

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tibirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال

أثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية

دراسة ميدانية على عينة من متابعات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الدكتورة:

إعداد الطالبات:

- نوري عائشة

- ميهوبي نسرين

- زروقي خديجة

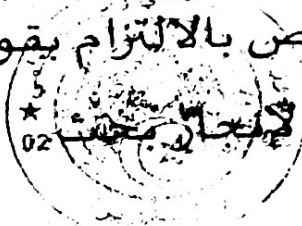
- ابراهيمي لينا زينب

لجنة المناقشة	
رئيساً	الأستاذة: د. سبع فضيلة
مشرفاً ومقرراً	الأستاذة: د. نوري عائشة
مناقشاً	الأستاذة: د. اعراب فطيمة

السنة الجامعية: 2023/2022



التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المسيد (ة) حجة ربحة زروقي
الصفة طالب (ماستر / دكتوراه)
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية 498004 10339010 99 88
المسجل (ة) بكلية / معهد كلية العلوم الاحياء والبيئيات قسم علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصالات وعلاقات عامة

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

أشكر الله تعالى على ما آتاني من نعمته العظيمة، وأتوجه بكتابي هذا
إلى القراء الكرام، وأرجو أن يكون قد أفادهم بما فيه من الفائدة، وأن يكون قد
أصبح بشارفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الأخلاقية المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة
في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: ٢٠٢٣ / ٥٦ / ١٥٩

توقيع المعني (د)



هيئة مراقبة السرقة العلمية:

البصرة في 2023 21

الفصل:

% 16

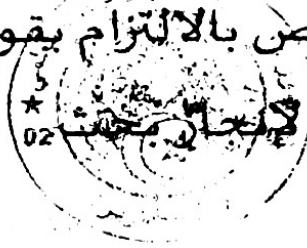
الامضاء

العقيد لورينزو خالدي مصطفى

المسائل التي تهم المجتمع العربي
للدراسات والبحوث العربية بالطلبة



التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المسيد(ة) ابراهيم لينا زينب الصفقة طالب (ماستر / دكتوراه)

الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية: 404198757 والصادرة بتاريخ 2023-01-05

المسجل(ة) بكلية / معهد كلية العلوم الاجتماعية والانسانية علوم الاعلام والاتصال

تخصص: ادصال وعلوم عامة

والمكلف(ة) بإنجاز اعمال بحث (مذكرة. التخرج، مذكرة ماستر. مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).

عنوانها: أثر التدرج في التسريع على تنمية الوعي الذاتي لدى المراد

الجزر الحرة دراسة ميدانية على عينة من متابعي قناة ليلي حادو

أصرح بشرفي اني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة

في انجاز البحث المذكور أعلاه.

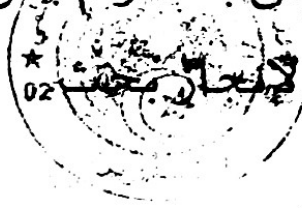
توقيع المعني(ة)

التاريخ: 2023-06-19

هيئة مراقبة السرقة العلمية:	النسبة:
البويرة في 21-06-2023	<u>16 %</u>
الامضاء الموافق عليه من طرف المدرسين والمدرسات والمدرسين والمدرسات والمدرسين والمدرسات والمدرسين والمدرسات	



التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المسيد(ة) السيد هو بن ليسانس في الصفقة طالب (ماستر / دكتوراه)
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية: 12.0726649 والصادرة بتاريخ 21/05/2021
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية
تخصص:
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة. التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).
عنوانها:
دراسة ميدانية على عينة من متابعات قناة سكي حماري وعبير اليوتوب
أصرح بشرفي اني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة
في انجاز البحث المذكور أعلاه.

توقيع المعني(ة)

التاريخ: 23/06/2023

27 JUIN 2023	البويرة	هيئة مراقبة السرقة العلمية:
الامضاء	جامعة البويرة	النسبة: % 16

شكر وتقدير

قال الله تعالى:

بسم الله الرحمن الرحيم: "ربي أوزعني أن اشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وإن اعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين" صدق الله العظيم

نحمد الله العلي القدير ونثني عليه الثناء كله فبفضله وتوفيقه تم انجاز هذا البحث، ونصلي ونسلم على خير الأنام وخير المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

نتقدم بخالص الشكر والتقدير والاحترام إلى الدكتورة "عائشة نواري" وذلك لتفضلها بالإشراف على هذا البحث، ولما قدمته لنا من عون ورعاية وجهد عظيم طوال فترة البحث، فألف شكر لكي أستاذتنا المحترمة.

كما نتقدم بالشكر والامتنان إلى جميع الأساتذة الذين اشرفوا على تكويننا طيلة حياتنا الدراسية، وإلى كل من ساعدنا في انجاز هذا البحث وشجعنا ولو بابتسامة...

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

إلى ملاكي في الحياة.. إلى معنى الحنان والتفاني.. إلى من ربّتي فأحسنت تربيتي
وعلمتني فأحسنت تعليمي.. إلى من كان دعاؤها سرنجاعي.. أمي الغالية
إلى فيض الحب والعطاء.. إلى من علمني العطاء دون انتظار.. أبي العزيز
حفظك الله وشافاك..

إلى من به اكبر وعليه اعتمد.. إلى من بوجوده اكتسب قوة ومحبة لا حدود
لها.. أخي وقرة عيني عبد الرحمن

إلى صاحبة القلب الطيب والنوايا الصادقة.. إلى من رافقتني منذ أن كنت
صغيرة، ومعك سرت الدرب خطوة بخطوة.. أختي الغالية هيبة هند
إلى الأخوات الغاليات.. إلى من تحلوا بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء.. إلى من
ساروا معي على طريق النجاح.. صديقاتي خديجة ولينا زينب.. إلى كل
أصدقائي وزملائي..

اهدي لكم ثمرة جهدي

نسرين

إهداء

أهدي عملنا المتواضع أولاً إلى الله المولى عزوجل الذي وفقني في مشواري الدراسي وسدد خطاي للوصول إلى هذه المرحلة

إلى أمي الحبيبة، التي ضحت من وقتها وجهدها وطاقتها لأجل تحقيق نجاحنا تحت ظل حبك ودعمك الدائم لنا لم تشتك يوماً من تضحياتك العظيمة، وكان حضنك دوماً ملجأً لنا في الأوقات الصعبة ودعمنا لنا في رحلتنا التعليمية، من خلال صبرك وحنانك وتوجيهاتك الحكيمة، كنت دوماً تشجعينا على الاجتهاد وتحقيق أحلامنا لا يمكننا أن نعبر بالكلمات عن مدى امتناننا لك، فأنت كنز لا يقدر بثمن في حياتنا

أمي أنت رمز للحب العميق والعطاء اللامحدود

إلى أبي الغالي، المحب والمشجع الذي يؤمن بقدراتي ويشجعني على تجاوز الصعاب، قدمت لنا أفضل الفرص والتعليم الجيد لتحقيق أهدافنا ولم تدخر جهداً في دعمنا وتحفيزنا على التفوق من خلال إرشاداتك الحكيمة وتوفير كل ما نحتاجه للنمو والتطور

أشكرك أبي على حبك ودعمك أنت الأب الرائع والقُدوة الحقيقية

أمي وأبي حفظكما الله من كل شر وأطال الله في عمركما ورزقكما الصحة والعافية

إلى أختاي الرميضاء وكوثر منذ الصغرو حتى الآن تقفان بجانبني وتشجعاني في كل خطوة خطوتها في حياتي وكنتما الأشخاص الذين أتوجه إليهما في الأوقات الصعبة للحصول على الدعم والنصيحة

أشكر الله على نعمة وجودكما في حياتي حفظكما الله وأدامكما سنداً لي

إلى أخي صلاح الدين وعبد الرحمان اللذان يملكان الروح الطيبة والقلب الكبير لا يمكنني وصف مدى الامتنان والمحبة التي أحملها لكما في قلبي.

أدعو الله أن يحفظكما ويبارك لكما في حياتكما ويرزقكما السعادة

إلى صديقتي العزيزتين نسرين وزينب، أنتما رمز الصداقة الحقيقية، بروحكما المخلصة والمرحة والحيوية التي تجعل كل لحظة تجربة مميزة، أتمنى لكما السعادة والنجاح في حياتكما

خديجة

إهداء

إلى أروع الأشخاص الذين ألهموني ودعموني طوال رحلة تعليمي وتخرجي، أهدي هذه المذكرة المميزة كعربون شكر وامتنان، أنتم منحتُموني الدعم والإلهام، وهيأتُم لي الطريق نحو النجاح والتميز.

أمي الغالية، أنتِ نجمة تضيء دربي، بحبك الذي يغمرني بالدفاء والراحة.

أبي العزيز، أنتَ صوت الحكمة والقوة، ومثالي في الأمانة والإخلاص الذي تعلمته.

إلى أختاي العزيزتان، آية وصبرينة، شكرًا لكما على التشجيع والدعم المستمر.

لعماتي وأعمامي الأعزاء، شكرًا لكم على الدعم والاهتمام الذي لم ينضب أبدًا.

بفضلكم، أدركت أن الأسرة هي قوة حقيقية وروح العطاء والتكاتف.

لخالاتي الرائعات وأخوالي الأعزاء، أود أن أعبر عن شكري وامتناني لكم بكل ما للكلمتين من معنى.

جدتاي العظيمتان، منارات العائلة والأصالة، سأحمل ذكرياتكن العطرة في قلبي إلى الأبد.

ولأبناء عمي وعماتي الأعزاء، شكرًا لكم على الروح المرحمة والتشجيع الذي لم ينقطع أبدًا.

أنتم الأصدقاء الحقيقيون الذين أسعدوا رحلتي وملئوها بالضحك والمرح.

ولصديقاتي الغاليات، وبالأخص خديجة ونسرين شكرًا لكم على الصداقة الحقيقية والدعم

الثابت، أنتما جزء لا يتجزأ من رحلتي، وسأحتفظ بذكرياتنا الجميلة للأبد.

في كل كلمة وحرف في هذا الإهداء، أعبر عن امتناني وحيي الكبير لكم.

أنتم ركن قوتي وسند حياتي، وبدعمكم اللامحدود، أنا أتخطى الحدود.

شكرًا لكم على كل ما تقدمونه لي، وعلى كل تضحية ودعم تقدمونه بصدق.

في مذكرة تخرجي، ستبقى أسماؤكم، منقوشة بذهب في قلبي إلى الأبد.

لينا زينب

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تسعى دراستنا المعنونة بـ "أثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية دراسة ميدانية على عينة من منتبعات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب " إلى الكشف على أثر محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب في تنمية وتطوير وتعزيز الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية.

وتحقيقا للأهداف المرجوة من الدراسة اتبعنا جملة من الخطوات المنهجية، بدءا بتحديد نوع الدراسة التي تنتمي إلى الدراسات الاستطلاعية واتخذنا من المنهج المسحي منهجا لدراستنا، ومن أداة الملاحظة بدون مشاركة وأداة الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات، وصولا إلى تحديد عينة البحث المتمثلة في 95 متابعة لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب، وامتدت فترة إجراء دراستنا ستة أشهر من 09 فيفري 2023 إلى غاية 09 جوان 2023.

الكلمات المفتاحية: التدوين النسوي، الوعي الذاتي، المرأة، اليوتيوب.

Abstract :

Our study, titled "The Impact of Feminist Blogging on Self-Awareness Development among Algerian Women: A Field Study on Followers of Salma Hamadou's YouTube Channel," aims to investigate the impact of the content of Salma Hamadou's YouTube channel on the development and enhancement of self-awareness among Algerian women.

To achieve the study's objectives, we followed a set of methodological steps. We determined that our study belongs to the survey research type and adopted a survey approach. We utilized non-participant observation and an electronic questionnaire as data collection tools. The research sample consisted of 95 followers of Salma Hamadou's YouTube channel. The study was conducted over a period of six months, from February 9, 2023, to June 9, 2023.

Keywords: Feminist blogging, self-awareness, women, YouTube.



خطة البحث

مقدمة

الفصل الأول: البناء المنهجي والمفاهيمي للدراسة

- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- الدراسات السابقة
- أهمية الدراسة وأهدافها
- أسباب اختيار الموضوع
- نوع الدراسة ومنهجها
- أدوات جمع البيانات
- تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة وحدود الدراسة
- تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
- المقاربة النظرية
- صعوبات الدراسة

الفصل الثاني: مدخل عام إلى التدوين الإلكتروني النسوي والوعي الذاتي

- المبحث الأول: مفهوم المدونات الإلكترونية: أنواعها، مكوناتها، ومميزاتها
- المبحث الثاني: التدوين المرئي النسوي: خصائصه، أبعاده وآفاقه
- المبحث الثالث: مفهوم الوعي الذاتي: أنواعه وخصائصه وأبعاده

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث: أثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي للمرأة

تمهيد

- المبحث الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة وهن متابعات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.
- المبحث الثاني: يتعلق بعادات وأنماط متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.

- المبحث الثالث: يتعلق بأسباب ودوافع متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.
- المبحث الرابع: يتعلق بالاشباكات المحققة من متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.
- المبحث الخامس: يتعلق بمساهمة قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب في تنمية الوعي الذاتي لدى النساء.

خاتمة

مقدمة

مقدمة

أحدثت تكنولوجيا الاتصالات تغييرًا ملحوظًا في الحياة اليومية للأفراد، حيث أصبحت وسائل الاتصال المستخدمة وميزاتها تتطور بشكل مستمر، وأبرز هذه التطورات الحديثة تشمل الجيل الرابع (G4) والجيل الخامس (G5) من شبكات الاتصالات اللاسلكية، والتي قدمت سرعة أعلى وأداءً أفضل في الاتصالات اللاسلكية، مما سهل على الناس الوصول إلى المعلومات والتواصل بسرعة أكبر، ومن أحد التأثيرات البارزة لتكنولوجيا الاتصالات هو الانتشار والاستخدام الواسع للشبكة ومواقع التواصل حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات المستخدمة في الحياة اليومية، التي مكنت الأفراد من التواصل والتفاعل مع الآخرين بسهولة وفعالية، فأتاحت لنا هذه المواقع التفاعل الفوري مع الأشخاص حول العالم اجمع سواء بالرسائل النصية والصور ومقاطع الفيديو، بالإضافة مكنت الأشخاص من التواصل مع مجتمعات واسعة يشتركون في نفس الاهتمامات والهوايات، وذلك بإمكانية الانضمام إلى المنتديات ومواقع التفاعل وتبادل المعلومات، بالإضافة إلى مشاركة المحتوى الإبداعي والمعرفي والتفاعل معه، كما أثبتت هذه المواقع أهميتها في الحياة المهنية للفرد لتوفيرها فرصا لبناء شبكات مهنية وتوسيع علاقاتها، وكذا البحث عن وظائف والتواصل مع الخبراء في مجالاتهم المهنية.

وقد شهد الواقع الافتراضي، تطورًا هائلًا في السنوات الأخيرة حيث أتاح للأفراد تجربة بيئات واقعية غير موجودة في الحقيقة، وهذا يعزز التفاعل والتجربة الشخصية التي أحدث تحولًا في البعد الاجتماعي للشبكة وفتحت بابًا جديدًا لنمط جديد من الاتصال يختلف عن وسائل الإعلام التقليدية.

كما امتد تأثير الواقع الافتراضي في الحياة الاجتماعية إلى مستويات النشاط البشري المختلفة، فقد أصبحت هذه التكنولوجيا تؤثر على الشق الاجتماعي والاتصالي، حيث مكن الأفراد من التواصل والتفاعل مع مجتمعات متنوعة وتبادل الأفكار والثقافات بسهولة، ومن الجوانب الإيجابية الأخرى، يُمكن استخدام التكنولوجيا الاتصالية الجديدة لأغراض تعليمية وتدريبية.

ومع هذا التطور ظهر ما يعرف بالتدوين الذي كان في البداية وسيلة شائعة بين الشباب وأكثر سهولة ووصولًا، فاعتبر كنوع من الكتابة الشخصية للتعبير عن أنفسهم ومشاركة أفكارهم وتجاربهم، وما ميز التدوين هو قدرته على استقطاب جميع الفئات سواء العمرية أو التعليمية وحتى الجندرية فمن خلال

المنصات والمواقع المختلفة، يمكن للأفراد من مختلف الأعمار والخلفيات الثقافية واللغوية أن يشاركوا في التدوينات التي تهمهم.

وفي السنوات الأخيرة انضمت العديد من النساء إلى هذا العالم وبدأن يستخدمن التدوين مما أحدث تغييراً كبيراً في المشهد الرقمي وذلك بالتعبير عن أنفسهن ومشاركة آرائهن وتجاربهن، وبالفعل قد ساهم التطور التكنولوجي في تغير مفهوم التدوين واتسع نطاقه ففي السابق، كانت المدونات تُستخدم على نطاق واسع للتعبير الشخصي ومشاركة الآراء والأفكار في مواضيع مختلفة، أما في العصر الحالي، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام ويوتيوب وتويتر وفيسبوك وغيرها، أدوات رئيسية للتدوين والتعبير الشخصي، من خلال هذه المنصات، يمكن للأفراد نشر المحتوى الخاص بهم بشكل سريع وسهل، سواء كانت صوراً أو فيديوهات أو رسائل نصية. وفرت هذه المنصات فرصة للشباب على غرار المرأة التعبير عن أنفسهم وتقديم آرائهم ومشاركة تجاربهم في شتى المجالات، فتمكنت المرأة من خلال التدوين من إيصال صوتها وقصصها إلى جمهور أوسع مما أدى إلى تمكين المرأة وزيادة مشاركتها في المجالات المختلفة، سواء كانت السياسة، أو الأعمال، أو الفن، أو الثقافة، أو أي مجال آخر.

وبفضل التدوين، استطاعت المرأة أن تكون مصدر إلهام وقوة إيجابية للنساء الأخريات، بالإضافة إلى ذلك، بناء شبكات اجتماعية والتفاعل مع مجتمع أوسع وبالتالي، يتم تعزيز الانتشار والتأثير وتبادل الأفكار والمعلومات بين النساء المدونات ومتابعتهن. ومع ذلك، يجب أن نلاحظ أنه في بعض الأحيان قد يكون هناك ضغط للتكيف مع معايير محددة للجمال أو الانتماء إلى مجموعات معينة أو ضغط للحفاظ على مظهر مثالي في عالم التواصل الاجتماعي. ويمكن أن يؤثر هذا الضغط على الصحة النفسية والتوازن الشخصي للأفراد.

وبفضل الوصول العالمي لهذه المنصات، تمكنت المرأة من التوغل في عالم التدوين والتعبير عن نفسها بشكل لم يكن متاحاً لها في الماضي فباستغلالها لهذه الفرصة أبرزت مواهبها وشاركت خبراتها في مجالات مختلفة، بما في ذلك مجال التنمية البشرية، الذي يعد عملية مهمة تساهم في تحسين جودة الحياة لدى المرأة وتمكنها من التعامل بشكل أفضل مع تحديات الحياة من خلال تعزيز صحتها النفسية، لذا أصبحت المرأة أكثر قدرة على التحكم في حياتها ومواجهة التحديات بثقة وصبر أكبر.

تُعزز تنمية الوعي الذاتي مكانة المرأة في المجتمع وتمكنها من المشاركة الفعالة في الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. عندما تكتسب المرأة الوعي بقيمتها وحقوقها، تصبح قادرة على المساهمة في صنع القرار والعمل على تحقيق التغيير الاجتماعي المطلوب. أخيرًا، تعتبر المواجهة الواقعية للمشاكل والتحديات أحد الجوانب الرئيسية لتنمية الوعي الذاتي. بدلاً من التهرب من المشاكل، يمكن للمرأة أن تواجهها بشكل مباشر وواقعي، وتعمل على إيجاد حلول ملائمة.

ومن هنا جاء اختيارنا لهذه الدراسة التي تتمحور حول أثر التدوين النسوي في تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة، محاولين الغوص في هذا المجال وتبسيط الضوء على إحدى القنوات المتميزة والتي راجت في الآونة الأخيرة في هذا المجال في النشر عن التوعية الذاتية وتمكين المرأة التي تمتلكها الأستاذة سلمى حمادو التي اتخذت من اليوتيوب منصة لنشر الفيديوها لأنها تدرك أنها منصة شهيرة واسعة الانتشار يستخدمها العديد من الأشخاص حول العالم.

وفي هذا الإطار تبلور موضوع هذه الدراسة المعنونة بأثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية وأهدافها نعرضها فيما يلي:

- **الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة** تطرقنا فيه إلى إشكالية وأهمية وأهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات، مجتمع البحث وعينة الدراسة وحدودها، كذلك ضبط المفاهيم والدراسات السابقة وإسقاط النظرية وأخيرا صعوبات الدراسة.
- **الإطار النظري للدراسة** تطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث نذكرها كما يلي: المبحث الأول تناولنا فيه مفهوم المدونات الالكترونية: أنواعها، مكوناتها، ومميزاتها والمبحث الثاني تناولنا فيه التدوين المرئي النسوي: خصائصه، أبعاده وآفاقه والمبحث الثالث تناولنا فيه مفهوم الوعي الذاتي: أنواعه وخصائصه وأبعاده.
- **الإطار التطبيقي** تطرقنا فيه إلى تحليل الجداول والنتائج الإحصائية بالإضافة إلى النتائج العامة للدراسة.

الإطار المنهجي والمفاهيمي

1. إشكالية الدراسة:

شهد العالم مع نهاية القرن الحادي والعشرين، ظهور ما يعرف بالإعلام الجديد، والثورة الرقمية التي جاء بها في مجال علوم الإعلام والاتصال، عرف هذا النوع من الإعلام التفاعلي انتشارا واسعا في فترة وجيزة، خاصة وأنه استحدث تقنيات وخصائص لم تكن موجودة في الإعلام التقليدي على اختلاف وسائله، إضافة لميزتي السرعة والسهولة.

تبلور مفهوم الإعلام الإلكتروني في عدة أشكال كالمدونات والمنتديات والصحافة المتعددة الوسائط على مواقع الانترنت وتطبيقات الهواتف الذكية والأجهزة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها... ومن بين مواقع التواصل الاجتماعي التي شهدت رواجاً كبيراً موقع وتطبيق اليوتيوب وحسب إحصائيات الموقع الرسمي (يوتيوب) فإنه يستقطب 2.3 مليار مستخدم نشط شهريا وذلك وفقا لإحصائيات 2022، ومن المتوقع أن تحقق منصة اليوتيوب المزيد من النمو خلال عام 2023.¹

ولعل من ابرز تلك الأشكال المدونات الإلكترونية على اختلاف أشكالها، أتاحت للفرد العادي بغض النظر على المستوى الأكاديمي أن يفتح مدونته الخاصة وينشر من خلالها كل ما يتعلق بقناعاته الفكرية أو يومياته أو المستجدات والأحداث، أي التعبير بحرية، وبكل الطرق التي تجذب العديد من المتابعين، وقد لاقت هذه المدونات إقبالا كبيرا وانتشارا واسعا بين الأفراد.

كما ظهرت فئة جديدة من المحتوى الإلكتروني تعرف بمدونات التنمية البشرية انتشرت في كل الدول والمجتمعات بما فيها الجزائر حيث برزت العديد من النماذج النسوية لمدونات يقدمن مضامين حول تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة، وتحقق هذه المدونات أرقاما إلكترونية كبيرة سواء من حيث عدد المتابعين أو من حيث نسب التفاعلات والمشاركات، كما تتميز هذه المدونات عبر اليوتيوب في الجزائر بخاصية الامتدادات الواقعية التي تجسدها المدونات في شكل نصائح وإرشادات وتجارب واقعية وفيديوهات تحفيزية.

¹ Daniel ruby,youtube statistics insights and infographics 06-06-2022 , www.demandsage.com

وقد استفادت المرأة من هذه المدونات لتمرير تجاربها اليومية وأفكارها الشخصية وأرائها اتجاه القضايا المتعددة، حيث ظهرت في الواجهة المدونات النسوية التي استغلتها المرأة للتواصل مع غيرها دون قيود أو حواجز تمنعها من الظهور والكشف عن حياتها الخاصة، وكسرت بذلك الصورة النمطية التي رسمتها وسائل الإعلام التقليدية.

ومن المواضيع التي استطاعت المرأة الجزائرية إبرازها عبر مختلف المدونات هي موضوع التنمية البشرية، ومؤخرا ظهرت مجموعة من صانعات المحتوى الجزائريات اللواتي تمكن من الاستحواذ على أرقام كبيرة في عدد المتابعين لقنواتهن عبر موقع اليوتيوب، ومن أبرزهن **سلمى حمادو** التي تعتبر من الأوائل اللاتي دخلن مجال تطوير الذات الذي عرف بداية محتشمة نوعا ما في العالم الافتراضي الجزائري، حيث تقوم عبر قنواتها بمشاركة محتويات رقمية مع جماهيرها بالكلمة أو بالفيديو، حضي هذا المحتوى بنسب مشاهدة عالية من قبل متابعاتها من النساء اللواتي وجدن في هذه المحتويات مرجعا لتطوير ذاتهن في مختلف مجالات التحفيز وتقديم النصائح والروتينات الإنتاجية.

وقد جاءت هذه الدراسة الميدانية في البحث عن المواضيع المتعلقة بتنمية الوعي الذاتي والتي أثارتها المدونة سلمى حمادو عبر قنواتها على اليوتيوب عن طريق مسح عينة من المتابعات للقناة.

ومن خلال ما سبق ذكره تتأسس هذه الدراسة على تساؤل رئيسي كمرتكز للبحث:

ما أثر التدوين النسوي من خلال قناة سلمى حمادو على تنمية الوعي الذاتي للمرأة الجزائرية؟

التساؤلات الفرعية للدراسة:

- ✓ ما هي عادات وأنماط متابعة المرأة الجزائرية لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب؟
- ✓ ما هي الحاجات والدوافع التي تسعى المرأة الجزائرية لتحقيقها من خلال متابعة محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب؟
- ✓ ما هي الإشباعات التي تحققها المرأة الجزائرية من خلال متابعتها لمحتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب؟
- ✓ كيف تساهم قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب في تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية؟

2. الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة استعراضا للدراسات العلمية ذات الصلة بموضوع البحث التي تضمنتها رسائل الماجستير أو الدكتوراه السابقة، أو نشرتها الدوريات العلمية المحكمة، أو التي تضمنتها أعمال مؤتمرات متخصصة، وغير ذلك. وبما أن البحوث والدراسات العلمية متشابكة ويكمل بعضها البعض ويفيد في دراسات لاحقة لذا فإن الباحث بحاجة إلى استطلاع الدراسات السابقة، مناقشة وتلخيص الأفكار الهامة الواردة فيها. وأهمية ذلك تتضح من عدة نواحي، وهي:¹

- ✓ توسيع قاعدة معرفته ومعلوماته عن الموضوع الذي يكتب عنه.
- ✓ توضيح وشرح خلفيات موضوع الدراسة.
- ✓ وضع الدراسة في الإطار الصحيح وفي الموقع المناسب بالنسبة للدراسات والبحوث الأخرى، وبيان ما ستضيفه إلى التراث الثقافي.
- ✓ تجنب الأخطاء والمشكلات التي وقع بها الباحثون السابقون واعتضت دراستهم.
- ✓ عدم التكرار الغير مفيد وعدم إضاعة الجهود في دراسة موضوعات بحث درست بشكل جيد في الدراسات السابقة.
- وتتمثل الدراسات السابقة التي اطلعنا عليها في:

الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى: زعيم نجود، 2012، التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، دراسة وصفية ميدانية على عينة من المدونين الجزائريين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة مكتوبة وسمعية بصرية، جامعة منتوري، قسنطينة.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن التحديات التي تواجه هذه الوسيلة الجديدة في انتشارها بالجزائر من وجهة نظر مستخدميها أي المدونون وعرض المقترحات التي يمكن تقديمها من طرفهم لتطوير الظاهرة وتفعيلها.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية علمية مفادها: ما واقع التدوين الإلكتروني في الجزائر؟ وما هي التحديات التي يواجهها؟

¹ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، مكتبة الوسيطية للنشر والتوزيع، صنعاء اليمن، ط3، 2019، ص106.

وتمثلت عينة الدراسة في العينة غير الاحتمالية متمثلة في: العينة الملائمة أو عينة الصدفة. وقد تم اختيار المدونون من خلال البحث العشوائي عبر عدة وسائل الكترونية وهي:

أولاً: محرك البحث غوغل www.google.com عن عناوين الكترونية لمدونات جزائرية.

ثانياً: القيام بالبحث عبر محرك البحث ارابو www.arabo.com الذي وفر قائمة من المدونات الجزائرية المسجلة عليه يفوق عددها 300 مدونة، إلا أن عددا كبيرا منها غير نشط.

ثالثاً: اللجوء إلى خدمة تنبيهات قوقل www.google.com/alerte حيث تم طلب تنبيهات خاصة بالمدونات الجزائرية والتدوين الجزائري باللغتين العربية والفرنسية.

رابعا: تم التواصل مع مدونون جزائريون من خلال حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، من اجل جمع مزيد من العناوين والحسابات.

خامساً: الاعتماد على صفحة مدونات الجزائر في موقع مكتوب وهو الموقع الوحيد من بين منصات التدوين المعروفة الذي يوفر تصنيفات حسب الدول.

ومن بين كل هذه المصادر استطعنا جمع 300 مدونة، وبعد توزيع الاستبيان تم التحصل على إجابة 100 مدونة مثلوا العينة النهائية.

واستخدمت الدراسة أداة الملاحظة والاستبيان لجمع البيانات وفق منهج المسح الوصفي، وكان من ابرز نتائجها ما يلي:

- ✓ من الخصائص الديمغرافية للمدونين الجزائريين كثرة الشباب والذكور وأصحاب المستوى التعليمي العالي كما أن عددا كبيرا منهم يتواجد في العاصمة إلا أن هؤلاء المدونين لا يمتلكون بالضرورة مهارات عالية في التعامل مع الإنترنت بل لديهم مهارات متوسطة.
- ✓ التفاعل الاجتماعي والتعبير عن الذات هما أكثر الدوافع جذبا للمدونين الجزائريين ولعل تأثيرات التدوين الإيجابية على أسلوب المدونين في التواصل وأسلوبهم في التفكير وفق ما أفادت به إجاباتهم يؤكد تحقق الاشباع المطلوبة لديهم بحجم معتبر، وعليه فإن الفرضية الثانية قد انتقت صحتها.
- ✓ تنوع مواضيع المدونين وتدوين جملهم باللغة العربية وعدم تلقيهم أي تدريب في مجال التدوين إلا أن المدونين الجزائريين يدونون اغلبهم بأسمائهم الكاملة.

✓ هناك تحديات تقنية واجتماعية تحول دون تطور التدوين الالكتروني في الجزائر، غير أن هناك أيضا تحديات إعلامية لا تقل أهمية عن سابقتها.

الدراسة الثانية: حداد نريمان 2019، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك ومستخدماتها، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

هدفت الدراسة إلى فهم ووصف الظاهرة المدروسة عن طريق محاولة إزالة الغموض عن مفهوم الحركة النسوية من خلال التعرف على ماهيته والخلفية المعرفية للمصطلح وأهم تياراته الفكرية ومدى انتشار هذا الفكر في الوطن العربي.

انطلقت الدراسة من إشكالية علمية مفادها: ما هو واقع الحركة النسوية العربية من خلال صفحات الفيسبوك وما طبيعة الآثار التي تخلفها على مستخدميها ؟

وتمثلت عينة الدراسة في العينة العشوائية المنتظمة من خلال اختيار ثلاث صفحات نسوية من مجموع الصفحات المنتشرة عبر الفيسبوك وهي صفحة منظمة المرأة العربية، صفحة النسوية، صفحة ثوري، وهي أكثر الصفحات شعبية ومتابعة وتفاعلا من قبل جمهور النساء العربيات المتابعات للحركة النسوية عبر الفيسبوك. واختارت الباحثة الفترة الزمنية الممتدة من 01 جويلية 2017 إلى غاية 26 جوان 2018، لإجراء الدراسة التحليلية، ومن وجهة نظر الباحثة فهي فترة كافية للتحليل لمعرفة طبيعة تقديم ومعالجة صفحات النسوية لقضايا النسوية من حيث الشكل والمضمون وفق الفئات المحددة سلفا، ذلك أن الصفحات محل التحليل ذات نمط روتيني في طرح القضايا والمواضيع المتناولة. وقد تم اختيار 12 شهرا بداية بشهر جويلية بشكل عشوائي، يليه تحديد أربعة أسابيع من كل شهر ويقع اختيار اليوم الأول من الأسبوع الأول للشهر الأول يليه اليوم الثاني من الأسبوع الثاني للشهر الأول وهكذا حتى تحصلت على عينة اصطناعية مكونة من 46 يوما موزعة على 46 أسبوعا طيلة 12 شهرا ومدة تحليل 24 ساعة في اليوم المختار، أي تحليل كل المنشورات المستحدثة طيلة اليوم الظاهر في العينة.

وكذلك اعتمدت في دراستها الميدانية على العينة العرضية وعمدت إلى إدراج الاستمارة الالكترونية على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك طيلة شهري جوان وجويلية 2018، وتكثيف توزيعها على صفحات النسوية محل الدراسة التحليلية وكذا بقية صفحات النسوية المنتشرة عبر الموقع، لتحصل

على استجابات قدرها 520 استمارة، وبعد عملية الفرز والتنظيم، تم استبعاد 20 استمارة، لتبقى 500 استمارة ممثلة لحجم عينة الدراسة الميدانية.

استخدمت الدراسة أداة تحليل المحتوى وأداة استمارة الاستبيان لجمع البيانات وفق منهج المسح الوصفي التحليلي. وكان من أبرز نتائجها ما يلي:

✓ توصلت الدراسة إلى تركيز الصفحات النسوية على استخدام المنشورات على شكل نصوص مرفقة بالصور بالاعتماد على اللغة العربية الفصحى في النشر بالدرجة الأولى أين اتضح تضمين منشوراتها للأساليب الاقتناعية العقلية.

✓ تبين اهتمام الصفحات النسوية بعرض ومعالجة القضايا الاجتماعية والتي برزت فيها غالباً النساء كشخصيات فاعلة ومحورية، مستندين في عرضهم لهذه المواضيع على مصادر مختلفة أهمها الاقتباسات من مواقع أخرى ووسائل الإعلام.

✓ كشفت نتائج الدراسة عن بروز كل من القيم الإيجابية والسلبية متضمنة في منشورات صفحات النسوية التي تهدف في عمومها لنشر الفكر النسوي وطرح قضايا المرأة لاستهداف جمهور النساء العربيات وتنمية الوعي النسوي لديهن، والتي كانت تعليقاتهن عليها تتراوح بين التأييد والمعارضة في غالب الأحيان، ووضحت نتائج الدراسة توجه استخدامات صفحات النسوية للفردية والعزلة في الاستخدام بمعدل زمني يتراوح من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً وروتين تصفح مضامينها غالباً.

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: مطلق سعد العميري، 2011، تأثير المدونات الالكترونية الكويتية على اتجاهات طلبة

قسم الإعلام في جامعة الكويت، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الكويت.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى انتشار واستخدام المدونات الالكترونية في المجتمع الكويتي بشكل عام مع توجيه الدراسة إلى المجتمع الطلابي في جامعة الكويت.

تتركز مشكلة الدراسة في تأثير المدونات الالكترونية على الشباب الجامعي في تأثير المدونات الالكترونية على الشباب الجامعي في قسم الإعلام في جامعة الكويت من النواحي الثقافية والعلمية والدينية، السياسية والأخلاقية.

تكونت عينة الدراسة من 403 طلاب وطالبات تم اختيارهم بطريقة عشوائية، من المجموع الكلي 20822. واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج المسحي لوصف الظاهرة موضوع الدراسة، والمنهج الاستقرائي لغايات عرض الجانب النظري من الدراسة ومراجعة الأدبيات والدراسات السابقة للدراسة مع تقديم بعض التحليلات حول المسائل التي تم تناولها خلال الدراسة. وكان من أبرز نتائجها ما يلي:

- ✓ أن أكثر من نصف أفراد المجتمع الكويتي يقومون باستخدام وتداول المدونات وتصفح محتوياتها.
- ✓ هناك تأثير كبير وملحوظ على تطور المستوى الثقافي والعلمي لدى الطلبة فقد أسهمت في زيادة الاهتمامات الفكرية وتنمية الوعي والتعرف أكثر على أفكار جديدة والاستعانة بخبرات الآخرين في فهم بعض القضايا الخاصة بهم حيث ساهمت هذه المدونات من تحسين المستوى الدراسي وفهم طبيعة العمل الإعلامي بالوسائل الحديثة.
- ✓ حسب الإحصاءات فإنه يوجد ما يقارب 50% من العينة المدروسة قد أقرروا بتأثير المدونات في زيادة الوعي الديني.
- ✓ أفادت النتائج المتحصل عليها أن أكثر من ثلث العينة قد أقرروا بأن المدونات الالكترونية أسهمت بشكل كبير في زيادة وعيهم بالشؤون والقضايا السياسية.
- ✓ الدراسة لم تكشف عن وجود أي ضوابط أو قوانين تحكم مسألة التدوين والمدونات في دولة الكويت بصفة رسمية أو حكومية.

الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى: دان لي Dan Li، 2005، لماذا ندون؟ Why do you blog؟ رسالة ماجستير في الفنون من جامعة Marquette بالولايات المتحدة الأمريكية.

تهدف هذه الدراسة إلى اكتشاف أنماط التدوين، دوافع التدوين، ودور الدوافع بالإضافة إلى الخصائص الديمغرافية كمحرك للسلوك التدويني، وتمثلت عينة الدراسة في المدونين الناشطين، المدونات التي تحتوي على أقل من تدوينتين ولم يتم تحديثها تحذف من العينة، المتحدثين باللغة الانجليزية والذين لا تقل أعمارهم عن 18 سنة. ومن أبرز نتائجها ما يلي:

- ✓ هناك سبعة دوافع للتدوين في هذا البحث: التوثيق الذاتي، تطوير مهارة الكتابة، التعبير عن الذات، جاذبية الوسيط، الإعلام، تمضية الوقت والتنشئة الاجتماعية. باستثناء تمضية الوقت فان

كل الدوافع الست الأخرى قد صدقت إلى حد كبير من طرف المدونين. ومعظم هذه الدوافع ترتبط باعتدال.

✓ وجدت الدراسة اختلافات جنسية في العديد من سمات التدوين، فدافع المعلومات يوجد بدرجة أعلى عند الرجال بينما النساء فكانت دوافع التعبير الذاتي والتوثيق الذاتي وتمضية الوقت عندهم بنسبة أكبر.

✓ بالإضافة إلى الجنس، يلعب متغير العمر أيضا في تحفيز الناس على التدوين. فالدوافع كالتعبير الذاتي، التوثيق الذاتي وتمضية الوقت لها علاقة سلبية بمتغير العمر.

✓ كما وجدت الدراسة أن المستوى التربوي لا علاقة له بأي تحفيزات لممارسة التدوين لدى العينة المدروسة.

الدراسة الثانية: أيوب زارع Ayoub zareie ونور حفيظة سلامات Nor hafizah
blogging a personnel Window to pleasure and self-، 2014، **selamat**
thererapy: A case study of iraninan women bloggers. جامعة ساين ماليزيا.

هدفت هذه الدراسة إلى فحص معنى التدوين بين المدونات الإيرانية من خلال تطبيق تحليل الظواهر التفسيرية كاستراتيجية بحثية لاستكشاف التجربة الشخصية للمدونات، ومعنى التدوين كما يراه المدونون. وكان المنهج الكمي هو الطريقة الأكثر قابلية للتطبيق هذه الدراسة. لذا يحتاج الباحث للتقرب من العالم الشخصي للمدونين وتجاربهم لدخول عالم الفاعلين الاجتماعيين للتوسع من تجاربهم الشخصية، وهدفت هذه الدراسة إلى تحليل ثلاثة موضوعات ناشئة: الجانب الشخصي، ومتعة الكتابة في المدونة، والعلاج الذاتي.

تم اختيار 11 مدونة من النساء اللواتي يعشن في طهران - إيران لهذه الدراسة حيث تم استقطابهن عبر طريقة العينة المقصودة. تم جمع البيانات باستخدام طريقتين حيث كانت البيانات الأولية هي المعلومات المستمدة مباشرة من المبحوثات، بينما كانت البيانات الثانوية هي المعلومات التي تم جمعها من النصوص المنشورة من قبل المبحوثات على مدوناتهم. تم جمع البيانات الأولية باستخدام المقابلات العميقة مع المبحوثات. وتم استخدام الأسئلة شبه المنظمة لتوجيه عملية المقابلة من أجل الحصول على المعلومات اللازمة.

المصدر الثاني للبيانات كان المادة المنشورة على المدونة. كانت هذه البيانات مهمة لهذه الدراسة من أجل الحصول على فهم ومعرفة عميقة حول كتابة المدونات من قبل النساء.

توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ من خلال الجانب الشخصي:

من الأسباب الرئيسية للمبجوثات كانت وجود مساحة خاصة بهن عند إطلاقهن لمدوناتهم الخاصة فهن ينظرن إلى وجود مدونة خاصة بهن كـ " التحرر من العائق أو الحواجز الاجتماعية في الحياة الواقعية".

✓ من خلال جانب متعة الكتابة في المدونة:

كتبت كل المستجيبات، ما عدا واحدة في دفاترهن الشخصية أولاً قبل إطلاق مدوناتهم الخاصة. كل منهن تسعى إلى تحسن مهاراتها الكتابية وإيجاد أسلوبها الخاص ومنه تم استنتاج انه تتم كتابة مدونات بواسطة أشخاص عاديين حول حياتهم اليومية وتوقعاتهم ومخاوفهم ورغباتهم واهتماماتهم. رغم ذلك فأنهن نجحن بجذب جمهور واسع لقراءة أفكارهن وما ينشرهن رغم اختلافاتهم.

