان ذلك عبر اتصال هاتفي يوم 12 جوان 2019 على الساعة 14:42.

10.1.صعوبات الدراسة:

- صعوبة الوصول إلى المصادر والمراجع بسبب الإضرابات المتواصلة لمكتبات الجامعات، وهذا يعود إلى الوضع السياسي الذي تمر به الجزائر حاليا وخاصة الحراك.
- قلة المصادر والمراجع الخاصة باليوتيوب، وخاصة المكتوبة باللغة العربية.
- قصر المدة الزمنية المقدمة للطالب للقيام بالمذكرة.
- عدم إجابة بعض المتابعين على الاستمارة وذلك خوفا من الأوضاع السياسية الراهنة.

[1] عماد حسين المرشدي، **وسائل وأدوات البحث العلمي التربوي**، جامعة بابل :www.uobablon.edu.iq

11.1. المقاربة النظرية:

1.11.1- نظرية ترتيب الأولويات:

تهتم نظرية ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات قضايا سياسية واقتصادية واجتماعية التي تهم المجتمع، وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقلقون بشأنها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام، ترجع الأصول النظرية لبحوث ترتيب الأولويات إلى "والتر ليبمان "Walter Lippmannمن خلال كتابه بعنوان الرأي العام.[1]

يرى "ليبمان" أن وسائل الإعلام تعمل على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع، وتفيد النظرية بوجود علاقة ايجابية بين ما تؤكده وسائل الإعلام في رسائلها وبين ما يراه الجمهور مهما، أي أن دور وسائل الإعلام يساهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور، وأن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في الجمهور من خلال تركيزها على قضايا معينة تطرحها على المتلقين لوسائل الإعلام، ليتخذوا منها مواقف تتأثر بحسب طرح الإعلام نفسه لها. [2]

ولقي هذا المفهوم محاولات كثيرة من قبل الباحثين بهدف ابراز وتوسيع صياغته كونه عبارة عن عملية تفاعلية، حيث يؤكدون أن عملية وضع الأجندة تتضمن ثلاثة اتجاهات بحثية متميزة هي [3]:

الاتجاه الأول: وضع أجندة الجمهور وتتخذ من أولويات اهتمام الجمهور متغيرا تابعا لها، وقد بدأ هذا الاتجاه البحثي على يد "ماكومبس" "وشو" عام 1972.

الاتجاه الثاني: وضع أجندة السياسة العامة وتتخذ من أولويات اهتمام صانعي القرار متغيرا تابعا، بينما تمثل أولويات اهتمام وسائل الإعلام.

الاتجاه الثالث: وضع أجندة وسائل الإعلام وتتخذ من أولويات قضايا وسائل الإعلام متغيرا تابعا.

وبناءا على ذلك فإن بحوث ترتيب الأولويات يعد من المفاهيم الأساسية عند مناقشة تأثيرات وسائل الإعلام وان محتواها ذو علاقة معها ذات مستويين: أولهما بالرأي العام وثانيهما بالواقع، وفيما يتعلق بالمستوى الأول فإن هناك علاقة قوية بين حجم وكثافة تغطية هذه الوسائل للقضايا وبين تقدير الجمهور أو الراي العام

[1] حسن عماد مكاوي، **نظريات الإعلام**، ط1، الدار العربية، القاهرة، 2009، ص.190.

[2] منال هلال المزاهرة، **نظريات الاتصال:coomunicationtheories**، ط1، دار المسيرة، عمان، 2012، ص. 327.

[3] أحمد زكريا أحمد، **نظريات الإعلام مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها**، ط1، المكتبة العصرية، مصر، 2009، ص. ص.10-11.

لأهمية هذه القضايا، أما المستوى الثاني فيوضح أن تلك القضايا التي يوليها الرأي العام أهمية كبيرة هي ذات القضايا التي تهتم بها تلك الوسائل وتوليها كثافة في تغطيتها إعلاميا.

2.11.1- فرضيات النظرية:

على ضوء اختلاف المفاهيم تحدد الفرض الرئيسي في معظم الدراسات الخاصة بترتيب الأجندة في الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية، مما يشير إلى دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسيلة لهذه القضايا والموضوعات.[1]

3.11.1- العوامل المؤثرة في وضع الاولويات :

يتأثر ترتيب الأولويات بمجموعة من المتغيرات الخاصة بطبيعة القضايا من حيث هي ملموسة أو مجردة ودرجة فضول الجمهور نحو القضايا وأهمية القضايا والخصائص الديمغرافية للجمهور ومدى استخدام الاتصال المباشر وتوقيت إثارة القضية ونوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة والمدى الزمني المطلوب لإحداث التأثير، وذلك من خلال تحليل دراسات ترتيب الأولويات خلال الفترة من 1977 م حتى 1991م، يمكن إجمال هذه المتغيرات فيما يلي[2]:

طبيعة القضايا: يقصد بطبيعة القضايا مدى كونها ملموسة أو مدركة من جانب أفراد الجمهور أو أن تكون القضية مجردة أو غير ملموسة، والقضايا الملموسة هي التي تكون لأفراد الجمهور خبرة مباشرة بها.

أهمية القضايا: افترضت دراسة "كارتز" على درجة اهتمام الجمهور بالقضية وزيادة حصولها على أولويات أكبر وأشارت النتائج إلى زيادة الاهتمام بالقضية التي تسبب التهديد والخوف مثل التلوث، الايدز عن القضايا التي لا تشكل تهديدا مباشرا مثل الإجهاض والحرب النووية.

الخصائص الديمغرافية: خلصت دراسة ويتني إلى متغير التعليم يلعب دورا في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الإعلام حيث تزيد قدرة تلك الوسائل

في وضع أولويات المتعلمين عند المقارنة بغير المتعلمين، ومن جانب آخر أشارت دراسة شاو ومارتن إلى عدم وجود ارتباط بين المتغيرات الديمغرافية وترتيب الأولويات.

الاتصال الشخصي: تستطيع الاتصالات الشخصية تقرير تأثير وضع الأولويات للقضايا التي تحظى بتغطية إعلامية مكثفة، ومن أمثلة ذلك دراسة "موتز" 1987م الخاصة بإدراك الجمهور لقضية المخدرات بوصفها قضية

[1] أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص. ص. 10- 11.

[2] حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص. ص.194-198.

شخصية أو مشكلة اجتماعية ودراسة "ويفر" حول دورة الاتصال الشخصي في نقل المعلومات وترتيب الأولويات وأيدت هذه الدراسات صور الاتصال الشخصي في ترتيب الأولويات.

توقيت إثارة القضايا: أشارت دراسات عديدة إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوى منها في غير أوقات الانتخابات، ومن أمثلة هذه الدراسات دراسة "روبرتس" حول التنبؤ بسلوك التصويت الانتخابي.

نوع الوسيلة المستخدمة: قسمت وظيفة ترتيب الأجندة الى ثلاث مستويات:

يطرح المستوى الأول: وضع قائمة واسعة من الموضوعات والقضايا ويطرح المستوى الثاني قضايا فردية أكثر تخصصا من المستوى الأول، ويركز المستوى الثالث....

المدى الزمني لوضع الاولويات: ويكون ذلك عبر طبيعة القضية المثارة فقد تفرض زمنا قصيرا أو طويلا للتأثير على الجمهور ولكن بوجه عام يكون المدى الزمني لوضع الأولويات في التلفزيون أقصر منه في الصحف.

4.11.1- أهداف المقاربة النظرية:

تسعى المقاربة النظرية لهذه الدراسة، المتمثلة في نظرية ترتيب الأولويات لتحقيق عدة أهداف منها[1]:

- التعرف على الطرق التي تختار بها وسائل الإعلام الأخبار والموضوعات من خلال ما يعرف بحارس البوابة الإعلامي.
- التعرف على تأثير أولويات القضايا التي تختارها وسائل الإعلام –قناة أنس تينا- على أولويات الجمهور.
- التعرف على اختلاف قائمة أولويات وسائل الإعلام-قناة أنس تينا- حيال القضايا المختلفة.
- التعرف على علاقة الأفراد بالبيئة المحيطة وطريقة تفاعلهم معها وهي بذلك تقترب بشكل أو بآخر من نظرية الغرس الثقافي.

[1] عاطف عدلي العبد، **نظريات الإعلام وتطبيقاتها**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص.341.

الفصل الثانى

موقع اليوتيوب

1.2.تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

عرفها محمد عواد بأنها: "تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي، بحيث يتم ايصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص". [1]

هي كذلك عبارة عن مجموع التطبيقات المتواجدة على الشبكة العنكبوتية، تقوم بتأسيسها وبرمجتها شركات كبرى عديدة لاستقطاب عدد كبير من المستخدمين والأصدقاء وتسهل هذه الوسائط عملية التواصل بين مستخدميها، وتساعد على تكوين صداقات ومعارف جديدة، وخاصة بين الأفراد الذين يملكون نفس الاهتمامات، والرغبات والميولات.[2]

هي كذلك عبارة عن منظومة تقنية ظهرت مع ظهور الإعلام الجديد، وقد أعطت إسما جديدا للمجتمع الذي يقوم بالمشاركة عبرها ويسمى بالمجتمع الافتراضي، ويبنى أساسا على الاتصال بين مستخدميها والدردشة عبر شبكة الانترنت، حيث أصبحت هذه التطبيقات مكانا يتجمع فيه ذوي الاهتمامات والآراء والأفكار الواحدة. [3]

كما عرفها "إلسون" على أنها:" مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، واتاحة الفرصة بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، كما تختلف طبيعة التواصل من موقع الى آخر".[4]

وفي سياق آخر يشير مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي إلى مجموع المواقع المتاحة على الانترنت، والتي تسهل التواصل بين أفرادها في بيئة مجتمع افتراضي يجمع بينهم وفق آرائهم أو افكارهم عبر خدمة التواصل المباشر، ومختلف أشكال وأهداف هذه الشبكات فمنها ما هو عام يهدف الى التواصل بصفة عامة وتشكيل الصداقات حول العالم، ومنها ما يتمحور حول تكوين مواقع اجتماعية حسب منظوره ونطاقه الخاص حيث يدور هذا الموقع حول مجال محدد كشبكات الإعلاميين أو المصورين...الخ. [5]

---

[1] صلاح عبد الحميد، **الإعلام والثورات العربية**، ط1،مؤسسة طيبة، القاهرة، 2013، ص.12.

[2] جاوي جهاد، سمية سردون، **معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية اللاجئين السوريين تحليل سيميولوجي لعينة من الصور في موقع الفيس بوك**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجيلالي بونعامة، 2017، ص.35.

[3] بلال جعفر، **استخدامات تلاميذ المرحلة المتوسطة لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي اليوتيوب من جانفي الى مارس 2018**، مذكرة ماستر، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام، 2018، ص.56.

[4] فيصل محمد عبد الغفار، **شبكات التواصل الاجتماعي**، ط1، الجنادرية، عمان، 2016، ص.9.

[5] علي عبد الفتاح كنعان، **الإعلام والمجتمع**، دار اليازوري العلمية، عمان، 2014، ص. ص. 169- 170.

2.2. تعريف اليوتيوب:

يعتبر اليوتيوب من أكبر المواقع المستضيفة لملفات الفيديو ذات الإنتاج الشخصي في العالم، وقد بدأ اليوتيوب كمقدم لخدمة مشاركة ملفات الفيديو الشخصية، وامتد اليوم ليصبح من أكبر مقدمي خدمات الفيديو.[1]

ويعرف اليوتيوب على أنه من المواقع العالمية التي تقدم خدمات الفيديو المتعددة بالصوت والصورة في مختلف المجالات، ويعتبر من أبرز المواقع على الشبكة العنكبوتية، حيث يسمح لمستخدميه برفع الفيديوهات ومشاهدتها ومشاركتها بصيغة مجانية.[2]

كما يعتبر اليوتيوب موقع على شبكة الإنترنت يتم استعماله من قبل الهواة لنشر مقاطع الفيديو الخاصة بهم دون أي اعتبار لنوعيتها، وذلك بغية مشاركتها مع بعضهم البعض، ويراه البعض وسيلة تعليمية تمكنهم من صقل معلوماتهم ومعارفهم وكذا نشر خبراتهم وتوسيعها، وأخذ الخبرة من الأفراد الذين يمتلكونها بصفة أكبر، وهناك من يعتبره مجرد موقع لتبادل الآراء ونشر العادات والتقاليد، وتعرّفه "كراش" بأنه: "أكثر مواقع استضافة الفيديو شيوعاً، وهو مشابه لموقع جوجل فيديو، ويستطيع المستخدمون من خلاله مشاهدة وتقييم مقاطع الفيديو التي يحملها أعضاء آخرون" ويعرفه "دوفي" على أنه: "أكثر مواقع مشاركة الفيديو شهرة والتي تمكن المستخدمين من تحميل ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو".[3]

ونجد أن اليوتيوب من أكبر مواقع التواصل التي يتم عبرها تبادل الفيديوهات، وكذلك أضخمها من ناحية عدد الزوار والمستخدمين وكذا أكثرها شهرة، في اليوتيوب كل قناة تملك استقلاليتها الخاصة عن نظيرتها، كما أنه لكل قناة أجندة خاصة بها وذلك إما حسب القناة في حد ذاتها أو حسب أجندة جمهورها، ولقنوات اليوتيوب ميزة خاصة تتمثل في سهولة استخدامها وادارتها، وكذا البث الخاص أي غير المركزي حيث يمكن بث مقاطع الفيديو في أي مكان وزمان يرغب به صاحبها.[4]

---

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، **الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية**، ط1،دار وائل، الأردن، 2011، ص.ص. 194-193.

[2] عائشة ديس، **دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، 2018، ص.65.

[3] أكرم عبد القادر عبد الله فروانة، **فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الاسلامية بغزة**، مذكرة مكملة للحصول على درجة الماجستير، كلية التربية، الجامعة الاسلامية غزة، 2012، ص.46.

[4] أشرف الدين بارش، صابر لعور، **استخدامات الطلبة لليوتيوب والاشباعات المحققة منه دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016، ص. 64.

يسمح اليوتيوب للجميع بالاطلاع على محتوياته، وبإمكان أي مستخدم تنزيل مقطع فيديو على الموقع ويكون ذلك بعد التسجيل فيه، ويساعد الموقع المستخدمين المسجلين فيه من تقييم مقاطع الفيديو التي تم تنزيلها من قبل غيرهم بالإضافة الى التعليق عليها أو اضافتها الى الصفحة المفضلة الخاصة به، كما يمكن لجميع زوار الموقع مشاهدة جميع الفيديوهات التي يرغبون في رؤيتها أو إرسالها للأصدقاء، كما يمكن إرسال الفيديوهات إلى المدونات الشخصية أو المنتديات ويسمح بعرضها على أشهر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، ماي سبيس، تويتر، وغيرها من المواقع.[1]

يعرف اليوتيوب أيضا على أنه عبارة عن نظام أساسي لمشاركة الفيديوهات على الشبكة العالمية، وذلك على نطاق كبير جدا حيث يمكن للمستخدمين من انتاج أو استهلاك المحتوى، وعليه يحتاج مستخدموه الى انشاء قناة لتحميل مقاطع الفيديو كما أن زوار الموقع لا يحتاجون إلى التسجيل للدخول ومشاهدة الفيديوهات لكن يجب ذلك في حالة التعليق أو الاعجاب، كما يعتبر اليوتيوب موقعا خاصا بمشاركة الفيديوهات وتخزينها وانشاء صفحات خاصة على الموقع.[2]

في مجال آخر وضع مفهوم اليوتيوب في ثقافة المشاركة على الانترنت، ويمكن القول أن أصحاب القنوات الموجودة على الموقع يعتبرون كإعلاميين لكن في مستوى حديث عبر وسيط رقمي جديد، حيث يحاولون مناقشة مختلف المواضيع والآراء وتشجيع النقاش حولها لتوليد أفكار جديدة، كما يشارك المستخدمون الشباب في الحياة العامة، وتتميز هذه الظاهرة الجديدة بسهولة الوصول إلى الأفراد وإمكانية تبادل الخبرات والمعارف والآراء بين المستخدمين الهواة والمحترفين. [3]

كما تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات للفيديوهات وعناوينها على شبكة الانترنت دون أي مقابل، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يصبح بإمكانها ارفاق عدد من هذه الملفات ليراها عدد كبير من الأفراد الذين يقومون بزيارة الموقع، كما يمكنهم إجراء نقاش جماعي حول مقطع الفيديو الذي تم نشره وذلك من خلال التعليقات، بالإضافة إلى تقييم هذه الفيديوهات، وطبقا لموقع "أليكسا" العالمي فإن شبكة اليوتيوب تأتي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع زيارة، ويعرف اليوتيوب بأنه من أشهر مواقع التواصل

[1] – أحمد يونس محمد حمودة، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية**، دراسة مقدمة لنيل الماجستير، البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013، ص.74.

[2] C.S. ARAUJO, and authors, **Characterizing videos audience and advertising in youtube channels for kids**, ED.university bof Toronto. 4jul 2017,p4.

[3] M. RAMOUSSERROMO, P. HERRERODIZ, **Unboxing and brands phenomenon through the casz study of vantbehk revista de cienias sociales,** ED. Revesta de investigation social, mayo2016.p .98.

الاجتماعي التي تقوم ببث فيديوهات مختلفة المواضيع وفي العديد من المجالات، ويعتبر أيضا من بين أكبر المواقع على شبكة الأنترنت، ويسمح برفعه مشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.[1]

3.2. نشأة اليوتيوب:

تأسس موقع اليوتيوب في 14 فيفري 2005 على يد ثلاث موظفين سابقين في شركة "باي بال"، وهؤلاء الموظفين هم "شاد هيرلي"، و"ستيف تشين"، "و"جاود كريم"، في مدينة "سان برونو" في ولاية "كاليفورنيا" في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث كان "هيرلي" و"ستيف" يقومان بالتقاط صور فيديو بأحد الاحتفالات في "سان فرانسيسكو"، وبسب صعوبة نشر هذه الصور تم التفكير في انشاء هذا الموقع حيث أنشأ في موقع مؤقت وتم تغييره لاحقا.[2]

وقد كانت بداية المؤسسين الثلاث صعبة، وأغلب أموالهم التي جمعوها لتأسيس الموقع حصلوا عليها من قبل المستثمرين 12 مليون دولار، حيث أن مكتبهم كان في بادئ الأمر داخل كراج لتصليح السيارات ثم انتقلوا الى مكتب حديث، وبعد أن قامت شركة قوقل بشراء الموقع انتقلوا منه الى مركز قيادة منظم ومرتب.[3]

قد تم إطلاق الموقع علنا في ماي 2005، ليليه مباشرة تأسيس الشركة وإطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس السنة، وفي نوفمبر 2006 بعد تسجيل الموقع معدلا من أكبر معدلات النمو من بين مواقع التواصل الاجتماعي، وحصل على المركز الخامس في 19 أكتوبر كأكثر المواقع زيارة على مستوى العالم حسب موقع "أليكسا"، تم شراء الموقع من قبلGoogle عام 2006 بقيمة 1,6 مليار دولار أمريكي، ليتحول بعد ذلك إلى شركة عملاقة بإدارته ومؤسسيه، ويعد من بين أبرز الصفقات التي تعقدها شركة قوقل وثانيها، فقد كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يوميا وكان يضاف الى ملكية قوقل كما يضاف إليه 65 ألف مقطع فيديو كل 24 ساعة وعدد زواره كان 20 مليون زائر في الشهر وحوالي 700 الف زائر يوميا.[4]

[1]- عائشة ديس، مرجع سبق ذكره، ص.65.

