

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال



## أثر ترفيه اليوتيوب على مراهقي ولاية المسيلة

-دراسة ميدانية على عينة مراهقي كل من - بلدية المسيلة - بلدية سيدي عيسى  
- بلدية بوسعادة - بلدية مقرة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

إشراف الأستاذة:

د.حيمر سعيدة.

إعداد الطالبة:

✓ دغة رشا.

السنة الجامعية: 2019 / 2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## شكر وتقدير

أحمد الله عز وجل بداية على منه وكرمه واشكره على توفيقه لإتمام هذا العمل وانجازه على هذا الوجه

أتقدم بخالص الشكر والامتنان لأستاذتي الفاضلة الدكتورة "سعيدة حيمر"

على توجيهاتها ونصائحها الثمينة وعلى رحابة صدرها وكذا دعمها

الشكر كذلك للأستاذ "سعيداني سلامي" وكل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال

كما اشكر كل من ساعدني في انجاز هذا العمل من قريب أو بعيد

أهل....أصدقاء....زملاء....

رشادغة



## إهداء

اهدي ثمرة جهدي...

إلى رمز الحب وبلسم الشفاء إلى الصدر الذي يضمني كلما ضاقت بي الدنيا  
إلى من أوجب الله تعالى علي برها وإحسانا إليها... إلى من تعطي دون مقابل إلى من تجرعت كأس الشقاء من  
أجلي أنا...

إلى القلب الناصع بالبياض "أمي الحبيبة"

إلى من تجرعت مرارة الحياة ليسقيني رحيق السعادة إلى من ضحى بكثير من أجل أن أحيأ... إلى ينبوع العطاء  
الذي زرع في نفسي الطموح والمثابرة... إلى القلب الكبير "أبي العزيز" إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس  
البريئة إلى رباحين حياتي "إخوتي"

إلى عيون البراءة وكل ما املك "جواد"

إلى من تحلوا بالإخاء و تميزوا بالوفاء و العطاء إلى ينابيع الصدق الصافي إلى من معهم سعدت و برفقتهم في  
دروب الحياة الحلوة و الحزينة سرت إلى من كانوا معي على طريق النجاح و الخير إلى من عرفت كيف أجدهم  
و علموني أن لا أضيعهم إلى جميع أصدقائي

إلى كل طلبة سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة.

# فهرس المحتويات

	البسمة
	شكر وتقدير
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	ملخص
أ-ب-ج	مقدمة
	<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة</b>
14	1. إشكالية الدراسة
15	2. أهداف الدراسة
15	3. أسباب اختيار موضوع الدراسة
15	4. أهمية الدراسة
16	5. نوع و منهج الدراسة
16	6. مجتمع البحث وعينة الدراسة
17	7. أدوات جمع البيانات
19	8. الدراسات السابقة
24	9. مفاهيم الدراسة
25	10. المدخل النظرية للدراسة
28	11. حدود الدراسة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة	
31	المبحث الأول: ماهية الترفيه
31	1. أهمية الترفيه
32	2. شروط و ضوابط الترفيه
33	3. أخلة الأنشطة الترفيهية
34	المبحث الثاني: ماهية اليوتوب
34	1. نشأة موقع اليوتوب
36	2. مزايا موقع اليوتوب
37	3. عيوب موقع اليوتوب
39	4. المصطلحات المستخدمة في موقع اليوتوب
41	المبحث الثالث: ماهية المراهقة
41	1. حاجات المراهقين
43	2. أهم تقسيمات المراهقين
43	3. مشكلات المراهق
45	4. خصائص ومميزات النمو في مرحلة المراهقة
47	5. أنماط المراهقة
48	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة
50	1. التحليل الكمي والكمي للنتائج
70	2. النتائج العامة للدراسة
71	3. التوصيات
73	4. الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

# فهرس الجداول

الصفحة	رقم الجداول
	الجدول رقم (1) : يمثل المصطلحات المستخدمة في موقع اليوتيوب
42	الجدول رقم (2) : يمثل أفراد العينة حسب متغير الجنس
43	الجدول رقم (3) : يمثل أفراد العينة حسب متغير السن
44	الجدول رقم (4) : يمثل أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي
45	الجدول رقم (5) : يمثل أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية
46	الجدول رقم (6) : يمثل أفراد العينة حسب صفة استخدام اليوتيوب
47	الجدول رقم (7) : يمثل أفراد العينة حسب متغير متغير مدة بداية الاستخدام
49	الجدول رقم (8) : يمثل أفراد العينة حسب متغير فترة استخدام اليوتيوب
50	الجدول رقم (9) : يمثل أفراد العينة حسب متغير الأماكن التي يستخدم فيها موقع اليوتيوب
51	الجدول رقم (10) : يمثل أفراد العينة حسب متغير مقدار الوقت الذي يقضيه في مشاهدة الفيديوهات
52	الجدول رقم (11) : يمثل أفراد العينة حسب متغير استخدام اليوتيوب من اجل البحث العلمي أو الترفيه
53	الجدول رقم (12) : يمثل أفراد العينة حسب متغير سبب اللجوء إلى اليوتيوب
54	الجدول رقم (13) : يمثل أفراد العينة حسب متغير أنواع الفيديوهات التي يشاهدها على اليوتيوب
56	الجدول رقم (14) : يمثل أفراد العينة حسب متغير هل اثر فيك اليوتوب.
57	الجدول رقم (15) : يمثل أفراد العينة حسب متغير هل ترى هذا التأثير سلبي أم إيجابي
58	الجدول رقم (16) : يمثل أفراد العينة حسب متغير هل الاستخدام اليوتيوب أفضل من التلفزيون وممارسة الرياضة .
59	الجدول رقم (17) : يمثل أفراد العينة حسب متغير هل ساعدك الترفيه على اليوتيوب أن تتمسك بالقيم الحس للعلم والطموح والصدق والتعاون.
61	الجدول رقم (18) : يمثل أفراد العينة حسب متغير اثر الترفيه في استخدام اليوتيوب على سلوكياتك .

# قائمة الأشكال

الصفحة	رقم الأشكال
42	الشكل رقم (1) : يمثل أفراد العينة حسب متغير الجنس
43	الشكل رقم (2) : يمثل أفراد العينة حسب متغير السن
44	الشكل رقم (3) : يمثل أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي
45	الشكل رقم (4) : يمثل أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية
46	الشكل رقم (5) : يمثل أفراد العينة حسب صفة استخدام اليوتيوب
48	الشكل رقم (6) : يمثل أفراد العينة حسب متغير متغير مدة بداية الاستخدام
49	الشكل رقم (7) : يمثل أفراد العينة حسب متغير فترة استخدام اليوتيوب
50	الشكل رقم (8) : يمثل أفراد العينة حسب متغير الأماكن التي يستخدم فيها موقع اليوتيوب
51	الشكل رقم (9) : يمثل أفراد العينة حسب متغير مقدار الوقت الذي يقضيه في مشاهدة الفيديوهات
52	الشكل رقم (10) : يمثل أفراد العينة حسب متغير استخدام اليوتيوب من اجل البحث العلمي أو الترفيه
53	الشكل رقم (11) : يمثل أفراد العينة حسب متغير سبب اللجوء إلى اليوتيوب
55	الشكل رقم (12) : يمثل أفراد العينة حسب متغير أنواع الفيديوهات التي يشاهدها على اليوتيوب
56	الشكل رقم (13) : يمثل أفراد العينة حسب متغير هل اثر فيك اليوتيوب.
57	الشكل رقم (14) : يمثل أفراد العينة حسب متغير هل ترى هذا التأثير سلبي أم إيجابي
58	الشكل رقم (15) : يمثل أفراد العينة حسب متغير هل الاستخدام اليوتيوب أفضل من التلفزيون وممارسة الرياضة .
60	الشكل رقم (16) : يمثل أفراد العينة حسب متغير هل ساعدك الترفيه على اليوتيوب أن تتمسك بالقيم الحب للعلم والطموح والصدق والتعاون.
61	الشكل رقم (17) : يمثل أفراد العينة حسب متغير اثر الترفيه في استخدام اليوتيوب على سلوكياتك .

ملخص

### - ملخص:

تهدف هذه الدراسة على أثر ترقية اليوتيوب على المراهقين من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي :

#### ما أثر ترقية اليوتيوب على المراهقين ؟

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وذلك بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة قصدية الطبقية من المراهقين

الذين يستخدمون موقع اليوتيوب حيث بلغ عدده 100 مفردة من مراهقي كل من بلدية المسيلة - سيدي

عيسى - مقرة - بوسعادة .

بالاستعانة باستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تم تقسيم الاستمارة إلى 4 محاور الأول أنماط و عادات

استخدام اليوتيوب.

و المحور الثاني الإشباع المحققة من استخدام موقع اليوتيوب و المحور الرابع حول التأثيرات المترتبة عن الترقية عبر

اليوتيوب وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها : معظم أفراد العينة يستخدمون اليوتيوب منذ

سنتين .

بنسبة لأنماط وعادات استخدام اليوتيوب فقد تبين أن نصف أفراد العينة يستخدمونه دائما و ليلا و يقضوناه

أكثر من 3 ساعات.

أما بالنسبة إلى الإشباع المحققة من استخدام موقع اليوتيوب فقد تبين أن معظم أفراد العينة يستخدمونه من

أجل الترفيه حيث أن سبب لجوء الكثيرين إليه هو ملئ الفراغ وكانت الفيديوهات الرياضية هي المفضلة عند أغلب

أفراد العينة . أما بنسبة إلى التأثيرات المترتبة عن الترقية فقد تبين أن أغلب أفراد العينة أثر فيهم اليوتيوب كثيرا

وهذا التأثير كان إيجابيا حيث أنهم يفضلون استخدام موقع اليوتيوب على مشاهدة التلفزيون كم تبين أ, الترقية

عبر اليوتيوب ساعدهم على التمسك بالقيم إلى المعلم و الطموح و الصدق و التعاون بشدة كبيرة.

**Summary:**

This study aims at the impact of YouTube promotion on adolescents by asking the following main question:

What is the effect of YouTube promotion on teenagers?

The study adopted the analytical descriptive approach by applying the field study to a class intentional sample of adolescents who use YouTube, where the number of adolescents reached 100 members from the municipality of M'sila - Sidi aissa - Magra - BouSaada. Using the questionnaire form as a tool for collecting data, the questionnaire was divided into 4 axes, the first being patterns, and the use of YouTube returned.

And the second axis is the benefits achieved from using YouTube, and the fourth axis is about the effects of the promotion through YouTube. The study reached a set of results, the most important of which are: Most of the sample members used YouTube for two years. In relation to the patterns and habits of using YouTube, it was found that half of the sample members use it always and at night, and we spend more than 3 hours in it.

As for the satisfaction achieved from the use of YouTube, it was found that most of the sample members use it for entertainment, as the reason for many to resort to it is to fill the void and sports videos were the favorites of most of the sample. As for the effects of the promotion, it was found that most of the sample members affected them greatly by YouTube, and this effect was positive, as they prefer to use YouTube over watching TV.

.big

مقدمة

## مقدمة

شهد العالم خلال العقد الأخير من القرن الماضي، تطورات متسارعة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ، كان أهمها ظهور شبكة المعلومات الدولية " الانترنت و التي ألغت حدود الزمان و المكان و ساهمت في تسهيل إمكانية التواصل الإنساني والحضاري فيما بينهم ، ويعد كذلك من أهم الإنجازات البشرية في عصر المعلوماتية ، حيث ساعدت على اتساع رقعتهم الجغرافية من الاتصال و المشاركة و التفاعل فيما بينهم ، حيث يمكن للفرد إرسال و استقبال رسائل و فيديوها و معلومات عن طريق جهاز الحاسوب أو باستخدام شبكات الاتصال الهاتفية العمومية .

مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت في ظل التغيرات العالمية والتقدم العلمي والتكنولوجي، وساهمت في النقلة النوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، وفي التأثير على المجتمع بشكل عام و على المراهق بشكل خاص.

وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات, في ظل الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي و تعدد استخدام المراهق لها و تأثيرهم بمحتوياتها و مضامينها فان ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وفرت "فتحاً تاريخياً" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير . حيث باتت مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة تسيطر على أوقات المراهق و أفكاره و بالتحديد موقع اليوتيوب الذي يختص بمشاركة و تناقل مقاطع الفيديو , يتميز بعدة خصائص من بينها سهولة الاستخدام و المجانية , و يتزايد أعداد مستخدميه يوماً بعد يوم من كل الفئات العمرية , و هناك أشخاص عدة يملكون حساب فيه كونه يحتوي على كم هائل من الفيديوهات المتنوعة في كل المجالات و يعتبر من أشهر المواقع و الأكثر استخداماً خصوصاً الدور الذي لعبه في إحداث التغيير .

وفي هذا الصياغ سنحاول من خلال دراستنا هذه معرفة أثر ترفيه اليوتيوب على المراهقين للإحاطة بهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول نلخص محتواها كما يلي:

الفصل الأول بعنوان الإطار المنهجي للدراسة: تضمن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها، وأهميتها، عرض الدراسات السابقة، المنهج، العينة، أدوات جمع البيانات، تحديد المفاهيم، حدود الدراسة، كما قمنا بتحديد المدخل النظري للدراسة المتمثل في نظرية الاستخدامات والإشباع.

الفصل الثاني: تطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث :

المبحث الأول تطرقنا إلى أهمية الترفيه وضوابطه وشروطه و أخلقة أنشطته .

المبحث الثاني تطرقنا إلى نشأة موقع اليوتيوب ومزاياه وعيوبه، والدول التي منع فيها اليوتيوب ، والمصطلحات المستخدمة في موقع اليوتيوب.

- المبحث الثالث: بعنوان ماهية المراهقة تناولنا فيه حاجات المراهقين، وتقسيمات المراهقة، مشكلات المراهق، خصائص ومميزات النمو في مرحلة المراهقة، أنماط المراهقة.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة: عرضنا من خلاله النتائج الأولية للدراسة في جداول بعد ما قمنا بتحديد مختلف التكرارات والنسب المئوية بعد ذلك قمنا بتقديم قراءات تحليلية لنصل في الأخير إلى النتائج العامة للدراسة والتوصيات.

# الفصل الأول

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة
2. أهداف الدراسة
3. أسباب اختيار موضوع الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. منهج الدراسة
6. مجتمع البحث وعينة الدراسة
7. أدوات جمع البيانات
8. الدراسات السابقة
9. مفاهيم الدراسة
10. الخلفية النظرية للدراسة
11. حدود الدراسة

## 1 - الإشكالية:

شهدت السنوات الأخيرة تحولات مختلفة و قفزات تكنولوجية هائلة في مجال وسائل الاتصال بفضل مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ، و التي ألغت حدود الزمان و المكان ، و قربت المسافة بين المجتمعات ، لا سيما اليوتيوب ( و التي تتيح التواصل بين الناس ) ، و الذي يعرف إقبالا متزايداً ، و طلباً كبيراً من قبل شرائح المجتمع المختلفة ، خصوصاً المراهقين منهم ، خاصة في المضامين السمعية بصرية المصورة و الفلمية لإمكانية البحث السهل فيه والاسترجاع والتخزين في هذه الشبكة الاجتماعية ، وذلك بدافع متابعة الجديد من كل مضمون ، حيث يعرف اليوتيوب مضامين متجددة كل دقيقة ، الأمر الذي أدى إلى زيادة الطلب عليه في الآونة الأخيرة.

اليوتيوب من بين أكبر شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر نمواً في العام نفسه ، لتقديمه منتجات جديدة ، وتحديثات على شكله وتصميمه لاستقطاب أكبر عدد من المستخدمين المراهقين ، بل أن تأثيراته امتد إلى كل الشرائح ، فالويوتيوب يدخل ضمن ما يسمى بالتأثير التفاعلي ، ويشير مفهوم التفاعل هنا إلى تلك "العمليات الإدراكية و المشاعرية والسلوكية التي تتم بين الأطراف المتصلة ، بحيث تتبادل هذه الأطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمانياً و مكانياً ، ويكون سلوك كل طرف منها منبها لسلوك الطرف الآخر.

ويذكر أن اليوتيوب كشبكة اجتماعية معروفة يتواصل من خلالها الملايين من البشر والذين تجمعهم اهتمامات مشتركة ، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور والأفلام والمضامين المصورة والمسجلة ، وتبادل مقاطع الفيديو... إذ بإمكان كل شخص أن يفتح حساباً على الموقع ينشر من خلاله الفيديوهات التي يريدونها و تتزايد أعداد مستخدميها يوماً بعد يوم من مختلف الشرائح و الفئات خاصة فئة المراهقين كونها الأكثر تواجداً و تفاعلاً عبر الانترنت الذين وجدوا فيه ما يلبي رغباتهم و حاجاتهم كون هذا الموقع يمتاز بخصائص كثيرة من بينها سهولة الاستخدام و المجانية و تنوع معظم الفيديوهات المتواجدة فيه السياسية و الرياضية و الترفيهية و كذا الاجتماعية .

وبما أن الشريحة الأكبر التي تستخدم هذه التقنية هي من فئة المراهقين الذين هم مستقبل وعماد التطور والتقدم والإنتاج في العالم ، أردنا أن نعالج موضوع تأثيرات اليوتيوب على شريحة مهمة في المجتمع وهم أساس المجتمع ألا وهم المراهقين ، ومن الطرح السابق يتجلى لنا الإشكال الجوهري التالي:

- ما أثر ترفيه اليوتيوب على المراهقين ؟

وتتنبثق منه التساؤلات الفرعية التالية:

- \_\_ ما مدى انتشار الترفيه عبر اليوتيوب لدى المراهقين ؟
- \_\_ ما هي عادات و أنماط استخدام المراهقين لموقع اليوتيوب للترفيه؟
- \_\_ ما هي الاشباع المحققة وراء استخدام موقع اليوتيوب ؟
- \_\_ ما هي حدود التأثير النفسي و الاجتماعي على شخصية و سلوك المراهق ؟

**2 - أهداف الدراسة :**

- \_ معرفة مدى انتشار الترفيه عبر اليوتيوب لدى المراهقين .
- \_ معرفة عادات و أنماط استخدام مراهقين ولاية المسيلة لموقع اليوتيوب .
- \_ معرفة الاشباع التي يحققها المراهقين وراء مشاهدة موقع اليوتيوب .
- \_ التعرف على حدود التأثير النفسي و الاجتماعي على شخصية و سلوك المراهق .
- \_ معرفة الآثار الإيجابية على جميع المستويات لاستعمال موقع اليوتيوب على المراهق وعدم الاكتفاء فقط بالتأثيرات السلبية.

**3 أسباب اختيار الموضوع للدراسة :****1-3 الأسباب الذاتية :**

- 1\_ الميل الشخصي و الرغبة لدراسة هذا النوع من الدراسات الإعلامية المختلفة خاصة على شريحة مهمة في المجتمع ألا و هي المراهقين.
- 2\_ إدمان المراهق الجزائري المسيلي على هذا النوع من المواقع و ذلك بمشاهدة فيديوهات لا متناهية عبر موقع اليوتيوب.
- 3\_ الفضول إلى معرفة الكثير عن هذا الموضوع و التعمق فيه.

**2-3 الأسلب الموضوعية:**

- 1 \_ تعد من الدراسات الإعلامية الجديدة التي تهتم بالإعلام الجديد لدى المراهق الجزائري عبر موقع اليوتيوب.
- 2 \_ تسليط الضوء على موقع اليوتيوب من حيث تلبية الرغبات و الاشباع التي يحققها المراهق الجزائري.
- 3 \_ قلة الدراسات التي تتناول تأثير ترفيه اليوتيوب على شريحة مهمة في المجتمع وهي المراهقين.
- 4 \_ إثراء المكتبة الجامعية بموضوعات جديدة تتناول مواقع التواصل الاجتماعي فهي دائما تقبل التجديد.