✓ من جانب العلاج الذاتي:

ساعدت المدونة المدونات على التعبير عما يجول في خاطرها والتعبير عن ذاتها من خلال الكتابة. صرحت أحد المبجوثات أنها تدون لأنها تريد تفريغ عقلها حتى لو لم يقرأها الجمهور. في حين أجمعت كل المبجوثات أن التدوين جعلهن يشعرن بالسعادة والسرور قدم لهن القدرة الهيمنة والتعامل التوترات والإحباطات.

ومن ما سبق تم استنتاج :

✓ أن النساء المدونات قد منحن معاني للتدوين الالكتروني، قبل الشروع في الكتابة في المدونات، كان لدى جميعهن تجربة في الكتابة في مذكراتهن الورقية التقليدية.

✓ استخدمت الأغلبية الساحقة من المدونات للتفكير من خلال الكتابة والتخلص من التوتر والقلق.

✓ كانت المساحة الشخصية فرصة تقدمها المدونة للمبجوثات للتعبير عن أي شيء يريدون، بينما يشعرن بحرية من القيود الاجتماعية.

✓ أعطت المدونة صوتاً للمدونات للتعبير عن آرائهن وفرصة للتحدث والاستماع. بينما استخدمت النساء لقرون اليوميات الورقية للتعبير عن ما لا يستطيعون قوله بصوت عالٍ، فإن المدونة كانت مساحة حرة للمدونات النسائية لتحديد كيفية نقل اهتماماتهم وقضاياهم من خلال الكتابة، وكانت "بيتاً آمناً" للتحدث بحرية للمرة الأولى.

التعقيب على الدراسات السابقة:

أولاً، يتوجب علينا الإشارة إلى ندرة الدراسات المتعلقة بالموضوع المختار "أثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي"، وصعوبة الوصول إليها، خاصة باللغة العربية.

تحدثت دراسة (زعيم نجود) عن التدوين الإلكتروني كظاهرة جديدة في الجزائر، حيث تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في متغيرات الدراسة كونها تبحث في التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، وتبحث دراستنا هذه في أثر التدوين النسوي في تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية. تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا كونهما الاثنان اعتمدا على أدوات جمع البيانات (الاستبيان والملاحظة).

بينما ركزت دراسة (حداد نريمان) على النسوية في مواقع التواصل الاجتماعي. ويدل ذلك على أنه من الضروري على الباحثين الجزائريين في مجال الاتصال التركيز على دراسة موضوع التدوين النسوي في الجزائر وإلقاء الضوء عليه بشكل واسع. فاختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في متغيرات الدراسة كون أن هذه الدراسة تبحث في الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أن دراستنا تركز على التدوين النسوي وأثره في تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية. كما اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية أيضا في أداة الدراسة وهي أداة تحليل المحتوى. وتشابهت هذه الدراسة مع دراستنا كون أن كلاهما يهتم بالدراسات حول النسوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

في حين أن الدراسة العربية التي توفرت لدينا (مطلق سعد العميري) فلم تتطرق إلى التدوين النسوي بل تطرقت إلى التدوين الإلكتروني وتأثيره على اتجاهات طلبة قسم الإعلام في جامعة الكويت.

أما عن الدراسات الأجنبية المتاحة تحدثت عن التدوين النسوي ومزاياه وكيف أثر على المجتمع النسوي في حين لم تتطرق لموضوع الوعي الذاتي بشكل مباشر، وإنما تم ذكره كعنوان في تلك الدراسات.

حدود الاستفادة:

أفادت الدراسات السابقة في بلورة الإطار النظري للدراسة، وهو مدخل نظرية الاستخدامات والإشباعات بما يخدمها ويوظفها. كما أفادت في صياغة المشكلة البحثية وعززت فهم متغيراتها بشكل أوضح. كما ساهمت الدراسات في تحديد نوع الدراسة والمنهج المستخدم واختيار الأداة المناسبة لجمع البيانات. وبينت الدراسات السابقة أهمية الفئة المختارة للدراسة وهي المرأة الجزائرية، حيث وبصدد دراستنا لتأثير التدوين النسوي لم نجد الكثير من الدراسات السابقة التي درست هذا الموضوع، ولأن معظم الدراسات التي أجريت كانت على التدوين الإلكتروني، ولم تركز على التدوين النسوي بالرغم من أهميتها في وقتنا الحالي.

3. أهمية الدراسة:

تشير مشكلة الدراسة وفروض البحث وأهدافه إلى أهمية البحث بصورة ضمنية، غير أنه يفضل أن تفرد عبارة خاصة في الخطة تشير إلى أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع.

ويحدد الباحث في هذا الجزء التبريرات والدواعي العلمية والعملية التي تتطلب إجراء البحث، والأثر الذي ينتج عنه سواء في النظرية أو الممارسة العملية، وكيف يساهم في حل المشكلة التي تمثل موضوع البحث، وما الإضافة التي يمثلها إلى الإنتاج الفكري في المجال الذي ينتمي إليه الباحث. وكذلك تظهر أهمية الموضوع من خلال البيانات الأولية التي استخدمها الباحث، أو من خلال آلية تحليل البيانات الثانوية أو الأولية.¹

على المستوى العلمي:

- ✓ تكتسي الدراسة أهمية خاصة في كونها تعرضت لموضوع غاية في الأهمية وهو موضوع التدوين النسوي الذي يعتبر من الموضوعات التي لم تحض بالدراسة الكافية، إذ نلاحظ ندرة الدراسات العلمية المتعلقة بموضوع المرأة المدونة في الجزائر.
- ✓ قابلية الموضوع للدراسة من الناحية المنهجية والتطبيق الميداني باستعمال أداة جمع البيانات، الاستبيان.

¹ محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سابق، ص 101.

على المستوى العملي:

- ✓ تبيان استخدام التدوين الإلكتروني كوسيلة للتعبير عن الذات، إذ تسعى الدراسة لمعرفة مدى تأثيرها على تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية.
- ✓ تساعد هذه الدراسة المدونات على فهم أفضل لتأثير محتوياتهم على المتابعين.

على المستوى الاجتماعي:

- ✓ تكمن أهمية الموضوع في انه يتعلق بعنصر حيوي في المجتمع وهو المرأة، فقد أثبتت هذه الأخيرة قدرتها على التعامل مع الوسائط الإلكترونية الجديدة.
- ✓ معرفة العوامل التي تدفع بالمرأة إلى البحث عن مدونات التنمية الذاتية والآثار المترتبة عليها.

4. أهداف الدراسة:

يتوجب على الباحث أن يحدد الأهداف التي يصبو اليها البحث إلى تحقيقها ذلك أن تحديد الأهداف المرجوة سيساعد في رسم خطة البحث بشكل سليم ويسهل اختيار أدوات البحث المناسبة في عملية عرض البيانات ومناقشتها، كما انه يرسم حدودا للبحث يناقش في إطارها وتقييم نتائجها في ضوءها أيضا، مع الإشارة إلى أن تكون الأهداف في صميم البحث المدروس.¹

وتكمن أهداف بحثنا في:

1. السعي للتعرف على أثر محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب في تنمية الوعي الذاتي للمرأة الجزائرية.
2. محاولة التعرف على عادات وأنماط متابعة المرأة الجزائرية لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.
3. محاولة اكتشاف الحاجات والدوافع التي تسعى المرأة الجزائرية لتحقيقها من خلال متابعة محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.
4. السعي للكشف عن الإشباعات التي تحققها المرأة الجزائرية من خلال متابعتها لمحتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.

¹ محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2019، ص37.

5. أسباب اختيار الموضوع:

قبل الانطلاق في دراسة الموضوع الذي اخترناه لابد من تحديد الأسباب التي دفعتنا لدراسته ومن بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع الدراسة ما يلي:

الأسباب ذاتية:

- ✓ الرغبة في دراسة الموضوع بشكل معمق للخروج بنتائج تتعلق بتنمية الوعي الذاتي لدى المرأة والتدوين النسوي.
- ✓ الاهتمام الشخصي بموقع يوتيوب خاصة جانب التدوين النسوي الذي يتعلق بتنمية الوعي الذاتي لدى المرأة.

الأسباب موضوعية:

- ✓ حداثة الموضوع حيث يعتبر هذا البحث من البحوث العلمية الحديثة التي تعني بدراسة أثر التدوين النسوي عبر اليوتيوب في تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة.
- ✓ إضافة لقيمة الموضوع من خلال الوصول إلى نتائج حول أثر التدوين النسوي في تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة وبالتالي الحصول على معلومات تفيدنا في الإجابة على التساؤلات المطروحة.

6. نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة:

باعتبار أن دراستنا جاءت تحت عنوان أثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية فهي تندرج ضمن البحوث الاستطلاعية.

وتعرف البحوث الاستطلاعية بأنها البحوث التي تهدف إلى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة التي يرغب الباحث بدراستها والتعرف على أهم الفروض التي يمكن وضعها وإخضاعها للبحث العلمي صياغة دقيقة تيسر التعمق في بحثها في مرحلة لاحقة. أنها بحوث تتناول موضوعات جديدة لم يتناولها باحث من قبل أو لا تتوافر عنها معلومات أو بيانات أو يجهل الباحث الكثير من جوانبها وأبعادها.¹

و من أهم أهداف البحوث الاستطلاعية:²

- ✓ تعرف الباحث على الظاهرة التي يرغب في دراستها وجمع معلومات وبيانات عنها.
- ✓ استطلاع الظروف التي يجري فيها البحث للتعرف على العقبات التي تقف في طريق إجراءه.
- ✓ ترتيب الموضوعات حسب أهميتها وإمداد الباحثين بأهلها مما هو جدير بالدراسة.

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، ط1، 2000، ص38.

² نفس المرجع، ص39.

منهج الدراسة :

تعتبر خطوة إبراز منهج الدراسة من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث لإنجاز بحثه وذلك كونها خطوة مهمة توجه الباحث نحو مسار أو منهج علمي يضمن له تحقيق أهدافه فالمنهج هو الطريق الذي يسلكه الباحث للتعرف على الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة والكشف عن الحقائق المرتبطة بها بغرض التوصل إلى إجابات على الأسئلة التي تثيرها المشكلة أو الظاهرة من خلال استخدام مجموعة من الأدوات لتجميع البيانات وتحليلها والتوصل إلى النتائج التي تساعد في الإجابة عن تلك التساؤلات.¹

كما يعرف موريس أنجرس المنهج بأنه مجموعة الإجراءات والطرق الدقيقة المتبناة للوصول إلى نتيجة.²

اعتمدنا على المنهج المسحي في دراستنا إذ رأينا أنه المنهج الملائم لدراستنا الميدانية، وذلك من أجل جمع المعلومات والبيانات الكافية عن العينة المراد دراستها حول أثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية، حيث حاولنا من خلال بحثنا هذا مسح المعلومات المتعلقة بالموضوع.

المنهج المسحي:

عرف الباحث ذوقان عبيدات المنهج المسحي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.³

¹ احمد عبد الله اللحلح ومصطفى محمود أبو بكر، البحث العلمي (تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الإحصائية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص43.

² موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2004، ص36.

³ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، دس ص286.

أما الباحث محمد زيان عمر فعرف المنهج المسحي بأنه دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي، دون أي تدخل من قبل الباحث. أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية، كما هو الحال في المنهج التجريبي.¹

ويعرف المنهج المسحي بأنه أسلوب لجمع البيانات يتم من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين يتم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضع الدراسة.

ويهدف المنهج المسحي إلى:²

✓ الحصول على معلومات ضخمة من أعداد كبيرة لجمهور معين أو عينة منه.

✓ الحصول على معلومات حول قضية أو موقف أو جماعة.

7. أدوات جمع البيانات:

إن نجاح البحث العلمي يتفق وطبيعة الأدوات التي يتم من خلالها جمع البيانات من الوسيلة التي يتم الاعتماد عليها من قبل الباحث، وجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة بكل موضوعية ودقة حتى يتم الوصول إلى نتائج علمية دقيقة وصحيحة، وقد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو الإجابة على تساؤلاتها، كما تعرف أدوات جمع البيانات على أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث.³

عند اختيار أدوات جمع البيانات يجب أن نأخذ بعين الاعتبار موضوع دراستنا وأهدافه بناءً على أسس تساعدنا في اختيار الأدوات المناسبة، فقبل اختيار هذه الأدوات يتوجب علينا تحديد نوع البيانات التي نرغب في جمعها، والمتمثلة في بحثنا في الإحصائيات المتعلقة بمتابعات قناة سلمى حمادو، بعدها اختيار الأدوات المناسبة وتحديد العينة المستهدفة.

تعتبر أدوات البحث العلمي القلب النابض للبحث ومحركه وبها يعرف الباحث طريقه نحو الوصول إلى النتائج والأهداف المرجو تحقيقها، ونظراً لطبيعة موضوعنا، تم استخدام استمارة الاستبيان

¹ مرجع نفسه، ص 287.

² إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، ط1، 2017، ص 59-60.

³ أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 20.

الإلكتروني كأداة ووسيلة رئيسية لجمع البيانات، وذلك راجع لما توفره من جهد ووقت وتكلفة، واهتمام بالحجم الكبير، حيث تساعد في جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات في وقت قصير. واستخدما كذلك الملاحظة.

الاستبيان:

هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، وذلك لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانب مختلفة حيث يستخدم الاستبيان في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها، والاستبيان يصمم قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية للحصول على ما هو بصدد البحث عنه، أو في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف وأراء المبحوثين من قضية معينة.¹

وكذلك يعرف بأنه وسيلة للحصول على الإجابات للأسئلة وذلك باستعمال استمارة يقوم المجيب بتكوين الإجابات عليها حيث تعتبر وسيلة مناسبة لجمع البيانات المحددة أو الحصول على أراء واتجاهات المجيبين بخصوص متغيرات البحث.²

تعرف margaret rouse الاستبيان الإلكتروني على أنه استمارة يمكن للجمهور المستهدف ملؤها والتفاعل معها داخل الفضاءات السببرانية، ويتم بناء الاستثمارات وتوزيعها داخل هذه الفضاءات، بالتوازي مع بناء قاعدة بيانات بتخزين الإجابات والبرامج الإحصائية لتوفير تحليلات للإجابات.³ ولقد مرت عملية إعداد وإنجاز استمارة الاستبيان التي وجهت لمنتبغات قناة سلمى حمادو بعدة مراحل إلى أن أصبحت جاهزة للتوزيع كما يلي:

¹ أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص220.

² ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه - مناهجه - أساليبه - إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2001، ص90.

³ Margaret Rouse, **Techopedia Online Survey** . at <https://www.techopedia.com/definition/27866/online-survey> accessed on 25/05/2023 at 15:45.

✓ **المرحلة الأولى:** تم فيها إعداد استمارة مبدئية ثم عرضها على الأستاذة المشرفة لإبداء ملاحظاتها حولها.

✓ **المرحلة الثانية:** بعد إبداء الأستاذة المشرفة لرأيها وملاحظاتها للاستمارة، ثم إخضاعها للتحكيم من طرف بعض أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة البويرة وهم الأستاذة أوشن جميلة والأستاذة أعراب فطيمة.

✓ **المرحلة الثالثة:** تم فيها إجراء التعديلات اللازمة على الاستمارة بناء على ملاحظات الأستاذة المحكمين، وبموافقة الأستاذة المشرفة، حيث تم تغيير بعض الأسئلة وإضافة وحذف أخرى، وبعد إجراء التعديلات النهائية وتحويلها إلى استمارة الكترونية، تم توزيع الأسئلة على 05 محاور كما يلي:

– **المحور الأول:** البيانات الشخصية (السن، المستوى التعليمي، الحالة المهنية، الحالة الاجتماعية منطقة السكن).

– **المحور الثاني:** عادات وأنماط متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.

– **المحور الثالث:** أسباب و دوافع متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.

– **المحور الرابع:** الإشباع المحققة من خلال متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.

– **المحور الخامس:** مساهمة قناة سلمى حمادو في تنمية الوعي الذاتي لدى النساء.

وبعد ذلك تم نشر ومشاركة استمارة الاستبيان عبر تعليقات فيديوهات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب حيث حصلنا على 95 استمارة تم ملؤها من قبل متابعات القناة (أفراد العينة). بعدها قمنا بتحليل البيانات الإحصائية المتحصل عليها باستخدام برنامج SPSS وإدراجها على شكل جداول بسيطة ومركبة، بعد ذلك قمنا بتحليل تلك الجداول كميا وكيفيا وقدمنا استنتاجات لجميع المحاور، والوصول أخيرا إلى عرض النتائج العامة للدراسة في ضوء تساؤلات الدراسة والمقاربة النظرية.

الملاحظة:

الملاحظة هي المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة، وتستخدم في البحوث الميدانية لجمع البيانات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية أو المكتبية، كما تستخدم في البيانات التي لا يمكن جمعها عن طريق الاستمارة أو المقابلة أو الوثائق والسجلات الإدارية أو الإحصاءات الرسمية أو التقارير أو التجريب.¹

كما عرفها احمد بن مرسل، بأنها مشاهدة الظواهر محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين واعتبارها من بين أكثر الأدوات استخداما في دراسات الاتصال لما توفره من ميزة جمع عدد كبير من البيانات والمعلومات.²

ومن أهم مميزات هذه الملاحظة أنها تهيئ للباحث فرصة ملاحظة السلوك الفعلي للجماعة في صورته الطبيعية وكما يحدث فعلا في مواقف الحياة الطبيعية.³

وتم الاعتماد في بحثنا العلمي على الملاحظة بدون مشاركة، حيث تم تسجيل الملاحظات دون أي تفاعل من الأفراد المشاركين في الدراسة. وتهدف هذه الطريقة إلى رصد السلوكيات والأنماط السلوكية والتفاعلية للأفراد أو الجماعات المدروسة، دون التأثير عليها بأي شكل من الأشكال.

تعتبر الملاحظة أداة قوية لتدعيم الاستبيان وتحسين جودة البيانات المجمعة، من خلال التخطيط المسبق قبل إجراء الاستبيان حددنا الجوانب التي نود ملاحظتها وتسجيلها كالمواضيع التي تشاهدها المتابعات بكثرة وتفاعل معها وتتأثر بها، كذلك توجيه المتابعات وتوضيح أهداف الاستبيان ومساعدتهم على فهم الموضوع من أجل الحصول على نتائج سليمة وموثوقة.

¹ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ط1، 2019، ص 151.

² أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص203.

³ فوزي غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل، الأردن، 2008، ص34.

8. تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، أو يواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته تحديدها.¹

ويعرفه محمد سرحان علي المحمودي بأنه المجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة ويشمل كل أنواع المفردات مثل الأشخاص، السيارات، الشوارع.....الخ.²

يتمثل مجتمع البحث في دراستنا في متبغات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.

حيث اخترنا مجتمع البحث بناء على أهمية الموضوع "اثر التدوين النسوي" وبناء على التأثير الاجتماعي المحتمل للموضوع فهو يتعلق بقضية اجتماعية حيوية والبحث فيه يمكن أن يوفر رؤى جديدة وحلول فعالة لهذه القضية ويساهم في تحسين الحياة البشرية.

وهو مجتمع واسع يصعب حصره ونظرا لخصوصية المجتمعات الافتراضية التي تتسم بالتغير واللاثبات في العدد، يمكن القول انه من المستعصي ضبطها كميا لاستخراج العينات التمثيلية هذا أمام ضخامة حجمها، من جهة أخرى يستدعي الأمر من الباحثين عند تفحصهم للمستخدمين أن يكيّفوا دراستهم للتماشي مع إطار حجم مجتمع البحث الذي يمكن التحكم فيه وبالتالي الذهاب إلى دراسة العينة كتحصيل حاصل لهذا التحكم.

¹ محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الكتاب الجامعي الحديث، الإسكندرية- مصر، دط، 1987، ص112.

² محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سابق، ص158.

عينة الدراسة:

هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.¹

ويمكن تعريف العينة المستخدمة في البحث العلمي، بأنها نموذجاً يشمل ويعكس جزءاً أو جانباً من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك وحدات المجتمع المعني بالبحث.²

نظراً أن مجتمع بحثنا في هذه الدراسة هو متتبعات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب فإنه يصعب علينا إجراء الدراسة على كل المتتبعات، وعلى هذا الأساس قمنا باختيار العينة القصدية، لأنها العينة الأكثر ملائمة لطبيعة موضوعنا.

يعرف محمد عبد الحميد العينة القصدية: على أنها عبارة عن عدد محدد من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً، وسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.³

تتمثل العينة في بحثنا هذا في 95 مفردة من متابعات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب تم اختيارهم بطريقة قصدية.

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي : القواعد – المراحل – التطبيقات، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر، 1999، ص 84.

² عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، اليازوري العلمية، د.ط، 2013، الأردن، ص 133.

³ مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي في الدراسات الإعلامية والاجتماعية، ط2، مصر، 2004، ص 133-134.

9. حدود الدراسة:

الحدود المكانية: المجال الافتراضي لان دراستنا التطبيقية أجريت من خلال اختيار عينة إلكترونية أي عبر الانترنت، والمتمثل في متابعات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.

<http://www.youtube.com/@selmahamadou>

الحدود الزمانية: بدأ العمل على هذه الدراسة ابتداء من يوم 09-02-2023 إلى غاية 09-06-2023.

الحدود البشرية: يشمل متابعات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب وهو مجتمع يصعب تحديد حجمه أو عدده لكننا نتوجه تحديدا للمتابعات اللواتي يتابعن ويتفاعلن مع هذا المحتوى الذي يهتم بتنمية الوعي الذاتي، فمجالنا البشري كل متابعة للقناة عبر اليوتيوب.

10. تحديد مفاهيم الدراسة:

من أساسيات البحث العلمي تعريف المفاهيم التي سيتم اختبارها ودراستها، أو التي وردت في فروض البحث وتساؤلاته، ذلك أن الكثير من المفاهيم يدل على معاني مختلفة، فالمفهوم الواحد قد يعني شيئا معيناً في أحد العلوم، ولكنه يعني شيئاً مختلفاً في علم آخر، كما أن المفهوم الواحد قد يدل على أكثر من معنى في مجال التخصص.¹

ومن هنا تبرز ضرورة تعريف المفاهيم المستخدمة في بحثنا:

الأثر:

✓ لغة: تعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر بأنه: " نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما".²

¹ منال هلال مزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، الأردن، 2009، ص86.

² Bernard Lamizet, Ahmed Slimane, dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et communication, ellipses, Paris 1997, p228 .

أما قاموس لاروس Larousse الفرنسي فيشير: "إلى أن لفظة أثر تستخدم للدلالة على نتيجة ومحصلة لفعل شخص أو ظاهرة ما، كالنتيجة المتوقعة من فعل منتج أو سلوك أو عمل معين، كأن نقول هذا الدواء بدأ يترك أثره".¹

✓ **اصطلاحاً:** يعرف مصطلح الأثر في الدراسات الإعلامية على أنه نتيجة الاتصال، ويقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون الأثر ثقافي أو نفسي أو اجتماعي، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية.² كما أن كلمة الأثر في الإعلام ترجع إلى نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الإعلام سواء كانت نتائج مقصودة أو غير مقصودة.³

✓ **إجرائياً:** يقصد به في دراستنا هو تلك الانعكاسات والتحويلات الإيجابية التي تحدث على مستوى الوعي الذاتي للمرأة المتابعة لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب، جراء تعرضها للمحتوى المعروض على القناة.

التدوين:

✓ **لغة:** حسب معجم المعاني الجامع التدوين مصدر دَوَّن، قام بتدوين الأخبار التي سمعها: بتسجيلها كتابتها، الكتابة في مدونة على شبكت الانترنت.⁴

¹ Larousse, (2009), [en ligne], <http://www.Larousse.fr/encyclopedia>

² حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص52.

³ سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دط، دار المعارف الجامعية، القاهرة، 1998، ص152.

⁴ معجم المعاني <https://www.almaany.com>، تم الاطلاع عليه يوم 2023/05/07 على الساعة 14:52.

✓ اصطلاحاً: كلمة weblog تعني سجل الشبكة و يطلق عليها اختصار blog، ومنها مصادر التدوين blogging أي فعل إنشاء المدونة والنشر فيها وبلوجرز هم المدونون ثم مجال أو علم المدونات blogosphere وهو العالم المترابط من المدونات المتاحة على الانترنت والتي يمكن الوصول إليها من خلال محركات البحث أو من خلال كشافات المدونات، index blog، وقد أضيف إلى مصطلحات التدوين مصطلح جديد كتعريب لكلمة podcast واتفق على تسميته مدونة صوتية.¹

النسوية :

✓ لغة: اسم مؤنث منسوب إلى نسوة / نسوة.²

✓ اصطلاحاً: النسوية في أصولها حركة سياسية تهدف إلى غايات اجتماعية، تتمثل في حقوق المرأة وإثبات ذاتها ودورها، والفكر النسوي بشكل عام انساق نظرية من المفاهيم والقضايا و التحليلات تصف وتفسر أوضاع النساء وخبراتهم، وسبل تحسينها وتفعيلها، وكيفية الاستفادة المثلى منها، فهي ممارسات تطبيقية واقعية ذات أهداف عينية، وتعمل النسويات على الساحة لتبديل أوضاع ملموسة وظروف اجتماعية غير مقبولة بالنسبة لهن.³

التدوين النسوي:

✓ اصطلاحاً: يعرف على انه عملية استخدام المرأة لشبكة الانترنت والتقنيات الرقمية المرتبطة بها في تحقيق أهداف البث المنشودة، وتدعيم مفهوم التسويق الحديث، فالتدوين النسوي هو تعامل بصري قائم على تفاعل أطراف التبادل الكترونياً بقيادة المرأة و موجهة للمرأة ولغير المرأة، كبديل عن الاتصال المادي المباشر، وتتم عملية عرض المحتوى عبر شبكة الانترنت وما يربط معها من أدوات، مثل شبكات التواصل الاجتماعي.⁴

¹ حسين أحمد، ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، ورقة علمية مقدمة لمؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض - المملكة العربية السعودية، 2009، ص01.

² معجم المعاني <https://www.almaany.com/>، تم الاطلاع عليه يوم 2023/05/07 الساعة 15.00.

³ يمنى طريف الخولي، النسوية وفلسفة العلم، دار هنداوي للنشر، القاهرة، 2018، ص11.

⁴ إبراهيم مرزقان، إستراتيجية تسويق الكتاب الالكتروني في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص83.

✓ **إجرائيا:** التدوين النسوي هو عملية تواصلية عبر الانترنت تشمل جميع الممارسات التي تقوم بها سلمى حمادو على قناتها بدءا بإنشائها إلى إدارتها عبر إضافة مواد مختلفة قد تكون فيديو أو صوت... والرد على تعليقات زوارها وهو بذلك يحمل طابعا تواصليا فريدا وبعدا اجتماعيا مميزا، كما قد يحمل أبعادا أخرى تتوافق مع الهدف من التدوين.

الوعي الذاتي:

✓ **اصطلاحا:** هو الوعي والقدرة على التواصل مع المشاعر الشخصية والأفكار والإجراءات، وهو ما يساعد الفرد الحصول على تصور أكثر وضوحا عما يريد تحقيقه في الحياة، ومن ثم يمكنه العمل على مستوى كفاءته.¹

ويعرف أيضا على أنه الصفات التي يتصف بها الفرد كالفهم، والفتنة، والنظرة الاستشرافية، والتي يوظفها في حياته اليومية والمجتمع الذي يعيش فيه.²

✓ **إجرائيا:** هو درجة الوعي والمعرفة التي تحاول المرأة الجزائرية الوصول إليها من خلال تعرضها لمحتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب من أجل بناء شخصيتها والتطوير من ذاتها.

المرأة:

✓ **اصطلاحا:** هي كيان إنساني مستقل تتمتع بالقيمة الإنسانية كاملة أسوة بالرجل، ولها حقوق وعليها واجبات مساوية للرجل في جميع المجالات دون استثناء.³

✓ **إجرائيا:** نقصد بالمرأة في هذه الدراسة المرأة الجزائرية، التي تتابع محتوى قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب، والتي قد يساعد تعرضها لهذا المحتوى في تنمية وعيها الذاتي وبناء شخصيتها.

¹ فاطمة الرشدي، قلق المستقبل وعلاقته بالوعي الذاتي، دراسة ميدانية على طالبات كلية العلوم في جامعة القصيم، دفاثر البحوث العلمية، المجلد 9، العدد 1، 2021، ص40.

² محمد سليمان بني خالد و بسام هليل مطير، درجة مساهمة الجامعات الرسمية الأردنية في تطوير الوعي الذاتي بتحديات العصر الحديث لدى الطلبة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة آل البيت، الأردن، العدد 30 ديسمبر 2008، المجلد ب، ص40.

³ عدنان يوسف العتوم وآخرون، التواصل الاجتماعي من منظور نفسي واجتماعي وثقافي، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011، ص300.

11. المقاربة النظرية:

حتى لا يكون البحث منطلق من الفراغ فانه باعتقادنا يجب أن نستند إلى منطلقات نظرية في هذه الدراسة الأمر الذي من شأنه أن يقدم نسبيا صفة العمق والشمول للدراسة، وباعتبار أن الدراسة تتدرج تحت عنوان أثر التدوين النسوي في تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية فلقد دعت الحاجة إلى الاستناد وتوظيف نظرية الاستخدامات والإشباع. حيث تعتبر هذه النظرية الوحيدة والأقرب التي يمكن تطبيقها على موضوع دراستنا، وأننا نعمدنا اختيارها دون غيرها من المقاربات النظرية الأخرى.

نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعتبر الاستخدامات والإشباع من المقاربات التي اندرجت ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي، وتركز هذه النظرية على دراسة أسباب استخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرض لها من مختلف الفئات الاجتماعية في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام وماذا يحقق الفرد من هذا الاستخدام.

ويرى أصحاب هذا الاتجاه بأن إقبال الناس على وسائل الإعلام والاتصال يمكن تفسيره على ضوء استخدامهم وكذلك حول العائد والإشباع الذي يتحقق منه.

مفهوم النظرية: يطلق على نظرية الاستخدامات الإشباع بعض الباحثين نموذج والبعض الآخر مسمى النظرية في حين ذهب منظرون آخرون لاعتباره منظورا. ومصطلح الاستخدامات يفترض أن أفراد الجمهور ليسوا سلبيين لكنهم جزء نشيط في عملية الاتصال الجماهيري ومثل هؤلاء المشاركين النشطاء يكون عندهم حسن اختيار للمحتوى بحيث يكون متوافق مع احتياجاتهم واهتماماتهم. أما كلمة الإشباع فتتصل بالمكافآت والإرضاءات التي يمر بها الفرد ولكن عندما نستخدم هذه الكلمة في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري فهي تشير إلى المكافأة التي لها صلة بالمحتوى الإعلامي وفهم الدوافع التي تجذب الانتباه إلى وسائل الاتصال الجماهيري.¹

¹ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دط، الدار العلمية، القاهرة، 1998، ص252.

الأهداف الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع:

- ✓ السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم وسائل الاتصال التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- ✓ شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- ✓ التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.¹

فروض نظرية الاستخدامات والإشباع:

- ✓ يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- ✓ ينظر إلى جمهور وسائل الإعلام باعتباره جمهور إيجابي ونشط يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم وسائل الإعلام استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة وتلبية حاجات مقصودة.
- ✓ يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.
- ✓ الفروق الفردية للأفراد هي التي تتحكم في حاجاتهم، واختيارهم لوسائل الإعلام ورسائلها.
- ✓ التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.²
- بصفة عامة يمكن القول أن الجمهور هو الذي يتحكم في المحتوى الذي يرغب في مشاهدته والرسائل التي يرغب في تلقيها، وسائل الاتصال هي مجرد أداة يستخدمها الأفراد للوصول إلى المحتوى الذين يرغبون فيه.

¹ حسن عماد مكايي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، د.ن ، 2007، ص364.

² عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، د.ط، 2016، ص255-256.

الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاستخدامات والاشباع:

✓ إن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة، مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.

✓ إن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة مابين فيزيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.

✓ تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضاً استخدامات غير هادفة.¹

✓ تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر.

إسقاط النظرية على موضوع بحثنا:

تم الاستعانة بالنظرية بشكل أساسي للكشف عن استخدامات المرأة الجزائرية لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب وأهم الدوافع الكامنة وراء ذلك الاستخدام. استندنا في الدراسة إلى نظرية الاستخدامات والاشباع، والتي تتيح لنا فهم دوافع المتابعات النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.

تهدف نظرية الاستخدامات والاشباع إلى تحديد الأسباب والدوافع التي تدفع الأفراد إلى استخدام وسائل الإعلام المختلفة. بناءً على هذه النظرية، حاولنا تحديد الاشباعات التي تحققها المتابعات عند مشاهدة قناة سلمى حمادو. يمكن أن تشمل هذه الاشباعات الحاجة إلى المعرفة والمعلومات، والترفيه والتواصل الاجتماعي، والانتماء إلى مجتمع معين، وتعزيز الهوية الشخصية، والتأثير والإلهام. استخدمنا أيضاً نظرية الاستخدامات والاشباع في صياغة تساؤلات الدراسة، حيث أردنا قياس عادات وأنماط المرأة الجزائرية في متابعة قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب. قمنا بتحليل المتغيرات المحتملة التي تؤثر في استخدام المرأة الجزائرية للقناة ومن ثم صياغة أسئلة الاستبيان التي تعكس هذه المتغيرات وتساعدنا في فهم أهم الدوافع والاشباعات المرتبطة بهذا الاستخدام.

¹ محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص 257.

تم تطبيق مفهوم الاستخدام وفقاً للنظرية المعتمدة على بناء وصياغة أسئلة الاستبيان، وذلك لقياس مدى تأثير قناة سلمى حمادو على الأفراد وتحقيق الاشباعات المختلفة المذكورة سابقاً. تم استخدام النظرية السابقة لتحليل البيانات والنتائج المستخرجة من الدراسة، والتي ستوفر رؤية شاملة حول استخدامات المرأة الجزائرية لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب ودوافعها واشباعاتها المرتبطة بهذا الاستخدام.

12. صعوبات الدراسة:

- ✓ ضيق الوقت مما شكل ضغط كبيراً على إتمام الدراسة.
- ✓ ندرة المراجع المتخصصة في مجال الدراسة.
- ✓ جمع عينة الاستبيان وصعوبة الوصول لبعض المتابعات، بما أننا قمنا بنشر استمارة الاستبيان عبر تعليقات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب تعذر علينا الوصول إلى عينة واسعة من المتابعات حيث انه ليس من السهل جذب انتباه المتابعات للمشاركة والإجابة على الاستبيان فقد يكون هناك متابعات يفضلن عدم الإجابة.

الفصل الثاني:

مدخل عام إلى التدوين الإلكتروني النسوي

والوعي الذاتي

المبحث الأول: مفهوم المدونات الإلكترونية: أنواعها، مكوناتها، ومميزاتها

تمهيد

1. مفهوم المدونات الإلكترونية
2. نشأة المدونات الإلكترونية
3. أنواع وأشكال المدونات الإلكترونية
4. مكونات المدونات الإلكترونية
5. خصائص المدونات الإلكترونية
6. مزايا المدونات الإلكترونية

خلاصة

المبحث الأول: مفهوم المدونات الإلكترونية: أنواعها، مكوناتها، ومميزاتها**تمهيد**

المدونات الإلكترونية هي منصات على الإنترنت تسمح للأفراد بنشر المحتوى والتواصل مع الجمهور، تعتبر هذه المدونات واحدة من أشكال الكتابة والتصوير الإبداعي وتتيح للمدونين التعبير عن أفكارهم وخبراتهم ومشاركتها مع العالم، لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم ونشأة المدونات الإلكترونية وأنواعها ومكوناتها وخصائصها، نعرضها على النحو الآتي.

1. مفهوم المدونات الإلكترونية

أ - لغة:

كلمة weblog تعني سجل الشبكة ويطلق عليها اختصار blog، ومنها مصدر التدوين blogging، أي فعل إنشاء المدونة والنشر فيها، وبلوجرز bloggers هم المدونون ثم مجال أو عالم المدونات blogosphere وهو العالم المترابط من المدونات المتاحة على الانترنت والتي يمكن الوصول إليها من خلال محركات البحث أو من خلال كشافات المدونات Index blog، وقد أضيف إلى مصطلحات التدوين مصطلح جديد كتعريب لكلمة Podcast واتفق على تسميته مدونة صوتية.¹

هناك العديد من التسميات التي استخدمت كمقابل لكلمة بلوغ blog منها: البلوجز، البلوغز، المذكرات الإلكترونية، المدونات الشخصية، يوميات الانترنت، السجل الشخصي،... وغيرها الكثير من التعريبات التي ورد في كتابات المؤلفين العرب عن المدونات الإلكترونية، غبر أن مدونة هو التعريب الأكثر قبولاً وانتشاراً واستخداماً لهذه الكلمة حتى الآن. ومصطلح blog هو مصطلح حديث حتى في الانجليزية حيث تم إدخاله لأول مرة إلى معجم أكسفورد في طبعة مارس 2003.²

أما بالنسبة للغة الفرنسية فتوجد العديد من الاستعمالات إذ يطلق على المدونة carnet web أي صحيفة الويب، كما يطلق عليها أيضاً مصطلح blogger.³

¹ لامية طالعة، المدونات الإلكترونية: أداة لممارسة السبيريديمقراطية في الفضاء الافتراضي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة باتنة 1، المجلد 19، العدد 39، جامعة الجزائر 3، 2019، ص 183.

² شيماء إسماعيل-عباس إسماعيل، المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدراً للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المكتبيين، cybrarians journal، ع 13، جوان 2007.

³ جمال الزرن، المدونات وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، ع 130، 2007، ص 164.

ويعرف قاموس أكسفورد الانجليزي كلمة المدونة كالأتي: هي موقع ويب يتم تحديثه بانتظام وتتضمن عادة الملاحظات الشخصية، مقتطفات من مصادر أخرى..الخ. عادة تكون مدارة من طرف شخص واحد وتحتوي وصلات فائقة تحيل إلى مواقع أخرى: المدونة هي مجلة الكترونية، مفكرة على الانترنت.¹

ب - اصطلاحا:

يعرف معجم مصطلحات الإعلام (انجليزي - عربي) المدونات الالكترونية على أنها احد الخدمات الحديثة التي تتيحها شبكة الانترنت لمستخدميها والمدونات blogs جمع مدونة blog، وهي وثائق يقوم بكتابتها مستخدمو الانترنت ويقومون بنشرها على الشبكة من خلال مواقع معينة تستضيف مدوناتهم وهي وسيلة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم وتتراوح المدونات مابين يوميات وخواطر أو تعبير مرسل عن الأفكار، أو إنتاج أدبي أو موضوعات متخصصة في مجال التقنية مثلا أو أي مجال آخر، كما تشمل المدونات كذلك على أخبار ومقالات أو كتب وإشعار ومذكرات وفي بعض الأحيان طرائف ونكات وصور، وقد تحتوي دعوات للتظاهر والاعتصام. والمدونات قد تتبع أفراد معروفين وفي الغالب يقوم المدونون bloggers بكتابة مدوناتهم تحت أسماء مستعارة. وتستخدم بعض حركات المعارضة تلك الوسيلة في تحركاتها للمطالبة بالإصلاح السياسي، أو في تحقيق أهداف انتخابية وحشد التأييد لأعضائها، كما يقوم بعض العاملين في وسائل الإعلام من المحترفين (صحفيين وكتاب متخصصين مثلا) بنشر مدونات كوسيلة غير تقليدية لنشر أفكارهم وتوصيلها إلى جماهير ضخمة بطريقة فورية.²

¹ Patrick W ,O'Donnell ,Users and the marketing efficacy of MP3 music blogs, A Master Thesis of Science, Department of Communication, spring semester, 2006, the Florida state university ,p2.

² طارق سيد احمد الخلفي، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص53.

ويعرف drezner&farrell درينزر وفاريل المدونات بأنها صفحة على شبكة الانترنت تزود الانترنت بالتعليقات على الأحداث بأقل ما يمكن من التحرير الخارجي ويتم تحديثها بشكل دوري، وتقدم بشكل يعكس ترتيباً تاريخياً متسلسلاً، مع استخدام الوصلات الفائقة links لمصادر الكترونية أخرى. المدونات يمكن أن تعمل كمفكرات شخصية، أعمدة للنصائح التقنية، قد تكون أيضاً درشة حول الرياضيات أو ثرثرة حول المشاهير، قد تتضمن تعليقات سياسية أو تشمل كل ما سبق ذكره مجتمعا.¹

ويعرف الخبير الإعلامي الفرنسي بيزاني المدونة: بأنها يوميات شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الكمبيوتر وإرساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني، وهي تمزج بين المعلومات والآراء وتكون متصلة بمصدر أصيل أو بمفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب المدونة أو يعلق عليها.²

ومنه نستنتج أن المدونات الالكترونية هي منصات على الانترنت تسمح للأفراد بنشر المحتوى والتعبير عن آرائهم وتجاربهم بشكل شخصي وإبداعي. وتعتبر المدونات الالكترونية واحدة من أهم وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديدة، وتتيح للأفراد إنشاء مساحات خاصة على الانترنت للتعبير عن أنفسهم ومشاركة ما يشغلهم ويهمهم.

¹ Henry Farrell , Daniel W. Drezner , **Introduction :Blogs, politics and power** : a special issue of public choice, public choice, 2008, volume134, numbers1/2, p5.

² عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008، ص196.

2. نشأة المدونات الإلكترونية

ظاهرة المدونات الإلكترونية هي ظاهرة حديثة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتحويلات التكنولوجية التي شهدتها المجتمعات في العقود الأخيرة، في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي شهدنا تطوراً هائلاً في مجال التكنولوجيا والاتصالات، مما أدى إلى ظهور وتطور منصات الكترونية تسهل إنشاء وإدارة المدونات.