[2]- قصة نشأة الموقع الضخم، 27 ماي2019، Kortoba.mam9.com:20:25

[3]- علي خليل شقرة، **الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي**، ط1،دار أسامة، الاردن، 2014، ص.90 .

[4]- عبد الرازق محمد الديلمي، مرجع سبق ذكره، ص. 194.

كما تقوم الفكرة الأساسية على تبادل أكبر عدد ممكن من الفيديوهات وتحميلها من على الموقع سواء كانت ذات مضامين إعلامية أم للتسلية فحسب، ويستطيع أي شخص في ذات الوقت أن ينشر ما يريد باستثناء المحتوى المسيء أو غير القانوني، وإضافة الى خدمة النشر التي يتيحها الموقع فإنه يسمح للمستخدم بإعادة نشر ما تم نشره من قبل غيره والبحث عن المحتوى حسب الكلمة أو الفئة ويرتبط اليوتيوب بعدة مواقع للتدوين. [1]

وقد أصبح اليوتيوب عام2006م شبكة التواصل الأولى حسب اختبار مجلة تايم الأمريكية، ويعتبر الموقع غير ربحي لخلوه تقريبا من الإعلانات، إلا أن شهرته تعد مصدر ربح لمؤسسيه، حيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الانتاج، وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، التي تمتلك مكانة كبيرة ومهمة على شبكة الانترنت. [2]

وقد تم استخدام اليوتيوب في بداياته للترويج للحملات الانتخابية والاحزاب السياسية، من خلال دمج الاعلان السياسي وذلك لمجانية النشر فيه مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية، فعلى سبيل المثال عام2008 أعلن أفضل ثلاثة مرشحين للرئاسة عن رئاستهم عبر فيديو على موقع اليوتيوب وهم "ادواردز" و"هيلاري كلينتون" و"باراك اوباما"، كما استخدمت بعض الاحزاب السياسية سابقا اليوتيوب كوسيلة للإعلان عن المؤتمرات الصحفية، والمحاضرات والمقابلات والتجمعات الحزبية، وذلك لأن المنتخبين بإمكانهم التفاعل مع الناخب عبر وسيلة جديدة مرئية، وتساعدهم كذلك في توسيع نطاق حملتهم الانتخابية، ويساهم في الوصول إلى الناخبين والجماهير مجانا على عكس وسائل الاعلام الأخرى. [3]

نجد كذلك أن مجال عمل اليوتيوب قد اتسع إلى بث مناظرات تمهيدية لرئاسيات 2008، وأولها كانت سنة 2007تم عبرها نشر مقاطع فيديو تقدم من خلالها أسئلة للمرشحين، حيث تجمع "CNN" المرشحين تحت رعايتها للإجابة عن الأسئلة، فتقوم باختيار مقطع من بين المقاطع المنشورة ليجيب عن أسئلته المرشحون، وقد ساهمت هذه الطريقة في مساعدة المواطنين على ايصال آرائهم ونقاشاتهم. [4]

[1] – مريم ليمان، **واقع الاستغراب الثقافي لدى الشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك نموذجا**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08ماي45 قالمة، 2013، ص.38.

[2] عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني**، ط1، دار صفاء، عمان، 2015، ص.65.

[3] S.EMRULI, **Youtube and political communication macedonian case**,ed. Faculty of Organization and Informatics, University of Zagreb, July 2011. P.463.

[4] بول ليفنسون، **أحدث وسائل الإعلام الجديدة**، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2015، ص.89.

وسنة 2010 قامت شركة قووقل بإعادة تصميم الصفحة الرئيسية من الموقع، وتم استبدال نظام تقييم الفيديو من نظام النجوم الى نظام ثنائي أفضل سيء أو الأفضل like/dislike كما يمكن البحث في الموقع دون تغيير الفيديو الذي كنت تشاهده، ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، ويتنوع محتواه بين مقاطع افلام والتلفزيون ومقاطع الموسيقى، وكذا الفيديو المنتج من قبل الهواة، كما تم اعادة بناء الموقع مع خصائص جديدة.[1]

4.2. مبدأ عمل اليوتيوب:

ويقوم موقع يوتيوب على فكرة مبدئية هي بث أو ذع لنفسك، يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى ويعتبر أهم موقع الكتروني من بين المواقع الالكترونية لبث ونشر الفيديوهات، إذ تحمل عليه أفلام يوميا من صنع الهواة من حول العالم، بعضها تم تصويره عبر الجوال أو كاميرات عادية لنقل خبراتهم أو معارفهم أو أحداث مضحكة أو غريبة، كثير منها تم تصويره لدواع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لاتصال رسالة شخصية حول مسالة ما تهم منتج الفيلم.[2]

يعمل لدى يوتيوب وفق المنظومة التالية[3]:

•يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.

•العثور على جماعات فيديو والالتحاق وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.

•دمج مقاطع الفيديو الخاصة بيوتيوب الخاصة مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة او خاصة.

•يستطيع المستخدمون لاختيار وعرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.

---

[1] وديع العزعزي، **الاعلام الجديد مفاهيم ونظريات**، ط1، دار المناهج، 2015، ص.60.

[2] إيمان بخوش، **خصائص قادة الرأي عن شبكات التواصل الاجتماعي، الشبكة الاجتماعية تويتر نموذجا**، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة3، الجزائر، 2015، ص. ص. 65-66.

[3] كريمة بوعديلة، وآخرون، **مدى مساهمة الطلبة الجامعيين في صناعة صحافة المواطن: موقع اليوتيوب نموذجا**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة08ماي45 قالمة، 2015، ص.75.

5.2.شروط خدمة موقع اليوتيوب :

تتمثل شروط خدمة اليوتيوب فيما يلي[1]:

- ألا يكون للأفلام ح
- قوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو الأفلام الفاضحة أو الاعلانات التجارية.
- الملفات المرفوعة للموقع لا تقل عن 10 دقائق ولا تزيد عن 1 جيجابايت.
- لا يسمح الموقع بنشر الافلام التي تشجع على الاجرام.
- الموقع يسمح بعدة أنواع من الملفات، وتختلف من حيث الصوت والفيديو .

تم منع موقع اليوتيوب في بلدان متعددة وذلك بسبب المخالفات اللاأخلاقية وما تتضمنه من فضائح واساءات لشخصيات مهمة وللحكومة، كما لم تكن أنشطته مرحبا بها في كل مكان فمثلا تم حجبه في ايران في 3ديسمبر2006، وفي تايلاند 7أفريل 2007، كما تم حجبه في تركيا بسبب ما تضمنه من أفلام مسيئة للأتراك، ولمصطفى أتاتورك وضعها اليونانيون بسبب الأزمة القائمة بين البلدين.

6.2. خصائص موقع اليوتيوب :

يضم الموقع مجموعة واسعة من الفيديوهات بما في ذلك الأفلام، ومقاطع تلفزيونية، وأشرطة الفيديو والموسيقى، بالإضافة إلى هواة المحتوى كالمدونين وأشرطة الفيديو القصيرة، وبالتالي فهو يحتوي على العديد من الخصائص التي ينفرد بها عن غيره من المواقع ومن بين تلك الخصائص[2]:

- يمكن للمستخدمين غير المسجلين مشاهدة معظم أشرطة الفيديو على الموقع.
- إضافة عنوان رئيسي يصف الفيديو.
- تصف الفيديو في كلمات بسيطة لتسهيل تصنيفه (Tags) تضاف كلمات أوTags .
- يمكن إنشاء قنوات منفصلة لكل مستخدم.
- احتواء الموقع على مقاطع فيديو ذات صلة بمحتوى الفيديو، حيث يستدل عليها عبر الموقع من خلال عنوان مقطع الفيديو المحمّل والكلمات أو Tags المستخدمة في وصفه.

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص.ص.195- 196.

[2] أكرم عبد القادر عبد الله فروانة، مرجع سبق ذكره، ص.47.

- يمكن الاشتراك والتسجيل في قناة معينة لتصل رسالة إلكترونية إلى بريد المسجل في هذه القناة تخبره بجديد مقاطع الفيديو التي تم تحميلها .

كما أن لليوتيوب ستة خصائص جد هامة وتتمثل في[1]:

❖ خاصية Youtube Map Explorer:

أتاح موقع يوتيوب خدمة حديثة تُسمي "You tube Map Explorer" تعمل على مساعدة مستخدميه على عرض جميع مقاطع الفيديو التي تمت مشاركتها عبر العالم وحسب المكان المحدد على الخريطة يتم عرض فيديو تم رفعه من المكان المحدد أو النقطة المختارة.

❖ خاصية You Tube Trends Dashboard:

هو خاصية مميزة من خصائص اليوتيوب المقدمة لمستعمليه وذلك للتعرف على المقاطع الأكثر شهرة على الموقع حسب المدينة المحددة والفئة العمرية المختارة وكذا الجنس أي ذكر أو أنثى واللغة المحددة بمحتوى الفيديو وغيرها...

❖ خدمة YouTube Video Editor:

يقدم اليوتيوب هذه الخاصية الهامة التي تجعل المستخدم يستغني عن برامج تحرير الفيديو تتمثل هذه الخاصية في أنها تسمح بإضافة مقاطع فيديو مرفوعة من قبل على حساب اليوتيوب الخاص بالمستخدم واضافة التأثيرات الانتقالية عليها والنصوص وصوتيات ومن ثم اعادة نشرها مرة أخرى على اليوتيوب.

❖ خاصية "الوضع المقيد "Restricted Mode ":

هذه الخاصية تقوم أساسا على منع الأطفال من مشاهدة المقاطع التي قد لا يكون محتواها مناسبًا أو حتى لجميع المشاهدين حيث تقوم بمنع عرض الفيديو الذي يراه اليوتيوب غير مؤهل، وللعمل بهذه الخاصية يقوم الفرد بفتح الموقع وفي الأسفل يجد خيار Restricted Mode ويقوم بتشغيله عن طريق تحديد On ثم الضغط على Save.

[1] 6 من خائص يوتيوب قد تعرفها لأول مرة، 18ماي2019، 11:25: https://www.majnooncomputer.net

❖ **تشغيل اليوتيوب بوضعية الهاتف:**

إذا كان المستخدم يرغب في الوصول إلى فيديوهات اليوتيوب بشكل أسرع يقوم بالدخول إلى هذا الرابط (m.youtube.com/?app=m) ليتم تشغيل الموقع في وضعية الهاتف وبذلك يكون أسرع.

❖ **صفحة التشغيل "Playback":**

صفحة التشغيل هي صفحة تساعد المستخدم علي التحكم في مُشغل مقاطع الفيديو علي يوتيوب، ففي الجزئية الاولي يُمكنه أن يقوم بالتشغيل التلقائي للفيديو بدقة أقل، وفي الجزئية الثانية لإيقاف النوافذ التي تظهر اثناء مشاهدته لفيديو آخر على اليوتيوب.

7.2. مميزات وعيوب اليوتيوب :

لهذا الموقع العديد من المزايا يستفيد منها مستخدموه من بينها [1] :

❖ **جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة:**

حيث أصبحت وسائل التصوير والتوثيق سهلة وفي متناول يد جميع الناس الذين اصبحوا مشابهين للصحفيين ومراسلين للصحافة ووكالات الأنباء يزودونها بالأخبار سواء كانت مقروءة أو مسموعة ومشاهدتها أولا بأول.

وكما ذكرنا سابقا فتوثيق الصور عن طريق اليوتيوب يفضح الكذب والتزوير، فعن طريق مشاهدة الفيديو على موقع اليوتيوب يمكن أن تكشف وتعلن حقائق من مصلحة البعض اخفاؤها، وبالتالي فان هذا التوثيق يلعب دورا كبيرا في ابراز الحقائق، فالتوثيق هو بلا شك خدمة عظيمة أسداها موقع اليوتيوب للعالم أجمع.

❖ **يتيح اليوتيوب امكانية اعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب:**

وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن، وهذا يحدث أكبر الاثر في ترسيخ ادق المشاهد في الذهن، ويأثر في الآراء بشكل كبير، كما أن تكرار عرض المشاهد قد يوفر امكانية جوانب من الأحداث وحقائق لا يمكن ملاحظتها في مشهد أو اثنين.

❖ **إضافة امكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة:**

[1] علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 92- 95.

بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب ان يدخل على الكثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين، ويتمكن من رؤيتها مما يساهم مساهمة كبيرة وفعالة في زيادة معلوماته عن الموضوع، ويوسع مداركه عنه، كما تم اعطاء مساحة للمشاركة في ابداء الراي حول المشاهد المعروضة، مما يتيح المجال للتفاعل واثراء الموضوع بآراء مختلفة.

❖ **اعطاء الامكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب:**

وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع، والتأكد من اعتماد التعديل فورا.

❖ **سهولة المشاهدة والاستعمال:**

حيث يستطيع كل انسان مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي ان يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدتها.

❖ **اليوتيوب عام ومجاني:**

حيث انه 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 دون تحمل عناء طرق الترويج التقليدية.

❖ **توفر امكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب:**

من محاضرات وخطابات ومعلومات إلى عدة لغات فورية، بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة كانت. [1]

وهناك مزايا أخرى كان يتميز بها اليوتيوب في بداياته وتتمثل في[2]:

-البحث عن طريق اسم المستخدم.

-ربط الفيديو من صفحات انترنت أخرى.

-عرض أشرطة الفيديو ذات الصلة داخل التعليق.

-تقييم الفيديو بين واحد وخمس نجوم.

[1]- علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 92- 95.

[2]- مريم ليمان، مرجع سبق ذكره، ص. 39.

-تضمين تشغيل اليوتيوب عبر شبكات أخرى.

-والموقع أيضا يسهل لمستعمليه الوصول لوسائل إعلام غير مكلفة، وخدماته نظيفة وواضحة وسهلة الاستعمال والاشتراك، كما أن الموقع يحتوي على مجموعة واسعة من أشرطة الفيديو في مختلف الفئات، ويمكن التعلم من اليوتيوب والحصول على قدر كبير من المعلومات وتقديما بدور آخر الى الناس في أقصر مدة ممكنة. [1]

كما يتميز اليوتيوب بمزايا أخرى تجددت بتطويره في كل مرة منها[2] :

- ضخامة مساحته التخزينية.
- سهولة ربطه بالمواقع والمدونات الإلكترونية بالإضافة الى مجانيته.
- إمكانية استقباله على أجهزة إلكترونية متعددة.
- تنوع وتعدد مستخدميه.
- كثرة خياراته ومواده.
- سماحه لمستخدميه بمساحة حرية كبيرة.
- عدم وجود رقابة على فيديوهاته إلا فيما يتعلق في بعض الجوانب الأخلاقية أحيانا.
- إمكانية استخدامه كوسيلة تسويقية وإعلانية وترويجية، وفي الحملات السياسية مثلما فعل أوباما.

من بين عيوب اليوتيوب ما يلي[3]:

- الملكية الفكرية أين يتعرض الكثير من الملكيات الفكرية الفنية والثقافية للاستغلال دون اللجوء إلى إذن صاحبها سواء يقصد أو من دون قصد.

- حجب الموقع من بعض الدول.

- امكانية اختراق الموقع.

ونجد أيضا عيوب أخرى لليوتيوب من بينها[4]:

[1] - سارة عمور، محمد لمين بزاز، **استخدام موقع التواصل الاجتماعي استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك والعلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين دراسة مسحية لعينة من طلبة كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 3**، مذكرة لنيل مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2017، ص 53.

[2] - مروى عصام صلاح، **الإعلام الإلكتروني :الأسس وآفاق المستقبل**، ط1، دار الإعصار، عمان، 2013، ص.209.

[3] - علي خليل شقرة، المرجع نفسه، ص. 94.

[4] - كريمة بوعديلة، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 86-87.

– المحتويات غير اللائقة في بعض ملفات الفيديو بالرغم من أن بنود خدمة اليوتيوب تمنع تحميل أي مواد من المحتمل اعتبارها غير لائقة، فان عدم القدرة على فحص جميع ملفات الفيديو قبل إرسالها الى الانترنت يعني أن احتمال حدوث السقطات أمر وارد.

– يوتيوب آخر الصراعات التقنية وهي وسيل تحمل الخير والشر.

– عدم وجود رقابة أخلاقية على الموقع بالقدر الكافي حيث يمكن وضع أفلام اباحية وخلاعية.

8.2.إحصائيات حول اليوتيوب:

نظرا لأهمية الموقع قامت شركة قوقل بشرائه مقابل 1.65 مليار دولار، حيث وصل عدد زوار الموقع إلى 2 مليار مشاهد يوميا مما رفع قيمة الموقع بصورة فاقت التوقعات. [1]

كما تذكر موسوعة ويكيبيديا أن أول فيديو وضع على اليوتيوب كان من جاود كريم، بعنوان أنا في حديقة الحيوان في 23 أفريل 2005، وتستند موسوعة ويكيبيديا إلى موقع ألكسا في إحصاءاتها حول اليوتيوب، في أنه أصبح ثالث موقع أكثر المواقع شعبية في العالم بعد ياهو وقوقل، وفي يوليو 2006 صرح المسئولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل الى 100 مليون يومي، وفي شهر يناير 2008 فقط 79 مليون مستخدم شاهد أكثر من 3مليارات فيلم، وفي مارس 2008 تم رفع 13ساعة تقريبا من الأفلام كل دقيقة، حيث قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يوميا. [2]

كما يصل عدد الزوار على الصفحة الرئيسية يوميا إلى 45 مليون زيارة، وتوجد 70% من حركة الزيارات على الموقع من خارج الولايات المتحدة الأمريكية، وتحتل هذه الأخيرة المرتبة الأولى من بين أول 15 بلدا الذين يقومون بتحميل مقاطع الفيديو، كما أن المدة المطلوبة لمشاهدة مئات الملايين من مقاطع الفيديو الموجودة تصل إلى 1700سنة. [3]

سنة 2011 زار موقع اليوتيوب 800مليون شخص مرة في الشهر، كما شوهد 3 مليار فيديو سنة 2011، وفي ماي2012 حملت أكثر من 72 ساعة من الفيديوهات كل دقيقة، ويعتبر من مواقع التواصل

[1] – حارث عبود، **الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي**، ط1، دار ومكتبة الحامد، عمان، 2015، ص.146.

[2] – حسن السوداني، محمد المنصور، **شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المتلقين social media networks**، ط1، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان، 2015، ص. 119.

[3] – حارث عبود، مرجع نفسه، ص.146.

الاجتماعي، بالرغم من أنه لا يقوم أساسا على تكوين العلاقات إنما على التعايش على الفيديوهات ومشاركتها في مواقع التواصل، ووصل مستخدمو موقع اليوتيوب الى أكثر من مليار مستخدم وهو يمثل تقريبا ثلث عدد مستخدمي الانترنت، ويصل عدد ساعات مشاهدة الفيديو عليه يوميا الى مليار ساعة، إن عدد البالغين الذين يشاهدون اليوتيوب بشكل عام وحتى على الجوال، والذين تتراوح اعمارهم بين 18و 34 عام وبين 18 و49 عام، وأغلب المشاهدات على الجوال. [1]

ويأتي اليوتيوب كثاني أكثر المواقع تصفحا في العالم بعد قوقل حسب موقع alex2، كما حقق اليوتيوب في العالم العربي سنة 2017 نسبة 60% من الاستخدام مقارنة بالنسبة التي قبلها، وتشير الاحصاءات إلى أن هذه المنصة مختلفة عن الأعوام الفارطة.