**4 - أهمية الدراسة :**

- \_ ترجع أهمية الموضوع إلى كونه يتناول أهم الظواهر المعاصرة المتمثلة في استخدام موقع اليوتيوب الذي أصبح من أهم مواقع التواصل الاجتماعي.
- \_ كما تكمن أهميته في كونه يتناول احد أهم شرائح المجتمع و هم المراهقين.
- \_ كذلك تقدم إضافة علمية في التخصص وفتح المجال أمام الباحثين لإجراء المزيد من الدراسات حول موقع اليوتيوب.
- \_ إثراء المكتبة الجامعية بتقديم إضافة علمية.

## 5- نوع الدراسة ومنهجها :

المنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم ، أي انه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة.<sup>1</sup>

و يعرف المنهج الوصفي التحليلي بأنه طريقة من طرق التحليل و التفسير بشكل علمي ومنظم من اجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين ، فيرى بعض العلماء أن المنهج يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة و تصورها كميا عن طريق جمع المعلومات المقننة عن المشكلة ، و تصنيفها وترتيبها و تحليلها و إخضاعها للدراسة الدقيقة.<sup>2</sup>

و قد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي في بحثنا هذا ، كأحد مناهج البحث العلمي او الطريقة العلمية في البحث و لذلك اتبعنا وفق هذا الأسلوب على خطوات الطريقة العلمية نفسها التي تبدأ بتحديد المشكل.

ولقد وظفنا المنهج الوصفي التحليلي في تناول المادة العلمية النظرية و الميدانية بالوصف والتحليل و التفسير و التعليق.

## 6- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

## 1\_6\_1 مجتمع البحث:

هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجرى عليها البحث أو التقصي.<sup>3</sup>

فمجتمع البحث في دراستنا هو فئة متمثلة في مراهقي كل من بلدية المسيلة - سيدي عيسى - بوسعادة - مقررة ممن يستخدمون فعليا موقع اليوتيوب حيث وقع اختيارنا عليهم نسبة لكونهم الشريحة الأكثر عرضة من غيرها لهذه المواقع .

## 2-6 عينة الدراسة :

\_\_ العينة هي جزء من المجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية و تعتبر جزءا من الكل بمعنى انه تأخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن كون متمثلة لمجتمع البحث .

\_\_ فالعينة هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله ووحدات العينة قد تكون أشخاصا كما تكون أحياء أو شوارعا أو مدنا أو غير ذلك.<sup>4</sup>

نظرا لاقتصار عينتنا على المستخدمين الفعليين لموقع اليوتيوب دون غيرهم فقد تم اختيار العينة القصدية " وهي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر خصائص معينة في

<sup>1</sup> (عمار بوحوش :مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر ، 1999، ص99).

<sup>2</sup> (مصطفى محمود أبو بكر ، احمد عبد الله الشعاع:مناهج البحث العلمي ،الدار الجامعية الإسكندرية ،مصر ،2006، ص3)

<sup>3</sup> ( مورييس أنجرس ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2 ، دار القصة ، تر ، بوزيد صحراوي ،الجزائر 2008 ، ص 298)

<sup>4</sup> ( رشيد زرواتي ،مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع ، الجزائر ،2007، ص 334)

هذه العينة دون غيرها من العينات وتعتمد هذه العينة على قيام الباحث باختيار مفردات العينة بناء على خبراته الشخصية والعلمية التي يجب توفرها في عينة الدراسة .

وبهذا اخترنا عينة تتكون من 100 مراهق و فرد مراهقة موزعة على كل من بلدية المسيلة –بلدي سيدي عيسى –بلدية بوسعادة –بلدية مقرة.<sup>1</sup>

## 7 -أدوات جمع البيانات :

هي وسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع .<sup>2</sup>  
الملاحظة :

"هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كذب، إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث تمكن الباحث من مراقبة تصرفات المبحوثين ، فهي تعتبر من أكثر الأدوات استخداما دراسات الاتصال ، لما يوفره من ميزة جمع عدد كبير من البيانات و المعلومات )<sup>3</sup> .

\_فقد اعتمدنا على استمارة –الاستبيان التي تمكننا من جمع المعلومات المتعلقة بالمبحوثين بشكل معمق .  
\_ الاستمارة : اعتمدنا عليها كونها أداة من أدوات البحث العلمي تستعمل على نطاق واسع للحصول على بيانات ومعلومات غير مدونة في السجلات أو الإحصائيات الرسمية و تعلق بأحوال المبحوثين و اتجاهاتهم و دوافعهم و معتقداتهم.<sup>4</sup>

\_ كما تعرف الاستمارة على أنها " أداة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق و التوصل إلى الوقائع و التعرف على الظروف و الأحوال و دراسة المواقف و الاتجاهات و الآراء ، و تساعد الملاحظة و تكملها ، و أحيانا تكون الاستمارة الأداة العملية الوحيدة للقيام بالدراسة الميدانية "<sup>5</sup> .  
وقد اخترنا استمارة استبيان من اجل ضمان تحكم أفضل في طرح الأسئلة، و تتضمن استمارة بحثنا مجموعة من الأسئلة :

تحديد البيانات و الأسئلة المطلوبة .

بناء الاستمارة في صورتها المبدئية

عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف

صياغة أسئلة الاستمارة

<sup>1</sup> منال هلال مزاهرة: بحث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، عالم الكتب، القاهرة 1995، ص125.  
<sup>2</sup> مورييس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر:بوزيد صحراوي، ط2، دار القصة، الجزائر، 2006، ص107.  
<sup>3</sup> باشبوية لحسن عبد الله: البحث العلمي مفاهيم، أساليب، تطبيقات، دط، الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2010، ص42.  
<sup>4</sup> سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الاعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات –الجمهورية اللبنانية، 2017، ص43.  
<sup>5</sup> رشيد زرواتي: مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2007، ص220 .

تم توزيع هذه الأسئلة على أربع محاور :

\_ **المحور الأول:** يتضمن البيانات الشخصية للفئة المستهدفة يتضمن بيانات " الجنس " ، " السن " ، المستوى التعليمي ، الحالة الاجتماعية .

\_ **المحور الثاني :** يتضمن خمسة أسئلة حول أنماط و عادات استخدام اليوتيوب .

\_ **المحور الثالث :** يتضمن ثلاث أسئلة حول الاشباع المحققة لاستخدام اليوتيوب .

\_ **المحور الرابع:** يتضمن خمس أسئلة حول التأثيرات المرتبة عن الترفيه.

\_ بعد الانتهاء من عملية التفرغ لا بد من وجود آليات لشرح و تحليل البيانات لتفسير الظاهرة و قد تتم على عدة أساليب إحصائية مستخدمة .

## الدراسات السابقة:

1. السعيد بومعيرة اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدي الشباب دراسة استطلاعية لمنطقة البليجة، أطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال قسم العلوم والاتصال. كلية العلوم السياسية جامعة الجزائر 2006 م.
- اعتمد الباحث على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس، بمعنى 50% ذكور و 50% إناث ويبلغ عدد الإناث 215 مفردة .
- أن التلفزيون مازال وسيلة عائلة أكثر مما هو وسيلة فردية وهذا يتضح من خلال نسبة الذين يشاهدون برامج في التلفزيون الجزائري أو القنوات العربية مع بعض أفراد الأسرة أو مع الأسرة على التوالي (71.6%) و (56.1%).
- نظرا لطبيعة العينة التي تضم المتدرسين وغير المتدرسين، فإن مدة المشاهدة لا تعتبر ذات أهمية كبيرة. حيث بلغت نسبة الذين يشاهدون التلفزيون الجزائري والعربي والفرنسي، بصفة دائمة 39.5% فقط، أما الذين يشاهدونه أحيانا فبلغت نسبتهم 44.8%، وبالتالي لا يمكن أن تقول عن الشباب أنهم مدمنون على التلفزيون.
- كشفت نتائج هذه الدراسة الخاصة باستعمال الإذاعة عن غياب الفروقات الدالة التي يمكن أن تتسبب فيها المتغيرات الديمغرافية والجيوسيو-ثقافية كالنوع والسن و المستوى التعليمي حيث جاءت النسب كلها متقاربة، باستثناء الجامعيين الذين يستمعون إلى الإذاعة بنسبة 54.9% بالمقارنة مع ذوي المستوى التعليمي الثانوي الذين بلغت نسبتهم 96.0% على سبيل المثال.
- أن أغلبية الباحثين يستعملون الانترنت 52.5% وهذا يفسر أساسا بكون 55.42% من الذين يستعملون الانترنت يتوزعون كالتالي: فئة الموظفين (25.26%) الذين ربما تسمح لهم إمكانياتهم المادية بذلك أو أنهم يستعملونها في أماكن عملهم، وفئة الطلبة 29.16% الذين تفرض الدراسة عليهم استعمال الانترنت من اجل البحث العلمي أو أن لديهم القدرات اللغوية وغيرها لاستعمالها من اجل الدردشة والبريد الالكتروني كما أن أغلبية الباحثين 78.3% يستعملون الانترنت في المقهى الافتراضي وهذا يعود أساسا إلى أن أغلبية الأسر الجزائرية لا تملك جهاز حاسوب نظرا لارتفاع التكلفة أو أنها غير داعية بأهمية.
- أن عدد الذكور الذين يستعملون الانترنت أكثر من الإناث. إذ بلغت نسبة الذكور 60.0% ونسبة الإناث 44.9% فقط. كما أن ذوي المستوى التعليمي الجامعي يستعملون الانترنت أكثر من المستويات التعليمية الأخرى .
- أن الانترنت كتكنولوجيا و كوسيلة إعلامية وعلى خلاف التكنولوجيا والوسائل الإعلامية التقليدية تبقى من اهتمامات الشباب والأطفال بصفة عامة والطلبة بصورة خاصة وهي تناسبهم وما يتميز به من خصائص

كالفضول وحب الجديد والتفاعل في مجهولية تامة وتغير الهويات الشيء الذي لا يستطيع الشباب القيام به في الحياة الحقيقية، وكذلك خصائص الانترنت وما توفره من فرص للتسلية.

2- استخدام المراهقين لموقع اليوتيوب و الاشباعات المحققة منه دراسة ميدانية على عينة من مراهقي ثانوية

فرحاتي احميده بأم البواقي: مذكر ماستر، إعداد كنزة مناخ، 2017 جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي

● حيث كان التساؤل الرئيسي كالتالي: - كيف يستخدم المراهقون موقع اليوتيوب و الاشباعات

المحققة منه ؟ و التساؤلات الفرعية كالتالي :

- ما هي عادات و أنماط استخدام مراهقي ثانوية فرحاتي احميده بأم البواقي لموقع اليوتيوب ؟
- ما هي دوافع استخدام مراهقي ثانوية فرحاتي احميده بأم البواقي لموقع اليوتيوب ؟
- ما هي الاشباعات المحققة لمراهقي ثانوية فرحاتي احميده من استخدامهم لموقع اليوتيوب ؟
- حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام مراهقي ثانوية فرحاتي احميده بأم البواقي لموقع اليوتيوب.

- معرفة دوافع استخدام مراهقي ثانوية فرحاتي احميده بأم البواقي لموقع اليوتيوب.

- الكشف عن الاشباعات المحققة لمراهقي ثانوية فرحاتي احميده بأم البواقي عند استخدامهم موقع اليوتيوب.

حيث اعتمدت في دراساتها على العينة القصدية ممثلة في 120 مفردة .

- حيث كانت نتائج الدراسة كالتالي :

تبين أن اغلب أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب دائما بنسبة 52.72 % منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 50 % ويقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في استخدامه للموقع بنسبة 47.27 % وتشير النتائج أيضا أن اغلب المبحوثين أن الفترات التي يستخدمون فيها موقع اليوتيوب حسب ظروفهم بنسبة 59.09 % ، ويستخدمونه عن طريق الهاتف الذكي بنسبة 55 % كما أن اغلب أفراد العينة بنسبة 64.54 % لا يقومون بمشاركة فيديوهات على الموقع. وأكثر النشاطات التي يقومون بها عند استخدامهم هو التحميل منه بنسبة 48.42 %.

- تبين أن اغلب أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب بدافع الترفيه والتسلية بنسبة 20 % ولتمضية الوقت بنسبة 17.18 % والتثقيف وزيادة المعارف 12.82 % لاحتوائه على دروس تعليمية خاصة بالمقرر الدراسي بنسبة 12.57 %.

- تبين أن ما يجذب اغلب أفراد العينة لاستخدام موقع اليوتيوب سهولة الاستخدام بنسبة 20.74 %

- كما توصلت الدراسة إلى أن أغلبية أفراد العينة يفضلون مشاهدة الفيديوهات الترفيهية و الكوميديية بنسبة 29.04 % تليها الفيديوهات التعليمية و التثقيفية بنسبة 22.28 % ، و سبب تفضيلهم

لمشاهدة هذه الفيديوهات هو الترفيه التسلية بنسبة 69,55% و للتثقيف و الحصول على معلومات جديدة بنسبة 31,44% .

- كما تبين أن اغلب أفراد العينة حصلوا على معلومات جديدة بنسبة 36,86% ، اغلب المعلومات كانت تعليمية تثقيفية بنسبة 50% .

● 3 تأثير مواقع الفيديو الالكتروني على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي اليوتيوب  
النموذج مذكرة مكتملة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص ماستر  
اتصال من إعداد الطالبة ولهة صورية جامعة المسيلة

- هدفت الدراسة إلى الوصول إلى مكانة مواقع مشاهدة الفيديو في سلم اهتمامات الشباب الجزائري على مستوى الفضاء التواصلي المفتوح

- الوصول إلى معرفة المشاركة النشطة على مستوى موقع اليوتيوب من طرف شباب الجزائري ودرجة تأثيرها على علاقته الاجتماعية

- العينة المستخدمة هي العينة القصدية على 100 مفردة شريحة الشباب الجزائري الجامعي (18 سنة - 40 سنة) بجامعة المسيلة.

● نتائج الدراسات:

تبين أن الشباب الجامعي الذين يشاهدون موقع اليوتيوب بشكل مكثف ودائم يمتلكون نسبة 54% أما الشباب الجامعي الذين يشاهدون موقع اليوتيوب أحيانا يمثلون نسبة 28% ، أما الشباب (جامعي) الذين يشاهدون موقع اليوتيوب بشكل نادر يمثلون نسبة 18% هم من الفئة القليلة التردد على هذا النوع من الموقع وهذا مؤثر لموجود اهتمامات بوسائل إعلامية واتصالية أخرى وان مستواهم التعامل بالانترنت ضعيف.

- مدة تعرض أفراد العينة لموقع الفيديو الالكتروني " اليوتيوب " أعلى نسبة من العينة بدؤوا يشاهدون الموقع منذ أكثر من ثلاث سنوات وهم الذين يحتلون بنسبة 38% ثم المدة الممتدة من سنة إلى سنتين 36%، ثم الأقل من سنة بنسبة 26%

- أما بالنسبة للفترة التي يفضلها الشباب لمشاهدة اليوتيوب فهي ليلا وذلك بنسبة 39% في حيث يفضل 37% من استخدامه صباحا 24% .

- أشارت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين من الشباب الجامعي والذين تفوق نسبتهم النصف أي 83%، لم يسبق لهم أن أضافوا فيديو على موقع اليوتيوب أجاب البقية ب "نعم" بنسبة ضئيلة جدا 17% .

- أما عن نتائج المحور الثالث تأثير موقع اليوتيوب على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي: أظهرت نتائج الدراسة أن فيديوهات الأكثر مشاهدة من طرف الشباب الجامعي على موقع اليوتيوب هي الفيديو الاجتماعي و الفيديو الكفاءة بنسبة 24 % ثم الفيديو الديني بنسبة 18 % ، ثم يليه الفيديو السياسي بـ 11 % ثم أنواع أخرى بـ 12 % (منها الفيديو الإباحة بنسبة 33 % و يعلل ذلك بأنها حاجة في النفس وضعف الإيمان وغلاء المهور والإغراء بسبب هندام بعض الطالبات ثم 17 % لإنارة وتشويق كقتال شوارع). ثم فيديو إعلانات 10 % .

- بينت الدراسة درجة تأثير مشاهدة موقع اليوتيوب على علاقات الأصدقاء بصفة واضحة حيث بلغت بنسبة 36 % أما تأثير مشاهدة اليوتيوب على الأسرة فقدرت بنسبة 32 % ، في حيث أجاب البعض بان مشاهدة اليوتيوب لم تؤثر على علاقتهم بالأسرة أو الأصدقاء بنسبة 5 % ، أما البقية لم يجب حيث بلغت نسبتهم بـ 28 % .

4 - البرامج الترفيهية في قناة "الجزائرية" ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين دراسة تحليلية وميدانية. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال فرع وسائل الإعلام والمجتمع من أعداد الطالبة نورة نايل سنة 2014 جامعة الحاج لخضر - باتنة.

و جاءت إشكالية الدراسة كالتالي :

تتمحور حول متغيرين " البناء و الوظائف " كما يلي :

-أولا : البناء :

1 فيما يتمثل البناء الشكلي لبرنامج " قهوة الـ Gosto " في قناة الجزائرية ؟

2 فيما يتمثل محتوى برنامج "قهوة الـ Gosto" في قناة الجزائرية ؟

3هل يمكن اعتبار برنامج " قهوة الـ Gosto " محتوى من محتويات الذوق الهابط استنادا لنظرية

البنائية الوظيفية ؟

-ثانيا: الوظائف :

4ماهي عادات و دوافع متابعة المراهقين الجزائريين -عينة الدراسة -لبرنامج " قهوة الـ Gosto"؟

5ماهي الوظائف الظاهرة التي يؤديها البرنامج اتجاه المبحوثين ؟

6ماهي الوظائف الكامنة التي يؤديها البرنامج اتجاه المبحوثين ؟

7هل يمكن اعتبار نوع تأثير هذا البرنامج على المبحوثين وظيفيا ؟

بالإضافة إلى هذه التساؤلات نطرح التساؤل التالي:

8 هل هناك فروق دالة إحصائية بين كل من :

- عادات و دوافع مشاهدة المبحوثين للبرنامج وفق متغير الجنس ؟
- اتجاهات المبحوثين نحو الوظائف التي يؤديها البرنامج وفق متغير الجنس ؟
- التأثيرات الايجابية للبرنامج على المبحوثين وفق متغير الجنس ؟
- التأثيرات السلبية للبرنامج على المبحوثين وفق متغير الجنس ؟
- حيث هدفت الدراسة إلى تحقيق مايلي :
- الكشف عن شكل ومحتوى برامج قهوة الـ Gosto في قناة الجزائرية.
- محاولة الوصول إلى الأهداف التي يسعى هذا البرنامج إلى تحقيقها من خلال تحليل موضوع مضمونه.
- معرفة إذا كان يمكن اعتبار برنامج قهوة الـ "Gosto" محتوى من محتويات الذوق الهابط استنادا لنظرية البنائية الوظيفية.
- التعرف على عادات ودوافع متابعة المراهقين الجزائريين - عينة الدراسة لبرنامج قهوة "Gosto"
- الكشف عن الوظائف الظاهرة التي يؤديها البرنامج اتجاه المبحوثين.
- الكشف عن الوظائف الكامنة التي يؤديها البرنامج اتجاه المبحوثين.
- البحث عن نوع تأثير هذا البرنامج على المبحوثين ومعرفة إذا كان وظيفيا أم تأثير سلبي ما يفسر وجود خلل وظيفي .
- معرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الدراسة الميدانية وفق متغير الجنس .
- اعتمدت الطالبة في دراساتها على أداتين بحثيتين أساسيتين هما:
- إدارة تحليل المحتوى: وهذا بالنسبة لمجال دراسة محتوى البرنامج الترفيهي في قناة "الجزائرية"
- و اعتمدت على العينة العشوائية المنتظمة تتمثل في 10 حصص من مجموع 47 حصة .
- و جاءت نتائج الدراسة كالتالي :
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس و اتجاهات المبحوثين نحو عنصر وظيفة تحديث المجتمع الاهتمام بالجانب التفاعلي الذي يتيح للجمهور المشاهد بالمشاركة في التصويت للمتسابقين التي يؤديها هذا البرنامج .
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس و التأثير السلبي للبرنامج على المبحوثين من حيث أبعادهم عن المشاكل الحقيقية التي حدثت في المجتمع الجزائري .
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس و التأثير السلبي على المبحوثين من حيث جعلهم يتقبلون بعض المظاهر الغير مقبولة في مجتمعهم .
- ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس و التأثير السلبي للبرنامج من حيث جعلهم يهتمون بشكل تقديم البرنامج على حساب المضمون .

-ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس و التأثير السلبي للبرنامج على المبحوثين من حيث الرفع من اهتمامهم بالثقافة الهابطة على حساب الثقافة الراقية .

## 9- تحديد المصطلحات و المفاهيم :

### 1\_ مفهوم الترفيه :

#### • لغة:

إنّ الترفيه في اللغة يُرَدُّ إلى الجذر الثلاثي: ر - ف - هـ، وبالرجوع إلى مقاييس اللغة لابن فارس، فإنّ هذا الأصل يدلّ على نعمة وسعة مطّلب، ومنه الرفاهة في العيش والرفاهية، ويُقال: "رَفّه عنه"، إذا نُفّس عنه الكرب، وفي معاجم اللغة العربية، فإنّ الترفيه هو مصدر (رَفّه)، فيقال: "جاء للترفيه عنه" أي جاء للتنفيس عنه وتسليته.<sup>1</sup>

#### اصطلاحا :

نشاط غير متصل بالعمل، يقوم به الفرد من اجل الإحساس بالارتياح و الشعور بالسعادة و التسلية و اللهو ، وغالبا ما تحدد الأنشطة الترفيهية ثقافيا و اجتماعيا ،ففي داخل الثقافة الواحدة يميل الأشخاص إلى الاهتمام بأنشطة ترفيهية متشابهة ،وتعتبر الألعاب المختلفة إحدى هذه المحاولات المنظمة ثقافيا بهدف قضاء وقت معين يستريح فيه الأشخاص من أعباء العمل العادي و المسؤوليات المختلفة ، و القلق . و في مجال الإعلام يلاحظ أن الجزء الأكبر من مضمون وسائل الإعلام في عدد كبير من الدول ، خاصة الدول التي توجد بها إذاعات تجارية مكرسة للترفيه ، لذلك لا بد من دراسة تأثير الترفيه على وسائل الإعلام الهابط على أذواق الجماهير .<sup>2</sup> وظيفه ضرورية لبقاء الإنسان و استمرار عطاءه ، حيث أن الترفيه عن الإنسان و الترويح عنه يريح أعصابه ، و يخفف من توتره و يعطيه فرصة لإكمال عطاءه .<sup>3</sup>

### 2\_ المراهقة:

لغة : كلمة راهق في اللغة العربية تعني قارب الاحتلام .

اصطلاحا : المراهقة كمعنى اصطلاحى فهي تعني الاقتراب من النضج الجنسي و الانفعالي و العقلي ، فهو مرحلة انتقالية بين مرحلتى الطفولة و الرشد .<sup>4</sup>

\_ المراهقة كما تعرفها "Encyclopedia of psychology"

<sup>1</sup> ) <https://mawdoo3.com/22.02.2020.19:52/>

<sup>2</sup> محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط1، القاهرة ،2004، ص 135.

<sup>3</sup> علي خليل شقرة: الإعلام الجديد 'شبيكات التواصل الاجتماعي، ط1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع ،عمان 2014،ص15.

<sup>4</sup> عبد المنعم الميلادي : سيكولوجية المراهقة ، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية ، 2006 ، ص 53.

هي الفترة الانتقالية من الطفولة إلى البلوغ المبكر التي تبدأ في عمر 11 الى 13 سنة تقريبا وتنتهي في عمر 18\_21 سنة و الوقت الدقيق من هذه الفترة يعتمد على بعض العوامل المتنوعة المحيطة بالثقافة و التطور البيولوجي ، و الانتقال يرتبط بالتغيرات البيولوجية و المعرفية و النم الاجتماعي .<sup>1</sup>

### 3\_ اليوتيوب :

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (قوقل ) يتيح إمكانية التحميل عليه او منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو .

وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه و يزوره الملايين من البشر يوميا ، و تستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو ، التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها.<sup>2</sup>

— يقوم اليوتيوب على فكرة مبدئية هي : بث لنفسك أو ذع لنفسك broadcast yourself يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى فهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي ، يتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية و الأفلام الغنائية المصورة و مدونات الفيديو اليومية.<sup>3</sup>

### 10- المدخل النظري للدراسة

#### النظرية :

هي خلاصة الجهد العلمي في استخدام المناهج وجمع المعلومات و تفسيرها، وصياغة النتائج العلمية في شكل بناءات تجريدية مترابطة تفسر ظاهرة معينة .

وفي بعض الأحيان مقدمة للنشاط العلمي، عندما تطرح كافتراضات علمية مترابطة و متماسكة يأتي الباحثون و الطلبة للتأكد من صحتها.<sup>4</sup>

#### — الاستخدامات و الاشباعات:

يطلق عليها البعض نموذج و البعض الاخر مدخل و يطلق عليها اخرون مدخل

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز و

بلومر<sup>5</sup> 1974 Eliahukatz And Blumer،<sup>5</sup> jay

ويعد هذا المدخل من نقاط التحول المهمة في مجال الإعلام لأنه نقل الاهتمام من مضمون الرسالة الى الجمهور الذي يتعرض لوسائل الاتصال لتحقيق أغراض محددة، نتيجة هذا التعرض.<sup>6</sup>

<sup>1</sup> إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: موسوعة مصطلحات الطفولة و الطفولة المبكرة ،مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2005، ص294.

<sup>2</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص 65.

<sup>3</sup> عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ط1، دار الشروق، عمان. الأردن، 2008، ص 216.

<sup>4</sup> عامر مصباح :منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2008، ص17.

<sup>5</sup> د مصطفى يوسف كافي، الرأي العام و نظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص214.

<sup>6</sup> مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية القاهرة، 2006، ص231.

— حيث تهتم نظرية الاستخدامات و الاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إلى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

— ومن جهة نظر كاتز و بلومر "فان مدخل الاستخدامات و الاشباعات يعني ما يلي:

—الأصول الاجتماعية و السيكولوجية

— الاحتياجات التي يتولد عنها

—توقعات

—من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:

أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها:

— اشباعات للاحتياجات

—ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.<sup>2</sup>

— يمكن بلورة مراحل تطور بحوث الاستخدامات و الاشباعات كما يلي:

**أولاً: المرحلة الوصفية:**

تمتد هذه المرحلة خلال الاربعينيات و الخمسينيات من القرن الماضي، واهتمت هذه المرحلة بتقديم وصف عميق بتوجيهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاعلام فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال .

**ثانياً: مرحلة تحديد المفاهيم:**

تتسم هذه المرحلة بطبيعة توجهها الميداني حيث حاولت هذه المرحلة توضيح المفاهيم الخاصة بالمتغيرات النفسية و الاجتماعية التي يفترض أنها تؤدي لنماذج مختلفة من استهلاك الوسائل .

**ثالثاً: المرحلة التفسيرية:**

تتسم هذه المرحلة بمحاولة استخدام التراث العلمي الذي اتاحته المراحل السابقة لتوضيح الجوانب الأخرى من عملية الاتصال التي يمكن أن ترتبط بها دوافع و توقعات الجمهور.<sup>3</sup>

فروض النظرية:

— ان اعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، و استخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي، د ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة ط1، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، 1998، ص239.

<sup>2</sup> د مصطفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص-ص 214-215.

<sup>3</sup> مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: مرجع سبق ذكره، ص ص 232-233.

– الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة ، و اختيار وسيلة اعلام محددة يرجع الى الجمهور نفسه و تحدده الفروق الفردية .

– التأكد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل و المضمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الافراد.

– يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه ، وبدوافعه و اهتماماتهن فهو يستطيع ان يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

– الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.<sup>1</sup>

### الاهداف الرئيسية التي يحققها منظور الاستخدامات و الاشباعات:

– السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، و ذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار و يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته و توقعاته.

– شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، و التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض .

– التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.<sup>2</sup>

### الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات:

1- أن هذه النظرية تبني مفاهيم تتسم بشيء من المرونة، مثل الدوافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، و هذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، و بالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق تبعاً لاختلاف التعريفات .

2- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية و نفسية و اجتماعية، و تختلف أهميتها من فرد لآخر، و لتحقيق تلك الحاجات تتعدد انماط التعرض لوسائل الإعلام و اختيار المحتوى.<sup>3</sup>

3- تقوم النظرية على افتراض ان استخدام الفرد لوسائل الإعلام و استخدام مقصود و هادف، و الواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضاً استخدام غير هادف.

4- تنظر البحوث التي تستند الى نظرية الاستخدامات و الاشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسائل الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الافراد و تحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الأخر.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي بمرجع سبق ذكره، ص 215.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، د ليلي حسين السيد بمرجع سبق ذكره ، ص 241.

<sup>3</sup> د مصطفى يوسف كافي بمرجع سبق ذكره، ص ص 216-217.

<sup>4</sup> د محمود حسن إسماعيل بمرجع: مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر و التوزيع الكويت، 2003، ص 257.

**11\_ حدود الدراسة :**

\_الحدود المكانية: الحدود المكانية لدراستنا هذه تمثل ولاية المسيلة و قد تم اختيار هذه الولاية باعتبارها مكان موازلة الدراسة بالنسبة للطلبة ، بالإضافة لكون مجتمع البحث هو من مراهقين هذه الولاية .

\_ الحدود الزمنية: تمثل الفترة الممتدة بين ديسمبر إلى فريل 2020

\_ الحدود البشرية: تتعلق الحدود البشرية لعينة الدراسة و المتمثلة في مراهقين ولاية المسيلة ممن يستخدمون فعليا هذه المواقع

- الحدود النوعية: تتمحور هذه الدراسة حول الانترنت كوسيلة إعلام افتراضية ممثلة بأحد ابرز تطبيقاتها ألا و هي مواقع التواصل الاجتماعي و نخص بذلك موقع اليوتيوب كون هذا الأخير يشكل فضاء رحب يحوي ملايين المواد العلمية و الثقافية و كذا الترفيهية .

# الفصل الثاني

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

#### المبحث الأول: ماهية الترفيه

1. أهمية الترفيه
2. ظوابط الترفيه
3. شروط الترفيه
4. أخلقة الأنشطة الترفيحية

#### المبحث الثاني: ماهية اليوتيوب

1. نشأة موقع اليوتيوب
2. مزايا موقع اليوتيوب
3. عيوب موقع اليوتيوب
4. المصطلحات المستخدمة في موقع اليوتيوب

#### المبحث الثالث: ماهية المراهقة

1. حاجات المراهقين
2. تقسيمات المراهقة
3. مشكلات المراهق
4. خصائص ومميزات النمو في مرحلة المراهقة
5. أنماط المراهقة

**المبحث الأول : ماهية الترفيه:**

**المطلب الأول: أهمية الترفيه:**

**1-الترفيه يلبي الاحتياجات الضرورية لحياة الإنسان :**

فالترفيه و الترويح يلبي العديد من الحاجات الضرورية لحياة الإنسان السوية في مختلف الجوانب العضوية أو الاجتماعية أو الفكرية سواء أكانت هذه الحاجات فردية أو اجتماعية ، إذ أن الترفيه و الترويح يعد " جزءا من الحاجات الفسيولوجية ( العضوية ) لكون الإنسان يحتاج إليه في صورة الراحة الذهنية و البدنية .<sup>1</sup>

**2-الترفيه وقاية بإذن الله تعالى من الأزمات الصحية و الأمراض :**

فالترفيه و الترويح مطلب لازم لصحة الإنسان و سلامته من كثير من الأمراض الجسمية و النفسية ، لا سيما أن ممارسة بعض الأنشطة الترفيهية و الترويحية تعمل في مجموعها على " إكساب الفرد القدرات و المهارات الحركية كالقوة و السرعة و التحمل و المرونة و الرشاقة و التوازن ، كما يكسب الفرد اللياقة البدنية و الوظيفية.

**3-الترفيه من بواعث التكيف في حياة الإنسان :**

فهو عامل مساعد على حصول التغيير الايجابي في حياة الإنسان من خلال اكتسابه لبعض المهارات التي تتيحها له ممارسته لبعض الأنشطة الترفيهية و الترويحية المختلفة ، التي تساعد على التأقلم و التكيف اللازمين لمختلف المتغيرات المتسارعة في الحياة المعاصرة .<sup>2</sup>

**4-الترفيه تعزيز لملكات التواصل الاجتماعي :**

فالترفيه وسيلة لتحقيق الروح الجماعية و اكتساب المكانة الاجتماعية سواء على مستوى الفرد أو الجماعة ، حيث أن معظم الأنشطة الترويحية تتم بشكل جماعي ، و هذا يساعد الفرد حين ممارستها و القدرة على التكيف مع الآخرين .<sup>3</sup>

**5-الترفيه انشغال بالنافع و المفيد :**

يعد الترفيه ضروري و لازم لشغل وقت الفراغ بالنافع و المفيد من الأنشطة و الهوايات المختلفة في حياة الإنسان ، سواء أكان ذلك على مستوى الفرد أو على مستوى الجماعة ، و بذلك يتحقق التوظيف الصحيح و الايجابي لمختلف الطاقات في المجتمع .<sup>4</sup>

<sup>1</sup> الدكتور صالح بن علي أبو عراد،الترفيه والترويح في حياة الشباب المسلم،أستاذ التربية الإسلامية المشارك بجامعة الملك خالد في أبها،البحث الفائزة بجائزة أبيها في مجال "البحوث والدراسات"1429هـ/2008م،ص14.

<sup>2</sup> المرجع نفسه،ص15.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 16.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص 17.

**المطلب الثاني: شروط و ضوابط الترفيه من منظور الإسلام :**

هذه الشروط و الضوابط التي يمكن تصنيفها على النحو التالي :

**-أولاً: شروط ضوابط تتعلق بالنشاط الترفيهي أو الترويحي :**

1-أن يكون النشاط الترفيهي و الترويحي وسيلة لا غاية في ذاته ، إذ أن الترفيه و الترويح في حياة الإنسان المسلم لا يكون مجرد شغل وقت الفراغ ، و ممارسة اللهو المجرد ، أو إضاعة العمر فيما لا نفع فيه ولا فائدة ، و إنما يكون وسيلة إيجابية تستعمل في الخير و الصالح العام .

2-أن يكون النشاط خاليا من المحرمات و المخالفات الشرعية القولية كالكذب ، السخرية من الآخرين أو الاستخفاف بهم ، و السب ، الشتم ، الترويح و التشكيك ، وما شابه ذلك من صور الأذى القولي .<sup>1</sup>

3-أن يكون النشاط خاليا من المحرمات و المخالفات الشرعية العملية كالسحر و الشعوذة و الخدع و الاحتيال ، التخويف ، الترويح ، الإفراج ، الرقص ، الجنون ، التقليد الساخر من الآخرين .

4-ألا يدخل في ممارسة الأنشطة الترفيهية و الترويحية أي نوع من الأمور المحرمة كالغش ، الخديعة التواطؤ التبذير والإسراف أو الاختلاط بين الجنسين .<sup>2</sup>

**ثانيا : ضوابط تتعلق بوقت النشاط الترفيهي أو الترويحي و منها :**

1-ألا يكون وقت ممارسة النشاط الترفيهي و الترويحي متعارضاً مع أوقات أداء العبادات و الطاعات المحددة كالصلوات المفروضة مثلاً ، لما قد يترتب على ذلك من الإلهاء و الغفلة عن أدائها .

2-ألا يكون وقت ممارسة النشاط الترفيهي و الترويحي متعارضاً مع أوقات العمل الرسمي ، أو مع أوقات أداء الحقوق و القيام بالواجبات المتعلقة بحقوق الناس .

3-ألا يكون هناك مبالغة في وقت النشاط الترفيهي أو الترويحي ، أو الإفراط في ممارسته ، الانشغال به عن غيره .<sup>3</sup>

**ثالثاً: شروط و ضوابط عامة :**

1-ألا تكون نوعية الأنشطة قائمة على مجرد التبعية و التقليد للآخرين فيما يمارسونه الترفيهية و الترويحية ، فلكل مجتمع مبادئه ، و منطلقاته و قيمه ، ظروفه و عاداته ، تقاليده التي تفرض ألا ينساق وراء كل نمط ترفيهي وافد أو مستورد .

2-ألا يؤدي الترفيه و الترويح إلى شيء من المفساد ، أو المعاصي ، ارتكاب الذنوب و المخالفات الشرعية و الآثام القولية أو الفعلية .

<sup>1</sup> ( الدكتور صالح بن علي أبو عراد مرجع سبق ذكره، ص34 .

<sup>2</sup> (المرجع نفسه،ص35.

<sup>3</sup> (المرجع نفسه،صص35-36.

3- أن يكون الترفيه و الترويح مناسباً للممارسين له ، و ملائماً له دون إسفاف أو خروج عن المؤلف أو المعقول .<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أخلاق الأنشطة الترفيهية :

- يجب على مصممي برامج الترفيه من مراعاة المعايير العلمية التالية في اختيارهم لأوجه برامج الأنشطة الترفيهية التي يقومون بالتخطيط لها :

- معيار الانجاز : وذلك يشير إلى وجود علاقة وثيقة بين أوجه النشاط و الأهداف بطريقة تسمح بتحقيق تلك الأهداف

- معيار الاهتمام : تكون تلك الأوجه من النشاط مرغوبة و تحظى بالاهتمام و الميول من طرف ممارسيها .

- معيار النضج : في ضوء مراعاة مستوى النضج و سن المشاركين في البرنامج وفق نوع الجنس .

- معيار الإدمان و السلامة : يضمن عدم إلحاق أضرار بالممارسين .

- معيار الاقتصاد : قصد ضمان استقلال عقلائي للبرامج دون تكلفة ترهق المتكفل و الممارس .

- معيار الواقعية : اختيار أوجه النشاط التي يمكن تنفيذها بالإمكانات المادية و البشرية المتاحة .

- معيار الفائدة : و الممثل في أحداث معرفة جديدة للممارس .

- معيار القيمة النسبية : و يقصد به اختيار أوجه النشاط في ضوء المفاضلة بين بعضها و ذلك وفقاً لقيمة النشاط للفرد.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الدكتور صالح بن علي أبو عراد مرجع سبق ذكره ، ص40.

<sup>2</sup> فرنان مجيد : دور الجمعيات الرياضية الجوارية في ترقية ممارسة الأنشطة البدنية الترفيهية لدى المراهقين (16-18) سنة ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية، الجزائر العاصمة، جامعة الجزائر سيدي عبد الله ، 2010 : 2011، ص 70 .

المبحث الثاني: ماهية موقع اليوتيوب :

المطلب الأول: نشأة موقع اليوتيوب :

تأسس اليوتيوب youtube كموقع مستقل في الرابع عشر فبراير من العام 2005 بواسطة ثلاث موظفين هم ( : تشاد هري ( أمريكي ( ستيفن تشين ) تايواني ( جاود كريم ) بنغالي . الذين يعملون في شركة " pay pal " المتخصصة في التجارة الالكترونية و جدير بالذكر أن مولد اليوتيوب youtube قد شهدته مدينة menloPark في ولاية " كاليفورنيا " بالولايات المتحدة الأمريكية .<sup>1</sup> و يشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما و التلفزيون و الفيديو و الموسيقى .<sup>2</sup> حيث تم إطلاق الموقع للعامة في مايو من العام نفسه ليعقب ذلك تأسيس الشركة و إطلاق الخدمات في سبتمبر من نفس العام .