وفي قراءة تاريخية لنشأة المدونات الإلكترونية، يمكن القول أنها ظاهرة تطورت عبر ثلاث مراحل ونقدمها كالآتي: ¹

المرحلة الأولى: انطلقت هذه المرحلة على الانترنت منتصف تسعينات القرن الماضي في أمريكا وخصوصاً مع موقع دروج ريبون الذي يعتبر البداية الحقيقية للمدونة، والذي أسهم في نشر فضيحة مونيكا يفسكي السكرتيرة الخاصة للرئيس الأمريكي السابق بيل كلينتون، ويعتقد بعض الاختصاصيين بمعلومات الانترنت أن التدوين انطلق مع تأسيس **جاستين هال Justin hall** سنة 1994، كأول موقع يمكن تصنيفه كمدونة، وكانت تعرف حينها باسم المذكرات الإلكترونية، وأول من ابتكر مصطلح weblog هو المدون الأمريكي جورج بارغر في عام 1997، وفي هذه السنة ظهرت خدمات التدوين الإلكتروني مثل **opem diary** و **xanga** سنة 1998، ثم **live journa** و **blogger** سنة 1999، الذي اشترته شركة **Google**.

المرحلة الثانية: يمكن اعتبار سنة 2001 بداية المرحلة الثانية أو الميلاد الحقيقي للمدونات خاصة بعد أحداث سنة 2001، ففي هذه المرحلة دخل الصحفيون إلى معترك التدوين، وبدأت المدونات تكتسب شيئاً فشيئاً قدرتها على التأثير، ففي سنة 2002 استقال السيناتور بعد هجوم شنه المدونون على خلفية تصريحات أطلقها صنفت على أنها عنصرية، وتعد هذه الحادثة درساً حول قوة وسائل الإعلام الجديدة، كما ظهر أن الغزو على العراق سنة 2003 كان سبباً آخر في انتشار المدونات، في حين أطلق عليها البعض اسم مدونات الحرب العنصرية ومنذ ذلك الحين انتشر التدوين وأصبح وسيلة

¹ زكي حسين، صحافة المدونات الإلكترونية على الانترنت عرض وتحليل، مجلة البحث الإعلامي، العدد 3، 2007، ص12.

اتصال شعبية ومؤثرة، فقد ظهرت مدونات مؤيدة للحرب من أشهرها انسداد تابو ندت، أما عام 2003 فقد أصبحت فيه المدونات وسيلة للعديد من الأشخاص المناوئين للحرب في الغرب، للتعبير عن مواقفهم السياسية، ومنهم مشاهير السياسة الأمريكية من أمثال هوارد دين، وغطتها مجلات شهيرة كمجلة فوربس في مقالات لها، كما كان استخدام معهد آدم سميث البريطاني لهذه الوسيلة دورا في تأصيلها، واكتسبت هذه المدونات شهرة واسعة وعدد قرائها بالملايين.

المرحلة الثالثة: هي مرحلة النضج ومؤشراتها بدأت في النصف الثاني من عام 2004، وحين تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية، عرفت انفجارا كبيرا ابتداء من سنة 2005، فقد بدأت تظهر مجموعة جديدة مميزة على شبكة الانترنت، تختلف عن بقية المواقع الكلاسيكية ومواقع الدردشة والبوابات والمواقع الشخصية بها وصلات مشتركة استطاعت أن تفرض نفسها لتتكاثر بسرعة ملفقة، ليصل عددها في نوفمبر من سنة 2000 إلى 1.2 مدونة، حسب إحصائيات الموقع الخاص بالمدونات، وقد استنتج هذا المحرك أن نسبة نمو هذه المواقع تفوق بكثير بقية أصناف مواقع الانترنت، وتشير إحصائيات 2006 إلى وجود أكثر من 50 مليون مدونة في العالم، وقد أشارت دراسات السوق وفقا لموقع **zdne** الألماني، إن عدد هذه المدونات الشخصية التي تم إنشاؤها يتزايد بشكل سريع حول العالم، حيث تشير آخر إحصائية أن هناك الآن ما يقارب من 27 مليون مدونة شخصية حول العالم، أغلبها أشبه باليوميات الشخصية التي تجذب قليلا من القراء، وليصل عدد قرائها إلى حوالي 330 مليون قارئ.¹

نشأت المدونات الإلكترونية مع بداية الألفية الجديدة، حيث كانت وسيلة للتعبير الشخصي والإبداعي على الانترنت، وتمتاز بالسهولة والتكلفة المنخفضة والسرعة في النشر، مما جعلها وسيلة شعبية للتواصل والتفاعل بين المدونين والقراء. وقد تطورت المدونات الإلكترونية على مر السنين، حيث أصبح وسيلة فعالة في مختلف المجالات كالأخبار والرياضة والفن والصحة وغيرها.

¹ زكي حسين، مرجع سابق، ص12.

3. أنواع وأشكال المدونات الإلكترونية

أولاً: أنواع المدونات الإلكترونية

هناك إسهامات عديدة في تصنيف المدونات الإلكترونية إلى أنواع متعددة بناء على رؤية خاصة بالكتاب المصنفين لها، أو معايير معينة، سواء من حيث أهدافها أو خصائص المشاركين فيها، أو خصائص المحتوى، وبجانب ذلك هناك تصنيفات لا تقدم على أساس علمي حيث يفتقد التصنيف إلى الشرط الأساسي وهو استقلال فئات التصنيف الذي يضمن عدم تكرار التصنيف تحت فئتين أو فئات متعددة في الوقت نفسه. ومن هذه الأنواع:

وتنقسم المدونات حسب الموضوع إلى:¹

✓ **مدونات تحتوي على روابط تشعبية:** تعتبر هذه المدونات أول أنواع المدونات الإلكترونية التي تم إنشاؤها على الانترنت، ومن هنا جاء اسم المدونات ويحتوي هذا النوع العديد من الروابط لمواقع الانترنت.

✓ **المدونات التي تحتوي على المذكرات اليومية:** وتتناول هذه المدونات الحياة اليومية لمالكها والأفكار التي يحلم بها في ذلك اليوم، ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على روابط لمواقع الكترونية أخرى.

✓ **المدونات التي تحتوي على المقالات:** يحتوي هذا النوع من المدونات على تعليقات على الأخبار والأحداث وتقارير، وهي تكشف قدرًا أقل من الحياة اليومية من المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات.

✓ **المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الصور:** تحتوي هذه المدونات على الصور مثل صور اليوم وغيرها مما قد يلتقطها المدون في مسيرته خلال النهار، سواء في الشارع أو العمل أو البيت أو المنطقة وغيرها.

¹ لمياء بن عمارة، الاستخدامات المهنية للمدونات الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2014/2015، 71-72.

✓ المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي: يقوم صاحب المدونة الإلكترونية ببث مقاطع البث الإذاعي على أنها برامج إذاعية قصيرة مسجلة، وبإمكان المستمع تحميلها عندما يريد الاستماع إليها.

✓ المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث مرئي: ويعد بث مقاطع البث المرئي أحدث اتجاه في أوساط المدونات الإلكترونية ممثلة بمقاطع البث الإذاعي غير أنها تعد بواسطة الفيديو.

✓ المدونات الإلكترونية المنوعة: وتعتبر المدونات الإلكترونية مزيجا من أنواع المدونات المذكورة سابقا.

✓ المدونات الإلكترونية الجماعية: ويتم فيها كتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص.

وتنقسم حسب المحتوى إلى: ¹

- ✓ المدونات الشخصية: يكتب فيها المدون تجارب حياته اليومية وإغراضه الشخصية.
- ✓ المدونات السياسية: هي أكثر أنواع المدونات انتشارا، بها روابط لمواقع إخبارية، وإضافات المدون الخاصة من تعليقات وأفكار.
- ✓ المدونات الموضوعية: هي المدونات التي تركز على موضوع معين.
- ✓ المدونات التشاركية: تكون غالبا مفتوحة لمشاركة الجميع ويمكن لجميع المتصفحين أن يتفاعلوا معها.
- ✓ المدونات الإخبارية: توفر الأخبار الجديدة، نشرات الأخبار، وموجز للأخبار عن مواضيع متعددة ومتنوعة.

وتنقسم حسب الهدف إلى: ²

- ✓ مدونات التأثير في الرأي العام: هي مدونات موجهة لجميع الناس، تهدف إلى توجيه قرائها في اتجاه معين إزاء موضوع يتبناه المدون، يعرف هذا المدون بالمواطن الإعلامي أو الصحفي.

¹ بسمه فراح، استخدام الطلبة الجامعيين للمدونات الإلكترونية وانعكاسها على تحصيلهم العلمي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2017/2018، ص37.

² مرجع نفسه، ص37.

✓ **مدونات الجمهور الخاص:** هي مدونات موجهة لفئة معينة من القراء في إطار نوع خاص، مثل مدونات الأشخاص الذين يخاطبون أسرهم من الغربة، ويكون هدف المدونة إعطاء أخبار وصور وتقاصيل معينة.

✓ **مدونات اليوميات الشخصية:** هي المدونات التي يدون فيها صاحب المدونة حياته الشخصية، والتي تدخل في إطار التجارب الشخصية والسيرة الذاتية.¹

تعد المدونات الإلكترونية وسيلة شائعة للتعبير عن الأفكار ومشاركة المعلومات عبر الانترنت. تنقسم أنواع المدونات الإلكترونية إلى عدة فئات، حيث تتميز كل فئة بأسلوبها الخاص وتركيزها المحدد، ومن خلال تنوع أنواع المدونات الإلكترونية، يمكن للأفراد إيجاد النوع الذي يناسب اهتماماتهم ومشاركة محتوى قيم مع الجمهور عبر الانترنت.

ثانياً: أشكال المدونات الإلكترونية:

تأتي المدونات الإلكترونية كوسيلة مهمة للتعبير الشخصي والتفاعل الاجتماعي على شبكة الانترنت يأخذ التدوين الإلكتروني العديد من الأشكال، نذكرها على النحو الآتي: ²

✓ **التدوين النصي:** لأن الصحافة المكتوبة احتكرت عملية تشكيل وصياغة الرأي العام والتعبير عنه لمدة تزيد عن ثلاثة قرون، من القرن السادس عشر إلى القرن التاسع عشر، فإن التدوين النصي يطغى على الفضاء التدوين العالمي ويرجع ذلك إلى سهولة مقارنة بالأنواع الأخرى التي تتطلب مهارات التحكيم في تطبيقات الإنترنت والإعلام الآلي بصفة عامة.

✓ **التدوين الصوري:** وهو نوع من أنواع التدوين التي تكون فيها جميع إدراجات المدونة عبارة عن صور متنوعة التقطها المدون هاوياً أو محترفاً أو تحصل عليها من مصادر أخرى يقوم بعنونها وتصنيفها مع إضافة شرح بسيط عن الصورة، مساعداً مستخدمي الإنترنت في الحصول عليها بعد أن تقوم محركات البحث العالمية بأرشفتها، وفي الغالب يدير هذا النوع من المدونات شخص واحد بينما البعض منها تكون جماعية.

¹ المرجع نفسه، ص 37.

² فوزي شريطي مراد، **التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد**، دار أسامة، ط1، الأردن، 2015، ص 140-141.

✓ **التدوين الصوتي:** وهي عبارة عن تسجيلات صوتية ينتجها المدون باستخدام برامج التسجيل الصوتي وجهاز مايكروفون أو أي جهاز، تسجيل آخر، في القوالب الصحفية المختلفة بين (تقارير إخبارية أشرطة وثائقية حوار قصص شعر موسيقى) وبصيغة الملفات أو لوائح أخرى وينشرها في مدونته الصوتية أو بإحدى المواقع المخصصة.

✓ **التدوين المرئي:** ويسمى vlog اختصار لكلمة مدونة فيديو وهي عبارة عن مدونات تستعمل فقط في إدراجات الفيديو، ويسمى صاحب المدونة vlogger أما مصطلح vlog sphere يطلق على مجموعة من مدونات الفيديو والمواقع التي تحتضنها شبكات التواصل باستخدام التدوين المرئي أي أن هذا النوع لا يتطلب الكثير من المعدات والأجهزة حيث يحتاج المدون إلى مقاطع فيديو ثم يقوم بنشرها على إحدى مواقع التواصل الاجتماعي على اليوتيوب والفيسبوك والانستغرام وهذا النوع من التدوين لاق انتشارا واسعا بين مستخدمي الإنترنت.¹

4. مكونات المدونات الإلكترونية

توسعت المدونات نتيجة للبيئة التي تطورت فيها، والتي تتمثل في مواقع الويب وصفحاتها. اعتمدت المدونات العديد من سمات هذه البيئة، وخاصة فيما يتعلق بالشكل الخارجي ويعود الفضل في ذلك بشكل كبير إلى ظهور برمجيات التدوين، التي تساهم في تحديد مظهر واجهة المدونة. على الرغم من التنوع الكبير في مواقع منصات التدوين التي يمكن للمدونات الظهور عليها، فإنها تتشارك في مجموعة من المكونات التي تميزها عن باقي مواقع الانترنت. ومن بين هذه المكونات:²

✓ **معلومات المدون:** هو حيز معين من صفحة المدونة يكون غالبا في رأس الصفحة يحمل ما يلي من المعلومات (اسم المدونة وصاحبها، صورة صاحب المدونة، اسم بلده، وتعبير مختصر عن اهتمامات صاحب المدونة).

¹ المرجع نفسه، ص 141-142.

² زهراء حرز الله - أحمد بن قسمية، التدوين الإلكتروني النسوي بين صناعة المفاهيم الإعلامية وتحرير الإبداع الأنثوي، التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة الاغواط، 2021، ص 296-297.

- ✓ **الرابط:** يظهر في قائمة الإبحار navigation bar في المكان المخصص للروابط على الانترنت ويحمل في الغالب اسم المدونة متبوعا بعنوان الموقع المستضيف من خلاله يتم ربط الزائر أو المستخدم بمحتويات المدونة الموجودة في خادم الويب الخاص بالموقع المستضيف.
- ✓ **القالب:** وهو الشكل الذي تظهر به المدونة وصفحاتها وبصفة عامة يعتبر القالب مسألة شخصية يقوم باختياره صاحب الموقع أو المدونة من بين القوالب المعروضة للبيع أو المجانية على الانترنت أو يقوم بتطويرها بنفسه باستخدام برامج (css.cms.arcister) وتتيح مواقع المدونات العديد من القوالب بحيث تكون مبنية تحت تصنيفات مختلفة كـ " طبيعة، تكنولوجيا، فضاء...".
- ✓ **الإدراجات:** هي عبارة عن إضافات ووسائط (صور متحركة أو نصوص أو فيديوهات...) تدرج في المدونة تحمل اسم المدون وتأتي في بداية التدوينة إضافة إلى قائمة تتضمن خدمات كإضافة تعليق أو تقاسم الاهتمام بالتدوينة مع الآخرين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها.
- ✓ **التقويم الشهري:** ويشبه الرزنامة يظهر فيها تاريخ أي تدوينة قام المدون بإدراجها بلون مختلف من خلال الضغط عليه يوصل المستخدم إلى المدونة مباشرة إذن فهي بمثابة جدول أعمال ذو تواريخ منظمة للمدون.
- ✓ **التصنيفات:** هي المجالات التي تتمحور حولها التدوينات (السياسة، الاقتصاد، الرياضة، الثقافة...) أي هي بمعنى آخر أرشفة حسب الموضوع.
- ✓ **الأرشفة:** تتيح خدمة الأرشفة الاطلاع على جميع التدوينات التي قام المدون بإدراجها من تاريخ إنشاء المدونة إلى غاية آخر إدراج وترتب عادة وفق الأشهر (الأحدث يليه الأقدم).
- ✓ **الروابط:** وهي مجموع المواقع والمدونات التي يفضلها المدون وبالتالي يرغب في نشرها في الصفحة الأولى من مدونته حتى يتسنى له ولغيره من زوار المدونة الاطلاع عليها، أي عملية إشهار لمواقع أخرى ذات علاقة للمهتم بالتدوين.
- ✓ **خانة البحث:** هي عبارة عن خدمة تتيح للمدون أو الزائر الوصول إلى أي موضوع سواء في المدونة أو في موقع المدونة أو في محركات البحث العالمية وذلك بإدخال كلمة مفتاحية تساعد على استعراض نتائج البحث.¹

¹ المرجع نفسه، ص 296-297.

✓ **الخدمات الإضافية:** وهي مجموعة من التطبيقات التي قد تكون متاحة من طرف الموقع المستضيف للمدونة وهناك العديد منها لعل أبرزها (السجل الذهبي، صبر الآراء، أحدث الإدراجات، النافذة الأداة تتيح العديد من الخدمات من أبرزها القواميس وقائمة الزوار وحالة الطقس).¹

يمكن القول أن مكونات المدونات الإلكترونية تعكس لمسة المدون وتشكل هويته الفريدة. ويتمثل جوهر المدونة في المحتوى الذي يقدمه المدون، والأسلوب الذي يتميز به في التعبير عن أفكاره ومشاعره. حيث يتم تنظيم المدونة بشكل جيد، مع استخدام العناوين والفقرات والقوائم لتوفير ترتيب منطقي للمعلومات، كما يمكن استخدام الوسائط المرئية لإضافة قيمة وجاذبية للمحتوى.

5. خصائص المدونات الإلكترونية

تمثل المدونات الإلكترونية إحدى الوسائط المهمة والمؤثرة في المجتمع الافتراضي لما لها من خصائص اتصالية تميزها عن غيرها من المواقع الأخرى على شبكة الانترنت نذكر منها:²

✓ **التفاعلية في إنتاج وتداول المعرفة:**

تتيح المدونات الفرصة للمشاركة بفاعلية في تدفق المعرفة داخل الفضاء التدويني عن طريق التدوينات posts التي توفر معلومات للقراء ومن ثم تحثهم على اقتسام ما لديهم من معرفة أيضا.

✓ **مجال خصب للتعبير عن الذات وتنافي الشعور بالتمكين:**

يمكن لأي مدون أن يعبر عما يجول في نفسه من مشاعر وآراء عن طريق التدوين وإن يتلقى ردود القراء بحيث يشعر أن صوته يمكن أن يصل لجمهور عريض، وبالتالي يوفر التدوين شعورا مفعما بالتحقيق الذاتي والشهرة وتنامي الإحساس بسيطرة المرء على حياته.

¹ زهراء حرز الله - احمد بن قسمة، مرجع سابق، ص298.

² زعيم نجود، التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2011/2012، ص48-49.

✓ السرعة والسهولة في التدوين والتحديث دون الحاجة لخبرات فنية معتمدة:

رغم أن غالبية المدونين متعلمون تعليماً عالياً، إلا أن ذلك لا يعني أن يكون التدوين مشروطاً بامتلاك معرفة متخصصة فقد أتاحت بعض البرامج الجديدة التدوين بسهولة وسرعة.

✓ الاعتماد الرئيسي على النصوص في التدوين:

تمثل النصوص أداة أساسية للتدوين رغم وجود وسائل أخرى كالصور والفيديو والبرامج.

✓ التواصل مع الآخرين وخلق تجمعات ذات هويات مشتركة:

تتيح المدونات الفرصة للتواصل الفعال مع أشخاص بعينهم في إطار تجمعات ذات اهتمامات وهويات مشتركة تسمح بالتداول المكثف فيما بينهم فقط أو مع غيرهم، بالإضافة إلى الحرية في الإفصاح عن الهوية واختيار أسماء مستعارة.¹

يمكن القول أن المدونات الإلكترونية تتميز بالتفاعلية والمشاركة، والتنوع في المحتوى، والتواصل الفعال مع الجمهور. وتعتبر هذه الخصائص هي التي تمنح المدونات الإلكترونية أهمية وتأثير كبير في المجتمع الافتراضي، وتجعلها وسيلة فعالة لنشر المعرفة والتواصل الاجتماعي.

6. مزايا المدونات الإلكترونية

تتزامن المدونات مع باقي المنتديات وغرف الدردشة حيث تتنافس من أجل الحصول على مكانة راقية في عالم الإعلام الجديد والتكنولوجيا، حيث تمتلك العديد من المزايا والمميزات ومن أبرز مميزاتها نذكر ما يلي:²

✓ كل تدوين جديد يحمل طابعاً شخصياً لمؤلفها، لذا من الصعب أن نجدها تتكرر عند شخص آخر.

✓ الحرية في المدونات واسعة والتعبير جريء، ويمكن التحكم في ردود الفعل من قبل المدونين.

¹ زعيم نجود، المرجع نفسه، ص 49.

² سعيد المصري وآخرون، المدونات المصرية فضاء اجتماعي جديد، ط1، مركز الدراسات المصرية، القاهرة، 2014، ص 18-19.

- ✓ المدونة لها طعم ومعنى خاص لأنها تحول الحوادث الاعتيادية إلى أشياء شيقة وأفكار جديدة للزائر.
- ✓ سهولة المتابعة ومعرفة أي جديد فيها.
- ✓ برنامج المدونة تلقائي يخبر المتصفح بمجرد الاتصال بالإنترنت.
- ✓ لا يوجد تكرار للمدونات.¹

¹ المرجع نفسه، ص 19.

خلاصة

تعتبر المدونات الإلكترونية أداة قوية للتواصل والتفاعل والتأثير على الجمهور، يمكن لأي فرد إنشاء مدونة إلكترونية عبر استخدام منصات المدونات المتاحة على الإنترنت ونشر محتوى معين على شكل مقالات ومنشورات أو فيديوهات أو صور، وتعتبر مجالا للتعبير الشخصي ومشاركة الخبرات والأفكار، كما تسمح للقراء بالتفاعل والتعليق على المحتوى المنشور.

المبحث الثاني: التدوين المرئي النسوي: خصائصه، أبعاده وآفاقه

تمهيد

1. مفهوم التدوين المرئي النسوي
2. نشأة التدوين النسوي في المنطقة العربية والجزائر
3. أنواع المدونات المرئية النسوية الجزائرية
4. مميزات وخصائص التدوين المرئي النسوي
5. أبعاد محتوى المدونات النسوية المرئية
6. دوافع وحاجات التدوين الإلكتروني النسوي
7. آفاق التدوين الإلكتروني النسوي ومخاطر العولمة الثقافية

خلاصة

المبحث الثاني: التدوين المرئي النسوي: خصائصه، أبعاده وآفاقه

تمهيد

التدوين المرئي النسوي هو تكوين فني واجتماعي يستخدم الوسائط المرئية والتعبير البصري لاستكشاف وتعزيز قضايا النوع الاجتماعي والنسوية، يهدف التدوين المرئي النسوي إلى تسليط الضوء على تجارب النساء وقضاياهن وإشراك الجمهور في النقاشات المهمة حول المساواة والعدالة الاجتماعية. لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم التدوين المرئي النسوي، خصائصه، مميزاته، أنواعه أبعاده.

1. مفهوم التدوين المرئي النسوي

يعتبر التدوين المرئي النسوي مجالا فريدا ومتميزا ومثيرا للاهتمام في مجال البحث العلمي، فيشير إلى استخدام المحتوى المرئي مثل الصور والفيديوهات بين النساء وتسلط الضوء على قضاياهن.

❖ مفهوم التدوين النسوي:

يعرف على أنه عملية استخدام المرأة لشبكة الانترنت والتقنيات الرقمية المرتبطة بها في تحقيق أهداف البث المنشودة، وتدعيم مفهوم التسويق الحديث، فالتدوين النسوي هو تعامل بصري قائم على تفاعل أطراف التبادل الإلكتروني بقيادة المرأة موجها للمرأة ولغير المرأة، كبديل عن الاتصال المادي المباشر، وتتم عملية عرض المحتوى عبر شبكة الانترنت وما يرتبط معها من أدوات، مثل شبكات التواصل الاجتماعي.¹

في حين تختزل الباحثة الأمريكية كاثرين راي لانتيجا في دراستها حول الاستخدامات والإشباع المحققة من مشاهدة النساء للمدونات المرئية الرقمية الخاصة بالجمال على منصة اليوتيوب، مفهوم التدوين النسوي بأنه كل محتوى مرفوع من قبل المرأة على الشبكة يستهدف تقديم محتوى ما يعالج قضية تهم النساء.²

¹ إبراهيم مرزقال، إستراتيجية تسويق الكتاب الإلكتروني في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص83.

² Katherine Ray Lantigua, uses and gratifications of watching YouTube beauty vlogs, Rochester institute of technology, New York, 2019, p8.

كما يعرف على انه نوع من التخلص من الوصايا وشكل من أشكال تحقيق الذات، فالمرأة باعتبارها لا تزال تعاني التهميش نوعا ما اجتماعيا فهي الأكثر تحفيزا لتحقيق ذاتها بالتدوين وغيره، والمرأة بطبيعتها عاطفية تمتلك مشاعر وتحب أن تتحدث عنها سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فالتدوين وسيلة للكتابة ولخروج المشاعر والكلمات سواء باليوميات أو الخواطر.¹

التدوين النسوي هو نشاط يتمثل في كتابة ومشاركة المقالات والمدونات والمحتوى الرقمي الذي يركز على قضايا النساء ومساواة الجنسية والحقوق النسوية بهدف إلقاء الضوء على التحديات التي تواجهها النساء في المجتمع وتعزيز الوعي الجماعي بحقوق المرأة ومكانتها في المجتمع.

❖ مفهوم التدوين المرئي:

التدوين المرئي هو تقنية جديدة أو نظام يتيح توزيع المحتوى المرئي أو المسموع عبر الانترنت، بشكل أسهل وهي في النظام الجديد يقوم محرر المدونات الإلكترونية، وكذلك شركات الإعلام التقليدية بإعداد المحتوى بصيغة صوت وفيديو عوضا عن صيغة المدخلات التقليدية: كالنصوص أو الصور حيث يطلق على الأفراد الذين يعدون المحتوى بهذه الطريقة اسم منتجي الفيديو الإلكتروني Vloggers، وهذا الاسم مشتق من التعبير الأصلي Bloggers.²

¹ دريم فاطمة الزهراء، التدوين الإلكتروني والمرأة الجزائرية، السائرة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، جامعة مستغانم، 2018، الجزائر، ص180.

² مصطفى يوسف كافي، الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص115.

❖ التدوين المرئي النسوي:

سمحت التقنيات الحديثة التي أتاحت لوسائل الإعلام الجديدة بتطوير ممارسات التدوين، وأنتج شكلاً آخرًا يعتمد أساساً على الفيديو كوسيط أساسي، أطلق عليه التدوين المرئي أو التدوين بالفيديو Vlogging أو باختصار Vlog كدمج بين كلمتي التدوين blogging والفيديو video.

لقد منح التدوين المرئي للمرأة مساحة أكبر من أجل التعبير عن نفسها وتقديم ذاتها خاصة وإن التدوين المرئي تفوق على التدوين الكلاسيكي القائم على النص، وعرف انتشاراً واسعاً من طرف الجمهور المستخدم، وتحاول المرأة من خلال التدوين المرئي تقديم نفسها بأسلوب مبتكر يعتمد على الحديث العفوي والمواضيع المثيرة التي تسعى من خلالها لجذب اهتمام الجمهور المستخدم.

لقد حظيت مدونات الفيديو في السنوات الأخيرة باهتمام كبير من طرف المرأة، حيث سجلت إقبالاً واسعاً على ولوج هذا الفضاء على عكس ما شهدته المدونات الكلاسيكية من حضور محتشم، اقتصر على كتابات أدبية وخواطر تعبر من خلالها المرأة عن مشاعرها وعاطفتها وغالباً ما تكون تحت أسماء مستعارة خوفاً من ردة فعل مجتمعنا ورفضه لها.¹

التدوين المرئي النسوي هو نوع من التعبير الفني والثقافي الذي يجمع بين الكتابة والصور والفيديو لتوصيل تجارب النساء بهدف إبراز قضاياها وتعزيز التواصل والتفاعل حولها، وتبسيط الضوء على قضايا التمييز والظلم الذي يتعرضن له.

كما يعتبر وسيلة للتعبير الذاتي والتحرر للنساء، حيث يمكنهن من خلال تبسيط الضوء على تجاربهن الشخصية وقصصهن، ومشاركة آرائهن وتحليلاتهن حول المواضيع المرتبطة بالأنوع الاجتماعي والقضايا النسوية.

¹ خديجة بغو، الخطاب الساخر عبر مدونات الفيديو النسائية دراسة تحليلية لقناة نهلة السطيفية عبر اليوتيوب، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2021-2022، ص 67.

2. نشأة التدوين النسوي في المنطقة العربية والجزائر

أولاً: مراحل التدوين النسوي في المنطقة العربية

تشير الإحصائيات إلى أن ظاهرة المدونات تتطور وفق نسق جنوني، وتقول مؤسسة تكنوراتي technorati المتخصصة في الدراسات حول المدونات، أن مدونة جديدة تنشأ كل دقيقة، وأنه كل يوم يتم نشر أكثر من 1,2 مليون مقال، كما تحقق بعض المدونات أرقام زيارة مرتفعة تضاهي أرقام المواقع الإعلامية الكبرى، في حين تتراوح الأرقام بين 30 مليون و 100 مليون مستخدم.

تزايدت شعبية التدوين في التسعينيات من القرن الماضي، بعد انتشار البرمجيات المجانية المتخصصة في ذلك مثل موقع بلوجر **blogger** ولايف جورنال **live journal** وويب بلوجر **web blogger**، مما أتاح للأفراد إمكانية الوصول إلى الانترنت بكل سهولة ويسر، ويمكن القول بأن نشأة المدونات مرت بثلاث مراحل رئيسية:¹

✓ **المرحلة الأولى:** انطلقت في منتصف التسعينيات مع المدون الأمريكي، جورج بار غرفي عام 1994، والذي كان وراء نشر فضيحة مونیکا لوينسكي، السكرتيرة الخاصة بالرئيس الأمريكي السابق بيل كلينتون سنة 1994.

✓ **المرحلة الثانية:** وهي مرحلة الولادة الحقيقية للمدونات وأتت بعد أحداث 11-9-2001م، وفي هذه المرحلة دخل الصحفيون إلى معترك التدوين، وبدأت المدونات تكتسب شيئاً فشيئاً قدرتها، كما كان غزو العراق سنة 2003 سبباً آخر لانتشار المدونات، في حين أطلق عليها البعض اسم "مدونات الحرب العنصرية"، ومنذ ذلك الحين انتشر التدوين وأصبح وسيلة اتصال شعبية مؤثرة.

¹ لبنى رحموني، هادية معمري، تمثيلات الذات في مدونات الفيديو النسائية الجزائرية، التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر-تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة أم البواقي، 2021، ص418.

✓ **المرحلة الثالثة:** وهي مرحلة النضج، ومؤشراتها بدأت في النصف الثاني من العام 2004، حيث تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية، وانتشرت أكثر بداية من العام 2005.

وفي دراسة أجراها **مولينو** وآخرون عام 2008، قاموا من خلالها بفحص "الاستخدامات المحتملة لمقاطع الفيديو التي ينشئها المستخدمون من طرف النساء، اللائي تنشأن مدونات فيديو على أساس منتظم" تملن أكثر إلى مدونة فيديو تكون شخصية أكثر من المدونين الذكور، كما أن المزيد من النساء أنشأن مدونات فيديو تفاعلت في مجتمع اليوتيوب.¹

ثانيا: المدونات النسائية في الجزائر

المدونات هي احد أساليب النشر والاتصال الحديثة على الشبكة العنكبوتية، وفي أبسط تعريفاتها هي صفحة عنكبوتية تشمل على تدوينات Posts مختصرة ومرتبطة زمنيا وبصورة تفصيلية بالرغم أن المدونات نشأت حوالي منتصف تسعينات القرن العشرين وان المصطلح blog تم صكه عام 1997، إلا أن ظاهرة المدونات لم تنتشر على الشبكة إلا بعد عام 1999، حيث بدأت خدمات الاستضافة في السماح للمستخدمين بإنشاء المدونات الخاصة بهم بصورة سريعة وسهلة نسبيا.

إن تأخر ظهور هذا النوع من الإعلام الجديد في الجزائر، قلص من نسبة اهتمام ولوج المرأة الجزائرية إليه، كما وصف الكاتب الصحفي "تفرقنت" حركية الإعلام الإلكتروني بالجزائر "بالناقصة" رغم اعتبار الكثيرين في العالم خاصة منهم القيادات بأن هذا الإعلام بما فيه المدونات على الخصوص بصداق رأس الحكومات ووسيلة لقب الأنظمة.²

¹ لبنى رحموني، **المرجع نفسه**، ص418.

² دريم فاطمة الزهراء، **مرجع سابق**، ص179.

وتضيف الدكتورة سامية جباري أن إنشاء المدونات النسوية الجزائرية هو نوع من التخلص من الوصاية وشكل من أشكال تحقيق الذات، فالمرأة باعتبارها لازالت تعاني التهميش نوعا ما اجتماعيا فهي الأكثر تحفيزا لتحقيق ذاتها بالتدوين وغيره، والمرأة بطبيعتها عاطفية تملك مشاعر وتحب أن تتحدث عنها سواء بطريقة مباشرة وغير مباشرة فالتدوين وسيلة للكتابة وخروج تلك المشاعر والكلمات سواء باليوميات أو الخواطر.¹

والملاحظ أن المرأة العربية عموما والجزائرية خصوصا، تنشط بهويات افتراضية، والتي أصبحت سمة رئيسية للاتصال الرقمي، ويمكن أن تتجلى من خلال اسم مستعار، وهذا ما أشارت إليه Turkle أن العالم الافتراضي أصبح مكانا يسمح للأفراد بتجريب العديد من الهويات.²

وقد أظهرت دراسات عربية أن النساء يفضلن الظهور في الفضاء الافتراضي عبر أسماء مستعارة وصورة تعبيرية غير أصلية. وتعكس هذه الخيارات تكتيكات لبناء الهوية الرقمية مرتبطة بخصوصية سياق الميديا الاجتماعية لاستعراض الذات أو التعبير عن حالات نفسية أو مواقف ما. في المقابل يمكن أن نفهم أيضا هذه التكتيكات في علاقتها باكراهات السياقات الثقافية والاجتماعية التي لا تتيح للمرأة حريات واسعة للظهور في الفضاء الافتراضي. خاصة في بعض المجموعات العربية التي ينتقل فيها العنف ضد المرأة من الشارع إلى الفضاء الافتراضي عبر أشكال مستحدثة من العنف على غرار التحرش الجنسي الإلكتروني.

إذن وفي هذا السياق، أسهمت الانترنت في خلق فضاءات اتصالية افتراضية جديدة لم تكن موجودة من قبل مثل منصات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، اليوتيوب، تويتر... وغيرها، وهي فضاءات تواصلية افتراضية لتبادل النقاش والحوار بين جميع المستخدمين بشكل تفاعلي انتقل من الجغرافيا الحقيقية إلى الجغرافيا الحقيقية، كما تعتبر الشبكات الاجتماعية الفرصة الأوفر التي جلبتها الانترنت للنساء والتي سمحت لهم بالخوض في تجارب اتصالية بحتة من نوع خاص تتمتع بالمزيد من الحرية في النقاش في مجال يبتعد عن إكراهات وطقوس المكان والزمان، وهنا تميز تواجدها في

¹ دريم فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 179-180.

² Guy Parmentier, Sylvie Rolland, **les consommateurs des mondes virtuel : construction identaire et expérience de consommation dans second life** , recherche et application en marketing , 2009, vol 24, n3 P43 .

هذا العالم الافتراضي في صور الاختفاء أحيانا، وفي صور التزييف أحيانا أخرى في شكل أسماء وصور مستعارة لتناقش قضاياها بشكل مختلف عن القضايا التقليدية التي كانت تطرح على صفحات وسائل الإعلام التقليدية. ففي هذا العالم الرقمي تحررت المرأة أكثر مما كانت عليه في الأزمنة الغابرة وزجت بجل مخاوف الزمن الماضي، فاستطاعت أن تغير من صورتها النمطية التي سوقت لها كثيرا وسائل الإعلام، بعد أن أتاحت التكنولوجيا الرقمية للمرأة أن تنتج أفكارا وتنشأ حوارات وتبادلات وإن تتواصل مع الآخر، لكنها لم تستطع التحرر من الجندرة، فأغلبيتهن يتواجدن على صفحاتهن من خلال نشر كرونولوجيا حياتهن اليومية على غرار رحلات التسوق ووصفات الطبخ، والخياطة والموضة والأزياء، ومستلزمات الزينة (الماكياج، وتصفيف الشعر)، ونشر وتبادل الأخبار وبعض المواضيع الاجتماعية.¹

التدوين النسوي في الوطن العربي نشأ كتفاعل مع التحولات الاجتماعية والثقافية التي تأثرت بها المنطقة في العقود الأخيرة. بدأت حركة التدوين النسوي في العالم العربي في أوائل القرن الحادي والعشرين، وقد أتت كجزء من موجة عامة من النشاط النسوي والحقوق التي شهدتها المنطقة في هذه الفترة حيث تأثرت حركة التدوين النسوي في الوطن العربي بتجارب وآمال النساء العربيات، وتم تعزيزها بفضل التكنولوجيا الحديثة وظهور منصات الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

كانت الفترة بين عام 2010 وحتى الآن مشهدة لظهور العديد من المدونات النسوية الجزائرية التي قامت بتسليط الضوء على القضايا التي تهم النساء في المجتمع الجزائري، تمحورت مواضيع هذه المدونات حول المساواة بين الجنسين، العنف الأسري، العنف الجنسي، حقوق المرأة، الصحة النسائية، الحياة العملية والثقافة الجندرية.

¹ زينب مهيبة، التدوين الإلكتروني المكتوب... فضاء عمومي افتراضي للمرأة وقضاياها، قراءة في مشاركة المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مخبر البحث في دراسة الإعلام والمجتمع، جامعة تبسة، دس، ص 157-159.

3. أنواع المدونات المرئية النسوية الجزائرية

ظاهرة المدونات الإلكترونية تتمتع بتنوع كبير في أنواعها وفئاتها، حيث قسمها الباحثون بناءً على مجموعة من العوامل والمعايير، نذكرها على النحو الآتي:²

❖ **مدونات تعنى بالروتين اليومي:** توجه اهتمامها للأعمال المنزلية اليومية، يمكن تقسيمها إلى نوعين:

✓ **مدونات خاصة بالطبخ:** وهي متعلقة بتقديم وصفات في الطبخ خاصة منها تلك التي تهتم بالوصفات الاقتصادية التقليدية والحديثة، وبالإضافة إلى ذلك تقدم نصائح متنوعة في مجالات شتى، للمرأة الجزائرية الماكثة بالبيت والعاملة على حد سواء وكذلك المحترفة والمبتدئة، فغالبا ما نجد تلك القنوات تبسط طرق وأساليب تحضير الطعام ومختلف المأكولات بالتركيز على الشرح المتأنى والحرص على استعمال مواد تكون متاحة وفي تناول الجميع.

✓ **مدونات خاصة بالتدابير:** وهذه تكون أوسع من تلك المتعلقة بالطبخ، حيث تهتم بالإضافة إلى ذلك بعرض المشتريات على اختلاف أنواعها، وتتميز بتقديم النصائح حول تنظيم الديكور والبرستيج وكيفية الاهتمام بشكل المرأة من ماكياج وألبسة في مختلف المناسبات، تأتي عموما تحت تسميات متشابهة "مطبخ وتدابير" تتبع باسم المدونة والتي في العادة تقدم نفسها باسم احد أبناءها، كما تتجه بعض المدونات أحيانا إلى تقديم مجموعة من النصائح المتعلقة بالحياة الاجتماعية بشكل عام.

وعلى العموم يمكننا القول أن هذا النوع من المدونات المرئية للمرأة الجزائرية (المدونات بالمنزل واهتمامات المرأة اليومية)، تعتمد إلى استخدام اللغة البسيطة والواضحة المتمثلة في اللهجة الدارجة والتي تتماشى ومستوى الاستيعاب لكل أنواع المرأة الجزائرية وغالبا ما تعتمد على شرح المستلزمات أو الأشياء التي تنطق باللغة الفرنسية، بالإضافة إلى ذلك فهي تراعي المستوى الاجتماعي الجزائري العام من خلال الحرص على استخدام المنتجات ذات الأسعار المعقولة التي يمكن للمرأة ذات الدخل المحدود والمتوسط التعامل معها، وتميل إلى استخدام أساليب الإقناع العاطفية في جذب الفئة

² خديجة بغو، الخطاب الساخر عبر مدونات الفيديو النسائية دراسة تحليلية لقناة نهلة السطيفية عبر اليوتيوب، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2021-2022، ص72.

المستهدفة وتقريبها منها ومحاولة خلق حالة شعورية من الترابط العائلي وكأن المتابعة جزء من عائلة المدونة.¹

❖ **المدونات الترويجية والاستهلاكية:** هذه المدونات تنقسم بدورها إلى قسمين:

✓ **المدونات الخاصة بعرض السلع:** وهنا نجد أن صاحبة المدونة تروج بطريقة مباشرة لمنتجات معينة وتحث متابعاتها على اقتنائها عن طريق إقناعهن بجودتها، وأسعارها الجيدة، مثل هذه المدونات تكون ترويجية بصورة مباشرة وذلك لكون صاحباتها تقمن بدور المعلن للسلع لأصحاب الماركات التجارية أو حتى المحلات وينلن بذلك نسبة من الأرباح كما يمكن أن تكون هي صاحبة تلك المنتجات وتقوم بالترويج لها لتحقيق الربح المادي بالدرجة الأولى، وعادة ما تعقد هذه المدونات اتفاقية مع أصحاب المحلات أو المنتجين وذلك بان تقوم بالترويج للسلع في شكل فيديو مباشرة من المحل والتعريف بأسعارها ونوعيتها.