-التكلفة السنوية لإدارة اليوتيوب هي 6.35مليار دولار، بالإضافة إلى الربح السنوي الذي يحققه اليوتيوب لقوقل هو 13مليار دولار، كما يحقق 6%من أرباح قوقل من الاعلانات، ويصل إجمالي مجموع أرباح أعلى مشاهير اليوتيوب ربحا لعام 2017 هو 127 مليون دولار. [2]

9.2. ايجابيات وسلبيات موقع اليوتيوب:

إضافة الى ما يوفره الموقع من خدمات وايجابيات نجد أن له جانب سلبي ويتمثل في التالي[3]:

***امكانية اختراقه :**

من قبل بعض الاشخاص أو الجهات، وتعطيل ما يبث فيه من افلام ومحاضرات، بل قد تم بث برامج تعارض وتناقض الهدف الأساسي في الموقع، كأن يتم اختراق موقع اسلامي ويبث فيه أفلام ومشاهد تتعارض مع قيم وأخلاق الإسلام وشريعته.

***قيام بعض الدول بحجب الموقع :**

بحيث تم منع فائدته عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر مالا ترضى عنه بعض الدول، كما حدث في الصين عندما ظهر عليه افلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب.

[1]- بلال جعفر، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 59. 60.

[2]- مجدي كميل، **معلومات عن اليوتيوب دليل احصائي 2018**، آخر تعديل 30 مارس 2019، موقع الرابحون: https://www.ahrab7on.com

[3]علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 95- 96.

وكذلك في أرمينيا عندما أظهرت بعض الأفلام صورا لقمع المتظاهرين عام 2008، وفي ايران حجب اليوتيوب بسبب اظهاره أفلاما لقمع المتظاهرين عند انتخابات الرئاسة لعام 2009.

الفصل الثالث

المشكلات الاجتماعية

1.3. مفهوم المشكلات الاجتماعية:

وجد العلماء والباحثون صعوبة في تحديد مفهوم دقيق وموحد للمشكلات الاجتماعية، وهذا لأنها نسبية ولها خصائصها عديدة، وتبرز صعوبة صياغة مفهوم المشكلات أيضا بسبب اختلاف وجهات النظر حولها والزوايا التي نرى من خلالها المشكلات الاجتماعية، بالإضافة الى تحديد مدى خطورتها والآثار المترتبة عنها، والحكم عليها بأنها تمثل حقيقة مشكلة اجتماعية، ومن هنا تقديم مجموعة من المفاهيم المتعددة لإعطاء صورة دقيقة وواضحة حول مفهوم المشكلات الاجتماعية.

يعرف " فوللر ومايرز" المشكلة الاجتماعية: "بأنها هي الحالة الاجتماعية التي تعكس انتهاكا لقيم الأفراد أو تعاكس أحكامهم عليهم، شاعرين بها فيحكم عليها بأنها هي التي تشكل مشكلة لهم".

يبرز من خلال هذا المفهوم أن المشكلة الاجتماعية تتمثل في خروج الأفراد وانحرافهم عن قيم ومعايير المجتمع، ويتبعها الشعور بأن لها آثار سلبية تشكل لهم مشكلة اجتماعية، إلا أن هذا المفهوم يظل غير مضبوط لأنه قام بحصر المشكلة الاجتماعية في عنصرين فقط هما الخروج عن القيم والمعايير ومدى شعور الأفراد بها. [1]

يرى كل من " بول هورتونPaul Horten " و"جيرالد لزلي Gerald Leslie"في مقال لهما بعنوان "سوسيولوجية المشكلات الاجتماعية" " إلى تعريف المشكلة الاجتماعية على أنها الأحوال المؤثرة على عدد كبير من الناس بطرق غير مرغوبة والتي يجب القيام بعمل شيء ازائها من خلال العمل الاجتماعي الجماعي. [2]

ويتطابق هذا المفهوم مع المفهوم السابق في أن المشكلة الاجتماعية تترك آثار سلبية لدى أفراد المجتمع، إلا أن مفهوم " هورتون" و" لزلي" مغاير للمفهومين السابقين في إضافته لعنصر الشعور بإمكانية وجود حل للمشكلة الاجتماعية وذلك عن طريق التآزر والتكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع.

هناك تعريف آخر يجمع بين التعريفين السابقين إذ يعرف المشكلة الاجتماعية بأنها :" حالة تعبر عن عدم استقرار نمط العلائق الاجتماعية الذي يهدد وجود إحدى قيم المجتمع أو إحدى مؤسساته لجعلها غير ملائمة داخل مجتمعها الأمر الذي يدفع الأفراد بمطالبة إعادة استقرار النمط المهدد أو ردع مسببات اضطرابه". [3]

---

[1] خالد بن أحمد عثمان المنصوري، **المشكلات النفسية والاجتماعية الأكثر شيوعا وبعض السمات الشخصية لدى عينة من طلبة كلية المعلمين بجامعة الطائف**، رسالة ماجستير، كلية المعلمين، جامعة أم القرى، السعودية، 2008، ص.33.

[2] دلال ملحس استيتية، عمر موسى سرحان، **المشكلات الاجتماعية**، عمان، دار وائل، 2012، ص. 23.

[3] معن خليل عمر، **علم المشكلات الاجتماعية**، دار الشروق، عمان، 2005، ص. 88.

يذهب "أحمد زكي بدوي" إلى تعريف المشكلة الاجتماعية بأنها:" المفارقات بين المستويات المرغوبة والظروف الواقعية، فهي مشكلات بمعنى أنها تمثل اختلالا وتعطيلا لسير الأمور بطريقة غير مرغوبة...وتتصل المشكلات الاجتماعية بالأمور ذات الطابع الجماعي والتي تحوي عددا كبيرا من أفراد المجتمع، بحيث تكون حاجزا لهم يمنعهم من قيامهم بأدوارهم الاجتماعية وفق الإطار العام للمجتمع والذي يتماشى مع العادات المألوفة للجماعة".[1]

كخلاصة من التعريف أعلاه فإن المشكلة الاجتماعية تأثر على سير الأمور بطريقة مشروعة مثلا نجاح التلاميذ في الامتحانات أمر بديهي يرغب به الجميع، لكن إذا اعتمد التلاميذ على الغش للنجاح تعتبر مشكلة وبالتالي تعرقل النجاح السليم، وكذلك يضيف أن المشكلة الاجتماعية يجب أن تكون شاملة لعدد كبير من الأفراد وتكون عائقا لهم في حياتهم اليومية، وهذا بالعودة إلى أسس ومعايير المجتمعات المتعارف والمتفق عليها.

وتعرف المشكلة الاجتماعية في " قاموس علم الاجتماع" بأنها: " موقف يجعل الأفراد يفكرون بأنه السبب في الصعوبات والمساوئ التي يتعرضون لها، وبهذا تعتبر المشكلات الاجتماعية إما موقفا موضوعيا، أو تفسيرا اجتماعيا ذاتيا، ومن بين المشكلات الأكثر أهمية التي تسود المجتمع هي: السكن، الجريمة، البطالة، الهجرة الغير شرعية، القتل، المخدرات، الطلاق، الرغبة في التغيير، والصراع الصناعي، والإسكان غير الملائم، الجهل، والفساد الحكومي...الخ. [2]

وهناك تعريف آخر للمشكلات الاجتماعية والذي يرى في بأنها:" مجموع الأفعال والقيم الدخيلة والمغايرة التي يأتي بها فرد أو جماعة وتكون مخالفة لعادات وتقاليد وقيم المجتمع الأصلي، والتي تأثر على الجانب النفسي أو المادي للفرد أو المجتمع أو فئة منه، ولهذه المشاكل أسباب عديدة ونتائج غير مرغوبة لذا يسعى الأفراد لإيجاد حلول لها".

ومن خلال هذا التعريف يتضح لنا أنه من بين أكثر التعاريف أهمية وذلك لشموله لمفهومها وكذا لما يحويه من خصائص عديدة تم التطرق اليها في التعاريف السابقة، لأن المشكلة الاجتماعية تعتبر أما مواقف أو أفعال يقوم بها الفرد أو الجماعة معاكسة لقيم ومعايير المجتمع السائدة، كما أنها تأثر سلبا إما على الجانب المعنوي أي النفسي أو الجانب المادي للأفراد، وتشترط المشكلة الاجتماعية شرطين أساسيين هما الإحساس بالمشكلة أولا والسعي للحد منها أو تقليصها ثانيا وذلك عبر التكاتف بين المجتمع .[3]

[1] – دلال ملحس استيتية، عمر موسى سرحان، مرجع سبق ذكره، ص. 23.

[2] – محمد عاطف غيث، **قاموس علم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995، ص. 433.

[3] أحمد العموش، حمود العليمات، **المشكلات الاجتماعية**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة القاهرة، 2008، ص. 07.

2.3. أسباب المشكلات الاجتماعية:

يتمحور الاتجاه في مجال علم الاجتماع الحديث حول دراسة المشكلات الاجتماعية من نقطة هي الانحراف عن القواعد والمعايير التي وصفها المجتمع من اجل السلوك الصحيح، حيث أن الاهتمام بدراسة السلوك المنحرف تدور على أنواعه البسيطة أو التي تصادف مجرد النفور والاشمئزاز، بل أنها تدور حول الأنواع التي تعتبر مهددة لكيان الجماعة ولقواعد السلوك المقبول.

فالمشكلة الاجتماعية هي انحراف السلوك الاجتماعي عن القواعد التي تعتبر صحيحة والتي وضعها ليسير عليها أفراد المجتمع، حيث أن هذه القواعد تقوم بوضع معايير معينة بحيث يكون الابتعاد والانحراف عنها يؤدي إلى رد فعل واضح من الجماعة.

كما نرى بأن المشكلات الاجتماعية هي مشكلات تتغير أي أنها ليست ثابتة، أي أنها تختلف في الزمان والمكان وهذا الاختلاف يكون باختلاف الثقافات، ما عدا إذا كانت القاعدة أو المعيار يعتبر من الضروريات الاجتماعية التي يتوقف عليها الوجود الاجتماعي، ومن المسلم به بين العلماء الاجتماع والتربية فقد أكدوا على نقطة ألا وهي أنه لا يوجد سبب واحد وللمشكلة الاجتماعية، وذلك لأن المشكلة الاجتماعية تتغير بالإضافة إلى أنها تحدث داخل المجتمع وهذا المجتمع مكون من ملايين من البشر، كما أن هنا المجتمع لديه العديد من الجرائم علاوة على ذلك ما ينتابه من مؤثرات داخلية وخارجية، بالإضافة إلى ما تصل من اختراعات وأفكار من طرف أفراد المجتمع، حيث أن المجتمع في حركته وكذلك فيما يتعلق الأمر بتفاعل أفراد المجتمع مع بعضهم وكذلك علاقاتهم مع جماعاته وكذلك الروابط بينه وبين غيره من المجتمعات، حيث أن المجتمعات تمر بخبرات اجتماعية لا يمكن تحديدها، وهذه الخبرات لديها دور مهم لدى المجتمع لأنها تقدم له رصيدا من المواقف والمعرفة والخبرات وكل هذا ما يصبح جزء من تاريخ ذلك المجتمع وكذلك من ثقافته، وكل هذا يساعد في أن يبين هويته، وكذلك يوضح معالم وملامح شخصيته بين المجتمعات الأخرى.

وبما أن العلاقات التي تربط الأفراد فيما بيهم وداخل المجتمع واحد هي علاقات متشابكة ولديها أبعاد مختلفة ومن هنا يتضح لنا أنه لا يمكن أن يكون هناك مشكلات اجتماعية مشابهة أو يكون له سبب واحدا ويمكن إرجاعها لعامل واحد من العوامل.

وهناك كثير من الباحثين يرون أن كثير من المشكلات الاجتماعية يمكن أن ترجع إلى عدم إشباع بعض الاحتياجات بين أفراد المجتمع، ويمكن أن تكون هذه الاحتياجات اجتماعية أو نفسية أو اقتصادية...إلخ.

ويمكن أن نرجع إلى عدم الاشباع هذا راجع إلى عدة عوامل التي من بينها:

-عوامل ذاتية: يمكن أن ترجع إلى المواطن نفسه.

-عوامل أسرية: ويكون مرتبط بأسرة المواطن.

-عوامل اجتماعية: وهذا يكون مرتبط بالجماعات التي ينتمي إليها المواطن.

-عوامل بيئية: وهذا راجع إلى الحي أو المجتمع المحدود الذي سكن فيه المواطن.

-عوامل مجتمعية: تتعلق بظروف المجتمع العام الذي يعيش فيه المواطن.

كما نجد من المسببات الأساسية للمشكلات الاجتماعية نجد التفاوت في سرعة التغيير أو التغيير الاجتماعي والثقافي سبب التفاوت وهذا في سرعة تغير أحد جوانب الثقافة عن الجانب الآخر، نجد أن الجانب المادي للثقافة يسير بسرعة أكبر من سير الجانب المعنوي لها.

ومثال عن ذلك: ففي المجتمعات المتقدمة وفي المجتمعات النامية، حيث نجد في مجموعة الدول المتقدمة سير بعض جوانب الثقافة المادية وكذلك التقدم المادي والعلمي والتكنولوجي، أما الدول المتقدمة نجد أن التقدم الاقتصادي أكثر من الجانب المادي وهذا يحدث ما يعرف بالهوة الثقافية، وهذا الشيء الذي يؤدي إلى حدوث مشكلات اجتماعية أهمها ما يلي:

أ-التقدم التكنلوجي: الذي تتبعه بتصدير أنواع من الأجهزة والآلات إلى بعض المجتمعات وهذا يصحبه أنماط ثقافية جديدة على تلك المجتمعات، حيث أن هذه الأنماط الثقافية قد تكون غريبة على أفراد المجتمع وهذا هو الشيء الذي تنجم عنه المشكلات الاجتماعية.

ب-ومن المشكلات الاجتماعية نجد أن الانفتاح الشديد على المجتمعات، حيث أن المجتمعات تتعامل مع بعضها، حيث أن البعض ينتقل من البعض الآخر في بعض المجالات خاصة في المجالات التقنية هذه التي ازدادت بسبب سهولة الاتصالات وكذلك بسبب صلاحية الأنماط النفسية من أجل الاستعمال في كل المجتمعات.

ج- عدم تفهم المجتمعات لحاجات الشباب وكذلك عدم اشباع تلك الحاجات بالطرق السليمة المشروعة.

فمن الضروري إنشاء الأندية الثقافية والاجتماعية والرياضية وبالتالي يكون ذلك هو المخرج السليم للشباب، وهذا يجعلهم يخرجون من دوامة الفراغ الذي كانوا يعيشون فيه، ومن ثمة يصبحون عنصر فعال وذات قوى منتجة في المجتمع تستثمر طاقاتهم فيما يخدم ويفيد المجتمع حتى لا تضيع تلك الطاقات في الطرقات والشوارع.

د-الفجوة الثقافية بين الأجيال، وتحدث هذه الفجوة بين الكبار والصغار وهذا يحدث في فهمهم للأمور، وكذلك في طريقة تعاملهم مع الأحداث. [1]

[1]- عصام توفيق، وآخرون، **المشكلات الإجتماعية المعاصرة**، ط1، دار الفكر، عمان، ص.34.

3.3. خصائص المشكلات الاجتماعية:

للمشكلة الاجتماعية العديد من المميزات من بينها ما يلي [3]:

- أنها تثير اهتمام وانتباه قدر كبير من أفراد المجتمع ومؤسساته.
- الصعوبة النسبية لأنها تمس الفرد والمجتمع معا، وترتبط بكثير من العوامل والمتغيرات لأن المشكلة الاجتماعية لا تأتي لسبب واحد إنما لعدة أسباب.
- التداخل بين المشكلات الاجتماعية، فهي عادة متداخلة بعضها مع بعض كتداخل النظم الاجتماعية تماما، فمشكلة الأحداث المتشردين متداخلة في النظم الاقتصادية والتربوية والأسرية وغيرها.
- للمشكلة الاجتماعية الواحدة أبعاد مختلفة تؤثر في مظاهرها ودرجتها ومدى أولويتها، فهي ترتبط ببعد التاريخ والمكان والقانون والسياسة والاقتصاد والبعد الاجتماعي والثقافي والتربوي.
- النسبية بمعنى أن المشكلات الاجتماعية تختلف باختلاف المجتمعات والأزمان، كما أن تحديد المشكلات يتأثر بحالة الفرد، فقد تبرز المشكلة بسبب عامل السن أو اللون أو العرق، فما يعتبره الشيوخ مشكلة، قد لا يعتبره الشباب كذلك، وما يعتبره البيض مشكلة قد لا يعتبره السود كذلك.
- أنها تلقائية ليست من صنع الفرد أو بضعة أفراد ولكنها من صنع المجتمع كله.
- أنها مزودة بصفة الجبر والإلزام، أي أنها تفرض نفسها على الأفراد ولا يسع هؤلاء أن يخالفوها.
- أنها عامة ومنتشرة، كما أنها ظاهرة تاريخية أي عبارة عن لحظة في تاريخ جماعة من الناس
- أيضا من ميزات المشكلات الاجتماعية أنها تفرض نفسها على أفراد المجتمع ولا يمكنهم مخالفتها مما يعطيها مبدأ الجبرية والإلزام.

وبما أن المشكلة الاجتماعية تتميز بالعمومية والشمولية إذ لا يمكن الحكم عن ظاهرة اجتماعية بأنها مشكلة إذا لم تتميز بالعمومية مثلا ظاهرة الغش في الامتحانات إذ أصبحت اليوم هذه الظاهرة منتشرة في مختلف الجامعات الجزائرية والمؤسسات التربوية التعليمية. [1]

[3] علي عبد الرزاق حلبي، **المشكلات الاجتماعية : دراسات معاصرة في العنف الجريمة المنظمة**، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2005، ص.ص.16-17.

[1] – علي عبد الرزاق حلبي، مرجع سبق ذكره، ص. 33.

4.3.مستويات المشكلات الاجتماعية:

من خلال مفهوم المشكلات الاجتماعية والآن سنتعرف على المستويات المختلفة للمشكلات الاجتماعية حتى تصل إلى مفهوم لها، ووضع أنوعها المختلفة في أماكنها المناسبة، ولتحقيق هذا الموضوع فإنه يمكن النظر إلى المشكلات الاجتماعية من حيث انتشارها في المجتمع، والفئات التي تشملها بشكل أكبر وأوسع.

فمن خلال مفاهيم علم الاجتماع وتصوراته على المجتمع الإنساني وبنيته المختلفة ولهذا يجب أن تضع في اعتبارات إمكانية تداخل المستويات وعدم وجود حدود لها، هذا من جهة ومن جهة أخرى توجد تأثيرا متبادلة فهذا راجع إلى البناء النشط والفعال للمجتمع الإنساني. [1]

1.4.3.المستوى الفردي والشخصي:

ونعني هنا المشكلات التي تصيب بعض أفراد في المجتمع نتيجة للظروف الاجتماعية السائدة أو المحيطة بهم، ويمثل هذا المستوى السلوكيات المنحرفة أو الحالات المرضية التي تصيب الأفراد كالجريمة، الانحراف، أو تعاطي المخدرات أو المشكلات الصحية، كل هذه المشكلات تصيب الأفراد إلا أن ضررها يقع على المجتمع كله، ويمكن ان تمس أسبابها في المجتمع نفسه، وقد حدد أحد علماء الاجتماع "Mills": "أن المشكلة إذا كانت تمس عددا محدودا من الناس فإننا نعدّها مشكلة اجتماعية.

2.4.3.مستوى الفئات الاجتماعية:

فهي المشكلات التي تصيب الأفراد نتيجة لانتمائهم لجماعة أو فئة اجتماعية معينة، فالأفراد في المجتمعات ينتموا لمواقع اجتماعية تضعهم في مسمى واحد، أو صفة التي يتسمون بها.