و في نوفمبر من العام 2006 و بعد أن حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات النمو للمواقع على الشبكة العالمية و حصد المركز الخامس كأكثر المواقع زيارة على مستوى العالم، اشترته عملاق الويب Google ب قيمة 6,1 مليار دولار أمريكي فيما يعد ثاني أكبر صفقة شراء تعقدتها Google ليتحول إلى شركة بإدارة مؤسسية و ملكية Google .<sup>3</sup>

و يعتبر موقع اليوتيوب موقعا غير ربحي بخلوه تقريبا من الإعلانات إلى أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه و تأسيسه، حيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، أن كانت على الصعيد الشخصي أو شركة الإنتاج و أصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، التي تحتل موقعا مهما على شبكة الانترنت .<sup>4</sup>

#### أ - شروط خدمة الموقع :

- ألا 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 .

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي:الإعلام الجديد الصحافة الالكترونية ط1، دار وائل للنشر، 2011، ص 194.

<sup>2</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، المرجع نفسه، ص 65.

<sup>3</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي: نفس المرجع السابق ص 194.

<sup>4</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر :مرجع نفسه ، ص 65.

- الملفات المرفوعة للموقع لا تقل عن 10 دقائق و لا تزيد عن 1 جيجابايت 1024 ميجابايت.
- الموقع يسمح بعدة أنواع من الملفات و تختلف من حيث الصوت و الفيديو.<sup>1</sup>

### ب - الدول التي منع فيها موقع اليوتيوب:

- 1-البرازيل:  
منعت محكمة البرازيل موقع اليوتيوب في 6 يناير 2007 لمدة ثلاث أيام اثر نشر الموقع فيلم إباحي فاضح للمذيعة البرازيلية المعروفة دانييلا سيكاريللي.
- 2-إيران:  
منع موقع اليوتيوب في 3 ديسمبر 2006، بعد أن اعتبر الموقع "لا أخلاقيا".
- 3-المغرب:  
في 25 ماي 2007، منعت شركة اتصالات المغرب موقع اليوتيوب، و رفع المنع بعد خمس أيام بعد أن ذكرت شركة اتصالات المغرب موقع اليوتيوب، و رفع المنع بعد خمس أيام بعد أن ذكرت الشركة بان ذلك كان خطأ تقنيا.
- 4-اليمن:  
قامت اليمن بمنع الموقع في تاريخ 2008 - 6-01 لمدة ثلاثة أيام.
- 5-السعودية:  
تشرف هيئة الاتصالات و تقنية المعلومات على رقابة الانترنت في السعودية، و موقع اليوتيوب غير ممنوع في السعودية، إلى أن أكثر المقاطع المخصصة للأشخاص البالغين ( 18 سنة، أو أكثر، محتوى جنسي ) أو محتوى فيه سب لدين الإسلام أو الدولة هي مواقع ممنوعة.
- 6-تايلاند:  
في 8 مارس 2007 تم منع موقع اليوتيوب في تايلاند لمدة يومين و في 3 ابريل 2007 تم منعه مرة أخرى .
- 7-تركيا:  
منعت تركيا موقع اليوتيوب في يوم 6 مارس 2007 بسبب سماحه بوضع أفلام تشتم الأتراك، و تم رفع المنع في 9 مارس 2007، و في 18 يناير 2008 منع الموقع لنفس الأسباب السابقة لمدة 6 أيام، ثم لم تلبث مدة قصيرة في نفس السنة لتعيد حجب الموقع بالكامل، حيث ظل محجوبا أكثر من سنتين، حتى رفعت الحجب في 1 نوفمبر 2010.

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الديلمي: الإعلام الجديد الصحافة الالكترونية ط 1، دار وائل للنشر، 2011، ص ص195-196.

8- الإمارات:

منع موقع اليوتيوب في الإمارات لفترة و ذلك بسبب احتوائه على أفلام مخالفة للدين و العادات و التقاليد لمجتمع الإمارات العربية المتحدة.

9- باكستان:

حجبت باكستان في يوم الأحد 24 شباط / فبراير 2008 الدخول إلى موقع يوتيوب على أساس أن محتوياته تسيء للإسلام و رفع الحجب في يوم الثلاثاء 26 شباط / فبراير 2008.

10- تونس:

منعت تونس الموقع منذ أغسطس 2007 بسبب الفيديوهات السياسية للأحزاب المعارضة التي تشتم نظام الرئيس السابق بن علي و تؤلف نكتا ساخرة عليه، و رفع الحجب في يوم الخميس 13 كانون الثاني /يناير 2011 .

11- سوريا:

لظالما كان الموقعين العالميين ( فيس بوك / و اليوتيوب ) محجوبين في سوريا إلا انه في مطلع عام 2011 قامت شركة الاتصالات السورية بفتح الموقعين.

12- مصر:

في 9 فبراير 2013 ألزمت محكمة القضاء الإداري المصرية الحكومة المصرية المتمثلة في وزارتي الاتصالات و الاستثمار بحجب موقع اليوتيوب في مصر لمدة 30 يوما لإذاعته الفيلم المسيء للرسول.

13- ليبيا :

حجبت السلطات الليبية موقع اليوتيوب في شهر يناير 2010 لنشر المجموعات المعارضة لنظام حكم الزعيم الليبي معمر القذافي مقاطع ساخرة و إساءة للقذافي و أبناءه، و استمر الحجب حتى أغسطس 2011.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: مزايا اليوتيوب:

لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدمه مهما كان موقعه و مهما تعددت اهتماماته:

1- جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفصيلها ممكنة: بل و سهلة جدا فلا يكاد يحدث حدث في ليل أو نهار إلا و يصور، و يسجل في نفسه اللحظة ممن شهدوا هذا الحدث، حيث أصبحت وسائل التصوير و التوثيق سهلة و في متناول يد عامة الناس الذين أصبحوا كصحفيين و مراسلين للصحافة ووكالات الأنباء يزودونها بالأخبار مقروءة و مسموعة و مشاهدة أول بأول.<sup>2</sup>

2- يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة و حسب الطلب:

<sup>1</sup> يوتيوب " ar.wikipedia . org " wikipedi ،22:10,23.03.2020

<sup>2</sup> على خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع عمان، 2014، ص 92.

وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن، وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق مشاهدة في الذهن، و يؤثر في الآراء بشكل كبير.

3- إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة:

بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب أن يدخل على الكثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين، و يتمكن من رؤيتها مما ساهم مساهمة كبيرة و فعالة في زيادة معلوماته عن الموضوع، و يوسع مداركه عنه كما تم إعطاء مساحة للمشاركة في إبداء الرأي حول المشاهد المعروضة عبر اليوتيوب، مما يتيح المجال للتفاعل بين كافة المشاهدين و إثراء الموضوع بالآراء المختلفة.<sup>1</sup>

إجراء تعديلات على هذه المقاطع و التأكد من اعتماد التعديل فورا.<sup>2</sup>

5- سهولة الاستعمال و المشاهدة :

حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته و مستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام و مشاهدتها.

6-اليوتيوب عام و مجاني:

حيث انه متاح لكافة الناس، يستطيع كل من يسجل في الموقع أن يقوم بتحميل ما يشاء من أفلام ضمن شروط، و ضوابط معروفة و منشورة في الموقع، و بالتالي يستطيع كل من يريد الترويج لأفكاره و شرحها على اليوتيوب دون تحمل عناء الترويج بالطرق التقليدية، أو تحمل تكاليف خاصة، و لان ذلك لا يتطلب سوى كاميرا رقمية أو حتى كاميرا هاتف جوال.

7-توفير إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب:

من محاضرات و خطابات و معلومات ... إلى عدة لغات ترجمة فورية، بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب، بأي لغة كانت.<sup>3</sup>

### المطلب الثالث: عيوب موقع اليوتيوب:

إضافة إلى ما يوفر هذا الموقع من خدمات جليلة و عظيمة للمستخدمين و من تمكينهم من التواصل و التفاعل، فان هناك بعض السلبيات التي تعترض طريق هذا الموقع في أداء مهتمه.

1- إمكانية اختراقه:

من قبل بعض الأشخاص أو الجهات، و تعطيل ما ييثر فيه من أفلام و محاضرات بل قد تم بث برامج تعارض و تناقض الهدف الأساسي من الموقع، وكان يتم اختراق موقع إسلامي و ييثر فيه أفلام و مشاهد تتعارض مع قيم و أخلاق الإسلام و شريعته .

2-قيام بعض الدول بحجب الموقع : بحيث تم منع فائده عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر مالا

<sup>1</sup> ( علي خليل شقرة : المرجع نفسه ص 94 .

<sup>2</sup> ( المرجع نفسه، ص 94 .

<sup>3</sup> ( المرجع نفسه، ص 95 .

ترضى عنه بعض الدول، كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب .  
وكذلك حدث في أرمينيا عندما أظهرت بعض الأفلام صوراً لقمع المتظاهرين عام 2008، و في إيران حيث تم حجب موقع اليوتيوب بسبب إظهاره أفلاماً لقمع المتظاهرين عند انتخابات الرئاسة عام 2009.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ( علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر و التوزيع ط1، الأردن، عمان، 2014 م، ص ص 95-96 .

## المطلب الرابع: المصطلحات المستخدمة في موقع اليوتيوب:

- المصطلحات المستخدمة في موقع اليوتيوب:

جدول رقم 03: يمثل المصطلحات المستخدمة في موقع اليوتيوب:<sup>1</sup>

المصطلح بالانجليزية	المصطلح بالعربية	الوصف
BROWSE	تصفح - عرض	وهو زرار موضوع على الموقع يتم الضغط عليه لتصفح كافة مقاطع الفيديو المرشحة من قبل الموقع.
UPLOAD	رفع	ويستخدم لتحميل الفيديوهات من الحاسب أو الهاتف إلى موقع اليوتيوب.
MY CHANEL	قناتي	القناة الخاصة بالفرد الذي يمتلكها على موقع اليوتيوب.
VEDEO MANAGER	مدير فيديو	خدمة أو أداة يتيحها موقع فيسبوك لإدارة الفيديوهات الخاصة بالأفراد.
SUBSCRYTONS	اشتراكات	وتستخدم للإشارة للقنوات التي تشارك فيها الأفراد وتصلهم تحديثاتها.
RECCEMMENDED	توصيات	وهي فيديوهات يشرحها الموقع ويوصي بمشاهدتها.
SUGGESTED CHANNELS	القنوات المرشحة	وهي القنوات التي يرشحها اليوتيوب بحسب الاهتمامات.
BROVES CHANNELS	تصفح القنوات	القنوات الموجودة على موقع اليوتيوب ويتم ترتيبها وفقا لاهتمامات البلد.
FEETURED	الفيديو الرئيسي	الفيديو الذي يظهر للمستخدمين بمجرد الدخول إلى قناتك.
FEED	التغذية	تحتوي على كل أنشطة الفرد وأنشطة القناة الخاصة به من مشاهدات أو إعجاب أو تعليقات تتم بواسطته أو غيرها.

<sup>1</sup> ( كنزة مناخ: استخدام المراهقين لموقع اليوتيوب والاشباكات المحققة منه، دراسة ميدانية على عينة من مراهقي ثانوية فرحاتي احميده بأم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،2017،ص.ص72-73.

وهي الفيديوهات التي قام المستخدم برفعها على حسابه.	الفيديوهات	VEDEOS
يتيح اليوتيوب خدمة عمل قوائم تشغيل تحتوي كل قائمة على مجموعة فيديوهات مرتبطة ببعضها.	قوائم التشغيل	PLAYLIST
وهم الأشخاص أو الأعضاء المشتركين بالقناة الخاصة وتصلهم تحديثاتها.	المشركون	SUBSCRIBEES
وهي خدمة يوفرها يوتيوب للتعرف على الإحصائيات للدخول على القناة ومشاهدتها.	الإحصاءات	ANALYTLES
تطبيق يتيح اليوتيوب يمكنه باستخدامه التعديل على الفيديو الخاص بك وتحريره.	محرر الفيديوهات	VEDEO EDLTER
بوضعك مجموعة من الكلمات المفتاحية أو الدالة في قناتك أو فيديوهات تتعلق بالموضوع الذي تشير له سوف يسهل ذلك وصول المستخدمين لقناتك عبر محركات البحث.	كلمات مفتاحية دالة	TAGS

المبحث الثالث: ماهية المراهقة :

المطلب الأول: حاجات المراهقين :

### 1- الحاجة إلى الأمن و الاستقرار النفسي:

يشعر المراهق في حماية والديه بالأمن على حياته ووجوده ضد أي أخطار يشعر أنها تهدده ، كما يستمد استقرار النفسي من خلال الجو الأسري و العلاقات الطيبة التي تسوده بين الأم و الأب حيث ينعكس سلام المنزل و تمتد ظلاله الوارفة لتحمي حياته من لفحات المشكلات التي تواجهه خارجه ، ويعتبر نوع العلاقات الأسرية الأساس من حيث الأهمية للنمو النفسي للمراهق ...و ينطبق ليس فقط على علاقة كل من الأب و الأم بالابن ، بل أيضا على علاقة المراهق بإخوته و الأقارب الملتصقين به .<sup>1</sup>

### 2- الحاجة إلى الرفقة :

تقع الحاجة إلى الرفقة في قاعدة الحاجات الاجتماعية ، التي تضم إليها كلا من : الحاجة إلى الزواج ا و إلى الاقتران بالجنس الأخر بالطريقة الشرعية و الفطرية التي تؤدي إلى السكن و الاكتمال ، و الحاجة إلى العمل و المسؤولية و من خلالها يحقق الفرد ذاته و دوره في الأسرة و في المجتمع الكبير .<sup>2</sup>

### 3\_ الحاجة إلى الانتماء :

إن الإنسان اجتماعي بطبيعته ، و يؤكد علماء النفس أن الإنسان يحتاج دائما إلى الانتماء إلى جماعة يحس بانضمامه تحت لوائها بدوره ، ويتأكد خلال هذا الدور شخصيته و ذاته ويكتسب مكانة اجتماعية يحس معها بالراحة والسعادة و أول جماعة يحس نحوها الابن بالانتماء هي أسرته التي يقترن اسمها باسمه.<sup>3</sup>

### 4\_ الحاجة إلى الحرية :

تظهر هذه الحاجة في ا بسط صورها في حاجة المراهق إلى حرية التعبير عن رغباته و آرائه و تبقى الحاجة إلى الحرية قوية طول العمر بحيث لا ينطبق الإنسان بطبيعته الشهور بان هناك أي قيد يمنعه عن حرية الحركة و التعبير عن النفس و الحرية و الرغبة في الاستقلال في التصرفات الشخصية تساعد الفتى المراهق على النمو و التقدم بشرط ألا تكون الحرية مطلقة ؛ ولذلك يصاحب الحاجة إلى الحرية عادة إلى وجود سلطة موجهة أو ضابطة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> د. كلير فهيم : المراهقون و صحتهم النفسية، ط1، مكتبة الثقافة الدينية، القاهرة، 2005، ص 45.  
<sup>2</sup> عبد العزيز محمد النغميشي: المراهقون دراسة نفسية إسلامية للأباء و المعلمين و الدعاة، ط3 ، دار مسلم للنشر و التوزيع ، الرياض ، 2001 ، ص 61.  
<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 45.  
<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص 47 .

**5\_ الحاجة إلى العمل و المسؤولية :**

تتبع حاجة المراهق إلى المسؤولية و العمل من التغيرات النوعية التي تطرأ على حياة المراهقين في جوانبها المختلفة العقلية و الوجدانية و الاجتماعية و العضوية ، حيث يتصف بالتميز المعرفي و العقلي فهو قادر على التفكير المعنوي ، و استخدام الرموز و الفهم الزمني (الماضي و الحاضر و المستقبل ) و هو قادر على تصور الأشياء قبل حدوثها ، و بسبب ذلك يكون المراهق قادراً على تحمل المسؤولية و يكون مسؤولاً و مكلفاً من الناحية الشرعية أي مخاطباً بالأوامر و النواهي الواردة في مصادر الشريعة الإسلامية ، و محاسباً عليهما<sup>1</sup>.

**6- الحاجة إلى التقدير :**

إن الفتى المراهق في حاجة إلى أن يعترف الكبار به وان يعاملوه كفرد له أهمية ، لذلك على الذين يتعاملون مع المراهق أن يحترموه عند نجاحه في أي عمل ، و ينصتون إليه عندما يتكلم و يكافئوه عند القيام بشيء يستحق المكافأة<sup>2</sup>.

**7- الحاجة إلى الاستطلاع :**

-تعد ظاهرة الاستطلاع نوعاً من الدافعية و الذاتية و الحاجة النفسية ترمي إلى تأمين معلومات حول موضوع أو فكرة أو حادث ، حيث يرغب الفرد في الشعور بفاعليته و مشاركته ، و قدرته على الاكتشاف ، و هذا ما نجد مصداقه في سلوك الأطفال و المراهقين ، عندما يستطلعون ، أو يسألون ، أو يغامرون فهي حاجة ذاتية تتبع من داخل النفس تتطلب الإشباع ، و التوجيه و الاستثمار<sup>3</sup>.

**8- الحاجة إلى الإشباع الجنسي :**

و تتضمن الحاجة إلى التربية الجنسية ، الحاجة إلى اهتمام الجنس الآخر و حبه إلى التخلص من التوتر ، الحاجة إلى التوافق الجنسي الغيري .

**9- الحاجة إلى النمو العقلي و الفكري :**

وتتضمن الحاجة إلى التفكير و توسيع قاعدة الفكر و السلوك الحاجة إلى تحصيل الحقائق، الحاجة إلى التنظيم ، الحاجة إلى الخبرات الجديدة و التنوع ، الحاجة إلى إشباع الذات عن طريق العمل ، الحاجة إلى النجاح و التقدم الدراسي ، الحاجة إلى التعبير عن النفس ، الحاجة إلى المطابقة الحاجة إلى السعي وراء الإثارة ، الحاجة إلى المعلومات و نمو القدرات ، الحاجة إلى التوجيه و الإرشاد العلاجي و التربوي و المهني و الأسري و الزوجي<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> د. عبد العزيز بن محمد النغميشي مرجع سبق ذكره ، ص 101.

<sup>2</sup> د. كلير فاهيم، مرجع سبق ذكره، ص 36.

<sup>3</sup> د. عبد العزيز النغميشي: مرجع نفسه، ص 120.

<sup>4</sup> حامد عبد السلام زهران : علم نفس النمو " الطفولة و المراهقة "، ط 5، 2001، عالم الكتب ، ص 436 .

