

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل: 1- 161635092488

2- 161635102424

دور اليوتيوب في خلق اختراعات جديدة

لدى المجتمع الجزائري

دراسة ميدانية على عينة قصدية من سكان بوسعادة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

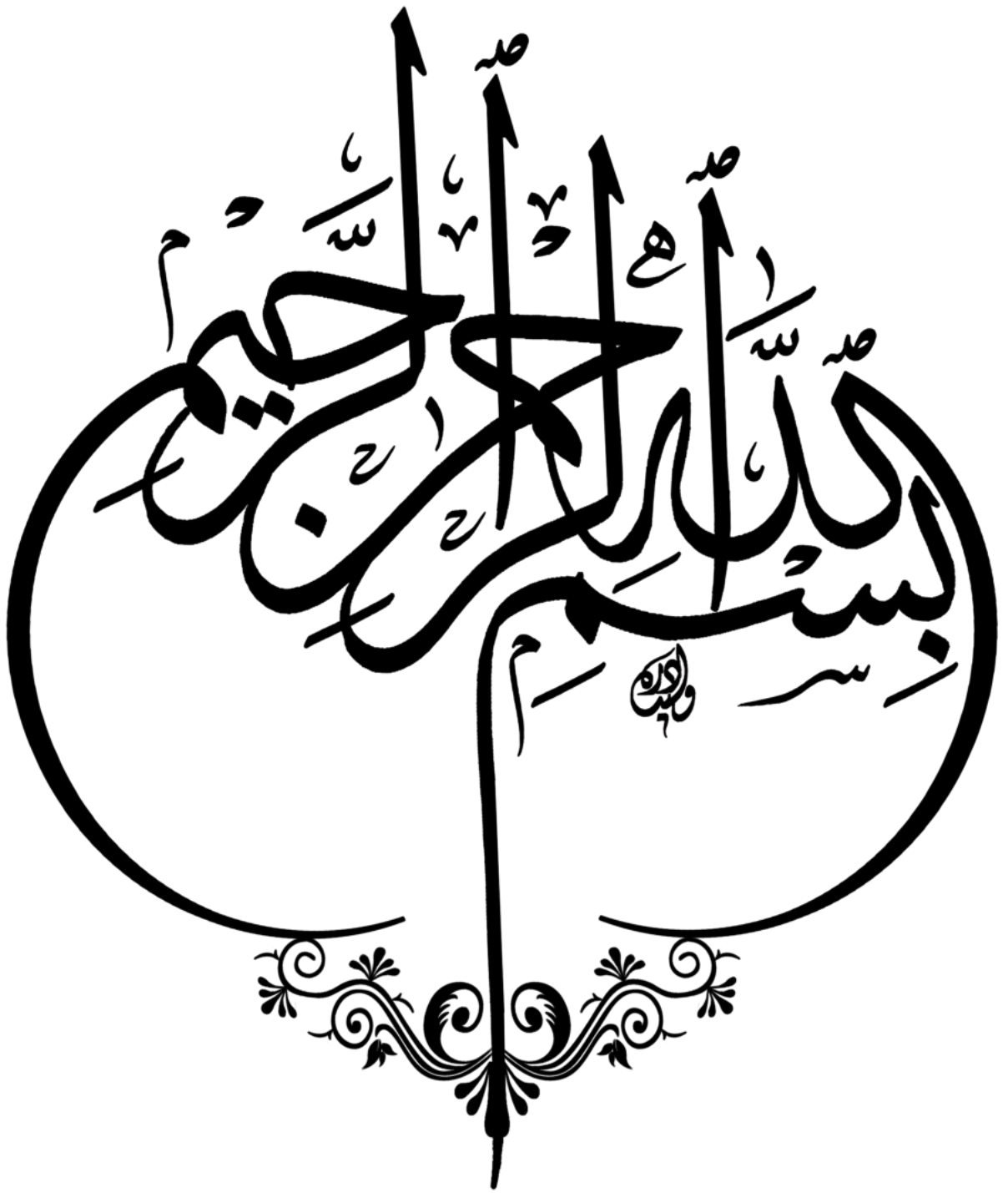
- بن عيسى الشيخ

إعداد الطالبتان:

- مام الشيماء

- شريكي فاطنة

السنة الجامعية 2020-2021



كلمة شكر

قال تعالى: { رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ

وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأُدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ [١٩]

سورة النمل الآية ١٩.

وقال تعالى: [من لم يشكر الناس لم يشكر الله]

في البداية نشكر الله عز وجل الذي وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع

كما نتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا على إنجاز هذا البحث

سواء من قريب أو من بعيد ، كما يسعدنا أن نتقدم بأسمى التقدير وجزيل الشكر

إلى الأستاذ المشرف الدكتور *بن عيسى الشيخ* الذي لم يبخل علينا

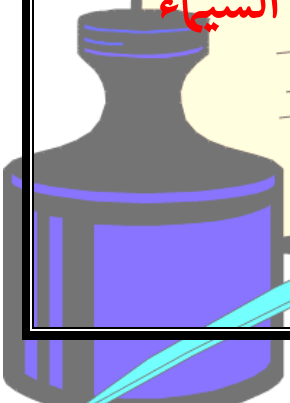
بنصائحه القيمة

التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذا البحث ، ولا يفوتنا أن نتقدم بجزيل

الشكر والعرفان

إلى كل من قدم لنا يد العون والمساعدة .

فاطنة - الشيباء



إهداء

قال تعالى : [واخفض لهما جناح الذل من الرحمة

وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا] الإسراء 24

إلى الذين لو جاز السجود لهما لسجدت

إلى الذي يتقد عزما ويتقد قوة ويتدفق حلما ويفيض كرما

وينساب سماحة ويلفظ حكما إلى "أبي" أكراش والعزيزة على قلبي

إلى التي أشعلت أصابعها العشرة لتنير دربي، إلى سر الحياة وترياق
الشفاء إلى لمسة الحنان "أمي" "عمراتي عيشة" سائلة المولى عز وجل

أن يحفظهما وإلى جدتي الغالية أمباركة شريكي

وإلى اخوتي وأخواتي حورية، فايزة، نزيهة، راما، واخوتي هشام وأحمد

وإلى ابنت خالتي مليكة إلى كل من ساعدني ولو بالقليل في مسيرتي

الدراسية

من معلمين وأساتذة وزملاء

إلى كل أصدقائي وأحبابي وبالاخص الغالية على قلبي صديقتي العزيزة

والوفية والتي كان لها الفضل الكبير في مشواري الدراسي " شيخاوي حدة"

أهدي عملي إلى كل من ذكرهم قلبي ولم يذكرهم قلبي.

فاطنة

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

(وقضى ربك ألا تعبد إلا إياه وبالوالدين إحسانا أما يبلغن عندك الكبر أحدهما أو كلاهما فلا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما)

سورة الاسراء، الآية 23

إلى الذين لو جاز السجود لهما لسجدت

إلى الذي يتقد عزما ويتقد قوة ويتدفق حلما ويفيض كرما

وينساب سماحة ويلفظ حكما إلى "أبي" مام سنوسي والعزيزة على قلبي

إلى التي أشعلت أصابعها العشرة لتتير دربي، إلى سر الحياة وترياق الشفاء

إلى لمسة الحنان "أمي" القايمة بولنوار" سائلة المولى عز وجل أن

يحفظهما

وإلى اخوتي وأخواتي بسمة، هجيرة، بشير، نذير، وزوج اختي وابنتها جنة

وإلى كل من ساعدني ولو بالقليل في مسيرتي الدراسية

من معلمين وأساتذة وزملاء

إلى كل أصدقائي وأحبابي وبالاخص الغالية على قلبي صديقتي العزيزة

والوفية والتي كان لها الفضل الكبير في مشواري الدراسي "تواتي سارة"

"شيخاوي حدة"

أهدي عملي إلى كل من ذكرهم قلبي ولم يذكرهم قلبي.

التيسار

ملخص:

تناولت الدراسة موضوعنا دور اليوتيوب في خلق اختراعات الجديدة في مجتمع جزائري، وقد تمثلت الإشكالية فيما يلي ما هو دور قنوات اليوتيوب في خلق اختراعات الجديدة لدى مجتمع الجزائر؟. قد أجريت هذه الدراسة على عينة القصدية على مجموعة من الأفراد العاديين الذين يتابعون قنوات اليوتيوب وقد استخدمنا المنهج الوصفي وكان عدد عينة الدراسة خمسة وعشرون عينة ولتحقيق أهداف الدراسة قمنا بتصميم استمارة التي تضمنت أربع محاور حيث خصصنا المحور الأول للبيانات الشخصية والمحور الثاني لأسباب التعرض اليوتيوب في خلق اختراعات جديدة أما المحور الثالث عادات وأنماط تلقي اليوتيوب في خلق اختراعات جديدة في الجزائر أما المحور الرابع الاشباع المحققة من استخدام اليوتيوب لخلق اختراعات جديدة في الجزائر.

Summary:

The study dealt with our subject the role of YouTube in creating new inventions in Algerian society. The problem was represented in the following: What is the role of YouTube channels in creating new inventions in Algerian society?

This study was conducted on an intentional sample on a group of ordinary individuals who follow YouTube channels. We used the descriptive approach and the number of the study sample was twenty-five. To achieve the objectives of the study, we designed a questionnaire that included four axes, where we allocated the first axis to personal data and the second axis to the causes of YouTube exposure in creating New inventions The third axis is the habits and patterns of YouTube in creating new inventions in Algeria. The fourth axis is the gratifications achieved from using YouTube to create new inventions in Algeria.

خطة الدراسة

إهداء

شكر وتقدير

ملخص

فهرس الموضوعات

فهرس الجداول

مقدمة

تمهيد

1- الإشكالية

2- التساؤلات

3- أهمية الدراسة

4- أسباب اختيار الموضوع

أ- أسباب ذاتية

ب- أسباب موضوعية

5- أهداف الدراسة

6- ضبط المفاهيم والمصطلحات

7- مجتمع البحث والعينة

8- المنهج المتبع

9- الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات

10- الصدق والثبات

11- نظرية نقل المبتكرات والمستحدثات كمرحلة الدراسة

الفصل الثاني: اليوتيوب

تمهيد

1. نشأة اليوتيوب

2. أهمية اليوتيوب

3. وظائف اليوتيوب

4. شروط استخدام اليوتيوب

5. مزايا اليوتيوب

6. سلبيات اليوتيوب
7. تأثير الموقع على الشبكات العالمية
8. الإلتزامات عند التسجيل في اليوتيوب
9. مبادئ اليوتيوب
10. خدمات اليوتيوب

خلاصة

الفصل الثالث الإختراعات

تمهيد

1. الإختراع عبر المراحل التاريخية
2. أهمية الإختراعات
3. مستويات الإختراع
4. أنواع الإختراع
5. تصنيف الإختراع
6. خطوات الإختراعات
7. براءة الإختراع
8. الإختراع والمنجزات المشابهة له
9. شهادة المخترع
10. أجهزة حماية الإختراعات
11. ثقافة الإختراع
12. الفرق بين الإختراعات والابتكارات

خلاصة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

1. عرض وتحليل النتائج
2. نتائج الدراسة
3. مقترحات الدراسة

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

مقدمة

مقدمة:

أدى التطور المتسارع والهائل في تكنولوجيا الاتصال في نهاية القرن إلى إنتاج وسائل حديثة في التواصل الاجتماعي، عملت على تغيير أنماط حياة الأفراد اليومية وعلاقاتهم الاجتماعية وطرق تفاعلاتهم التقليدية المألوفة، وتأتي الانترنت في مقدمة هذه الإنجازات دون منافس إذا عملت على إحداث تغييرات جذرية مست حياة الناس وجوانب حياتهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية بالإضافة إلى تنوع مجالات استخدامها ما بين ترفيهية وتعليمية وتثقيفية.

ومن بين هذه المواقع الأكثر شهرة موقع اليوتيوب الذي له أهمية كبيرة اليوم في حياة الأفراد ويتيح لنا مشاهدة مجموعة غير محددة من فيديوهات كما أنه يعيق على تنمية الفرد بصفة خاصة وبالمجتمع بصفة عامة. وحاولنا في دراستنا تسليط الضوء على دور اليوتيوب في دور اختراعات جديدة لدى المجتمع الجزائري. وذلك بإتباع مجموعة خطوات ممثلة في مقدمة وأربعة فصول أولهما يتمثل في الإطار المنهجي الذي يتضمن إشكالية وخطوات الدراسة والفصل الثاني يتمثل في الإطار النظري يتضمن الفصل الثاني نشأة اليوتيوب والفصل الثالث اختراعات، أما الفصل الأخير تناولنا فيه الدراسة الميدانية لعينة القصدية للأفراد العاديين والذي حلت فيه أسئلة الاستبيان لنصل في الأخير إلى استعراض النتائج المتحصل عليها.

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية
- 2- التساؤلات
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أسباب اختيار الموضوع
- 5- أهداف الدراسة
- 6- ضبط المفاهيم والمصطلحات
- 7- المنهج المتبع
- 8- مجتمع البحث والعينة
- 9- الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات
- 10- الصدق والثبات
- 11- المدخل النظرية الرابع لنظرية نقل المبتكرات والمستحدثات

1-1- الإشكالية

قنوات اليوتيوب تقدم خدمات متعددة ومعطيات للجماهير وتساعدهم في حقل جديد وهذا يختلف حسب الحاجات الخاصة بحقل المستعمل، وكذلك تعتبر من أهم تطورات هذا العصر التي أحدثت تغييرا كبيرا داخل المجتمعات، شاملة جل ميادين ومجالات فلا تكاد تجد ميدانا أو مجالا يخلو من استخدامها والتوظيف مكثف لها، وقد أدت هاته التطورات التي طرأت على الأعمال إلى وجود كم هائل من المعلومات والمعارف.

ومن المعروف أن هذه القنوات الاتصالية قد ازداد الإقبال عليها بشكل ملحوظ، مما أحدث انعكاسات في شتى المجالات منها الاجتماعية، السياسية، الثقافية، العلمية، التعليمية... إلخ وكذا لها تأثير مباشر وغير مباشر على الأفراد المستخدمين لها جراء استعمال والاعتماد عليها، حيث تتنوع خدمات هذه القنوات، إضافة إلى أن هذه القنوات أتاحت نمطا اتصاليا جديدا لمستخدميها عامة وخاصة، حيث يتجه الباحث اليوم إلى استخدام مجموعة من القنوات التي تمكنه من بناء المادة العلمية وكذا تساعدهم في زيادة الاختراعات في المجتمع الجزائري ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي:

ما هو دور قنوات اليوتيوب في زيادة الاختراعات في الجزائر؟

وتندرج تحت التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية:

1-2- تسؤلات الدراسة

- فيما يتمثل دور قنوات اليوتيوب؟
- ما هي أسباب التعرض للقنوات يوتيوب في الجزائر؟
- ما هي عادات وأنماط تلقي قنوات يوتيوب في الجزائر؟
- ما هي الاشباعات المحققة من استخدام قنوات يوتيوب في الجزائر؟

1-3- أهمية الدراسة

تأتي أهمية هاته الدراسة من أهمية الأثر الذي تخلفه قنوات يوتيوب في زيادة الاختراعات وأبرز أثر استخدامها سواء كان إيجابيا أم سلبيا وأيضا تجسد الدور الذي تلعبه قنوات يوتيوب في تعزيز خدماتها، كما تقدم هذه الدراسات مساهمة وإضافة جديدة لإثراء المجال المعرفي والعلمي وتدعيم الطلبة المهتمين للقيام بدراسات جديدة في مثل هذه المواضيع المواكبة للتطورات الحاصلة في مجتمع اليوم.

1-4- أسباب اختيار الموضوع

إن لكل باحث أسباب وحواجز تدفعه إلى اختيار الموضوع الذي يريد دراسته ونحن بدورنا لم نخرج عن القاعدة، بل كانت أسبابنا ودوافعنا الخاصة والموضوعية نلخصها في العوامل التالية:

أ- الأسباب الذاتية

- الاهتمام الشخصي بمعرفة مدى نقل هذه القنوات لمبتكرات.
- الميل إلى مواضيع الخاصة التي تتحدث عن قنوات يوتيوب التي تنشر هذه الابتكارات.

ب- الأسباب الموضوعية

- كون موضوع الدراسة يدخل ضمن تخصصنا الإعلام والاتصال.
- حتمية قنوات يوتيوب في نقل هذه الاختراعات.
- ملاحظة الاستخدام المكثف لقنوات اليوتيوب.

1-5- أهداف الدراسة

لكل دراسة علمية أهداف معينة يسعى من خلالها الباحث لتحقيقها بهدف الوصول إلى استنتاجات دقيقة للدراسة ويمكن إيجاز أهداف الدراسة فيما يلي:

- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه قنوات يوتيوب في نقل المبتكرات.
- الكشف عن عادات وأنماط تلقي قنوات اليوتيوب من قبل المجتمع الجزائري.