وهذه المواقع للفئات الاجتماعية تسمى عادة "المكانات الاجتماعية" فيمكن أن تكون بعضها موروث كالجنس، اللون (لون البشرة) وبعضها مكتسب كالمهن والعلاقات الاجتماعية المختلفة، فهذه بعض أمثلة على هذه المشكلات فهي كثيرة نذكر منها: مشكلات الاحتلال، مشكلات تتعلق بالطفولة، مشكلات المراهقة، والشباب والنساء وذوي الاحتياجات الخاصة والشيخوخة...إلخ.

فالطفل مثلا يمكن ان يتعرض لعدة مشاكل منها: موت الطفولة، أمراض الطفولة لسوء التغذية، والانتماء إلى اللون أو العرق أو جنس معين قد يسبب له مشكلات لا دخل له فيها وخاصة في مجتمعات تتسم بالعنصرية والعدوانية، فالمنتمون إلى هذه الفئات يتسبب لهم هذا الانتماء بالمعاناة والمصاعب.

[1] – أحمد العموش، حمود العليمات، **المشكلات الاجتماعية**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، 2009، ص. 17.

3.4.3. مستوى المؤسسات والمجتمعات:

فهذا المستوى أوسع عن ما قبه فهو يمثل المؤسسات والنظم والعلاقات الاجتماعية المتداخلة التي نشأت لتلبية حاجات أساسية للإنسان، وفي أغلب الأحيان ما تكون الترتيبات أو البنى الاجتماعية طوعية وتنشأن عن الخبرة الإنسانية، والتطور الإنساني في مسيرة (مشوار) تحقيق مستلزمات الوجود والبقاء والاستمرار وتحقيق غايته في الكرامة والحقوق الإنسانية الأخرى.

وهذه بعض الأمثلة على مستوى المؤسسات كتنظيم العمل، الحكومة، الإدارة، الصحة، التعليم، الاقتصادي والأسرة... وغيرها، فهذه النظم قد تواجه لمشكلات تتسبب في نقص أدائها لوظائفها، أو تكون سببا في مشكلات لمستويات اجتماعية اخرى، ومن المشكلات المتوقعة هنا: التماطل الإداري، الاستبداد، الفساد... إلخ والمشكلات الاقتصادية ومشكلات أسرية، تعليمية وصحية وغيرها.

4.4.3.المستوى الإقليمي والعالمي:

ونعني بها المشكلات التي تصيب الأفراد والمجتمعات دون اعتبار للحدود السياسية أو الجغرافية أو الثقافية، وقد تنتج هذه المشكلات بعض التصرفات الانسانية مثل: سوء استغلال البيئة، الاسراف، الترف، الاعتداء والظلم أو الطغيان. [1]

5.3. أبعاد المشكلات الاجتماعية :

ومن بين الأبعاد المشكلات الاجتماعية ما يلي[2]:

1.5.3.البعد الموضوعي :

وهو الأثر أو الضرر الذي يقع على الفرد أو المجتمع نتيجة لظاهرة اجتماعية معينة ويمكن قياسه .

البعد الموضوعي: الحقائقي: يمس البعد الموضوعي ما يمكن قياسه أو حسابه أو تقديره من الأضرار التي تقع على الفرد. فهنا يحاول البحث تقدير حجم الضرر، سواء أكان ماليا أم جسديا أم نفسيا...الخ

وفي هذا الإطار تدخل جوانب عديدة لمعرفة ما ان كانت المشكلة ظاهرة تستحق الدراسة والبحث مثل: فداحة الضرر، وعلى من يقع، والاعلام المصاحب. ..

[1] أحمد العموش، حمود العليمات، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 17- 18.

[2] أحمد العموش، حمود، العليمات، مرجع نفسه، ص.ص.11-12.

2.5.3. البعد الذاتي :

وهو مستوى الإدراك والشعور العام عند أفراد المجتمع بتلك الظاهرة.

من خلال نتائج البحث العميق في المشكلات نجد أنه ليس بالضرورة وجود تطابق بين البعدين الموضوعي والذاتي على الرغم من أن المنطق يقول إن كبر المشكلة وحجم أضرارها وأخطارها لا بد أن يساوي حجم الشعور بها، وتصورها وإدراكها، أي يمكن أن نستنتج علاقة ارتباطية طردية بين البعدين، فكلما ازداد الضرر أو الخطر أو الادراك ازداد الشعور بالمشكلة وتحسسها.

3.5.3.البعد الذاتي: المشاعر:

ونرى أن إدراك المشكلات وتصورها لا يكون بالضرورة انعكاسا لوجودها وضررها الواقعي، فهناك أمثلة عديدة على مشكلات حقيقية لكن لا يتم ادراكها، وعلى عكس ذلك هناك مشكلات تعد طفيفة لكنها تكبر شيئا فشيئا لتصبح مركز اهتمام، فمثلا لو تعرض مواطن من العالم الأول لأذى في بلد آخر، فإن هذا الحادث يثير ضجة عالمية وربما سلوكا عنيفا من قبل دولته، لكن أن يقتل عدد من الأشخاص داخل بلدهم نفسه فهذا أمر مختلف.

لذلك يمكن القول أن البعد الموضوعي شرط ضروري للإحساس العام بالمشكلة، ولكنه غير كافي لتفسير درجة الاهتمام.

6.3.ظروف وجود المشكلات الاجتماعية:

نظرا لتعقد العلاقات الاجتماعية بين الافراد وتداخلها وكذا تشابك النظام الاجتماعي، برزت ضرورة تحديد القواعد والقوانين التي تحكم هذه العلاقات، كما ظهرت الحاجة الى فهم المشكلات الاجتماعية التي تحيط بالأفراد وتواجههم في علاقاتهم اليومية مع غيرهم داخل اطار التفاعل فيما بينهم خلال قيامهم بالعمليات الاجتماعية الرغبات الانسانية، وتكمن هذه الدراسة والفهم المعقد لهذه المشكلات من خلا العلم الذي يحدد جميع ما يحتاجه الفرد لفهم هذه المشكلات .

من خلال ما تطرقنا اليه يبرز لنا أن الانسان كائن اجتماعي بالفطرة لا يمكنه اشباع رغباته دون علاقات قائمة بينه وبين أفراد مجتمعه، ومن هنا برزت الحاجة لوجود علم يقوم بدراسة المشكلات الاجتماعية سواء كانت بسيطة أو معقدة وذلك حسب المجتمع الذي ينتمي إليه الفرد "حيث نجد أن في الأرياف لا يوجد تغير دائم في نمط معيشتهم على غرار المدينة ذات الطابع الدائم التجديد والتغيير، فمثلا التغير الزائد والمفرط في المجال الصناعي أو التجاري وغيرها من المجالات وتغير المفاهيم والمبادئ يأثر على العلاقات بين الأفراد، ويأتيها

بطرق عيش جديدة مغايرة للتقليدية التي تعود عليها المجتمع، وهذا ما يخلق المشكلات الاجتماعية خاصة من ناحية التمييز العنصري.[1]

7.3.قياس المشكلات الاجتماعية:

إن القيام ب قياس المشكلات الاجتماعية صعب فالمشكلات تتغير بتغير المجتمعات ولكن هناك عامل يمكن قياسها عليه وهو عامل الآثار الناجمة عنها بمقياسين وهم[2]:

1.7.3.القياس الموضوعي:

وهو كل ما يمكن قياسه أو حسابه أو تقديره من الأضرار التي تقع على الفرد...سواء أكان ماديا أو معنويا...وهناك عوامل عدة كمؤشر لاعتبار مشكلة اجتماعية معينة ظاهرة تستحق الدراسة كخطورة الضرر، وعلى من يقع، والإعلام المصاحب...وقد قام علماء الاجتماع بتطوير مقاييس ومؤشرات تقيس حجم الضرر أو الأذى النفسي أو الاجتماعي، حيث نجد مقاييس عديدة منها مقاييس القلق، الإحباط، احتمالية الطلاق والعودة إلى الجريمة...و قد قام العديد من العلماء والباحثين بتطوير هذه المقاييس رغم عدم دقتها ومصداقيتها، ويعتبر البحث الاجتماعي العلمي مجرد محاولة لقياس المشكلات الاجتماعية المتعددة، وتقدير حجمها أو أثرها أو انتشارها".

2.7.3.القياس الذاتي:

هناك مشكلات اجتماعية مدركة ولكن ادراكها لا يعني وجود لضررها الواقعي، لان هناك العديد من المشكلات الحقيقية التي لا يتم ادراكها بالرغم من خطورتها، لكنها مع الوقت تصبح مثيرة للاهتمام، نأخذ على سبيل المثال: تعرض مواطن من الدول الغربية لأذى في العالم العربي، فإن هذا الحادث يثير جدلا كبيرا، وبطرق عنيفة، على عكس أن يقتل عدد من الأشخاص داخل بلدهم نفسه فهذا أمر مختلف.

[1] عصام توفيق قمر، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 13-14.

[2] أحمد العموش، وحمود العليمات، مرجع سبق ذكره، ص. ص.11-12.

8.3.تصنيف المشكلات الاجتماعية:

يمكن تصنيف المشكلات الاجتماعية من خلال النوع والمصدر إلى العديد من التصنيفات وتتمثل في [1]:

✓ **مشكلات حياتية أساسية:**

وهي المشكلات الكبيرة في المجتمع وتؤثر فيه مباشرة مثل: مشكلة السكن، الصحة، التعليم، الغذاء...الخ، وينتج عنها مشكلات أخرى كارتفاع معدلات الجريمة، وانتشار الأوبئة والأمراض، والأمية، وبالتالي تؤثر على بناء المجتمع ووظائفه.

✓ **مشكلة اجتماعية:**

وهي المشكلة بصيغة واضحة في زمن ومكان محددين وذلك نتيجة لظروف معينة، وهذا ما يجعل علماء الاجتماع يقومون بدراستها ومعرفة أسبابها ونتائجها للوصول للحلول المناسبة.

✓ **مشكلة مجتمعية:**

وهي شبيهة بالمشكلة الاجتماعية من حيث تحديد الزمان ولكن بغض النظر عن المكان كالمشاكل المتعلقة بالأسرة والزواج والطلاق والضبط الاجتماعي والقيم والأخلاق والأعراف والعادات والتقاليد وغيرها من الأمور التي تتصل بالدعائم الأساسية للحياة الاجتماعية. [2]

✓ **مشكلة اقتصادية:**

وتحتوي كل ما يخص الانتاج المادي من انخفاض متوسط الدخل الفردي، ضعف الجانب الصناعي وقلة الانتاج، بالإضافة الى ضعف المؤسسات الاقتصادية عن القيام بوظائفها، والاعتماد على الاستهلاك أكثر من الإنتاج، كذلك عدم الاعتماد على الأساليب الحديثة في الإنتاج الزراعي أو الصناعي ما يؤدي الى تقهقر الانتاج الزراعي، إضافة إلى عدم ميل المواطنين إلى إنشاء مشاريع اقتصادية، وهذه المشكلات ذات تأثر بصيغة كبيرة على المجتمع، وتتطلب جهودا من أجل الوصول الى حلول مناسبة لها أو الحد منها. [3]

[1]- عصام توفيق قمر، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص. 21.

[2]- محمد أعبيد الزنتاني إبراهيم، **الهجرة غير الشرعية والمشكلات الاجتماعية**، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص. ص. 19-20.

[3]- عصام توفيق قمر، وآخرون، مرجع سابق، ص. 21.

9.3.نماذج عن المشكلات الاجتماعية:

1.9.3. مشكلة الجريمة:

أ)–مفهوم الجريمة:

يختلف مفهوم الجريمة باختلاف التوجهات والتخصصات العلمية، إلا أنها تبقى سلوك غير سوي مخالف للقوانين والقيم والعادات والمعايير والدين التي تضبط المجتمع وتحافظ على أمنه واستقراره.

الجريمة في التشريع الجنائي الإسلامي هي (محظورات شرعية زجر الله عنها بحد أو تعزير) والمحظورات هي إما إتيان فعل منهي عنه، أو ترك فعل مأمور به، وقد وصفت بأنها (شرعية) إشارة إلى أنها محظورة من لدن الشارع الحكيم.[1]

الجريمة من المنظور الاجتماعي عبارة عن فعل مخالف للقوانين التي وضعها المجتمع لتنظيم سلوك الأفراد ولحماية المصلحة الاجتماعية، والمجتمع عندما يضع القوانين المكتوبة فإنه يهدف من ذلك إلى حماية أفراده وجماعاته بغرض تحقيق أمنه واستقراره.[2]

ب)–عوامل انتشار الجريمة في المجتمع الجزائري:

من أهم العوامل المؤدية إلى ارتكاب السلوك الإجرامي في المجتمع يمكن ذكرها على سبيل المثال لا الحصر في النقاط التالي[3]:

–العامل التاريخي.

–العامل البيولوجي.

–العامل الثقافي.

–العامل الاقتصادي.

–العامل النفسي.

–العامل الاجتماع.

---

[1]– أكرم عبد الرزاق المشهداني، **واقع الجريمة واتجاهاتها في الوطن العربي**، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2005، ص. 37.

[2]– عصمت عدلي، **الجريمة وقضايا السلوك الانحرافي بين الفهم والتحليل**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2009، ص. 19.

[3]– معمر داود، **عوامل الفعل الإجرامي لدى الشباب الجزائري بمؤسسة الوقاية سوق أهراس**، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 30، جوان 2012، ص. ص. 46-47.

ج)–الآثار المترتبة عن الجريمة:

ومن بين الآثار المترتبة عن الجريمة ما يلي[1] :

–من الناحية الاقتصادية.

– من الناحية الأمنية.

–من الناحية النفسية.

–من الناحية الاجتماعية.

2.9.3. مشكلة الإدمان على المخدرات:

أ)–مفهوم الإدمان:

يعرف الإدمان على أنه التعاطي المتكرر لمادة معينة حيث يصبح الفرد غير قادرا عن الاستغناء عن هذه المادة، وفي حالة ما إذا حاول الانقطاع عنه أو انقاص الجرعات المتعود عليها تبرز عليه أعراض الادمان.[2]

ب)–مفهوم المخدرات :

وهي مجموعة من المواد اما طبيعية أو كيميائية تؤثر على عقل وذهن المتعاطي، وتختلف هذه المواد كل حسب عملها مهدئات مهلوسات منشطات، وتنتج عنها مشاكل صحية جسدية ونفسية، وتؤدي بمتعاطيها إلى الادمان وما يليه من اضطرابات نفسية وعقلية ولذا قام المشرع بوضع قوانين للحد منها.[3]

[1]– عباس أبو شامة، **التعريف بالظواهر الإجرامية المستحدثة حجمها– أبعادها– ونشاطها في الدول العربية**، ورقة مقدمة إلى أبحاث الندوة العلمية حول الظاهر الإجرامية المستحدثة وسبل مواجهتها، 28–30 جوان 1999، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، ص. ص.13–14.

[2]– عبد الإله بن عبد الله المشرف، رياض بن علي الجوادي، **المخدرات والمؤثرات العقلية، الرياض**، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2011، ص. 35.

[3]– محمد جمال مظلوم، **الاتجار بالمخدرات**، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2012، ص. 06.

ج)–آثار الإدمان على المخدرات:

–أضرار المخدرات الصحية:

تؤدي المخدرات بمتعاطيها إلى العديد من الأمراض كالسرطان والايدز، خلل في الجهاز العقلي والذهني، خلل في وظائف بعض الأعضاء كالكبد أو الرئتين، بالإضافة الى أمراض القلب وتصلب الشرايين والقصور الكلوي والعديد من الأمراض، وقد تؤثر المرأة الحامل على جنينها ان كانت متعاطية للمخدرات. [1]

–أضرار المخدرات النفسية:

وللمخدرات أضرار نفسية كالشعور بالوحدة والكآبة والتوتر والانفعال المبالغ فيه، اضافة الى رؤية وسماع أشياء غير موجودة على أرض الواقع تؤدي بالمتعاطي للانتحار أو الجنون، وتؤدي به أيضا الى انعزاله عن محيطه. [2]

–أضرار المخدرات الاقتصادية:

للإدمان على المخدرات مشاكل اقتصادية أيضا وتتمثل في حيث أن أكثر أموال الفرد تصرف في المخدرات الى أن يأتي اليوم الذي يفلس فيه ذاك الفرد فيصبح قادرا على أن يفعل أي شيء دون وعي لمجرد الحصول على الجرعة المطلوبة

بما في ذلك أن يقوم ببيع جميع ممتلكاته. [3]

–أضرار المخدرات الاجتماعية:

أن تعاطي المخدرات لا يؤثر فقط على صاحبه أنما يتعداه إلى المجتمع ككل وهذا ما يؤدي الى اضطراب في التوازن الاجتماعي، ومنه يمكن تحديد هذه الآثار فيما يلي[4]:

–الحياة الزوجية: إذ أن الطلاق يتفشى في وسط المدمنين أكثر من غيره.

–التفكك الأسري: اضطراب في العلاقات الأسرية والتعرض للمشكلات المادية والعاطفية والدراسية والاجتماعية.

–اضطراب التوازن الاجتماعي: هروب المدمنين من الواقع أو المشاكل المحيطة بهم.

---

[1]– محمد المدني بوساق، **مواجهة خطر المخدرات**، دار الخلدونية، الجزائر، 2011، ص. 16.

[2]– عبد العزيز بن علي الغريب، **ظاهرة العودة للإدمان في المجتمع العربي**، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص.ص. 46–47.

[3]– عصام توفيق قمر، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص. 77.

[4]- محمود السيد علي، المخدرات: تأثيرها وطرق التخلص الآمن منها، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2012، ص. ص.14-15.

- الخرق القيمي: عدم ضبط علاقات المدمنين مع غيرهم وضعف الالتزامات.

3.9.3. البطالة:

أ)- مفهوم البطالة:

البطالة هي مجموع الأفراد الذين لا يملكون فرص العمل ولكن لديهم القدرة على الشغل. [1]

ب)- أنواع البطالة:

هناك ثلاثة أنواع أساسية للبطالة يمكن تصنيفها كما يلي:( )يمكن تصنيفها كالتالي[2]:

-البطالة الاحتكاكية: تنشأ نتيجة ترك الأفراد لوظائفهم في اطار البحث عن وظيفة أفضل، وعندما يقرر الفرد العودة للمنصب السابق يصعب عليه ذلك.

-البطالة الهيكلية: وهي عدم توافق الوظيفة المطلوبة مع الوظيفة المتوفرة.

-البطالة المقنعة: وهي فائض عدد العمال في مرافق معينة.

10.3. الصعوبات التي تعترض حل المشكلات الاجتماعية:

إن العلوم الطبيعية تستخدم المنهج العلمي بحيث ساعدها على فهم كثير من الظواهر الطبيعية، إلا أن هناك العديد من الصعوبات التي تقلل من استخدام هذا الأسلوب، ومن بين هذه الصعوبات ما يلي[4]:

1.10.3.تعقد المواقف الاجتماعية:

تعتبر المواقف الاجتماعية متشابكة في مجال العلوم الاجتماعية مما يصعب فصلها عن بعضها، لأن المشكلة قد تعود في أسبابها إلى ظروف طبيعية أو إلى عوامل بشرية الاجتماعية، حيث أن العوامل البشرية تتغير من وقت لآخر وذلك من خلال حركة الحياة في المجتمع الذي تعيش فيه وكذلك بحسب الظروف المحيطة به وكذلك علاقاته بالآخرين، كما ان المواقف الاجتماعية من الصعب ضبطها وكذلك من الصعب التحكم فيها، كما أنه من الصعب على الشخص أن يعزل نفسه على أحاسيسه عن الموضوع أو المشكلة التي يسعى من خلالها إلى إيجاد حل لها.