✓ **المدونات الخاصة بعرض المشتريات:** وهنا قد تكون عملية الترويج غير مقصودة بحيث تهتم صاحبة المدونة بخلق مواضيع روتينية متعددة فيحدث أن تشتري أشياء جديدة لبيتها مثل الأواني والأثاث واللباس والماكياج... فتكون هذه المعروضات احد روتيناتها اليومية التي تدخل ضمن المواضيع المطروحة في قناتها وهدفها من ذلك تعليم المتابعات كيفية ترتيب المنزل بمواكبة المنتجات الحديثة، التي تحصل عليها من محلات مختلفة بأسعار مقبولة وجودة مضمونة، وهي بذلك تكون بصدد الترويج لمنتجات محل معين بطريقة غير مباشرة خاصة إذا قامت بالتعريف بالمحل الذي اشترت منه أو وصف المكان الذي يقع فيه.²

❖ **المدونات الفنية (تمثيلية، ترفيهية، غنائية...)** وهي كذلك تنقسم إلى قسمين:

✓ **تمثيل فكاوي فردي:** حيث تختص مثل هذه المدونات بتقديم قصة من واقع المجتمع الجزائري بطريقة فكاوية هزلية.

¹ خديجة بغو، المرجع نفسه، ص 72-73.

² المرجع نفسه، ص 73-74.

✓ مدونات فكاية بمواضيع متعددة: تنقسم إلى:

الأولى: نجد صاحبة القناة تستعين بأشخاص معينين أحيانا يساعدونها في التمثيل لطرح القضية ما بصورة فكاية.

الثانية: وهي المدونات التي تكون صاحبها ممثلة فكاية ولكنها لا تعتمد فيها دائما على التمثيل فهي تعتمد على تنوع المواضيع حيث أحيانا تكون بصدد عرض حالة معينة بطابع فكاية، وأحيانا أخرى تقوم بعرض واقعة حدثت لها بأسلوب عادي وعادة ما يكون جاد، كما تلجأ إلى عرض خرجاتها اليومية كالتسوق والتجول.¹

4. مميزات وخصائص التدوين المرئي النسوي

أولا: المميزات

✓ الإفصاح عن الذات:²

يشير الإفصاح عن الذات **le dévoilement de soit** إلى الميل لمناقشة المعلومات الشخصية مع أشخاص آخرين. ويمكن القول أنه "العملية التي يبوح الفرد بواسطتها طوعا بمعلومات مهمة وحقيقية عن نفسه لشخص آخر، ويعرفه **جوارد** بأنه العملية التي يخبر فيها الفرد شخصا آخر بصدق عن معتقداته ومشاعره، كما ويعرف **lindsley** الإفصاح عن الذات بأنه مشاركة الآخرين المعلومات التي لم يطلعوا عليها فهو شكل من أشكال مشاركة الآخرين عن نفسك وخبراتك الحياتية، وظروفك الشخصية ومشاعرك وصراعاتك وطموحاتك وكذلك آراءك واتجاهاتك.

ويمثل التدوين المرئي فضاء ملائما ومهيئا لتعزيز هذه الممارسة الاجتماعية لدى المرأة، من خلال فتح المجال للبوح والتعبير والتعرف أكثر عن نفسها وفهم ذاتها من خلال ردود أفعال الآخرين.

¹ **المرجع نفسه**، ص 75.

² بدر الدين مرزوقي، خديجة ساعد هوارى، **التدوين المرئي النسوي والفضاء العمومي**، التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر-تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة أم البواقي، 2021، ص 317-318.

ولتوضيح كيفية حدوث عملية الإفصاح عن الذات طور الباحثان جوزيف لوفت Joseph Loft وهاري انجم Ingham Harry نموذجاً أطلقا عليه "نافذة جوهاري" "Johari Window" حيث تم تقسيم الذات البشرية إلى أربع أجزاء رئيسية:

- **الذات المكشوفة:** وتشمل المعلومات لا يمكن للفرد إخفاؤها عن الآخرين.
- **الذات المخفية:** تتضمن معلومات يعرفها الفرد عن نفسه ولا يعرفها عنها لآخرين، وغالباً ما يميل الفرد إلى إخفاء هذه المعلومات وحجبها عن الآخرين خوفاً من الرفض أو الانتقاد.
- **الذات العمياء:** وهي تمثل المعلومات لا نعلمها عن أنفسنا لكنها ظاهرة للآخرين.
- **الذات المجهولة:** وهي منطقة غير معروفة من الجميع، وتمثل شخصيتنا التي لم يتم اكتشافها حتى الآن.

واستناداً لهذا النموذج الاتصالي يمكن القول أن المرأة من خلال الإفصاح عن الذات عبر التدوين المرئي فهي تكشف عن ذاتها وفي نفس الوقت تكتشفها. فالكشف عن الذات يعزز الثقة بينها وبين الآخرين ويسمح باتساع المساحة المكشوفة بينها وبين الآخرين كلما زادت التفاعلات، كما أنه يعمل كمرآة عاكسة لذات المرأة التي يمكن أن تكتشفها من خلال التفاعلات التي يدرجها المتفاعلون مع المدونة.

ومن الملاحظ أن المرأة عبر التدوين المرئي أصبحت تميل أكثر إلى الإفصاح عن ذاتها المخفية من خلال تناولها لمواضيع شخصية تتعلق بخصوصيتها كمسائل الزواج والإنجاب والطلاق.¹

✓ انفتاح الفضاء الخاص:

تحتل المرأة دوراً مهماً في الثقافة الشعبية، حيث يعتبر البيت الفضاء الخاص الممثل لها في المخيلة الشعبية. فالبيت هو المكان الذي يملكه المرأة ويشغل أجزاء كبيرة، إن لم يكن كل وقتها. وقد أصبحت المرأة هي التي تحدد طبيعة البيت وتعكس شخصيتها وهويتها. وعلى الجانب الآخر، يعكس البيت أيضاً المرأة وتمثالاتها، لدرجة أنه يمكن أن يصبح المرأة هي البيت نفسه، فهما يتحدان ويتلازمان

¹ بدر الدين مرزوقي، خديجة ساعد هوارى، **المرجع نفسه**، ص 318-319.

معًا. ومن خلال الثقافة الشعبية والخطابات الذكورية، يتم إعطاء البيت دلالات تفوق الجوانب المادية والمكانية، بل تعطي له الحياة والروح ليصبح امتدادًا لحضور المرأة وتمثيلها في المجتمع.

✓ الظهور للعلن:¹

يتزايد إقبال المرأة على الظهور عبر الانترنت، ويبدو اليوم أن الكثير من النساء لديهن رغبة في الخروج من المجهولية والتحول إلى الظهور العلني، فالإفصاح عن الذات وانفتاح الفضاء الخاص سيؤديان حتماً بالمرأة لأن تكون مرئية على الويب أو على الأقل بالنسبة لمجتمع التواصل الاجتماعي الذي يتابعها، ويتمثل ظهور المرأة عبر التدوين المرئي من خلال نمطين:

الظهور الكامل: تتجه فيه المرأة إلى ظهورها أمام الكاميرا كخطوة جريئة لمواجهة المجتمع، وغالباً ما تستعمل هذه الفئة اسمها الحقيقي والكامل، وغالباً ما تشارك ظهور أفراد عائلتها.

الظهور الجزئي: تتجه فيه المرأة إلى إظهار جزء من جسدها كالليدين مثلاً مقابل إخفاء الوجه، وغالباً ما تستعمل أسماء مستعارة.

✓ جمهور التدوين المرئي:²

لا يمكن الحديث عن التدوين المرئي بدون أن نشير إلى جمهور هذا النوع من المحتوى، فالجمهور هو العامل الرئيسي الذي يقود التدوين المرئي حالياً، فلا جدوى من مشاركة محتوى فيديو إذا لم يكن هناك من يشاهده.

في غياب معرفة معينة عن الجمهور، يأخذ المدونون إشارات من بيئة وسائل التواصل الاجتماعي لتخيل المجتمع، فمثلاً يتيح موقع يوتيوب مؤشرات لفهم الجمهور وتقييم الأداء من خلال الاطلاع على البيانات الخاصة بمقاطع الفيديو والتي تكشف على:

➤ القدرة على جذب المشاهدين (المحتملين مرات الظهور).

➤ القدرة على جذب الانتباه (المشاهدات).

➤ القدرة على الحفاظ على اهتمامهم (وقت المشاهدة).

¹ المرجع نفسه، ص 321

² المرجع نفسه، ص 321-322.

ثانيا: الخصائص

تستمد المدونات المرئية خصائصها من الخصائص التي أتاحتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والتي أثرت الجانب التقني كما المضاميني، وانطلاقا من تعريف الباحث "Albertovich" للمدونات المرئية على أنها "نوع غير متزامن من الاتصال عبر الانترنت، يفترض مسبقا نشر رسائل الفيديو بترتيب زمني أو وفقا لفئتها الموضوعية، ويمنح الفرصة للجمهور للتعليق في شكل مكتوب أو عن طريق الرد بالفيديو"، يمكن استعراض مجموعة من الخصائص:¹

✓ **سهولة وسرعة النشر والمشاركة:** لا يتطلب نشر مدونات مرئية تكويننا تقنيا عاليا، أو مجموعة معقدة من الأجهزة فقد نجحت اليوم عشرات النساء ومنهن ربات البيوت من خلال كاميرا هاتفهن في صناعة وتقديم عشرات المحتويات التي تدخل مثلا في خانة الروتين اليومي والتدابير المنزلية ووصفات المطبخ ولاقت استحسانا ومتابعة من طرف المتابعين. ضف إلى ذلك إمكانيات النشر من خلال اتساع عدد مشترك خدمة الانترنت في الجزائر وخاصة انترنت الهاتف النقال والذين تجاوز عددهم سنة 2020 أكثر من 45 مليون مشترك حسب حصيلة حديثة لسلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية، مكن هذه الفيديوهات من الانتشار ومشاركتها عبر وسائط مختلفة. وخاصة شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والتي تمكنت فيها المرأة الجزائرية أيضا من خلق عديد المجموعات النسوية التي تتشارك فيها المواضيع والاهتمامات.

✓ **التفاعلية:** سمة طبيعية في الاتصال الشخصي، وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الانترنت فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل لرسائل، وإنما مرسل لها في الوقت ذاته الأمر الذي يحقق مستوى مرتفع من التفاعل، وهنا نلاحظ أن المدونات الجزائريات استقن من هذه الخاصية كثيرا في خلق روابط تشاركية مع غيرهن من الملتقيات ويبرز ذلك مثلا في خاصية فتح التعليقات لإبداء الرأي في المدونات وكثيرا ما كانت المدونات تقمن بالرد على عديد التعليقات

¹ نفيسة نايلي، أمينة علاق، المدونات المرئية النسوية في الجزائر وصناعة المحتوى قراءة تحليلية في عينة من النماذج، التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر- تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة أم البواقي، 2021، ص60-61.

والاستجابة لبعض المطالب في تقديم وصفات جديدة أو نصائح فيما يتعلق بالعناية بالمنزل أو البشرة وغيرها...

✓ **اللاتزامنية:** تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، وهنا عديد المدونات تقمن بعملية تسجيل للفيديوهات ثم وضعها لاحقاً والتفاعل معها، الأمر الذي يضمن إمكانية المتابعة وإعادة المتابعة للفيديو وقت التفرغ، كما يحدث أن تتوجه المدونات أحياناً إلى البث المباشر وإعلام المتابعات والمهتمات بالوقت مسبقاً، لينحول الفيديو لاحقاً إلى أرشيف المدونة ويبقى محل اهتمام ومتابعة وإن مر عليه وقت طويل من نشره.

✓ **تجاوز احتكارية الوسائل التقليدية والرقابة السلطوية (اتساع نطاق حرية النشر):** بالنسبة لهذه الخاصية تعتبر ميزة أساسية لفعل التدوين بشكل عام، والتدوين المرئي بشكل خاص بحيث تتاح الفرصة للمدونات مشاركة عديد المواضيع والقضايا بطريقتين الخاصة، (شكلاً ومضموناً) متجاوزات بذلك زمن احتكار وسائل الإعلام التقليدية التي كانت تمنح فيها فرص الظهور للمرأة وفق مساحات زمنية محددة سلفاً بالوقت وحتى توجه الوسيلة الإعلامية، على عكس الفضاءات الإلكترونية الجديدة والتي شكلت من خلال عرض فيديوهات عبر منصة اليوتيوب فضاء للبوح والتفيس لقضاياهن ويوميتهن وحتى فضفضة لمشاكلهن وربما لعب دور الناصح والمرشد دون أن يخضعن لمقص الرقيب، حتى وإن كان في هذه المدونات ألفاظ غير لائقة أو بذينة أو تتناقض مع قيم وأخلاقيات البيئة الجزائرية وغريبة عن واقع الأسر ومعيشتها.¹

✓ **هويات مستعارة وتفاعلات افتراضية:** ما يميز المدونات المرئية النسوية هي أن العلاقة بين طرفي الاتصال في الفضاء الإلكتروني ليست علاقة إنسانية كما هي في المجتمع الواقعي، بل هي إنسانية مفترضة، أي متفاعلة بين إنسان وإنسان عبر وسيط إلى وبشكل غير مباشر، وهذا ما عزز في عملية التعبير سواء على مستوى صاحبة المدونة أو المتفاعلات معها، فيسجل على الكثير من المدونات رصد مثلاً الروتين اليومي في ظل إخفاء ملامح الوجه والاكتفاء بعرض ديكور المنزل. والأمر يمتد إلى الاسم فتفضل الكثير منهن تقديم نفسها باسم "أم..."، الاسم مع الولاية أو الجهة

¹ المرجع نفسه، ص 62.

الشاوية، القبائلية... " ونفس الشيء للمتابعات أو المتفاعلات اللواتي يسجلن تعليقاتهن بالإيجاب أو السلب، بالشكر أو الذم وهن يختفين خلف أسماء مستعارة.¹

انطلاقاً من الخصائص التي تميزت بها المدونات المرئية النسوية يظهر لنا سر انتشارها واستقطابها المستمر لشرائح نسوية مختلفة، الأمر الذي سمح بتشكيل عوالم مختلفة من المواضيع والأفكار والقضايا النسوية.

5. أبعاد محتوى المدونات المرئية النسوية

المدونات المرئية النسائية في الجزائر تتميز بتنوع مضامينها ومحتوياتها كما ذكرنا من قبل لكنها تحمل في طياتها أبعاداً مختلفة، فإذا كانت في ظاهرها تبدو ذات طابع اجتماعي بمضمون بسيط يوجه لشرائح مختلفة من المجتمع خاصة النساء منهم، إلا أنها قد تذهب إلى أبعد من ذلك، فمن خلال المواضيع المقدمة قد يتضمن المحتوى الذي تصنعه المرأة أبعاداً أخرى تتداخل فيما بينها حسب طبيعة المضامين المطروحة في كل مرة، ومن خلال هذا العنصر سنحاول التفصيل في الأبعاد المختلفة لمضامين المحتوى الذي تصنعه المرأة الجزائرية عبر مدوناتها المرئية.²

✓ البعد الاجتماعي:

يكمن البعد الاجتماعي للمدونات المرئية النسائية في الجزائر، ومن خلال المدونات التي قمنا بالاطلاع عليها في العلاقة الافتراضية التي تنشأ بين صاحبة المدونة والمشاركات فيها بحيث نجد أن طريقة الخطاب تكون موجهة للجمهور بأسلوب بسيط يوحي بالألفة القائمة بين المدونة وبين مشاركتها، وفي أثناء تقديمها لموضوعاتها فهي تخاطب في كل موقف مشتركة أو معجبة كانت قد استقرت عن أمر معين، إن كان ذلك حول طريقة إعداد وصفة طبخ أو محل اقتنت منه منتج معين أو غير ذلك من الأسئلة التي تصل للمدونة عبر التعليقات أو عبر وسائط التواصل الاجتماعي الأخرى كالإنستغرام أو الفيسبوك.

¹ المرجع نفسه، ص 63.

² نفيسة نايلي، أمينة علاق، مرجع سبق ذكره، ص 69.

كما يكمن البعد الاجتماعي في النصائح التي تقدمها المدونة خارج محتوى الموضوع المقدم أو ضمنه. بالإضافة إلى ذلك فإن البعد الاجتماعي يتجلى في التفاعل مع محتويات المدونات من خلال الدردشة الافتراضية التي تصنعها المدونات فعندما تعلق مشتركة حول الفيديو وتبدي رأيها نجد من يؤدها ومن يعارض ومن يحايد وغالبا ما تكون هذه الحوارات عبارة عن طرح لأفكار وتبادل معلومات.¹

✓ البعد السياسي:

يكمن البعد السياسي في محتوى المدونات المرئية للمرأة الجزائرية من خلال المدونات الترفيهية والفكاهية وذلك بالنظر إلى طبيعة ومحتوى تلك المضامين فهي عادة ما تطرح مشاكل يعاني منها الفرد الجزائري بصفة عامة، كالبطالة والبيروقراطية والهجرة غير الشرعية، ومختلف المشاكل الاجتماعية والاقتصادية، فهي في مضمونها تحمل رسائل مباشرة أو غير مباشرة تشير إلى الظلم الاجتماعي الذي يعاني منه الشباب سيما في مجال الشغل وأزمة السكن وغلاء المعيشة... والتي تكون أسبابها سياسية بالدرجة الأولى نتيجة فشل النظام السياسي وسوء التسيير، وتتطرق أغلب المدونات لهذه المشاكل كمواضيع غلاء المواد الغذائية التي تشير لها المدونات الخاصة بالطبخ والروتين اليومي وذلك من خلال الحرص على تقديم أفكار وتدابير بمستلزمات ومكونات في المتناول.

✓ البعد الثقافي:

تتجلى الأبعاد الثقافية في أغلب المدونات المرئية للمرأة الجزائرية لا سيما في تلك التي تختص بالطبخ والتدابير والروتينيات اليومية وذلك من خلال التعريف بالأطباق الجزائرية وأصلها، كما نجد ذلك في التعليقات حول المدن الجزائرية التي توجد بها سلع معينة دون أخرى وكذلك الحديث عن الأسواق والمحلات والشوارع التي تتواجد بها هذه المنتجات....، وهذا كله عبارة عن نقل ثقافة الآخر بصورة غير مباشرة.

أما عن المدونات التي تمتلكها جزائريات مغتربات في دول متعددة من العالم فإن البعد الثقافي يكمن في التعريف بثقافة الآخر كما رأينا في الثقافة الكورية والسويدية وحتى في عادات ونمط العيش في الولايات المتحدة الأمريكية، بالإضافة إلى ذلك فإن صاحبات هذه المدونات تحاول دائما إبراز

¹ المرجع نفسه، ص 69-71.

الثقافة الجزائرية للآخر من خلال أنواع الأكلات الجزائرية خاصة التقليدية منها وكذلك اللباس الجزائري بمختلف طوبوعه وانتماءاته.¹

✓ البعد الديني:

تجسيد المبادئ الدينية والقيم الأخلاقية حاضر في مختلف المدونات المرئية للمرأة الجزائرية وأول ما يلفت الانتباه في ذلك هو طريقة تقديم العديد من المدونات إذ يبدأ حديثهن بالسلام وحتى الصلاة والسلام على رسول الله كما نلاحظ تفضيل الكثير من المدونات عدم إظهار شخصياتهن، يتعلق الأمر هنا بمدونات التدابير والروتينيات اليومية، أما في باقي المدونات فإن القيم الدينية تتجلى في نوع المواضيع التي يتم التطرق إليها والتي تراعي الذوق العام ومبادئ المجتمع الجزائري خاصة من تلك المواضيع التي تقدمها المدونات الترفيهية والتمثيلية، أما المدونات الخاصة بالمغتربات فنجد أن صاحباتها معظمهن محجبات وحتى غير المحجبات منهن فإنهن تحرصن على أن تكون موضوعاتهن مطروحة بطريقة أخلاقية تتماشى والثقافة الدينية والمبادئ الأخلاقية.

✓ البعد الاستهلاكي والترويجي:

ويكون في استخدام المدونة محتواها لتحقيق الربح المادي بواسطة الترويج لمنتجاتها وسلعها الخاصة ويكون ذلك في مجالات متعددة مثل الخياطة والطرز وصناعة الحلويات ومختلف الحرف والصناعات التي تمارسها صاحبة القناة في حد ذاتها....

كما تختص الكثير من المدونات المرئية للمرأة الجزائرية فيعرض منتجات استهلاكية مختلفة لمحلات معينة أو منتجات الشركة ما، وذلك من خلال عقد اتفاقية بتوظيف قناتها للترويج لسلعه أو منتجاته سواء كانت هذه السلع والمنتجات مواد تجميل أو البسة أو أثاث منزل أو أواني وبذلك تكون هي شريكة في الربح وقد يتخذ شكل هذا الترويج نوعين هما:

➤ **الترويج المباشر:** بحيث نجد صاحبة المدونة تقرر صراحة بأنها تروج لسلع أو منتجات جهة معينة وتستخدم كل أساليب الإقناع والخطاب الترويجي الرنان من أجل دفع متابعاتها إلى التفاعل معها والمساهمة في اقتناء ما تروج له من سلع أو منتجات مختلفة.

¹ المرجع نفسه، ص73.

➤ **الترويج غير المباشر:** وهنا نجد صاحبة القناة أو المدونة تعرض لمتتبعاتها مشترياتها المختلفة وفي كل مرة تجلب لهن أشياء ومنتجات جديدة وحديثة خاصة ما تعلق بالأواني والأجهزة الكهرومنزلية وملابس الأطفال.. وهنا نجد المدونة تعرض علينا مشترياتها وتحرص على التعريف بالمحل الذي اشترت منه وتستخدم في ذلك الاستمالة العقلية والعاطفية بالتأكيد على جودة هذه المنتجات بالإضافة إلى مناسبة أسعارها مقارنة بالمحلات الأخرى.

✓ **البعد الجغرافي:**

يمكن تقسيم المدونات المرئية النسائية في الجزائر حسب مجالاتها الجغرافية إلى:

➤ **مدونات وطنية:**

وهي المدونات التي تنشط في إطار عام وتوجه محتوياتها لكل شرائح المرأة الجزائرية على اختلاف ثقافتها ومستواها، ومن مثل ذلك مدونات الطبخ والتدابير المنزلية والتي تكون تسميتها عادية مثل شهيوآت أم وليد مطبخ وتدابير دداح، glam dz ... الخ، لأن محتوى هذه المدونات لا يشير إلى المنطقة التي تتواجد بها هذه المدونة وتنقل فكرة لمتتبعيها بأنها مدونة جزائرية موجهة لكل الجزائريات خارج وداخل الوطن.

➤ **مدونات محلية:**

وهي تلك المدونات التي تحرص صاحباتها على ذكر المنطقة التي تنتمي إليها من خلال التسمية مثل قناة حنان الجيجلية سارة الشاوية أو djurdjura.kahina.... وهذه المدونات تختص إما بتقديم وصفات للطبخ خاصة بمنطقتها أو التعريف بالعادات والتقاليد الخاصة بتلك المنطقة سيما فيما تعلق بنمط العيش وأساليب الاحتفال بالمواسم الدينية والأعياد، كما نجد مثل هذه القنوات تحاول التعريف بالمنطقة المتواجدة فيها من خلال عرض مجال خارجي لمناظر طبيعية أو التعريف بالمحلات والأسواق المشهورة في المنطقة.¹

¹ نفيسة نايلي، امينة علاق، **المرجع نفسه**، ص 73-75.

6. دوافع وحاجات التدوين الإلكتروني النسوي

وعن دوافع التدوين النسائي جاء في دراسة أعدتها Pedersen من خلال تحليل تجريبي لـ 50 مدونة من مدونات المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية تم اختيارها باستخدام دليل المدونات Globe of Blogs توصلت فيها إلى وجود خمس دوافع رئيسية تقف وراء إنشاء النساء للمدونات، هذه الدوافع هي:¹

- ✓ الرغبة في توثيق حياة المدون - خاصة أن النساء يملن إلى التدوين عن حياتهن الشخصية.
- ✓ التعبير عن المشاعر العميقة.
- ✓ تطوير الأفكار من خلال الكتابة.
- ✓ الحصول على التعليقات والآراء.
- ✓ وأخيرا تشكيل وصيانة المجتمعات والمنشآت الافتراضية التي تغذيها دائما النقاشات والتفاعلات عبر التعليقات.

في حين أكدت دراسة أخرى لـ Somolu ركزت هي أيضا على دوافع التدوين النسائي، أن اعتقاد النساء بأن للمدونات الإلكترونية قدرة على تمكينهن، كان الدافع الرئيسي الذي جعلهن يقبلن على التدوين، فبحسب النساء الإفريقيات فإن قوة المدونة كأداة لتمكين المرأة تكمن في قدرتها على توفير وسيلة للتعبير عن أنفسهن والتواصل مع النساء الأخريات، كما تستفيد العديد من النساء من قدرة المدونات على أن تكون أداة محادثة قوية تصل إلى جمهور واسع وبالنظر إلى انخفاض عدد النساء العاملات في وسائل الإعلام الرئيسية من المحتمل أن يكون عدم الرضا عن كيفية تمثيلهن في تلك الوسائل، قد دفع النساء إلى اللجوء إلى المدونات كوسيلة لتصوير القصص الحقيقية عن حياتهن.

فبالإضافة إلى دوافع التدوين التي عدناها سابقا، أضافت Pedersen دافعا آخر هو الدافع المادي، حيث كان الدافع المالي قويا بشكل خاص بين المدونات اللائي يبحثن عن طرق جديدة لإيجاد دخل بديل للعمل بدوام كامل خارج المنزل، ويمكن للمدونات أيضا أن تتحول إلى مصدر مالي من خلال

¹ سلمى مساعدي، سهام همال، المدونات الإلكترونية النسائية فضاءات تواصلية لمناقشة مواضيع المرأة، التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر - تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة أم البواقي، 2021، ص 87.

حمل الإعلانات أو طلب الاشتراكات وقد تكون الإعلانات مدفوعة حيث تدون النساء عن منتجات أو خدمات معينة في مدوناتهن مقابل الدفع، كما يمكن أن تتحول المدونات النسائية إلى مصدر مالي من خلال النشر المطبوع للمدونة بالكامل، إذ يوجد الآن الكثير من المدونات المنشورة على شكل ورقي والمعروفة باسم blooks.¹

وبهدف الكشف عن الحاجات النفسية التي تقف وراء ممارسة المرأة لفعل التدوين قامت Gina Masullo بإجراء دراسة شملت 321 امرأة مدونة، توصلت من خلالها إلى وجود ثلاث حاجات نفسية رئيسية تحدد مفهوم النساء لفعل التدوين، وقد قسمت تلك الحاجات إلى الآتي:

✓ **الحاجة إلى الكشف عن الذات والإفصاح عنها:** فكلما زادت حاجة المرأة إلى الإفصاح عن نفسها، زاد احتمال رؤيتها للمدونة كوسيلة للتعبير عن نفسها وإسماع صوتها، حيث تكون المدونات مكاناً أمثلاً لسماع أصوات الجماعات المهمشة.

✓ **الحاجة إلى الانتماء:** على اعتبار أن الانتماء ضرورة لتكوين علاقات مع الآخرين، فإن النساء اللاتي يحتجن إلى درجة عالية من الانتماء ينظرن إلى المدونات كوسيلة للتواصل مع أشخاص آخرين، ومن أجل تعزيز التفاعل الاجتماعي.

✓ **الحاجة إلى الإنجاز:** فإن النساء اللواتي لديهن حاجة قوية لتحقيق إنجازات يعتبرن أن التدوين هو وسيلة لاكتساب النفوذ والتأثير في عالم الانترنت، إذ تحكم النساء على قدرتهن على التأثير من خلال المدونات بالطريقة نفسها التي يحكم بها وسائل الإعلام الأخرى، فإذا كانت الصحف مثلاً تقاس بحجم القراء فإنه يمكن اعتبار أرقام زيارات المدونات مقياساً لتأثير.

هناك تنوع كبير في دوافع وحاجات التدوين الإلكتروني النسوي تعكس تجارب النساء الفريدة وتأثير الثقافة والخلفية والتجارب الشخصية عليهن، هذه الدوافع والحاجات ليست ثابتة وقابلة للتغيير تختلف من امرأة إلى أخرى فكل امرأة لديها خلفية وتجربة مختلفة.

¹ سلمى مساعدي، المرجع نفسه، ص 89-88.

7. آفاق التدوين الإلكتروني النسوي ومخاطر العولمة الثقافية

باتت شبكة الإنترنت مختبرا لقيادة الحركات فالنساء أصبحن أكثر تحررا، حيث ساعد التدوين الإلكتروني المرأة في:¹

✓ كيفية حشد الجماهير والتعامل مع القاعدة العضوية/ جمهور القراء.

✓ كيفية التخطيط للفعاليات.

✓ كيفية وضع إستراتيجية إعلامية.

✓ كيفية صياغة الرسائل.

✓ كيفية حشد الأموال.

✓ كيفية التعامل مع الخلافات، والانتقادات، والفشل، والإحباط.

✓ كيفية التعامل مع المواقف بمرونة.

✓ كيفية تقديم يد العون للأقران.

وتشير المدونة أمينة عمروش صاحبة مدونة "زهرة عياش"، " المدونات الجزائرية فضاء للحريات" أن العنصر النسوي حاضر في التدوين الجزائري رغم قلته، والمدونات الجزائريات يلجأن إلى استعمال أسماء مستعارة نظرا لطبيعة المجتمع الجزائري.

فالتدوين العربي عموما يتميز بطغيان العنصر الرجالي وقلة العنصر النسوي حيث تبين دراسة أجرتها جامعة هارفارد حول التدوين العربي أن أعلى نسبة مدونات إناث موجودة في التكتل السوري بنسبة 13% وعلى عكس الدول الغربية، تشير المدونين والتكتل السوري يشمل سوريا ولبنان والأردن وفلسطين.

مستقبل التدوين الإلكتروني النسوي يتجه نحو زيادة الوعي والتأثير، تنوع الأصوات وتعزيز المجتمعات النسوية عبر الانترنت، التفاعل والمشاركة المتعمقة، والابتكار التقني، هذا يعني أن النساء سيستمرن في تعزيز صوتهن وتحقيق التغيير من خلال التدوين الإلكتروني.

¹ خولة ركوك، الطيب عيساوي، التدوين الإلكتروني النسوي ومسؤولية الحفاظ على القيم الاجتماعية، التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر- تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة أم البواقي، 2021، ص522.

خلاصة

التدوين المرئي النسوي يمثل منصة قوية ومؤثرة للنساء للتعبير عن أنفسهن وتسليط الضوء على القضايا التي تهمهن، يعمل التدوين المرئي النسوي على تمكين النساء من الظهور والتعبير عن آرائهن ومشاركة قصصهن بطرق إبداعية وفنية تلقي الضوء على تجاربهن الفريدة والتحديات التي يواجهنها، فمن خلال التدوين المرئي النسوي يمكن للنساء تحقيق تأثير كبير وتعزيز الوعي والتغيير الاجتماعي، فهو أداة قوية لتحقيق العدالة الجندرية وتعزيز حقوق النساء والمساهمة في إقامة مجتمع أكثر تكافؤًا وتوازنًا بين الجنسين.

تمهيد

1. مفهوم الوعي الذاتي
2. أنواع الوعي الذاتي
3. خصائص الوعي الذاتي
4. أسس الوعي الذاتي ومكوناته
5. أبعاد ونماذج الوعي الذاتي
6. النظريات المفسرة للوعي الذاتي
7. الجوانب العامة للذات
8. الوعي الذاتي للمرأة

خلاصة

المبحث الثالث: مفهوم الوعي الذاتي: أنواعه وخصائصه وأبعاده

تمهيد:

يعد الوعي الذاتي من أهم المفاهيم التي تساعد الإنسان على التعرف على ذاته وفهمها بشكل أفضل، ويعد أساسيا لتحقيق التطور الشخصي والنجاح في الحياة. فالوعي الذاتي هو القدرة على التعرف على مشاعرنا وأفكارنا وتصرفاتنا وتحليلها والتفاعل معها بشكل صحيح. ويعد الوعي الذاتي مفتاحا لتحسين العلاقات الشخصية والاجتماعية والمهنية، وذلك من خلال فهم أنفسنا بشكل أفضل. ويمكن تعزيز الوعي الذاتي من خلال الملاحظة المستمرة بالتفكير والمشاعر والتصرفات الخاصة بنا ويجب علينا أن نكون مدركين لما يحدث في داخلنا وأن نحلله ونتفاعل معه بشكل صحيح من خلال التواصل مع مشاعرنا وتفكيرنا، نكتشف أنماط سلوكنا ومعتقداتنا الداخلية. وسنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم الوعي الذاتي، أنواعه وخصائصه وأبعاده.

1. مفهوم الوعي الذاتي

يرد مفهوم الوعي بشكل عام بمعنى الفهم وسلامة الإدراك، وقد يطلق الوعي على حالة اليقظة في مقابل أن يكون الفرد في حالة النوم أو التخدير أو فاقد للوعي، وورد في أدبيات علم النفس بأنه معرفة الفرد لنفسه ومحيطه وإدراكه لمشاعره واتجاهاته، وقد ذكرت العديد من التعريفات لهذا المفهوم.¹

ومن أهم تعريفات الوعي الذاتي ما ذكره جولمان، حيث عرف الوعي بالذات بأنه مراقبة نفسك والتعرف على مشاعرك، وتكوين قائمة بأسماء المشاعر، ومعرفة العلاقات بين الأفكار والمشاعر والانفعالات واتخاذ القرارات الشخصية.²

وعرف باس الوعي الذاتي بقدرة الفرد على توجيه الانتباه إما نحو ذاته أو خارجها اتجاه البيئة وان هذا التوجه الانتباهي يسبب حالة التقويم الآني.³

ويمكن تعريف الوعي الذاتي بأنه قدرة الفرد على إدراك ذاته الواقعية وإدراك البيئة المحيطة والعالم من حوله، وإدراك كيف يراه الآخرون بما يمكنه من التوافق مع ذاته ومع الآخرين.

الوعي الذاتي هو القدرة على الملاحظة وفهم وتقدير وتحليل مشاعرنا وأفكارنا وتصرفاتنا، وكذلك فهم العواطف والردود العاطفية للآخرين. وهو يتعلق بدراسة ما يحدث داخلنا من خلال التركيز على مشاعرنا وأفكارنا وتصرفاتنا، وتقبلها بدون الحكم عليها أو إنكارها، ومن خلال الوعي الذاتي يمكن للشخص التعرف على نقاط القوة والضعف لديه والعمل على تطوير نفسه وتحسين أدائه في الحياة.

¹ موسى عطية الله عطية الرفاعي، الوعي الذاتي وعلاقته بالقلق في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية لدى طلبة المرحلة الثانوية بمحافظة بنبع، دراسة مقدمة لإكمال درجة الماجستير في تخصص الإرشاد النفسي، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الأدب والعلوم الإنسانية، قسم علم النفس، 2022، ص5.

² أمانة عطا الله مسلم البطوش، مستوى الوعي الذاتي لدى عينة من الطلبة المتنمرين وعلاقته بضبط الذات لديهم في لواء قصب عمان، مجلة جامعة الحسين بن طلال للبحوث، الملحق2، المجلد7، عمان - الأردن، 2021، ص145.

³ موسى عطية الله عطية الرفاعي، مرجع سابق، ص5.

2. أنواع الوعي الذاتي

إن الوعي الذاتي بصفة خاصة، يندرج ضمن المتغيرات النفسية الداخلية وما يرتبط به من أحداث ومثيرات تنعكس بدرجة مرتفعة ومنخفضة على أبنية الفرد العقلية والفكرية، ويتضمن ذلك نوعين وظيفيين متحدين معا في الوقت نفسه أحدهما خارجي قائم على الإحساس والثاني داخلي قائم على الذاكرة.¹ وأشار باس أن هناك نوعان من الوعي الذاتي وهما:

✓ **الوعي الذاتي الخاص:** الذي يقصد به الحالة العابرة من الانتباه إلى الجوانب الداخلية والخارجية والتي تتكون منها الذات الخاصة، وهذا يعني أن الفرد يكون مركزا شعوره وانتباهه على الجوانب الداخلية وغير المشتركة.²

✓ **الوعي الذاتي العام:** أو ما يسمى الخارجي أو البيئي عند باس، ويقصد به أن يكون انتباه الفرد مركزا نحو ذاته بوصفه موضوعا اجتماعيا، أو الانتباه الذي يتركه الفرد لدى الآخرين حينما يكون هو موضوعا اجتماعيا في مكان عام يراه فيه الآخرون وينتبه إليهم، إذ تسهم تأملاته وانفعالاته ومشاعره في تكوين الذات واختبارها في بعض المواقف الاجتماعية.³

وأكد ويتن أن الوعي الخاص بالفرد يعبر عن إدراك كل المثيرات الداخلية والخارجية، وأن الوعي الخاص بالفرد يتضمن مجموعة من النقاط هي:⁴

✓ إدراك الأحداث الخارجية.

✓ إدراك الإحساس الداخلي.

✓ إدراك الذات.

✓ الوعي بالأفكار حول الخبرات المختلفة.

¹ تقى بدري عزيز، الوعي الذاتي وعلاقته بالإقناع الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علم النفس، جامعة ابن الهيثم بغداد، كلية التربية للعلوم الصرفة، 2015، ص 17.

² Buss, AH, self consciousness and social anxiety, university of Texas, W H. freeman and company, 1980, p22.

³ Buss, p34.

⁴ weiten, w : Psychology: themes and variations 3rd, London : Books Cole publishing. company, 1995, p34.

في حين ميز الشيخ بين نوعين من الوعي وهما:¹

- ✓ **الوعي الأشرفي (التوجيهي):** وهو وعي يسبق الاستجابة ويمثل الانتباه إلى الموقف المثير، إذ أنه يصحح الاستجابات ويجعلها ملائمة للتعامل مع المواقف، ووعي وظيفي يشبع من خلال العمليات العقلية أو الذكاء، ويكون مرتبطاً بالوجهة الأدائية للسلوك.
- ✓ **الوعي الوجداني:** ويكون أقرب إلى ما يطلق عليه مصاحبات وجدانية للاستجابة مثل الوعي بمعدل الفرح الذي يعقب استجابة مخيبة أو محبطة، وهذا النوع من الوعي يكون مرتبطاً بكيفية أداء الاستجابة.

3. خصائص الوعي الذاتي:

- الوعي الذاتي هو القدرة على التعرف على الذات وتحقيق الفهم العميق لمشاعرنا وأفكارنا وتصرفاتنا، يشمل الوعي الذاتي مجموعة من الخصائص وهي:
- ✓ خاصية إنسانية يختص بها هذا الكائن عن غيره من الكائنات.
- ✓ هناك ارتباط لا يكاد يكون واضح الحدود بين البعد النفسي والاجتماعي لمفهوم الوعي الذاتي.
- ✓ الوعي خاصية موضوعية أو موقعية، فكل البشر بدون استثناء لهم حالة وعي ما في نشاط إنساني ما على الأقل.
- ✓ يمكن أن يكون الوعي الذاتي عاماً شمولياً كما يمكن أن يكون تخصصياً، كالوعي الاستهلاكي والرياضي مثلاً.
- ✓ خاصية شديدة التشابك مع خصائص أخرى كالعقل والذكاء والصور الذهنية والمخيل وما شابه، فالوعي مفهوم واسع يقبل التصريف ومن مختلف المنابع المعرفية، حيث يمكن فهمه من زاوية علم النفس أو السياسة أو علم الاجتماع في الوقت ذاته، مما يدل على وجه التشابه بينه وبين المعرفة إلى حد ما.²

¹ تقى بدري عزيز، مرجع سابق، ص18.

² عبد القادر النوعي، واقع الوعي الذاتي- جماهير التلفزيون بين أطروحات الإعلام الإسلامي التلفزي والإعلام العولمي التلفزي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع تخصص اتصال، جامعة الجلفة، 2017-2018، ص249-250.

✓ خاصية تتراوح بين الشدة وضدها، والقوة والضعف، ومن هذا المنطلق هي خاصية تقبل القياس العلمي الممنهج والمضبوط.

✓ الوعي الذاتي خاصية إنسانية قد تكون معمرة أو محصورة زمنياً، لذلك هي خاصية قابلة للقياس العلمي.

✓ الوعي خاصية قابلة للتجديد والصيانة الدورية، أي أنه خاصية من المفترض أنها تكيفية، إذ أن الوعي وحتى يستجيب للمتغيرات المتسارعة فإن عليه أن يحور في بنيته الخاصة بتحسين إدراكه لذاته وما حوله.

✓ الوعي مقياس يدل على مستوى الارتقاء الإنساني وبالتالي الرقي الاجتماعي.

4. أسس الوعي الذاتي ومكوناته:

الوعي الذاتي يعتبر مفتاحاً هاماً في تحقيق التنمية الشخصية والنمو الذاتي، يعتمد الوعي الذاتي على مجموعة من الأسس والمكونات التي تساهم في تطوير فهم أعمق للذات والحياة فهناك ثلاث محددات رئيسية مكونة للوعي الذاتي وهي:¹

✓ علاقة الوعي بالإدراك (المحددات النفسية الأولية):

الوعي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالإدراك حسب عديد المفكرين والباحثين حيث يرى مذكور إبراهيم أن الوعي من المعطيات الأساسية التي تتمثل الفكر والوعي عنده هو "إدراك المرء لذاته وأحواله وأفعاله إدراكاً مباشراً، وهو أساس كل معرفة وله مراتب متفاوتة في الوضوح، وبه تدرك الذات أنها تشعر وأنها تعرف ما تعرف"، وبصفة أدق يتأثر الوعي بما يسمى الإدراك الحسي خارج نطاق الحواس والذي تتمثله العناصر التالية:

➤ **التخاطر:** أو نقل فكرة من شخص لأخر يكون في الغالب في مكان بعيد.

➤ **الاستشفاف:** وهو رؤية أشياء وأحداث بعيدة خارجة عن حاسة الإبصار.

➤ **الإدراك التنبؤي:** أي التنبؤ بحدث مستقبل.

✓ علاقة الوعي بالثقافة (المحددات الاجتماعية):

¹ المرجع نفسه، ص 250-251.

الثقافة تتأثر بعاملين هما:

➤ **تأثير الشروط الاجتماعية على الثقافة:** حتى ردود الأفعال التي تبدو شاملة، تخضع لتأثير الثقافة لأنها نفسية، لقد أتاحت التجربة السلبية التحقق من أن المثيرات التي تبدو من الناحية المادية متشابهة يتلقاها الأفراد المنتمون إلى مجموعات ثقافية مختلفة، بطريقة مختلفة.