المطلب الثاني: أهم تقسيمات المراهقة :

### 1\_ المراهقة الأولى:

و يطلق عليها البعض أيضا اسم المراهقة المبكرة و هي تبدأ من سن 12 إلى 14 سنة من العمر ، و فيها حسب علماء النفس الطفل و المراهق يتضاءل السلوك الطفلي ذلك لخروج الطل من مرحلة الطفولة و الدخول في مرحلة المراهقة التي تبدأ معها المظاهر الجسمية و الفيزيولوجية و العقلية و الانفعالية و الاجتماعية و الدينية و الأخلاقية الخاصة بالمراهق في الظهور و في البروز ، و من المؤكد في هذه المرحلة الأولى أن أهم و ابرز مظاهر النمو فيها هو البلوغ الجنسي و نمو الأعضاء التناسلية.<sup>1</sup>

### 2\_ المراهقة الثانية :

و تعرف أيضا بالمراهقة الوسطى ، و هي تبدأ من سن 14 إلى 17 سنة من العمر ، و فيها يشعر المراهق بالنضج الجسمي و بالاستقلال الذاتي نسبيا ، كما تتضح له كل المظاهر المميزة و الخاصة بمرحلة المراهقة الوسطى ، لذلك نراه يهتم اهتماما كبيرا بنموه الجسمي .<sup>2</sup>

### 3\_ المراهقة الثالثة :

و تسمى أيضا بالمراهقة المتأخرة ، و هي تبدأ من سن 17 إلى سن 22-23 سنة من العمر ، و قد تعتبر هذه المرحلة في بعض المجتمعات مرحلة الشباب التي يلتحق فيها المراهقون - ليس كلهم - بالجامعة (التعليم العالي) و بعدها يتخذون القرار النهائي لحياتهم ، أي أنهم يتخذون قرار التوجه إلى الحياة المهنية ثم الزواج ، و منهم من يتخذ قرار مواصلة الدراسات العليا ، و منهم من يغترب و الجدير بالذكر هو أن عددا كبيرا من المراهقين لا يتحصل على شهادة البكالوريا التي تسمح لهم بمواصلة التعليم العالي ، فهذه الفئة قد يتوجه صنف منها إلى الحياة العملية ، و الأخر يلتحق بمركز من مراكز التكوين المهني ، و هناك من ينحرف ...

\_ أما بالنسبة للنمو ، ففي هذه المرحلة يكتمل نموه بصفة عامة و يزداد صحة و قوة بدنية.<sup>3</sup>

المطلب الثالث: مشكلات المراهق :

### \_الجنسية :

ترجع أسباب المراهق الجنسية إلى عدة عوامل و منها التالي :

- من خلال استكشاف الطفل لأعضاء جسمه يتوصل إلى الشعور باللذة عند لمس أعضائه التناسلية
- يلجأ الأطفال إلى العادة السرية عندما يشعرون بالحرمات أو الإهمال أو عدم الرضا

<sup>1</sup> ( عبد الرحمان الوافي ، مدخل إلى علم النفس ، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع ، ط3 ، الجزائر ، 2008 ، ص 162 )

<sup>2</sup> (عبد الرحمان الوافي ، المرجع نفسه ، ص 165 )

<sup>3</sup> ( عبد الرحمان الوافي ، مرجع نفسه ، ص ص 167 -168 )

- ارتباط الحيض عند الفتاة بأوهام غير صحيحة
- المظاهر النفسية التي تصاحب الحيض كالصداع الشديد و الآلام البدنية تمثل عدم شعور الفتاة بالأمان النفسي و الرضا للانتقال من مرحلة الطفولة إلى الأنوثة الكاملة .
- إحجام الأم عن التحدث مع الفتاة عن أمور الحيض و ما يرتبط به من تغيرات.<sup>1</sup>

### نظرة المراهق إلى نفسه :

وعى المراهق و تقبله لذاته الجسمية تعد عنصرا مهما في ثبات سلوكه و استقرار أمنه النفسي ، و في الوقت نفسه ، نجد إن تكوين صورة مرغوبة و ثابتة للذات الجسمية عملية طويلة و ربما تكون غير سارة و من النادر قبول المراهق لذاته الجسمية حيث تعد الجاذبية الجسمية معيارا أساسيا للقبول الاجتماعي ، مما يزيد في صعوبة تقبله لذاته الجسمية و تأكيد شعوره بان هناك خطأ ما ، في طوله أو في وزنه أو في بشرته أو في شعره أو في درجة نضجه ، التي تصبح محور اهتمامه ، و تؤدي في كثير من الأحيان إلى رفضه لذاته .

### الكفاية الاجتماعية :

يتعرض المراهق او بعض المراهقين للنبد و ذلك ليس راجعا إلى ما يعانونه من نقص في شخصياتهم ، إنما لأنهم لم تتح لهم الفرصة لتعلم المهارات الاجتماعية التي تسمح بالاندماج في الجماعة .  
فان الفرد إذا رغب في أن يكون موضع تقبل اجتماعي فينبغي أن يتميز بمجموعة من المهارات الإدراكية و القدرة على السيطرة على نوازع اللذة ، و ما نراه من فشل الزيجات التعسة إنما يرجع إلى نقص التفاعل الاجتماعي لذلك فان هؤلاء المنبوذين لهذه الأسباب ، إنما يمكن أن يؤدي عدم تحليهم بالمهارات الاجتماعية ، أن يتحول خجلهم إلى درجة مرضية غير صحيحة ، كما قد يصل الأمر إلى احد الاضطرابات و حدوث المشكلات الانفعالية.<sup>2</sup>

### مشكلات الفراغ :

سوء استغلال وقت الفراغ و قضائه في ما لا يفيد ، و في مشاهدة التلفزيون و الفيديو و في التسكع في الشوارع ، و اللعب في الحارات و الجلوس في المقاهي و أماكن اللهو ، نقص وسائل الترفيه و الترويح ، و نقص النوادي و أماكن النشاط الترويحي ، نقص فرص تعرف و زيارة الأماكن السياحية . نقص تشجيع

<sup>1</sup> ( بدر إبراهيم الشيباني: سيكولوجية النمو ،"تطور النمو من الإخصاب حتى المراهقة"، ط 1 ، منشورات مركز المخطوطات و التراث و الوثائق ، الكويت ، 2000 م ، ص ص 215 ، 216 .

<sup>2</sup> عصام نور سرية : علم نفس النمو ، مؤسسة شباب الجامعة ، د ط ، الإسكندرية ، 2006 ، ص ص: 142\_143 )

ممارسة الهوايات ، نقص فرص ممارسة الهوايات ، نقص المهارة في الألعاب الرياضية ، المعاناة من طول وقت الفراغ الممل.<sup>1</sup>

### \_\_مشكلة المهنة و العمل :

نقص المساعدة في تنمية قدرات الفرد ، نقص المساعدة في اختيار مواد التخصص ، الصراع بين استكمال التعليم و النزول إلى ميدان العمل ، نقص المساعدة في معرفة الفرص المتاحة في المجالات المختلفة ، نقص المساعدة في اختيار المهنة ، نقص الخبرة في الأعمال المختلفة ، نقص معرفة كيف و أين يبحث عن عمل ، عدم وجود ميل محدد لخط معين في العمل ، عدم الكسب المادي الآن ، عدم إمكان كسب المال حتى يتمكن من اكتمال تعليمه .<sup>2</sup>

### \_\_ مشكلة الجنوح في المراهقة :

الجنوح درجة شديدة أو منحرفة من السلوك العدواني و الصفات الشاذة حيث يندر من المراهقين تصرفات تدل على سوء الخلق و الفوضى و الاستهتار قد تنتهي بهم إلى خرق القوانين و ارتكاب الجريمة ، و من صور الجنوح الاعتداء البدني على المدرس أو الأب أو الانحراف الجنسي أو إدمان الكحول و المخدرات ، و إيذاء النفس و الانتقام منه والذي قد يدفعه إلى الانتحار .<sup>3</sup>

## المطلب الرابع: خصائص ومميزات النمو في مرحلة المراهقة :

### أ - خصائص مرحلة المراهقة:

من أهم خصائص مرحلة المراهقة ما يلي :

- النمو الواضح المستمر نحو النضج في كافة مظاهر و جوانب الشخصية.
- التقدم نحو النضج الجسمي (أقصى طول).
- التقدم نحو النضج الجنسي.
- التقدم نحو النضج العقلي حيث يتم تحقق الفرد واقعيًا من قدراته و ذلك من خلال الخبرات و المواقف و الفرص التي يتوافر فيها الكثير من المحكات التي تظهر قدراته و تعرفه حدودها ، فقد نجح و فشل و قيم نفسه و قيمه الآخرون ... و هكذا.
- التقدم نحو النضج الانفعالي و الاستقلال الانفعالي.
- التقدم نحو النضج الاجتماعي و التطبيع الاجتماعي و اكتساب المعايير السلوكية الاجتماعية و الاستقلال الاجتماعي و تحمل المسؤوليات و تكوين علاقات اجتماعية جديدة و القيام بالاختبارات و اتخاذ القرارات

<sup>1</sup> ( حامد عيد السلام زهران : الصحة النفسية و العلاج النفسي، ط3 ، عالم الكتب، 1997، القاهرة ، ص 449.

<sup>2</sup> ( حامد عيد السلام زهران بمرجع نفسه، ص 449.

<sup>3</sup> ( بدر إبراهيم الشيباني : مرجع سبق ذكره، ص 220.

فيما يتعلق بالتعليم و المهنة و الزواج .

- تحمل مسؤولية توجيه الذات و ذلك بتعرف المراهق على قدراته و إمكانياته ، و تمكنه من التفكير و اتخاذ القرارات بنفسه لنفسه .

- اتخاذ فلسفة في الحياة و مواجهة نفسه و الحياة في الحاضر و التخطيط للمستقبل .<sup>1</sup>

## ب - مميزات النمو في مرحلة المراهقة :

### أولاً: النمو الجسمي :

من التغيرات الجسمية المميزة للمراهقة بدء ظهور الشعر في أجزاء مختلفة من الجسم ، إما التغيرات التي تطرأ على حجم الجسم ، فتبدو واضحة في زيادة الطول زيادة مفاجئة و كذلك في الوزن و في طول الذراعينو الساقين و اتساع الكتفين و حجم اليدين و القدمين ، و تضخم بعض أجزاء الجسم الأخرى .<sup>2</sup>  
 - في هذه المرحلة تنمو الغدد الجنسية و تصبح قادرة على أداء وظائفها في التناسل .<sup>3</sup>

### ثانياً: التغيرات العقلية و النمو المعرفي

تنمو العمليات العقلية و المعرفية في مرحلة المراهقة ، و يزداد التباين بين القدرات العقلية المختلفة ، و يسرع النمو ببعض العمليات العقلية في آفاقها المعنوية .  
 - كما يحدث نموا معرفيا لدى المراهق حيث يتمكن من استعمال المفاهيم المجردة و إدراك النسبة و التناسب .  
 و عليه يتميز النشاط الذهني عند المراهق باستمرار النمو العقلي من حيث اكتساب القدرة العقلية و ازدياد القابلية على التعلم و حل المشكلات الصعبة إضافة إلى تبلور الاستعدادات الذهنية المختلفة في أواخر مرحلة المراهقة .<sup>4</sup>

### ثالثاً: النمو الانفعالي :

تتميز مرحلة المراهقة أيضا بالتغيرات الانفعالية العديدة التي تطرأ على المراهق و اغلب هذه الانفعالات من النوع الحاد العنيف الذي يجعل صورة المراهق غير صورة الطفل الهادئ الوديع الذي كان عليها في المراحل السابقة و في الواقع أن مرحلة المراهقة من هذه الناحية -أعنى- لحدة انفعالاتها - تكاد أن تكون مرحلة ميلاد جديد .<sup>5</sup>

<sup>1</sup> حامد عبد السلام : علم نفس النمو الطفولة و المراهقة، ط 5 ، عالم الكتب، 2001، ص ص ، 324-323 .  
<sup>2</sup> إبراهيم وجيه محمود : المراهقة خصائصها و مشكلاتها، د ط ، دار المعارف، الاسكندرية، 1981 ، ص 26 .  
<sup>3</sup> عبد الرحمان العسوي : سيكولوجية نمو الإنسان، دار المعرفة الجامعية، 1999 ، ص 52 .  
<sup>4</sup> محمد مصطفى زيدان : النمو النفسي للطفل و المراهق و أسس الصحة النفسية ط 1 ، منشورات الجامعة الليبية، ليبيا، 1972 ، ص 206 .  
<sup>5</sup> إبراهيم وجيه محمود : مرجع سبق ذكره، ص 47 .

**رابعاً : النمو الاجتماعي :**

من المظاهر الأساسية للنمو الاجتماعي خلال هذه الفترة ميل المراهق لتكوين الصداقات فالصفة البارزة في المظهر الاجتماعي للمراهق - كما تبين لنا - هي ميله للخروج عن العلاقات الاجتماعية الضيقة التي تربطه بأسرته وحدها، إلى علاقات أوسع تتمثل في أصدقائه ورفاقه و ميله إلى الانتماء إلى جماعات من هؤلاء الأصدقاء ، كجماعة أصدقاء الحي أو النادي أو المدرسة أو نحو ذلك.<sup>1</sup>

**المطلب الخامس: أنماط المراهقة :****أولاً: المراهقة المتكيفة :**

و هي المراهقة الهادئة نسبياً و التي تميل إلى الاستقرار العاطفي و تكاد تخلو من التوترات الانفعالية الحادة و غالباً ما تكون علاقة المراهق بالمحيطين به علاقة طيبة ، كما يشعر المراهق بتقدير المجتمع له و توافقه معه ولا يسرف المراهق في هذا الشكل في أحلام اليقظة أو الخيال أو الاتجاهات السلبية ، أي أن المراهقة هنا أميل إلى الاعتدال .

**ثانياً : المراهقة الانسحابية المنطوية :**

و هي صورة مكتئبة تميل إلى الانطواء و العزلة و السلبية و التردد و الخجل و الشعور بالنقص ، و عدم التوافق الاجتماعي ، و مجالات المراهق الخارجية الاجتماعية ضيقته محدودة ، و ينصرف جانب كبير من تذكير المراهق إلى نفسه ، و حل مشكلات حياته ا و الى التفكير الديني و التأمل في القيم الروحية و الأخلاقية ، كما يسرف في الاستغراق في الهواجس و الخيالات المرضية و إلى مطابقة المراهق بين نفسه و بين أشخاص الروايات التي يقرأها.<sup>2</sup>

**ثالثاً : المراهقة العدوانية المتمردة :**

و يكون فيها المراهق ثائراً متمرداً على سلطة الوالدين أو سلطة المدرسة أو المجتمع الخارجي ، كما يميل المراهق إلى تأكيد ذاته و التشبه بالرجال و مجاراتهم في سلوكهم كالتدخين و إطلاق الشارب و اللحية، و السلوك العدواني عند هذه المجموعة قد يكون صريحاً مباشراً يتمثل في الإيذاء أو قد يكون بصورة غير مباشرة يتخذ صورة العناد، و بعض المراهقين من هذا النوع الثالث قد يتعلق بالأوهام أو الخيال و أحلام اليقظة و لكن بصورة اقل مما سبقها.<sup>3</sup>

**رابعاً : المراهقة المنحرفة :**

و حالات هذا النوع تمثل الصور المتطرفة للشكلين المنسحب و العدواني، فإذا كانت الصورتين السابقتين غير متوافقة أو غير متكيفة إلا أن مدى الانحراف لا يصل في خطورته إلى الصورة البادية في الشكل الرابع حيث نجد الانحلال الحلقي و الانهيار النفسي، و حيث يقوم المراهق بتصرفات تروع المجتمع و يدخلها البعض أحياناً في عداد الجريمة أو المرض النفسي و المرض العقلي.

<sup>1</sup> إبراهيم وجيه محمود : مرجع سبق ذكره ، ص 64 .

<sup>2</sup> زلوف منيرة : مفاهيم أساسية في الشخصية و دورها في حياة المراهق، د ط ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2016 : ص 155 .

<sup>3</sup> المرجع نفسه ، ص 155 \_ 156 .

# الفصل الثالث

## الفصل الثالث

### الإطار التطبيقي للدراسة

1. تفرغ البيانات وتحليلها

2. النتائج العامة للدراسة

3. التوصيات.

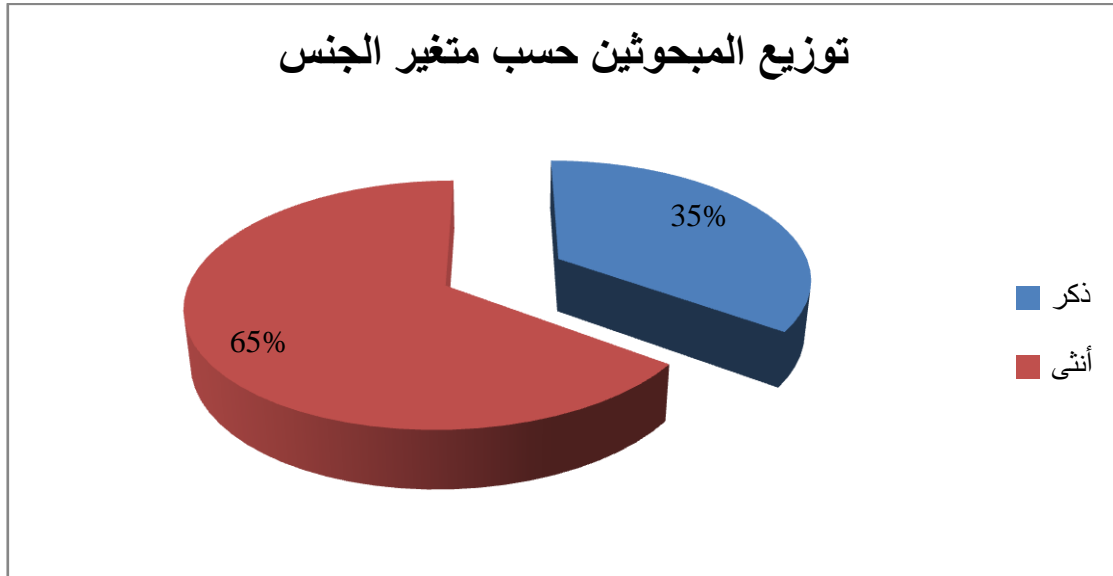
المحور الأول : البيانات الشخصية .

### 1 -توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس .

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
35	21	ذكر
65	39	أنثى
100	60	المجموع



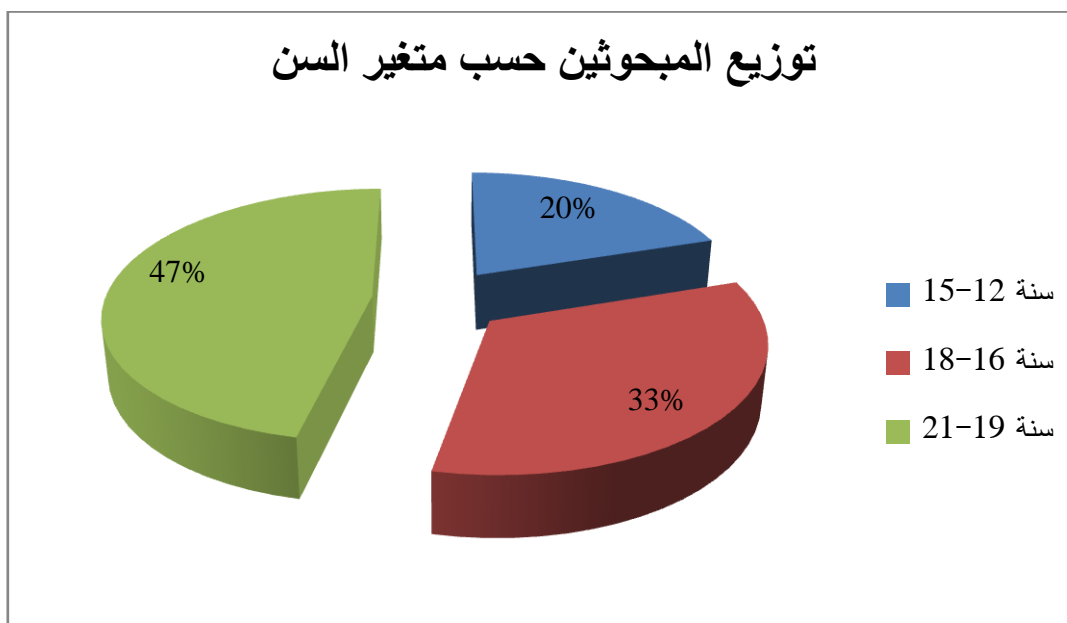
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً , نلاحظ أن 39 فرداً يمثلون حجم الإناث بنسبة بلغت 65,00 % , أما حجم الذكور فقد بلغ 21 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة قدرت بـ 35,00 % , وعليه أن أغلب أفراد العينة من جنس الإناث و قد يرجع ذلك أن نسبة الإناث في المجتمع أكثر من الذكور كونهم إضافة إلى استخدام الإناث الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي .

2- توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (02) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن .

النسبة المئوية %	التكرار	السن
00,20%	12	سن 12-15
33,33%	20	سنة 16-18
66,46%	28	21-19
100%	60	المجموع



من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن عدد الذين بلغت أعمارهم ما بين 19 إلى 21 سنة يقدر بـ 28 فرداً بنسبة بلغت 66,46%، أما حجم الذين بلغت أعمارهم ما بين 16 إلى 18 سنة فقدر حجمهم بـ 20 فرداً بنسبة 33,33%، وأما الذين بلغت أعمارهم 12-15 فقدر حجمهم بـ 12 ونسبته 00,20%، وهذا ما يوحي أن أغلب أفراد العينة من ذوي السن من 19 إلى 21 سنة، وعليه أن أغلب أفراد العينة من سن 19 إلى 21 سنة .

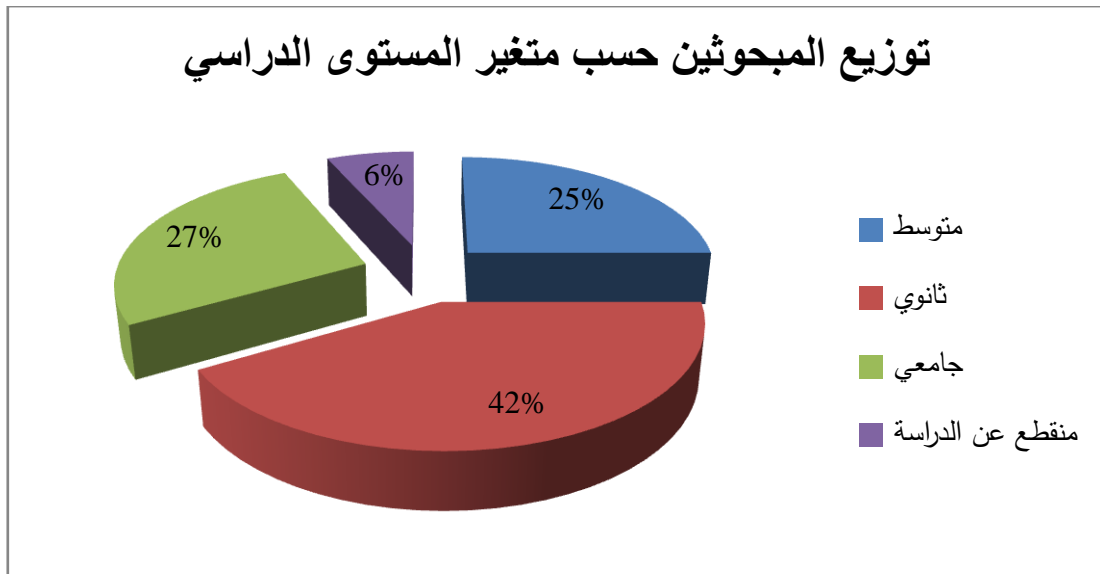
وهذا يدل على أن هذه الفئة العمرية لديها تأثير , و بشكل واسع بهذه الشبكات دون أن نتغاضى النظر عن الفئات الأخرى و لكن بنسبة ضئيلة .

### 3 -توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي .

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى الدراسي
25%	15	متوسط
66,41%	25	ثانوي
66,26%	16	جامعي
66,6%	04	منقطع عن الدراسة
%100	60	المجموع



من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن 15 فرداً لديهم مستوى متوسط بنسبة بلغت 25,00%، ثم الأفراد ذوي المستوى التعليمي ثانوي الذي بلغ

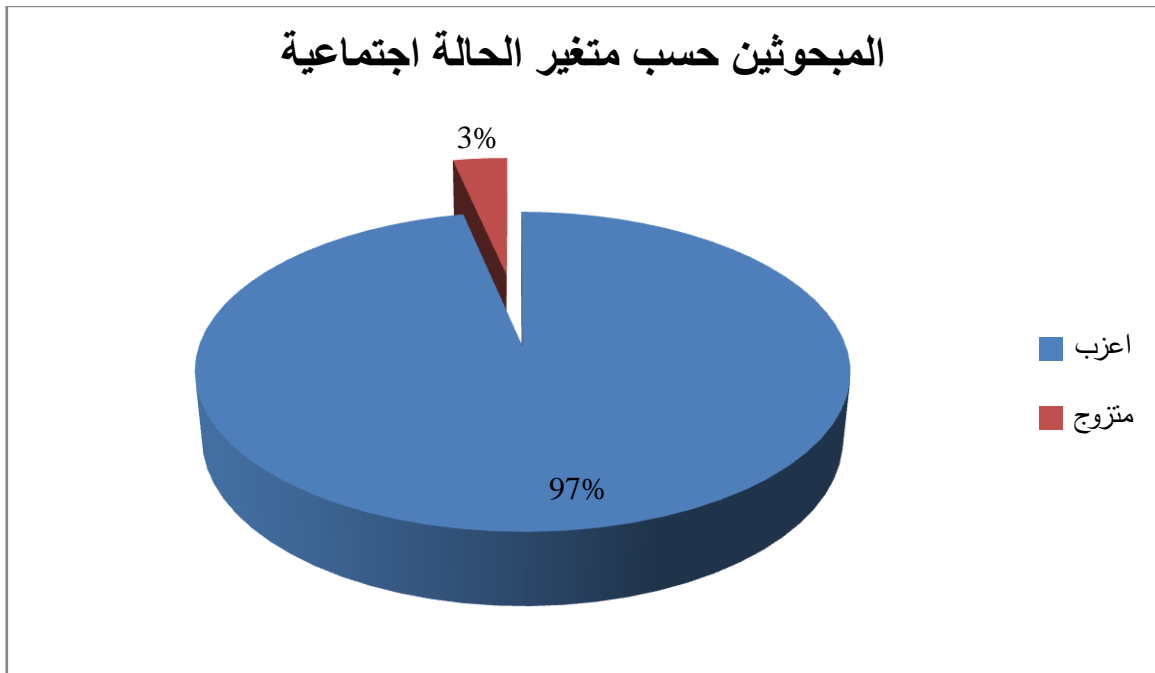
عدددهم 25 فردا بنسبة قدرت ب 66,46% , في حين بلغ عدد الأفراد ذوي مستوى التعليمي جامعي ب16 وبنسبة قدرت ب 66,46% , اما الأفراد ذوي مستوى التعليمي منقطع عن الدراسة بلغ عددهم 04 فردا بنسبة قدرت ب 66,06% , وهو ما يوحي أن اغلب أفراد العينة المستخدم لموقع اليوتيوب هم من مستوى التعليمي ثانوي وليس لهم ضغط كبير .

#### 4 -توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الحالة الاجتماعية .

النسبة المئوية %	التكرار	الحالة الاجتماعية
66,96	58	اعزب
33,03	02	متزوج
100	60	المجموع



من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن 35 فرداً لديهم مستوى حالة اجتماعية أعزب بنسبة بلغت 66,96%، ثم الأفراد ذوي مستوى الحالة الاجتماعية متزوج الذي بلغ عددهم 02 فرداً بنسبة قدرت بـ 33,03%، وهو ما يوحي أن أغلب أفراد العينة من مستوى الحالة الاجتماعية أعزب، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (03)

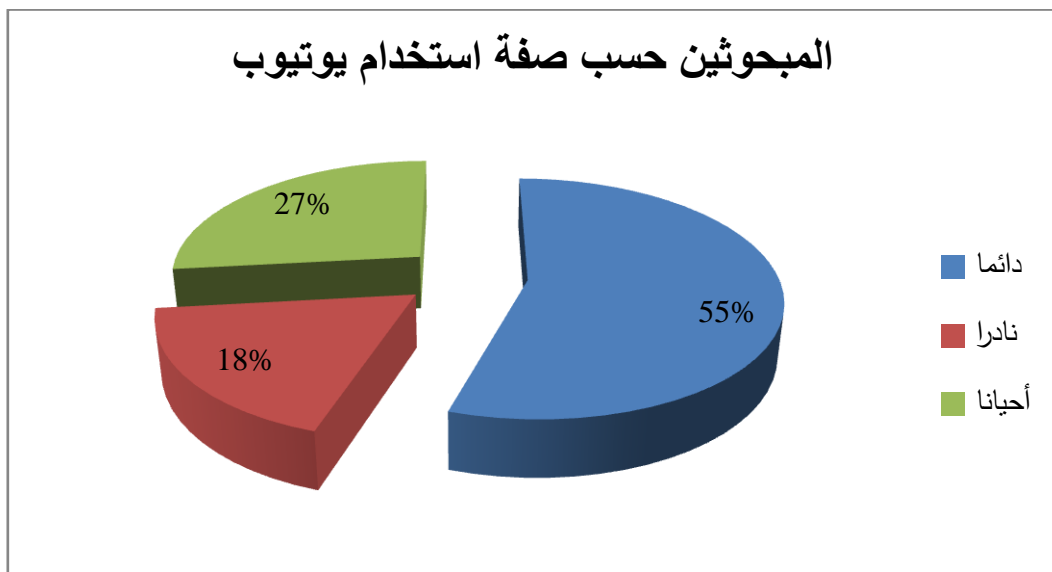
المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام موقع اليوتيوب .

5 - توزيع أفراد العينة حسب متغير صفة استخدام موقع اليوتيوب :

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (05): حسب م يبين توزيع المبحوثين حسب صفة استخدام اليوتيوب :

النسبة المئوية %	التكرار	استخدام يوتيوب
50	30	دائماً
66,16	10	نادراً
33,24	20	أحياناً
100	60	المجموع



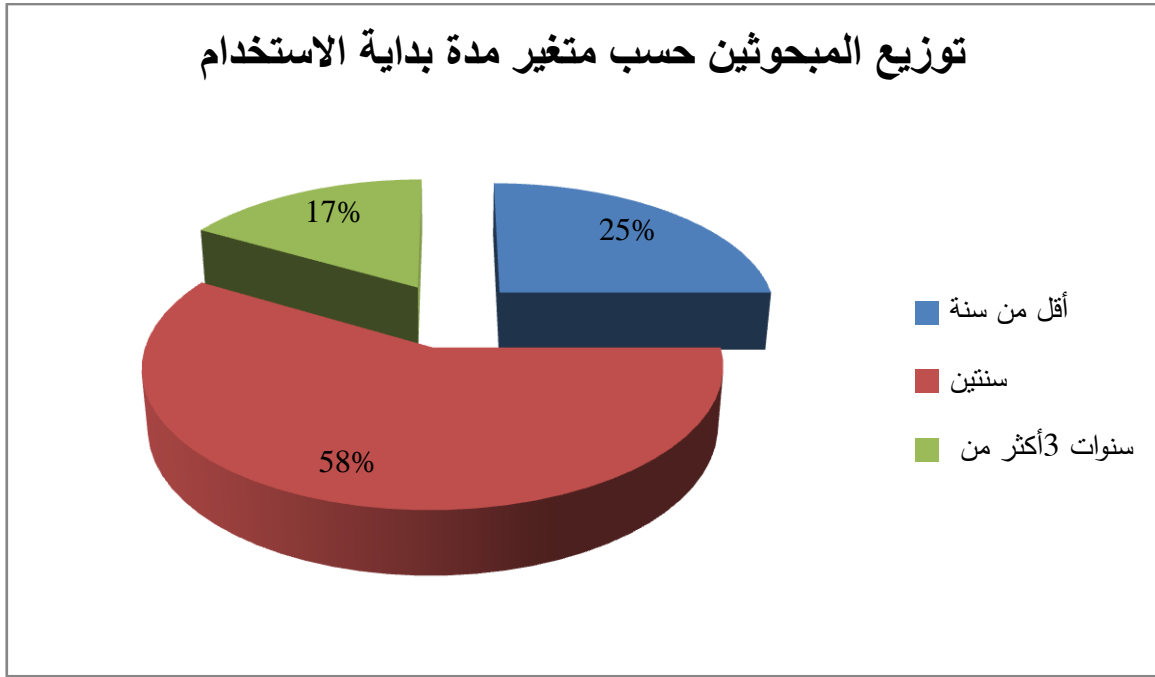
من خلال الجدول أعلاه رقم ( 05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً ( 60) فرداً , تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (30) فرداً بنسبة مئوية بلغت 50% , ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم ( 20) بنسبة مئوية قدرت بـ 66,24% , في حين نلاحظ أن ما نسبته 66,16% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " نادراً " والبالغ عددهم (10), مما يعني أن أغلب افراد العينة يستخدمون اليوتيوب دائماً و يرجع ذلك الى و رواج الموقع و شهرته , و يتم الاقبال عليه نظرا لتنوع الخدمات التي يحتويها و بالاضافة الى سهولة استخدامه فبامكان أي شخص ان يدخله و يبحث عما يريد .

#### 6 -توزيع أفراد العينة حسب مدة بداية استخدام اليوتيوب:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم ( 06) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير مدة بداية الاستخدام .

النسبة المئوية %	التكرار	مدة الاستخدام
00,25	15	أقل من سنة
33,58	35	سنتين
66,16	10	أكثر من 3 سنوات
100	60	المجموع



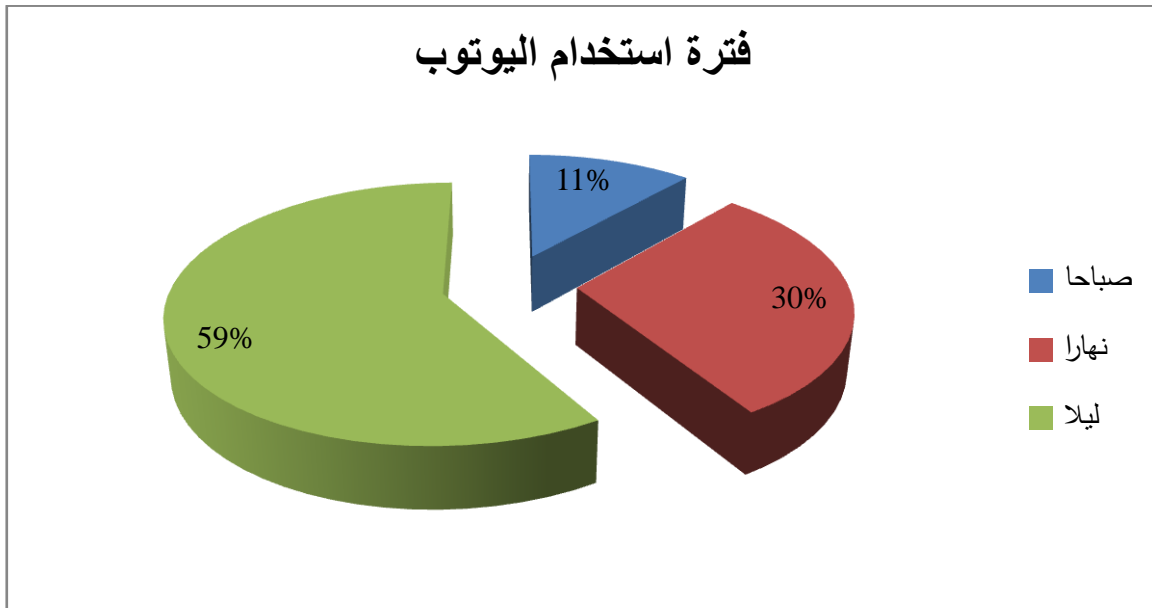
من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " منذ متى تستخدم موقع "اليوتيوب"؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " أقل من سنة " وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 25,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " سنتين " والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ 58,33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 66,16% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " أكثر من 3 سنوات " والبالغ عددهم (10)، مما يعني أن أفراد العينة يستخدمون اليوتيوب لمدة سنتين و ذلك يرجع إلى مدى ظهور هذه المواقع في الحياة الاجتماعية و ما صاحبها من تطورات سهلت الوصول إلى هذه الشبكات .

7 -توزيع أفراد العينة حسب فترة استخدام اليوتيوب:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم ( 07 ): يبين فترة استخدام اليوتيوب:

النسبة المئوية %	التكرار	فترة استخدام اليوتيوب
66,11	07	صباحا
00,30	18	نهارا
33,59	35	ليلا
100	60	المجموع



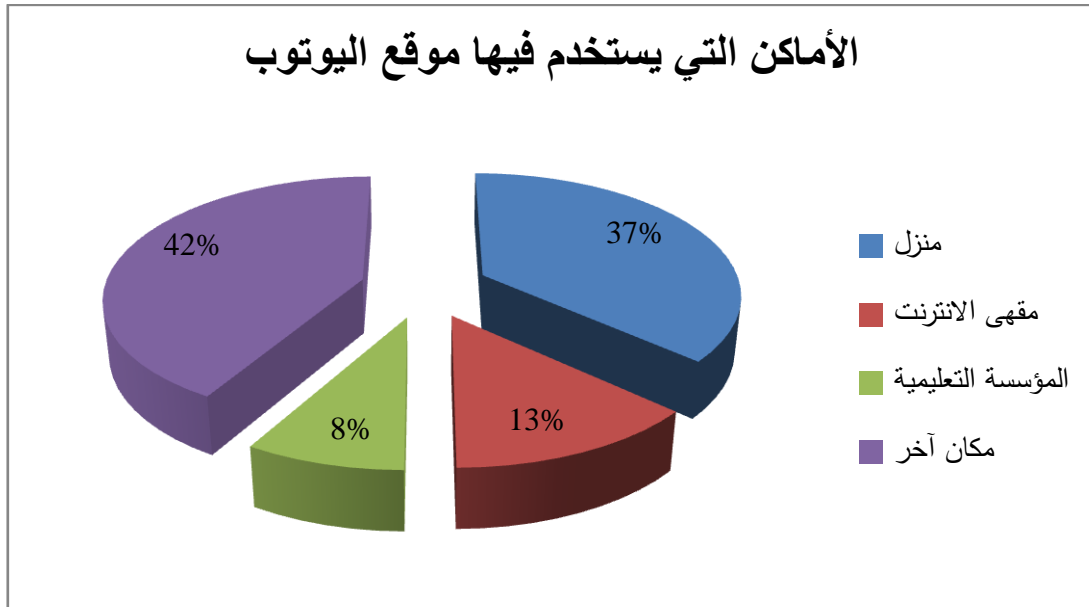
نلاحظ من خلال الجدول رقم ( 07) الذي يشير إلى توزيع مفردات العينة وفق معدل استخدامهم لموقع اليوتيوب يوميا , حيث نجد فئة الفترة الليلية تحتل الصدارة بنسبة 33,59 % ما يقابل 35 فردا , ثم تليها فئة الفترة نهارا بنسبة 00,30 % ما يقابل ثم فئة 18 فردا , ثم فئة الفترة الصباحية بنسبة 66,11 % ما يقابل 07 افراد , مما يعني أن أفراد العينة يستخدمون اليوتيوب في الوقت المفضل ليلا و يبدووا هذا الترتيب منطقيا حيث أن الفترة الليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الأشخاص للانترنت .