1-6- ضبط المفاهيم

1- تعريف الدور

أ- لغة: دار الشيء يدور دورا بفتح وسكون، يقال: دار ويدور واستدار يستدير، إذ عاد إلى الموضوع الذي ابتداء منه (محمد مرتضى الزبيدي، 1982، ص 315).

ويعرف بأنه: الحركة أي الفعل والعمل. (فؤاد أقوام البناتي، 1928، ص 211).

ب- اصطلاحاً: يعرف الدور على أنه الوظيفة التي من خلالها يمكن تحصيل جملة من المعارف المراد معرفتها عن شيء ما، أو وسيلة وذلك للحصول على معرفة جديدة، وهو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو منظومة ليقوم بمسؤولياته اتجاه نشاط (قباري محمد إسماعيل، 2008، ص 77).

التعريف الإجرائي

هو الأداء الوظيفي الذي يقوم به اليوتيوب من خلال توفيره مضامين في شكل فيديوهات في مختلف المجالات.

2- تعريف القنوات

أ- لغة: جمع قناة، وتعني الرمح الأجوف وكل عصا مستوية أو معوجة، كما تعني مجرى الماء ضيقاً أو واسعاً. (أبراهيم مصطفى وآخرون، 1414 ص 764).

والقناة هي الآبار التي تحفر على الأرض متتابعة ليستخرج ماؤها ويسبح على وجه الأرض (جمال الدين ابن منظور، 1414 ص 204).

ب- اصطلاحاً: صفحة يمكن مشاهدتها من طرف الجمهور العام لموقع اليوتيوب وتحتوي معلومات مفصلة عن المستخدم وتسجيلات الفيديو التي نشرها أو رفعها بالموقع والمقاطع المفضلة له (عماد عيسى صالح محمد، 2009 ص 07).

التعريف الإجرائي

القناة عبارة عن مساحة من موقع اليوتيوب يحصل عليها الفرد تلقائياً بمجرد تسجيله في موقع، ويتسنى له من خلالها رفع وبث مقاطع الفيديو على اليوتيوب والتفاعل مع مقاطع الآخرين.

3- تعريف اليوتيوب

أ- لغة: كلمة مشكلة من كلمتين يو -تيوب أي وعاءك أي مفردة لكلمة أوعية الكترونية والضمير انت هنا مخاطبة الفرد المتصفح. والموقع عامة يعد كإعلام جديد والكتروني (على الموقع، [04-30 wikipedia.org/wik](http://04-30-wikipedia.org/wik) - (2016)

التعريف الاصطلاحي: هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية وثالث أكبر موقع ريادة على شبكة الانترنت حسب تصنيف موقع أليسا العالمي. (حسيبة حسيني، نوحة أم كلثوم، 2017/2016، ص 20).

وهو الموقع الأول في عرض ملفات الفيديو وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في موقع يتمكن من إرفاق أي عدد من الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم.

التعريف الإجرائي

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يهتم بنشر الفيديوهات واستخدامه المدونين من أجل نشر فيديوهاتهم والتأثير على الشباب ولكي يصلوا لعدد كبير من الجماهير.

4- تعريف الاختراع

أ- لغة: هو كشف القناع عن شيء لم يكن موجوداً بذاته أو بالوسيلة إليه أو بعبارة أخرى الكشف عن شيء لم يكن مكتشف (أريج بنت محمد بن سالم بن جمعه، (1440م/2018م، ص 16)

ب- اصطلاحاً: هو الإبداع والابتكار ولكنه محصور في الجانب العلمي التقني الذي يمكن لمسه أو رؤيته أو سماعه ولذا فإن الاختراع ضرب الإبداع وأيضا الاختراع هو فكرة جديدة ومفيدة وقابلة للتطبيق الصناعي.

ويعرفه أوكيل سعيد: أنه كل جديد من المعلومات العلمية ويرى بأن الاختراع يمكن أن يكون نظريا في قاعدة أو قانون علمي أو يكون تطبيقا في شكل طريق حل أو معالجة بشكل معين. (محمد سعيد أوكيل، وظائف نشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992، ص 112).

أما خليل حسن يعرفه: هو إدخال شيء جديد لهذا العالم لم يسبق له أن وجد أو سبق إليه أحد، ويسهم في إشباع بعض الحاجات الإنسانية. (خليل محمد حسن الشماع، نظرية المنظمة، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان- الأردن، 2000، ص 421).

كذلك الاختراع يعتبره (لالاند Laland) أن الإبداع والابتكار هو إنتاج شيء ما على أن يكون هذا الشيء جديد في صياغته وإن كانت عناصره موجودة من قبل كالإبداع عمل من أعمال الفن أو التحصيل الإبداعي أما الاختراع الذي يعد أحد جوانب الإبداع فهو إنتاج جديد من الأفكار أو بوجه خاص إدماج جديد لوسائل من أجل غاية معينة. (القدرة على التفكير الابتكاري، قراءة مفاهيمية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة- الجزائر، مخبر علم النفس، وجود الحياة. (سامية محن، دكتور الساسي الشايب)).

التعريف الإجرائي

مجموعة من المبتكرات التي يساهم فيها الإنسان وذلك عن طريق خلق الفكرة أو خدمة والإبداع فيها في كل الميادين (الاقتصادية، الصناعية...)

1-7- منهج الدراسة

تعتمد الدراسات العلمية في علوم الإعلام والاتصال مجموعة متكاملة من المناهج العلمية المستوحاة من العلوم التجريبية لتحاكي نتائجها العلمية القابلة للتعميم وإن نوع الدراسة التي اعتمدنا عليها في هذا البحث هي الدراسة الوصفية التي تستخدم لأغراض الوصف المجرد للظاهرة.

فالمنهج يعرف بأنه: الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة، لاكتشاف الحقيقة والإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يشير موضوع البحث إليها وهو البرنامج الذي يحدد السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها. (مروان عبد المجيد، 2000، ص 52).

وهو أيضا متابعة ورصد لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة. (كامل محمد المغربي، 2007، ص 86).

والمنهج الوصفي هو: تصوير لما هو كائن أي الوضع الحالي أو الراهن فهو يصف خصائصه والظروف المحيطة بها. (محمد عبد الحميد، 2004، ص 158).

1-8- مجتمع البحث وعينته

مجتمع البحث

ويقصد به جميع مفردات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع عبارة عن سكان أو مجموعة من المزارع في منطقة أو وحدات معروفة بصورة واضحة إذ يمكن تمييز الوحدات الإحصائية التي تدخل ضمن هذا المجتمع دون غيرها.

ويعرف بأنه كل المفردات التي تحمل بيانات الظاهرة التي تحت الدراسة فهو مجتمع وحدات البحث يراد منها الحصول على البيانات. (علي معمر عبد المؤمن، 2008، ص 293).

هو أيضا مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات. (رحيم يونس كرو العزاوي، 2007، ص 191).

1-9- عينة الدراسة

تعد مرحلة اختيار العينة من بين أكبر المراحل أهمية وخطوة مفصلية في مسار البحث، فالاختيار الدقيق والصائب للعينة يعتمد على خبرة و دقة الباحث وكذا طبيعة مجتمع البحث الذي من خلاله يعرف الباحث أي نوع من العينات أنسب.

وتعرف العينة على أنها: مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي للدراسة. (ريحي مصطفى عليان، 1919 ص 137).

ويمكن تعريفها كذلك بأنها مجموعة من مفردات الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة والدراسة بحسب أنواع العينات بحيث تكون المفردات المختارة تحمل نفس خصائص المجتمع الأصلي للدراسة وتمثلة تمثيلا كاملا. (عاطف عدلي العبد، 2017، ص 140).

وفي دراستنا هاته اعتمدنا على العينة القصدية والتي تتمثل في أفراد عاديين

الذي بلغ عددهم 25 فردا الذين يشاهدون قناة اليوتيوب

10-1- الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات

تعتبر الاستمارة من أهم أساليب جمع المعلومات لما تتمتع به من خصائص تميزه عن غيره من الأساليب وتتفق مع طبيعة الظاهرة.

ويعرف الاستبيان أنه: القائمة التي يضمنها الباحث سلسلة من الأسئلة التي تحضر بعناية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على حقائق معينة وآراء مواقف خاصة بالموضوع محل البحث. (رشيد زوواتي، 2007، ص 219).

وتعرف أيضا بأنها: مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها، لكنها غير مدعمة بحقائق. (عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، 1999، ص 06).

وفي إطار بحثنا هذا ستشمل استمارتنا وفيها المحاور التالية:

- المحور الأول: البيانات الشخصية.
- المحور الثاني: أسباب التعرض لقنوات اليوتيوب لزيادة الاختراعات في الجزائر.
- المحور الثالث: عادات وأنماط تلقي قنوات اليوتيوب في الجزائر.
- المحور الرابع: الاشباع المحققة من استخدام قنوات اليوتيوب لزيادة الاختراعات في الجزائر.

1-11- الصدق والثبات:

أ- الصدق:

للتأكد من صدق استبيان دور اليوتوب في خلق إختراعات جديدة لدى المجتمع الجزائري اتبعنا طريقة
صدق المحتوى

حيث يعتمد هذا الأسلوب على مدى تمثيل بنود العبارات تمثيلا جيدا للمجال المراد قياسه، ويكون محتوى
المقياس صادقا عندما يشتمل جميع عناصر الموضوع المطلوب قياسه وتمثيلها، ولذلك فإن الحصول على صدق
الاستبيان من خلال هذا الأسلوب يتوقف على تحديد المجال المراد قياسه تحديدا جيدا ثم بناء مجموعة من العبارات
التي تغطي هذا المجال.

ولقد اعتمدنا على صدق المحتوى من أجل الاستدلال على خاصية الصدق، وذلك من خلال طريقة
استطلاع آراء المحكمين المختصين في الموضوع المراد دراسته
وبعد إجراء التعديلات اللغوية المطلوبة، قمنا بحساب نسبة صدق البنود من خلال اتفاق المحكمين .

ب- الثبات :

ونعني بالثبات دقة الأداة في تحقيق النتائج نفسها إذا ما أعيد تطبيقها في ظروف مشابهة باستعمال مجموعات
أو مواقف أخرى مشابهة، وللتحقق من ثبات استبيان الدراسة،

1-12- نظرية نقل المبتكرات والمستحدثات كمراحل للدراسة

ظهرت هذه النظرية خلال السنوات الأخيرة من الخمسينيات والستينيات متأثرة بنظرية تدفق المعلومات
على مرحلتين وتعود أصول نظرية انتشار المبتكرات إلى دراسات متفرقة قام بها الباحثون الاجتماعيين في عدة
ميادين مثل الأنثروبولوجيا والتربية والزراعة لمعرفة كيفية تبني المزارعين الأفكار الجديدة متعلقة بأساليب الزراعة
الحديثة، كما اهتم بها أيضا الباحثون في مجال التربية من خلال محاولة نشر طرق التدريس الجديدة أو فكرة تنظيم
الأسر أو اقتناء الأجهزة واستخدامها وغيرها من المجالات المختلفة لمعرفة أثارها في النظام الاجتماعي القائم.

وتركز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتجديد بين أفراد المجتمع أو قطاع منه بهدف تحقيق التنمية، وهو في الأخير (التغيير) المهدف النهائي لها، لهذا قام روجرز وشوميكو بالمراجعة والتدقيق في 5000 أمر برقية متعلقة بانتشار كل ما هو من المبتكرات الجديدة في مجال الاجتماع الريفي والأنثروبولوجيا بهدف التعرف آليات تبني الأفكار والمستحدثات من قبل الجمهور ليؤكد في الأخير من خلال نموذجهما دور البيئة الاجتماعية في التأثير على سريان الإعلام والاتصال بشكل انتقالي يظل خاضعا للفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها، ذلك أن الفرد يتحرك في إطارها بما في ذلك دور قادة الرأي في تمرير المعلومات والتي يستقونها من المصادر الإعلامية إلى غيرها من يتعرضوا للإعلام بشكل كاف.

والابتكار وفق هذه النظرية هو أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة كفكرة تنظيم الأسرة أو إدخال أساليب جديدة في الزراعة أو استحداث وسيلة اتصالية أو غير ذلك يعتبر ابتكارا. (حسن عماد مكاوي وليلى السيد، 2006، ص 259).

مراحل تبني الأفكار والأساليب المستحدثة

عرف روجرز عملية تبني الأفكار الجديدة والمستحدثة بوجه عام أنها: العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى أن يتبناها وتمر هذه العملية بخمس مراحل هي:

أ- **مرحلة الوعي بالفكرة:** وفي هذه المرحلة يسمع الفرد أو يعلم بالفكرة الجديدة لأول مرة، ولا يمكن الجزم إن كان هذا الوعي عفويا أو مقصودا، ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية التبني.

ب- **مرحلة الاهتمام:** تتولد في هذه المرحلة رغبة لدى الفرد في التعرف على واقع الفكرة وجمع المزيد من المعلومات عنها ليصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة والابتكار لهذا يصبح سلوكه هادفا بشكل كبير.

ج- **مرحلة التقييم:** في هذه المرحلة يجري الفرد عملية موازنة ومطابقة بين ما جمعه من معلومات عن الفكرة المبتكرة في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلا لينتهي به الأمر إلى اتخاذ قرار يرفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العلمي.

د- **مرحلة التجريب:** وفيها يستخدم الفرد المستحدثة على نطاق ضيق على سبيل التجربة كي يحدد فائدتها وفق ظروف خاصة، فإذا اقتنع بفائدتها فإنه يقرر تبنيها وتطبيقها على نطاق أوسع أو العكس في حالة عدم جدواها.

هـ- **مرحلة التبني:** تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، فالفرد قد انتهى إلى قرار تبني الفكرة المستحدثة بعد اقتناعه بجدواها، غير أنه يجب تذكر أنه في بعض الحالات قد يتملص الفرد من التنفيذ تاركا الفكرة المستحدثة لأسباب عديدة. (ديفلير ملفين وروكيتش ساندر، 1991، ص 300).

الانتقادات الموجهة لنظرية انتشار المبتكرات

لقيت نظرية انتشار المبتكرات شيوعا وانتشارا في بداية الستينات خاصة في دول العالم الثالث، غير أنها واجهت فيما بعد في السبعينات جملة من الانتقادات هي:

- إن تطبيق هذه النظرية والعمل بها في دول العالم الثالث أدى إلى اتساع فجوة المعلومات وازدياد الفروقات الاجتماعية والاقتصادية بين فئات المجتمع لأن الفئات المتقدمة اقتصاديا واجتماعيا تشجع أكثر من غيرها على التجديد وممارسة الإقبال على تلقي المعلومات أكثر من غيرها من الفئات الفقيرة.

- دعم اتفاق الباحثين والدارسين لهذا الانتشار على تعريف محدد للتنمية.

- الارتباط الكبير لنموذج انتشار المبتكرات بنظريات النظم للإعلام لقناعتها بأهمية الإعلام وقوته وبذريعة التنمية وخدمة برامجها تسعى السلطات الحاكمة إلى خلق رأي عام وإقناع الجماهير بأفكارها والعمل بها وفق ما جاءت به أفكار النظرية وانتشار المبتكرات. (حمدي حسن، 1999، ص 80).

الفصل الثاني

اليوتيوب

تمهيد

1. نشأة اليوتيوب
2. أهمية اليوتيوب
3. وظائف اليوتيوب
4. شروط استخدام اليوتيوب
5. مزايا اليوتيوب
6. سلبيات اليوتيوب
7. تأثير الموقع على الشبكات العالمية
8. الالتزامات عند التسجيل في اليوتيوب
9. مبادئ اليوتيوب
10. خدمات اليوتيوب

خلاصة

تمهيد:

اتفقت معظم الدراسات أن معظم مستخدمي الإنترنت من الأفراد، ولأن الأفراد غالباً ما يريدون المعلومات السريعة والملخصة فقد وفرت هذه المواقع الإلكترونية، وهي وسيلة تحذيتهم كثيراً لأهم يقرؤون فقط دون الحاجة لخوض تفاصيل.