➤ **تأثير الشروط المعرفية على الثقافة:** "المعرفة هي مجموعة المعاني والتصورات والآراء والمعتقدات والحقائق التي تتكون لدى الإنسان عن طريق الفطرة أو نتيجة لمحاولاته المتكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به ومصادرها الفطرة، الواقع، والوحي". أي أن المعرفة غير الثقافة إلا أنها أحد مكوناتها الأساسية وتبنى وفق المخطط التالي:

المعرفة = من الداخل إلى الخارج (معرفة الذات)، أو من الداخل إلى الخارج (معرفة الآخر)، أي أن المحك في هذه القضية هو الإنسان ذاته، وهي مرتبطة ارتباطاً تلازمياً بالإنسان، أي أنها غير منفصلة عنه وجودياً، تزول بزوال هذا الكائن.

✓ علاقة الوعي بالمنهجية:

في هذه الحالة نحن أمام ثلاث حالات انتقاء وثلاث حالات من الوعي الذاتي:

- **انتقاء معرفي (واعي):** أي عقلاني، ممنهج بدقة ووضوح (مبني على قرارات داخلية واعية) ما يعني عمليات توجيه إعلامية ضعيفة مقابل حالة وعي ذاتي نشطة وقوية.
- **انتقاء مزاجي (شبه واع):** أي متقلب غير مستقر (مبني على قرارات بين داخلية وخارجية) ما يعني عمليات توجيه إعلامية تنحو منحى القوة مقابل حالة وعي ذاتي مضطربة.
- **انتقاء مترهل (لاواعي):** وهو انتقاء ضعيف جداً (مبني على قرارات خارجية ترتبط بما يتم بثه دون أدنى فلترة) ما يعني عمليات توجيه إعلامية مطلقة مقابل حالة وعي ذاتي ضعيفة جداً أو معدومة.¹

¹ عبد القادر النوعي، **المرجع نفسه**، ص 251-252.

5. أبعاد ونماذج الوعي الذاتي

أولاً: أبعاد الوعي الذاتي

أبعاد الوعي الذاتي هي الجوانب المختلفة التي يمكن أن تكون موجودة في تجربة الوعي الذاتي للفرد، تتنوع هذه الأبعاد وتتفاعل مع بعضها البعض لتشكيل تجربة الوعي الذاتي للفرد، حدد فهيد أبعاد الوعي الذاتي لدى جولمان على النحو التالي:¹

✓ **الوعي الانفعالي:** ويقصد به مهارة اكتشاف الفرد لانفعالاته والتعبير عنها، وتقدير ذاته بتحديد جوانب القوة والضعف وتقدير دقيق لانفعالاته وعواطفه، وربط مشاعره بما يفكر فيه والثقة في ذاته وإمكانياته.

✓ **فهم الذات:** يشير فهم الذات إلى قدرة الأفراد لإدراك ذاتهم في أبعادها الجسدية والانفعالية والعقلية والاجتماعية، وفكرته عن الذات، وإدراك جوانب الخبرة المتعددة، وتحديد جوانب القوة والقصور في الذات.

✓ **الثقة بالنفس:** عرفها الغامدي بأنها مدى إدراك الفرد لكفاءته ومهاراته وقدراته الجسمية والنفسية، والاجتماعية، واللغوية التي من خلالها يتفاعل بفعالية مع المواقف المختلفة التي يتعرض لها في الحياة.

¹ موسى عطية الله عطية الرفاعي، مرجع سابق، ص5.

ثانياً: نماذج الوعي بالذات

نماذج الوعي الذاتي تهدف إلى فهم وتفسير طبيعة الوعي الذاتي وعملية التفاعل مع الذات، تعتبر هذه النماذج أدوات قيمة لدراسة الوعي الذاتي وتطويره، وتساعد في فهم كيفية تكوين الصورة الذاتية وتأثيرها على السلوك والتفاعلات الاجتماعية، ومن هذه النماذج ما يلي:¹

✓ **الواعون بذواتهم:** ويمتازون بوعيهم لحالاتهم المزاجية والانفعالية وشخصياتهم فيها استقلال فتتشكل لديهم القدرة على اتخاذ القرار وهو ايجابيون في تفكيرهم وسلوكهم ولا يستسلمون عند التعرض لمواقف محبطة.

✓ **المنجرفون (الغارقون):** في انفعالاتهم بسبب افتقارهم للوعي بمشاعرهم وعدم إدراكهم لها، فهم لا يستطيعون الخروج من حالاتهم المزاجية المتقلبة ويشعرون بالعجز اتجاه توابع هذه الانفعالات.

✓ **المتقبلون لمشاعرهم:** المتقبلون لمزاجهم كما هو ولا يسعون لتغييره بالرغم من وعيهم له وينقسم هؤلاء الأشخاص إلى نوعين أولهما ذوي المزاج الجيد فلا يكون لهم دافع لتغييره، والنوع الثاني من يكون مزاجهم سيئ ويدركون هذا المزاج السيئ فيقبلونه كما هو ولا يغيرونه.

الوعي الذاتي يشمل عدة أبعاد ذكرها جولمان في كتابه فهي تسهم في فهمنا لأنفسنا وتحسين تواصلنا مع العالم الداخلي والخارجي والتحكم في الأفكار السلبية وتعزيز التفكير الإيجابي.

هذه الأبعاد تساعد على بناء الوعي الذاتي الشامل وتحقيق التنمية الشخصية، يمكننا تعزيز هذه الأبعاد من خلال الممارسات اليومية مثل التأمل والتفكير الذاتي وممارسة الرياضة كما انه يمكن الاستفادة من القراءة والتعلم المستمر لتوسيع معرفتنا وفهمنا لأنفسنا.

¹ عبد الرحمن بن منيف الخالدي، **الوعي الذاتي وعلاقته بالتوافق النفسي لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية**، مشروع مكمل لنيل شهادة الماجستير في التوجيه والإرشاد التربوي، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، 2014، ص12-13.

6. النظريات المفسرة للوعي الذاتي

أولاً: الاتجاه التحليلي ومن أهم نظريات هذا الاتجاه نظرية التحليل النفسي لفرويد:¹

أشار فرويد إلى أن الوعي بالذات غالباً ما يكون في اللاشعور، ولذا يصعب الوصول إليه، مؤكداً على أهمية العالم الداخلي للفرد في محاولاته لفهم ذاته، كذلك بين صعوبة وعي الفرد بحقيقة دوافعه حيث أن فهم الذات غالباً ما يكون غير دقيق، وقد مثل فرويد ذلك بشكل جبل الجليد الذي يختفي معظمه تحت الماء، وبذلك يؤكد فرويد على أن الفرد ليس لديه الوعي التام بذاته من حيث معرفته بعلمه الداخلي.

ثانياً: الاتجاه الإنساني وأشهر نظرياته نظرية الذات لكارل روجر:

ويرى أصحاب هذا الاتجاه ومنهم روجر أن الوعي الذاتي يتكون من خلال الخبرة الذاتية للفرد في المجال الذي يعيش فيه، وهي صورة يكونها الفرد عن نفسه جنباً إلى جنب مع تقويمه وحكمه على هذه الصورة، فيربط في نظريته بين الاعتبار الإيجابي من قبل الآخرين ونمو الوعي عن الذات.²

ثالثاً: الاتجاه السلوكي ويمثل هذا الاتجاه عدة نظريات من أشهرها نظرية واطسن وبافلوف وسكينر:

وبشكل عام تقول هذه النظريات أن الوعي ناتج عن خبرات تكونت نتيجة للمثيرات التي يمر بها الفرد فيتكون لديه التفهم الواعي الذي يتضمن زيادة واضحة في سلوك الفرد من حيث دقة الملاحظة، والوعي بالمثيرات الداخلية والخارجية في اللحظة الحاضرة وتبني اتجاهات منفتحة لتقبل الواقع وليس التقييم والحكم على الموقف الحاضر.

رابعاً: الاتجاه المعرفي من أشهر النظريات في هذا الاتجاه والتي فسرت الوعي الذاتي نظرية دانيال كانمان:

¹ موسى عطية الله عطية الرفاعي، مرجع سابق، ص 5.

² محمد شحاتة ربيع، علم نفس الشخصية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، دس، ص 311-312.

حيث فرق بين نوعين من معالجة المعلومات في الدماغ يسميها الحدس والتعقل، يعمل النظام الأول (الحدس) حيث يعمل التعقل الترابطي ويتسم بكونه سريع وآني ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمشاعر المتضمنة في عملية التفكير. يقول كانمان أن هذا النوع من التفكير بني على عادات ومن الصعب تغييره أو التلاعب به أما النظام الثاني (التعقل) أبطئ وأقل ثباتاً ومعرض للأحكام الواعية والحالات المزاجية بمعنى أن هذا الاتجاه يفسر الوعي الذاتي بأنه وصول الفرد إلى مرحلة إدراك الإدراك بالمعنى الواسع وهي الأفكار التي يمتلكها الفرد عن أفكاره الخاصة، أو بدقة أكبر يتضمن إدراك الإدراك أمور مثل: مدى فعالية مراقبة الشخص لأدائه في مهمة معينة (التنظيم الذاتي) وفهم الشخص لقدراته في مهمة عقلية، القدرة على تطبيق الخطط الإدراكية.¹

نظريات الوعي الذاتي توفر إطاراً لفهم عملية التحليل والتفاعل مع الذات وتساهم في تنمية الوعي الذاتي وتعزز النمو الشخصي والتحسين الذاتي.

7. الجوانب العامة للذات

الذات هي مفهوم شامل يشير إلى الهوية والوعي الفردي للشخص، تتضمن الجوانب العامة للذات العديد من العناصر والجوانب وهي كالآتي:²

✓ **المسببات والعمليات المستنتجة وتأثيراتها:** تعد أفعال الآخرين الأكثر تكراراً للوعي بالذات العامة، وغالباً ما يكون الظهور أمام الطرف الآخر كافياً لجعل الفرد مهتماً وقلقاً بخصوص ذاته كموضوع اجتماعي.

✓ **الاستعدادات:** ويشير بها إلى الشعور بالذات العامة، ويوضح بها باس تركيز انتباه الفرد إلى ذاته بوصفها موضوعاً اجتماعياً.

✓ **ميدان الجوانب العامة:** وتشمل الخصائص والصفات التي يمكن ملاحظتها، ويعد هذا الميدان من العناصر الأكثر أهمية في كل مجتمع يمثل الحد الأدنى من المعايير التي تحدد الكيفية التي يقدم بها الأفراد أنفسهم في المكان العام، والعنصر المهم في هذا الميدان هو الأسلوب الذي نواجه به

¹ موسى عطية الله عطية الرفاعي، مرجع سابق، ص 5-6.

² Buss، مرجع سابق، ص 25-36.

الآخرين، والوعي بالذات العامة فالأفراد ذوو الشعور بالذات العامة يميلون إلى التركيز على ذواتهم بوصفها مواضيع اجتماعية، ويشير إلى الحالة العابرة، وليس كل انتباه اجتماعي يؤدي إلى الشعور بالخل أو انه غير سار أو يسبب الإحراج بالرغم من انه يسبب القلق الاجتماعي، ويرى باس أن الوعي بالذات العامة من المفروض إلا يحدث ما لم تكن هناك ظروف تستحثه، لان الشخص يكون تحت الملاحظة أو التغذية الراجعة.

الذات تمثل هويتنا الشخصية ومجموعة من الجوانب المترابطة التي تشكلنا كأفراد، حيث تتكون الجوانب العامة للذات من مجموعة من العوامل التي تؤثر على تشكيلنا وتحديد هويتنا الشخصية، وتؤثر في تصرفاتنا وتفكيرنا ومشاعرنا.

8. الوعي الذاتي لدى المرأة:

المرأة عنصر أساسي في المجتمع، ولكي تكون قادرة على القيام بدورها الريادي في المجتمع يجب توعيتها وتثقيفها وتفعيل دورها في كافة النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية من أجل إدراكها لوظائفها العقلية والجسمية، وإدراكها خصائص العالم الخارجي، ومن ثم خصائص نفسها باعتبارها عضو فعال ضمن الجماعة، وبذلك تتجاوز إطارها المعهود وهذا ما نسميه بـ "الوعي الذاتي". وبما أن الفكرة لدى كل فرد تتشكل على ثلاث مراحل - الأفكار والمشاعر والسلوك - فإن الفكرة التي نخلقها تؤثر في مشاعرنا تجاه تلك الفكرة، وهذه المشاعر بدورها تؤثر بشكل طبيعي في سلوكنا العام:

➤ **مرحلة الوعي بالشكليات:** يمكن أن يُطلب من الشخص أن يعرف نفسه ببساطة عن طريق ذكر اسمه ومعلوماته الشخصية، في هذه المرحلة يكون الشخص مهتمًا بالجوانب الظاهرية فقط والمظاهر الخارجية.

➤ **مرحلة الوعي بالأفكار والمشاعر:** في هذه المرحلة، يعبر الشخص عن نفسه بشكل أكثر تعقيدًا، يتحدث عن مشاعره وأفكاره ويعرف نفسه بناءً على الميول والأفكار التي يحملها ويعكس ذلك تطورًا في الوعي، حيث يبدأ الشخص في اكتشاف جوانب داخلية أكثر عمقًا.¹

¹ شهيناز الطيبي، الوعي الذاتي مرحله ومصادره، <http://pydrojava.org/>

➤ **مرحلة الوعي الكامل:** في هذه المرحلة النبيلة من الوعي، يتحدث الشخص ليس فقط عن الذات والمشاعر والأفكار الخاصة به، بل يعبر أيضًا عن رؤيته للواقع وتقديم الحلول وطرح الأفكار، يكون هناك توازن بين النظر إلى الجوانب الإيجابية والسلبية في الحياة، والتفكير بشكل واقعي وبناء.

وبعد تحديدنا لهذا الواقع للوعي ما علينا معرفته هو مصادره وطرق تشكله:

- **الذات:** فالفرد يمتلك من الطبيعة القدرة على الوعي والتفكير والتقرير .يمكنه استخدام إمكانياته وخبراته السابقة ومستويات التفكير والاستنباط لتطوير الوعي الذاتي.
- **الأسرة:** تلعب الأسرة دورًا أساسيًا في تشكيل الوعي الذاتي للمرأة .من خلال الأفكار والمبادئ والتجارب التي تتعرض لها داخل الأسرة، يتم تشكيل شخصيتها ووعيها الذاتي.
- **المجتمع:** تؤثر القيم والمعتقدات المجتمعية على وعي المرأة . الثقافة والتقاليد والتجارب التي تمر بها في المجتمع تلعب دورًا في تشكيل وعيها الذاتي.
- **وسائل الإعلام:** تلعب وسائل الإعلام دورًا في تشكيل وعي المرأة، سواء كان ذلك من خلال الإعلام التقليدي مثل التلفزيون والصحف، أو الإعلام الرقمي مثل وسائل التواصل الاجتماعي . تعرض النساء للمعلومات والأفكار من خلال هذه الوسائل، مما يؤثر على وعيهن.

وبعد إدراكنا لمصادر تشكل الوعي هناك أخطاء للتفكير يجب تلافيها من أهمها:

- **التبسيط والتعميم:** يتمثل هذا الخطأ في الاستنتاج العام والتعميم السريع دون مراعاة التفاصيل والاستثناءات، يجب أن نكون حذرين ونتجنب الاستدلال بناءً على أمثلة قليلة أو تجارب محدودة.
- **قراءة الأفكار:** هذا يشير إلى الافتراض عند الآخرين أفكار ونوايا لم يتم التحقق منها، يجب أن نكون حذرين ونتواصل ونتحدث مع الآخرين بصراحة لفهم آراءهم ومشاعرهم الحقيقية.

➤ **الاستدلال العاطفي:** يحدث هذا الخطأ عندما نقوم باتخاذ قرارات أو استنتاجات استناداً إلى المشاعر والعواطف بدلاً من الأدلة الواقعية والمنطقية، يجب أن نكون مدركين لتأثير المشاعر ونحاول الموازنة بينها وبين الأدلة المنطقية.¹

➤ **تحقير الإيجابيات والتصوير الكارثي:** هذا يعني التركيز على الجوانب السلبية والمشاكل وتجاهل الجوانب الإيجابية والحلول المحتملة. يجب أن نكون متوازنين ونقدر الجوانب الإيجابية ونبحث عن حلول فعالة للمشاكل.

➤ **المقارنات الواقعية:** قد نقوم بمقارنة أنفسنا أو حياتنا بشكل غير واقعي مع الآخرين، مما يؤدي إلى شعور بالعدم رضا والاحترق النفسي. يجب أن نكون واقعيين ونقارن أنفسنا بإنجازاتنا الخاصة ونعمل على تحقيق أهدافنا.

➤ **ذكر الأشخاص الذين ساهموا سلباً في تكوين وعينا:** يجب أن نكون حذرين في إلقاء اللوم على الآخرين وعدم التمسك بالأحداث السلبية في الماضي. بدلاً من ذلك، يجب أن نركز على التعلم من تلك التجارب والعمل على تطوير أنفسنا.

➤ **البحث عن الإيجابية وتحديد المعوقات وإيجاد الحلول:** يجب أن نسعى للتفكير بشكل إيجابي وتحديد المعوقات التي تواجهنا والبحث عن حلول فعالة. يمكننا استخدام الوعي الذاتي والتفكير الإبداعي لتحديد العقبات وتجاوزها وتحقيق النجاح.¹

باستخدام هذه الاستراتيجيات وتجنب الأخطاء الشائعة في التفكير، يمكننا تحسين وعينا والنمو الشخصي. هنا نكون قد حددنا وظائفنا العقلية وإدراكنا خصائص العالم الخارجي وتجاوزنا الإطار المعهود وهذا ما يسمى (الوعي الذاتي) الذي هو من أقل المهارات نمواً.

¹ المرجع نفسه، <http://pydrojava.org/>

¹ المرجع نفسه، <http://pydrojava.org/>

خلاصة:

الوعي الذاتي يساعدنا على تحسين التواصل والتفاعل مع الآخرين عندما نفهم أنفسنا بشكل أفضل نكون قادرين على فهم احتياجاتنا وتحدياتنا والتعبير عنها بشكل واضح للآخرين كما يمكننا أن نكون أكثر تسامحاً وتفهمنا تجاه الآخرين ونؤثر إيجابياً في العلاقات. فمن خلال الاستمرار في تطوير وعينا الذاتي يمكننا أن نصبح أكثر توازناً وسعادة ونحقق النمو والتحسين الشخصي المستدام في مختلف جوانب حياتنا.

يساهم الوعي الذاتي في المدونات الإلكترونية، بمختلف أشكاله، في تطوير الأفراد والمجتمعات. يتعلق الوعي الذاتي بفهم الذات واكتشاف القدرات والتحصيل الذاتي وتعزيز النمو الشخصي. توفر المدونات الإلكترونية منصة للتعبير عن التجارب الشخصية والاكتشاف الذاتي، وتشجع المدونات النسوية بشكل خاص النساء على تطوير الوعي الذاتي والرفع من مستوى التفاهم والتحصيل الشخصي.

الفصل الثالث:

أثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي للمرأة

تمهيد

يعتبر الجانب التطبيقي من أهم الجوانب التي تعتمد عليها الدراسات العلمية كونها تسهل على الباحث الوصول إلى الأهداف المسطرة، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان الالكتروني التي تم توزيعها ومشاركتها يوم 15 ماي 2023 على متابعات قناة سلمى حمادو على اليوتيوب حيث تم جمع 95 استمارة، وقد اشتملت هذه الاستمارة على المحاور الآتية:

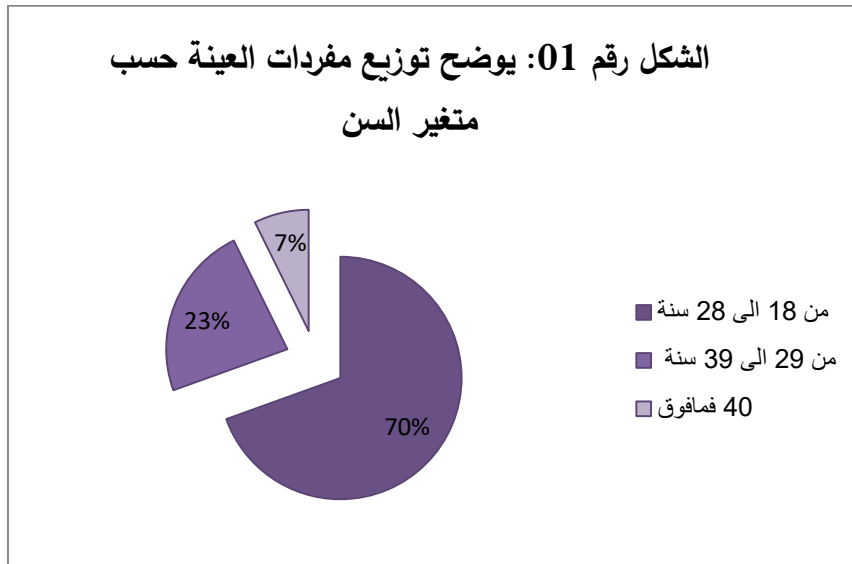
- ✓ **المحور الأول:** البيانات الشخصية لأفراد العينة.
- ✓ **المحور الثاني:** يتعلق بعادات وأنماط متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.
- ✓ **المحور الثالث:** يتعلق بأسباب ودوافع متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.
- ✓ **المحور الرابع:** يتعلق بالاشباع المحققة من متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب.
- ✓ **المحور الخامس:** يتعلق بمساهمة قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب في تنمية الوعي الذاتي لدى النساء.

بعدها قمنا بتحليل ومعالجة البيانات المتحصل عليها وعرضها في جداول بسيطة ومركبة للوصول إلى استنتاجات عامة موضوعية ودقيقة.

المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات الشخصية للمبحوثين (متابعات القناة)

الجدول رقم 01: يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية %	التكرار	الفئة العمرية
69.5 %	66	18-28 سنة
23.2 %	22	29-39 سنة
7.3 %	7	40 سنة فما فوق
100 %	95	المجموع



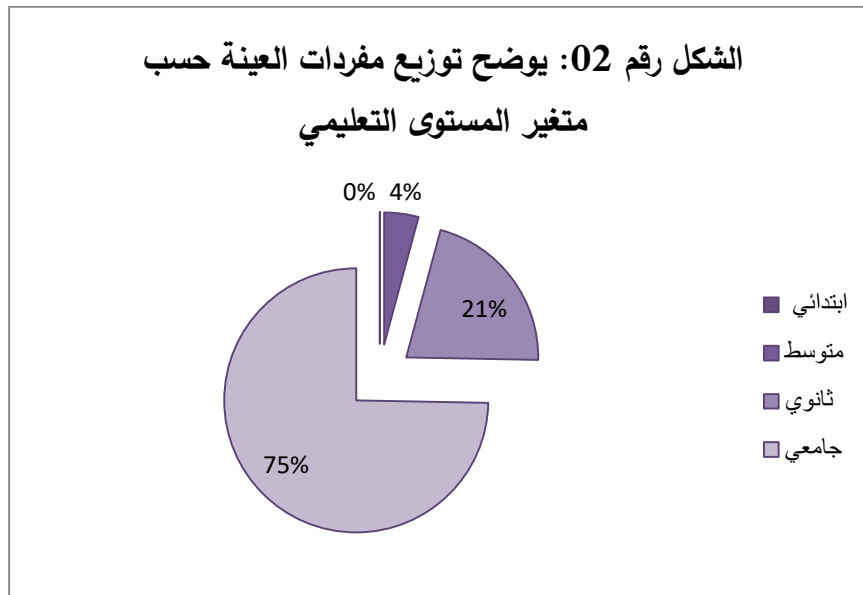
يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 69.5 % من المتابعات بلغت أعمارهن من 18 إلى 28 سنة وهي تمثل اعلي نسبة أي فئة الشباب وهي الفئة الأكثر متابعة لقناة سلمى حمادو في حين أن نسبة 23.2 % أعمارهن من 29 إلى 39 سنة، أما فئة 40 سنة فما فوق بلغت نسبتها 7.3 %.

ومنه يتبين لنا بأن فئة الشباب الأصغر سنا هي الفئة الأكثر متابعة وتأثرا بقناة سلمى حمادو، نظرا لتعدد تطلعاتهن ورغباتهن التي يسعين إلى تحقيقها.

ونظرا إلى تباين الفئات العمرية لدى المتابعات فسنعتمد على متغير السن أكثر من المتغيرات الأخرى في تحليل النتائج.

الجدول رقم 02: يوضح توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى التعليمي
00	00	ابتدائي
% 4.2	4	متوسط
% 21.1	20	ثانوي
% 74.7	71	جامعي
% 100	95	المجموع

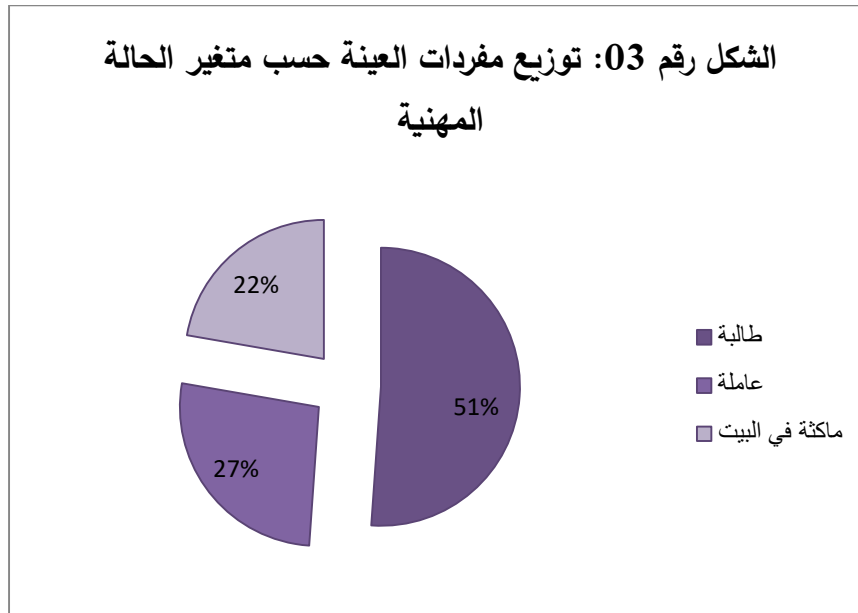


يظهر الجدول توزيع المتابعات حسب المستوى التعليمي حيث أن نسبة 74.7% من المتابعات جامعات أو متخرجات من الجامعة، وهن المستوى الأكثر تأثراً بهذه القناة بينما تعود نسبة 21.1% للمستوى الثانوي و 4.2% للمستوى التعليمي المتوسط.

ومنه نستنتج أن أغلب متتبعات قناة سلمى حمادو هن من المستوى الجامعي، حيث يمكن أن يكون لدى الجامعيات فهم أعمق لأهمية التنمية الشخصية والنمو الذاتي ويسعين إلى تحقيق النجاح الشخصي والمهني، ويرين في محتوى سلمى حمادو فرصة لاكتساب المعرفة التي تساعدهم في تحقيق أهدافهن، وقد يجدون هذا المحتوى جذاباً لهن مما يجعلهن يتطلعن إلى التعلم والتحسين المستمر للتعامل مع التحديات الشخصية والمهنية.

الجدول رقم 3: يوضح توزيع مفردات العينة حسب الحالة المهنية

الحالة المهنية	التكرار	النسبة المئوية %
طالبة	48	50.5 %
عاملة	25	26.3 %
ماكنة في البيت	22	23.2 %
المجموع	95	100 %



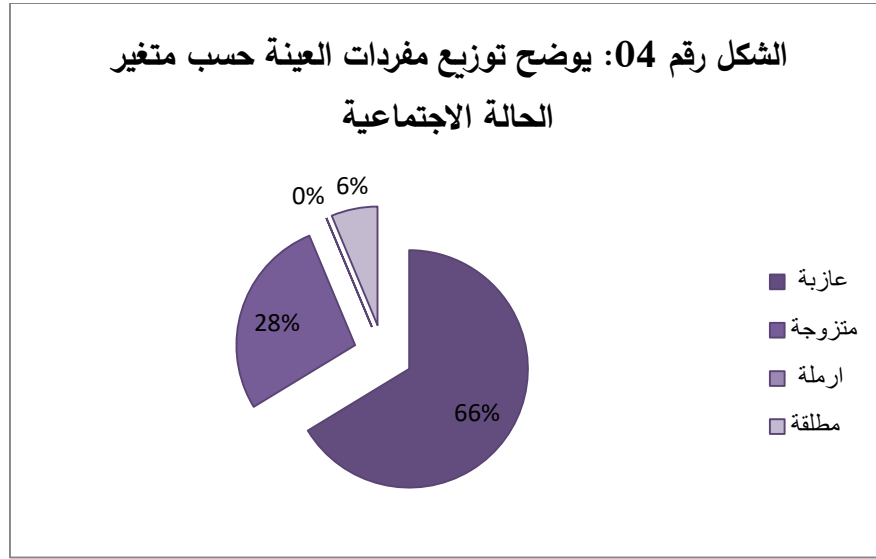
يظهر الجدول توزيع المتابعات حسب الحالة المهنية حيث أن نسبة 50.5% من المتابعات تمثل الطالبات، وهن الفئة الأكثر تأثراً بمحتوى القناة، بينما تعود نسبة 26.2% إلى العاملات ونسبة 23.2% تعود إلى الماكثات في البيت.

كذلك نلاحظ انه يوجد تنوع في الحالة المهنية للمتابعات مع تفوق طفيف للطالبات والنتائج الظاهرة في الجدول تدل على تباين المستويات التعليمية للمتابعات.

ومنه نستنتج أن الطالبات هن الفئة الأكثر متابعة لقناة سلمى حمادو قد يكون ذلك راجع إلى أن الطالبات غالباً ما تكون لديهن رغبة قوية في تحقيق النجاح والتطور في مجالاتهن الأكاديمية والشخصية، حيث يمكن للقناة أن تقدم لهن محتويات تساعدن في تعزيز المهارات الشخصية والتنمية الذاتية وقد يكون ذلك راجع أيضاً إلى أن الطالبات يكون لديهن وقت أكثر لمشاهدة مقاطع الفيديو نظراً لمرونة جداولهن الزمنية المرتبطة بالدراسة والمسؤوليات الأخرى عكس العاملات والماكثات بالبيت التي يكون لديهن ارتباطات أخرى ومتطلبات تقيد وقتهن.

الجدول رقم 04: يوضح توزيع مفردات العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية %
عازبة	63	66.3 %
متزوجة	26	27.4 %
أرملة	00	00
مطلقة	6	6.3 %
المجموع	95	100 %

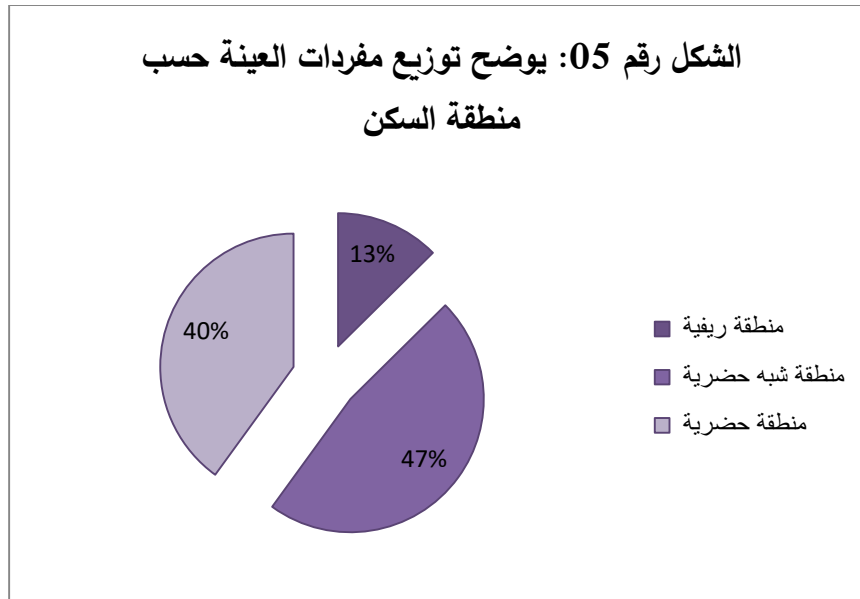


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 66.3% من المتابعات هن من العازبات بينما تعود نسبة 27.4% إلى المتزوجات ونسبة 6.3% تعود إلى المطلقات.

ومنه نستنتج أن فئة العازبات تمثل أغلبية أفراد العينة وهن الأكثر تأثراً لأنه غالباً ما يكون لديهن وقت ومرونة أكبر للاهتمام بتطوير الذات والنمو الشخصي، حيث أن القناة تقدم لهن محتويات تساعدن في تطوير مهاراتهم الشخصية واكتساب المعرفة، وقد يكون العازبات اهتمامات أكبر بالبحث عن العلاقات العاطفية والتحضير للزواج والاستفادة من المشورة والنصائح في هذا المجال كما يمكن أن يكون العازبات رغبة أكبر في البحث عن محتوى يتعلق بالعلاقات الاجتماعية والتفاعل مع المجتمع، مع ذلك يكون لدى بعض المتزوجات والمطلقات أيضاً اهتمامات للتطوير الذاتي.

جدول رقم 05: يوضح توزيع مفردات العينة حسب منطقة السكن لدى المتابعات

منطقة السكن	التكرار	النسبة المئوية %
منطقة ريفية	12	12.6 %
منطقة شبه حضرية	45	47.4 %
منطقة حضرية	38	40 %
المجموع	95	100 %



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتابعات يقطن في المناطق شبه حضرية بنسبة 47.4% تليها المنطقة الحضرية بنسبة 40% تليها المنطقة الريفية بنسبة 12.6%.

وذلك يعود إلى كون المناطق الحضرية وشبه الحضرية تتوفر على وسائل الاتصال والتكنولوجيا بشكل أفضل عموماً، ويمكن للمتابعات في هذه المناطق الحصول بسهولة على الانترنت على عكس المناطق الريفية التي يصعب فيها أحياناً الاتصال بالانترنت.

ومن هنا نستنتج أن المتابعات اللواتي يقطن في المناطق شبه الحضرية قد يكون لديهن ميول واهتمامات خاصة بالنمو الشخصي والتطوير الذاتي ففئة سلمى حمادو توفر لهن محتوى متخصص يلبي لهن احتياجاتهن.

المبحث الثاني: أنماط متابعة المرأة الجزائرية لمحتوى قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

إن دراسة عادات وأنماط متابعة المرأة الجزائرية لمحتوى قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب تهدف إلى فهم كيفية تفاعل المتابعات مع محتوى القناة وكيفية استخدامها بشكل عام، حيث نقوم بتحليل سلوك المتابعات وعاداتهن فيما يتعلق بمشاهدة الفيديوهات والتفاعل معها كتحديد الأوقات الأكثر شيوعا للمشاهدة وكذلك مدة المشاهدة وكيفية التفاعل مع الفيديوهات.

جدول رقم 06: يمثل متابعة قناة سلمى حمادو على منصات التواصل الاجتماعي الأخرى حسب متغير العمر.

المجموع	متابعة القناة على منصات التواصل الأخرى		الإجابة		
	لا	نعم	المتغير		
66	9	57	التكرار	من 18	متغير العمر
% 100	% 13.6	% 86.4	النسبة %	إلى 28	
22	2	20	التكرار	من 29	
% 100	% 9.1	% 90.9	النسبة %	إلى 39	
7	3	4	التكرار	40 سنة	
% 100	% 42.9	% 57.1	النسبة %	فما فوق	
95	14	81	التكرار	المجموع	
% 100	% 14.7	% 85.3	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعات) يتابعنها عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى بنسبة 86.4% بالمقابل نجد أن 13.6% من هذه الفئة العمرية لا يتابعنها، في حين أن المتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعات) يتابعنها بنسبة 90.9% بالمقابل نجد أن 9.1% من هذه الفئة العمرية لا يتابعنها، ونجد كذلك أن المتابعات التي يفوق سنهن 40 سنة (المقدر عددهن بـ 7 متابعات) يتابعنها بنسبة 57.1% بالمقابل نجد أن 42.9% من هذه الفئة العمرية لا يتابعنها.

وعليه نستنتج أن الفئة العمرية من 18 إلى 28 سنة هي الفئة العمرية الأكثر متابعة لقناة سلمى حمادو عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى بنسبة 86.4% وتفسر هذه النتيجة بأن هذه الفئة الأصغر سناً هي الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك راجع إلى تأثيرها القوي والإدمان عليها لأن منصات التواصل الاجتماعي تمثل وسيلة سهلة ومرنة للوصول إلى المحتويات ومتابعتها حيث تتيح هذه المنصات للمتابعات التفاعل والمشاركة والتواصل مع الآخرين بشكل أكبر.

- إذا كانت الإجابة بنعم، ما هي هذه المنصات؟ (سؤال متعدد الاختيارات)

جدول رقم 07: يمثل متابعة سلمى حمادو عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى حسب متغير العمر.

المجموع	المنصات			الإجابة		
	انستغرام	فيسبوك	تلغرام	المتغير		
77	54	21	2	التكرار	من 18	متغير العمر
% 100	% 70.1	% 27.3	% 2.6	النسبة %	إلى 28	
25	14	11	00	التكرار	من 29	
% 100	% 56.00	% 44.00	% 00	النسبة %	إلى 39	
7	2	3	2	التكرار	40 سنة	
% 100	% 28.6	% 42.8	% 28.6	النسبة %	فما فوق	
109	70	35	4	التكرار	المجموع	
% 100	% 64.2	% 32.1	% 3.7	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) يتابعنها عبر التلغرام بنسبة 2.6% وعبر الفيسبوك بنسبة 27.3% وعبر الانستغرام بنسبة 70.1% ، في حين أن المتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) يتابعنها عبر الفيسبوك بنسبة 44.00% وعبر الانستغرام بنسبة 56.00% ، أما بالنسبة للمتابعات التي يفوق سنهن 40 سنة (المقدر عددهن بـ 7) يتابعنها عبر التلغرام بنسبة 28.6% وعبر الفيسبوك بنسبة 42.8% وعبر الانستغرام بنسبة 28.6%.

نفسر هذه النتائج بأن الفئة العمرية من 18 إلى 28 سنة ومن 29 إلى 39 سنة هم الفئات الأكثر متابعة لسلمى حمادو عبر الانستغرام بنسبة 70.1% و 56.00% على التوالي نظرا لاستخدام هذه الفئات تطبيق الانستغرام بشكل كبير مقارنة بالتطبيقات الأخرى وذلك راجع إلى مواكبة هذه الفئات للتطورات التكنولوجية الحديثة.

ومنه نستنتج أن تطبيق الانستغرام يوفر ميزة استكشاف المحتوى الذي يناسب اهتمامات هذه الفئات، وكذلك نوع المواضيع التي يتضمنها كالتطوير الشخصي والعلاقات العاطفية والأزياء والجمال لأنهن يفضلن متابعة مثل هذه المحتويات، وكذلك قد يكون لدى هذه الفئات رغبة قوية بتحقيق النمو الشخصي وتطوير مهاراتهم في مختلف المجالات.

الجدول رقم 08: يمثل فترات متابعة قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

النسبة المئوية %	التكرار	فترات متابعة القناة
36.8%	35	منذ اقل من سنة
48.4%	46	من سنة إلى 3 سنوات
14.7%	14	أكثر من 3 سنوات
100%	95	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات يتابعن قناة سلمى حمادو منذ أقل من سنة بنسبة 36.8% ومن سنة إلى 3 سنوات بنسبة 48.4% ومنذ أكثر من 3 سنوات بنسبة 14.7%.

نفسر هذه النتائج بأن اغلب المتابعات بدأت متابعة قناة سلمى حمادو من سنة إلى 3 سنوات ومنذ اقل من سنة بسبب المحتويات المثيرة والفريدة التي تقدمها القناة والتي تجذب اهتمامات المتابعات ما جعلهن يشعرن بالحماس للانضمام ومتابعة القناة، كذلك الجودة العالية في إنتاج المحتويات تجعلهن يعتقدن بأن القناة تستحق المتابعة في تلك الفترة.

ومنه نستنتج أن المتابعات بدأن متابعة القناة من سنة إلى 3 سنوات وذلك راجع إلى نشاط القناة وتنوع المحتويات والمواضيع في تلك الفترة.

الجدول رقم 09: يمثل عدد مرات ولوج المتابعات إلى القناة في اليوم الواحد

عدد مرات الولوج	التكرار	النسبة المئوية %
مرة واحدة	12	12.6%
من مرتين إلى 3 مرات	25	26.3%
أكثر من 3 مرات	7	7.4%
حسب الظروف	51	53.7%
المجموع	95	100%

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات يلجن مرة واحدة إلى قناة سلمى حمادو بنسبة 12.6% ويلجن من مرتين إلى 3 مرات بنسبة 26.3% وأكثر من ثلاث مرات بنسبة 7.4% وحسب الظروف بنسبة 53.7%.

ونفسر هذه النتائج بأن اغلب المتابعات يلجن الى القناة في اليوم الواحد حسب ظروفهن بسبب توافر المحتويات الجديدة المقدمة بانتظام ما يساعد في جذب المتابعات والحفاظ عليهن.

ومنه نستنتج ان المتابعات يلجن إلى القناة حسب ظروفهن وذلك راجع إلى الوقت المتاح لهن كون أن هذه العملية لا تتطلب وقتا معينا ومحددا حسب مدة الفيديو بل تأتي نتيجة لحاجات ورغبة المتابعات في المتابعة التي تراعي الحالة النفسية والوقت وحتى المكان.

الجدول رقم 10: يمثل مدة مشاهدة المتابعات لقناة سلمى حمادو يوميا

النسبة المئوية %	التكرار	مدة المشاهدة
43.2%	41	أقل من 15 د
44.2%	42	من 15 د إلى 30 د
11.6%	11	من 30 د إلى ساعة
1.1%	1	أكثر من ساعة
100%	95	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات يشاهدن فيديوهات قناة سلمى حمادو لأقل من 15 د بنسبة 43.2% ومن 15 د إلى 30 د بنسبة 44.2% ومن 30 د إلى ساعة بنسبة 11.6% ولأكثر من ساعة بنسبة 1.1%.