8 -توزيع أفراد العينة حسب الأماكن التي يستخدم فيها موقع اليوتيوب:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08): يبين الأماكن التي يستخدم فيها موقع اليوتيوب

النسبة المئوية %	التكرار	الأماكن التي يستخدم فيها موقع اليوتيوب
66,36	22	منزل
33,13	08	مقهى الانترنت
33,8	05	المؤسسة التعليمية
66,41	25	مكان آخر
100	60	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " ما هي الأماكن التي يستخدم فيها موقع اليوتيوب ؟ ، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " منزل " وقد بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 66,36%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " مقهى الانترنت " والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.3%، في حين نلاحظ أن ما نسبته

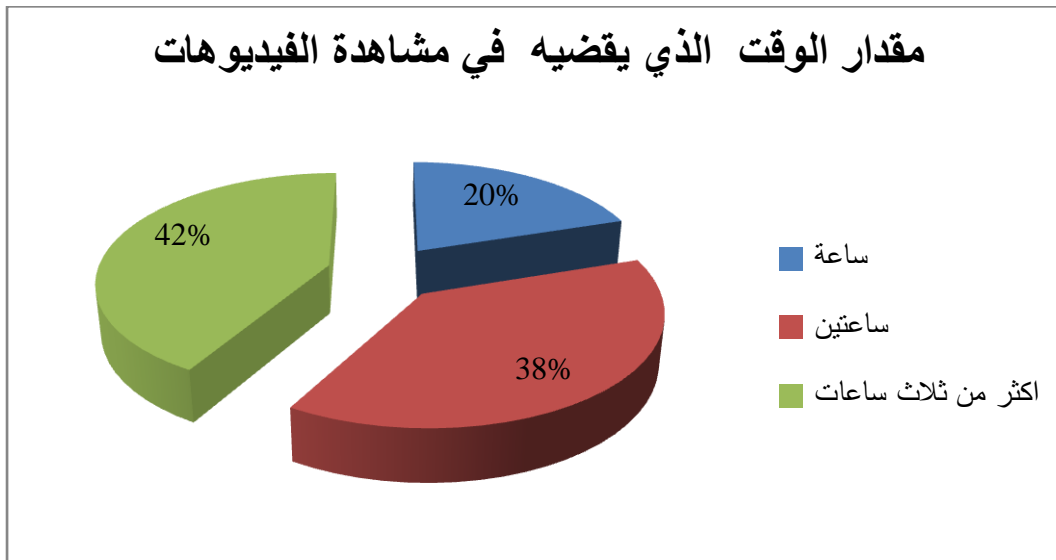
33,08% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " المؤسسة التعليمية " والبالغ عددهم (05), أما البديل " مكان آخر " فكان تكراره 25 ونسبته 66,41%, مما يعني أن الأماكن أخرى لأغلبية الأفراد لتصفح موقع اليوتيوب .

### 9- توزيع أفراد العينة حسب مقدار الوقت الذي يقضيه في مشاهدة الفيديوهات:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

### الجدول رقم(09) يبين مقدار الوقت الذي يقضيه في مشاهدة الفيديوهات

النسبة %	التكرار	مقدار الوقت
20	12	ساعة
33,38	23	ساعتين
66,41	25	أكثر من ثلاث ساعات
100	60	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " ما هو مقدار الوقت الذي تقضيه في مشاهدة الفيديوهات ؟", تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " ساعة " وقد بلغ عددهم ( 12) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20%, ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا

السؤال بالبديل " ساعتين " والبالغ عددهم ( 23 ) بنسبة مئوية قدرت بـ 33,38%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 66,41% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " أكثر من ثلاث ساعات " والبالغ عددهم (25)، مما يعني أن مقدار الوقت الذي تقضيه اغلب أفراد العينة في مشاهدة الفيديوهات هو أكثر من ثلاث ساعات يجدون فيه كم متنوع و هائل من المضامين يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذين يستغرقونه في موقع اليوتيوب بمشاهدة ما يريدون .

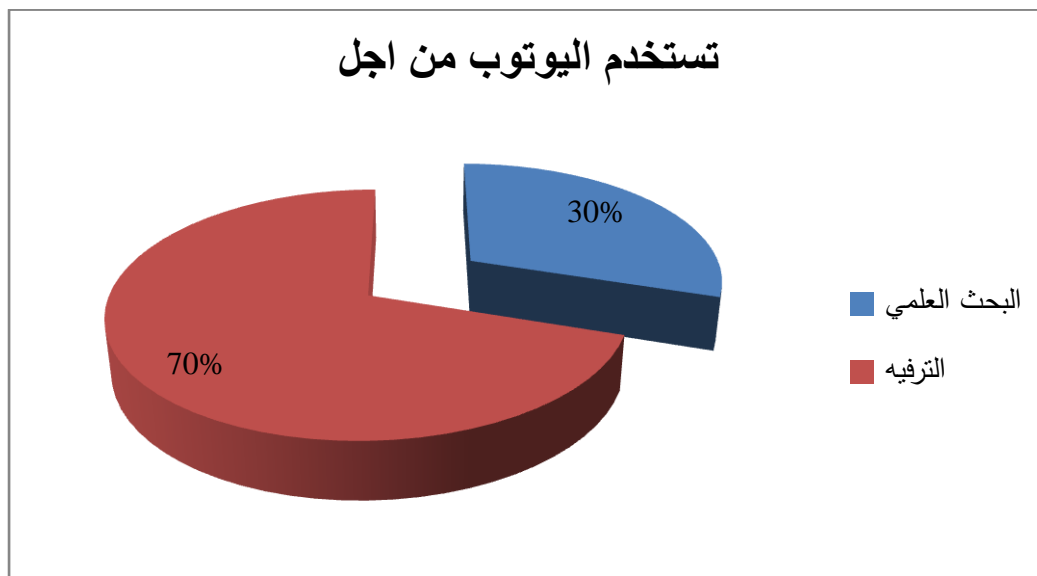
### المحور الثالث: الاشباع المحققة من الاستخدام

#### 10 - توزيع أفراد العينة حسب هل تستخدم اليوتيوب من اجل:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10): هل تستخدم اليوتيوب من اجل :

النسبة المئوية %	التكرار	هل تستخدم اليوتيوب من اجل
00,30	18	البحث العلمي
00,70	42	الترفيه
100	60	المجموع



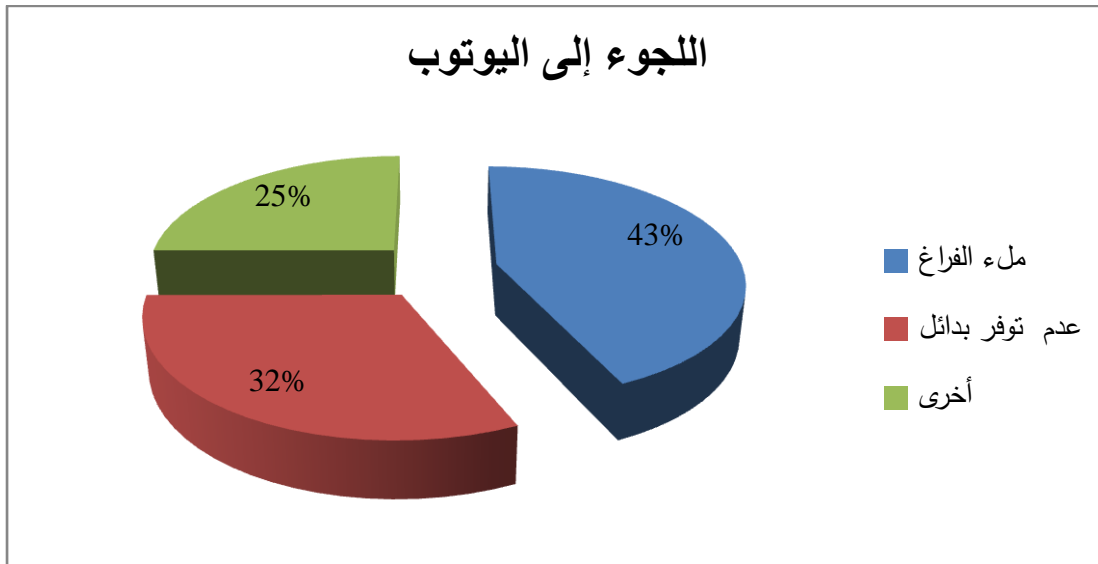
من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " هل تستخدم اليوتيوب من اجل ؟, تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدليل " البحث العلمي " وقد بلغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت 30,00% , ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدليل " الترفيه " والبالغ عددهم (42) بنسبة مئوية قدرت بـ 70,00% , مما يعني أن أغلب الأفراد العينة يستخدمون اليوتيوب من اجل الترفيه و التسلية و لتمضية الوقت , كون ان الموقع يحتوي على العديد من الفيديوهات الكوميديّة التي يشاهدها المبحوثين للتخلص من ضغوط الحياة و الدراسة .

توزيع أفراد العينة حسب سبب اللجوء إلى اليوتيوب :

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (11) سبب اللجوء إلى اليوتيوب

النسبة %	التكرار	سبب اللجوء إلى اليوتيوب
43,3	26	ملء الفراغ
31,66	19	عدم توفر بدائل
00,25	15	أخرى
100	60	المجموع



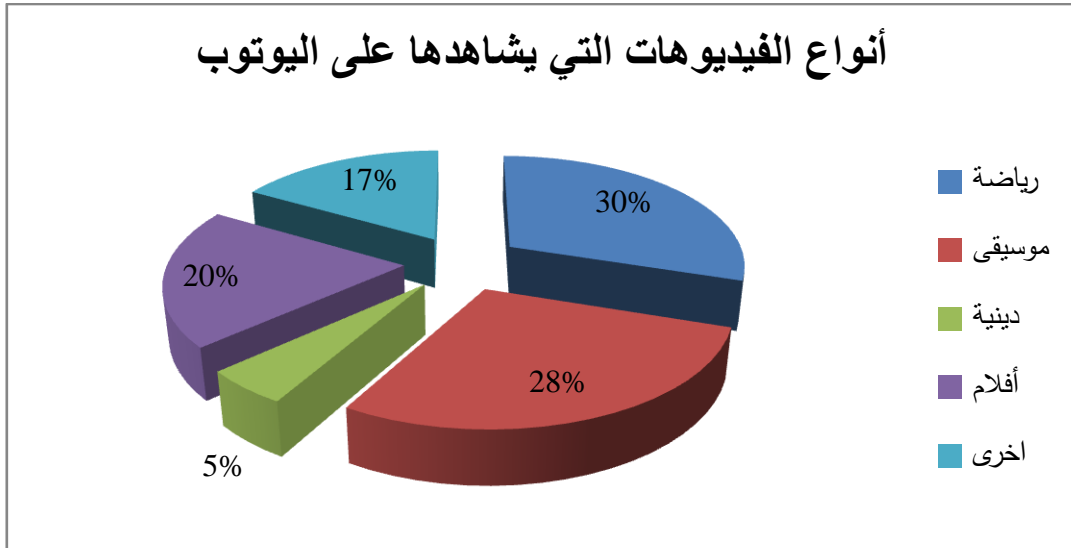
من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " ما سبب اللجوء إلى اليوتيوب ؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " ملء الفراغ " وقد بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت 3,43%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " عدم توفر بدائل " والبالغ عددهم ( 19) بنسبة مئوية قدرت بـ 31.66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 00,25% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " أخرى " والبالغ عددهم ( 15)، مما يعني أن سبب اللجوء إلى اليوتيوب عند الأفراد العينة هو ملء الفراغ نظراً لعدم توفر بدائل أخرى وان المبحوثين لهم الرغبة الكبيرة لمشاهدة كل ما هو جديد على هذا الموقع .

توزيع أفراد العينة حسب أنواع الفيديوهات التي يشاهدها على اليوتيوب:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) أنواع الفيديوهات التي يشاهدها على اليوتيوب

النسبة %	التكرار	أنواع الفيديوهات التي يشاهدها على اليوتيوب
00,30	18	رياضة
33,28	17	موسيقى
00,05	03	دينية
00,20	12	أفلام
66,16	10	اخرى
100	60	المجموع



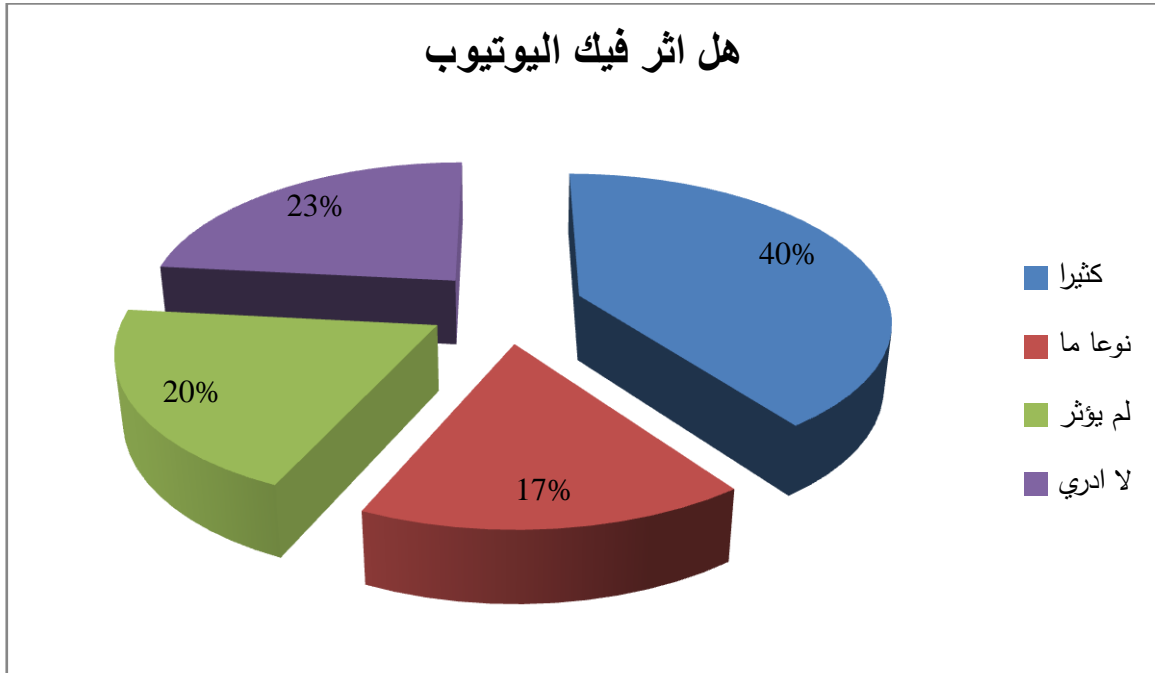
من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " ماهي أنواع الفيديوهات التي تشاهدها على اليوتيوب "، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " رياضة " وقد بلغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت 30,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " موسيقى " والبالغ عددهم ( 17 ) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 05,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " دينية " والبالغ عددهم (03)، أما الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " أفلام " والبالغ عددهم ( 12 ) بنسبة مئوية قدرت بـ 20.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " أخرى " والبالغ عددهم ( 10 ) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.66%، مما يعني أن أنواع الفيديوهات التي يشاهدها أفراد العينة على اليوتيوب هي الرياضة من اجل التعرف على آخر أخبار مشاهير الرياضة و متابعة المباريات ، تليها الفيديوهات الموسيقية و ذلك تلبية لحاجات الباحثين و للترفيه عن النفس فموقع اليوتيوب يحتوي على كم هائل من هذه الفيديوهات ، ثم فيديوهات من نوع آخر ، و أخيراً الفيديوهات الدينية فهناك من يريد التفقه في أمور الدين التي يجهلونها .

توزيع أفراد العينة حسب هل اثر فيك اليوتيوب :

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (13) هل اثر فيك اليوتيوب

النسبة %	التكرار	هل اثر فيك اليوتيوب
40	24	كثيرا
66,16	10	نوعا ما
00,20	12	لم يؤثر
33,23	14	لا ادري
100	60	المجموع

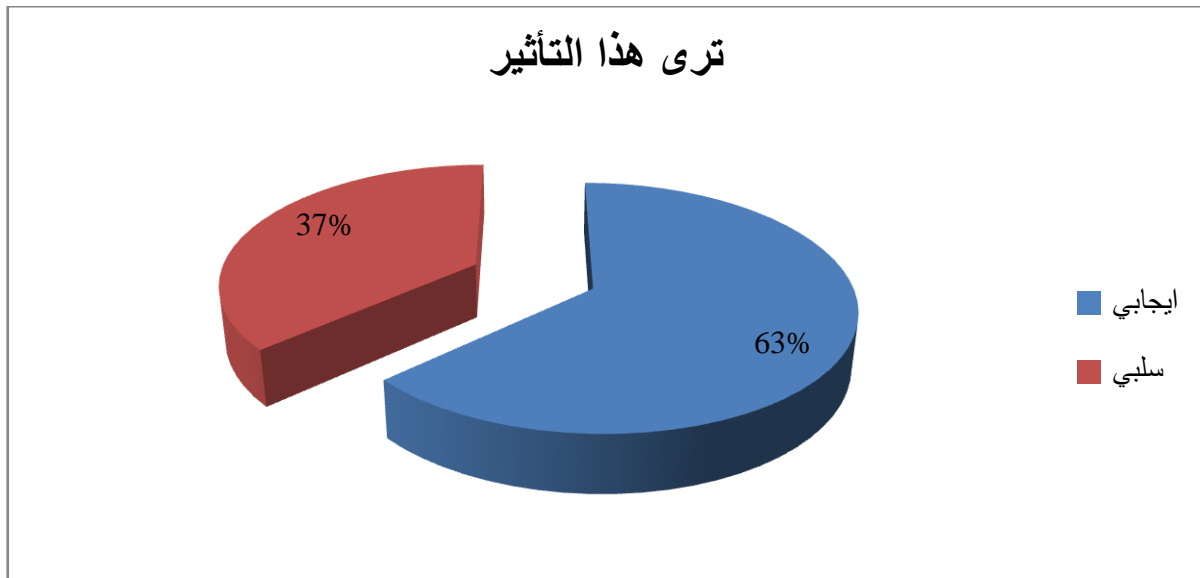


من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " هل اثر فيك اليوتيوب "، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " كثيرا " وقد بلغ عددهم ( 24) فرداً بنسبة مئوية بلغت 00,40 %، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " نوعاً ما " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.66 %، في حين نلاحظ أن ما نسبته 00,20 % تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " لم يؤثر " والبالغ عددهم ( 12)، أما الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " لا ادري " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.33 %، مما يعني أن أفراد العينة اثر فيهم موقع اليوتيوب بشكل كبير .

توزيع أفراد العينة حسب هل ترى هذا التأثير : بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم(14) هل ترى هذا التأثير

النسبة %	التكرار	اتجاه الأثر
33,63	38	ايجابي
66,36	22	سلبي
100	60	المجموع



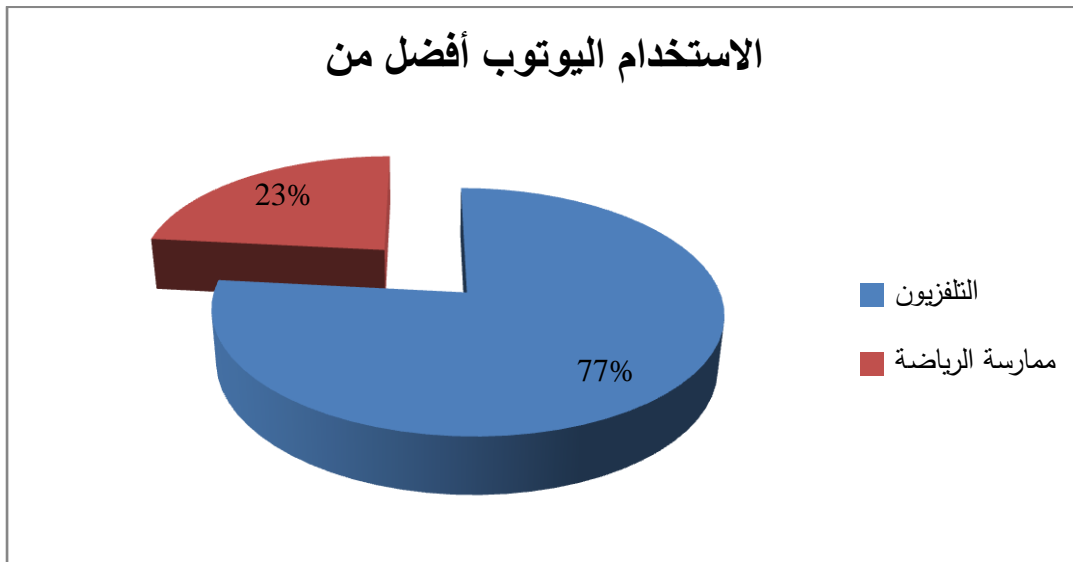
من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " هل ترى هذا التأثير "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " ايجابي " وقد بلغ عددهم ( 38) فرداً بنسبة مئوية بلغت 33,63%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " سلبي " والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 36.66%، مما يعني أن أفراد العينة اثر فيهم اليوتيوب بشكل ايجابي من خلال متابعة الفيديوهات العلمية التي يحتاجها المراهق بكثرة في حياته الدراسية وكذا التثقيفية و الترفيهية التي تلي حاجاته و رغباته .