ولعل أهم ما يدفعنا إلى دراسة موقع اليوتيوب على شريحة الأفراد في أن غالبية الدراسات العربية والأجنبية خلصت إلى أن كثرة استخدام الإنترنت يزيد من أهمية دراسة الآثار الناتجة عن هذا الاستخدام سواء بالإيجاب أو بالسلب، و رصد ظاهرة إدمان الإنترنت ومعرفة مدى انتشارها في المجتمع

2-1- نشأة اليوتيوب

تأسس موقع اليوتيوب بواسطة ثلاثة موظفين في شركة Paypol باي بال وهو Chad Harley تشاد هيرلي وستيف تشين Steve Chen و Karim Jawed حيث فكر كل من Chen و Harley حتى بداية سنة 2005 في إنشاء موقع لمشاركة الفيديوهات حيث كانوا في حفلة عشاء في منزل Chen في سان فرانسيسكو وقاموا بالتقاط بعض الفيديوهات لكنهم واجهوا مشكلة في نشر تلك الفيديوهات ومن هنا جاءت فكرة الموقع، وقد تلقى المشروع في بدايته تمويلا كبيرا قدره 11,5 مليون دولار، وكان أول مقر للموقع في مكتب مؤقت وفي مايو 2005 تم إطلاق النسخة التجريبية من الموقع وبعد 06 شهور، وفي نوفمبر 2005 تم إطلاق النسخة الرسمية وفي أكتوبر 2006 كانت أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة جوجل بالاستحواذ على موقع يوتيوب بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 1,65 مليار دولار، ويقدم خدماته حاليا كأحد الخدمات الفرعية لشركة جوجل، ويقع مقر الشركة الحالي في مدينة سان بروتو بولاية كاليفورنيا، وأول فيديو تم رفعه على اليوتيوب كان من نصيب Karim Jawed وهو في حديقة الحيوانات خلال صيف 2006 كان موقع اليوتيوب واحدا من أسرع المواقع تطورا على شبكة الانترنت، خلال سنة واحدة تقريبا كان ترتيبه العالي في أليكس الخامس وفي هذه الفترة كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يوميا، وكان يضاف إليه 65 ألف مقطع فيديو 24 ساعة، وعدد زواره كان 20 مليون في الشهر، وحوالي 700 ألف زائر يوميا، وقد تم تحميل ملفات فيديو على اليوتيوب يستغرق عرضها 13 مليون ساعة خلال عام 2010، بداية من حزيران (يونيو 2007) أطلقت واجهات متعددة اللغات للموقع حتى شملت 43 لغة في 25 دولة، ويحقق الموقع دخلا يتجاوز مليار دولار أمريكي أسبوعيا، وتبلغ مشاهدة الموقع عن طريق الهاتف النقال أكثر من مئة مليون مرة يوميا (ياس خضير البياتي، 1435هـ/2014م، ص 339)، ومن الناحية الإعلامية يمكنني تصنيف الملفات على اليوتيوب إلى نمطين رئيسيين: الأرشيف والعرض الأول، وأعني بالنوع الأول الملفات التي تتم عبر الوسائل الأخرى، ثم نقلت إلى اليوتيوب وهذه الملفات المنقولة غالبا عن التلفزيون تمثل أرشيفا عاما يتيح للمستخدم مواجهة لي مادة يتسنى له، الاطلاع عليها الوقت، أو على وسيط بعض هذه الملفات يتم رفعها من قبل الأفراد بغرض توسيع نطاق الاطلاع عليها وبعضها الآخر يتم رفعه بصفة منتظمة عن طريق مؤسسات إعلامية تحلل قنوات بث تلفزيوني وفيما تشمل هذه القنوات عموما البرامج، فإن بعض هذه القنوات على اليوتيوب تخصص لبرنامج تلفزيوني محدد أما النوع الثاني فتمثله لقطات التوثيق التي يقدمها أفراد لأحداث وتصريحات تختار على وسائل الإعلام بلوغها،

وهذا النوع وإن لم تشكل مواده ممارسة إعلامية إلا أنها بمثابة خوادم خام يمكن تطويرها إلى أعمال إعلامية تبنى على التوثيق. (سعد بن محارب المحارب، 2011، ص 114-115).

2-2- أهمية اليوتيوب

يعتبر موقع اليوتيوب من المواقع التي تقدم الفيديو التعليمي ومن مميزاته العديدة استخدام الفيديو في العملية التعليمية نذكر ما يلي:

- يساعد الفيديو التعليمي المتعلمين على التدريب على الملاحظة الدقيقة.
- يجمع الفيديو بين الصوت والصورة والحركة وغيرها مما يساعد على بقاء التعلم
- سهولة الإعادة والتكرار والايقاف المؤقت.
- تحاطب مقاطع الفيديو حاسي السمع والبصر مما يزيد من سرعة التعلم (هالة بنت سليم بن زامل الزامل، صالح بن محمد بن عبد الله العطوي، 2017، ص 176).

2-3- وظائف اليوتيوب:

- ما هي وظائف اليوتيوب؟
- يمكن للمستخدمين البحث عن مقاطع الفيديو، ومشاهدتها
- يمكن أن يقوم الطلاب بالحصول على فيديوهات تعليمية مهمة لدراساتهم
- إنشاء قناة يوتيوب شخصية
- تحميل مقاطع الفيديو التي تهتمك على قناتك
- عمل أعجبي / تعليق / شارك مقاطع فيديو YouTube الأخرى
- يمكن للمستخدمين الاشتراك / متابعة قنوات ومستخدمي YouTube الآخرين
- إنشاء قوائم تشغيل مقاطع الفيديو وتجميع مقاطع الفيديو معًا

4-2- شروط خدمة اليوتيوب

- أن لا يكون للأفلام حقوق 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 الإعلانات التجارية.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تشجع على الإجرام.
- الملفات المرفوعة لا تقل عن 10 دقائق ولا تزيد عن 1 جيجا بايت 1024 ميغابايت.
- الموقع يسمح بعدة أنواع من الملفات وتختلف من حيث الصوت والفيديو (عبد الرزاق محمد الديلمي، 2011، ص 195-196).

5-2- مزايا اليوتيوب

- لهذا الموقع مزايا يستفيد منها مستخدميه مهما كان موقعه ومهما تعدد اهتماماته:
- عام ومجاني: فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية، وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلاماً لها حقوق نشر خاصة بدون إذن، أو أفلام إباحية.
 - داعم لتحميل الأفلام: فالموقع يستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (MP4, WMV,) FLV, AVI) الأغاني (MP3) وتحويلها إلى الأفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم مما يترك درجة كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو الهاتف المحمول.
 - سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيرها من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.

- سهل البحث: فالموقع محرك بحث خاص به، يمكنك أن تبحث عن عنوان البحث أو الفيلم أو البحث ومن ثم مشاهدته

- ميزة البحث المباشر: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفيلم حتى تشاهده بل مجرد الضغط على وصلة الفيلم ستممكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البحث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر. (خالد غسان يوسف المقدادي، 2015، ص 44-45).

1- جعل اليوتيوب إمكانية توثيق بتفاصيلها ممكنة: يل وسهلة جدا، فلا يكاد يحدث حدث في ليل أو غار إلا ويصور ويسجل في نفس اللحظة ممن شهدوا هذا الحدث، حيث أصبحت وسائل التصوير والتوثيق سهلة وفي متناول يد عامة الناس الذين أصبحوا كصحفيين ومراسلين للصحافة ووكالات الأنباء بزودوها بالأخبار مقروءة ومسموعة و مشاهدة أولا بأول والتقارب بين اطلاع العالم في يومنا هذا على كافة القطائع وجرائم القتل والدمار التي تحدث في بعض الدول العربية، وفي أنحاء أخرى من العالم، وكيف يستطيع كل إنسان في أي بلد عربي أو غير عربي مشاهدة كل ذلك لحظة وقوعه، ويبين ما عانت منه الكثير من الشعوب العربية من مجازر ودمار و تشريد، في حين كان العالم لا يسمح بوقوع الحدث إلا بعد انتشاره الذي قد يستغرق وقتا طويلا يذهب بأثره، وإذا انتشر فلا يوثق، مما عرض الكثير من الأحداث المهمة التي تدخل الأهواء والمصطلح في نقلها إلى درجة الكذب والتزوير أنظر على سبيل المثال - الأثر الذي أحدثته عدم توثيق كثير من المجازر التي حلت بالشعب الفلسطيني كمجزرة دير ياسين، وقبية والتبلا يعرف عنها حتى أبناء وأحفاد من حلت بهم هذه المجازر، وإذا عرفوا فعن طريق كتابات والصور الساكنة لا تبلغ في تأثيرها شيئا يسيرا مما تحدثه وسائل الإعلام يتطورها الهائل في يومنا هذا.

وكما ذكرنا سابقا فتوثيق الصور عن طريق اليوتيوب يفضح ويكشف الكذب والتزوير، فعن طريق مشاهدة الفيديو عن موقع اليوتيوب يمكن أن تكشف وتعلن حقائق من مصلحة البعض إخفائها، وبالتالي إن هذا التوثيق يلعب دورا كبيرا في إظهار الحقائق وإزالة الكثير من الغشاوة عن أيت الكثيرين.

2- يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب: وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن، وهذا يحدث أكثر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في الذهن، ويؤثر في الآراء بشكل كبير.

فعلى سبيل المثال، مقاطع الفيديو الخاصة بأحداث 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة بما تحويه من مشاهد الدمار والقتل، فقد أتيح للملايين من الناس تكرار مشاهدة هذه الأحداث عبر اليوتيوب، مما ساهم في ترسيخ المقولات والادعاءات الأمريكية لحربها على الإرهاب، وفي توفير أنصار ومؤيدين لها في البداية على الأقل كما أن تكرار عرض المشاهد قد يوفر إمكانية اكتشاف جوانب من الأحداث والحقائق يمكن أن لا يتم ملاحظتها في مشاهدة أو مشاهدين(علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، 2014)

3- إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة:

بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب أن 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 إعطاء مساحة للمشاركة في إبداء الرأي حول المشاهد المعروضة عبر اليوتيوب، مما يتيح المجال التفاعل بين كافة المشاهدين، وإثراء الموضوع بالآراء المختلفة.

4- إعطاء إمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب:

وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع والتأكد من اعتماد التعديل فوراً .

5- سهولة الاستعمال والمشاهدة:

حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدها.

6- اليوتيوب عام ومجاني:

حيث أنه متاح لكافة الناس، يستطيع كل من يسجل في الموقع أن يقوم بتحميل ما يشاء من أفلام ضمن شروط وضوابط معروفة ومنشورة في الموقع.

وبالتالي يستطيع كل من يريد الترويج لأفكاره وشرحها على اليوتيوب دون تحمل عناء الترويج بالطرق التقليدية، أو تحمل تكاليف خاصة، لأن ذلك لا يتطلب سوى اميرا رقمية أو حتى كاميرا هاتف جوال.

7- توفير إمكانية ترجمة مانيستر على اليوتيوب:

من محاضرات وخطابات ومعلومات إلى عدة لغات ترجمة فورية، بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما يشر على اليوتيوب بأي لغة كانت (علي خليل شقرة، 2014)

2-6- سلبيات اليوتيوب

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

1- إمكانية اختراقه: من قبل بعض الأشخاص أو الجهات وتعطيل ما يث فيه من أفلام ومحاضرات... بل قد تم بث برامج تعارض وتتناقض الأساسي من الموقع.

كأن يتم اختراق موقع إسلامي ويث فيه أفلام ومشاهد تتعارض مع قيم الإسلام وشريعته.

2- قيام بعض الدول بحجب الموقع: بحيث تم منح فائدته عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه بعض الدول، كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب، وفي إيران حيث تم حجب موقع اليوتيوب بسبب إظهاره أفلام لقمع المتظاهرين عند انتخابات عام 2009. (علي خليل شقرة، 2014، ص 95-96).

2-7- تأثير الموقع على الشبكة العالمية :

قام موقع يوتيوب بإحداث طفرة في عالم الإنترنت فقبله كان مستخدموا الإنترنت لا يستطيعوا نشر فيديوهاتهم أو عرضها للمشاهدة أونلاين، فقد كان المتاح هو إرسالها عبر البريد الإلكتروني بحد أقصى ثوان معدودة ولكن مع موقع يوتيوب فقد أصبح من السهل نشر ومشاركة الفيديوهات ليشاهدها كل مستخدم الإنترنت

حول العالم وأصبح كل شخص حتى من الهواة يمكنه عمل قناة خاصة في أي مجال سواء كانت كوميدية، علمية، موسيقية أو سياسية بدون أية قيود أو رقابة.

2-8- الإلزامات عند التسجيل في يوتيوب: ينبغي أن توافق على التزامات وقيود معينة على نوع المحتوى القابل للنشر وفي أي حال من الأحوال، يجب ألا تقوم بتحميل أي محتوى يحتوي على مواد يحظر القانون امتلاكك إيها أو يحظر استخدام يوتيوب لها، والعديد من القيود الواردة أدناه لا تزيد عن تلك التي يتوقعها المستخدمون في قوانين دولة ما

أ- الأخلاق والسلوك اللائق:

يجب ألا يقوم المستخدمون بتحميل أي من المحتويات التالية:

- ذي طبيعة إباحية أو جنسية صريحة.
- المحتويات التي تشجع على الأنشطة الخطيرة أو غير القانونية، بما في ذلك تعليم صنع القنابل أو تعاطي المخدرات أو أية أفعال أخرى قد تؤدي إلى إصابات خطيرة.
- المحتويات التي تشتمل على عنف وقد يكون المحتوى ذو الأسلوب الوثائقي مقبولاً، إلا أن المحتوى الذي يهدف بشكل أساسي إلى أن يكون صادمة أو مثيرة أو غير محترم لا يعد مقبولاً.
- المحتويات التي تروج للعنف أو الكراهية ضد أفراد أو مجموعات بناء على سمات معينة كالعرق أو الدين، وفي الحالات التي يكون فيها مقطع الفيديو مقبولاً لكنه غير ملائم للمشاهدين الصغار، قد يطبق موقع يوتيوب القيود الخاصة بالعمر.

ب- التحرش وتشويه السمعة:

يحظر على المستخدمين القيام بأي سلوك عنيف أو المطاردة أو التهديد أو التحرش بالآخرين وقد يشمل التحرش نسخ مخطط قوات أي مستخدم، باستخدام أي اسم مستخدم مماثل أو انتحال صفة شخص آخر. وقد يتم منع أي مستخدم يقوم بهذه الأشياء منعا دائما من استخدام يوتيوب كما يحظر أيضا إجراء أية اتصالات من النوع غير المرغوب به

ج- الخصوصية

يحظر التعدي على خصوصية الآخرين ومشاركة المعلومات الشخصية الخاصة بهم، وقد تشمل المعلومات الخاصة البيانات الشخصية علاوة على المعلومات الأخرى كالتعليقات والصور ومقاطع الفيديو . وتحتوي القوانين الإماراتية على أحكام عامة مرتبطة بحماية الخصوصية والسمعة وينبغي أن يكون المستخدمون على دراية بالمخاطر المرتبطة بدعاوى التشهير وانتهاك قواعد الخصوصية، طبقاً لقوانين دولة الإمارات العربية المتحدة، بما في ذلك استخدام الصور ومقاطع الفيديو الخاصة بأشخاص آخرين دون موافقتهم.

د- الإبلاغ عن المشكلات:

سنحدد في هذا القسم المشكلات التي قد يواجهها مستخدمو يوتيوب، والأدوات التي يمكنهم استخدامها للإبلاغ عن المشكلات، ويجوز لموقع يوتيوب إنهاء حساب المستخدم عند ارتكابه أي انتهاك لأي من سياسات الموقع كما يجوز للمستخدم أيضاً غلق حسابه على يوتيوب في أي وقت وحسب وقائع كل حدث، قد تكون هناك إجراءات يمكن اتخاذها بموجب القانون أو بموجب قرارات السلطة القضائية

هـ- الإبلاغ عن المشكلات والتنفيذ عبر يوتيوب:

الرابط على يوتيوب عبر والتنفيذ المشكلات عن للإبلاغ الرئيسية الصفحة على العثور يمكن

www.youtube.com/yt/policyandsafety/reporting.html

وفي هذا المكان، يمكنك الوصول إلى مختلف المعلومات والأدوات المستخدمة في الإبلاغ عن المحتوى . وكخطوة أولى، يجب أن يحدد المستخدمون المحتوى الذي يرونه مخالفا لتوجيهات موقع يوتيوب. وحتى يمكنك الإبلاغ عن أكثر من محتوى أو تقديم معلومات أكثر تفضيلاً يوفر يوتيوب أداة للإبلاغ، ويمكن استخدام هذه الأداة في الإبلاغ عن إساءة الاستخدام.

ن- أمن تقنية المعلومات :

تحتوي شروط يوتيوب على العديد من الأحكام التي تتعامل مع أمن تقنية المعلومات إذ يجب على المستخدمين عدم التحايل أو التعطيل أو التدخل في أي من خصائص امن تقنية المعلومات على موقع يوتيوب، أو أي من الخصائص التي تهدف إلى منع نسخ المحتوى. ويجب ألا تستخدم أي نظام مؤقت.