[1]- محمد عاطف غيث، مرجع سبق ذكره، ص. 494.

[2]- سميرة العابد، وزهية عباز، **ظاهرة البطالة في الجزائر بين الواقع والطموحات**، مجلة الباحث، عدد11، 2012، ص. ص. 57-76.

[4]- عصام توفيق، وآخرون، المرجع نفسه، ص. 34.

2.10.3.صعوبة إجراء التجارب في العلوم الاجتماعية:

في العلوم الطبيعية نستطيع أن نضبط جميع المتغيرات ونستطيع كذلك التحكم فيها، بالإضافة أننا نستطيع معرفة نتائج أي تجربة وقياسها ثم نستطيع إرجاعها من أجل التحكم في أي عامل أو أي عنصر مهما كان بسيطا، على عكس العلوم الاجتماعية أنه يصعب ذلك، وذلك بسبب تشابك العوامل المؤدية إلى حدوث مشكلة اجتماعية باعتبار أن المشكلة الاجتماعية تمتاز بالتفرد أي أنها يمكن أن تحدث لكن ليس بنفس الشكل.

إن المشكلات الاجتماعية التي تحدث في المجتمع يمكن أن تتشابه مع بعض المشكلات التي تحدث في مجتمعات أخرى، ولكنها تحمل خصائص المجتمع الذي تعيش فيه.

3.10.3.تعذر الوصول إلى قوانين اجتماعية:

بما أننا نستطيع أن نحدد ونضبط ظاهرة اجتماعيه وكذلك لا نستطيع أن نضبط مشكلات اجتماعية الناتجة عنها، فهذا يجعلنا لا نستطيع أن نتحدث عن قوانين اجتماعية تطبق على المشكلات الاجتماعية فإن التغير الاجتماعي يختلف من مجتمع لآخر ومن عصر لآخر داخل المجتمع الواحد، ومن هنا يصعب ضبط قوانين اجتماعية يمكن أن تنطبق على مجتمعات بما فيها مشكلاتها الاجتماعية.

كما أن التغير الاجتماعي يختلف من مجتمع لآخر ومن عصر لآخر، وهذا ما يؤدي إلى صعوبة الوصول إلى قوانين اجتماعية تنطبق على بعض المجتمعات وما ينتج عنها من مشكلات اجتماعية على مجتمع واحد في فترات مختلفة خاصة فيما يتعلق بالتعامل مع مشكلاته الاجتماعية.

4.10.3.صعوبة تجنب الباحث للنواحي الذاتية:

توجد بعض المشكلات الاجتماعية التي يقوم الباحثين بدراستها لا يمكن تسليم نتائجها من بعض الأحكام الشخصية.

تلك التي تعكسها شخصيات الباحثين، حيث أن الباحث في كثير من الأحيان يصعب عليه أن يجرد نفسه كليا عن دراسة إحدى المشكلات، هذا عكس ما يحدث مثلا عندما نقوم بدراسة بعض الظواهر الطبيعية.

فعندما يحاول الباحث أن يحقق قدرا من الموضوعية والحياد فإن اختياره للمشكلة وكذلك دراستها وتحليلها ومحاولة علاجها يتأثر بعدة عوامل منها[1]:

-خبراته وانتمائه الأيديولوجي.

-وصفه الطبقي.

-موقفه في المجتمع.

[1]- عصام توفيق، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 35-36.

5.10.3.استحالة دقة المقاييس الاجتماعية:

على الرغم من أن هناك تقدم وتطور في مجال الإحصاء والتقويم والقياس النفسي واستخدامها في مجال العلوم الاجتماعية، إلا أن امر الموصول إلى الدقة في تلك المقاييس يشبه أو حتى تقارب تلك التي تستخدم في العلوم الطبيعية، سوف بظل أمرا بعيد المنال، ومثال عن ذلك: مشكلة تسرب التلاميذ من المرحلة الابتدائية، عندما ننظر إلى هذه المشكلة نجد أنه أمر مسلم بخطورته، فيمكننا بسهولة معرفة أعداد التلاميذ المتسربين وكذلك يمكننا معرفة أسباب تسربهم من خلال الدراسات العلمية، ولكن الأمر المتعلق بقياس خطر هذه المشكلة اجتماعية يبقى ا من الصعب أن نحققه.

6.10.3.بعض الانطباعات الخاطئة عن المشكلات الاجتماعية:

عند عامة الناس توجد مجموعة من الانطباعات وهذه الانطباعات لا تكون بالضرورة صحيحة لكن تؤثر في كثير من الأحيان على الاجتماعيين والتربويين سواء تعلق الأمر بالحكومات أو المؤسسات التي تسعى من اجل إيجاد حلول لهذه المشكلات، فإن الحلول التي تم إيجادها لبعض المشكلات نتجت عنها مشكلات أخرى لا يمكن التقليل من شأنها.

ومثال ذلك: العناية الطبية وارتفاه مستويات المعيشة بالنسبة للطبقات المتوسطة، هذا الأمر ساعد إلى الوصول إلى الانفجار السكاني وقد نتج عنها السعي وراء إيجاد حل لهذه المشكلة وبدأت سلسلة من الجهود المضاعفة من أجل مواجهة حاجات هؤلاء السكان من مسكن ومأكل وتعليم وصحة، بالإضافة أننا نجد أن الاعتماد على الآلات الحديثة في عملية التصنيع من زراعة وغيره خفف من الاعتماد على الإنسان. [1]

[1] – عصام توفيق قمر، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص. 36.

الفصل الرابع

الاطار التطبيقى للدراسة

-تحليل بيانات الاستمارة:

المحور الأول: محور البيانات الشخصية

الجدول رقم -01- يبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	60	60%
أنثى	40	40%
المجموع	**100**	**100%**

- بلغت نسبة الذكور% 60ونسبة الإناث 40% ونلاحظ أن عدد الذكور أكثر من عدد الاناث.

-ومن هنا نجد أن الذكور هم من يتابعون قناة "أنس تينا" أكثر من الاناث وذلك نظرا لأن الذكور طبيعة الرجل العقلية تتميز باكتشاف الواقع والبحث عن الحلول إضافة إلى متابعة المشكلات، بينما طبيعة المرأة عاطفية تبحث عن المضامين الخيالية أو العاطفية.

الجدول رقم –02–: يبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
من15إلى 24سنة	45	45%
من25إلى34سنة	46	46%
من35إلى 44سنة	04	04%
من45إلى 54سنة	05	05%
من55سنة فما فوق	0	0
المجموع	**100**	**100%**

–من الجدول السابق نلاحظ أن النسبة الاكبر من المبحوثين تمثلت في الفئة العمرية من 25 سنة إلى35سنة وقدرت بنسبة 46%، وتليها مباشرة الفئة العمرية من 15 سنة إلى 24سنة بنسبة 45%، وتندرج تحتهما بنسبة5% و4%على التوالي الفئتين العمريتين من 45 سنة إلى 55سنة، وبعدها من 35 سنة الى 44سنة، وتختمها الفئة من 56 سنة فما فوق بانعدامها تماما.

–ومنه نجد أن فئة الشباب هي الفئة الأكثر متابعة لقناة أنس تينا باعتبارهم في مقتبل العمر والأكثر تعرضا للمشكلات الاجتماعية كصعوبات حياتية، وكذا باعتبارها الفئة المبدعة والنشيطة، والتي تملك طاقة ابداعية في المجتمعات ككل وهذا ما اشارت اليه دراسة " إلما إليا ولوذر ميكوس "بالإضافة الى ما أكدته حول فئة الشباب أنها تسعى الى الاستفسار والتواصل والتعبير.[1]

[1] I.ELEA , L. MIKOS, **Young and creative, digital technologies empowering children in every day life**,Ed. the international clearninghouse on children, youth and media, nordicom university of Gothenburg, 2017, p.p. 32-33.

الجدول رقم –03–: يبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير المستوى الجامعي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	01	01%
متوسط	11	11%
ثانوي	19	19%
جامعي	59	59%
دراسات عليا فما فوق	10	10%
المجموع	**100**	**100%**

–من خلال الجدول أن نتائج الدراسة حول تحليل بيانات المستوى التعليمي من الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الجامعيين هي النسبة الأكبر والأكثر متابعة للقناة وقد قدرت ب59%، على غرار المستويات الأخرى التي كانت غير متوازية مع الأولى وتمثلت في 19%، 11%، 10%، 1% على التوالي المستوى الثانوي والمتوسط ويليهما كل من مستوى الدراسات العليا والابتدائي.

–ومن خلال ما سبق ارتأينا إلى أن فئة الجامعيين هي الفئة الأكثر متابعة لقناة أنس تينا باعتبارها الفئة المبتكرة والفعالة في المجتمع والمواكبة للتطور التكنولوجي وتليها فئة المستوى التعليمي الثانوي التي تعتبر فئة نشيطة، وهذا كذلك ما أشارت اليه دراسة "إلاما إليا ولوذر ميكوس" أن السياقات التعليمية تسعى لتلبية الابداعات واحتياجات الشباب، وأنها تحاول الكشف عن التغيير في نظم الابداع من خلال اليوتيوب والوسائط الجديدة الأخرى بمشاركة أكبر من قبل الطلاب والشباب.[1]

[1] Op.cit.

الجدول رقم –04–: يبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير مكان الاقامة

مكان الاقامة	التكرار	النسبة المئوية
شمال	57	57%
جنوب	07	07%
شرق	17	17%
غرب	04	04%
وسط	11	11%
خارج البلاد	04	04%
المجموع	**100**	**100%**

–يوضح الجدول أعلاه أن نسبة متابعي قناة أنس تينا في الشمال الجزائري وحددت ب57%، وتليها نسبة 17% في الشرق الجزائري ويليها مباشرة الوسط الجزائري بنسبة 11%وبعدها مباشرة الغرب والجنوب الجزائري بنسبة 4%، ليكون بذلك قد استحوذ على أكبر قطر سكاني في الجزائر.

–من هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية متابعي قناة "أنس تينا" من الشمال الجزائري هم الأكثر متابعة، وذلك باعتبار صاحب القناة من الشمال الجزائري وعلى احتكاك دائم مع الجمهور، وهذه المنطقة أساسا تسودها مشكلات اجتماعية عديدة نظرا للكثافة السكانية وقلة المرافق الضرورية، وتليها منطقة الشرق والوسط، وبعدها الجنوب والغرب خارج البلاد على التوالي مباشرة.

الجدول رقم –05–: يبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
أعزب	80	80%
متزوج	16	16%
مطلق	03	03%
أرمل	01	01%
المجموع	**100**	**100%**

–وجاء في هذا الجدول أن أغلب المتابعين لقناة أنس تينا هم فئة العازبين وتمثل 80%، وتليها نسبة المتزوجين ب 16%، وبعدها مباشرة 3%و1% والذين يتعرضون للمشكلات الاجتماعية هم من فئة العازبين، وبعدا مباشرة فئة المتزوجين وبعدها المطلقين أي أن مختلف الحالات الاجتماعية تتابع هذه القناة باعتبارها تترجم مشاكلهم الاجتماعية.

– ومن هنا نجد أن فئة العازبين هي الفئة الأكثر متابعة للقناة وذلك نظرا للمشكلات الاجتماعية التي تواجههم في بداية حياتهم مباشرة وتمنعهم عن الاستقرار الأسري، وتليهم فئة المتزوجين بصفتهم المسؤولين عن أسرهم وعائلاتهم ويتعرضون إلى المشكلات الاجتماعية بصفة كبيرة، وتليها فئة المطلقين والأرامل ويمكن القول أن هناك أمور تشغلهم عن المتابعة أو عوامل أخرى.

الجدول رقم –06– يوضح مدى متابعة الجمهور لقناة "أنس تينا" بصفة منتظمة

متابعة الجمهور لقناة "أنس تينا" بصفة منتظمة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	53	53%
لا	47	47%
المجموع	**100**	**100%**

–تبين لنا من خلال الجدول رقم–06– ان متابعة الجمهور لقناة "أنس تينا" بصفة منتظمة تحصل على نسبة كبيرة، وهذا يدل على أن القناة لها أهمية في المجتمع، حيث أن نسبة المتابعة للقناة بصفة منتظمة قدرت ب 53%في حين الفئة التي لا تتابع القناة تحصلت على نسبة 47%.

–ومن هنا نستخلص أن قناة "أنس تينا" تتابع بانتظام بصفة أكبر وذلك لما تنشره من فيديوهات تهم الجمهور، بالرغم من تقارب النسبتين يمكن أن تكون هناك عوامل لعدم متابعة القناة مثل: عدم النشر المنتظم عبر القناة وتراجع النشر عبرها وذلك كما صرح صاحب القناة–أنس بوزغوب–.[1]

كما يمكن أن تكون هناك عوامل أخرى كانشغال الجمهور بالحراك والأوضاع السياسية على أرض الواقع والمقصود هنا المشاركة الميدانية في الحراك الشعبي.

[1] مقابلة مع أنس بوزغوب، صاحب القناة، 12جوان 2019،14:42.

الجدول رقم –07– يوضح المشكلات الاجتماعية التي تثير اهتمام الجمهور

المشكلات الاجتماعية التي تثير اهتمام الجمهور	التكرار	النسبة المئوية
المشاكل الأخلاقية.	01	01%
السرقة.	04	04%
الهجرة غير الشرعية.	27	27%
العنف.	04	04%
البطالة.	15	15%
المشاكل الأسرية.	04	04%
أزمة السكن.	01	01%
العهدة الخامسة.	14	14%
التقشف.	05	05%
البيروقراطية.	05	05%
تهميش العقول.	01	01%
الآفات الاجتماعية.	03	03%
الرشوة.	03	03%
الفقر.	04	04%
عقوق الوالدين.	04	04%
المشاكل الاقتصادية.	01	01%
الفساد	04	04%
المجموع	**100**	**100%**

من خلال الجدول رقم –07–نلاحظ بأن أعلى نسبة تعود للهجرة غير الشرعية والتي تمثلت في 27% وتليها البطالة بنسبة 15% من ثان المشكلات التي تثير اهتمام متابعي القناة بعدها تأتي مشكلة العهدة الخامسة بنسبة مئوية تقدر بـ 14%فالتقشف والبيروقراطية بنسبة 5% أما بالنسبة للفساد وعقوق الوالدين والمشاكل الأسرية والعنف والسرقة كانت نسبها متساوية فقد تمثلت نسبة كل واحدة منهما ب 4%، وتليها بدرجة مباشرة كل من مشكلات الرشوة والآفات الاجتماعية بنسبة تقدر بـ 3%، وأقل نسبة كانت للمشاكل الاقتصادية والأخلاقية وتهميش العقول (الأدمغة).

-من خلال الجدول والتعليق الخاص به نلاحظ أن الاهتمام الكبير يصب في الهجرة الغير الشرعية والتي تعتبر أهم مشكل من المشكلات الاجتماعية لأنها نتيجة لبعض منها، فمن أسباب الهجرة البطالة الفقر أزمات السكن الى غير ذلك، ويصب اهتمام الجمهور بها نظرا للأعداد الهائلة من المهاجرين الغير الشرعيين والذي يتمثل ب 17500 حراق سنويا وهذا لا يمثل العدد الحقيقي وانما في الأصل يفوق ذلك بكثير.[1]

-كما لاحظنا من خلال الجدول أن المشكلة الاجتماعية الأكثر اهتماما من قبل الجماهير بعد الهجرة الغير الشرعية هي البطالة وذلك باعتبارها أول وأهم سبب في ما يسمى ب "الحرقة"، اضافة الى تدهور الأوضاع الاقتصادية وأن معظم المتضررين هم من فئة الشباب ومنهم البطالين وحتى العاملين ويمكن قول أن السبب في ايضا عدم اعطاء الموظف حقه المادي وهذا ما أكدته نتائج دراسة الدكتورة "سحنون أم الخير"، في دراستها حول " الهجرة الغير الشرعية لدى الشباب الجزائري الأسباب والعوامل".[2]

[1] أرقام مرعبة حول الحراقة الجزائريين في أوروبا، 27 جوان 2019، 5:28: http://m.elbilad.net/article/detail?id=

[2] أم الخير، سحنون، **الهجرة الغير الشرعية لدى الشباب الجزائري الأسباب والعوامل**، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، ص. 16: https://www.univ-chlef.dz

الجدول رقم –08–يوضح مدى تناول قناة "أنس تينا" لنفس المشكلات التي تثير اهتمام الجمهور

تناول قناة "أنس تينا" لنفس المشكلات التي تثير اهتمام الجمهور	التكرار	النسبة المئوية
نعم	75	75%
لا	25	25%
المجموع	**100**	**100%**

– من خلال الجدول رقم –08– يتبين لنا أن قناة "أنس تينا" تتناول المشكلات التي تثير اهتمام الجمهور، وهذا ما أكدته النسبة المقدرة ب75%والتي تمثل فئة الجمهور الموافق على أن القناة تعرض ما يتماشى مع اهتماماته، بينما تحصلت نسبة الاجابة بـ "لا" على 25% وهذا يدل على أن القناة تهتم فعلا بما يهتم به الجمهور.

– مما سبق استنتجنا أن اهتمامات القناة واهتمامات الجمهور متقاربة بدرجة كبيرة، حيث أن صاحب قناة "أنس تينا" ينتمي للمجتمع الجزائري فهذا أمر بديهي أن تكون متقاربة، لأن اهتماماته نابعة من الواقع المشترك بينه وبين الجمهور.

الجدول رقم-09- يوضح مدى اقبال الجمهور على مشاهدة جميع الفيديوهات المعروضة

اقبال الجمهور على مشاهدة جميع الفيديوهات المعروضة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	56	56%
لا	44	44%
المجموع	**100**	**100%**

- من خلال الجدول رقم -09- نلاحظ أن اقبال الجمهور على الفيديوهات التي يقوم بعرضها تقدر بـ 56% والذين لا يقبلون على متابعة الفيديوهات المعروضة تقدر نسبتهم بـ44%.

-وهذا يدل على أن الجمهور يقوم بالتحليل والانتقاء ويختار ما يريد متابعته وذلك وفقا لاتجاهاته وبنيته النفسية وهذا ما أشارت اليه نظرية التأثير الاتقائي، فعلى عكس السابق لم يبقى المتلقي سلبي كما كان حسب نظرية الطلقة السحرية، وانما اصبح الجمهور يقوم بانتقاء ما يريد متابعته.[1]

[1] كامل خورشيد، مرجع سبق ذكره، ص. 140.

الجدول رقم–10– يوضح مدى تعبير مضامين التي تبثها القناة عن اهتمامات الجمهور الجزائري بالمشكلات الاجتماعية

تعبير مضامين التي تبثها القناة عن اهتمامات الجمهور الجزائري بالمشكلات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	35%
إلى حد ما	57	57%
لا	08	08%
المجموع	**100**	**100%**

–يتضح لنا من خلال جدول رقم –10– أن اهتمامات القناة تعبر عن اهتمامات الجمهور الجزائري، فالمشكلات الاجتماعية وقفت إلى حد ما بنسبة تقدر بـ57% ثم تليها الإجابة بنعم المدقرة بـ 35% وأخيرا النسبة التي ترى بأن اهتمامات القناة لا تعبر عن اهتماماهم والمقدرة بنسبة 08% وهذا يدل على أن اهتمامات القناة بالمشكلات الاجتماعية.