نفسر هذه النتائج بأن اغلب المتابعات يشاهدن فيديوهات القناة لأقل من 15 د ومن 15 د إلى 30 د بسبب الوقت الذي يعتبر عاملا محوريا في حياة الكثير من المتابعات فيحبذن مشاهدة الفيديوهات القصيرة التي تتناسب مع جدولهن الزمني.

ومنه نستنتج إن جميع المتابعات يشاهدن فيديوهات القناة لأقل من 15 د ومن 15 د إلى 30 د بنسب متقاربة ذلك راجع إلى إن المتابعات يستخدمن موقع اليوتيوب في متابعة أمور تنفعهن حيث يطلعن على أهم المحتويات وما الجديد من صاحبة القناة حيث نرى أن المتابعات تعملن على الاهتمام وتطوير ذواتهن وقدراتهن ومهاراتهن.

الجدول رقم 11: يمثل فترات اطلاع المتابعات على محتوى القناة حسب متغير الحالة الاجتماعية

المجموع	فترات الاطلاع				الإجابة		
	ليلا	مساء	الظهيرة	صباحا	المتغير		
64	30	18	8	8	التكرار	عازبة	متغير الحالة الاجتماعية
%100	%46.9	%28.1	%12.5	%12.5	النسبة %		
25	13	10	2	00	التكرار	متزوجة	
%100	%52	%40	%8	00	النسبة %		
6	3	00	3	00	التكرار	مطلقة	
%100	%50	00	%50	00	النسبة %		
00	00	00	00	00	التكرار	أرملة	
00	00	00	00	00	النسبة %		
95	46	28	13	8	التكرار	المجموع	
%100	%48.4	%29.5	%13.7	%8.4	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن اغلب المتابعات العازبات يشاهدن ويطلعن على فيديوهات قناة سلمى حمادو في الفترات الليلية بنسبة 46.9%، والفترات المسائية بنسبة 28.1%، كذلك المتابعات المتزوجات والمطلقات يشاهدن ويطلعن على فيديوهات القناة في الفترات الليلية بنسبة 52% و 50% على التوالي.

ونفسر هذه النتائج بأن المتابعات العازبات يفضلن مشاهدة القناة في الفترات الليلية بسبب وقت الفراغ المتاح بعد الانتهاء من الأعمال والالتزامات اليومية دون الانشغال بأمور الحياة كذلك قد تشعر بعض العازبات بالوحدة أو الاكتئاب في الفترات الليلية فيتجهن لملئ تلك الفراغات بالنصائح المقدمة من طرف صاحبة القناة، أما المتابعات المتزوجات كذلك يفضلن مشاهدة القناة في الفترات الليلية بسبب الوقت المتاح لهن بعد الانتهاء من مهامهن المنزلية واستكمال مسؤولياتهن الأسرية، أما المتابعات المطلقات كذلك يفضلن مشاهدة القناة في الفترات الليلية بسبب انه الوقت المناسب للتفكير والتأمل والتفكير في أنفسهن ومستقبلهن والحاجة إلى تطوير شخصيتهن.

ومنه نستنتج أن المتابعات باختلاف حالتهم الاجتماعية يشاهدن ويطلعن على القناة في الفترات المسائية والليلية، باعتبار أن معظم المتابعات تكون متفرغات في تلك الفترات وتكون نسبة الاستفادة من القناة أكبر مقارنة بالفترات الأخرى.

الجدول رقم 12: الوسائل التي تستخدمها المتابعات عند مشاهدة القناة

الوسائل المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية %
الهاتف الذكي	79	83.2%
اللوحة الإلكترونية	7	7.4%
الحاسوب المحمول	7	7.4%
التلفاز الذكي	2	2.1%
المجموع	95	100%

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات يستخدمن الهاتف الذكي عند مشاهدتهن لقناة سلمى حمادو بنسبة 83.1% ويستخدمن اللوحة الإلكترونية بنسبة 7.4% والحاسوب المحمول بنسبة 7.4% والتلفاز الذكي بنسبة 2.1%.

ومنه نستنتج أن الوسيلة المفضلة في مشاهدة قناة سلمى حمادو لدى أغلب المتابعات هي الهاتف الذكي على غرار الوسائل الأخرى، وهذا راجع إلى سهولة حمل الهاتف في كل مكان وسهولة استخدامه مقارنة مع الوسائل الأخرى.

الجدول رقم 13: يمثل مع من تشاهد المتابعات فيديوهات القناة حسب متغير العمر

المجموع	مشاهدة فيديوهات القناة مع			الإجابة		
	الأصدقاء	الأسرة	بمفردك	المتغير		
66	5	4	57	التكرار	من 18	متغير العمر
% 100	% 7.6	% 6.1	% 86.4	النسبة %	إلى 28	
22	2	1	19	التكرار	من 29	
% 100	% 9.1	% 4.5	% 86.4	النسبة %	إلى 39	
7	2	00	5	التكرار	40 سنة	
% 100	% 28.6	% 00	% 71.4	النسبة %	فما فوق	
95	9	5	81	التكرار	المجموع	
% 100	% 9.4	% 5.3	% 85.3	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) يشاهدن فيديوهات القناة بمفردهن بنسبة 86.4% ومع الأسرة بنسبة 6.1% ومع الأصدقاء بنسبة 7.6%، أما المتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) يشاهدن فيديوهات القناة بمفردهن بنسبة 86.4% ومع الأسرة بنسبة 4.5% ومع الأصدقاء بنسبة 9.1%، وبالنسبة للمتابعات التي يفوق سنهن 40 سنة (المقدر عددهن بـ 7 متابعات) يشاهدن فيديوهات القناة بمفردهن بنسبة 71.4% ومع الأصدقاء بنسبة 28.6%.

كذلك نلاحظ انه لا يوجد تباين أو اختلاف بين جميع الفئات العمرية فمعظمهن يفضلن مشاهدة فيديوهات القناة بمفرده.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات على اختلاف أعمارهن يفضلن مشاهدة فيديوهات القناة بمفرهن وقد يكون ذلك راجعا لراحتهن الشخصية أو لأنهن لا يفضلن مشاركة خصوصياتهن، حيث تتيح لهن المشاهدة بمفردهن الفرصة للتركيز والاستفادة القصوى من المحتوى المقدم وكذلك طبيعة المواضيع التي قد تكون بعضها ذات طابع شخصي وتتطلب التفكير الذاتي والتأمل والتمكن من التفكير والانغماس في الموضوع بدون التششت الذي يمكن أن يحدثه الوجود مع الآخرين، مع ذلك لا يعني

انه لا يوجد متابعات تستمتعن بمشاهدة الفيديوهات مع الآخرين، ذلك يعتمد على المتابعات وتفضيلاتهن الشخصية.

الجدول رقم 14: يمثل مع من تشاهد المتابعات فيديوهات القناة حسب متغير الحالة الاجتماعية

المجموع	مشاهدة فيديوهات القناة مع			الإجابة			
	الأصدقاء	الأسرة	بمفردك	المتغير			
64	5	4	55	التكرار	عازبة	متغير الحالة الاجتماعية	
% 100	%7.8	% 6.3	%85.9	النسبة %			
25	1	1	23	التكرار	متزوجة		
% 100	%4	%4	%92	النسبة %			
00	00	00	00	التكرار	أرملة		
00	00	00	00	النسبة %			
6	3	00	3	التكرار	مطلقة		
100	%50	00	%50	النسبة %			
95	9	5	81	التكرار	المجموع		
% 100	%9.5	%5.3	%85.2	النسبة %			

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات العازبات يشاهدن فيديوهات القناة بمفردهن بنسبة 85.9%، أما المتابعات المتزوجات فيفضلن كذلك مشاهدة فيديوهات القناة بمفردهن بنسبة 92%، أما فئة المطلقات فيفضلن مشاهدة فيديوهات القناة بمفردهن ومع أصدقائهن بنسب متساوية تقدر بـ 50%.

ومنه نستنتج أن المتابعات العازبات والمتزوجات يشاهدن قناة سلمى حمادو بمفردهن من أجل التمكن من اختيار المواضيع التي تناسب احتياجاتهن الشخصية والتركيز بشكل كامل على المعلومات المقدمة دون أي تشتت، مما يمكنهن من استكشاف أفكارهن ومشاعرهن بشكل هادئ وتحديد الخطوات التي يرغبن في اتخاذها لتحسين حياتهن وتطبيقها بما يتناسب مع أهدافهن الخاصة وظروفهن الحالية.

الجدول رقم 15: يمثل تكرار مشاهدة المتابعات للفيديو الواحد حسب متغير العمر

المجموع	تكرار مشاهدة الفيديو الواحد			الإجابة		
	دائما	أحيانا	نادرا	المتغير		
66	1	28	37	التكرار	من 18	متغير العمر
% 100	% 1.5	% 42.4	% 56.1	النسبة %	إلى 28	
22	1	11	10	التكرار	من 29	
% 100	% 4.5	% 50	% 45.5	النسبة %	إلى 39	
7	00	6	1	التكرار	40 سنة	
% 100	% 00	% 85.7	% 14.3	النسبة %	فما فوق	
95	2	45	48	التكرار	المجموع	
% 100	% 2.1	% 47.4	% 50.5	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) نادرا ما يكررن مشاهدة الفيديو الواحد بنسبة 56.1% وأحيانا بنسبة 42.4% ودائما بنسبة 1.5%، أما المتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) نادرا ما يكررن مشاهدة الفيديو الواحد بنسبة 45.5% وأحيانا بنسبة 50% ودائما بنسبة 4.5%، وبالنسبة للمتابعات التي يفوق سنهن 40 سنة (المقدر عددهن بـ 7 متابعات) نادرا ما يكررن مشاهدة الفيديو الواحد بنسبة 14.3% وأحيانا بنسبة 85.7%.

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية من 18 إلى 28 سنة لا يقمن بتكرار مشاهدة فيديوهات القناة بصفة دائمة (نادرا) ذلك راجع لضيق وقتهن لأن معظمهن طالبات وعاملات ويقضين وقتهن في العمل والدراسة وانشغالاتهن اليومية. في حين أن الفئة العمرية من 29 إلى 39 سنة والفئة 40 سنة فما فوق أحيانا ما يقمن بتكرار مشاهدة الفيديوهات وقد يكون ذلك راجع إلى تأثير موضوع الفيديو الذي شاهدنه وقمن بتكراره من أجل الاستفادة منه بشكل أفضل.

الجدول رقم 16: كيفية تفاعل المتابعات مع فيديوهات القناة

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية التفاعل
39.5%	58	أسجل إعجابي
2.7%	4	أسجل عدم إعجابي
21.8%	32	استفيد منه ولا أفاعل
3.4%	5	أفاعل ولا استفيد منه
17.7%	26	اترك تعليق
14.9%	22	أشاركها مع أصدقائي
100%	147	المجموع

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية للجدول بأن المتابعات يسجلن إعجابهن بالفديو بنسبة 38.7% ويسجلن عدم إعجابهن بنسبة 2.7% ويستفدن من الفديو ولا يتفاعلن معه بنسبة 22% ويتفاعلن مع الفديو ولا يستفدن منه بنسبة 3.3% ويتركن تعليقا على الفديو بنسبة 17.3% ويشاركن الفديو مع أصدقائهن بنسبة 16%.

ومنه نستنتج أن معظم المتابعات على اختلاف أعمارهن يتفاعلن مع الفديو من خلال تسجيل إعجابهن لأنه يعتبر طريقة سريعة ومباشرة للتعبير عن الإعجاب أو التوافق مع محتوى الفديو وهو وسيلة للتعبير عن تقديرهن تجاه المحتوى وكذلك يستفدن من الفديو ولا يتفاعلن معه تفاديا للانتقاد من طرف بعض المتابعات.

الجدول رقم 17: يمثل مشاركة المتابعات للفيديو القناة مع العائلة والأصدقاء حسب متغير العمر

المجموع	مشاركة الفيديو مع العائلة والأصدقاء			الإجابة		
	دائما	أحيانا	نادرا	المتغير		
66	1	30	35	التكرار	من 18	متغير العمر
%100	%1.5	%45.5	%53.0	النسبة %	إلى 28	
22	1	13	8	التكرار	من 29	
%100	%4.5	%59.1	% 36.4	النسبة %	إلى 39	
7	00	4	3	التكرار	40 سنة	
%100	00	%57.1	%42.9	النسبة %	فما فوق	
95	2	47	46	التكرار	المجموع	
%100	%2.1	%49.5	%48.4	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بان المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) نادرا ما يشاركن فيديوهات القناة مع العائلة و الأصدقاء بنسبة %53 وأحيانا بنسبة %45.5 ودائما بنسبة %1.5 أما بالنسبة للمتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) نادرا ما يشاركن فيديوهات القناة مع العائلة والأصدقاء بنسبة %36.4 وأحيانا بنسبة %59.1 ودائما بنسبة %4.5، أما المتابعات التي يفوق سنهن 40 سنة (المقدر عددهن بـ 7 متابعات) نادرا ما يشاركن الفيديوهات بنسبة %42.9 وأحيانا بنسبة %57.1.

ومنه نستنتج أن بعض المتابعات نادرا ما يشاركن الفيديوهات رغبة منهن في الاحتفاظ بالفيديوهات التي يشاهدنها لأنفسهن، في حين أن بعض المتابعات أحيانا ما يشاركن الفيديوهات مع الآخرين بغية إفادتهم.

الجدول رقم 18: يمثل متابعة قنوات أخرى في نفس المجال

متابعة قنوات أخرى	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	59	62.1 %
لا	36	37.9 %
المجموع	95	100 %

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) يتابعن قنوات أخرى في نفس المجال بنسبة 57.6% بالمقابل نجد أن 42.4% من هذه الفئة العمرية لا يتابعن قنوات أخرى في نفس المجال، في حين أن المتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) يتابعن قنوات أخرى في نفس المجال بنسبة 81.8% بالمقابل نجد أن 18.2% من هذه الفئة العمرية لا يتابعن قنوات أخرى في نفس المجال، ونجد كذلك أن المتابعات التي يفوق سنهن 40 سنة (المقدر عددهن بـ 4 متابعات) يتابعن قنوات أخرى في نفس المجال بنسبة 62.1% بالمقابل نجد أن 37.9% من هذه الفئة العمرية لا يتابعن قنوات أخرى في نفس المجال.

ومنه نستنتج أن المتابعات يتابعن قنوات أخرى في نفس المجال من أجل الاستفادة من الخبرات المتنوعة والتعلم من تجارب الآخرين، فمن خلال متابعتهم لقنوات متعددة يمكن الاستفادة من تغطية مواضيع مختلفة وتوسيع مجالات اهتماماتهم مما يساعدهم في توسيع أفاقهم وتطوير أفكارهم.

الجدول رقم 19: يمثل اختلاف قناة سلمى حمادو عن باقي القنوات حسب متغير العمر

المجموع	اختلاف قناة سلمى حمادو عن باقي القنوات				الإجابة المتغير		
	أسلوبها في إيصال الفكرة	التصميم الجيد للفيديو	جودة فيديوهاتها	سهولة وطريقة الكلام			
102	45	19	8	30	التكرار	من 18 إلى 28	متغير العمر
%100	%44.1	%18.6	%7.8	%29.4	النسبة %		
44	16	6	8	14	التكرار	من 29 إلى 39	
%100	%36.4	%13.6	%18.2	%31.8	النسبة %		
12	6	1	1	4	التكرار	40 سنة فما فوق	
%100	%50	%8.3	%8.3	%33.3	النسبة %		
158	67	26	17	48	التكرار	المجموع	
%100	% 42.4	%16.5	%10.7	%30.4	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بان جميع المتابعات أجابوا بان قناة سلمى حمادو تختلف عن باقي القنوات الأخرى في سهولة وطريقة الكلام بنسبة 30.4% وفي جودة فيديوهاتها بنسبة 10.7% وفي التصميم الجيد للفيديو بنسبة 16.5% وفي أسلوبها في إيصال الفكرة بنسبة 42.4%.

ومنه نستنتج أن قناة سلمى حمادو تعمل على إيصال الأفكار بطريقة تلامس عقول وقلوب المشاهدات هذا ما يعزز التواصل والتأثير على متابعاتها، إضافة إلى تميزها في طريقة كلامها وتبسيط معلوماتها المعقدة وتقديمها بشكل سهل وممتع للفهم.

الجدول رقم 20: يمثل اختلاف قناة سلمى حمادو عن باقي القنوات حسب متغير المستوى التعليمي

المجموع	اختلاف قناة سلمى حمادو عن باقي القنوات				الإجابة المتغير			
	أسلوبها في إيصال الفكرة	التصميم الجيد للفيديو	جودة فيديوهاتها	سهولة وطريقة الكلام				
113	36	20	14	43	التكرار	جامعي	متغير المستوى التعليمي	
%100	%31.9	%17.7	%12.4	%38	النسبة %			
33	12	5	6	10	التكرار	ثانوي		
%100	%36.3	%15.2	%18.2	%33.3	النسبة %			
5	2	1	00	2	التكرار	متوسط		
%100	%40	%20	00	%40	النسبة %			
00	00	00	00	00	التكرار	ابتدائي		
00	00	00	00	00	النسبة%			
151	50	26	20	55	التكرار	المجموع		
%100	% 33.2	% 17.2	% 13.2	% 36.4	النسبة %			

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن جميع المتابعات ذوات المستوى التعليمي الجامعي أجبن بأن قناة سلمى حمادو تختلف عن باقي القنوات الأخرى في سهولة وطريقة كلامها بنسبة 38%، والمتابعات ذوات المستوى التعليمي الثانوي أجبن بأنها تختلف في أسلوبها في إيصال الفكرة بنسبة 36.3%، في حين المتابعات ذوات المستوى التعليمي المتوسط أجبن بأن القناة تختلف عن القنوات الأخرى في سهولة وطريقة كلامها بنسبة 40% وفي أسلوبها في إيصال الفكرة بنسبة 40%.

ومن خلال تحليل النتائج الظاهرة في الجدول نلاحظ بأن قناة سلمى حمادو تختلف عن باقي القنوات الأخرى في سهولة وطريقة الكلام حسب المستوى الجامعي بنسبة 38% نظرا لاستخدام صاحبة القناة لغة بسيطة وواضحة وتتجنب التعقيدات اللغوية مما يتيح لهن فهم الفكرة بسهولة وجعل المحتوى أكثر وضوحا وملائمة.

كذلك نلاحظ أن المتابعات في المستوى التعليمي الثانوي أجبن بأن القناة تختلف عن القنوات الأخرى في أسلوبها في إيصال الفكرة بنسبة 36.3% فصاحبة القناة قد تقوم بتوظيف أسلوب قوي وجذاب في

إيصال الفكرة مما يجعل المتابعات مهتمين ومتربين للمحتوى كذلك تتجنب التعقيدات والمصطلحات الصعبة مما يسهل على المتابعات من فهم الفكرة بشكل أفضل.

ومنه نستنتج أن قناة سلمى حمادو تتميز بسهولة وطريقة كلامها وبأسلوبها في إيصال الفكرة فهذه العوامل تميزها عن باقي القنوات الأخرى.

المبحث الثالث: دوافع متابعة المرأة الجزائرية لمحتوى قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

إن الدوافع وراء متابعة المرأة الجزائرية لمحتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب تعتمد على الاهتمامات والاحتياجات الشخصية لكل متابعة، خاصة وأن منصة يوتيوب توفر محتويات متنوعة ومواضيع مختلفة أمام النساء.

الجدول رقم 21: يمثل سبب اشتراك المتابعات بالقناة حسب متغير العمر

المجموع	سبب الاشتراك بالقناة			الإجابة		
	اكتساب الخبرات	مواكبة التطور في مجال توعية الذات	الاطلاع فقط	المتغير		
66	18	33	15	التكرار	من 18	متغير العمر
%100	% 27.3	% 50	% 22.7	النسبة %	إلى 28	
22	3	16	3	التكرار	من 29	
%100	% 13.6	% 72.7	% 13.6	النسبة %	إلى 39	
7	3	3	1	التكرار	40 سنة	
%100	% 42.9	% 42.9	% 14.3	النسبة %	فما فوق	
95	24	52	19	التكرار	المجموع	
%100	% 25.3	% 54.7	% 20	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات مشتركات في القناة من أجل الاطلاع فقط بنسبة 20% وذلك يعكس رغبتهم في الحصول على المحتوى والمعلومات بدون الحاجة إلى التفاعل الفعال، ومن أجل اكتساب خبرات بنسبة 54.7% وذلك يعكس رغبتهم في استكشاف وتوسيع معرفتهم وفهمهم والاستفادة من تجارب الآخرين، ومن أجل مواكبة التطور في مجال توعية

الذات بنسبة 25.3% وذلك يعكس في الاستمرار في التعلم والتطوير الشخصي والاستفادة من المعلومات والأفكار الحديثة لتحسين جودة حياتهن وتحقيق أهدافهن الشخصية

ومنه نستنتج أن قناة سلمى حمادو دائما ما تقدم للمتابعات محتويات حديثة ومفيدة في مجال توعية الذات، مما يمكن المتابعات من الحصول على معلومات محدثة وشاملة في هذا المجال.

الجدول رقم 22: يمثل سبب اشتراك المتابعات بالقناة حسب متغير الحالة المهنية

المجموع	سبب الاشتراك بالقناة			الإجابة		
	مواكبة التطور في مجال توعية الذات	اكتساب الخبرات	الاطلاع فقط	المتغير		
48	26	14	8	التكرار	طالبة	متغير الحالة المهنية
% 100	% 54.2	% 29.2	% 16.6	النسبة %		
25	15	5	5	التكرار	عاملة	
100	% 60	% 20	% 20	النسبة %		
22	11	5	6	التكرار	ماكثة في البيت	
% 100	% 50	% 22.7	% 27.3	النسبة %		
95	52	24	19	التكرار	المجموع	
% 100	% 54.7	% 25.3	% 20	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات الطالبات والعاملات وكذلك الماكثات في البيت مشتركات في القناة من أجل مواكبة التطور في مجال توعية الذات بنسبة 54.7% ومن أجل اكتساب الخبرات بنسبة 25.3% ومن أجل الاطلاع فقط بنسبة 20%.

ومنه نستنتج أن الطالبات الجامعيات مشتركات في قناة سلمى حمادو لمواكبة التطور في مجال توعية الذات فقناة سلمى حمادو تسعى لدعم الطالبات وتمكينهن في رحلة تنمية الوعي الذاتي وتطوير المهارات الشخصية، وتوفير المحتوى والموارد التعليمية التي يمكن أن تساعدن على تحقيق نجاحهن في الحياة الجامعية من خلال فيديوهات تشاركها عبر قنواتها في اليوتيوب.

نستنتج أيضا أن المتابعات الماكثات في البيت أيضا مشتركات في القناة من أجل مواكبة التطور في مجال توعية الذات حيث تمكن قناة سلمى حمادو المتابعات اللواتي يقضين وقتا أطولا في المنزل

من الاستفادة من الفيديوهات التحفيزية للقضاء على الروتينات وتعلم لغة جديدة وتعزيز الصحة العقلية وإدارة الضغوطات وتنمية مهاراتهم وإثراء حياتهم اليومية.

كذلك العوامل المشتركة في قناة سلمى حمادو لنفس السبب للتعلم والتطوير المستمر في مجالاتهم المهنية والشخصية وتحسين التوازن بين العمل والحياة الشخصية وغيرها من المهارات الأساسية التي تعزز النجاح والتطور في المجال المهني كتطوير القيادة وإدارة الوقت.

الجدول رقم 23: يمثل دوافع مشاهدة المتابعات لقناة سلمى حمادو حسب متغير العمر

المجموع	دوافع مشاهدة قناة سلمى حمادو					الإجابة المتغير		
	القضاء على الشعور بالوحدة والممل	الاستفادة من النصائح والأفكار	تطوير أفكار وأساليب حياة جديدة	التخلص من الروتين	الإشباع النفسي			
127	16	27	40	31	13	التكرار	من 18	متغير العمر
%100	%12.6	%21.3	%31.5	%24.4	%10.2	النسبة %	إلى 28	
52	9	11	13	12	7	التكرار	من 29	
%100	%17.3	%21.1	%25	%23	%13.5	النسبة %	إلى 39	
12	2	3	5	2	00	التكرار	40 سنة	
%100	%16.7	%25	%41.6	%16.7	00	النسبة %	فما فوق	
191	27	41	58	45	20	التكرار	المجموع	
%100	%14.1	%21.4	%30.4	%23.6	%10.5	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن جميع المتابعات يشاهدن القناة بدافع الإشباع النفسي بنسبة 10.5% وبدافع التخلص من الروتين بنسبة 23.6% وبدافع تطوير أفكار وأساليب حياتية جديدة بنسبة 30.4% وبدافع الاستفادة من النصائح والأفكار بنسبة 21.4% وبدافع القضاء على الشعور بالوحدة والملل بنسبة 14.1%.

من خلال تحليل النتائج الظاهرة في الجدول نلاحظ بأن المتابعات يشاهدن فيديوهات القناة بدافع تطوير أفكار وأساليب حياة جديدة بنسبة 30.4% مما يعكس رغبتهم واستعدادهم للنمو الفكري وتعلم عادات وسلوكيات جديدة تدعم في تحسين حياتهم بشكل عام و بناء حياة أكثر توازناً ونجاحاً وسعادة.

كذلك نلاحظ بأن 23.6% من المتابعات يشاهدن فيديوهات القناة بدافع التخلص من الروتين اليومي المتكرر ربما بسبب الشعور بالملل أو الاحتياج إلى التغيير والتحفيز في حياتهن اليومية.

ومنه نستنتج أن الدافع الأساسي للمتابعات من مشاهدة قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب هو تطوير أفكارهن وأساليب حياتية جديدة كذلك التخلص من الروتين واستكشاف المزيد من الفرص و التحول من روتيناتهن اليومية وتحقيق نمط حياة أكثر متعة وحيوية.

الجدول رقم 24: يمثل دوافع مشاهدة المتابعات لقناة سلمى حمادو حسب متغير الحالة الاجتماعية

المجموع	دوافع مشاهدة قناة سلمى حمادو					الإجابة			
	القضاء على الشعور بالوحدة والملل	الاستفادة من النصائح والأفكار	تطوير أفكار وأساليب حياة جديدة	التخلص من الروتين	الإشباع النفسي	المتغير			
121	18	28	32	30	13	التكرار	عازبة	متغير الحالة الاجتماعية	
100 %	% 14.9	% 23.1	% 26.4	24.7 %	10.7 %	النسبة %			
58	5	13	17	15	8	التكرار	متزوجة		
100 %	% 8.6	% 22.4	% 29.3	% 25.9	13.8 %	النسبة %			
00	00	00	00	00	00	التكرار	أرملة		
00	00	00	00	00	00	النسبة %			
9	1	3	5	00	00	التكرار	مطلقة		
100 %	% 11.2	% 33.3	% 55.5	00	00	النسبة %			
188	24	44	54	45	21	التكرار	المجموع		
100 %	% 12.8	% 23.4	% 28.7	% 23.9	11.2 %	النسبة %			

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات العازبات والمتزوجات والمطلقات يشاهدن القناة بدافع تطوير أفكار وأساليب حياتية جديدة بنسبة 28.7% وبدافع التخلص من الروتين بنسبة 23.9% وبدافع الاستفادة من النصائح والأفكار بنسبة 23.4%. وبدافع القضاء على الشعور بالوحدة والملل بنسبة 12.8% وبدافع الإشباع النفسي بنسبة 11.2%.

ومنه نستنتج أن المتابعات العازبات يشاهدن قناة سلمى بدافع تطوير أفكارهن وأساليب أفكارهن فمكن أن تكون للعازبات رغبة بالاعتماد على أنفسهن بشكل اكبر وتحقيق الاستقلالية في جوانب الحياة المختلفة من خلال توسيع مداركهن ومعرفتهن يمكنهن استكشاف آفاق جديدة واكتساب ثقة اكبر في أنفسهن حيث يمكن لتطوير الأفكار والأساليب الجديدة أن يمنحهن القدرة على اتخاذ القرارات الصائبة وإدارة الوقت والمال بفعالية والتعامل مع التحديات والمسؤوليات اليومية بثقة والاعتماد على ذاتهن، كذلك المطلقات يشاهدن الفيديوهات بدافع تطوير أفكارهن وأساليب حياتية جديدة، فبعد التفكك الزوجي المطلقات قد يرغبن في تطوير أفكارهن وأنفسهن والنمو الشخصي بعد التجربة الصعبة للطلاق، وقد يكن يسعين إلى تعلم مهارات جديدة أو اكتساب معرفة أعمق في مجالات مهمة بالنسبة لهن و تحقيق التغيير الذي يرغبن فيه والاستقلالية والاعتماد على أنفسهن بشكل أفضل بعد الطلاق.

الجدول رقم 25: يمثل أسباب تعليق المتابعات على الفيديوهات

أسباب التعليق	التكرار	النسبة المئوية %
إعطاء رأي حول موضوع الفيديو	63	37.3 %
تقديم انتقاد لموضوع الفيديو	15	8.8 %
ترك استفسار	37	21.9 %
الإشارة إلى الصديقات	23	13.6 %
انتقاد صاحبة القناة	1	0.6 %
مشاركة مقاطع الفيديو في صفحات أخرى	12	7.1 %
تقديم اقتراح لموضوع جديد	16	9.5 %
التمر (السخرية والاستهزاء من الآخرين)	2	1.2 %
المجموع	169	100 %

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية للجدول بان جميع المتابعات يعلقن على الفيديو من اجل إعطاء رأيهن حول موضوع الفيديو بنسبة 38.7% ومن اجل تقديم انتقاد لموضوع الفيديو بنسبة 8.6% ومن اجل ترك استفسار بنسبة 22.7% ومن اجل الإشارة إلى الصديقات بنسبة 14.1% ومن اجل

انتقاد صاحبة القناة بنسبة 0.6% ومن أجل مشاركة مقطع الفيديو في صفحات أخرى بنسبة 7.4% ومن أجل تقديم اقتراحات لموضوع جديد بنسبة 6.7% ومن أجل التمر (السخرية والاستهزاء من الآخرين) بنسبة 1.2%.

ونفسر هذه النتائج بأن أغلب المتابعات يعلقن على الفيديو لإعطاء رأيهن حول الفيديو بنسبة 38.7% مما يعكس رغبة المتابعات في مشاركة آرائهن ورؤيتهن الشخصية حول المحتوى المقدم في الفيديو وإبداء ملاحظاتهم أو اتفاقهن أو اختلافهن مع موضوع الفيديو، ويمكن لبعض المتابعات استخدام التعليق لمشاركة خبراتهن الشخصية أو المعرفة المتعلقة بالموضوع المطروح في الفيديو.

كذلك نلاحظ أنه توجد فئة من المتابعات يرسلن استفساراتهن أو طلباتهن أو ملاحظاتهم بنسبة 22.7% مباشرة إلى صاحبة القناة وقد تتفاعل صاحبة القناة معهن من خلال الردود والتعليقات، ويمكن أن يتم تلبية احتياجاتهن واستفساراتهن بشكل شخصي ومباشر وهذا قد يعزز الرابطة بين المتابعات والقناة.

ومن هنا نستنتج أن تقديم متابعات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب رأيهن حول الفيديو المقدم يمكن أن يساهم في تطوير وإثراء المحتوى وتوجيهه بشكل أفضل وتعزيز القيمة العامة للمحتوى، ويمكن لصاحبة القناة أن تأخذ بعض الاقتراحات والملاحظات في الاعتبار وتطبيقها في المحتوى المستقبلي.

الجدول رقم 26: يمثل المواضيع التي سبق وأن شاهدها المتابعات حسب متغير العمر

متغير العمر	من 18 إلى 28		من 29 إلى 39		40 سنة فما فوق		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
بناء شخصية قوية	22.1%	43	14.45%	12	14.28%	3	19.3%	58
القضاء على الملل	14.4%	28	12.04%	10	14.28%	3	13.7%	41
التعافي من صدمة عاطفية	7.2%	14	12%	10	19.04%	4	9.3%	28
تطوير حياتك للأفضل	15.3%	30	19.06%	15	23.8%	5	16.7%	50
تحقيق الأهداف الشخصية	14.6%	29	15.66%	13	9.5%	2	14.7%	44
تعلم اللغة الانجليزية	14.2%	28	15.66%	13	4.76%	1	14%	42
روتينات تحفيزية إنتاجية	12.2%	24	12%	10	14.28%	3	12.3%	37
المجموع	100%	196	100%	83	100%	21	100%	300

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المواضيع التي سبق مشاهدتها من طرف المتابعات اللواتي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) تتمثل في بناء شخصية قوية بنسبة 22.1 % وتطوير حياتهن للأفضل بنسبة 15.3 % والمواضيع الأخرى بنسب متقاربة، أما المتابعات اللواتي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) سبق وشاهدن فيديوهات تطوير حياتهن للأفضل بنسبة 19.06 % وتحقيق أهدافهن بنسبة 15.66 % وتعلم اللغة الإنجليزية كذلك بنسبة 15.66 % والمواضيع الأخرى بنسب متقاربة، أما المتابعات التي يفوق سنهن 40 (المقدر عددهن بـ 7 متابعات) سبق وشاهدن فيديوهات تطوير حياتهن للأفضل بنسبة 23.8 % والتعافي من الصدمة العاطفية بنسبة 19.04 %.

من خلال تحليل النتائج الظاهرة في الجدول نلاحظ بأن المتابعات اللواتي يتراوح سنهن 18 إلى 28 سنة سبق وشاهدن فيديوهات لبناء شخصية قوية ففي هذه المرحلة العمرية تكون المتابعات في مرحلة حساسة في تطور الشخصية وهناك العديد من التحديات والقضايا التي يواجهنها في هذه المرحلة،

يفضلن مشاهدة فيديوهات تساعدن على بناء شخصيتهن وتعزيز ثقتهن بأنفسهن.

من خلال تحليل النتائج الظاهرة في الجدول نلاحظ بأن المتابعات اللواتي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة سبق وشاهدن فيديوهات تطوير حياتهن للأفضل وتحقيق أهدافهن ففي هذه المرحلة العمرية تكون المتابعات قد مررن بتجارب حياتية مختلفة وبدأن في تحقيق بعض الأهداف الشخصية والمهنية، لذلك قد يفضلن مشاهدة فيديوهات تهتم بتطوير مهاراتهن وتقديم نصائح حول كيفية الوصول إلى مستوى أعلى في حياتهن.

من خلال تحليل النتائج الظاهرة في الجدول نلاحظ بأن المتابعات اللواتي يفوق سنهن 40 سنة شاهدن فيديوهات تطوير حياتهن للأفضل و فيديوهات للتعافي من صدمة عاطفية فالمتابعات في هذه المرحلة العمرية قد يواجهن تحديات جديدة مثل التغيرات في الحياة العائلية والمهنية، وصعوبات في التكيف مع التغيرات الجسدية والعاطفية، وقد يكون هناك احتمال تعرضهن لصدمة عاطفية بسبب انفصال أو طلاق مما يؤثر على توجههن في اختيار موضوع الفيديو الذي يشاهدنه فيفضلن مشاهدة فيديوهات تساعدن على تطوير حياتهن للأفضل والتعامل مع التغيرات والصدمات العاطفية بشكل صحيح.

ومنه نستنتج أن المواضيع التي سبق مشاهدتها من قبل متابعات قناة سلمى حمادو تختلف حسب الفئة العمرية فكل فئة لديها تفضيلات تساعدن على العثور على موضوعات فيديو تلبي احتياجاتهم النفسية والعاطفية وتساهم في تطوير حياتهم بشكل إيجابي.

الجدول رقم 27: يمثل المواضيع التي سبق وأن شاهدها المتابعات حسب متغير الحالة الاجتماعية

متغير الحالة الاجتماعية المواضيع	عازبة		متزوجة		أرملة		مطلقة		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
بناء شخصية قوية	20.7 %	39	18.9 %	18	00	00	7.1 %	1	19.5 %	58
القضاء على الملل	13.3 %	25	13.7 %	13	00	00	7.1 %	1	13.1 %	39
التعافي من صدمة عاطفية	7.9 %	15	10.6 %	10	00	00	21.5 %	3	9.4 %	28
تطوير حياتك للأفضل	14.9 %	28	14.7 %	14	00	00	28.6 %	4	15.5 %	46
تحقيق الأهداف الشخصية	17 %	32	12.6 %	12	00	00	14.3 %	2	15.5 %	46
تعلم اللغة الانجليزية	14.4 %	27	13.7 %	13	00	00	14.3 %	2	14.1 %	42
روتينات تحفيزية إنتاجية	11.8 %	22	15.8 %	15	00	00	7.1 %	1	12.9 %	38
المجموع	100 %	188	100 %	95	00	00	100 %	14	100 %	297

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المواضيع التي سبق مشاهدتها من طرف المتابعات العازبات تتمثل في بناء شخصية قوية بنسبة 20.7% والمواضيع الأخرى بنسب متقاربة، أما المتابعات المتزوجات كذلك تتمثل في بناء شخصية قوية بنسبة 18.9% والمواضيع الأخرى كذلك بنسب متقاربة، والمتابعات المطلقات تتمثل في تطوير حياتهن للأفضل بنسبة 28.6% والتعافي من صدمة عاطفية بنسبة 21.5% والمواضيع الأخرى بنسب متقاربة.

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول نلاحظ بأن :

العازبات شاهدن فيديوهات حول بناء شخصية قوية من خلال النصائح التي تقدمها سلمى حمادو لتحسين الثقة بالنفس وتطوير سماتهن الشخصية المفيدة فهذا النوع من الفيديوهات يقدم فرصة

لاكتساب المعرفة والمهارات الجديدة التي يمكن استخدامها في مختلف جوانب الحياة.

والمتزوجات شاهدن فيديوهات متعلقة ببناء شخصية قوية فقد تقدم لهن سلمى حمادو المشورة والتوجيه في كيفية التعامل مع التحديات والعقبات الشخصية والعاطفية وتأسيس علاقة ناجحة مع أزواجهن كذلك المتزوجات قد يواجهن تحديات ومسؤوليات متعددة في حياتهن فهذا النوع من الفيديوهات قد يقدم لهن إستراتيجيات وأدوات لتعزيز التواصل الفعال والتفاهم والتعاون في الحياة الزوجية.

نلاحظ أيضا بأن المطلقات شاهدن فيديوهات حول تطوير حياتهن للأفضل فقد ترغب بعض المطلقات في النمو والتطور الشخصي بعد الطلاق ففيديوهات تطوير الحياة وتجاوز تجربة الفشل التي مررن بها توفر فرصة لاكتساب المعرفة والمهارات الجديدة التي يمكن استخدامها في مختلف جوانب الحياة.

ومنه نستنتج أن العازبات والمتزوجات والمطلقات يبحثن عن موارد تساعدن على تحسين وتطوير حياتهن الشخصية والعاطفية، فالمواضيع التي تطرحها سلمى حمادو في قنواتها عبر اليوتيوب تقدم توجيهها ومشورة قيمة لتحقيق ذلك وبالتالي تلبي احتياجات الفئات المختلفة بناء على مراحلهن الحياتية و تحدياتهن الشخصية

الجدول رقم 28: يمثل مناقشة المتابعات لمواضيع القناة حسب متغير العمر

المجموع	هل تتناقشون مع الآخرين؟		الإجابة		
	لا	نعم	المتغير		
66	17	49	التكرار	من 18	متغير العمر
% 100	% 25.8	% 74.2	النسبة %	إلى 28	
22	4	18	التكرار	من 29	
% 100	% 18.2	% 81.8	النسبة %	إلى 39	
7	2	5	التكرار	40 سنة	
% 100	% 28.6	% 71.4	النسبة %	فما فوق	
95	23	72	التكرار	المجموع	
% 100	% 24.2	% 75.8	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) يناقشن فيديوهات القناة مع الآخرين بنسبة 74.2% بالمقابل نجد بأن نسبة 25.8% لا يتناقشن مع الآخرين، أما المتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) يناقشن فيديوهات القناة مع الآخرين بنسبة 81.8% بالمقابل نجد بأن نسبة 18.2% لا يتناقشن مع الآخرين، أما المتابعات التي يفوق سنهن 40 (المقدر عددهن بـ 7 متابعات) يناقشن فيديوهات القناة مع الآخرين بنسبة 71.4% بالمقابل نجد بأن نسبة 28.6% لا يتناقشن مع الآخرين.

ومنه نستنتج أن معظم المتابعات يناقشن فيديوهات القناة مع الآخرين لتبادل المعلومات والخبرات والتعلم المتبادل، إبداء آرائهن وملاحظاتهم حول محتوى الفيديو مما يولد نقاشات وتبادل وجهات نظر مختلفة وأفكار متنوعة مما يساعد في فهم الموضوع وعلى رؤية أشياء جديدة أو زوايا مختلفة تعزز تعلمهن وتطويرهن الشخصي، والتعرف على أشخاص آخرين يشاركنهن نفس الاهتمام والأفكار، ويستمتعن بالتواصل مع بعضهن البعض ويشعرن بالانتماء.

الجدول رقم 29: يمثل الأشخاص الذين تناقش معهم المتابعات مواضيع القناة حسب متغير العمر

المجموع	مع من تتناقشون				الإجابة المتغير		
	متابعات أخریات	مدربي التنمية البشریة	الأصدقاء	الأسرة			
49	5	00	40	4	التكرار	18 من	متغير العمر
% 100	% 10.2	%00	% 81.6	% 8.2	النسبة %	إلى 28	
18	8	00	10	00	التكرار	29 من	
100%	% 44.4	%00	% 55.6	%00	النسبة %	إلى 39	
5	1	1	3	00	التكرار	40 سنة	
% 100	% 20	% 20	% 60	%00	النسبة %	فما فوق	
72	14	1	53	4	التكرار	المجموع	
% 100	% 19.4	% 1.4	%73.6	% 5.6	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن جميع المتابعات يتناقشن مع أسرهم بنسبة 5.6% ومع أصدقائهم بنسبة 73.6% ومع مدربي التنمية البشرية بنسبة 1.4% ومع متابعات أخريات بنسبة 19.4%.