مثل روبوت أو سبايدر أو أوفلاين ريتير للوصول إلى خدمة يوتيوب بأسلوب يؤدي إلى إرسال قدر كبير من الطلبات إلى خوادم يوتيوب خلال فترة محددة أكبر من تلك الممكنة لأي شخص يستخدم أي الخدمة استخداما عادية، وبالإضافة إلى ذلك، هناك شروط عديدة مرتبطة بحماية الحسابات الشخصية للمستخدمين، ويجب ألا تقوم بجمع أية بيانات شخصية عن أي مستخدم آخر كما يجب أن تضمن حماية بيانات حسابك على يوتيوب ويجب العلم بأنك ستكون المسؤول عن كافة الأنشطة التي تتم على حسابك، ويجب أن تبلغ عن أي انتهاك لحماية حسابك فور علمك بها كما تضع قوانين دولة الإمارات قيودا على الأفراد بغرض تجنب أية مخاطر إلكترونية.

و- الحقوق في المحتوى:

يمكن لمستخدمي يوتيوب تحميل محتوى على الموقع، ويحتفظ المستخدم بحقوق ملكية المحتوى الخاص به، غير أنه في حال رفع المحتوى على يوتيوب، يمنح المستخدم الإذن:

- لموقع يوتيوب باستخدام وإعادة إنتاج وتوزيع واعناد أعمال مشتقة من هذا المحتوى تتصل بموقع يوتيوب وأعمال يوتيوب التي تشمل بصفة عامة الترويج للموقع ويجوز للموقع نقل هذه الحقوق إلى أي مؤسسة أخرى إذا رغب في ذلك.
- لباقي المستخدمين في الوصول إلى المحتوى واستخدامه بالقدر الذي يسمح به الموقع ولا موقع يوتيوب متاح بشكل علني، ويعني ذلك أن المحتوى الذي ترسله عبر يوتيوب يكون متاح بشكل علني، أن تفكر بعناية في المحتوى الذي ترسله ومن ثم ينبغي تنتهي حقوق الاستخدام واسعة النطاق هذه إلا عقب قيامك بحذف المحتوى من الموقع.

ل- أحكام متنوعة:

هناك عدد من الالتزامات والقيود الأخرى التي لا تتدرج بشكل تام ضمن الفئات المشار إليها آنفا :

يحظر عليك توزيع أي محتوى من محتويات يوتيوب أو الوصول إليه عبر أي تقنية خاف موقع ويب يوتيوب ومشغل يوتيوب، إلا بعد الحصول على موافقة يوتيوب. لا يجوز للمستخدمين الوصول إلى موقع يوتيوب إلا للأغراض الشخصية غير التجارية يجب ألا يستخدم المستخدمون موقع يوتيوب للبحث عن أعمال تجارية. وبصفة خاصة منع الممارسات التالية:

- تقاضي أية رسوم نظير الوصول إلى الخدمة.
- بيع أية إعلانات أو رعاية أو غيرها من العروض الترويجية لوضعها في الموقع، أو أية بنود من محتوى يوتيوب، إلا في استثناءات محددة.
- تقوم بتعديل أي جزء من خدمة يوتيوب، بما في ذلك أية تعديلات أو إضافات أو عمليات حجب المشغل يوتيوب.

- يجب عرض المحتوى فقط وعدم تنزيله أو تخزينه أو نسخه.
- يجب ألا تقوم بتحميل أية مقاطع فيديو إلا تلك التي قمت بتصويرها أو المصرح لك باستخدامها . وينبغي أن تعلم أنك مسؤول عن المحتوى الذي تقوم بتحميله، ومن ثم ينبغي أن تضع هذا في الحسبان عند إرسال محتوى ليس ملكا لك، أو أي محتوى يشتمل على مواد خاضعة لحقوق أي شخص آخر كحقوق الطبع والنشر أو حقوق الخصوصية)، إذ يجب عليك الحصول على التصاريح الخاصة فيل إرسال المحتوى ويجوز لموقع يوتيوب حذف المحتوى الذي لا يتفق مع متطلبات الموقع أو منع وصول المستخدم إلى الموقع لتحميل أي محتوى مخالف للشروط كما سيقوم يوتيوب بمنع وصول أي مستخدم، إذا ثبتت مخالفته لحقوق أي شخص آخر في أكثر من حالتين.

م- جمع المعلومات ومشاركتها:

إن موقع يوتيوب ملك لشركة جوجل، ومن ثم عند استخدامك خدمة يوتيوب، تكون قد وافقت على شروط جوجل المرتبطة بجمع معلوماتك الشخصية ومشاركتها فإذا كان لديك حساب على جوجل، قد تجد

بيانات حسابك على جوجل مستخدمة في كافة خدمات جوجل، بما في ذلك يوتيوب وكذلك قد يقوم جوجل بدمج المعلومات الشخصية التي قام بجمعها من خدماته المختلفة.

2-9- مبادئ نجاح اليوتيوب:

لكي تتمكن من الاستفادة من اليوتيوب بنجاح والحصول على أكثر قدر من الزوار المنتمين إلى الشريحة المستهدفة لموقعك، عليك أن تأسس مبادئ لهذا الغرض، واليك بعض النصائح الكيفية للحصول على شريحة التي استهدفتها ومنح الحرية للزائر في التنقل من اليوتيوب إلى موقعك.

أ- مشاركة **أشرطة الفيديو الفيروسية**: هناك الملايين من أشرطة الفيديو على اليوتيوب، والتي لا تأخذ قدرا من

الاهتمام، وان هذا الفيديو لم يسبق لاح دان شاهده ما عدى أصحاب الفيديو المتلفه، وفي الجانب الآخر

نلاحظ أن بعض الفيديوهات لم تتعدى 15 دقيقة حتى ترى تهافت الزوار عليها إذا ما عليك سوى أن تقوم

بتقديم مثل هذه الفيديوهات كمثال فيديوهات التي تشرح فيها منتجات google حيث نلاحظ زيارات بمئات

الآلاف وشروحات الربح من الانترنت والتي تفوق الألف وبعض الفيديوهات الوثائقية والتي تتساوى في المرتبة

إضافة إلى جانب المواد التعليمية والمدرسية إضافة إلى أخبار التكنولوجيا والرياضة حيث نشاهد عدد الملايين

فقط على فيديو لم يتجاوز طرحه سوى 15 دقيقة والمهم هو أن ترى آخر المستجدات الأخبار ومن ثم طرح الخبر

الساخن والذي يتلفه المشاهدون عليه، ويمكن رفعه مرفقا بسعار شبكتك، ورفاقه برابط شبكتك في ملفك

الشخصي.

ب- **إنشاء ملف للاهتمام** : كتويتز وغيرها من الشبكات الاجتماعية الأخرى والتي لحصر لها وأركز القول حول

ملف التعريف والذي يكثر البعض في زحرفية (وكأنه مهرجان) مما يدفع الزائر إلى السام وإزعاجه في مقابل يمكنك

أن تضع تعريفا بسيطا خاصا بك وتجعله غير رسمي لتثير حماسة الزائر ودفعه لاكتشاف المزيد. (مدونة دابرا المجانية)

ت- **تضمين الشعار والرابط الموقع في شريط الفيديو**: شعارك وعنوان موقعك الخاص هما أسلحة العلامات

التجارية الرئيسية، وهذا هو السبب الذي يجب أن تدرجهما في شريط الفيديو، يمكنك إدراجهما في بداية الفيديو

وفي نهايته، فمن الأفضل أن يكون بشعارك وابط الفيديو يظهر في مقاطع لإثارة الانتباه الزائر وعدم إزعاجه أو

من الأفضل أن يتم إدراجهم على طول الفيديو، مع توخي الحذر من أن يكون هناك تعارض، وإذا لاحظت بعض التعارض فما عليك سوى أن تدرج الشعار والرابط في بداية ونهاية الفيديو

ث- **أشرطة الفيديو ذات الجودة العالية:** كلما ذكرنا في البداية أن اليوتيوب يعاني من نقائص في الفيديوهات في مختلف المجالات للأسف وهذا يعني أيضا انه لا يوجد نقص في الفيديو مع النوعية الرديئة لا يجذب أشرطة الفيديو هذه من قبل المشاهدين، لذلك إذا كنت تريد للمشاهدين مشاهدة أشرطة الفيديو الخاصة بك، تأكد من أن هذه أشرطة ليس لها صوت متقطع أو صور ذات جودة ضعيفة أو عدم وضوح صور، وتذكر أن اليوتيوب ليس لوحة فنية المصورى الفيديو المهنية، حتى تتمكن من نشر مقاطع الفيديو للهواة ولكي تتأكد من جودتها اللائقة.

ج- **جعل أشرطة الفيديو الخاصة بك صديقة للبحث:** واحدة من طرف المشاهدين للعثور على أشرطة الفيديو الخاصة بك هو من خلال البحث على حد سواء محليا على اليوتيوب وعلى محركات البحث، هذا هو السبب الذي جعل الحاجة إلى أشرطة الفيديو الخاصة بك صديقة للبحث للقيام بذلك وتشمل كلماتك الرئيسية في العنوان و الوصف، وكذلك الاهتمام ب tags وقائمة الكلمات المفتوحة المتعلقة ب tags والمصطلحات ذات الصلة ولكن حذري من أن تحصل على السيام.

ح- **تأطير الفيديوهات في سلسلة:** أشرطة الفيديوهات يمكن أن تصبح مستقلة، بذاتها وستجلب الزوار لكن من الأفضل إذا قمت بإنشاء الفيديوهات الأخرى بحيث عند إيجاد الزائر احد الفيديوهات سيلاحظ شعار قناتك على اليوتيوب مما سيدفعه إلى النقر على الشعار ومن ثم تحويله إلى قناة مما يكسبك زوار إضافيين ومحاولة تأطير هذه السلسلة في موعد محدد أي كل أسبوع مثلا مما سيبنى ولاء للقناة من قبل الجمهور.

خ- **مشاركة بالتعليقات في الفيديوهات:** ردود الفيديو هي واحدة من الأشياء المميزة لليوتيوب، ويجب الاستفادة الكاملة منها، اختيار أشرطة الفيديوهات شعبية الجارفة وإضافة تعليقات عليها مصحوبة برابط القناة والشبكة الخاصة بك.

د- **اختيار الوقت المناسب لنشر أشرطة الخاص بك:** يلعب التوقيت دورا مهما جدا لمعرفة الأوقات التي توجد بها عدد كبير من الزوار والأوقات التي لا يوجد هذا العدد الكبير من المشاهدين أيام الأسبوع حيث أن الولايات المتحدة الأمريكية الوقت الأنسب لديها هو بعد الظهر بالخصوص هو أفضل وقت لنشر شريط الفيديو

ذ- حافظ على أشرطة الفيديو الخاص بك: اليوتيوب لا تفرض قيود على طول أشرطة الفيديو التي ينشرها، حيث من خلال تجربتي فمن 3-5 دقائق هي أفضل فترة لشريط فيديو، ولكن إذا ألزم الأمر يمكنك أن تزيد على خمسة دقائق ما بين 1-6 دقائق وإذا كان لديك فيديو من 6-7 دقائق هذا يصيب الزائر بالملل وليس الكثير من الناس سيشاهدونه حتى النهاية وأنصح بشدة ب 3-5 دقائق فهي كفيلة لاتصال الفكرة والمزيد من التفاصيل اطلب من المشاهد أن يتابع معرفتك (www.2earns.blogspot.com, op.cit,P:04-05)

2-10- خدمات اليوتيوب.

يقوم موقع اليوتيوب " youtub " على فكرة مبدئية هي: بك لنفسك أودع نفسك broadcast " yourself يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهم يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو ويعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية:

- يستطيع المستخدمون تحميل، وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء
- العثور على جماعات فيديو والاتحاق بها وتسهيل الاتصال مع من لديهم نفس الاهتمام والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء، وحفظ المقاطع المفضلة، ووضع قوائم تشغيل المقاطع.
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة باليوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل أي ب ياي وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أم خاصة.
- يستطيع المستخدمون اختيار عرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل
- يحتوى الموقع على المقاطع: الأحداث والحاصلة على اعلي تقييم، والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش، والأكثر تفضيلا، والأكثر اتصالا بمواقع أخرى.
- تصنيف مقاطع الفيديو أيضا آليا أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا

- لا يقدم اليوتيوب عادة رابط تنزيل الملفات الفيديو الخاصة به ويهدف إلى أن يتم مشاهدتها مرة خلال واجهة الاستخدام الخاصة بالموقع نفسه ولكنه يسمح للمستخدمين على مشاهدة ملفات الفيديو على صفحات ويب خارج الموقع نفه. فكل ملف فيديو على موقع اليوتيوب يكون مصحوبا بكود html يمكن استخدامه في تضمين ملف الفيديو في أية صفحة خارج موقع ويب يوتيوب. وغالبا ما يتم استخدام هذه الإمكانية في تضمين ملفات فيديو اليوتيوب في صفحات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك المدونات.

- يمكن تنزيل ملفات الفيديو من اليوتيوب بواسطة برمجيات خاصة أو عبر مواقع متخصصة كما أن أجهزة الهاتف المحمولة الذكية لها قدرة على الوصول إلى ملفات اليوتيوب وذلك اعتمادا على مزود خدمة الانترنت وإمكانية، التنزيل البيانات إلى جهاز الموبايل (د. عباس مصطفى صادق؛ صناعة الخبر بين الإعلام التقليدي والحديد، ص18-19)

خلاصة:

تعد مواقع الفيديو الالكتروني أحد أهم روافد المجتمع الافتراضي النظر في العديد من مفاهيم العلوم الاجتماعية، بشكل يمكن من خلاله القول أن معظم المفاهيم العلمية في إطار هذه العلوم تتأرجح بين العالم الواقعي والافتراضي. ومن هذه المفاهيم مفهوم العلاقات الاجتماعية الذي تبلور منذ زمن بعيد علي مستوي الواقع والنظرية، والآن يعاد تشكل هذا المفهوم علي مستوي البنية و الثقافة في المجتمع الافتراضي ويتصف بأنه محال تفاعلي يعتمد علي المشاركة وتصدر الإشارة إلى أن فصلنا والذي تمحور حول موقع اليوتيوب.

الفصل الثالث

الاختراعات

تمهيد

13. الاختراع عبر المراحل التاريخية
14. أهمية الإختراعات
15. مستويات الاختراع
16. أنواع الاختراع
17. تصنيف الاختراع
18. خطوات الاختراعات
19. براءة الاختراع
20. الإختراع والمنجزات المشابهة له
21. شهادة المخترع
22. أجهزة حماية الإختراعات
23. ثقافة الإختراع
24. الفرق بين الاختراعات والابتكارات

خلاصة

تمهيد:

يعتبر الإختراع سمة من سمات التطور الإنساني، وهو أحد مقومات التطور في حياة الشعوب وقيام الحضارات، ومنذ أن أخذ الإنسان التمتع في الظواهر الكونية أدرك أهمية التنمية وتطوير الحياة التي يحياها، وهكذا ومنذ قيام الثورة الصناعية في النصف الأخير من القرن التاسع عشر، بدا جليا التدفق الهائل للإختراعات، واستمر التقدم العلمي والتكنولوجي خلال القرن العشرين ولقد صاحب كل هذه التغييرات حدوث ثورة إقتصادية ظهرت معها علاقات جديدة تمثلت في تلك المبادلات التجارية بين الدول وأصبح التنافس رمز هذا التقدم الإقتصادي، ومعه أصبح التفكير ضرورة حتمية في وجود نظام قانوني قوي ومتكامل يكفل حماية المخترعين على إختراعاتهم، ويعطي فرصة للمجتمع للإستفادة بشكل جدي منها في إطار منظم و قانوني، وإذا كان من أهم الصفات التي يتميز بها الإنتاج الذهني أنه يتطور بسرعة، فإن هذا الأخير إذا كان له الفضل الكبير في التطور والإزدهار، إلا أن هذا من شأنه إلقاء العبء الأكبر، على مشرعي الدول الذين يتعين عليهم ملاحقة هذا الإنتاج الفكري وضمان حماية كافية لأصحابه الذين قدموا ما لديهم من أجل أن يدفعوا البشرية إلى ما هو أفضل.

3-1- الاختراع عبر المراحل التاريخية

1- عصر قبل التاريخ

منذ بداية العصر الحجري القديم والذي استمر إلى عام 8000 قبل الميلاد بدأت الاختراعات بالظهور وكانت اختراعات الإنسان عبارة ما يلي:

- الفأس، الأقواس والرماح والسهم من خلال تشذيب الصخور والعظام وقرون الحيوانات والعاج.

- اكتشاف الإنسان في هذا العصر النار وكيفية اشتعالها.