–وبالتالي ومن خلال ما لاحظناه أن هذه النتيجة يؤكد أن قناة "أنس تينا"، واهتمامات الجمهور تدور في سياقات متقاربة، وتسعى القناة إلى معالجة القضايا التي يهتم بها الجمهور لإشباع حاجاته وأحيانا قد لا تقدم القناة ما يعبر عن اهتمامات الجماهير ويمكن إرجاع ذلك لتباين الفئات الاجتماعية المتابعة لها والاختلافات الفردية الثقافية وغيره، حيث أنه لا يمكن للقناة أن ترضي جميع الاذواق.

الجدول رقم-11- يوضح دوافع متابعة قناة "أنس تينا"

دوافع متابعة قناة أنس تينا	التكرار	النسبة المئوية
طريقة نقاش صاحب القناة وعرضه للمشكلات	12	12%
أنها تعبر عن المشكلات الاجتماعية	30	30%
تحاكي المواقع	26	26%
بساطة اللغة	08	08%
تناول الموضوع بطرق فكاهية	07	07%
توافق أولويات القناة مع أولويات الجمهور	01	01%
إعجاب بشخصيته	16	16%
المجموع	**100**	**100%**

نلاحظ من خلال الجدول رقم -11- أن الحافز الاول والرئيسي لمتابعة الجمهور لقناة "أنس تينا" هو موضوع بحثنا أي تناولها للمشكلات الاجتماعية وتقدر نسبته بـ 30% وتليها نسبة 26% من التي تتابع القناة باعتبارها تعكس الواقع، النسبة المقدرة بـ 16% رأت الحافز في متابعة القناة هي طريقة عرض اليوتيوبر للمشكلات، ونسبة 12% كان الحافز وراء تتبعهم هي طريقة ناقشه وعرضه للمشكلات السائدة في المجتمع، فبساطة اللغة كان حافز لمتابعي القناة بنسبة مئوية تقدر بـ 8%، فطريقة عرض المحتويات بأسلوب فكاهي جعل في استقطاب أو متابعة القناة وكان ذلك بنسبة 7 %، أما أقل نسبة كانت لتوافق أولويات القناة مع أولويات الشعب بنسبة 1%، ويتبين لنا من خلال الجدول التالي أن جميع الحوافز التي توجد في القناة استقطاب الجمهور هي طرق التعبير عن المشكلة وبساطة لغتها وتناول المشكلة بطريقة فكاهية وتعبيرها عن الواقع.

-ومما لاحظنا نجد أن الدافع الاساسي للجمهور لمتابعة القناة هو معالجتها للمشكلات الاجتماعية التي تعتبر بدورها عن الواقع المعاش، وأن اليوتيوبر "أنس" عرف كيف يتقن الدور الذي يمثله عبر فيديوهات قناته وكذلك تبسيطه للمضامين المقدمة للجمهور باعتباره من فئات مختلفة الأعمار والمستويات التعليمية، وكذا الكاريزما الخاصة به وقوة شخصيته فكما يعرف أن الأشخاص الذين يملكون حضور ومهارات اتصالية عالية بإمكانهم ان يكونوا قادة رأي بارعو في التأثير على الجماهير.

الجدول رقم –12–: يوضح مدى اقتناع الجمهور بما تعرضه القناة

اقتناع الجمهور بما تعرضه القناة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	85	85%
لا	15	15%
المجموع	**100**	**100%**

–نلاحظ من خلال الجدول رقم –12– أن أكبر نسبة من متابعي قناة "أنس تينا" مقتنعين بما تعرضه القناة وهذه النسبة مقدرة بـ85%، وأما النسبة التي هي غير مقتنعة بما يعرضه أنستينا في قناته تقدر بـ15%، ومن خلال هذه النسبة تبين لنا أو يتضح لنا أن القناة تسعى لاستقطاب جمهورها من خلال محتوياتها.

–من خلال الجدول أعلاه نجد أن الجمهور مقتنع بما تعرضه القناة وهذا أمر طبيعي باعتبارهم من متابعيها، وباعتبار القناة فكاهية من جانب تهدف الى التنفيس عن الجماهير، ومن جهة أخرى تحمل في طياتها رسائل ذات هادفة ومعبرة عما يحدث في الواقع.

الجدول رقم –13– يوضح أهم المشكلات التي تثير انتباه الجمهور عبر القناة

المشكلات التي تثير انتباه الجمهور	التكرار	النسبة المئوية
مشكلات سياسية.	05	05%
بطالة.	15	15%
هجرة غير شرعية.	27	27%
مشكلات اقتصادية.	03	03%
التقشف.	05	05%
الرسالة.	04	04%
العهدة الخامسة.	14	14%
راني زعفان (استغلال الثروات والمقارنة بين طبقة السلطة والطبقة العدية في المجتمع)	27	27%
المجموع	**100**	**100%**

–تقوم قناة "أنس تينا" بطرح العديد من المشكلات، حيث تنوعت هذه المشكلات من مشكلات اجتماعية واقتصادية التي يعاني منها المجتمع، ومن خلال الجدول رقم –13– نلاحظ ان أكثر موضوع أثار اهتمام الجمهور هو موضع الهجرة غير الشرعية وموضوع راني زعفان الذي احتل المرتبة الأولى بنسبة 27%، ثم تليها مشكلة البطالة التي تعتبر ظاهرة يعاني منها أفراد المجتمع الجزائري بنسبة 15%، ثم يليها العهدة الخامسة الذي كان له صدى في أوساط المجتمع الجزائري بنسبة 14%، ثم يليها موضوعي التقشف ومواضيع سياسية التي كانا بنسبة 5%، ثم موضوع الرسالة بنسبة 4%، ثم نجد في الأخير مواضيع اقتصادية التي كانت نسبتها 3%.

ومن هنا نستنتج أن أكبر مشكلة هي الهجرة غير شرعية، وهذا تأكيد لما جاء في الجدول السابق رقم–07– والذي أوضح أن هذه المشكلة الاجتماعية تفاقمت في المجتمع الجزائري وبكثرة، ونرى أيضا أن اهتمامات الجمهور بالمشكلات الاجتماعية هي نفسها المشكلات الاجتماعية التي تثير انتباهه عبر القناة، كما نجد أن المشكلة الاجتماعية الخاصة بالهجرة غير الشرعية تليها مباشرة البطالة واحتكار السلطة وذلك عبر فيديو "راني زعفان" الذي اختاره المبحوثين، باعتباره يترجم مشكلات عديدة للجمهور كمعاناة الشعب الجزائري وعدم الحفاظ على البلاد والتطرق إلى العديد من المشكلات.

الجدول رقم –14– :يوضح مدى ابراز قناة "أنس تينا" للمشكلات الاجتماعية التي تشغل الجمهور

ابراز القناة للمشكلات الاجتماعية التي تشغل الجمهور	التكرار	النسبة المئوية
نعم	86	86%
لا	14	14%
المجموع	**100**	**100%**

–من خلال الجدول رقم –14–نلاحظ أن نسبة 86% رأت أن القناة تبرز لهم المشكلات الاجتماعية التي تشغل المجتمع، أما باقي أفراد العينة، والتي كانت إجابتهم بـ "لا" تقدر نسبتهم بـ14%، وهنا يتبين لنا أن القناة تسعى إلى إبراز المشكلات الاجتماعية التي تشغل اهتماماهم.

–من الجدول أعلاه نستنتج أن قناة "أنس تينا" تعمل على ابراز المشكلات الاجتماعية المنتشرة المجتمع وهذا تأكيدا لما جاء به الجدول رقم–08– الذي يوضح أن قناة "أنس تينا" تتناول نفس المشكلات التي تشغل الجمهور، وذلك لضمان استمرارية القناة من جهة وكسب تأييد الجماهير من جهة أخرى، إضافة إلى اهتمام صاحب القناة بنفس المشكلات التي تشغل الجمهور، وهذا ما صرح به أيضا اليوتيوبر "أنس بوزغوب" خلال مقابلته حيث صرح أن ترتيب أولويات قناته يقوم أساسا على وترين هما أجندة الجمهور وأجندته الخاصة بالدرجة الأولى وبالتالي فهو يعمل على ابراز المشكلات التي تشغل المجتمع والتي تعتبر من بين أولوياته واهتماماته.[1]

[1] مقابلة مع أنس بوزغوب، 12جوان 2019، على الساعة 14:42.

الجدول رقم –15–:يوضح المتحكم في ترتيب المشكلات التي تطرحها قناة "أنس تينا" برأي الجمهور

المتحكم في ترتيب المشكلات التي تطرحها قناة "أنس تينا"	التكرار	النسبة المئوية
أهمية القضية	24	24%
الرأي العام	50	50%
صاحب القناة	26	26%
المجموع	100	100%

–نلاحظ من خلال الجدول رقم –15– أن الرأي العام هو المتحكم بترتيب المشكلات التي تطرحها قناة أنس تينا، فنسبة الرأي العام قدرت بـ 50%(يعني نصف أفراد العينة يرون ذلك)، ثم تليها صاحب القناة هو المتحكم في ترتيب المشكلات، حيث قدرت نسبتهم بـ 26% وأقل نسبة تعود لأهمية القضية تقدر بـ 24%، ومن خلال هذا الجدول تبين لنا أن المتحكم في ترتيب المشكلات عبر قناة أنس تينا هو الرأي العام.

–من خلال الجدول استخلصنا أن أجندة قناة "أنس تينا" تقوم بالدرجة الأولى على الرأي العام هذا ما يراه الجمهور الخاص بالقناة، ولكن في حقيقة الأمر لا يمكن الجزم بذلك لأن المتحكم الأساسي في ترتيب أولويات الجمهور هو صاحب القناة "أنس بوزغوب"، لكن نظرا لتقارب أجندة الجمهور وأجندة القناة فالجماهير ترى أنها هي المتحكم الرئيسي في ترتيب هذه المشكلات إلا أنه يمكن ارجاع هذا الترتيب كذلك إلى العوامل الاجتماعية التي يعيشها الجماهير، كواقع المشكلة وصداها في الحقيقة وما لها من وزن وتأثير سلبي على المجتمع، فبالتالي يجعلها محل اهتمام للرأي العام.

الجدول رقم–16–: يوضح ترتيب قناة "أنس تينا" للمشكلات الاجتماعية مع الأخذ بعين الاعتبار اهتمامات الجمهور

ترتيب القناة للمشكلات الاجتماعية يأخذ بعين الاعتبار اهتمام الجمهور	التكرار	النسبة المئوية
دائما	23	23%
أحيانا	65	63%
نادرا	08	08%
اطلاقا	04	04%
المجموع	**100**	**100%**

–نلاحظ من خلال الجدول رقم –16–أن فئة من أفراد العينة الذين يؤخذ بعين الاعتبار اهتماماهم أحيانا، وهذا ما دلت عليه النسبة المقدرة بـ 63% في حين أخذت نسبة 23%دائما يأخذ باهتمامهم ثم تليها نادرا بنسبة 9% وإطلاقا بنسبة 5% فمن خلال هذا الجدول تبين لنا أن القناة تهتم في بعض الأحيان باهتمامات ورغبات جمهورها.

– من خلال التعليق والجدول أعلاه نرى أن قناة "أنس تينا" ترتب مشكلاتها الاجتماعية، مع الاخذ بعين الاعتبار اهتمامات الجماهير، وهذا ما جاء في تصريح آخر من صاحب القناة "أنس بوزغوب" أن ترتيب أولويات قناته يعود بنسبة كبيرة له شخصيا ثم للجماهير نظرا للظروف السياسية وحفاظا على استمرار القناة كذلك.[1]

[1] مقابلة مع أنس بوزغوب، 12جوان 2019، 14:42 .

الجدول رقم-17-: يوضح ترتيب المشكلات الاجتماعية حسب اهتمامات الجمهور

ترتيب المشكلات الاجتماعية حسب اهتمامات الجمهور	التكرار	النسبة المئوية
العنف	22	22%
البطالة	34	34%
الهجرة الغير الشرعية	32	32%
السرقة	12	12%
المجموع	**100**	**100%**

- نلاحظ من خلال الجدول رقم -17- أن أكبر مشكلة التي يعاني منها الجمهور هي البطالة التي قدرت نسبتها بـ 34% ثم تليها الهجرة غير الشرعية والمقدرة نسبتها بـ 32% ثم العنف بنسبة 22% وأقل نسبة لمشكلة السرقة، ومن هنا يتضح لنا أن المشكلة التي يعاني منها الجمهور هي ظاهرة البطالة التي يعاني منها المجتمع الجزائري.

- قد أكد جاء هذا الجدول مؤكدا للجداول السابقة-07-، -14- من حيث ترتيب المشكلات الاجتماعية، والتي تعتبر هذه المشكلات من بين أبرز المشاكل في المجتمع الجزائري ككل، بسبب انتشارها وتفشيها.

الجدول رقم –18–: يوضح مدى مساهمة قناة "أنس تينا" في جعل جمهورها يهتم بمشكلات دون أخرى

مساهمة قناة "أنس تينا" في جعل الجمهور يهتم بمشكلات دون أخرى	التكرار	النسبة المئوية
دائما	19	19%
أحيانا	67	67%
نادرا	14	14%
المجموع	**100**	**100%**

من خلال الجدول رقم –18– نلاحظ أن قناة أنس تينا تساهم أحيانا في اقناع الجماهير بالمواضيع التي تبثها، وهذا من خلال النسبة المقدرة بـ 67% ثم تليها نسبة الجماهير المقتنعة بما تبثه القناة وقدرت نسبتهم بـ 19% وفي الأخير حصلت الإجابة بنادرا على نسبة 14%، ومن هنا نستنتج أن القناة تساهم أحيانا في اقناع الجماهير بمواضيع دون غيرها من المواضيع الأخرى.

نستخلص أن قناة "أنس تينا" تعطي أهمية لأجندتها الخاصة أكثر من تركيزها على تغيير اهتمامات الجمهور، وذلك يعود الى الاهتمامات المختلفة للجماهير وتركيزهم على ما يأثر على حياتهم الشخصية بصفة أكبر.

الجدول رقم –19–: يوضح مدى تأثير المشكلات الاجتماعية المطروحة من قبل القناة على الجمهور

تأثير المشكلات الاجتماعية المطروحة من قبل القناة على الجمهور	التكرار	النسبة المئوية
نعم	74	74%
لا	26	26%
المجموع	**100**	**100%**

– نلاحظ من خلال الجدول رقم –19– أن نسبة74% من متابعي قناة انس تينا يتأثرون بالمشكلات الاجتماعية المطروحة أجابوا بـ"نعم" ،ونسبة % 26لا يتأثرون بالمشكلات المطروحة من طرف قناة أنس تينا، وهنا يتبين لنا أن هناك تأثير واضح على الجمهور من قبل قناة أنس تينا حول المشكلات الاجتماعية.

– من البديهي أن يكون هناك تأثير للمشكلات الاجتماعية المنشورة عبر قناة "أنس تينا" وهذا يعود لعوامل عدة منها أن لليوتيوب تأثير على الشباب بصفة عامة باعتبارهم الفئة النشيطة والمستكشفة، اضافة الى أن الجمهور يتميز بانتقاء ما يتابعه.

الجدول رقم –20–: يوضح قوة تأثير قناة "أنس تينا" على الجمهور

قوة التأثير	التكرار	النسبة المئوية
قوي	31	31%
متوسط	49	49%
ضئيل	20	20 %
المجموع	**100**	**100%**

–نلاحظ من خلال الجدول رقم –20– بأن لقناة أنس تينا تأثير على الجمهور، حيث أن هذا التأثير لديه عدة أنواع، ومن خلال النسب المقدرة نرى بأن التأثير المتوسط لديه أعلى نسبة والمقدرة بـ 49% تليها التأثير القوي بنسبة 31% وأخيرا التأثير الضئيل بنسبة 20%، وعلى هذا يتبين أن للقناة تأثير على الجمهور وذلك من خلال المواضيع التي تعرضها.

– من خلال ما لاحظنا نجد أن قوة تأثير القناة على الجمهور متوسطة وذلك يعود لأولويات الجماهير، إضافة إلى أن الجمهور يقوم بانتقاء مضامينه ولكن ليس بالضرورة إن يكون هناك تأثير باعتبار الجمهور عنصرا فعال يقوم بالتحليل والتفسير.

الجدول رقم –21–: يوضح مدى مساهمة القناة في تغيير اهتمامات الجمهور اتجاه مشكلة معينة من خلال الأهمية المقدمة لها

تغيير القناة لاهتمامات الجمهور من خلال الاهمية المقدمة لمشكلة معينة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	52	52%
لا	48	48%
المجموع	**100**	**100%**

–من خلال تحليل نتائج الجدول رقم –21– نلاحظ أن تغيير القناة لاهتمام الجمهور يرجع إلى أهمية المشكلة المطروحة والتي قدرت نسبتها بـ 52%، أما النسبة المقدرة بـ 48% لا ترى بأن القناة تغير اهتمام الجمهور من خلال عرضها للمشكلات ومن هنا تبين لأن بأن الجمهور متأثر بالقناة وللقناة تأثير على الجمهور.

– ومنه نجد أن التعبير عن واقع مشكلات او قضايا يدفع الجمهور اهتمام بتلك المشكلة أو القضية، لأنها مبنية أساسا على مفاهيم الواقع نفسه، وباعتبار هذه المشكلات تعالج من قبل افراد الجمهور في حد ذاته بعيدة عن الاعداد الاعلامي التقليدي الناتج عن سيطرة مديري الانتاج وهذا ما جعل الجماهير يغيرون اهتماماتهم، لان لهم ثقة في الشخص الذي يقوم بعرض الفيديو.[1] وتتميز هذه الوسائط بحرية أوسع من تلك التي تتمثل بحرية أوسع من الاعلام التقليدي.

[1] M.STRAGLOVE, **Watching youtube extra ordinary videosby ordinary people,** ED. university of Toronto press, Toronto buffalo london, p.180.

الجدول رقم –22–: يوضح امكانية تهميش الجمهور لبعض المشكلات بعد متابعته للقناة

تهميش الجمهور لبعض المشكلات بعد متابعته للقناة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	27	27%
لا	73	73%
المجموع	**100**	**100%**

–من خلال تحليلنا للجدول رقم–22– نلاحظ أن نسبة 73% ترى أن الجمهور أصبح لا يعطي اهتمام للمشكلات الاجتماعية التي كانت تعطيها أولوية سابقا، أما نسبة 27% والتي ترى بأن ليس للقناة دور في تغيير اهتماما الجمهور.

–ومنه نجد أن القناة تتناول نفس المشكلات الاجتماعية التي يهتم بها الجمهور، وأنها لا تغير رأي الجمهور اتجاه قضية معينة لأن هذه القضايا من أرض الواقع، وصاحب القناة ينتمي الى نفس المجتمع الذي ينتمي اليه الجمهور وبالتالي فهو يعالج مشكلات اجتماعية معاشة من قبل الطرفين.

الجدول رقم –23–: الاهتمام بالمشكلات الاجتماعية ناتج عن متابعة القناة

الاهتمام بالمشكلات الاجتماعية ناتج عن متابعة القناة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	41	41%
لا	59	59%
المجموع	**100**	**100%**

– نتيجة لتحليل الجدول رقم –23– تبين أن أكبر نسبة في هذا الجدول المقدرة بـ 59% الذين يرون بان الاهتمام بالمشكلات الاجتماعية ليس ناتج عن متابعة القناة، في حين الإجابة بـ "نعم" قدرت بـ 41%، ومن هنا نرى أن الاهتمام بالمشكلات الاجتماعية ناتج عن الواقع الذي يعيشه والأوضاع التي تحيط به، أما دور القناة فهي طرح المشكلات فقط.