ومنه نستنتج أن معظم المتابعات يناقشن فيديوهات القناة مع أصدقائهم ويمكن إرجاع ذلك إلى عامل السن المتقارب عادة بينهم، بالإضافة إلى تناسق الميولات والاتجاهات بينهم هي التي جعلت منهم أصدقاء منذ البداية هذا ما يجعلهم يشاركون الفيديوهات مع بعضهم البعض، كذلك مناقشة الفيديوهات مع الأصدقاء يمكن أن تكون فرصة رائعة لتبادل الآراء والتعليقات حول الموضوع وتعزيز معرفتهم.

الجدول رقم 30: يمثل الأشخاص الذين تناقش معهم المتابعات مواضيع القناة حسب متغير المستوى التعليمي

المجموع	مع من تتناقشون				الإجابة المتغير		
	متابعات أخريات	مدربي التنمية البشرية	الأصدقاء	الأسرة			
55	10	00	42	3	التكرار	جامعي	متغير المستوى التعليمي
% 100	% 18.2	00	% 76.4	% 5.4	النسبة %		
14	4	00	10	00	التكرار	ثانوي	
% 100	% 28.6	00	% 71.4	00	النسبة %		
3	00	1	1	1	التكرار	متوسط	
% 100	00	% 33.3	% 33.3	% 33.3	النسبة %		
00	00	00	00	00	التكرار	ابتدائي	
00	00	00	00	00	النسبة		
72	14	1	53	4	التكرار	المجموع	
% 100	% 19.4	% 1.4	% 73.6	% 5.5	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات ذات المستوى التعليمي الجامعي والثانوي يتناقشن مع أصدقائهن بنسبة 76.4% و 71.4% على التوالي، أما المتابعات ذات المستوى التعليمي المتوسط يتناقشن مع أسرهن وأصدقائهن ومع مدربي التنمية البشرية بنفس النسبة والقدرة بـ 33.3%.

ومنه نستنتج أن المتابعات ذات المستوى التعليمي الجامعي يناقشن فيديوهات القناة مع الأصدقاء مما يساعدهن على الحصول على الدعم و التشجيع المتبادل في تطبيق النصائح والأفكار التي تلقينها من قناة سلمى حمادو، فيمكن هذا النقاش مع الأصدقاء إلى تواصل العميق والتفاهم المشترك وتعزيز الدعم فيما بينهم وتقديم الدعم العاطفي والتحفيز لبعضهن البعض في رحلتهم نحو التطور الشخصي.

الجدول رقم 31: يمثل التغيير من بعض العادات السيئة لدى المتابعات حسب متغير العمر

المجموع	التغيير من بعض العادات السيئة		الإجابة		
	لا	نعم	المتغير		
66	9	57	التكرار	من 18	متغير العمر
% 100	% 13.6	% 86.4	النسبة %	إلى 28	
22	2	20	التكرار	من 29	
% 100	% 9.1	% 90.9	النسبة %	إلى 39	
7	1	6	التكرار	40 سنة	
% 100	% 14.3	% 85.7	النسبة %	فما فوق	
95	12	83	التكرار	المجموع	
% 100	% 12.6	% 87.4	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) غيرن من عاداتهن السيئة بنسبة 86.4 % بالمقابل نجد أن 13.6 % من هذه الفئة العمرية لم يغيرن من عاداتهن السيئة، أما المتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) غيرن من عاداتهن السيئة بنسبة 90.9 % بالمقابل نجد أن 9.9 % من هذه الفئة العمرية لم يغيرن من عاداتهن السيئة، في حين أن المتابعات التي يفوق سنهن 40 سنة (المقدر عددهن بـ 7 متابعات) غيرن من عاداتهن السيئة بنسبة 85.7 % بالمقابل نجد أن 14.3 % من هذه الفئة العمرية لم يغيرن من عاداتهن السيئة

نستنتج أن مشاهدة فيديوهات قناة سلمى حمادو كانت فعالة على المتابعات على اختلاف اعمارهن في تغيير عاداتهن وسلوكياتهن السلبية، فمشاهدة قنواتها توفر لهن فرصة تعزيز معرفتهن وفهم واكتساب خبرات جديدة لتحقيق التغيير.

الجدول رقم 32 : يمثل بعض العادات السلبية لدى المتابعات حسب متغير العمر

متغير العمر العادات السلبية	من 18 إلى 28		من 29 إلى 39		40 سنة فما فوق		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
المماظة والخمول	19.1 %	26	15.2 %	10	5.8 %	1	16.9 %	37
التفكير السلبي	25 %	34	21.2 %	14	23.5 %	4	23.7 %	52
الاكتئاب	16.2 %	22	19.7 %	13	35.3 %	6	18.7 %	41
القلق المفرط	16.2 %	22	19.7 %	13	11.8 %	2	16.9 %	37
السعي المفرط نحو المثالية	13.2 %	18	9 %	6	11.8 %	2	11.9 %	26
التشكيك بالنفس	10.3 %	14	15.2 %	10	11.8 %	2	11.9 %	26
المجموع	100 %	136	100 %	66	100 %	17	100 %	219

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية للجدول بأن جميع المتابعات على اختلاف أعمارهن غيرن من عادة المماظة والخمول بنسبة 16.9 % والتفكير السلبي بنسبة 23.7 % والاكتئاب بنسبة 18.7 % والقلق المفرط بنسبة 16.9 % والسعي المفرط نحو المثالية بنسبة 11.9 % والتشكيك بالنفس كذلك بنسبة 11.9 %.

ومنه نستنتج أن مشاهدة فيديوهات قناة سلمى حمادو تمكن من التغيير من بعض العادات السيئة لدى المتابعات كالتفكير السلبي وتأثيره على حياتهن ذلك من خلال مساعدتهن وتحفيزهن وعرض التحديات وتجارب الأشخاص الذين تمكنوا من التخلص من التفكير السلبي وتحقيق النجاح في حياتهم وتوفير الاستشارة والتوجيه للمتابعات حتى يتمكن من فهم أسباب هذا التفكير وتوفير استراتيجيات للتغلب عليه وكذلك التغلب على الاكتئاب والقلق المفرط والمماظة والخمول.

الجدول رقم 33: يمثل بعض العادات السلبية لدى المتابعات حسب متغير المستوى التعليمي

متغير المستوى التعليمي		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المجموع	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
المماثلة والخمول	29	16.7 %	8	18.7 %	00	00	00	00	00	37	16.8 %
التفكير السلبي	39	22.4 %	10	23.2 %	2	40 %	00	00	00	51	22.9 %
الاكتئاب	32	18.5 %	10	23.2 %	2	40 %	00	00	00	44	19.8 %
القلق المفرط	30	17.2 %	8	18.7 %	00	00	00	00	00	38	17.1 %
السعي المفرط نحو المثالية	22	12.6 %	4	9.3 %	00	00	00	00	00	26	11.7 %
التشكيك بالنفس	22	12.6 %	3	6.9 %	1	20 %	00	00	00	26	11.7 %
المجموع	174	100 %	43	100 %	5	100 %	00	00	00	222	100 %

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات ذات المستوى التعليمي الجامعي والثانوي والمتوسط غيرن من عاداتهن السلبية المتمثلة في التفكير السلبي بنسبة 22.9% والاكتئاب بنسبة 19.8%، أما باقي العادات السلبية فبنسب متقاربة.

نفسر هذه النتائج أن المتابعات ذات المستوى التعليمي المتوسط، الثانوي، الجامعي، غيرن من العادات السلبية المتمثلة في التفكير السلبي فقناة سلمى حمادو تقدم معلومات ومفاهيم توجه الفكر نحو التفكير الإيجابي كما قدمت كتب وبرامج تدريبية تعزز التفكير الإيجابي،

ومنه نستنتج أن المتابعات تخلصن من الاكتئاب من خلال الاستفادة من المفاهيم والنصائح المقدمة حول كيفية التعامل مع الاكتئاب وتحسين حالتهم النفسية.

المبحث الرابع: عرض وتحليل الاشباكات المحققة من متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

تعتبر الاشباكات المحققة من متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب مجموعة من الاهتمامات والمطالب التي تمتلكها المتابعات والتي تدفعهن للسعي وراء تنمية وعيهن الذاتي.

الجدول رقم 34: يمثل تحقق نوع من الإشباع لدى المتابعات عند مشاهدة فيديوهات القناة حسب متغير العمر

المجموع	هل يتحقق لديك نوع من الإشباع عند مشاهدة فيديوهات القناة؟		الإجابة المتغير		
	لا	نعم			
66	12	54	التكرار	من 18	متغير العمر
% 100	% 18.2	% 81.8	النسبة %	إلى 28	
22	1	21	التكرار	من 29	
% 100	% 4.5	% 95.5	النسبة %	إلى 39	
7	00	7	التكرار	40 سنة	
% 100	00	% 100	النسبة %	فما فوق	
95	13	82	التكرار	المجموع	
% 100	% 13.7	% 86.3	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بان المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) يتحقق لديهن نوع من الإشباع عند مشاهدتهن للقناة بنسبة 81.8% ولا يتحقق عند فئة منهن بنسبة 18.2%، أما بالنسبة للمتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) يتحقق لديهن نوع من الإشباع عند مشاهدتهن للقناة بنسبة 95.5% ولا يتحقق عند فئة منهن بنسبة 4.5%، أما المتابعات التي يفوق سنهن 40 سنة (المقدر عددهن بـ 7 متابعات) يتحقق لديهن نوع من الإشباع عند مشاهدتهن للقناة بنسبة 100%.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات على اختلاف أعمارهن يتحقق لديهن نوع من الإشباع عند مشاهدتهن لففيديوهات القناة لأن سلمى حمادو تقدم محتوى يلبي اهتماماتهن وتوفر لهن قيمة مضافة ومن المؤكد أن يشعروا بالرضا والإشباع عند مشاهدة فيديوهاتها.

الجدول رقم 35: يمثل نوع الاشباع المحققة لدى المتابعات عند مشاهدة القناة حسب متغير العمر

متغير العمر نوع الاشباع	من 18 إلى 28		من 29 إلى 39		40 سنة فما فوق		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
ثقة أكثر بالنفس	20.5 %	32	16.1 %	11	10 %	2	18.4 %	45
بناء عادات حياتية جديدة	23.7 %	37	17.6 %	12	15 %	3	21.4 %	52
تحسين الصحة النفسية	16.7 %	26	19.1 %	13	15 %	3	17.2 %	42
تعزيز الوعي بالذات وتحسين العلاقات الإنسانية	17.3 %	27	17.6 %	12	20 %	4	17.6 %	43
كسب الاحترام داخل المجتمع	11.5 %	18	14.7 %	10	15 %	3	12.7 %	31
كسب مكانة في أسرتك	10.3 %	16	14.7 %	10	25 %	5	12.7 %	31
المجموع	100 %	156	100 %	68	100 %	20	100 %	244

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن جميع المتابعات على اختلاف أعمارهن يتحقق لديهن نوع من الإشباع عند متابعتهن لقناة سلمى حمادو، وتتمثل هذه الاشباعات في ثقة أكثر بالنفس بنسبة 18.4% وبناء عادات حياتية جديدة بنسبة 21.4% وتحسين الصحة النفسية بنسبة 17.2% وتعزيز الوعي بالذات وتعزيز العلاقات الإنسانية بنسبة 17.6% وكسب الاحترام داخل المجتمع بنسبة 12.7% وكذلك كسب مكانة في الأسرة بنسبة 12.7%.

ومنه نستنتج أن المتابعات على اختلاف أعمارهن استفدن من قناة سلمى حمادو وتحققت لديهن اشباعات متعددة كبناء عادات حياتية جديدة وتعزيز الوعي بأمور مختلفة عن طريق تعرضهن لمجموعة متنوعة من المواضيع الأمر الذي كان له تأثير ايجابي على عقولهن مما ساهم في زيادة

الوعي الذاتي، وتعززت ثقتهم بأنفسهن وتحسن صحتهن العقلية سيما ما يتعلق بتطوير مهارات حياتهن والتعامل مع التحديات التي تواجههن، وبالتأكيد يتحقق ذلك كله من خلال تطبيق النصائح المقدمة والاستفادة من الأفكار والمعلومات.

الجدول رقم 36: يمثل نوع الاشباكات المحققة لدى المتابعات عند مشاهدة القناة حسب متغير

المستوى التعليمي

متغير المستوى التعليمي نوع الاشباكات	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
ثقة أكثر بالنفس	18.8 %	22	16.7 %	12	19.6 %	11	00 %	00	18.4 %	45
بناء عادات حياتية جديدة	26.5 %	31	16.7 %	12	16.1 %	9	00 %	00	21.2 %	52
تحسين الصحة النفسية	17.1 %	20	18 %	13	16.1 %	9	00 %	00	17.1 %	42
تعزيز الوعي بالذات وتحسين العلاقات الإنسانية	17.1 %	20	18 %	13	17.8 %	10	00 %	00	17.5 %	43
كسب الاحترام داخل المجتمع	12 %	14	13.9 %	10	14.3 %	8	00 %	00	13.1 %	32
كسب مكانة في أسرتك	8.5 %	10	16.7 %	12	16.1 %	9	00 %	00	12.7 %	31
المجموع	100 %	117	100 %	72	100 %	56	00 %	00	100 %	245

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات ذات المستوى التعليمي الجامعي والثانوي والمتوسط يتحقق لديهن نوع من الإشباع عند مشاهدتهن للقناة والمتمثل في بناء عادات حياتية جديدة بنسبة 21.2% وثقة أكثر بالنفس بنسبة 18.4% وتعزيز الوعي بالذات وتحسين العلاقات الإنسانية بنسبة 17.5%، أما باقي الاشباكات فبنسب متقاربة.

ومنه نستنتج أن المتابعات ذوات المستوى التعليمي الجامعي، المتوسط، الثانوي، تحقق لديهن إشباع من خلال مشاهدة قناة سلمى حمادو المتمثل في بناء عادات حياتية جديدة فمن خلال

مشاهدتهن لفيديوهاتهن زاد وعيهن بأنفسهن وبالأمر المهمة في حياتهن أصبحن أكثر حساسية لاحتياجاتهن الشخصية ويعملن على بناء عادات تدعم تنمية الذات ورفاهيتها.

الجدول رقم 37: يمثل نوع الاشباكات المحققة لدى المتابعات عند مشاهدة القناة حسب متغير الحالة الاجتماعية

متغير الحالة الاجتماعية نوع الاشباكات	عازبة		متزوجة		أرملة		مطلقة		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
ثقة أكثر بالنفس	18.5 %	28	20.5 %	16	00	00	6.2 %	1	18.4	45
بناء عادات حياتية جديدة	23.8 %	36	17.9 %	14	00	00	12.4 %	2	21.2	52
تحسين الصحة النفسية	17.9 %	27	15.4 %	12	00	00	18.8 %	3	17.1	42
تعزيز الوعي بالذات وتحسين العلاقات الإنسانية	17.9 %	27	15.4 %	12	00	00	25 %	4	17.5	43
كسب الاحترام داخل المجتمع	11.9 %	18	14.1 %	11	00	00	18.8 %	3	13.1	32
كسب مكانة في أسرتك	10 %	15	16.7 %	13	00	00	18.8 %	3	12.7	31
المجموع	100 %	151	100 %	78	00	00	100	16	100	245

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات العازبات يتحقق لديهن نوع من الإشباع عند مشاهدتهن للقناة والمتمثل في بناء عادات حياتية جديدة بنسبة 23.8% الاشباكات الأخرى بنسب متقاربة، أما المتابعات المتزوجات فيتحقق لديهن ثقة أكثر بأنفسهن بنسبة 20.5% الاشباكات الأخرى بنسب متقاربة، أما المتابعات المطلقات فيتحقق لديهن تحسن صحتهن النفسية وكسب الاحترام داخل المجتمع وكسب مكانة أيضا في أسرهن بنسب 18.8% وكذلك تعزيز وعيهن بذاتهن وتحسين علاقاتهن الإنسانية بنسبة 25%.

ونفسر هذه النتائج بأن المتابعات العازبات تحقق لديهن إشباع والمتمثل في بناء عادات حياتية جديدة من خلال مشاهدتهن لفيدويوهات سلمى حمادو وتعزيز فهمهن لأنفسهن واحتياجاتهن، فصاحبة القناة تقدم محتوى يساعد العازبات في تحديد أهدافهن وتطوير رؤية واضحة لحياتهن وبالتالي يمكنهن من بناء عادات حياتية جديدة تتناسب مع أهدافهن الشخصية وتحقق رضاهن الذاتي.

كذلك المتزوجات تحقق لديهن إشباع والمتمثل في ثقة أكثر بالنفس من خلال مشاهدتهن لفيدويوهات سلمى حمادو سواء كانت فيديوهات تعليمية أو توجيهية التي كان لها الأثر الإيجابي في زيادة ثقة المتابعات المتزوجات واستفادتهن من النصائح والأفكار المقدمة مما عزز ثقتهم بنافسهن والاستقلالية والرضا الذاتي.

وأيضاً المطلقات تحقق لديهن تعزيز لوعيهن الذاتي وحسن علاقاتهن الإنسانية من خلال مشاهدتهن لفيدويوهات سلمى حمادو من خلال استكشاف هويتهن والتعرف على قواهن واحتياجاتهن وأهدافهن في الحياة فتعزز وعيهن الذاتي يمكنهن من التعامل مع التجارب والتحديات بطريقة صحية وبناءة، كذلك تعلم مهارات التواصل وحل المشكلات وبناء علاقات صحية ومفيدة مع الآخرين يمكن أن يعزز التفاعل الإيجابي والتواصل الصحيح في العلاقات الإنسانية ويساهم في تحسينها.

الجدول رقم 38: يمثل تلبية قناة سلمى حمادو لكافة احتياجات المتابعات في تنمية وعيهن الذاتي

حسب متغير العمر

المجموع	هل تلبى لك القناة كافة احتياجاتك في تنمية وعيك الذاتي			الإجابة		
	دائما	أحيانا	نادرا	المتغير		
66	8	45	13	التكرار	من 18	متغير العمر
%100	% 12.1	% 68.2	% 19.7	النسبة %	إلى 28	
22	2	19	1	التكرار	من 29	
%100	% 9.1	% 86.4	% 4.5	النسبة %	إلى 39	
7	2	5	00	التكرار	40 سنة	
%100	% 28.6	%71.4	00	النسبة %	فما فوق	
95	12	69	14	التكرار	المجموع	
%100	% 12.6	% 72.6	%14.7	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بان المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) أحيانا ما تلمي لهن القناة كافة احتياجاتهن في تنمية وعيهن الذاتي بنسبة 68.2% ودائما بنسبة 12.1% ونادرا بنسبة 19.7%، أما بالنسبة المتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) أحيانا ما تلمي لهن القناة كافة احتياجاتهن في تنمية وعيهن الذاتي بنسبة 86.4% ودائما بنسبة 9.1% ونادرا بنسبة 4.5%، أما المتابعات التي يفوق سنهن 40 سنة (المقدر عددهن بـ 7 متابعات) أحيانا ما تلمي لهن القناة كافة احتياجاتهن في تنمية وعيهن الذاتي بنسبة 71.4% ودائما بنسبة 28.6%.

ونفسر هذه النتائج على أن طبيعة المواضيع والمحتويات المقدمة قد لا تركز بشكل كبير على تنمية الوعي الذاتي والنمو الشخصي لدى المتابعات على اختلاف أعمارهن وكذلك قد لا تستهدف هذه القناة فئة من المتابعات التي تبحث عن مواضيع أخرى تلمي احتياجاتهن.

ومنه نستنتج أن أغلب المتابعات أحيانا ما تلمي لهن قناة سلمى حمادو كافة احتياجاتهن في تنمية وعيهن الذاتي.

الجدول رقم 39: تقييم القناة من وجهة نظر المتابعات حسب متغير العمر

المجموع	تقييم القناة				الإجابة		
	جيدة	حسنة	متوسطة	ضعيفة	المتغير		
66	26	29	10	1	التكرار	من 18	متغير العمر
%100	% 39.4	% 43.9	% 15.2	% 1.5	النسبة %	إلى 28	
22	3	11	8	00	التكرار	من 29	
%100	% 13.6	% 50	% 36.4	00	النسبة %	إلى 39	
7	3	2	2	00	التكرار	40 سنة	
%100	% 42.8	% 28.6	% 28.6	00	النسبة %	فما فوق	
95	32	42	20	1	التكرار	المجموع	
%100	% 33.7	% 44.2	% 21.0	% 1.00	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات التي يتراوح سنهن من 18 إلى 28 سنة (المقدر عددهن بـ 66 متابعة) يقيمن القناة على أنها حسنة بنسبة 43.9% وجيدة بنسبة 39.4% ومتوسطة بنسبة 15.2% وضعيفة بنسبة 1.5%، أما بالنسبة المتابعات التي يتراوح سنهن من 29 إلى 39 سنة (المقدر عددهن بـ 22 متابعة) يقيمن القناة على أنها حسنة بنسبة 50% ومتوسطة بنسبة 36.4% وجيدة بنسبة 13.6%، أما المتابعات التي يفوق سنهن 40 سنة (المقدر عددهن بـ 7 متابعات) يقيمن القناة على أنها جيدة بنسبة 42.8% وحسنة ومتوسطة بنسبة 28.6%.

ونفسر هذه النتائج بأن قناة سلمى حمادو تلبي للمتابعات على اختلاف أعمارهن احتياجاتهم بنجاح ويمكن أن تكون قيمة بالنسبة لهن لأنها تعزز تنميتهن الشخصية ووعيهن الذاتي.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات على اختلاف أعمارهن يقيمن قناة سلمى حمادو على أنها حسنة وجيدة نسبياً لأنها تقدم محتوى مفيد في مجال تنمية الذات.

الجدول رقم 40: يمثل تقييم القناة من وجهة نظر المتابعات حسب متغير المستوى التعليمي

المجموع	تقييم القناة				الإجابة		
	جيدة	حسنة	متوسطة	ضعيفة	المتغير		
71	24	32	15	00	التكرار	جامعي	متغير المستوى التعليمي
%100	%33.8	%45.1	%21.1	00	النسبة %		
20	8	7	5	00	التكرار	ثانوي	
%100	%40	%35	%25	00	النسبة %		
4	00	3	00	1	التكرار	متوسط	
%100	00	%75	00	%25	النسبة %		
00	00	00	00	00	التكرار	ابتدائي	
00	00	00	00	00	النسبة%		
95	32	42	20	1	التكرار	المجموع	
%100	%33.6	%44.2	%21.1	%1.1	النسبة %		

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن المتابعات ذات المستوى التعليمي الجامعي يقيمن القناة على أنها حسنة بنسبة 45.1% أما المتابعات ذات المستوى التعليمي الثانوي يقيمن القناة على أنها جيدة بنسبة 40% أما المتابعات ذات التعليم المتوسط يقيمن القناة على أنها حسنة بنسبة 75%.

ونفسر هذه النتائج بأن المتابعات الجامعيات وذات المستوى التعليمي والمتوسط يقيمن قناة سلمى حمادو على أنها حسنة، ويرجع ذلك لاختلاف اهتماماتهن وأرائهن حول المواضيع وقد يكون هناك متابعات لا يروق لهن نوع المواضيع الذي تقدمه القناة ويعتبرونها غير مناسبة، كذلك الثقافة والخلفية الشخصية تأثر على تقييم المتابعات للقناة.

بشكل عام يمكن للاعتبارات الشخصية والذوق الفردي أن يلعبا دورًا كبيرًا في تقييم القناة، قد يعجب البعض بها ويرونها حسنة في حين يفضل البعض الآخر قنوات أخرى.

المبحث الخامس: عرض وتحليل مساهمة قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب في تنمية الوعي الذاتي لدى النساء

تعمل قناة سلمى حمادو على تمهيد الطريق للنساء لاكتشاف قدراتهن ومهاراتهن الشخصية من خلال تقديم محتويات وفيديوهات تغطي مجالات تنمية وعيهن الذاتي بأنفسهن وتوفير المعلومات والنصائح اللازمة لبناء ثقتن بأنفسهن.

الجدول رقم 41: يمثل مساهمة القناة في تنمية الوعي الذاتي لدى المتابعات

الرقم	العبارات	التكرار / النسبة	حجم العينة 95			المجموع
			البدائل			
			موافق	محايد	معارض	
1	ساهمت قناة سلمى حمادو في بناء شخصية قوية لدي	التكرار	70	20	5	95
		النسبة	%73.7	21%	5.3%	%100
2	لم تلعب قناة سلمى حمادو أي دور في تطوير شخصيتي وجعلها قوية	التكرار	9	27	60	95
		النسبة	9.5%	28.4%	63.2%	%100
3	ساهمت قناة سلمى حمادو في تصحيح أفكار السلبية	التكرار	77	14	4	95
		النسبة	81.1%	14.7%	4.2%	%100
4	لم تؤثر قناة سلمى حمادو في تصحيح أفكار السلبية	التكرار	13	20	62	95
		النسبة	13.7%	21.1%	65.3%	%100
5	ساهمت قناة سلمى حمادو في تحسين مهارات التواصل الخاصة بي	التكرار	60	24	11	95
		النسبة	63.2%	25.3%	11.6%	%100
6	لم تقم قناة سلمى حمادو بتحسين مهارات التواصل الخاصة بي	التكرار	10	34	51	95
		النسبة	10.5%	25.8%	53.7%	%100
7	مكنتني قناة سلمى حمادو من التعبير عن ذاتي بشكل أفضل	التكرار	61	27	7	95
		النسبة	64.2%	28.4%	7.4%	%100

8	لم تمنحني قناة سلمى حمادو القدرة على التعبير عن ذاتي بشكل أفضل	التكرار	9	29	57	95
		النسبة	9.5%	30.5%	60%	%100
9	مكنتني قناة سلمى حمادو من الخروج من فترات صعوبة والعناية بنفسى أكثر	التكرار	69	17	9	95
		النسبة	72.6%	17.9%	9.5%	%100
10	لم تمدني قناة سلمى حمادو بالقوة للتغلب على الصعاب والعناية بنفسى بشكل أفضل	التكرار	4	32	59	95
		النسبة	4.2%	33.7%	62.1%	%100
11	مكنتني قناة سلمى حمادو من تطوير حياتي للأفضل والاستمتاع بها أكثر	التكرار	72	12	5	95
		النسبة	75.8%	18.9%	5.3%	%100
12	لم تمكنني قناة سلمى حمادو من تحسين جودة حياتي والاستمتاع بها بشكل أفضل	التكرار	6	27	62	95
		النسبة	6.3%	28.4%	65.3%	%100
13	مكنتني قناة سلمى حمادو من التعامل مع العلاقات السامة والخروج منها	التكرار	58	28	9	95
		النسبة	61.1%	29.5%	9.5%	%100
14	لم تساعدني قناة سلمى حمادو من التعامل مع العلاقات السامة والتخلص منها	التكرار	8	35	52	95
		النسبة	8.4%	36.8%	54.7%	%100
15	مكنتني قناة سلمى حمادو من تنظيم وقتي والتخطيط لبدايات ناجحة والتمسك بعهادات جديدة ايجابية	التكرار	70	16	9	95
		النسبة	73.7%	16.8%	9.5%	%100
16	لم تمكنني قناة سلمى حمادو من تنظيم وتخطيط بدايات ناجحة والالتزام بعهادات ايجابية جديدة	التكرار	9	26	60	95
		النسبة	9.5%	27.4%	63.2%	%100
17	ساعدتني قناة سلمى حمادو من التعرف على أهدافي وطموحاتي	التكرار	67	22	6	95
		النسبة	70.5%	23.2%	6.3%	%100
18	لم تساهم قناة سلمى حمادو في توجيهي نحو تحديد أهدافي وطموحاتي	التكرار	9	24	62	95
		النسبة	9.5%	25.3%	65.3%	%100

19	ساهمت قناة سلمى حمادو بإعطائي أفكار ونصائح ساعدتني في حياتي العاطفية	التكرار	59	27	9	95
		النسبة	62.1%	28.4%	9.5%	100%
20	لم توفر لي قناة سلمى حمادو الإرشادات والنصائح التي تساعدني في التعامل مع الجوانب العاطفية في حياتي	التكرار	7	38	50	95
		النسبة	7.4%	40%	52.6%	100%
21	مكنتني قناة سلمى حمادو من تحسين علاقتي بذاتي وعلاقتي الاجتماعية	التكرار	67	21	7	95
		النسبة	70.5%	22.1%	7.4%	100%
22	لم تمنحني قناة سلمى حمادو من تحسين علاقتي بنفسي وتطوير علاقتي الاجتماعية	التكرار	7	27	61	95
		النسبة	7.4%	28.4%	64.2%	100%
23	قدمت لي قناة سلمى حمادو توجيهات حول كيفية التفاعل مع المواقف الصعبة والتحديات التي تواجهني في حياتي	التكرار	68	20	7	95
		النسبة	71.6%	21.1%	7%	100%
24	لم توفر لي قناة سلمى حمادو الإرشادات حول كيفية التفاعل مع المواقف الصعبة والتحديات التي أواجهها في حياتي	التكرار	7	30	58	95
		النسبة	7.4%	31.6%	61%	100%
25	ساهمت قناة سلمى حمادو في زيادة ثقتي بنفسي	التكرار	66	17	12	95
		النسبة	69.5%	17.9%	12.6%	100%
26	لم تمكني قناة سلمى حمادو من بناء ثقتي الشخصية بنفسي	التكرار	8	22	65	95
		النسبة	8.4%	23.2%	68.4%	100%
27	أصبح لدي إلمام أكبر بأهمية العناية بالصحة النفسية بعد متابعتي لقناة سلمى حمادو	التكرار	69	19	7	95
		النسبة	72.6%	20%	7.4%	100%
28	لم تعزز قناة سلمى حمادو لدي الفهم الأعمق لأهمية العناية بالصحة النفسية	التكرار	5	26	64	95
		النسبة	5.3%	27.3%	67.4%	100%

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 73.7% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو ساهمت في بناء شخصية قوية لديهن ونسبة 21% كن محايدات في إجابتهن و 5.3% عارضن.

كذلك نجد بأن نسبة 63.2% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم تلعب أي دور في تطوير شخصيتهن وجعلها قوية ونسبة 28.4% كن محايدات ونسبة 9.5% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات موافقات بأن قناة سلمى حمادو ساهمت في بناء وتطوير شخصيتهن هذا يعني بأنهن وجدن في محتواها العديد من العوامل المساعدة في تنمية وتقوية شخصيتهن وإن الموضوعات التي تقدمها القناة أثرت عليهن بشكل ايجابي.

كذلك نلاحظ بأن نسبة 81.1% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو ساهمت في تصحيح أفكارهن السلبية ونسبة 14.1% من محايدات ونسبة 4.1% كن معارضات.

ونجد أن نسبة 65.3% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم تؤثر في تصحيح أفكارهن السلبية ونسبة 21.1% كن محايدات ونسبة 13.7% موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات موافقات بأن قناة سلمى حمادو ساهمت في تصحيح أفكارهن السلبية ما يؤكد أن الموضوعات التي تقدمها القناة أثرت عليهن بشكل ايجابي وعلى تصوراتهن السلبية وساعدتهن في تحويلها إلى أفكار ايجابية.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ أن نسبة 63.2% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو ساهمت في تحسين مهارات التواصل الخاصة بهن ونسبة 25.3% كن محايدات في إجابتهن و 11.6% عارضن.

ونجد أن نسبة 53.7% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم تساهم في تحسين مهارات التواصل الخاصة بهن بنسبة 25.8% كن محايدات وبنسبة 10.5% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب متابعات قناة سلمى حمادو وافقن بأن القناة قد ساهمت في تحسين مهارات التواصل الخاصة بهن، فالتواصل الفعال والمهارات الاجتماعية الجيدة هي عناصر أساسية في الحياة الشخصية سواء كان ذلك بالتحدث أو الاستماع أو التعامل مع التوترات الاجتماعية.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 64.2% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو ساعدتهن من التعبير عن ذاتهن بشكل أفضل وبنسبة 28.4% كن محايدات في إجابتهن و7.4% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 60% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم تساعدهن من التعبير عن ذاتهن بشكل أفضل وبنسبة 30.5% كن محايدات وبنسبة 9.5% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب متابعات قناة سلمى حمادو وافقن بأن القناة قد ساعدتهن في التعبير عن ذاتهن، الأمر الذي يعكس التأثير الإيجابي للقناة على حياتهن الشخصية، والتعبير عن الذات يعتبر جانب مهم في النمو والتطور الشخصي.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 72.6% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو ساعدتهن من الخروج من فترات صعبة والعناية بأنفسهن أكثر، وبنسبة 17.9% كن محايدات في إجابتهن و9.5% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 62.1% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو ساعدتهن من الخروج من فترات صعبة والعناية بأنفسهن أكثر، وبنسبة 33.7% كن من المحايدات، وبنسبة 4.2% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات وافقن على أن قناة سلمى حمادو ساعدتهن في الخروج من فترات صعبة والعناية بأنفسهن بشكل أفضل، ما يؤكد أنها تقدم محتويات مفيدة في مجالات مختلفة مثل الصحة النفسية والتنمية الشخصية والعناية بالذات.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 75.8% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو مكنتهن من تطوير حياتهن للأفضل والاستمتاع بها أكثر، وبنسبة 18.9% كن محايدات في إجابتهن و5.3% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 65.3% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو مكنتهن من تحسين جودة حياتهن والاستمتاع بها بشكل أفضل، وبنسبة 28.4% كن من المحايدات، وبنسبة 6.3% كن موافقات.

ومنه نرى اغلب المتابعات وافقن على أن قناة سلمى حمادو مكنتهن من تطوير حياتهن و جعلتهن يستمتعن بها أكثر من خلال استيعاب المعلومات والنصائح التي تقدمها القناة، الأمر الذي مكّنهن من تحسين جودة حياتهن وتحقيق التحسين الشخصي والسعادة الدائمة.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 61.1% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو مكنتهن من التعامل مع العلاقات السامة والخروج منها، وبنسبة 29.5% كن محايدات في إجابتهن و9.5% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 54.7% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم تساعدهن من التعامل مع العلاقات السامة والتخلص منها، وبنسبة 36.8% كن من المحايدات، وبنسبة 8.4% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات وافقن على أن قناة سلمى حمادو مكنتهن من التعامل مع العلاقات السامة والخروج منها لأنها قد تكون محبطة وتسبب ضغط نفسي وتأثير سلبي على حياتهن فإذا استطعن التعرف على علامات هذه العلاقات السامة وتعلم كيفية التعامل معها والخروج منها، فإن ذلك يعزز صحتهن النفسية ويرفع من جودة حياتهن.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 73.7% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو مكنتهن من تنظيم وقتهن والتخطيط لبدايات ناجحة و التمسك بعادات ايجابية جديدة، وبنسبة 16.8% كن محايدات في إجابتهن و9.5% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 63.2% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم تمكنهن من تنظيم وتخطيط بدايات ناجحة والالتزام بعادات ايجابية جديدة، وبنسبة 27.4% كن من المحايدات، وبنسبة 9.5% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات وافقن على أن قناة سلمى حمادو ساهمت بشكل كبير في تنظيم وقتهن والتخطيط لبدايات ناجحة والتمسك بعادات ايجابية جديدة، يعني أن القناة قدمت لهن المشورة حول تحديد الأهداف الواضحة وتحليل الخطوات المطلوبة لتحقيقها، أما بالنسبة للتمسك بعادات ايجابية جديدة قدمت القناة نصائح حول كيفية إنشاءها ودمجها في روتيناتهن اليومية.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 70.5% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو ساعدتهن من التعرف على أهدافهن وطموحاتهن، وبنسبة 23.2% كن محايدات في إجابتهن و6.3% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 65.3% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم توجهن نحو تحديد أهدافهن وطموحاتهن، وبنسبة 25.3% كن من المحايدات، وبنسبة 9.5% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات وافقن على أن قناة سلمى حمادو ساعدتهن على التعرف على أهدافهن وطموحاتهن من خلال اكتشاف شغفهن واهتماماتهن وتحويل طموحاتهن إلى أهداف محددة وواقعية.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 62.1% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو ساهمت بإعطائهن أفكار ونصائح ساعدتهن في حياتهن العاطفية، وبنسبة 28.4% كن محايدات في إجابتهن و9.5% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 52.6% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم توفر لهن الإرشادات والنصائح التي تساعدهن في التعامل مع الجوانب العاطفية في حياتهن، وبنسبة 40% كن من المحايدات، وبنسبة 7.4% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات وافقن على أن قناة سلمى حمادو ساهمت في تحسين حياتهن العاطفية من خلال تقديم الأفكار والنصائح وتحسين مهارتهن في التواصل والاستماع الفعال والتعبير عن مشاعرهن بشكل صادق واضح، وتعزيز الثقة وكيفية بناءها في العلاقات وكيفية التعامل مع الصراعات العاطفية بشكل صحيح وبناء جسور للاتصال وتعلم التسامح والتفهم والبحث عن حلول مشتركة.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 70.5% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو مكنتهن من تحسين علاقاتهن بذاتهن وعلاقاتهن الاجتماعية، وبنسبة 22.1% كن محايدات في إجابتهن و 7.4% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 64.2% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم تمكنهن من تحسين علاقاتهن بأنفسهن وتطوير علاقاتهن الاجتماعية، وبنسبة 28.4% كن من المحايدات، وبنسبة 7.4% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات وافقن على أن قناة سلمى حمادو قد قدمت لهن نصائح حول تطوير ثقتهن بأنفسهن وتحسين مهارات التواصل مع الآخرين عن طريق تحقيق النجاحات حول الاهتمام بالصحة النفسية والجسدية والعقلية وتعلم كيفية إدارة التوتر والضغط وممارسة النشاط البدني والتغذية الصحية والتحكم في ردود الفعل العاطفية وتحسين القدرة على التعامل مع المشاعر السلبية وكيفية بناء علاقات ايجابية مع الآخرين و البحث عن فرص للتعاون والتفاهم بينهم.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 71.6% من المتابعات % وافقن بأن قناة سلمى حمادو قدمت لهن توجيهات حول كيفية التفاعل مع المواقف الصعبة والتحديات التي تواجههن في حياتهن، وبنسبة 21.1% كن محايدات في إجابتهن و 7% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 61% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم توفر لهن الإرشادات حول كيفية التفاعل مع المواقف الصعبة و التحديات التي تواجهنها في حياتهن، وبنسبة 31.6% كن من المحايدات، وبنسبة 7.4% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات وافقن على أن قناة سلمى حمادو قدمت لهن توجيهات حول كيفية التعامل مع المواقف الصعبة والتحديات التي تواجههن في حياتهن من خلال التركيز على الجوانب الايجابية في المواقف الصعبة وكذلك التركيز على الفرص والحلول بدلاً من المشاكل وكيفية التحكم في التوتر وتهدئة العقل والجسم وتحديد الأهداف والبحث عن الدعم والمساعدة من طرف الأصدقاء أو العائلة و مشاركة تجاربهن و مشاعرهن معهم، وكيفية تطوير مهارات حل المشكلات والتفكير الإبداعي للتعامل مع التحديات.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 69.5% من المتابعات وافقن بأن قناة سلمى حمادو ساهمت في زيادة ثقتهن بنفسهن، وبنسبة 17.9% كن محايدات في إجابتهن و12.6% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 68.4% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم تمكنهن من بناء ثقتهن الشخصية بأنفسهن، وبنسبة 23.2% كن من المحايدات، وبنسبة 8.4% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات وافقن على أن قناة سلمى حمادو قد أعطتهن ثقة بنفسهن أكثر من خلال رفع مستوى قبولهن لأنفسهن بما هن عليه وتقدير قواهن و ايجابياتهن، هذا يعني قبول النواحي الايجابية و السلبية في شخصيتهن والعمل على تطويرها وتشجيعهن على تحديد أهدافهن وقدرتهن على النجاح مما يساعد على تغذية الثقة بأنفسهن والاعتماد على قدراتهن.

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ بأن نسبة 72.6% من المتابعات وافقن بأنه بعد قناة سلمى حمادو أصبح لديهن إلمام أكبر بأهمية العناية بالصحة النفسية، وبنسبة 20% كن محايدات في إجابتهن و7.4% عارضن.

كذلك نجد أن نسبة 67.4% من المتابعات عارضن بأن قناة سلمى حمادو لم تعزز لديهن الفهم الأعمق لأهمية العناية بالصحة النفسية، وبنسبة 27.3% كن من المحايدات، وبنسبة 5.3% كن موافقات.

ومنه نستنتج أن اغلب المتابعات وافقن على أن قناة سلمى حمادو أصبح لديهن إلمام بالحفاظ والعناية بالصحة النفسية من خلال تلقيهن لبعض النصائح حول أهمية التعرف على احتياجاتهن العاطفية والتعبير عن مشاعرهن بشكل صحيح ومناقشة أهمية الممارسات الذاتية الايجابية كالتأمل والاسترخاء والتمارين الرياضية والاهتمام بالهوايات التي تستمتعن بها، فهذه الممارسات تعزز صحت العقل والجسم وتحسن الحالة العام للصحة النفسية.

النتائج العامة للدراسة:

قبل الشروع في تحليل نتائج الدراسة يجدر بنا التذكير أننا ركزنا على متغير السن أكثر من المتغيرات الأخرى لأننا وجدنا أن هناك دلالة أكثر في هذا المتغير.

أولاً: النتائج الخاصة بعادات وأنماط متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يتابعن سلمى حمادو على منصات التواصل الاجتماعي (الانستغرام بنسبة 64.2%).

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يتابعن قناة سلمى حمادو منذ سنة إلى 3 سنوات بنسبة 48.4%.

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يلجأن إلى القناة في اليوم الواحد حسب ظروفهن بنسبة 53.7%.

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يشاهدن القناة لأقل من 15 د يومياً بنسبة 43.1%.

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يطلعن على القناة في الفترة الليلية بنسبة 48.4%.