- تعلم إنتاج المحاصيل الزراعية وصيد الحيوانات.

- اختراع المعازف والمناجل.

- استخدام جلود الحيوانات في صنع الملابس واختراع المغازل التي تغزل الخيوط.

- تعلم ضرب المعادن ليصنع منها الأسلحة وأدوات للزينة.

- تعلم صناعة البرونز واختراع العجلة

وقد اكتشف في ذلك العصر أن بوسعهم أن يصنعوا أزاميل ومعدات أخرى من خلال تنشيط العظام والصوان والحجارة وتحويلها إلى رقائق بالشكل المرغوب فيه.

2- أولى الحضارات

ظهرت أولى الحضارات ما بين عام 3000 و عام 3100 قبل الميلاد وتواجدت في بلاد مصر وبلاد ما بين النهرين وابتكر الإنسان فيها ما يلي:

- ابتكار القنوات المائية والسدود والخزانات، وذلك للتحكم في مياه الفيضانات.

- اختراع نظام الكتابة من قبل السومريين عام 3500 قبل الميلاد، كما أن الكتابة حفظت المفاهيم والمعارف للأجيال المقبلة.

3- الإغريق

اختراع الإغريق عدد من الاختراعات تمثلت في:

- اختراع الطنبور المستخدم في الري والصرف وقام باختراعه "أرخميدس س" الذي كان يعيش صقلية عام المئة الثالثة قبل الميلاد.
- اختراع المكيس ذي اللولب الذي يقوم على عصر العنب والزيتون وقام باختراعه "هيرو" الذي كان يعيش في الإسكندرية.

4- الصين

قام الصينيون باختراع الكثير من الاختراعات تلخصت في:

- اختراع مادة الورق قبل أكثر من 2000 عام.
- اختراع البوصلة والخزف.
- اختراع آلة طباعة متحركة، التي كانت قوالب حروفها من الصلصال.

5- الإسلام، العصر الذهبي (العرب والمسلمون)

وهذا العصر امتد من القرن الخامس الميلادي إلى القرن السادس وتجلت اختراعاتهم في:

- اختراع الكاميرا.
- اختراع الصابون، ومعجون الأسنان ومواد التجميل.
- اختراع القهوة، والمشروبات المقطرة.
- اختراع الساعة المائية والمكس والمشرب، خياطة الملابس.
- اختراع التقطير والتنقية، التسبيل والتبخير والتبلور والترشيح والأكسدة.
- اختراع حمض البول والحمض النيتريك والأنبيق والتردد.

كما أنه كذلك يرجع الفضل للعرب في اختراع البارود ومدافع وكان المسلمون الأندلس أول من صنع المدافع ونقلها إلى أوروبا.

3-2- أهمية الاختراعات:

أهمية المخترعات وآثارها على كل من حياة الإنسان وعلى المجتمعات، إنّ المخترعات سهلت الكثير من الأمور للأشخاص والمجتمعات وهي كالأتي: قامت بسد الحاجات الأساسية للأشخاص حيث أنّ اختراعات العصر الحديث قامت بتوفير الغذاء إلى جميع الأشخاص بالكميات المناسبة، كما ساعدت على الحصول على الماء في المناطق الجافة والصحاري القاحلة. من أهم ما قمنا بالاستفادة منه هو أنّ المخترعات قامت بإلغاء المسافات البعيدة، وسهلت التواصل السريع بطرق أكثر فاعلية عن الماضي. بواسطة المخترعات تمكّن الإنسان من استخراج المعادن من باطن الأرض، وأصبح يتمكن من رؤية الفضاء الخارجي وهو مكانه، وهذا الأمر أدى إلى الكثير من التطورات في حياة الإنسان على الكرة الأرضية بشكل عام.

قامت المخترعات بنشر المعارف والعلوم بين الأشخاص، بالإضافة بالقدرة على الحصول على مصادر المعرفة إلى جميع أنواع البشر دون أن يحتاج إلى بذل أي نوع من الجهود أو تضييع الوقت وتكلفة قليلة جداً. أصبح العالم اليوم قرية صغيرة، كما حسنت وطورت الاختراعات في مجال التعليم والصحة وكافة القطاعات. ساهمت الاختراعات في نمو الإقتصاد، وجعلته ينمو ويزدهر بشكل أدى إلى تطوير وسائل النقل والاتصالات والنقل والقطاعات المختلفة. (موقع، <https://e3arabi.com/?p=604524>)

3-3- مستويات الاختراع

هناك أربع مستويات للقدر أو يتضمن تصور توصل إليها الباحث "كالفن تابلور" فيما يلي:

1- المستوى الانبثاقى

ويتضمن تصور مبدأ جديد تماماً مثل: إيجاد واختراع وفتح آفاق جديدة لم يسبق الاختراع إليه أحد.

2- المستوى التجريدي

ويقوم المخترع عند هذا المستوى بتقديم اختراع جديد قد يتمثل في منتج جديد أو نظرية جديدة أو نوع جديد من الأقمشة... إلخ، وتسمى هذه العملية التجديد.

3- المستوى الاختراعي

وهذا المستوى يتطلب مرونة في إدراك علاقات جديدة غير مألوفة بين أجزاء منفصلة موجودة من قبل، ومحاولة ربط أكثر من مجال للعلم مع بعض حتى يمكن الحصول على شيء جديد. وهي عملية ذهنية تسمى التركيب. مثال: في اختراع آلة أو أساليب تشغيلية جديدة.

4- المستوى الإنتاجي

وهو يؤدي إلى إنتاج أعمال كاملة بأساليب متطورة غير مكررة ولا ينبغي أن يكون الإنتاج مستوحى من عمل الآخرين وغالبا ما يكون هذا المستوى في مجال تقديم منتجات كاملة على مختلف أنواعها وأشكالها.

3-4- أنواع الاختراع

1- تحسين منتج قائم: هو كل ما يطرأ على المنتجات القائمة من: إضافة، حذف، تكبير، استبدال دون تغيير كامل لمكوناتها. كذلك دون أن تستخدم لتحقيق غرض آخر غير الذي صنعت من أجله، كما أنه يحل التحسين بعض المشكلات الموجودة بالمنتج القائم أو يكون سببا في تطوير أدائه أو في الخدمات التي يقدمها.

2- استخدام آخر لمنتج قائم: هو توظيف اختراع سابق لتحقيق خدمة جديدة غير التي صنع من أجلها، بحيث يصبح منتج جديد مستقل بذاته، وقد يتطلب هذا النوع من الاختراع تحسينا بسيطا في المنتج ليحقق الخدمة الجديدة بشكل أفضل.

3- الاختراع من نوع منتج جديد: هو كل فكرة جديدة ومفيدة وقابلة للتطبيق الصناعي بحيث تحل مشكلة قائمة.

أمثلة: - أول محرك بنزين فوتوغرافية.

- أول جهاز تلفون.

- أول كاميرا.

3-5- تصنيف الاختراعات

1- بحسب البنية: لدينا اختراع متجانس واختراع مختلط، حيث أننا نقول عن اختراع ما أنه متجانس إذا كانت عناصره المكونة له مصنوعة من نوع واحد من العناصر مثلا: "مشبك الورق" هو اختراع متجانس كونه مصنوع من مادة واحدة.

- أما الاختراع المختلط فهو الاختراع الذي تكون عناصره من نوعين أو أكثر من العناصر مثلا: جهاز الحقن بالضغط للاستخدام إبرة معدنية، وإنما مكون من عناصر ميكانيكية وإلكترونية لإدخال المادة المحقونة عبر الجلد.

2- بحسب الاستخدام: لدينا الاختراع المباشر وغير المباشر، إذ يعامل الناس مع الاختراعات لتوصيلهم إلى غاياتهم، بعضها بسيط وآخر مركب، وغالبا ما تكون الاختراعات غير المباشرة المركبة من الكثير من الاختراعات الأخرى تقوم على خدمة الاختراع المباشر.

فالهاتف الخليوي هو اختراع يتعامل معه الناس بشكل مباشر لكن كم العلوم والمواد والبرامج التي وضعت فيه حتى أصبح أداة سهلة الاستخدام حتى بالنسبة للطفل الصغير.

3- بحسب الوظيفة: إذ توجد اختراعات لها وظيفة واحدة، لكن أشكالها الخارجية مختلفة مثل السيارات فوظيفتها النقل أو التنقل مهما اختلف شكلها أو حجمها.

وتوجد اختراعات ذات وظيفة واحدة لكنها تختلف بالمبادئ التي تعمل وفقها مثل الطابعات، فالهدف هو الطباعة لكن المبادئ التي تعتمد عليها مختلفة، منها ما يطبع بالضغط الميكانيكي، ومنها يعتمد على الليزر، ومنها يعتمد على الحبر النافث.

4- بحسب الحاجة: نرى أن الاختراعات تقع في ثلاث مستويات بحسب انتشارها ومنفعتها وتبليتها لاحتياجات الناس.

- أ- المستوى الألماسي (اختراع لكل شخص): هو الاختراع الذي يحتاجه كل الناس وفي كل العصور والأزمنة والأمكنة لا غنى عنه، مثل: الاتصالات والطاقة والاختراعات المتعلقة بالمياه والساعات والنقل.
- ب- المستوى الذهبي (اختراع لكل أسرة): وهي الاختراعات الأقل أهمية وانتشارا من سابقتها وهي تتمتع لعصر أقصر نسبيا في خدمتها، ولا يؤثر غيابها على الكثير من مفاصل الحياة مثل: الغسالة أو الثلاجة أو المكيف، واعتبارها أساسية أننا لا نستطيع أن نعيش بدونها إلا أن آباءنا وأجدادنا كانوا يعيشون بدونها.
- ج- المستوى الفضي (اختراع لكل حي): وهي الاختراعات الأقل انتشارا وأهمية للناس من المستويين السابقين، فمضخة المياه متطورة تقوم بسحب وضخ وتولية المياه لأهل الحي تكفي، ولا يوجد داع ليقيني كل واحد منهم مضخة، إلا إذا كان الحي عبارة عن فيلات ولكل منها استهلاكها الخاص.

3-6- خطوات الاختراع

- 1- الإحساس بالمشكلة: الشعور بالمشكلة يمثل أولى الخطوات لحل المشكلة وهو وجود حافز يدفع الشخص إلى البحث عن حل المشكلة وقد يكون هذا الشعور بالمشكلة نتيجة لملاحظة عارضة أو بسبب نتيجة غير متوقعة لتجربة وليس شرطا أن تكون المشكلة خطيرة، فقد تكون مجرد حيرة في أمر من الأمور أو سؤال يخطر على البال. وهناك بعض المشكلات التي تحل عن طريق الاختراعات.
- 2- صياغة المشكلة: تهدف إلى تعريف المشكلة في جملة محددة مما يساعد في التوصل إلى أفضل الحلول الاختراعية الممكنة مع ضرورة مراعاة الخصائص التالية:
 - أن تكون الصياغة بطريقة ايجابية وفي صيغة سؤال.
 - أن تكون محفزة للتفكير وبعيدة عن القيود والشروط.
 - أن تكون مفتوحة ومختصرة وتساعد على توليد الأفكار.
- 3- جمع المعلومات: وذلك من خلال استخدام المصادر المختلفة والاستعانة بالمكتبة المدرسية للتعرف على كيفية الحصول على المعلومات اللازمة وهذا من أجل جمع المعلومات الكافية عن الاختراع.
- 4- طرح الأفكار الاختراعية: لتوليد الأفكار الاختراعية ممكن نستخدم المهارات المكتسبة في البرنامج وكذلك مبادئ تريز.

5- تقييم الأفكار الاختراعية: يتم تقييم الأفكار الاختراعية عن طريق تطبيق معايير استمارة التطبيق والإجابة على جميع الأسئلة إجابة دقيقة.

6- رسم الفكرة الاختراعية: إن الرسم والتخطيط للاختراع ذو أهمية، لا يشترط أن تكون فنانا بارعا كثير ما، كما أنه يساعد تمثيل الأشياء في رسم سريع في توفير الجهد أثناء نقل الفكرة إلى حقيقة.

7- تطبيق الفكرة الاختراعية: يمر الاختراع بثلاث مراحل فعلية من مجرد الفكرة حتى يصبح منتجا كاملا:

- النموذج التجريبي: وهو الشكل الذي يثبت أن فكرة الاختراع قابلة للتنفيذ.

- النموذج المتوسط: وهو الذي يبين أن الاختراع سوف يستعمل وكيفية استخدامه.

- النموذج النهائي: وهو نموذج مماثل تماما في الشكل والأداء للمنتج الذي سوف يظهر حينما ينتقل الاختراع إلى مرحلة التصنيع.

8- جمع الآراء حول المنتج: بعد تصميم الاختراع لابد من التحقق من مدى عمليته وإمكانية استعماله في أرض الواقع، وذلك من خلال استعمال الكلمات التي تعين على التقويم السليم (مدى الحاجة، الواقعية، المشكلات، المخاطر، المزايا، نوع الزبائن، المقارنة، سهولة الاستعمال... إلخ)

9- تسمية المنتج: إن اسم الاختراع له هدف أيضا إذ يجب أن يساعد الاسم في بيع المنتج، لأن اسم المنتج يمهّد الطريق لكي يهتموا بالتعرف على اختراعك وتذكرك قد يكون الاسم غريبا إلى حد أن الناس يريدون شراءه.

3-7- براءة الاختراع

براءة الاختراع حق يمنحه مكتب حكومي مقابل التقدم وتسجيل اختراع جديد يكون إنتاجا مبتكرا جديدا أو عملية تتيح طريقة جديدة لإتمام وإنجاز عمل ما أو تقدم حلا تقنيا جديدا لمشكلة موجودة حاليا، وظيفة براءة الاختراع أنها تكفل للمالكها حماية اختراعه لفترة محدودة من الزمن تقدر بعشرين سنة في معظم براءات الاختراعات الدولية.

كما أن استعمال براءات الاختراع لها إيجابيات حيث تقوم بتوفير المعطيات في معظم البلدان الصناعية عن طريق المكاتب الوطنية للملكية الفكرية التي تتوفر على بيانات إلكترونية لبراءات الاختراع من جهة ومن جهة

أخرى يطلب من المؤسسات المبدعة إيداع جميع براءات الاختراع السابقة المتعلقة بإبداعاتهم التكنولوجية لذا يصبح من الممكن الحصول على مقياس تقريبي لنوعية الإبداع التكنولوجي.

كما أنها تسجل فقط من المنظور التجاري التسويقي ولكن ليست كل الإبداعات يتم تسويقها وخاصة بالنسبة للمؤسسات التي تمتلك تكنولوجيا جديدة وتخشى في منافسيها.

3-8- الإختراع والمنجزات المشابهة له:

هناك العديد من المنجزات تتشابه كثيرا مع الإختراعات، لكنها لا تعتبر كذلك إذ أن هذه الأخيرة تتطلب تدخل يد الإنسان فيها وبالرغم من أنها تساهم إلى حد كبير في تقدم البشرية إلا أنها لا تعتبر كذلك.

1- الإختراع والإكتشاف: من خلال القانون الجزائري يتبين أن الإختراعات المحمية هي تلك الإختراعات الجديدة والقابلة للتطبيق الصناعي، (أمر 03/07 الصادر في 19 يوليو 2003)، فهذه الإختراعات التي يتكلم عنها القانون الجزائري هي تلك التي تدخل فيها

عبقرية الإنسان في بلورتها في شكل مادي وهذا حتى تسمى كذلك، وهو إذا ما يميزها عن الاكتشافات ذلك أن الإكتشاف هو الإحساس عن طريق الملاحظة بالظواهر الطبيعية، هذه الأخيرة كانت موجودة ولا دخل ليد الإنسان فيها وهو ما جاء إتفاقية جنيف الخاصة بالتسجيل الدولي للإكتشافات العلمية " الإكتشاف العلمي هو التعرف على الظاهرة وملكية قانون الكون المادي الذي هو غير معروف والذي يمكن أن يعرف عن طريق البحث. (اتفاقية جنيف الخاصة بالتسجيل الدولي للإكتشافات العلمية)

ويظهر إذن من هذا التعريف أنه رغم أن كل من الإختراع والإكتشاف يساهم كل منهما في تقديم البشرية والعمل الصالح العام إلا أنهما شيئان مختلفان في أصل وجودهما

2- الإختراع والمعرفة الفنية

المعرفة الفنية لفظ باللغة الإنجليزية Know how ، ظهر في 1961 وأصدرت محكمة النقض الفرنسية حكما بهذا الصدد سنة 1971 وإستخدم كلفظ قضائي وإرتبط بالتطور التكنولوجي والمعرفة الفنية سر لا يعلمه إلا صاحبه، وهناك أسباب جعلتها غير قابلة للحماية بالبراءة أهمها:

✓ إبقاء سريتها محفوظة للأبد.