توزيع أفراد العينة حسب هل الاستخدام اليوتيوب أفضل من:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم ( 15) هل الاستخدام اليوتيوب أفضل من

النسبة المئوية %	التكرار	هل الاستخدام اليوتيوب أفضل من
66,76	46	التلفزيون
33,23	14	ممارسة الرياضة
100	60	المجموع



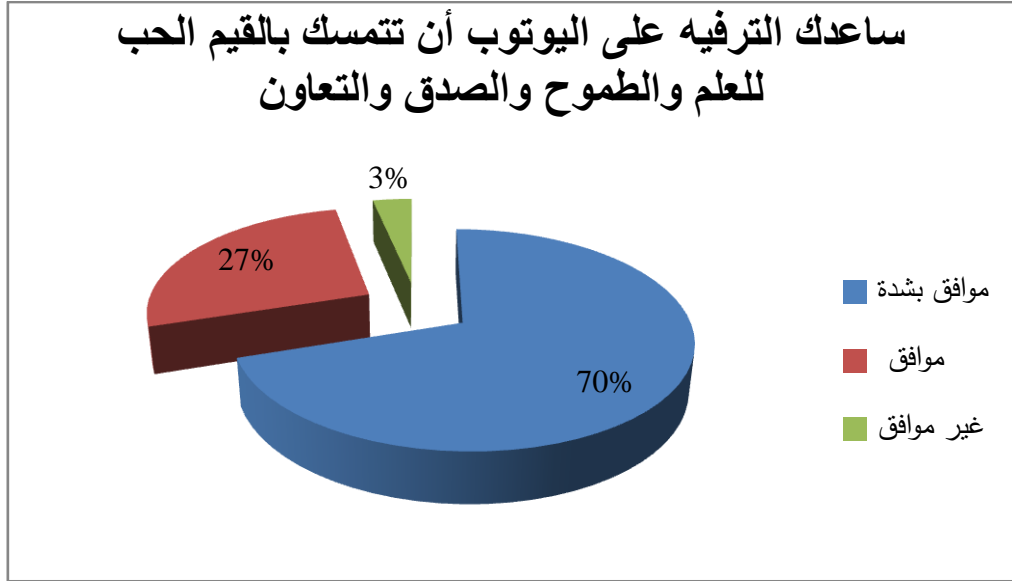
من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " هل الاستخدام اليوتيوب أفضل من ؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " التلفزيون " وقد بلغ عددهم (46) فرداً بنسبة مئوية بلغت 66,76 %، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " سلبى " والبالغ عددهم ( 14 ) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.33 %، مما يعني أن أفراد العينة في استخدامهم لليوتيوب أفضل من التلفاز و من ممارسة الرياضة .

توزيع أفراد العينة حسب مدى مساعدة الترفيه على اليوتيوب أن تتمسك بالقيم الحب للعلم والطموح والصدق والتعاون

: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) هل ساعدك الترفيه على اليوتيوب أن تتمسك بالقيم الحب للعلم والطموح والصدق والتعاون

النسبة %	التكرار	هل ساعدك الترفيه على اليوتيوب أن تتمسك بالقيم الحب للعلم والطموح والصدق والتعاون
70	42	موافق بشدة
66,26	16	موافق
33,3	02	غير موافق
100	60	المجموع

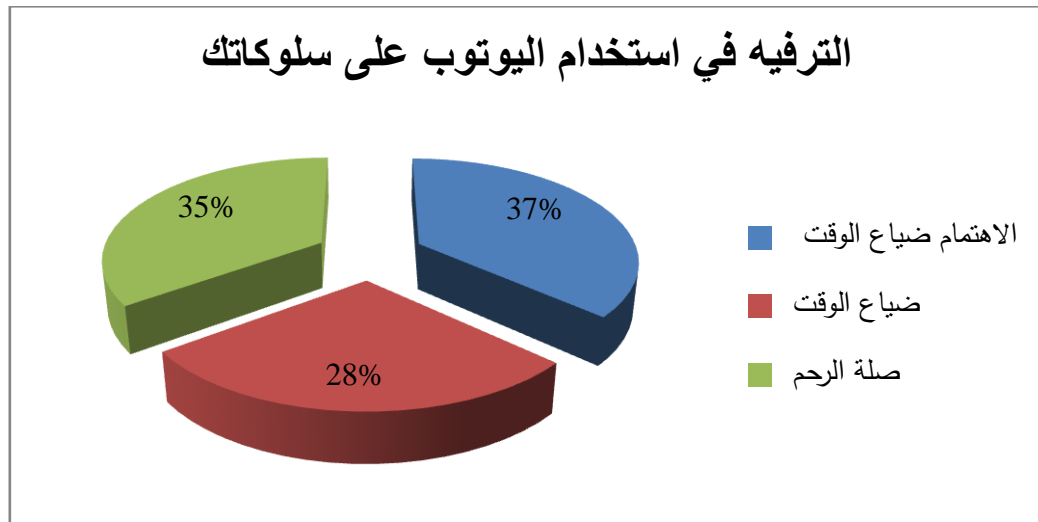


من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " هل ساعدك الترفيه على اليوتيوب أن تتمسك بالقيم الحب للعلم والطموح والصدق والتعاون "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " موافق بشدة " وقد بلغ عددهم ( 42) فرداً بنسبة مئوية بلغت 70,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم ( 16) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 33,03% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " غير موافق " والبالغ عددهم ( 02)، مما يعني أن أفراد العينة موافقون بشدة على أن موقع اليوتيوب ساعدهم في التمسك بالقيم الحب والصدق والتعاون والطموح و ذلك يرجع إلى الفيديوهات التي يحتويها موقع اليوتيوب سواء كانت تعليمية تثقيفية ، ترفيهية او دينية .

توزيع أفراد العينة حسب اثر الترفيه في استخدام اليوتيوب على سلوكياتك : بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (17) هل اثر الترفيه في استخدام اليوتيوب على سلوكياتك

النسبة %	التكرار	هل اثر الترفيه في استخدام اليوتيوب على سلوكيات
66,36	22	الاهتمام بالدراسة
33,28	17	ضياع الوقت
00,35	21	صلة الرحم
100	60	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً على السؤال " هل اثر الترفيه في استخدام اليوتيوب على سلوكياتك "، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " الاهتمام بالدراسة " وقد بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 66,36 %، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ضياع الوقت " والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.33 %، في حين نلاحظ أن ما نسبته 00,35 % تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " صلة الرحم " والبالغ عددهم (21)، مما يعني أن أفراد العينة على أن الترفيه على موقع اليوتيوب اثر على سلوكيات الاهتمام بالدراسة.

### النتائج العامة للدراسة :

-استهدفت هذه الدراسة معرفة اثر ترفيه اليوتيوب على المراهقين , و بعد إجراء الدراسة الميدانية تم التوصل إلى النتائج التالية :

-تبين أن اغلب أفراد العينة هم إناث بنسبة 65 % , من سن 19 -21 سنة بنسبة 66,46 % هم الأكثر استخداما لليوتيوب , و يدرسون مستوى الثانوي بنسبة 66,41 % .

-و تبين أن اغلب أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب دائما بنسبة 00,50 % , منذ سنتين بنسبة 33,58 % , و يستخدمونه ليلا بنسبة 33,59 % .

-تشير النتائج أيضا أن اغلب المبحوثين يستخدمون موقع اليوتيوب من مكان آخر بنسبة 66,41 % , و يقضون أكثر من ثلاث ساعات فيه بنسبة 66,41 % .

-تبين أن اغلب أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب من اجل الترفيه بنسبة 00,70 % , يليها البحث العلمي بنسبة 30.00 % .

-تبين أن سبب لجوء أفراد العينة إلى اليوتيوب هو ملء الفراغ بنسبة 3,43 % , تليها عدم توفر بدائل بنسبة 31.66 % , تليها أسباب أخرى بنسبة 00,25 % .

- كما توصلت الدراسة إلى أن أغلبية أفراد العينة يفضلون مشاهدة الفيديوهات الرياضية بنسبة 30.00 % , تليها الفيديوهات الموسيقية بنسبة 33,28 % , تليها أفلام بنسبة 00,20 % , تليها فيديوهات أخرى بنسبة 66,16 % , تليها فيديوهات دينية 00,05 % .

- كما تبين أن أغلبية أفراد العينة اثر فيهم اليوتيوب كثيرا بنسبة 00,40 % , تليها لا ادري بنسبة 33,23 % , تليها لم يؤثر بنسبة 00,20 % , تليها نوعا ما 33,16 % .

- كما تبين نتائج الدراسة أن موقع اليوتيوب اثر فيهم بالإيجاب بنسبة 63.33 % من خلال متابعة الفيديوهات العلمية التي يحتاجها المراهق بكثرة , تليها بالسلب بنسبة 66,36 % .

- تبين أن اغلب أفراد العينة يفضلون استخدام موقع اليوتيوب على مشاهدة التلفزيون بنسبة 66,76 % , يليها ممارسة الرياضة بنسبة 33,23 % .

- تبين نتائج الدراسة أن الترفيه على اليوتيوب ساعدهم على التمسك بالقيم الحب للعلم و الطموح و الصدق و التعاون موافق بشدة بنسبة 00,70 % , تليها موافق بنسبة 66,26 % , تليها غير موافق بنسبة 33,3 % .

- كما تبين أن اغلب أفراد العينة بنسبة 66,36 % انه اثر الترفيه على سلوكيات الاهتمام بالدراسة , تليها صلة الرحم بنسبة 35.00 % , تليها ضياع الوقت بمسبة 33,28 % .

**التوصيات:**

- لا بد من إجراء دراسات حول اثر ترفيه اليوتيوب على المراهقين لأنها تكاد أن تكون منعدمة خاصة في الدراسات العربية .

- ضرورة تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع اليوتيوب الذي أصبح الوسيلة الترفيهية الأفضل للمراهق .

- القيام بدراسات خاصة بموقع اليوتيوب و اختيار المراهقين كعينة للدراسة .

- أثبتت هذه الدراسة أن مثل هذه المواقع تشكل أدوارا ايجابية تتمثل في التمسك بالقيم الطموح وحب التعلم و التعاون.

- الاهتمام الكبير للجانب المعرفي و المعلوماتي وزيادة نسبة الطموح و الصدق و التعلم و حب التعلم .

- إبراز الأدوار تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من التطبيقات في تغير سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم في المجتمع .

# الختامة

## الخاتمة

كان لظهور شبكات التواصل الاجتماعي الأثر البالغ في تغيير سلوكيات المراهق وتفاعله الاجتماعي ، ومع طغيان استخدام هذه الأخيرة وتنوع المضامين المحتويات المتاحة عبرها، صاحبة العديد من الإشباعات التي تتحقق من وراء ذلك، وبتعرضنا للمحتوى ترفيهي اليوتيوب على المراهق ، والذي حاولنا ان نبين فيه طبيعة الترفيه بمختلف أنواعه ، عبر أكبر موقع لمشاهدة مقاطع الفيديو المتنوعة اللامتناهية "اليوتيوب" من خلال الوقوف على حتمية ارتباط المستخدم بالموقع مع ما يشكله هذا الاستخدام في التأثير على ثقافة المراهق والكسب المعرفي المرتبط بهذا الجانب .

ومن خلال دراستنا التي هدفت إلى التعرف على أثر ترفيه اليوتيوب على مراهقي ولاية المسيلة، توصلنا إلى أن أغلب المراهقين يستخدمون اليوتيوب بصفة دائمة وبشكل إيجابي حيث يعتبرونه الوسيلة الترفيهية الأفضل من ممارسة الرياضة ومشاهدة التلفزيون.

فالترفيه على اليوتيوب ساعد المراهق على تمسكه بالقيم الحب للعلم والطموح والصدق والتعاون بشكل كبير .

# قائمة المصادر والمراجع

الكتب:

1. إبراهيم وجيه محمود :المراهقة خصائصها و مشكلاتها ، د ط ، دار المعارف،الاسكندرية، 1981.
2. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي : موسوعة مصطلحات الطفولة و الطفولة المبكرة ،مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية ،2005 .
3. باشيوة لحسن عبد الله : البحث العلمي مفاهيم، أساليب، تطبيقات،دط ،الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2010 .
4. بدر إبراهيم الشيباني :سيكولوجية النمو ،"تطور النمو من الإخصاب حتى المراهقة " ، ط 1 ، منشورات مركز المخطوطات و التراث و الوثائق ، الكويت ، 2000 م .
5. حامد عبد السلام زهران : الصحة النفسية و العلاج النفسي ، ط3 ، عالم الكتب ، 1997 ، القاهرة.
6. حامد عبد السلام زهران : علم نفس النمو " الطفولة و المراهقة " ، ط5 ، 2001، عالم الكتب.
7. حسن عماد مكاوي، د ليلي حسن السيد :الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
8. رشيد زرواتي: مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ،ط1، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع ، الجزائر ، 2007.
9. زلوف منيرة :مفاهيم أساسية في الشخصية و دورها في حياة المراهق ، د ط ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2016 .
10. سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الاعلامي ، ط1، دار الكتاب الجامعي ، دولة الإمارات – الجمهورية اللبنانية، 2017.
11. عامر مصباح :منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
12. عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، ط1، دار الشروق ، عمان .الأردن ، 2008 .
13. عبد الرحمان العسوي :سيكولوجية نمو الإنسان ، دار المعرفة الجامعية ، 1999.
14. عبد الرحمان الوافي ، مدخل إلى علم النفس ، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع ، ط3 ، الجزائر ، 2008 .
15. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015.
16. عبد الرزاق محمد الديلمي: الإعلام الجديد الصحافة الالكترونية، ط 1، دار وائل للنشر، 2011.

17. عبد العزيز محمد النغميشي: المراهقون دراسة نفسية إسلامية للآباء و المعلمين و الدعاة، ط3، دار مسلم للنشر و التوزيع، الرياض، 2001.
18. عبد المنعم الميلادي: سيكولوجية المراهقة، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، 2006.
19. عصام نور سرية: علم نفس النمو، مؤسسة شباب الجامعة، ط 1، الإسكندرية، 2006.
20. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2014.
21. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2014.
22. عمار بوحوش؛ مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1999.
23. كليز فهميم: المراهقون و صحتهم النفسية، ط1، مكتبة الثقافة الدينية، القاهرة، 2005.
24. محمد مصطفى زيدان: النمو النفسي للطفل و المراهق و أسس الصحة النفسية، ط 1، منشورات الجامعة الليبية، ليبيا، 1972.
25. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر و التوزيع، الكويت، 2003.
26. مرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
27. مصطفى محمود أبو بكر، احمد عبد الله الشعاع: مناهج البحث العلمي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر (2006).
28. مصطفى يوسف كافي، الرأي العام و نظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2015.
29. منال هلال مزاهرة: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1995.
30. موريس أنجوس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبه، تر، بوزيد صحراوي، الجزائر . 2008.

2-المعاجم والقواميس:

1. محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط1، القاهرة ،2004.

3- مذكرات:

1. فرنان مجيد : دور الجمعيات الرياضية الجوارية في ترقية ممارسة الأنشطة البدنية الترفيهية لدى المراهقين (16-18 سنة) ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية ، الجزائر العاصمة، جامعة الجزائر سيدي عبد الله، 2010 : 2011.

2. كتنزة مناخ: استخدام المراهقين لموقع اليوتيوب والاشباعات المحققة منه، دراسة ميدانية على عينة من مراهقي ثانوية فرحاتي احميده بأم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017.

4-الدراسات والبحوث:

1. الدكتور صالح بن علي أبو عراد،الترفيه والترويح في حياة الشباب المسلم،أستاذ التربية الإسلامية المشارك بجامعة الملك خالد في أبها،البحث الفائق بجائزة أبها في مجال "البحوث والدراسات"،1429هـ/2008م.

المواقع الإلكترونية:

1. يوتيوب ( "wikipedi" . org . ar.wikipedia . 2020.03.23:10,22:22).
2. <https://mawdoo3.com/22.02.2020.19:52/>

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة استبيان حول:

اثر ترفيه اليوتيوب على المراهقين

- دراسة ميدانية على عينة من مراهقي ولاية المسيلة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

\* إشراف الأستاذة:

حيمر سعيدة

\* إعداد الطالبة

دغة رشا

ملاحظة:

هذه استمارة استبيان مقدمة لانجاز مذكرة الماستر في علوم الإعلام والاتصال الرجاء الإجابة على الأسئلة بوضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة وتتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات وعدم استخدامها إلا لغرض البحث العلمي.

السنة الجامعية: 2020/2019

## البيانات الشخصية :

1. الجنس :

ذكر  انثى

السن :  15 \_ 12  18\_16  21\_ 19

المستوى التعليمي :

متوسط  ثانوي  جامعي  منقطع عن الدراسة

الحالة الاجتماعية :

متزوج  اعزب

## المحور الثاني : انماط و عادات استخدام اليوتيوب :

1\_ هل تستخدم اليوتيوب :

بصفة منتظمة  نادرا  احيانا

2\_ منذ متى و انت تستخدم اليوتيوب :

منذ اقل من سنة  منذ سنتين  اكثر من ثلاث سنوات

3\_ ناهي الفترة التي تستخدم فيها اليوتيوب :

ليلا  صباحا  مساء  لا توجد فترة محددة

4\_ من أين تستخدم موقع اليوتيوب

المنزل  مقهى الانترنت  مؤسسة تعليمية  مكان اخر

اذا كانت اجابتك مكان اخر اذكره ؟ .....

5\_ ما هو مقدار الوقت الذي تقضيه في مشاهدة الفيديوهات :

ساعة  ساعتين  اكثر من 3 ساعات

\_المحور الثالث: الاشباع المحققة من استخدام موقع اليوتيوب :

6- هل تستخدم اليوتيوب من اجل :

البحث العلمي  الترفيه

7- لماذا تلجأ للترفيه عبر اليوتيوب :

ملء الفراغ  عدم توفر بدائل

اسباب اخرى اذكرها:

8\_ ما هي أنواع الفيديوهات التي تشاهدها اكثر :

رياضية  موسيقية  دينية  افلام و مسلسلات

اذا كانت إجابتك "أنواع أخرى" اذكرها ؟

المحور الرابع : التأثيرات المترتبة عن الترفيه :

9\_ هل اثر فيك الترفيه عبر اليوتيوب :

كثيرا  نوعا ما  لم يؤثر  لا ادري

10\_ هل ترى أن التأثير:

ايجابي  سلبي

11\_ هل ترى أن استخدامك لليوتيوب للترفيه أفضل :

من مشاهدة تلفزيون  ممارسة الرياضة

12\_ هل ساعدك الترفيه عبر اليوتيوب على ان تتمسك بالقيم التالية؟ :

الطموح الصدق التعاون حب العلم

موافق جدا  موافق  غير موافق

13\_ هل اثر الترفيه عبر اليوتيوب على سلوكيات:

الاهتمام بالدراسة

ضياع الوقت

صلة الرحم