– هذا دليل على وجود تقارب بين أجندة الجمهور وأجندة القناة، اضافة إلى تولد اهتمامات حول مشكلات جديدة لم يسلط عليها الضوء سابقا وقامت القناة بإبرازها للجماهير، والقناة ليست الوحيدة التي تمثل مصدر معلومات للجماهير، وصحيح أنها تعبر عن اهتمامات الجمهور لكن ذلك لا ينفي أن الجمهور له مصادر أخرى وله اهتمامات أخرى وليست القناة هي المصدر الوحيد الذي يلبي اهتماماته ورغباته.

الجدول رقم –24–: يوضح مشاهدة الجمهور لفيديوهات عبر قناة "أنس تينا" لا تثير اهتمامه

مشاهدة الجمهور لفيديوهات عبر قناة "أنس تينا" لا تثير اهتمامه	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	46%
لا	54	54%
المجموع	**100**	**100%**

– من خلال الجدول رقم –24– نلاحظ أن أكثر الجماهير لا يتابعون الفيديوهات التي لا تثير اهتماماتهم، وقدرت نسبتهم بـ 54% في حين باقي الجماهير والمقدرة نسبتهم بـ 46% يتابعون الفيديوهات حتى وإن كانت لا تثير اهتمامهم وعلى هذا نرى بأن أغلبية الجماهير يشاهدون ما يثير اهتماماتهم عبر القناة.

– الجمهور نوعين الأولى هو الجمهور الانتقائي الذي يتميز بانتقائيته للمضامين وينتقي ما يشاهده، والثاني هو الجمهور المستكشف الذي يسعى الى استكشاف كل ما هو جديد.

الجدول رقم –25–: يوضح اراء الجمهور نحو المشكلات الاجتماعية التي تعرضها قناة "أنس تينا"

آراء الجمهور نحو المشكلات الاجتماعية التي تعرضها قناة "أنس تينا"	التكرار	النسبة المئوية
مؤيد	58	58%
محايد	28	28 %
معارض	14	14%
الجموع	**100**	**100%**

– يتضح لنا من خلال الجدول رقم–25– المؤيد للمشكلات الاجتماعية التي تعرضها القناة تحصلت على أعلى نسبة والمقدرة بـ 58%. ثم تليها نسبة 28% ذات الاتجاه المحايد، وفي الأخير نجد ان الاتجاه المعارض تحصل على نسبة 14%، وعلى هذا الأساس ومن خلال النسب المقدرة نلاحظ أن أكثر الجماهير مؤيدة للمشكلات الاجتماعية التي تعرضها القناة.

– نستنتج ان الجمهور مؤيد لأغلبية المشكلات الاجتماعية المعروضة عبر القناة، وقد يدل ذلك على تقارب وتشابه بين أولويات القناة وأولويات الجمهور، باعتبار صاحب القناة ينتمي الى نفس المجتمع فهو يترجم ما يعيشه مجتمعه بصفة عامة.

الجدول رقم –26–: يوضح رأي الجمهور حول المشكلات المطروحة عبر قناة "أنس تينا"

رأي الجمهور حول المشكلات المطروحة عبر قناة "أنس تينا"	التكرار	النسبة المئوية
جيدة.	47	47%
مقبولة.	29	29%
هادفة.	10	10%
متوسطة.	11	11%
مؤيدة له.	03	03%
المجموع	**100**	**100%**

–قناة "أنس تينا" تعتبر من القنوات التي لها تأثير على الجمهور، حيث تقوم بعرض المشكلات الاجتماعية ويكون ذلك من خلال عرضه للفيديوهات المعبرة عن المشكلات، فلكل فرد رأيه الخاص حول هذه المواضيع التي يتم عرضها عبر القناة، فمن خلال الجدول رقم –26– نلاحظ بأن أغلبية أفراد العينة كان رأيهم حول هذه المواضيع جيدة، وكانت النسبة مقدرة بـ 47%، ثم تليها مقبولة بنسبة 29%، والبعض الآخر من أفراد العينة يراها متوسطة وكانت النسبة مقدرة بـ 11% والآخرين يرونها هادفة مؤثرة وكانت النسبة مقدرة بـ 10 %، وفي الأخير كانت النسبة 3% الذين مؤيدين له.

– ومنه نستنتج أن الجمهور يتماشى وما تعرضه القناة، وبالتالي قبول الجمهور بما تعرضه القناة وذلك لأن صاحب القناة يعرف كيف يعمل على ايصال الرسالة الإعلامية للجماهير بطريقة سهلة ومبسطة.

الجدول رقم –27–: يوضح فتح القناة مجال من حرية التعبير مع الجمهور

يوضح فتح القناة مجال النقاش مع الجمهور	التكرار	النسبة المئوية
نعم	52	52%
لا	48	48%
المجموع	**100**	**100%**

–توضح لنا من خلال الجدول رقم –27–أن أغلبية الجمهور يرون بأن القناة فتحت مجالا للنقاش والمقدرة نسبتهم 52%، في حين قدرت نسبة الإجابة بـ "لا" بنسبة 48%، ومن هنا نستنتج أن القناة فعلا فتحت المجال للنقاش أي أن أغلبية جمهورها أصبحوا قادرين على ابداء رأيهم وطرح ومناقشة أفكارهم.

–باعتبار اكبر عدد صرح بأن القناة تفتح له مجالا للنقاش حيث يتمثل ذلك في فتح فرصة لتبادل مقاطع الفيديو بين الأصدقاء والزملاء اضافة الى ابداء الرأي عبر التعليقات، وكذلك نظرا لوجود الجانب الفكاهي الذي يوليه الجمهور اهتماما، ويجلب الانتباه أما بالنسبة لعدم التفاعل يمكن أن يكون ذلك لعوامل أخرى كعدم تفاعل صاحب القناة بعض الأحيان مع الجمهور.[1]

[1] C.VEMALLIS. **Unruly media :youtube music videos and the new digital cinema**, ed.oxford university press.2013.p.09.

الجدول رقم –28–: يوضح مدى اقتناع الجمهور بما تعرضه القناة من مشكلات اجتماعية

اقتناع الجمهور بما تعرضه القناة من مشكلات اجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	88	88%
لا	12	12%
المجموع	**100**	**100%**

–من خلال الجدول رقم –28– نلاحظ أن الجمهور مقتنع بما تعرضه القناة عن المشكلات الاجتماعية، فقد كان الجمهور مقتنع والتي كانت اجابته بـ "نعم" مقدرة بـ 88%، فحين غير مقتنعين والتي كانت اجابتهم بـ "لا" قدرت بـ 12% وهذا دليل على أن أكثر الجماهير المتابعين للقناة مقتنعين بما تقدمه وتعرضه القناة.

– وهذا يعود إلى أن صاحب القناة والجمهور من مجتمع واحد، يواجهون نفس المشكلات الاجتماعية وبالتالي فما يعرضه "أنس" أي صاحب القناة مطابق لما يحدث على أرض الواقع من مشكلات اجتماعية، اضافة الى طريقة تبسيطه لما يعرضه وأسلوبه في المعالجة مما يجعل الجمهور يميل لقبول ما يعرضه.

الجدول رقم –29–: يوضح رأي الجمهور حول ما ان كانت طريقة المشكلات الاجتماعية عبر القناة في المستوى

رأي الجمهور حول ما ان كانت العرض المشكلات الاجتماعية عبر القناة في المستوى	التكرار	النسبة المئوية
نعم	84	84%
لا	16	16%
المجموع	**100**	**100%**

–فلاحظ من خلال الجدول رقم–29–أن مناقشة المشكلات الاجتماعية في المستوى فقد حازت الاجابة "نعم" على 84%، وحازت الإجابة بـ "لا" على نسبة 16% وهذا دليل على أن الجمهور مقتنع بما تعرضه وتناقشه القناة.

– ومنه نجد أن نقاش المشكلات الاجتماعية عبر قناة "أنس تينا" لاق قبولا هائلا من طرف الجماهير، حيث أن الجمهور يعتبر ما تبثه القناة مطابقا لأرض الواقع وذلك لأن النقاش بطريقة سهلة ومبسطة يمكن لجميع فئات المستوى التعليمي أن تفهمها، وبالتالي فطريقة النقاش كذلك تلعب دورا في الحفاظ على الجماهير.

مقابلة مع أنس بوزغوب:

أنس بوزغوب 29 سنة، يقطن بالجزائر العاصمة بالضبط في القبة، تحصل على البكالوريا سنة 2006 درس في المعهد العالي management تحصل على ماجستير في المالية، ويعمل حاليا في مجال تخصصه .

تعريف قناة "أنس تينا":

بدأت هذه القناة سنة 2011بنشر الفيديوهات، وقد كانت هذه الفيديوهات هزلية حيث لا يبرز فيها اليوتيوبر أنس وجهه إنما كان يقوم بها عبر الصوت فقط، اما حول فكرة نشر الفيديوهات فقد كانت مجرد صدفة بين أنس وأصدقائه ليلقى بعدها شعبية كبرى، حيث بدأ الجمهور بإرسال رسائل له حتى يبرز وجهه وكذا ليقدم لهم المزيد من الفيديوهات.

وكانت الفيديوهات الأولى التي تم نشرها حول كرة القدم بدافع الضحك، وأول فيديو رسمي قام بنشره أنس عبارة عن مقارنة بين الجامعة في الجزائر وأوروبا وبالضبط النقل الجامعي .

1. هل المشكلات الاجتماعية التي تناولتها في القناة عشتها ام مجرد تناول تلقائي لها؟

صرح المبحوث أن المشاكل الاجتماعية التي تناولها في قناته منها ما عاشاها ومنها ما عاشها أفراد عائلته أو أصدقائه وعلى هذا الاساس تم اختيار الأجندة العامة للقناة فقد صرح أنس على أنه مثلا عاش مشكلة النقل اي أنها على صعيد شخصي وعبر الاحتكاك مع الجمهور يقوم الجمهور بطرح بعض المشكلات ليتم نشرها ومناقشتها على القناة .

-ومنه نجد أن المشكلات الاجتماعية التي تناولتها قناة أنس تينا تقوم على مشكلات انتقاها المبحوث من المحيط الذي يدور فيه، وليست مجرد مشكلات تم مناقشتها دون الاحتكاك بها انما من الواقع المعاش والتجارب الحياتية التي مر بها سواء هو أو المقربون منه.

2. رتب المشكلات الاجتماعية حسب اهتماماتك.

أدلى المبحوث هنا أنه من الصعب القيام بترتيب المشكلات لأن الجمهور هو الذي يحدد المقياس الخاص بالمشكلات الاجتماعية، ولكن يمكن القول أن أغلب المشكلات الاجتماعية نابعة عن مشكلات سياسية بالدرجة الأولى، لكنه صرح بأن أعلى نسبة مشاهدة كانت لفيديو كبش العيد وفيديو الحب في الجزائر حيث أن لهما تأثير كبير على الجمهور الخاص بالقناة

-ومن هذه الاجابة نجد أن المبحوث لا يملك أجندة محددة يسير عليها أو يطرح المشكلات الاجتماعية من خلالها، لذلك لم يستطع أن يرتب المشكلات الاجتماعية، وهذا يعود إلى عوامل مؤثرة في ترتيبه وتحديده لهذه المشكلات.

وأما عن تصريحه عن الخاص بالمشكلتين الخاصتين بكبش العيد أولا والتي تعبر عن مشكلة ارتفاع الأسعار في الجزائر وعدم قدرة الأسرة الجزائرية على تلبية حاجاتها والقيام بأبسط الأمور، وثانيا مشكلة الحب في الجزائر والتي أصبحت ظاهرة متفشية في المجتمع الجزائري وغياب المبادئ والأخلاق وتفشي القيم السيئة بين الجمهور، وهنا نجد أن الجمهور هو الذي يعتبر عامل أساسي في تحديد أجندة القناة.

3. هل قمت بفسح المجال للجمهور بالتعبير عن آرائهم وكذا نقاشهم؟

صرح المبحوث هنا بقوله :-"نعم أكيد"- حيث أن هناك تفاعل مع الجمهور من خلال التعليقات وكذلك على أرض الواقع، فهناك بعض أفراد الجمهور الذين طلبوا المشاركة في تصوير الفيديوهات المنشورة على القناة وكانت تلك مبادرة جيدة حيث في كل مرة يسمح لمن يريد التمثيل بالظهور والمشاركة في تمثيل الفيديوهات عند انتاجها.

-ومن هنا نجد أن قناة أنس تفسح المجال للجماهير بالنقاش والتعبير بكل حرية وهذا ما يعزز مكانتها بين الجماهير، ويجعلها من بين قنوات اليوتيوب التي يفضل الجمهور متابعتها وتشجيعها، بما أنها تسمح له بإيصال رأيه بكل حرية وتفتح له مجالا واسعا في طرح آرائه ومشكلاته الخاصة ووجهات نظره.

4. على أي أساس تقوم باختيار المشكلات الاجتماعية التي تقوم بمناقشتها وطرحها عبر قناتك الخاصة؟

أجاب المبحوث على هذا التساؤل عل أنه يقوم باختيار المشكلات الاجتماعية التي يقترحها عليه الجمهور من خلال الاحتكاك به على أرض الواقع أو عبر القناة أي عبر التعليقات الموجودة عليها أو عبر الواقع الذي يراه.

-ومن هنا نرى أن المبحوث يأخذ بعين الاعتبار أجندة الجمهور كذلك في تحديده لأولويات قناته حول المشكلات الاجتماعية.

5. هل تقوم بطرح المشكلات الاجتماعية التي تثير اهتمامك أم التي تراها من بين اهتمامات الجمهور؟

أكد المبحوث هنا على أن اختيار المشكلات يكون حسب وترين هما الجمهور والرأي الخاص به باعتباره أصبح يحمل مسؤولية حول المشكلات التي يتم نقاشها وتداولها .

-وهنا نجد أن ترتيب أولويات قناة أنس تينا تقوم على ما يحدده اليوتيوبر أنس بالدرجة الأولى وما يطلبه الجمهور بالدرجة الثانية.

6. ما هو الدافع الذي جعلك تناقش المشكلات الاجتماعية ؟

وفي هذه النقطة أدلى المبحوث بأن الدافع الرئيسي من خلال مناقشة هذه المشكلات الاجتماعية وطرحها عبر قناته هو الضحك لإخراج الكبت الموجود لدى الجماهير بالإضافة الى إرسال رسائل معبرة تمس أرض الواقع اضافة الى موازنة كل هذا لإرضاء الناس .

-ومن الاجابة المقدمة لنا من قبل المبحوث نجد أن الهدف الأساسي له من خلال مناقشة وطرح المشكلات الاجتماعية هو الوصول إلى داخل الجمهور وكسب وده وتأييده عبر الجمع بين عنصرين أساسيين وهما الضحك واعطاء رسائل جوهرية بطريقة غير مباشرة.

7. كيف تتعامل مع الاختلاف الموجود بين الجمهور سواء من حيث الآراء أو النقاش؟

أكد المبحوث على أن التعامل يكون عاديا مع الجمهور ولا توجد هناك مشاكل أما من ناحية الآراء والنقاش وأكيد هناك تضارب واختلاف فيه ويجب احترام جميع الآراء سواء الايجابية أو السلبية وكذا احترام النقد من قبل الجمهور وخاصة النقد البناء .

-ومن خلال ما تحدث عنه المبحوث من احترامه لجميع الآراء وحتى النقد، نجد أنه يعرف كيف يكسب الجمهور سواء المؤيد أو المعارض من خلال طريقة التعامل معه، وكسبه بطرق غير مباشرة .

8. ماهي الصعوبات التي واجهتك؟

صرح المبحوث أن هناك العديد من المشكلات التي واجهته من بينها منعه من الظهور في بعض القنوات التلفزيونية وخاصة القناة العمومية، عدم قدرته على القيام بإعلانات أو بعض الأعمال الربحية وذلك لمنعه من الظهور في بعض القنوات، وأكد كذلك على قلة الانتاج في الآونة الاخيرة بسبب الحراك، كما صرح في الأخير أن الأشياء الجيدة كحب الجمهور له وتفاعله معه يغطي على كل الصعوبات التي واجهها أو التي يواجهها حاليا.

-ومن التصريح المقدم لنا من قبل المبحوث نجد أنه رغم الصعوبات التي تواجهه إلا أنه متمسك بطرحه للمشكلات الاجتماعية عبر قناته، وأنه لم ولن يستغني عن طرحها ومناقشتها بالرغم من أن الجميع في وقتنا الحالي يرغب في تحقيق الربح المادي أولا، إلا أنه ومن خلال تصريحه نجد أنه يهدف إلى مواصلة عرض هذه المشكلات ليس بغية الربح المادي، إنما بغية الوصول إلى حل لها.

نتائج الدراسة :

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور قناة "أنس تينا" في ترتيب أولويات جمهورها حول المشكلات الاجتماعية حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- خلصت الدراسة أن معظم المتابعين لقناة "أنس تينا" من فئة الشباب المتعلمين .
- كما توصلت الدراسة الى أن المشكلات الاجتماعية التي تعرضها القناة تواجه الجمهور المتواجد في الأماكن السكانية المكتظة والتي تعاني من أزمات ومشكلات عديدة.
- أن هناك توافق نسبي بين أجندة قناة "أنس تينا" في ترتيبها للمشكلات الاجتماعية وأجندة جمهورها.
- كشفت الدراسة كذلك أن قناة "أنس تينا" تأخذ بعين الاعتبار أجندة جمهورها حول المشكلات الاجتماعية.
- من خلال الدراسة استنتجنا أن معظم الجمهور يتابع الفيديوهات التي تبثها قناة "أنس تينا" حتى لو لم تكن من بين اهتماماته، نظرا لطريقة النقاش الواقعية والمبسطة.
- قناة "أنس تينا" تعبر عن اهتمامات الجماهير حول المشكلات الاجتماعية باعتبارها على أرض الواقع وليست افتراضية، أو تم افتعالها.
- تبرز قناة "أنس تينا" المشكلات الاجتماعية التي يعيشها جمهورها وبالتالي فهي تأخذ بعين الاعتبار اهتماماته.
- استخلصنا أن أجندة قناة "أنس تينا" تتأثر بأجندة الجمهور وتلجأ اليها في ترتيب أولوياتها، حفاظا على الجماهير من جهة، وحفاظا على ضمان بقاء صدى لصوت القناة.
- أجندة قناة "أنس تينا" تقوم أساسا على أجندتها الخاصة وتليها أجندة الجمهور.
- تأثر قناة "أنس تينا" على جمهورها من خلال أجندتها الخاصة لأنها تترجم المشكلات الاجتماعية المعاشة بطريقة هزلية وهادفة في نفس الوقت.
- وتوصلت الدراسة الى أن أولويات قناة "أنس تينا" تأثر على أولويات جمهورها.
- الاحتكاك بالجماهير وفتح المجال لها للنقاش يزيد من تأثرهم بأجندة القناة.

الخاتمة

الخاتمة:

إن التطور التكنولوجي في مجال الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة أفضى إلى تغييرات عديدة في الجانب الاتصالي والاعلامي وكذلك في حياة الأفراد من خلال ما تقوم به هذه الوسائط لفتح المجال للجمهور للتعبير عن آراءه والنقاش القائم حول التداخلات العديدة في مختلف المجالات الاقتصادية السياسية والاجتماعية بكل حرية ودون أي ضغط أو رقابة كما كان سائدا في عصر الاعلام التقليدي.