✓ إحتكارها أطول مدة.

✓ لعدم سقوطها في الملك العام بعد مضي عشرين سنة.

✓ لعدم خضوعها للترخيص الإجبارية

✓ لعدم إلغائها أو سقوطها إما بزوال المدة القانونية أو الإلغاء بحكم أو قرار قضائي.

هكذا إذن يمكن للمعرفة الفنية أن تكون لها قيمة كبيرة بالنسبة لأي باحث، وخضوعها للبراءة تجعل طالب البراءة مجبرا بإعطاء كافة المعلومات الضرورية لإنجاز الإختراعات وهو غالبا ما يمتلك معرفة فنية سرية ضرورية لإنجاز وتسويق الإختراع كمنتوج أو كطريقة، والتي غالبا ما تبقى خفية وهو ما يميزها عن الإختراع المحمي بالبراءة،) شرشور مصطفى، الملكية الصناعية، 2003) وفي كل الأحوال فإن الفرق الذي يميزها عن الإختراع أن معلومات جد هامة تبقى حبيسة مخترعها، أما الإختراع فلا يحتوي على أي معلومة سرية وإذا لم تتوفر فيها شروط الإختراع من جدة الإختراع وإبتكار وتطبيق صناعي يمكن أن تحمي بالمنافسة الغير المشروعة، ولا يخفى إذن عن أحد أهمية المعرفة الفنية ومع أنها غير مشمولة ببراءة الإختراع لكنها منتشرة كثيرا في المعاملات الدولية، وهكذا إذن فإن تحويل التكنولوجيا بواسطة المعرفة الفنية من الدول المتقدمة إلى الدول النامية يشكل 95% من عقود نقل التكنولوجيا وفي هذا الإطار وعكس الإختراعات والتي أعطيت لها أهمية كبيرة على مستوى مختلف التشريعات سواء على مستوى التشريع الجزائري أو الاتفاقيات الدولية فان المعرفة الفنية لم تحظ بهذا القدر من الاهتمام بإعطائها حماية خاصة ما عدا اتفاق الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) الذي عالج هذا الموضوع، ولهذا فإن أساس حمايتها خاضعا للمبادئ العامة للملكية الفكرية إما على أساس حقوق المؤلف، أو إعتبرها من الحقوق الشخصية أو إعتبرها من حقوق الملكية.

3- الإختراع والإبداع:

كل من الإختراع والإبداع الفطان مترادفان، فالإختراع ما هو إلا تحقيق للإبداع الناتج عن عمل عقلي للإنسان، فالإبداع هنا هو إنتاج شيء جديد لم يكن معروفا لكن الذي يميز الإختراع عن الإبداع أننا لا يمكن أن

تكون بصدد نشاط إختراعي إلا إذا كان الإبداع غير بديهي عند رجل الحرفة(فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجارية القسم النقي، 1998).

إذن فالإنفاق هو أن الإختراع والإبداع لفظان مترادفان، لكن المقياس هذا هو رجل الحرفة فإذا كان الإبداع بديهي عند رجل الحرفة لا نكون بصدد نشاط إختراعي.

4- الإختراع والسر الصناعي

لقد عرف العميد الفرنسي Paul Roubier السر الصناعي بأنه طريقة صناعية تطبق في صناعة ما، وتبقى سرية للمتنافسين وتقدم قائمة علمية وتجارية. (Paul Roubier, Droit de la propriété industrielle, 1952.)

فالسر الصناعي يتكون إذا من عنصرين: سر وصناعة أي أن هناك أسرار بتملكها مجموعة من الناس وتتعلق بالصناعة، فيمكن أن تستخدم مثل هذه الطريقة الصناعية سرا وهذا من طرف أكثر من شخص من دون أن يعلم الواحد بالآخره .

ولهذا قيل بان السر الصناعي يمكن أن يرقى إلى درجة الإختراع القابل للحصول على سند الحماية ولكنه يظل إختراع بدون براءة، ومن جهة أخرى يقتضي التنازل عن براءة الإختراع الكشف عن بعض الأسرار الصناعية التي يحتفظ بها المخترع والتي لم تكن محل البراءة إذا فما يميز السر الصناعي عن الإختراع أن حماية الإختراع تتطلب إعلانه للجمهور وإفشاءه سريته بشروط معينة، أما السر الصناعي فيبقى حبيس صاحبه ويبقى سرى للمتنافسين.

وإذا كانت هذه مختلف التعريفات التي أعطيت للإختراعات فان هذه الأخيرة لم تظهر هكذا وإنما مرت بعدة مراحل.

3-9- شهادة المخترع

شهادة المخترع وثيقة تمنح إذا استوفى طالب حماية الإختراع الشروط اللازمة وما يميز هذه الشهادة أنها تعتبر عن حق مصدره وغاية الجماعة إذ وفي الإطار تمنح الدولة شهادة الإختراع مقابل إكتسابها حق إستغلال الإختراع، وتباشر هي إستغلاله وفق مقتضيات الخطة الإقتصادية وهذا مقابل تعويض عادل تتولى الدولة تقديره

الفصل الثالث: الإختراعات

وهذا التقدير يكون بناء على النتائج الإقتصادية التي تترتب عن هذا الإستغلال والمخترع هنا يحتفظ بحقه المعنوي مقابل هذا التنازل(عباس طمي المنزلاوي، الملكية الصناعية1983).

وشهادة المخترع لا تتضمن إلا إسم وصنف ونسبة الإختراع للمخترع ولا تتضمن أوصاف الإختراع لذا فالقوانين التي تأخذ بها تحرم على المخترع إفشاء سر الإختراع أو إخراجها من أراضي

الدولة، فهذه الشهادة غير كاشفة للإختراع وتبقى حبيسة الخطة الإقتصادية المنتهجة من طرف الدولة إذ فوفق هذا النظام يعتبر الجهاز الحكومي هو المحرك الوحيد للبحث وهو مستغله الوحيد. (Marc Sabatier,1976 exploitation des brevets d'inventions) من الجانب القانوني يمكن القول أن للنظام السياسي السائد الأثر الكبير عن النظام التشريعي وهذا ما يمكن ملاحظته في الجزائر إذ أخذ بشهادة المخترع كند رئيس للحماية وهذا تماشيا والسياسة الإشتراكية المتبعة آنذاك.

وهذا ما يلاحظ في القانون الأول الخاص بحماية الإختراعات (سنوات حلیم دوس مقوت حلیم تشريعات راية الإختراع في الدول العربية1988) إذ إنحصرت هذه الشهادة في المواطن الجزائري و اعتبرت ذو طابع إجتماعي بحت.

وإذا كان هذا هو التطبيق في التشريع الجزائري، فواقعيا كانت هذه الشهادة حبرا على ورق فقط باعتبار النص عليها كان قانونيا فقط، ولم تسجل أية طلبات للحصول على شهادة الإختراع من

طرف الجزائريين إذا كان المستوى التكنولوجي ضعيف جدا خصوصا وأن الأجانب الذين كان يمكن أن يسجلوا إختراعاتهم في الجزائر أعطي لهم المشرع إمكانية حماية إختراعاتهم في هذه الفترة وفق إجازة الإختراع ونظرا للثغرات التي أحدثت من خلال هذا القانون والتغيرات التي طرأت على الأوضاع الجزائرية وإتجاهها نحو إقتصاد السوق إنتهجت سند آخر للحماية والذي أصبح الوحيد الحماية الإختراعات وهو براءة الإختراع وهذا ما نلاحظه سواء في المرسوم التشريعي 93-17 او أمر 03-307).

وخلصة هذا القول أن براءة الإختراع أصبحت السيد الرئيسي لحماية الإختراعات على المستوى الدولي نظرا للمحاسن التي تدرها سواء على المخترع في حد ذاته أو المجتمع فبراءة الإختراع تسمح للمخترع إحتكار إستغلال إختراعه عدة معينة وينتفع به سواء شخصا أو عن طريق عقود ترخيص التي يبرمها مع الغير بعدها يصبح متاحا للمجتمع الحق في إستغلاله مع شروط قيد بها صاحب هذا السيد حتى لا يتعسف في إستعمال هذا

الحق سوف نتعرض لها لاحقا ومن ميزات براءة الإختراع أيضا والذي لا يمكن أن تجده في شهادة المخترع أنها تسمح للباحث بالإطلاع على أي مجال تكنولوجي بسهولة وبالتالي فهي تسهل نقل التكنولوجيا بوسائل عدة منها:

أ- التوفيق بين موردي التكنولوجيا والمستفيدين منها إذ تتضمن البراءة منشورا لتفصيل عن أسماء وأصحاب البراءات وتحديد مكانها.

ب- نلاحظ أنه في البلد الذي لا يطبق نظام البراءات من الضروري أن يبرم المورد اتفاقات الضمان عدم إكتشاف الغير لإختراعه إلا أن هذا فيه عنصر المخاطرة التجارية للمورد مقارنة ببلد يطبق نظام البراءات. وهكذا إذا فالبراءة تساهم في تشجيع الابداعات وتقديم المعلومات التقنية باستمرار ويمكن اعتبارها بنك المعطيات التكنولوجية التي تسمح للمؤسسات والعامه من الناس من أهل الاختصاص الاطلاع على التكنولوجيا الحديثة المحققة لكن اذا كانت براءة الاختراع هي السيد الرئيسي لحماية الاختراعات فهناك أسناد أخرى تأتي أما التحسين الاختراع المحمي بالبراءة وهنا تسمى براءة التحسين أو أنها تأتي لتضفي الحماية على اختراعات صغيرة وهو ما يسمى نماذج المنفعة.

3-10- أجهزة حماية الإختراعات

يقدم الطلب إلى المصلحة المختصة بالملكية الصناعية، وفي هذا الإطار أكدت اتفاقية باريس) على أن تتعهد كل دولة من دول الاتحاد بإنشاء مصلحة خاصة بالملكية الصناعية في الجزائر يتكفل باستقبال الطلبات المعهد الوطني للملكية الصناعية (مكتب البراءات) ويقوم بدراسة كافة الطلبات الرامية إلى تسجيل الاختراعات و نشرها، وهذه الطلبات يمكن أن يكون مجالها وطني أو دولي فللمكتب صلاحية استقبال الطلبات الدولية أيضا إذ يعتبر هذا المكتب الوطني أولى مراحل لطلبات الحماية الدولية إذا أراد الطالب حماية اختراعه في عدة دول عن طريق إيداع طلب دولي واحد.

أما على المستوى الدولي فتبدأ عملية إيداع الطلب الدولي بإيداع المخترع لطلبه الدولي لدى مكتب البراءات لدولة متعاقدة، وغالبا ما يكون المكتب الوطني لطالب الحماية، وهكذا أعطت معاهدة التعاون بشأن البراءات لمودع الطلب الحق في إيداع طلبه لدى المكتب الوطني ويكون كهيئة مستقبلة للطلب الدولي، وإذا كانت متطلبات الدفاع الوطني في هذه التشريعات لا تمنع من أن يكون المكتب الدولي للملكية الفكرية فيكون هو الهيئة

المستقبلية ويكون الإيداع مباشرة لهذا المكتب وإذا كانت دولة مودع الطلب منظمة إلى إحدى الاتفاقيات الإقليمية لحماية الاختراعات، فيمكن للطالب إيداع طلبه في هذه الهيئات، وهذا إذا كانت تشريعات دولته تسمح بذلك وبعد استقبال هذا الطلب تبدأ عملية التمحص وهنا يختلف الأمر كذلك في التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية.

3-11- ثقافة الاختراع:

المقصود بثقافة الاختراع هو بيئة العمل التي تشجع الموظفين - من مهندسين وعلماء وطلاب وفنيين - على ابتكار الجديد في منتجات الشركة أو تطوير منتجات موجودة. والاختراع لا يأتي من ذكاء الإنسان وتفكيره فقط، ولا يأتي من الدراسة العلمية المحضمة، بل هو بحاجة إلى تشجيع الإنسان ودفعه إلى التفكير في التجديد والتطوير وصولاً إلى الاختراع. فإن كانت بيئة العمل وثقافته المنظمة لا تسمح بالتجديد أو تطالب الموظفين بالقيام بواجباتهم وترك التفكير للإدارة التي عادة ما تكون مركزية في شخص أو عدد قليل من الأشخاص، فهذه بيئة غير منتجة لأي إبداع أو اختراعات.

أما إن أردت أن تكون منظمتك من المنظمات التي تتوالد فيها الأفكار والاختراعات والمنتجات الجديدة باستمرار فعليك أن تشجع التفكير الحر فيها وأن تسمح بتجريب الجاد من الأفكار حتى وإن لم تنجح كلها. إن الإدارة التي تقوم بهذا تظهر للعاملين لديها بأنها فعلاً تدعم أصحاب الطموحات والاختراعات ولا تحرقهم أو تسخر من أفكارهم. وهي بذلك تعمم في بيئة العمل احترام أصحاب الأفكار والتطبيقات الجديدة وتوفر لهم المناخ الملائم للإبداع والاختراع. وهذا كله سيعود بالفائدة على المنظمة التي ستقدم لعملائها منتجات جديدة متميزة تساهم في تعزيز مكانتها في السوق.

الاختراعات في الغرب تأتي في معظمها من القطاع الخاص، من الشركات والمصانع والمعامل. والجزء الذي يتم العمل عليه في مراكز الأبحاث والجامعات يكون في الغالب بدعم من الشركات ذات الاهتمام بموضوع الاختراع لأغراض تجارية. ورغم ذلك فإن الغرب يقدم سنوياً آلاف الاختراعات ذات الاستخدامات التجارية التي تعود على أصحاب الشركات بمئات الملايين من الدولارات أرباحاً ومبيعات.

إن جزءاً من ثقافة الاختراع التي ندعو إليها يكمن في عدم انتظار قدوم الحلول لمشاكلنا من الخارج أو من جهة حكومية تعمل - إذا عملت - لسنوات على ابتكار منتج يحل مشكلة ما. فالمشاكل ليست سوى فرص بحاجة إلى من يقتنصها. فلننشر ثقافة الاختراع ونعممها في منظماتنا وأسرنا كي نصبح أمة تبتكر وتصنع ما تحتاجه.

3-12- الفرق بين الاختراعات والابتكارات:

كان الاختراع والابتكار لفظين مترادفين سابقا بمعنى الإتيان بشيء جديد أصيل يقيد الإنسان في بعض شؤون حياته، فقد يكون الله أو جهازا أو تطويرا لوظيفة من وظائف آلة، ثم الحصول على براءة الاختراع التي تعد وثيقة رسمية بحق المخترع في هذا الاختراع.

إلا أننا نميز اليوم تماما بين الاختراع والابتكار الذي تعتبره قمة عملية الاختراع، والمرحلة الأخيرة من الإنتاج، أي إنتاج مصادر الإنتاج وامتلاكها واستخدامها من قبل الناس كافة.

وكيز المخترع والكيميائي أويل موريس بين الاختراع والابتكار بأكما ليسا الشيء نفسه، فالاختراعات أعمال جيدة، لكن في عالم الشركات الكبيرة، من المهم جدا أن تكون قادرا على جل الابتكار إلى الوق على شكل منتجات وتقنيات جديدة، إذا الاختراعات هي شيء ما جديد، أما الابتكارات فهي شيء ما أكثر من مجرد شيء جديد أو مفيد أو يمكن تحويله إلى شيء ما معين، يعني أن امتلاك شركة لبراءات الاختراع أكثر أنها تملك ابتكارات أكثر فالابتكارات والأفكار يمكن أن تأتي من أي شخص أو أي ما مكان، يحتاج الناس لأن يكون منفتحين على الأفكار الجديدة ويقصدوا بالنشاط تنوع الآراء والمنظورات، وبالنسبة لموريس، يجب أن تحول فكرة عامة إلى منتج أو شيء ما يكون عمليا، بشيء ما يكون مفيدا، ويحتاج شيء ما مرغوب لكن غير محتمل وجوده مع بحث موجه عمليا أكثر، إنه الذي يدفع نموذجيا الفواتير، هو الابتكارات، الزمن هو أيضا عصر حاسم في الابتكار كبير ما يأخذ وقت أن تقدم مفاهيم جديدة، وقد يستلزم الأمر وقت أكثر حتى تنفذ وكلما كانت الفكرة أكثر جدة، كان الوقت الذي ستأخذه أكثر لأنها تستوجب من الزبائن أن يعملوا الأشياء بطريقة مختلفة ويرى المخترع دون كيك، أحد المشاركين في اختراع الليف الضوئي المستخدم في مجال الاتصالات، أن الابتكارات قد تتضمن كل شيء يكون ضروريا لإيصال الشيء إلى استعمال تجاري ما، أما الاختراعات هي في الحقيقة الحلق الأني لشيء ما جديد وفريد، لكن يمكننا وضع اختراعات كثيرة بحيث تشكل الابتكارات النهائية، ففي الوقت الذي بدأت فيه الألياف تستعمل تجاريا في الحقيقة، كانت جامعة كورنينغ قد وضعت تقريبا أربعمئة اختراعا. (الدكتور سائر بصحة جي، أسس الاختراع، 1971)

ويعرف روجرز الابتكارات بأنها ظهور إنتاج جديد نابع من التفاعل بين الفرد وبين ما يكتسبه الفرد من

خيرات.

خلاصة:

للإختراع سمات أساسية أهمها تدخل يد الإنسان فيها ومهما تعددت أنظمة الحماية فتبقى براءة الإختراع السيد الرئيسي للحماية وتبقى الأداة الأساسية لنقل التكنولوجيا وخير دليل أن ثمانين بالمائة من المعلومات العلمية أساسها الإختراعات المحمية على أساس براءة الإختراع من جهة ثانية، وإذا كان الإجماع على أن للبراءة هذه المميزات في التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية فان النظرة تختلف بالنسبة للمنشآت المحمية على أساس براءة الإختراع، فمنها من إستبعدت من الحماية نظرا طبيعتها، ومنها من إختلف الأمر في شأنها وهذا وفق المصالح الإقتصادية للدول.

ومهما كانت التعريفات التي أعطيت للإختراع والشروط الواجب توفرها حتى تغطية الحماية فإن كل هذه الشروط والمواضيع مهما كان مجالها فإنه بمجرد منحها براءة الإختراع حتى تكون لها آثار عديدة سوف نتطرق لها في الباب الثاني.

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي

1- عرض وتحليل النتائج

2- نتائج الدراسة

3- مقترحات الدراسة

4- خاتمة

1. عرض وتحليل النتائج

الجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
60%	15	ذكر
40%	10	أنثى
100%	25	المجموع

من خلال هذا الجدول يتبين لنا أن تكرار أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 25 فرداً، ونلاحظ أن 15 فرداً يمثلون الذكور بنسبة قد بلغت 60% أما بالنسبة للجمع أنثى فقد بلغت 10 قدرت ب 40%.

الجدول رقم (2) يوضح توزع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
24%	6	من 20 إلى 24
40%	10	من 24 إلى 26
36%	9	من 26 أكثر
100%	25	مجموع

من خلال هذا الجدول الذي يوضح تكرار أفراد عينة الدراسة البالغ حجمهم 25 فرداً، والذي نلاحظ أن الذي أعمارهم ما بين 24 إلى 26 بلغ عددهم 10 أفراد بنسبة 40%، أما الذين يتراوح من 26 إلى ما فوق بلغ عددهم 9 بنسبة 36%، وفيما يتعلق بالذين يتراوح أعمارهم من 20 إلى 24 بلغ عددهم 6 بنسبة 24%.

الجدول رقم (3) أسباب التعرض لليوتيوب لزيادة الاختراعات الجديدة

التعرض بشكل	التكرار	النسبة المئوية
دائم	8	32%
متقطع	4	16%
حسب الحاجة	13	52%
مجموع	25	100%

من خلال هذا الجدول الذي يبين أن إجابات أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم 25 فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعة دائم، متقطع، حسب الحاجة، فالمجموعة التي تحصلت على أعلى نسبة التي بلغ عددهم 13 فردا بنسبة مئوية تقدر ب 52%، أما المجموعة الثانية دائم الذي بلغ عددهم 8 أفراد بنسبة مئوية تقدر ب 32% أم المجموعة الثالثة هي أصغر نسبة وهي متقطع بلغ عددهم 4 بنسبة تقدر ب 16%.

ونستنتج من هذا الجدول أن أفراد العينة يتعرضون لليوتيوب حسب الحاجة، وذلك راجع إلى حاجتهم إليه وما يتوفره من فوائد.

الجدول رقم (4): الأسباب التي تدفعك لمتابعة اليوتيوب

النسبة المئوية	تكرار المشاهد	الأسباب
20%	5	التسلية والترفيه
40%	10	كثرة الحديث عنها
8%	2	حب الاطلاع
32%	8	اكتساب مهارات جديدة
100%	25	مجموع

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم 25 فرداً، انقسمت إلى أربع مجموعات، المجموعة الأولى التي تمثلت في الأفراد الذين كانت إجاباتهم كثيرة الحديث عنه وهي أعلى نسبة حيث بلغ عددهم 10 فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ40% أما المجموعة الثانية فكانت اكتساب مهارات جديدة بلغ عددهم 8 بنسبة مئوية 32%، أما المجموعة الثالثة فقد بلغ عددهم خمسة بنسبة مئوية تقدر بـ20% أما المجموعة الرابعة فهي أصغر نسبة بلغ عددهم 2 بنسبة مئوية تقدر بـ8%.

ونستنتج أن أسباب متابعة اليوتيوب هي كثرة الحديث عنها وذلك يرجع إلى عنصرين هما عنصر التشويق وعنصر حب الاطلاع.

جدول رقم (5): عوامل جذب متابعة قنوات اليوتيوب

عوامل جذب	تكرار المشاهد	النسبة المئوية
طبعة الموضوع	11	44%
فائدة الموضوع	9	36%
جدية الموضوع	5	20%
المجموع	52	100%

من خلال هذا الجدول الذي يبين لنا إجابات أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم 25 فرداً، تقسمت إلى ثلاث مجموعات، مجموعة أولى تمثلت في طبيعة الموضوع وهي أعلى نسبة حيث بلغ عددهم 11 فرداً بنسبة مئوية قدرت ب 44%، أما المجموعة الثانية فكان عددهم 9 فرداً وبنسبة مئوية قدرت ب 36%، أما المجموعة الثالثة وهي أصغر نسبة بلغ عددهم 5 بنسبة مئوية قدرت ب 20%.

ونستنتج من الجدول أن ما يجذب لمتابعة اليوتيوب هو طبيعة الموضوع.

جدول رقم (6): الاشتراك في صفحات اليوتيوب

الاشتراك في اليوتيوب	تكرار المشاهد	نسبة مئوية
نعم	15	60%
لا	10	40%
المجموع	25	100%

من خلال هذا الجدول الذي نلاحظ فيه إجابات أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم 25 فرداً انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى التي كانت إجاباتهم بنعم وقد بلغ عددهم 15 فرداً بنسبة مئوية قدرت ب 60% أما المجموعة الثانية فكانت إجاباتهم بلا وقد بلغ عددهم 10 فرداً بنسبة مئوية قدرت ب 40%.

الفصل الرابع:.....الإطار التطبيقي

ومنه نستنتج أن معظم أفراد عينتنا يقومون بالاشتراك في صفحات قنوات اليوتيوب وهذا بسبب إعجابهم

بها.

الجدول رقم (07): متابعة مضمون قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	المضمون
40%	10	دائم
36%	9	أحيانا
24%	16	نوعا ما
100%	25	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا 25 فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "هل تتابع مضمون قنوات اليوتيوب" بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم 10 أفراد بنسبة مئوية بلغت 40% أما المجموعة الثانية التي تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "أحيانا" وقد بلغ عددهم 9 أفراد بنسبة مئوية 36% أما المجموعة الثالثة التي تمحورت إجاباتهم على السؤال البديل "نوعا ما" وقد بلغ عددهم 6 أفراد بنسبة مئوية بلغت 24% ومن هنا:

نستنتج من هذا الجدول أن أفراد العينة يتابعون مضمون القنوات اليوتيوب دائم.

الجدول رقم (08) الفترة التي يتابع فيها قنوات اليوتيوب بكثرة

النسبة المئوية	تكرار	الفترة
28%	7	الفترة الصباحية
24%	6	الفترة المسائية
48%	12	الفترة الليلية
100%	25	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة دراسة والبالغ عددهم: 25 فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "ما هي الفترة التي تتابع.... إلخ" بالبدل الفترة الصباحية وقد بلغ عددهم 17 فردا بنسبة مئوية بلغت (28%) أما المجموعة الثانية التي تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبدل الفترة المسائية وقد بلغ عددهم 6 أفراد بنسبة مئوية 24% أما المجموعة الثالثة التي تمحورت إجاباتهم على سؤال بالبدل الفترة الليلية وقد بلغ عددهم 12 فردا بنسبة مئوية بلغت 48%.

ومن هنا نستنتج من هذا الجدول أن أفراد العينة يتابعون قنوات اليوتيوب في الفترة الليلية أكثر.

الجدول رقم (09): المدة التي يقضيها في متابعة قنوات اليوتيوب في كل مرة تستخدم فيها.

النسبة المئوية	تكرار	المدة
32%	8	أقل من ساعة
48%	12	من ساعة إلى ساعتين
20%	5	أكثر من ساعتين
100%	25	المجموع

الفصل الرابع:.....الإطار التطبيقي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 25 فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "ما هي المدة التي تقضيها" بالبديل" أقل من ساعة وقد بلغ عددهم 8 أفراد بنسبة مئوية بلغت 32% أما المجموعة الثانية التي تمحورت إجاباتهم على السؤال البديل "من ساعة إلى ساعتين" وقد بلغ عددهم 12 فرد بنسبة مئوية 48% أما المجموعة الثالثة التي تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "أكثر من ساعتين" وقد بلغ عددهم 5 أفراد بنسبة مئوية 20%.

ومن هنا نستنتج من هذا الجدول أن أفراد العينة من خلال متابعة قنوات اليوتيوب لديهم مدة زمنية من ساعة إلى ساعتين هي أكثر.

الجدول رقم (10) تتابع قنوات اليوتيوب متابعة (مكان)

متابعة (مكان)	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	11	44%
مقهى الانترنت	5	20%
غير محدد	9	36%
المجموع	25	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 25 فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "أين تتابع قنوات اليوتيوب" بالبديل "المنزل" وقد بلغ عدده 11 فرداً بنسبة مئوية بلغت 44% أما المجموعة الثانية التي تمحورت إجاباتهم على السؤال البديل أما المجموعة الثانية الذي تمحورت إجاباتهم على السؤال البديل مقهى الانترنت وقد بلغ عددهم 5 أفراد بنسبة مئوية 20% أما المجموعة الثالثة التي تمحورت إجاباتهم على سؤال البديل "غير محدد" وقد بلغ عددهم 9 أفراد بنسبة مئوية 36%.

من هنا نستنتج من هذا الجدول أن أفراد العينة الأكثر متابعة هو في المنزل.

الجدول رقم (11): تستخدم اليوتيوب عن طريق؟

النسبة المئوية	التكرار	الاستخدام
32%	8	الحساب الآلي
20%	5	اللوحة الإلكترونية
48%	12	الهاتف الذكي
100%	25	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 25 فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "تستخدم اليوتيوب عن طريق" البديل "الحاسب الآلي" وقد بلغ عددهم 8 أفراد بنسبة مئوية 32% أما المجموعة الثانية التي تمحورت إجاباتهم على السؤال البديل "اللوحة الإلكترونية" وقد بلغ عددهم 5 أفراد بنسبة مئوية 20% أما المجموعة الثالثة التي تمحورت إجاباتهم على السؤال البديل "الهاتف الذكي" وقد بلغ عددهم 12 فرد بنسبة مئوية 48%.

من هنا نستنتج من هذا الجدول أن أفراد العينة الأكثر استخداماً لقنوات اليوتيوب هي عن طريق الهاتف

الذكي.

الجدول رقم (12) تحقق قنوات اليوتيوب؟

النسبة المئوية	تكرار	اشباعات
36%	9	دائما
32%	8	أحيانا
32%	8	نادرا
100%	25	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا 25 فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد التي تمحورت إجاباتهم على السؤال "هل تحقق قنوات اليوتيوب اشباعات" بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم 9 أفراد بنسبة مئوية 36% أما المجموعة الثانية التي تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "أحيانا" وقد بلغ عددهم 8 أفراد بنسبة مئوية 32% أما المجموعة الثالثة التي تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل نادرا وقد بلغ عددهم 8 أفراد بنسبة مئوية ومن خلال هذا:

نستنتج من الجدول أن أفراد العينة التي حققت لهم قنوات اليوتيوب اشباعات دائما هي أكثر نسبة أفراد

العينة.

الجدول رقم (13): عند متابعتك لقنوات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الشعور
36%	9	الراحة النفسية
40%	10	المتعة
24%	6	القلق
100%	25	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 25 فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد التي تمحورت إجاباتهم على "بماذا تشعر عند متابعتك لقنوات اليوتيوب" بالبديل "الراحة النفسية" وقد عددهم 10 بنسبة مئوية 40% أما المجموعة الثالثة التي تمحورت إجاباتهم على السؤال البديل "القلق" وقد بلغ عددهم 6 أفراد بنسبة مئوية 24% ومن هنا:

ونستنتج من هذا الجدول أفراد العينة بشعورنا بالمتعة عند متابعة قنوات اليوتيوب.

الجدول رقم (14): قدمت لك قنوات اليوتيوب حلولاً واقتراحات بعض المشاكل؟

النسبة المئوية	تكرار	حلول واقتراحات
20%	5	نعم
56%	14	لا
24%	6	نوعاً ما
100%	25	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 25 فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد التي تمحورت إجاباتهم على السؤال "هل قدمت لك قنوات اليوتيوب بحلول واقتراحات بعض المشاكل" بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم 5 أفراد بنسبة مئوية 20% أما

الفصل الرابع:.....الإطار التطبيقي

المجموعة الثانية التي تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم 14 فردا بنسبة مئوية 56% أما المجموعة الثالثة التي

تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نوعا ما" وقد بلغ عددهم 6 أفراد بنسبة مئوية 24%.

ومن هنا نستنتج من هذا الجدول أن أفراد العينة التي كانت إجاباتهم لا لم تقدم لهم حلول للمشاكل.

الجدول رقم (15): بعد استخدامك لقنوات اليوتيوب هل بإمكانك التخلي عنها؟.

قدرة تخلي	تكرار	النسبة المئوية
نعم	19	76%
لا	6	24%
المجموع	25	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا 25 فرد قد انقسمت إلى مجموعتين تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد التي تمحورت إجاباتهم على السؤال بعد استخدمت لقنوات اليوتيوب هل بإمكانك التخلي عنها؟ بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم 19 فرد بنسبة مئوية 76% أما المجموعة الثانية التي تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم 6 أفراد بنسبة مئوية 24%

نستنتج من هذا الجدول أن أفراد العينة التي كانت إجاباتهم "نعم" لا يمكنهم تخلي عن استخدام قنوات

اليوتيوب.

2. نتائج الدراسة: وصلت الدراسة إلى:

- 1- أن عدد الذكور فاق عدد الإناث بنسبة 60% ذكورو 40% الإناث.
- 2- ان اغلب أفراد العينة يتراوح سنهم من 24 إلى 26 سنة بنسبة 40%.
- 3- أثبتت الدراسة أن أفراد العينة يتعرضون اليوتيوب لخلق اختراعات جديدة حسب الحاجة وليس بشكل متقطع ذلك بنسبة 52%.
- 4- أثبتت الدراسة أن الأسباب التي تدفع متابعة اليوتيوب لخلق اختراعات جديدة هي كثرة الحديث عن قدرات بنسبة 40%.
- 5- إن عوامل جذب المتابعة اليوتيوب بخلق اختراعات جديدة هي طبيعة الموضوع بنسبة قدرت 44%.
- 6- أثبتت الدراسة أن معظم الأفراد يقومون بالاشتراك في صفحات اليوتيوب نسبة قدرت ب60%.
- 7- أثبتت الدراسة أن أفراد العينة الذي يتابعون مضمون القنوات بشكل دائم بنسبة قدرت 40%.
- 8- اثبتت الدراسة ان اغلب الافراد يقضون في متابعة القنوات اليوتيوب هي فترة الليل بنسبة 48%.
- 9- اثبتت الدراسة ان اغلب افراد يقضون أكثر من ساعتين في مشاهدة القنوات بنسبة 48%.
- 10- ان معظم افراد يقومون بالمتابعة في منزل لقنوات اليوتيوب بنسبة 44%.
- 11- اثبتت الدراسة ان الأكثر استخداما لقنوات اليوتيوب عن طريق هاتف الذكي بنسبة 48%.
- 12- ان معظم الافراد حققت لهم اشباعا بشكل دائم بنسبة 36%.
- 13- ان اغلب افراد يشعرون بالمتعة عند مشاهدة اليوتيوب بنسبة 40 %.
- 14- اثبتت الدراسة ان اغلب افراد لم تقدم لهم حلول للمشاكل بنسبة 56%.
- 15- اغلب الافراد كانت اجابتهم بنعم بمعنى لايمكن تخلي عن استخدام القنوات بنسبة 76 %.