وقد كشفت دراستنا أنه من خلال اليوتيوب الذي يعتبر وسيط جديد ووسيلة اعلامية مغايرة من حيث تقديمه للمضامين وكذا طريقته الاعلامية، والذي تنشر عبر قنواته مقاطع فيديو يتم انشائها من قبل اليوتيوبرز وكما استنتجنا من خلال الأنموذج الذي قمنا بدراسته فإن قناة "أنس تينا" تلعب دورا كبيرا في ترتيب أولويات جمهورها حول المشكلات الاجتماعية، كما تساهم في ذلك من خلال أجندتها الخاصة التي تقوم بترتيبها وفقا لمتطلباتها مع الأخذ بعين الاعتبار أجندة جمهورها، كما توصلنا إلى وجود توافق كبير بين أجندة القناة وأجندة الجمهور وهذا من خلال التأثير المتبادل بين كل منهما.

ويمكن القول أن قبول الجمهور بالمشكلات الاجتماعية التي تعرضها قناة "أنس تينا" ناتج عن التجديد المستمر وذلك لاستقطاب أكبر عدد من الجماهير والمتابعين، إضافة الى ضمان استمرارية القناة.

- **أهم الاقتراحات والتوصيات:**

- اعطاء الباحثين قنوات اليوتيوب أهمية أكثر وذلك لما تملكه من تأثير على الجماهير.
- القيام بمثل هذه الدراسات حول قنوات اليوتيوب باعتبارها دراسات جديدة.
- اعطاء الجماهير المكانة اللازمة لضمان سيرورة وبقاء مثل هذه القنوات.
- ضرورة العمل على ترتيب أولويات القناة بالعودة الى أجندة الجمهور.
- اعتماد اليوتيوب كمنصة اعلامية فعالة لكل فرد يمتلك مواضيع أو نقاشات في جميع المجالات، نظرا لوجود عملية اتصال متبادلة بين الجمهور والمرسل عكس الاعلام التقليدي.
- زيادة نسبة نشر الفيديوهات على قناة "أنس تينا" حتى لا تفقد القناة مكانتها بين الجماهير.
- الأخذ بعين الاعتبار آراء الجمهور في كل ما يتم نشره عبر قناة "أنس تينا".

قائمة المصادر والمراجع

باللغة العربية:

أ) الكتب:

1. أحمد زكريا أحمد، **نظريات الإعلام مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها**، ط1، المكتبة العصرية، ، مصر، 2009.
2. أحمد العموش، حمود العليمات، **المشكلات الاجتماعية**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة القاهرة، 2008.
3. أكرم عبد الرزاق المشهداني، **واقع الجريمة واتجاهاتها في الوطن العربي**، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2005.
4. بول ليفنسون، **أحدث وسائل الإعلام الجديدة**، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2015.
5. حارث عبود، **الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي**، ط1، دار ومكتبة الحامد، عمان، 2015.
6. حسن السوداني، محمد المنصور، **شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المتلقين social media networks**، ط1، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان، 2015.
7. حسن عماد مكاوي، **نظريات الإعلام**، ط1، الدار العربية، القاهرة، 2009.
8. دلال ملحس استيتية، عمر موسى سرحان، **المشكلات الاجتماعية**، عمان، دار وائل، 2012.
9. ربحي عليان مصطفى، عثمان محمد غنيم، **مناهد وأساليب البحث العلمي**، ط1،دار الصفاء، عمان، 2000.
10. سميرة العابد، وزهية عباز، **ظاهرة البطالة في الجزائر بين الواقع والطموحات**، مجلة الباحث، عدد11، 2012.
11. صلاح عبد الحميد، **الإعلام والثورات العربية**، ط1،مؤسسة طيبة، القاهرة، 2013.
12. عاطف عدلي العبد، **نظريات الإعلام وتطبيقاتها**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
13. عباس أبو شامة، **التعريف بالظواهر الإجرامية المستحدثة حجمها– أبعادها– ونشاطها في الدول العربية**، ورقة مقدمة إلى أبحاث الندوة العلمية حول الظاهر الإجرامية المستحدثة وسبل مواجهتها، 28-30 جوان 1999، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 1999.
14. عبد الإله بن عبد الله المشرف، رياض بن علي الجوادي، **المخدرات والمؤثرات العقلية، الرياض**، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2011.
15. عبد الباسط متولي خضر، **أدوات البحث العلمي وخطة إعداده**، ط1، دار الكتاب الحديث، 2004.

16. عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني**، ط1، دار صفاء، عمان، 2015.
17. عبد الرزاق محمد الدليمي، **الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية**، ط1،دار وائل، الأردن، 2011.
18. عبد العزيز بن علي الغريب، **ظاهرة العودة للإدمان في المجتمع العربي**، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006.
19. عصام توفيق، وآخرون، **المشكلات الاجتماعية المعاصرة**، ط1، دار الفكر، عمان، 2008.
20. عصمت عدلي، **الجريمة وقضايا السلوك الانحرافي بين الفهم والتحليل**، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2009.
21. علاء الدين محمد عفيفي، **الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية**، دار التعليم الجامع، القاهرة، 2015.
22. علي خليل شقرة، **الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي**، ط1، دار أسامة، الاردن، 2014 .
23. علي عبد الرزاق حلبي، **المشكلات الاجتماعية : دراسات معاصرة في العنف الجريمة المنظمة**، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2005.
24. علي عبد الفتاح كنعان، **الإعلام والمجتمع**، دار اليازوري العلمية، عمان، 2014.
25. عمار إبراهيم قنديلجي، **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية**، دار المسيرة، ط1، 2008.
26. فيصل محمد عبد الغفار، **شبكات التواصل الاجتماعي**، ط1، الجنادرية، عمان، 2016.
27. كامل خورشيد، مراد، **الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور– الخصائص– النظريات**، ط1، دار المسيرة، عمان، 2011.
28. مجد هاشم الهاشمي، **تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري: مدخل الى الاتصال وتقنياته الحديثة**، ط1، دار أسامة، الأردن، 2012.
29. محمد أعبيد الزنتاني إبراهيم، **الهجرة غير الشرعية والمشكلات الاجتماعية**، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2008.
30. محمد المدني بوساق، **مواجهة خطر المخدرات**، دار الخلدونية، الجزائر، 2011.
31. محمد جمال مظلوم، **الاتجار بالمخدرات**، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2012.
32. محمد عاطف غيث، **قاموس علم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995.
33. محمد محمد قاسم، **المدخل إلى مناهج البحث العلمي**، ط1،دار النهضة العربية، بيروت، 1999.

34. محمود السيد علي، **المخدرات: تأثيرها وطرق التخلص الآمن منها**، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2012.

35. مروان عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، مؤسسة الوراقة، الأردن.

36. مروى عصام صلاح، **الإعلام الإلكتروني :الأسس وآفاق المستقبل**، ط1، دار الإعصار، عمان، 2013.

37. معمر داود، **عوامل الفعل الإجرامي لدى الشباب الجزائري بمؤسسة الوقاية سوق أهراس**، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 30، جوان 2012.

38. معن خليل عمر، **علم المشكلات الاجتماعية**، دار الشروق، عمان، 2005.

39. منال هلال المزاهرة، **نظريات الاتصال:coomunicationtheories**، ط1، دار المسيرة، عمان، 2012.

40. وديع العزعزي، **الاعلام الجديد مفاهيم ونظريات**، ط1، دار المناهج، 2015.

باللغة الأجنبية:

41. C.S. ARAUJO, and authors, **Characterizing videos audience and advertising in youtube channels for kids**, ED.university bof Toronto. 4jul 2017.
42. M. RAMOUSSERROMO, P. HERRERODIZ، **Unboxing and brands phenomenon through the casz study of vantbehk revista de cienias sociales,** ED. Revesta de investigation social، mayo2016.
43. S.EMRULI, **Youtube and political communication macedonian case**,ed. Faculty of Organization and Informatics, University of Zagreb, July 2011.
44. D.SAHLIN, C. BOTELLO, **Youtube for dummies**, ED.Wiley publishing, 2007.
45. I.ELEA , L. MIKOS, **Young and creative, digital technologies empowering children in everyday life**,Ed. the international clearninghouse on children, youth and media, nordicom university of Gothenburg, 2017.
46. M.STRAGLOVE, **Watching youtube extra ordinary videosby ordinary people,** ED. university of Toronto press, Toronto buffalo London.
47. C.VEMALLIS. **Unruly media :youtube music videos and the new digital cinema**, ed.oxford university press.2013.

المذكرات:

48. أحمد يونس محمد حمودة، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية**، دراسة مقدمة لنيل الماجستير، البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013.

49. أشرف الدين بارش، صابر لعور، **استخدامات الطلبة لليوتيوب والاشباعات المحققة منه دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016.

50. أكرم عبد القادر عبد الله فروانة، **فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الاسلامية بغزة**، مذكرة مكملة للحصول على درجة الماجستير، كلية التربية، الجامعة الاسلامية غزة، 2012.

51. إيمان بخوش، **خصائص قادة الرأي عن شبكات التواصل الاجتماعي، الشبكة الاجتماعية تويتر نموذجا**، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة3، الجزائر، 2015.

52. بلال جعفر، **استخدامات تلاميذ المرحلة المتوسطة لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي اليوتيوب من جانفي الى مارس 2018**، مذكرة ماستر، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام، 2018.

53. جاوي جهاد، سمية سردون، **معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية اللاجئين السوريين تحليل سيميولوجي لعينة من الصور في موقع الفيس بوك**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجيلالي بونعامة، 2017.

54. خالد بن أحمد عثمان المنصوري، **المشكلات النفسية والاجتماعية الأكثر شيوعا وبعض السمات الشخصية لدى عينة من طلبة كلية المعلمين بجامعة الطائف**، رسالة ماجستير، كلية المعلمين، جامعة أم القرى، السعودية، 2008.

55. سارة عمور، محمد لمين بزاز، **استخدام موقع التواصل الاجتماعي استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك والعلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين دراسة مسحية لعينة من طلبة كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 3**، مذكرة لنيل مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.

56. عائشة ديس، **دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، 2018.

57. كريمة بوعديلة، وآخرون، **مدى مساهمة الطلبة الجامعيين في صناعة صحافة المواطن: موقع اليوتيوب نموذجا**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة08ماي45 قالمة، 2015.

58. مريم ليمان، **واقع الاستغراب الثقافي لدى الشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك نموذجا**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08ماي45 قالمة، 2013.

مواقع الانترنت:

59. 6 من خائص يوتيوب قد تعرفها لأول مرة، 18ماي2019، 11:25:
https://www.majnooncomputer.net

60. أم الخير، سحنون، **الهجرة الغير الشرعية لدى الشباب الجزائري الأسباب والعوامل**، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، ص. 16:https://www.univ-chlef.dz

61. فاطمة الزهراء قيطة، **المعالجة الإعلامية لقضايا المجتمع المحلي، دراسة تحليلية مقارنة لعينة من النشرات في إذاعتي البليدة والوادي من فيفري إلى جويلية 2015**، ص.53:
https://www.ccdz.cerist.dz

62. قصة نشأة الموقع الضخم، 27 ماي2019، 20:25:Kortoba.mam9.com

63. مجدي كميل، **معلومات عن اليوتيوب دليل احصائي 2018**، آخر تعديل 30 مارس 2019، موقع الرابحون. http://www.ahrab7on.com

64. مواقع التواصل الاجتماعي، 2019/03/23، 20:30: http://bohot2.blogspot.com

65. أرقام مرعبة حول الحراقة الجزائريين في أوروبا، 27 جوان 2019، 5:28:
http://m.elbilad.net/article/detail?id=

المقابلات:

66. مقابلة مع أنس بوزغوب، صاحب القناة، 12جوان 2019، 14:42

الملاحق

أسئلة المقابلة:

1. هل المشكلات الاجتماعية التي تناولتها في القناة عشتها ام مجرد تناول تلقائي لها؟
2. رتب المشكلات الاجتماعية حسب اهتماماتك.
3. هل قمت بفسح المجال للجمهور بالتعبير عن آرائهم وكذا نقاشهم؟
4. على أي أساس تقوم باختيار المشكلات الاجتماعية التي تقوم بمناقشتها وطرحها عبر قناتك الخاصة؟
5. هل تقوم بطرح المشكلات الاجتماعية التي تثير اهتمامك أم التي تراها من بين اهتمامات الجمهور؟
6. ما هو الدافع الذي جعلك تناقش المشكلات الاجتماعية ؟
7. كيف تتعامل مع الاختلاف الموجود بين الجمهور سواء من حيث الآراء أو النقاش؟
8. ماهي الصعوبات التي واجهتك؟

استمارة استبيان:

دور اليوتيوب في ترتيب أولويات جمهور قناة "أنس تينا" حول المشكلات الاجتماعية

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس:

ذكر: ☐ أنثى : ☐

2. السن: من 15 الى 24سنة ☐ من 25 الى 34 سنة ☐ من 35 الى 44سنة ☐

من 45الى 54سنة ☐ من 55 فما فوق ☐

3.المستوى التعليمي:

ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا فما فوق ☐

4.مكان الاقامة:

شرق ☐ غرب ☐ شمال ☐ جنوب ☐ وسط ☐ خارج البلاد ☐

5.الحالة الاجتماعية:

أعزب ☐ متزوج ☐ مطلق ☐ أرمل ☐

المحور الثاني: توافق أولويات قناة "أنس تينا" مع أولويات الجمهور

6.هل تتابع قناة "أنس تينا" بصفة منتظمة؟

نعم ☐ لا ☐

7.ماهي المشكلات الاجتماعية التي تثير اهتمامك؟

الهجرة الغير الشرعية ☐ الطلاق ☐ البطالة ☐

8.هل المشكلات التي تثير اهتمامك نفسها التي تتناولها قناة "أنس تينا"؟

نعم ☐ لا ☐

9. هل تقبل على مشاهدة جميع الفيديوهات التي يتم بثها؟

نعم ☐ لا ☐

10. هل اهتمامات للقناة تعبر عن اهتماماتك الفعلية ؟

نعم ☐ إلى حد ما ☐ لا ☐

11. ما هو الدافع الذي جعلك متابعا لقناة "أنس تينا" على غرار غيرها من القنوات؟

.....

المحور الثالث: تأثر أجندة قناة "أنس تينا" بأجندة الجمهور

12. هل أنت مقتنع بما تعرضه القناة؟

نعم ☐ لا ☐

13. ماهي أهم المشكلات التي اثارت انتباهك عبر القناة؟

.....

14. هل تقوم القناة بإبراز المشكلات الاجتماعية التي تشغلك ؟

نعم ☐ لا ☐

15.حسب اعتقادك من يتحكم في ترتيب المشكلات التي تطرحها قناة "أنس تينا"؟

أهمية القضية ☐ الرأي العام ☐

صاحب القناة ☐

16. هل ترتيب قناة "أنس تينا" للمشكلات يأخذ بعين الاعتبار اهتماماتك؟

دائما ☐ احيانا ☐ نادرا ☐ اطلاقا ☐

17.رتب المشكلات الاجتماعية التالية بالأرقام حسب اهتماماتك

العنف ☐ الطلاق ☐ الهجرة ☐ البطالة ☐ السرقة ☐

أخرى تذكر بالترتيب .....

المحور الرابع: تأثير أجندة "أنس تينا" على اهتمامات وأولويات الجمهور

18. هل تساهم قناة "أنس تينا" في جعلك تهتم المشكلات دون أخرى؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

19. هل المشكلات الاجتماعية التي تم طرحها عبر القناة ذات تأثير عليك؟

نعم ☐ لا ☐

20- ما نوع هذا التأثير؟

قوي ☐ متوسط ☐ ضئيل ☐

21. هل ساهمت قناة "أنس تينا" في تغيير اهتماماتك نحو مشكلة معينة من خلال الأهمية المقدمة لها ؟

نعم ☐ لا ☐

22. هل هناك بعض المشكلات الاجتماعية التي كانت من بين أولوياتك ومن خلال المشاهدة أصبحت لا توليها اهمية؟

نعم ☐ لا ☐

23. هل اهتمامك بالمشكلات حاليا ناتج عن متابعة القناة؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الخامس: قبول الجمهور بالترتيب الذي تقدمه قناة "أنس تينا"

24. اذا صادفك فيديو خاص بالقناة ولم يثر اهتمامك هل تقوم بمشاهدته؟

نعم ☐ لا ☐

25. ما هو اتجاهك نحو المشكلات الاجتماعية التي تعرضها قناة "أنس تينا"؟

موافق ☐ مؤيد ☐ معارض ☐

26. ما رأيك بطرح قناة "أنس تينا" للمشكلات التي تهتم بها؟

.....

27. هل فتحت لك القناة مجالا للنقاش؟

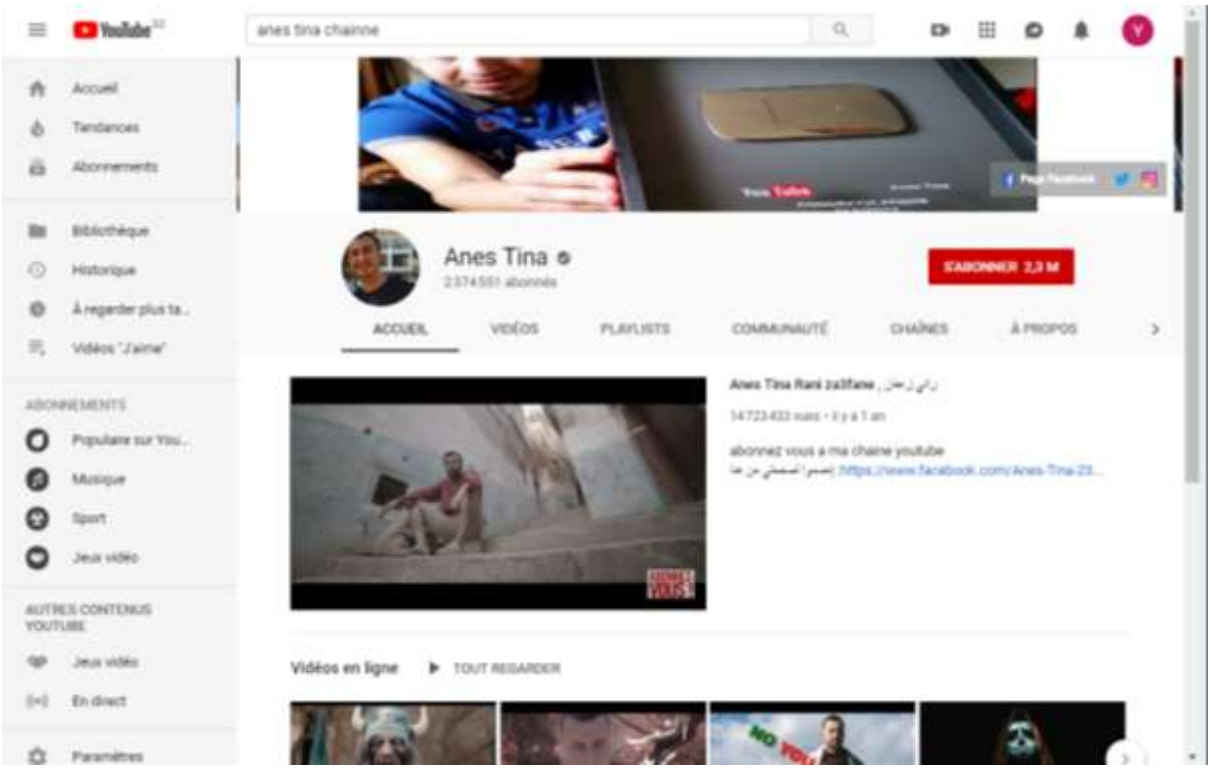
نعم ☐ لا ☐

28. هل أنت مقتنع بما تعرضه القناة من مشكلات ؟

نعم ☐ لا ☐

29. هل مناقشة المشكلات الاجتماعية من خلال القناة في المستوى؟

نعم ☐ لا ☐



صورة تمثل قناة أنس تينا على اليوتيوب