3. مقترحات الدراسة:

- ضرورة تنشيط تكنولوجيا المواقع اليوتيوب بزيادة المعارف لدى الأفراد وخلق جو، من تفاعل بينهما.
- تشجيع الأفراد على متابعة قنوات يوتيوب لخلق اختراعات جديدة.
- توفير مبدأ التقييم ومشاهدة اليوتيوب.

الخاتمة

الخاتمة

اليوتيوب هو بوابة إلكترونية يمكن من خلالها لمستخدم نشر أفلام فيديو خاصة به مجانا، كما أنه يتنوع محتواه بشكل كبير من أفلام شخصية وتقارير تلفزيونية وغيرها.

ومن خلال هذا نستنتج أن قنوات اليوتيوب لها دور كبير في مساعدة الأشخاص على خلق اقتراحات جديدة في شتى المجالات (الصناعية، الاقتصادية... إلخ).

كما أن هذه الدراسة التي تناولنا فيها موضوعنا (دور اليوتيوب في خلق الاختراعات الجديدة لدى المجتمع الجزائري) تقوم على محاولة الكشف عن دوافع التي أدت إلى استخدام اليوتيوب ومعرفة الأنماط والعادات وكيفية استخدامه والحاجة إلى خلق كل ما هو جديد واستفادة منه عبر مواقع اليوتيوب.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1. إبراهيم بنخي محمد الطيب دويس، (2006) براءة الاختراع مؤشر لتنافسية الاقتصاديات، الجزائر، والدول العربية، مجلة الباحث، العدد4، ورقة، (2006).
2. أريج بنت محمد بن سالم بن جمعة (1440هـ-2018م)، الاختراع رؤية وطن، الطلعة الأولى، دار لوتس للنشر والتوزيع.
3. حسن عماد مكاوي، ليلي السيد (2006)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار السينمائية اللبنانية، ص18.
4. الدكتور سائريضة جي (1971)، أسس الاختراع تأسيس تمهيدي لنشر ثقافة الاختراع في المجتمع العربي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان.
5. ديفلير ملفين وروكيثشن ساندر(1991)، نظريات ووسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص300.
6. رشيد زرواتي (2007) مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى، الجزائر، ص219.
7. عبد الرزاق محمد الديلمي (2011)، الإعلام الجديدة والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ص195-196.
8. علي خليل شقرة (2014)، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ص92 إلى 95.
9. علي خليل شقرة، نفس المرجع، ص95-96.
10. عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات(1999) مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص6.
11. قباري محمد إسماعيل (2008) علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، دط، دراسات المعارف، مصر، ص77.
12. كامل محمد المغربي (2007) أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، ص86.

13. محمد السيد ريان (1433-2012)، الإعلام الجديد، ط1، مراكز الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، ص13
14. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في دراسات اعلامية ، علم المكتب، مصر، ص158.
15. محمد مرتضي الزبيدي، (1982)، تاريخ العروس من جوهر القاموس، دط، منشورات مكتبة الحياة، ص315.
16. مرفت أمين الشيراوي (1433هـ، 2017م)، اختراعات غيرت مجرى التاريخ، ط1، دار زهرة للنشر، عمان، الأردن.
17. مروان عبد المجيد (2000) أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل العلمية، مؤسسة ورق عمان، ط1، ص52.
18. ياس خضير البياتي (2014-2015) الإعلام الجيدة الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، ص339.
19. عباس طمي المنزلاوي، الملكية الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، السنة 1983، ص 25.
20. سنوت حلیم دوس مقوت حلیم تشريعات راية الإختراع في الدول العربية، منشأة المعارف بالإسكندرية، السنة 1988، ص (أمر 03/07 المادة 3 منه وهي نفس المادة في المرسوم التشريعي 93-17.
21. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجارية القسم النقي، الحقوق الفكرية وحقوق الملكية الصناعية و التجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، نشر وتوزيع دار ابن خلدون، المسنة 1998، ص 14
22. أمر 03/07 الصادر في 19 يوليو 2003، المادة 3 منه والتي تقابلها المادة 3 من المرسوم التشريعي
23. 17/93 ويقابلها المادة 01 من أمر 54-66 .
24. اتفاقية جنيف الخاصة بالتسجيل الدولي للإكتشافات العلمية الصادرة في 07/197803 ، المدة الأولى منه
25. شرشور مصطفى، الملكية الصناعية، صفحة 61، دار ابن خلدون للنشر والتوزيع، سنة 2003.
26. الدكتور سائر بصحة جي، أسس الاختراع، (تأسيس تمهيدي ثقافة الاختراع في المجتمع العربي)، دار الكتب العلمية ، بيروت لبنان، 1971، ص13.

27. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، طبعة ، دار أسامية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014م، ص 92 إلى 195.

28. د. عباس مصطفى صادق؛ صناعة الخبر بين الإعلام التقليدي والحديد تطبيقا على تقنيات الاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي ، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، أبوظبي، ص ص 18-19
المراجع باللغة الاجنبية:

29. Paul Roubier, Droit de la propriété industrielle, tome II, année 1952, Page 368,370

30. Marc Sabatier, exploitation des brevets d'inventions et l'interet generel d'ordre économique, librairie technique année 1976, page5.

مواقع الكترونية:

31. مقدمة عن الاختراعات وأهميتها في حياتنا <https://e3arabi.com/?p=604524>

32. مدونة دابرا المجانية: www.2earns.blogspot.com,p03

الملاحق

- 1- الإستمارة
- 2- أكثر قنوات متخصصة في اليوتيوب
- 3- إحصائيات اليوتيوب

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

قسم : علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول

دور اليوتيوب في خلق اختراعات جديدة لدى المجتمع الجزائري

دراسة ميدانية على عينة قومية من سكان بوسعادة

في إطار تحضير مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص علاقات عامة
نضع بين أيديكم استمارة للإجابة عليها بكل موضوعية وذلك بوضع علامة (x) أمام الإجابة
المناسبة، كما نعلمكم بأن المعلومات التي تدلون بها لا تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي.

وشكرا مسبقا

إشراف الأستاذ:

- بن عيسى الشيخ

إعداد الطالبتان :

- مام الشيماء

- شريكي فاطنة

السنة الجامعية : 2020-2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 20 إلى 24 من 24 إلى 26 من 26 وأكثر

المحور الثاني: أسباب التعرض لليوتيوب ودوره في خلق الاختراعات الجديدة

- هل تتعرض لقنوات اليوتيوب بشكل؟

- دائم متقطع حسب الحاجة

- ماهي الأسباب التي تدفعك لمتابعة قنوات اليوتيوب؟

- التسلية والترفيه كثرة الحدث عنها
- اكتساب مهارات جديدة حسب الاطلاع

- ما الذي يجذبك لمتابعة قنوات يوتيوب؟

- طبيعة الموضوع فائدة الموضوع
- جدية الموضوع

أخرى.....

- هل تقوم بالاشتراك في صفحات قنوات اليوتيوب؟

- نعم لا

المحور الثالث: عادات وأنماط تلقي قنوات اليوتيوب لزيادة الاختراعات الجديدة

- هل تتابع مضمون قنوات اليوتيوب؟

- دائما أحيانا نادرا

- ما هي الفترة التي تتابع فيها قنوات اليوتيوب بكثرة؟

- الفترة الصباحية الفترة المسائية الفترة الليلية

- ماهي المدة التي تقضيها في متابعة يوتيوب في كل مرة تستخدم فيها هذه القنوات؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين

- أين تتابع قنوات اليوتيوب؟

- المنزل مقهى الانترنت غير محدد

- تستخدم اليوتيوب عن طريق؟

الهاتف الذكي اللوح الإلكتروني الحاسب الآلي

المحور الرابع: الاشباع المحققة من استخدام اليوتيوب لزيادة الاختراعات الجديدة

- هل تحقق لك قنوات اليوتيوب اشباعات؟

دائما أحيانا نادرا

- بماذا تشعر عند متابعتك القنوات؟

الراحة النفسية المنفعة القلق

- هل قدمت لك قنوات اليوتيوب حلولاً واقترحات لبعض المشاكل؟

نعم لا نوعاً ما

- بعد استخدامك للقنوات هل بإمكانك التخلي عنها؟

نعم لا

الملحق رقم(02): أكثر قنوات متخصصة في اليوتيوب

1- قنوات متخصصة في الديكور:

هذه القناة عبارة عن دورات تعليمية الأحداث الديكورات والأفكار الحديثة العربية والأوروبية لتصميم البيوت والاثاث صنع الأفرشة، تغليف الكنبان، تحديد الأثاث القديم، رسم الأفكار الإبداعية الجديدة والتبسيط الطريقة القيام بصنعها بأرخص الأثمان.
وعالم الديكور واسع جدا تختلف تصميماته وتقاليده من فترة إلى أخرى كغيره من عالم الموضة والأزياء وهذه القناة تقدم الكثير من الأفكار الجديدة وتجذب الكثير من المشاهدين وتساعدهم في اختيار الديكورات والأفكار المهمة.

2-قنوات متخصصة في الهندسة والبناء:

في ظل توفر الكثير من المصادر التعليمية على الانترنت، لم يعد التحصيل الجامعي هو التخصص الوحيد الذي يمكن لأي شخص إتقانه، فبالدخول إلى يوتيوب يمكن الوصول إلى الكثير من المقاطع وتنمية الكثير من المواهب واكتساب اختصاصات جديدة لفتح آفاق عمل مختلفة.
ويجي الهندسة بإمكانهم متابعة بعض القنوات المتخصصة في هذا المجال على اختلاف أفرعه، فقناة Engineering Explained على سبيل المثال تشرح للمتابعين طريقة عمل الأجهزة الميكانيكية أما قناة Megastructures Documentary فهي متخصصة في عرض مقاطع وثائقية مختلفة التخصص مثل البناء و الصناعة.

الملحق رقم(03): الاحصائيات اليوتيوب

تشير بعض الاحصائيات المختصرة حجم المواقع وضخامة المحتوى الموجودة فيه والمستوى الاقبال عليها 48 ساعة فيديو يتم رفعها الى موقع اليوتيوب كل دقيقة، وهذت يعني أردنا مشاهدة جميع المقاطع التي رفعت خلال يوم واحد فنحتاج 8 سنوات من المشاهدة المتواصلة.

- رواد المواقع يشاهدون أكثر من 3 مليار مقطع فيديو في اليوم.
- 70% من زوار موقع اليوتيوب هم من خارج الولايات المتحدة الامريكية.
- موقع اليوتيوب متوفر في 43 لغة.
- 10% من مقاطع الفيديو في اليوتيوب من مقاطع دقتها عالي (HD)
- مدة مقاطع الفيديو في اليوتيوب التي يتم مشاهدتها من داخل موقع الفيسبوك في اليوم الواحد تساوي 150 سنة.
- كل دقيقة هناك 500 تغريدة في تويتر تحتوي على مقطع فيديو من اليوتيوب
- 100 مليون شخص كل اسبوع يتفاعلون مع مقاطع الفيديو بواسطة التعليقات او مشاركة المقطع او الاعجاب بالفيديو الخ.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم والاتصال

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28 جويلية 2016 المحدد للفواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها

تصريح شرقي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز البحث

أنا الممضي أدناه.

السيد(ة): شريك ماطنة

الصفة: طالب، أستاذ باحث، باحث دائم: لنيل شهادة ماستر

الجامع (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 200359646

والصادرة بتاريخ: 2016 / 04 / 25

عن دائرة: بوسعادة

المسجل (ة) بكلية: علوم إنسانية واجتماعية علوم الاتصال

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)، عنوانها:

مذكرة ماستر بعنوان: دور فنزاحة الوثائق في خلق أغتراع في حيدرة كادي مع الإبتدائية

أصرح بشرقي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والتزامه الأكاديمية المطلوبة في

إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2021 / 06 / 02

إمضاء المعني



مضاء: أمال حنيلي



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

دور الميثاق التربوي في خلق اختراعات جديدة لدى
المجتمع الجزائري

إعداد الطلبة:

1- عام الشهاد: رقم التسجيل: 35 102424

2- شريك واجهة: رقم التسجيل: 35 092488

القسم: علوم الإعلام والاتصال التخصص: الصحافة والإعلام
إشراف: د. عبد الحليم الشعبة: علم الإعلام والاتصال
الرتبة: أستاذ

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2020-
2021 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص

علوم الإعلام والاتصال

عبد الرزاق



موافقة وامضاء المشرف(ة):

[Handwritten signature]

Web site : <http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facshs/>
Face book : <https://www.facebook.com/FshsUinvMsila/>
Tél / Fax : +213 35 35 3044

الموقع الإلكتروني:
الفايسبوك:
هاتف/ فاكس:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: أعلام و تاريخ

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد(ة): صام الشيماء

الصفة: طالب، أستاذ باحث، باحث دائم: لميل شيماء العاسر

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 200330760

والصادرة بتاريخ: 2016-04-24

عن دائرة: أبوعبادة أولاد سيد الأهم

المسجل (ة) بكلية: علوم المناهج الاجتماعية قسم: علوم الإعلام والتواصل

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)، عنوانها:

مذكرة ماستر حول البرزخية في خلق اختراعات جديدة

لدى مجتمع الجزائر

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في

إنجاز البحث المذكور أعلاه وصدق على التوقيع

التاريخ: 2021/06/06

إمضاء المعني



فهرس المحتويات

فهرس الموضوعات

الصفحة	عنوان
	بسملة
	شكر وتقدير
	إهداء
	ملخص الدراسة بالعربية
	ملخص الدراسة بالأجنبية
	خطة الدراسة
أ - ب	مقدمة
الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة	
04	1- الإشكالية
05	2- التساؤلات
05	3- أهمية الدراسة
06	4- أسباب اختيار الموضوع
06	5- أهداف الدراسة
07	6- ضبط المفاهيم والمصطلحات
09	7- المنهج المتبع
11	8- مجتمع البحث والعينة

12	9- الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات
13	10- الصدق والثبات
13	11- المدخل النظرية الرابع لنظرية نقل المبتكرات والمستحدثات
الفصل الثاني: اليوتيوب	
17	تمهيد
18	1. نشأة اليوتيوب
19	2. أهمية اليوتيوب
19	3. وظائف اليوتيوب
20	4. شروط استخدام اليوتيوب
20	5. مزايا اليوتيوب
23	6. سلبيات اليوتيوب
23	7. تأثير الموقع على الشبكات العالمية
24	8. الالتزامات عند التسجيل في اليوتيوب
28	9. مبادئ اليوتيوب
30	10. خدمات اليوتيوب
32	خلاصة
الفصل الثالث: الإختراعات	
34	تمهيد
35	1. الاختراع عبر المراحل التاريخية

37	2. أهمية الاختراعات
37	3. مستويات الاختراع
38	4. أنواع الاختراع
39	5. تصنيف الاختراع
40	6. خطوات الاختراعات
41	7. براءة الاختراع
42	8. الإختراع والمنجزات المشابهة له
44	9. شهادة المخترع
46	10. أجهزة حماية الإختراعات
47	11. ثقافة الإختراع
48	12. الفرق بين الاختراعات والابتكارات
49	خلاصة
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي	
51	1. عرض وتحليل النتائج
62	2. نتائج الدراسة
63	3. مقترحات الدراسة
65	الخاتمة
67	قائمة المصادر والمراجع
71	الملاحق
80-77	فهرس المحتويات

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
51	الجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
51	الجدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
52	الجدول رقم (3) أسباب التعرض لليوتيوب لزيادة الاختراعات الجديدة	03
53	الجدول رقم (4): الأسباب التي تدفعك لمتابعة اليوتيوب	04
54	جدول رقم (5): عوامل جذب متابعة قنوات اليوتيوب	05
54	جدول رقم (6): الاشتراك في صفحات اليوتيوب	06
55	الجدول رقم (07): متابعة مضمون قنوات اليوتيوب	07
56	الجدول رقم (08) الفترة التي يتابع فيها قنوات اليوتيوب بكثرة	08
56	الجدول رقم (09): المدة التي يقضيها في متابعة قنوات اليوتيوب في كل مرة تستخدم فيها.	09
57	الجدول رقم (10) تتابع قنوات اليوتيوب متابعة (مكان)	10
58	الجدول رقم (11): تستخدم اليوتيوب عن طريق؟	11
59	الجدول رقم (12) تحقق قنوات اليوتيوب؟	12
60	الجدول رقم (13): عند متابعتك لقنوات اليوتيوب	13
60	الجدول رقم (14): قدمت لك قنوات اليوتيوب حلولاً واقتراحات بعض المشاكل؟	14
61	الجدول رقم (15): بعد استخدامك لقنوات اليوتيوب هل بإمكانك التخلي عنها؟.	15