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يفضلن استخدام الهاتف الذكي عند مشاهدة القناة بنسبة 83.1%.

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يشاهدن فيديوهات القناة بمفردهن بنسبة 85.3%.

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات نادراً ما يكررن مشاهدة الفيديو الواحد بنسبة 50.5%.

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يتفاعلن مع فيديوهات القناة من خلال تسجيل إعجابهن بنسبة 38.7%.

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات أحياناً ما يشاركن فيديوهات القناة مع العائلة والأصدقاء بنسبة 49.5%.

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يتابعن قنوات أخرى في نفس المجال بنسبة 62.1%.

✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات ينجذبن إلى متابعة قناة سلمى حمادو بسبب اختلافها عن باقي القنوات في أسلوبها في إيصال الأفكار.

ثانيا: النتائج الخاصة بأسباب ودوافع متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

- ✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات مشتركات في قناة سلمى حمادو من أجل مواكبة التطور في مجال توعية الذات بنسبة 54.7%.
- ✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يشاهدن قناة سلمى حمادو بدافع تطوير أفكارهن وأساليب حياة جديدة بنسبة 30.4%.
- ✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يعلقن على الفيديوهات لإعطاء رأيهن حول الموضوع بنسبة 38.7%.
- ✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يهتمن بمشاهدة فيديوهات بناء شخصية قوية بنسبة 19.3%.
- ✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يناقشن مواضيع فيديوهات قناة سلمى حمادو مع أصدقائهن بنسبة 73.6%.
- ✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات غيرن من عاداتهن السلبية وتفكيرهن السلبي بعد مشاهدة قناة سلمى حمادو بنسبة 23.7%.

ثالثا: النتائج الخاصة بالاشباع المحققة من متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

- ✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات تحقق لديهن نوع من الإشباع يتمثل في بناء عادات حياتية جديدة بنسبة 21.4%.
- ✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات أحيانا ما تلبي لهن قناة سلمى حمادو كافة احتياجاتهن في تنمية وعيهم الذاتي بنسبة 72.6%.
- ✓ بينت الدراسة أن أغلبية المتابعات يقيمن قناة سلمى حمادو على أنها حسنة بنسبة 44.2%.

رابعا: النتائج الخاصة بمساهمة قناة سلمى حمادو في تنمية الوعي الذاتي لدى النساء

- ✓ بينت الدراسة أن قناة سلمى حمادو كان لها دور فعال في بناء شخصية قوية لدى المتابعات وتصحيح أفكارهن السلبية وتطوير حياتهن للأفضل.
- ✓ بينت الدراسة أن قناة سلمى حمادو قدمت توجيهات حول كيفية التفاعل مع المواقف الصعبة والتحديات التي تواجه المتابعات.

- ✓ بينت الدراسة أن قناة سلمى حمادو انعكست ايجابيا على المتابعات من خلال توجيههن نحو تحديد أهدافهن وطموحاتهن مع إعطاء إرشادات ونصائح لتحسين علاقتهن بأنفسهن.
- ✓ بينت الدراسة أن قناة سلمى حمادو تسعى إلى تعزيز الفهم الأعمق لأهمية العناية بالصحة النفسية.

نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

تضمنت الدراسة أربعة تساؤلات فرعية وتم الاعتماد عليها كمحاور أساسية في استمارة الاستبيان الموزعة على أفراد العينة وبعد عرض النتائج العامة للدراسة يمكننا الإجابة على تساؤلات هذه الدراسة كالآتي:

1. عادات وأنماط متابعة المرأة الجزائرية لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب:

تتابع مفردات العينة محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب لأقل من 15 د يوميا وتلجن في اليوم الواحد إلى القناة حسب ظروفهن عبر موقع إنستغرام بدرجة أولى وفيسبوك بالدرجة الثانية، الأمر الذي ساعد المتابعات على مشاهدة وتكرار الفيديوهات في أي وقت وأي مكان فجدية صاحبة القناة في طرح موضوعات ومحتويات تتلاءم مع جميع الفئات العمرية، ساهم هذا الأمر في زيادة الإعجاب والاشتراك في القناة وفي صفحات التواصل الاجتماعي كالانستغرام والفيسبوك.

2. الحاجات والدوافع التي تسعى المرأة الجزائرية لتحقيقها من خلال متابعة محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب:

تتابع مفردات العينة محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب كونها تقدم لهن مجموعة من النصائح والتوجيهات في مجال توعية الذات من خلال مواكبة التطور وتطوير أفكار وأساليب حياتهن وبناء شخصية قوية لديهن، والتغير من عاداتهن السلبية وتفكيرهن السلبي.

3. الاشباكات التي تحققها المرأة الجزائرية من خلال متابعتها لمحتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب:

تتابع مفردات العينة محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب حيث حققت لهن اشباكاتهن في مجال تنمية الوعي الذاتي من خلال بناء عادات حياتية جديدة لديهن، وتعزيز وعيهم بذاتهن وتحسين صحتهم النفسية، و لاقت القناة تقييم حسن وجيد بين القنوات الأخرى في نفس المجال.

4. مساهمة قناة سلمى حمادو في تنمية الوعي الذاتي لدى النساء:

أسفرت النتائج قناة سلمى حمادو تحظى بشعبية واسعة وأسلوب صاحبة القناة في إقناع وتبسيط المحتويات وتحقيق حاجات وإشباكات المتابعات الأمر الذي ساعد المتابعات في زيادة ثقتهم بالقناة وأنها انعكست ايجابيا عليهن من خلال توجيههن نحو تحديد أهدافهن وطموحاتهن وإعطاء إرشادات ونصائح لتحسين علاقاتهن بأنفسهن.

• نتائج الدراسة في ضوء فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباكات:

الفرضية الأولى: يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

تتحقق هذه الفرضية من خلال نتائج دراستنا حيث نلاحظ أن متابعات قناة سلمى حمادو يتابعن القناة كونها تقدم لهن نصائح وتوجيهات في مجال توعية الذات وبالتالي فقد اخترن هذه القناة لتشبعن احتياجاتهن.

الفرضية الثانية: ينظر إلى جمهور وسائل الإعلام باعتباره جمهور إيجابي ونشط يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم وسائل الإعلام استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة وتلبية حاجات مقصودة.

تتحقق هذه الفرضية من خلال نتائج دراستنا كون أن متابعات قناة سلمى حمادو يتفاعلن مع القناة ويستخدمنها لتحقيق أهدافهن وتنمية وعيهم الذاتي.

الفرضية الثالثة: الفروق الفردية للأفراد هي التي تتحكم في حاجاتهم، واختيارهم لوسائل الإعلام ووسائلها.

تتحقق هذه الفرضية من خلال نتائج دراستنا كون أن الفروق الفردية للمتابعات كاحتياجاتهن الشخصية وقيمهن ومعتقداتهن وكذلك خلفياتهن الثقافية والاجتماعية تعكس احتياجاتهن ورغباتهن في متابعة قناة سلمى حمادو.

الفرضية الرابعة: التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

تتحقق هذه الفرضية من خلال نتائج دراستنا، فمتابعات قناة سلمى حمادو هن من اخترن هذه القناة وتابعنها، فهي ليست سوى أداة استخدمنها المتابعات لتنمية وعيهن الذاتي.

• نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

في البداية يجدر الإشارة إلى اختلاف الدراسات السابقة التي استندنا إليها والدراسة الحالية لم تتشابه في كل تساؤلاتها وبالتالي عدم التشابه الكلي في أهدافها، وسيتم في عرض نتائج الدراسة مناقشة الجوانب المشتركة بين هذه الدراسات السابقة والدراسة الحالية.

- جاءت نتائج دراسة الطالب زعيم نجود حول التدوين الالكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، دراسة وصفية ميدانية على عينة من المدونين الجزائريين غير مطابقة للنتائج المتوصل إليها في دراستنا كون أهداف دراستنا كانت مختلفة فهذه الدراسة السابقة تهدف إلى معرفة دوافع التدوين لدى المدونين الجزائريين واكتشاف أهم خصائصهم الديمغرافية والعامة، فيحين أن دراستنا الحالية جاءت للتعرف على أثر محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب على تنمية الوعي الذاتي للمرأة الجزائرية ويمكن القول أن النتيجة التي توصلت إليها دراسة زعيم نجود أن معظم المدونين شباب وأصحاب التعليم العالي يمكن أن تتطابق مع المدونة سلمى حمادو كونها مدونة شابة ومخرجة من المدرسة العليا للغة الإنجليزية أي صاحبة مستوى تعليمي عالي.

- بالمقارنة مع نتائج دراسة الطالبة الباحثة حداد نريمان حول الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك ومستخدماتها نجد أن هناك اتفاقا في أن أفراد العينة في دراستنا الحالية فضلن استخدام الهاتف الذكي عند مشاهدة القناة، كما توصلت دراسة الطالبة الباحثة حداد نريمان أن أغلب أفراد عينة الدراسة فضلن الهاتف الذكي كوسيلة لاستخدام الفيسبوك.

كذلك هناك اتفاق في أن أفراد العينة في دراستنا الحالية فضلن مشاهدة فيديوهات قناة سلمى حمادو بمفردهن، كما توصلت دراسة الطالبة الباحثة حداد نريمان أن معظم المبحوثات فضلن استخدام وتصفح صفحات النسوية بمفردهن.

واتفقت النتائج أيضا كون أفراد العينة في دراستنا الحالية يتفاعلن مع فيديوهات قناة سلمى حمادو من خلال تسجيل إعجابهن، كما توصلت دراسة الطالبة الباحثة حداد نريمان أن معظم المبحوثات يفضلن تسجيل إعجابهن عند تصفح صفحات الفيسبوك.

- من خلال مقارنة النتائج التي توصل إليها سعد مطلق العميري في دراسته "تأثير المدونات الإلكترونية الكويتية على اتجاهات طلبة قسم الإعلام في جامعة الكويت" نلاحظ أن هناك فروقا في النتائج كون أن تساؤلات دراسة سعد مطلق العميري كانت مختلفة عن التساؤلات في دراستنا الحالية وبالتالي هناك اختلاف في أهداف الدراستين فدراسة سعد مطلق العميري تهدف إلى التعرف على تأثير المدونات الإلكترونية الكويتية على اتجاهات طلبة قسم الإعلام في جامعة الكويت، وهدفت دراستنا الحالية للتعرف على أثر محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب على تنمية الوعي الذاتي للمرأة الجزائرية، ومنه نتائج الدراستين كانتا غير متشابهتين.

- من خلال مقارنة النتائج التي توصلت إليها دان لي في دراستها لماذا ندون؟ why do you blog.

نلاحظ أن هناك فروقا في أهداف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية كون أن هذه الدراسة هدفت إلى اكتشاف أنماط التدوين، دوافع التدوين، ودور الدوافع بالإضافة إلى الخصائص الديمغرافية كمحرك لسلوك التدوين، في حين أن دراستنا هدفت إلى التعرف على أثر محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب على تنمية الوعي الذاتي للمرأة الجزائرية، فنتائج الدراستين كانتا متفارقتين تماما لا وجود للتشابه أو التطابق بينهما.

- من خلال مقارنة النتائج التي توصل إليها أيوب زارع ونور حفيظة سلامات في دراستهما blogging a personal window to pleasur and self-therapy نلاحظ أن هناك فروقا في أهداف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية كون أن هذه الدراسة هدفت إلى فحص معنى التدوين بين المدونات الإيرانية من خلال تطبيق تحليل الظواهر التفسيرية كاستراتيجية بحثية لاستكشاف

التجربة الشخصية للمدونات، ومعنى التدوين كما يراه المدونون، في حين أن دراستنا هدفت إلى التعرف على أثر محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب على تنمية الوعي الذاتي للمرأة الجزائرية، فنتائج الدراستين كانتا مختلفتين لم نتوصل إلى نتائج متشابهة أو متطابقة.

خاتمة

تناولت دراستنا احد المواضيع الهامة الحديثة في المجتمع الجزائري والمتمثلة في "اثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية"، وهي دراسة ميدانية على عينة من متابعات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب، حيث كان الهدف الأساسي للدراسة هو التعرف على أثر محتويات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب في تنمية وتطوير وتعزيز الوعي الذاتي للمرأة الجزائرية.

حيث تبين لنا أن التدوين النسوي يلعب دورا مهما في طرح قضايا المرأة المختلفة في إطار مواكبة التغيرات الاجتماعية التي أحدثتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ويمكن ممارسته كهواية لتبادل وجهات النظر بين الأفراد وعرض القضايا المختلفة.

وقد بين الجانب التطبيقي عدة استنتاجات من أبرزها أن قناة سلمى حمادو تحظى بشعبية واسعة وان لها أسلوبا في الإقناع وتبسيط المحتويات وتحقيق حاجات اشباع المتابعات، مما انعكس ايجابيا على المتابعات وتوجيههن لتحديد أهدافهن وطموحاتهن وإعطاء إرشادات ونصائح لتحسين علاقتهن بأنفسهن.

بشكل عام يمكن القول أن نتائج هذه الدراسة سمحت لنا بمعرفة اثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي لدى المتابعات، ومنه نستنتج أن التدوين النسوي يساهم في تنمية الوعي الذاتي ويعزز قدرة المرأة على تحقيق التغيرات والتأثير في المجتمع وتمكين المرأة.

نتائج هذه الدراسة التي توصلنا إليها تعكس وجهة نظر وتجارب النساء المتابعات لقناة سلمى حمادو فقط ولا تمثل كل النساء في الجزائر نظرا لكون حجم عينة الدراسة صغير أي أن عدد الأشخاص المشمولين في الدراسة كان محدودا بشكل عام، كذلك اخترنا في توجيه الدراسة نحو النساء المتابعات لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب هذا الاستهداف الضيق يعني أن النتائج التي حصلنا عليها تنطبق فقط على هذه الفئة المحددة من المتابعات ولا يمكن تعميمها على الجميع.

ونرجو من الطلبة أن يدرسوا موضوع التدوين النسوي من زوايا أخرى لكونه موضوع جد حساس في المجتمع الجزائري وخاصة بالنسبة للمرأة الجزائرية وهو بحاجة إلى الإثراء بحثا ودراسة. واهم التوصيات التي نوصي بها نجملها في النقاط الآتية:

- نقترح إنجاز دراسات مستقبلية لتوسيع نطاق البحث، واشتمال فئات أخرى من المتابعين، أو توجيه البحث لاستكشاف تأثيرات واستخدامات أخرى للتدوين النسوي.
- إجراء دراسات مقارنة بين التدوين النسوي في الجزائر بكافة أشكاله المرئي والمكتوب في الفضاء الافتراضي مع قريناته في الدول العربية والغربية.
- ضرورة توجيه الشباب لمواكبة ظاهرة التدوين النسوي والتركيز على دفعهم لمتابعة قنوات تركز على مواضيع نسوية.
- اختيار مجالات محددة ضمن التدوين النسوي لا تزال قليلة الدراسة.
- ضرورة توجيه المرأة الجزائرية إلى استثمار التدوين النسوي في خدمة القضايا الكبرى للمجتمع الإسلامي.

قائمة المراجع

أولاً: القواميس والمعاجم

1. الخلفي طارق سيد احمد ، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.

2. معجم المعاني <https://www.almaany.com>

3. Lamizet Bernard, Ahmed Slimane, dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et communication, ellipses , Paris 1997.

4. Larousse, (2009), [en ligne], <http://www.Larousse.fr/encyclopedia>

ثانياً: الكتب

5. إبراهيم إسماعيل، مناهج البحوث الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، ط1، 2017.

6. إبراهيم مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، ط1، 2000.

7. إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دط، الدار العلمية، القاهرة، 1998.

8. أنجريس مورييس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، ط2، 2004.

9. بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، دس.

10. حمدي محمد الفاتح، سطوطاح سميرة، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2019.

11. الدليمي عبد الرزاق، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، دط، 2016.

12. ربيع محمد شحاتة، علم نفس الشخصية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، دس.

13. شريطي مراد فوزي، التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، دار أسامة، ط1، الأردن، 2015.
14. شفيق محمد، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الكتاب الجامعي الحديث، الإسكندرية- مصر، دط، 1987.
15. صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008.
16. طريف الخولي يمى، النسوية وفلسفة العلم، دار هنداي للنشر، القاهرة، 2018.
17. عبد المجيد مروان، أسس البحث العلمي في الدراسات الإعلامية والاجتماعية، ط2، مصر، 2004.
18. عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد - المراحل - التطبيقات، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر، 1999.
19. العتوم عدنان يوسف وآخرون، التواصل الاجتماعي من منظور نفسي واجتماعي وثقافي، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011.
20. عليان ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه - مناهجه - أساليبه - إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن، دط، 2001.
21. غرابية فوزي وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل، الأردن، 2008.
22. قندلجي عامر إبراهيم، منهجية البحث العلمي، اليازوري العلمية، دط، 2013، الأردن.
23. كافي مصطفى يوسف، الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017.
24. اللالح أحمد عبد الله ومصطفى محمود أبو بكر، البحث العلمي (تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الإحصائية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.
25. محمد جابر سامية، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث - النظرية والتطبيق، دط، دار المعارف الجامعية، القاهرة، 1998.
26. المحمودي محمد سرحان علي، مناهج البحث العلمي، مكتبة الوسيطية للنشر والتوزيع، صنعاء اليمن، ط3، 2019.

27. مزاهرة منال هلال، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، الأردن، 2009.
28. المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ط1، 2019.
29. المصري سعيد وآخرون، المدونات المصرية فضاء اجتماعي جديد، ط1، مركز الدراسات المصرية، القاهرة، 2014.
30. مكايي حسن عماد ، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، دط ، 2007.
31. مكايي حسن عماد مكايي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.

ثالثا: الرسائل الجامعية

32. بغو خديجة، الخطاب الساخر عبر مدونات الفيديو النسائية دراسة تحليلية لقناة نهلة السطايفية عبر اليوتيوب، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2021-2022.
33. بن عمارة لمياء، الاستخدامات المهنية للمدونات الالكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2014/2015.
34. بن منيف الخالدي عبد الرحمن، الوعي الذاتي وعلاقته بالتوافق النفسي لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية، مشروع مكمل لنيل شهادة الماجستير في التوجيه والإرشاد التربوي، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، 2014.
35. عزيز تقى بدري، الوعي الذاتي وعلاقته بالإقناع الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علم النفس، جامعة ابن الهيثم بغداد، كلية التربية للعلوم الصرفة، 2015.
36. عطية الرفاعي موسى عطية الله، الوعي الذاتي وعلاقته بالقلق في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية لدى طلبة المرحلة الثانوية بمحافظة ينبع، دراسة مقدمة لإكمال درجة الماجستير في تخصص الإرشاد النفسي، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الأدب والعلوم الإنسانية، قسم علم النفس، 2022.

37. فراح بسمه، استخدام الطلبة الجامعيين للمدونات الالكترونية وانعكاسها على تحصيلهم العلمي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2018/2017.
38. مرزقال إبراهيم، إستراتيجية تسويق الكتاب الالكتروني في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.
39. مرزقان إبراهيم، إستراتيجية تسويق الكتاب الالكتروني في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.
40. نجود زعيم، التدوين الالكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2012/2011.
41. النوعي عبد القادر، واقع الوعي الذاتي-جماهير التلفزيون بين أطروحات الإعلام الإسلامي التلفزيوني والإعلام العولمي التلفزيوني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع تخصص اتصال، جامعة الجلفة، 2018-2017.

رابعاً: المجالات العلمية

42. بني خالد محمد سليمان وهليل مطير بسام، درجة مساهمة الجامعات الرسمية الأردنية في تطوير الوعي الذاتي بتحديات العصر الحديث لدى الطلبة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة آل البيت، الأردن، المجلد ب، العدد 30 ، ديسمبر 2008.
43. حسين زكي، صحافة المدونات الالكترونية على الانترنت عرض وتحليل، مجلة البحث الإعلامي، العدد 3، 2007.
44. دريم فاطمة الزهراء، التدوين الالكتروني والمرأة الجزائرية، الساوره للدراسات الإنسانية والاجتماعية، جامعة مستغانم، 2018، الجزائر.
45. الرشيدى فاطمة، قلق المستقبل وعلاقته بالوعي الذاتي، دراسة ميدانية على طالبات كلية العلوم في جامعة القصيم، دفاثر البحوث العلمية، المجلد 9، العدد 1، 2021.
46. الزرن جمال، المدونات وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، ع 130، 2007.

47. شيماء إسماعيل-عباس إسماعيل، المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدرا للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المكتبيين، cybrarians journal، ع13، جوان 2007.

48. طالعة لامية، المدونات الالكترونية: أداة لممارسة السبرديمقراطية في الفضاء الافتراضي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة باتنة 1، المجلد 19، العدد 39، جامعة الجزائر 3، 2019.

49. الطيبي شهنياز، الوعي الذاتي مراحله ومصادره، <http://pydrojava.org/>

50. عطا الله مسلم البطوش أمنة، مستوى الوعي الذاتي لدى عينة من الطلبة المتنمرين وعلاقته بضبط الذات لديهم في لواء قصب عمان، مجلة جامعة الحسين بن طلال للبحوث، الملحق 2، المجلد 7، عمان - الأردن، 2021.

خامسا: المقالات والأوراق العلمية

51. أحمد حسين، ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، ورقة علمية مقدمة لمؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض - المملكة العربية السعودية.

52. حرز الله زهراء- بن قسمية احمد، التدوين الالكتروني النسوي بين صناعة المفاهيم الإعلامية وتحرير الإبداع الأنثوي، التدوين الالكتروني النسوي في الجزائر تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة الاغواط، 2021.

53. رحموني لبنى، معمري هادية، تمثلات الذات في مدونات الفيديو النسائية الجزائرية، التدوين الالكتروني النسوي في الجزائر-تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة أم البواقي، 2021.

54. ركوك خولة، عيساوي الطيب، التدوين الالكتروني النسوي ومسؤولية الحفاظ على القيم الاجتماعية، التدوين الالكتروني النسوي في الجزائر-تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة أم البواقي، 2021.

55. مرزوقي بدر الدين، ساعد هواوي خديجة، التدوين المرئي النسوي والفضاء العمومي، التدوين الالكتروني النسوي في الجزائر-تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة أم البواقي، 2021.

56. مساعدي سلمى، همال سهام، المدونات الالكترونية النسائية فضاءات تواصلية لمناقشة مواضيع المرأة، التدوين الالكتروني النسوي في الجزائر - تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة أم البواقي، 2021.
57. مهية زينب، التدوين الالكتروني المكتوب...فضاء عمومي افتراضي للمرأة وقضاياها، قراءة في مشاركة المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مخبر البحث في دراسة الإعلام والمجتمع، جامعة تبسة، دس.
58. نايلي نفيسة، علاق أمينة، المدونات المرئية النسوية في الجزائر وصناعة المحتوى قراءة تحليلية في عينة من النماذج، التدوين الالكتروني النسوي في الجزائر-تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، جامعة أم البواقي، 2021.

سادسا: المراجع الأجنبية

59. Buss, AH, self consciousness and social anxiety, university of Texas, W H. freeman and company, 1980,
60. Guy Parmentier, Sylvie Rolland, les consommateurs des mondes virtuel :construction identaire et expérience de consommation dans second life , recherche et application en marketing , 2009, vol 24, n3
61. Katherine Ray Lantigua, uses and gratifications of watching YouTube beauty vlogs, Rochester institute of technology, New York, 2019
62. Patrick W ,O'Donnell ,Users and the marketing efficacy of MP3 music blogs, A Master Thesis of Science, Department of Communication, spring semester, 2006, the Florida state university.
63. weiten, w : Psychology: themes and variations 3rd, London : Books Cole publishing. company, 1995,.
64. Margaret Rouse, Techopedia Online Survey . at <https://www.techopedia.com/definition/27866/online-survey>
65. Bernard Lamizet, Ahmed Slimane, dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et communication, ellipses ,Paris 1997
66. Henry Farrell , Daniel W. Drezner , Introduction :Blogs, politics and power : a special issue of public choice, public choice, 2008, volume134, numbers1.

سادسا: المواقع الالكترونية

67. Daniel ruby,youtube statistics insights and infografics 06-06-2022,
www.demandsage.com

فهرس المحتويات

الفهرس

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	الإهداء
	ملخص الدراسة
أ-ج	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي	
13-12	- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
22-14	- الدراسات السابقة
22	- أهمية الدراسة
23	- أهداف الدراسة
24	- أسباب اختيار الموضوع
25	- نوع الدراسة ومنهجها
27	- أدوات جمع البيانات
31	- مجتمع البحث وعينة الدراسة
33	- حدود الدراسة
33	- المفاهيم الأساسية للدراسة
37	- المقاربة النظرية
40	- صعوبات الدراسة
الفصل الثاني: مدخل عام إلى التدوين الالكتروني النسوي والوعي الذاتي	
	المبحث الأول: مفهوم المدونات الالكترونية، أنواعها ومكوناتها
43	تمهيد
44	1. مفهوم المدونات الالكترونية
47	2. نشأة المدونات الالكترونية
49	3. أنواع وأشكال المدونات الالكترونية
52	4. مكونات المدونات الالكترونية
54	5. خصائص المدونات الالكترونية
55	6. مزايا المدونات الالكترونية

57	خلاصة
	المبحث الثاني: التدوين المرئي النسوي، خصائصه، أبعاده وآفاقه
59	تمهيد
60	1. مفهوم التدوين المرئي النسوي
63	2. نشأة التدوين النسوي في المنطقة العربية والجزائر
67	3. أنواع المدونات المرئية النسوية في الجزائر
69	4. مميزات وخصائص التدوين المرئي النسوي
74	5. أبعاد محتوى المدونات النسوية المرئية
78	6. دوافع وحاجات التدوين الالكتروني النسوي
80	7. أفاق التدوين الالكتروني ومخاطر العولمة الثقافية
81	خلاصة
	المبحث الثالث: مفهوم الوعي الذاتي، أنواعه وخصائصه وأبعاده
83	تمهيد
84	1. مفهوم الوعي الذاتي
85	2. أنواع الوعي الذاتي
86	3. خصائص الوعي الذاتي
87	4. أسس ومكونات الوعي الذاتي
89	5. أبعاد ونماذج الوعي الذاتي
91	6. النظريات المفسرة للوعي الذاتي
92	7. الجوانب العامة للذات
93	8. الوعي الذاتي للمرأة
96	خلاصة
	الفصل الثالث: اثر التدوين النسوي على تنمية الوعي الذاتي للمرأة
98	تمهيد
99	المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات الشخصية للمبحوثين
105	المبحث الثاني: أنماط متابعة المرأة الجزائرية لمحتوى قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب
120	المبحث الثالث: دوافع متابعة المرأة الجزائرية لمحتوى قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

136	المبحث الرابع: الاشباكات المحققة من متابعة المرأة الجزائرية لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب
146	المبحث الخامس: مساهمة قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب في تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية
153	النتائج العامة للدراسة
161	خاتمة
163	التوصيات
165	قائمة المراجع
173	فهرس المحتويات
177	فهرس الجداول والأشكال
181	قائمة الملاحق

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول
99	الجدول رقم 01: يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن
100	الجدول رقم 02: يوضح توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي
101	الجدول رقم 03: يوضح توزيع مفردات العينة حسب الحالة المهنية
102	الجدول رقم 04: يوضح توزيع مفردات العينة حسب الحالة الاجتماعية
103	جدول رقم 05: يوضح توزيع مفردات العينة حسب منطقة السكن لدى المتابعات
105	جدول رقم 06: يمثل متابعة قناة سلمى حمادو على منصات التواصل الاجتماعي الأخرى حسب متغير العمر
106	جدول رقم 07: يمثل متابعة سلمى حمادو عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى حسب متغير العمر
107	الجدول رقم 08: يمثل فترات متابعة قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب
108	الجدول رقم 09: يمثل عدد مرات ولوج المتابعات إلى القناة في اليوم الواحد
109	الجدول رقم 10: يمثل مدة مشاهدة المتابعات لقناة سلمى حمادو يوميا
110	الجدول رقم 11: يمثل فترات اطلاع المتابعات على محتوى القناة حسب متغير الحالة الاجتماعية
111	الجدول رقم 12: الوسائل التي تستخدمها المتابعات عند مشاهدة القناة
112	الجدول رقم 13: يمثل مع من تشاهد المتابعات فيديوهات القناة حسب متغير العمر
113	الجدول رقم 14: يمثل مع من تشاهد المتابعات فيديوهات القناة حسب متغير الحالة الاجتماعية
114	الجدول رقم 15: يمثل تكرار مشاهدة المتابعات للفيديو الواحد حسب متغير العمر
115	الجدول رقم 16: كيفية تفاعل المتابعات مع فيديوهات القناة
116	الجدول رقم 17: يمثل مشاركة المتابعات للفيديو القناة مع العائلة والأصدقاء حسب متغير العمر
117	الجدول رقم 18: يمثل متابعة قنوات أخرى في نفس المجال
118	الجدول رقم 19: يمثل اختلاف قناة سلمى حمادو عن باقي القنوات حسب متغير العمر

119	الجدول رقم 20: يمثل اختلاف قناة سلمى حمادو عن باقي القنوات حسب متغير المستوى التعليمي
120	الجدول رقم 21: يمثل سبب اشتراك المتابعات بالقناة حسب متغير العمر
121	الجدول رقم 22: يمثل سبب اشتراك المتابعات بالقناة حسب متغير الحالة المهنية
122	الجدول رقم 23: يمثل دوافع مشاهدة المتابعات لقناة سلمى حمادو حسب متغير العمر
123	الجدول رقم 24: يمثل دوافع مشاهدة المتابعات لقناة سلمى حمادو حسب متغير الحالة الاجتماعية
124	الجدول رقم 25: يمثل أسباب تعليق المتابعات على الفيديوهات
126	الجدول رقم 26: يمثل المواضيع التي سبق وأن شاهدها المتابعات حسب متغير العمر
128	الجدول رقم 27: يمثل المواضيع التي سبق وأن شاهدها المتابعات حسب متغير الحالة الاجتماعية
130	الجدول رقم 28: يمثل مناقشة المتابعات لمواضيع القناة حسب متغير العمر
131	الجدول رقم 29: يمثل الأشخاص الذين تتناقش معهم المتابعات مواضيع القناة حسب متغير العمر
132	الجدول رقم 30: يمثل الأشخاص الذين تتناقش معهم المتابعات مواضيع القناة حسب متغير المستوى التعليمي
133	الجدول رقم 31: يمثل التغيير من بعض العادات السيئة لدى المتابعات حسب متغير العمر
134	الجدول رقم 32: يمثل بعض العادات السلبية لدى المتابعات حسب متغير العمر
135	الجدول رقم 33: يمثل بعض العادات السلبية لدى المتابعات حسب متغير المستوى التعليمي
136	الجدول رقم 34: يمثل تحقق نوع من الإشباع لدى المتابعات عند مشاهدة فيديوهات القناة حسب متغير العمر
137	الجدول رقم 35: يمثل نوع الاشباعات المحققة لدى المتابعات عند مشاهدة القناة حسب متغير العمر
138	الجدول رقم 36: يمثل نوع الاشباعات المحققة لدى المتابعات عند مشاهدة القناة حسب متغير المستوى التعليمي الجدول رقم 37: يمثل نوع الاشباعات المحققة لدى المتابعات عند مشاهدة القناة حسب متغير الحالة الاجتماعية

141	الجدول رقم 38: يمثل تلبية قناة سلمى حمادو لكافة احتياجات المتابعات في تنمية وعيهن الذاتي حسب متغير العمر
142	الجدول رقم 39: تقييم القناة من وجهة نظر المتابعات حسب متغير العمر
143	الجدول رقم 40: يمثل تقييم القناة من وجهة نظر المتابعات حسب متغير المستوى التعليمي
144	الجدول رقم 41: يمثل مساهمة القناة في تنمية الوعي الذاتي لدى المتابعات

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل
99	الشكل رقم 01: يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن
100	الشكل رقم 02: يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي
101	الشكل رقم 03: يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الحالة المهنية
103	الشكل رقم 04: يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية
104	الشكل رقم 05: يوضح توزيع مفردات العينة حسب منطقة السكن

قائمة الملاحق

ملحق رقم 01

جامعة أكلي محند أولحاج - البويرة -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

أثر التدوين النسوي في تنمية الوعي الذاتي لدى المرأة الجزائرية

دراسة ميدانية على عينة من متابعات قناة سلمى حمادو

عبر اليوتيوب

استمارة استبيان حول موضوع :

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

إشراف الأستاذة:

د/ نوازي عائشة

من إعداد الطالبات:

- ميهوبي نسرين
- زروقي خديجة
- ابراهيمي لينا زينب

يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذه الورقة البحثية لأجل مساعدتنا، وذلك بالإجابة على أسئلة هذه الاستمارة بكل دقة وموضوعية ونؤكد أن هذه المعلومات التي تدلون بها تبقى سرية، ولا تستخدم إلا لأغراض علمية، وشكرا لتعاونكم.

السنة الجامعية: 2023/2022م

ملاحظة: ضعي علامة (+) أمام الإجابة المناسبة

المحور الأول: البيانات الشخصية

- السن: من 18 إلى 28 ☐ من 29 إلى 39 ☐ من 40 فما فوق ☐
- المستوى التعليمي: ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐
- الحالة المهنية: طالبة ☐ عاملة ☐ مأكثة بالبيت ☐
- الحالة الاجتماعية: عازبة ☐ متزوجة ☐ أرملة ☐ مطلقة ☐
- مكان السكن: منطقة ريفية ☐ منطقة شبه حضرية ☐ منطقة حضرية ☐

المحور الثاني: عادات وأنماط متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

1. هل تتابعين قناة سلمى حمادو على منصات التواصل الاجتماعي الأخرى؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كان الجواب، نعم ما هي هذه المنصات؟

تلغرام ☐ فيسبوك ☐ انستغرام ☐

2. منذ متى وأنت تتابعين قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب؟

منذ أقل من سنة ☐ من سنة إلى 3 سنوات ☐ أكثر من 3 سنوات ☐

3. كم من مرة تلجين إلى القناة في اليوم الواحد؟

4. مرة واحدة ☐ من مرتين إلى 3 مرات ☐ أكثر من 3 مرات ☐حسب الظروف ☐

5. ما هي المدة التي تقضيها في مشاهدة قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب يوميا؟

أقل من 15 د ☐ من 15 د - 30 د ☐ من 30 د إلى ساعة ☐أكثر من ساعة ☐

6. ما هي الفترات المفضلة لديك للاطلاع على محتوى القناة؟

صباحا ☐ الظهيرة ☐ مساء ☐ ليلا ☐

7. ما هي الوسائل التي تستخدمينها عند مشاهدة قناة سلمى حمادو؟

الهاتف الذكي ☐ اللوح الالكتروني ☐ الحاسوب المحمول ☐
التلفاز الذكي ☐

8. هل تشاهدين فيديوهات قناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب؟ مع:

بمفردك ☐ مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐

9. هل تقومين بتكرار مشاهدة الفيديو الواحد أكثر من مرة؟

نادرا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐

10. كيف تتفاعلين في مشاهدتك لفيديو القناة؟

أسجل إعجابي ☐ أسجل عدم إعجابي ☐ استفيد منه ولا أفاعل ☐
أفاعل ولا استفيد منه ☐ اترك تعليق ☐ أشاركها مع أصدقائي ☐
أخرى

11. هل تقومين بمشاركة فيديوهات قناة سلمى حمادو مع العائلة والأصدقاء؟

نادرا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐

12. هل تتابعين قنوات أخرى في نفس المجال؟ نعم ☐ لا ☐

- إذا كان الجواب نعم، أذكرها.....

13. في ماذا تختلف قناة سلمى حمادو عن تلك القنوات؟

سهولة اللغة وطريقة الكلام التي تعتمدها ☐ جودة فيديوهاتها ☐

☐ التصميم الجيد للفيديو ☐ أسلوبها في إيصال أفكارها

المحور الثالث: أسباب ودوافع متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

14. ما هو سبب اشتراكك في هذه القناة؟ (هذا السؤال موجه فقط للمشاركات في القناة)

الإطلاع فقط ☐ اكتساب خبرات ☐ مواكبة التطور في مجال توعية الذات ☐

أخرى اذكرها

15. هل تشاهدين قناة سلمى حمادو بدافع:

الإشباع النفسي ☐ التخلص من الروتين ☐ تطوير أفكار وأساليب حياتك الشخصية ☐

الاستفادة من النصائح والأفكار المقدمة ☐ القضاء على الشعور بالوحدة والملل ☐

أخرى اذكرها

16. ما هي الأسباب التي تدفعك للتعليق على فيديو القناة؟

إعطاء رأي حول موضوع الفيديو ☐ تقديم انتقاد لموضوع الفيديو ☐

ترك استفسار ☐ الإشارة إلى الصديقات ☐

تقديم انتقاد لصاحبة القناة ☐ مشاركة مقطع الفيديو في صفحات أخرى ☐

تقديم اقتراحات لموضوع جديد ☐ التمر (السخرية والاستهزاء من الآخرين) ☐

أخرى اذكرها

17. ما هي المواضيع التي سبق لك مشاهدتها عبر قناة سلمى حمادو؟

بناء شخصية قوية ☐ القضاء على الملل ☐ التعافي من صدمة عاطفية ☐

تطوير حياتك للأفضل ☐ تحقيق الأهداف الشخصية ☐

تعلم اللغة الانجليزية ☐ روتينات تحفيزية إنتاجية ☐

مواضيع أخرى اذكرها

18. هل تتناقش هذه المواضيع مع الآخرين؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كان الجواب بنعم مع من تتناقش؟

الأسرة ☐ الأصدقاء ☐ مدربي التنمية البشرية ☐ متابعات أخريات للقناة ☐

19. هل سبق ودفعتك القناة إلى التغيير من بعض عاداتك السيئة؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كان الجواب نعم، ما هي العادات التي تغيرت ؟

المماثلة والخمول ☐ التفكير السلبي ☐ الاكتئاب ☐ القلق المفرط ☐

السعي المفرط نحو المثالية ☐ التشكيك بالنفس ☐

عادات سلبية أخرى اذكرها

كيف كان هذا التغيير ؟

المحور الرابع: الاشباكات المحققة من متابعة النساء لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب

22. هل يتحقق لديك نوع من الإشباع عند تعرضك أو متابعتك لقناة سلمى حمادو؟

نعم ☐ لا ☐

في حالة الإجابة بنعم ما نوع هذه الاشباكات؟

ثقة أكثر بالنفس ☐ بناء عادات حياتية جديدة ☐ تحسين الصحة النفسية ☐

تعزيز الوعي بالذات وتحسين العلاقات الإنسانية ☐ كسب الاحترام داخل المجتمع ☐

كسب مكانة في أسرتك ☐

أخرى اذكرها

23. هل تلبي لك قناة سلمى حمادو كافة احتياجاتك في تنمية وعيك الذاتي؟

نادرا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐

24. كيف تقيم هذه القناة من وجهة نظرك؟

ضعيفة ☐ متوسطة ☐ حسنة ☐ جيدة ☐

المحور الخامس: مساهمة قناة سلمى حمادو في تنمية الوعي الذاتي لدى النساء

فيما يلي مجموعة من العبارات يرجى منك قراءة كل عبارة بدقة وتبيين مدى انطباقها عليك من خلال اختيار إحدى البدائل الثلاثة المتوفرة (موافق - محايد - معارض) وذلك بوضع علامة (+) أمام كل عبارة.

الرقم	العبارات	موافق	محايد	معارض
1	ساهمت قناة سلمى حمادو في بناء شخصية قوية لدي			
2	لم تلعب قناة سلمى حمادو أي دور في تطوير شخصيتي وجعلها قوية			
3	ساهمت قناة سلمى حمادو في تصحيح أفكار السلبية			
4	لم تؤثر قناة سلمى حمادو في تصحيح أفكار السلبية			
5	ساهمت قناة سلمى حمادو في تحسين مهارات التواصل الخاصة بي			
6	لم تقم قناة سلمى حمادو بتحسين مهارات التواصل الخاصة بي			
7	مكنتني قناة سلمى حمادو من التعبير عن ذاتي بشكل أفضل			
8	لم تمنحني قناة سلمى حمادو القدرة على التعبير عن ذاتي بشكل أفضل			
9	مكنتني قناة سلمى حمادو من الخروج من فترات صعبة والعناية بنفسني أكثر			

10	لم تمدني قناة سلمى حمادو بالقوة للتغلب على الصعاب والعناية بنفسني بشكل أفضل			
11	مكنتني قناة سلمى حمادو من تطوير حياتي للأفضل والاستمتاع بها أكثر			
12	لم تمكنتني قناة سلمى حمادو من تحسين جودة حياتي والاستمتاع بها بشكل أفضل			
13	مكنتني قناة سلمى حمادو من التعامل مع العلاقات السامة والخروج منها			
14	لم تساعدني قناة سلمى حمادو من التعامل مع العلاقات السامة والتخلص منها			
15	مكنتني قناة سلمى حمادو من تنظيم وقتي والتخطيط لبدايات ناجحة والتمسك بعادات جديدة ايجابية			
16	لم تمكنتني قناة سلمى حمادو من تنظيم وتخطيط بدايات ناجحة والالتزام بعادات ايجابية جديدة			
17	ساعدتني قناة سلمى حمادو من التعرف على أهدافي وطموحاتي			
18	لم تساهم قناة سلمى حمادو في توجيهي نحو تحديد أهدافي وطموحاتي			
19	ساهمت قناة سلمى حمادو بإعطائي أفكار ونصائح ساعدتني في حياتي العاطفية			
20	لم توفر لي قناة سلمى حمادو الإرشادات والنصائح التي تساعدني في التعامل مع الجوانب العاطفية في حياتي			
21	مكنتني قناة سلمى حمادو من تحسين علاقتي بذاتي وعلاقتي			

			الاجتماعية	
			لم تمنحني قناة سلمى حمادو من تحسين علاقتي بنفسي وتطوير علاقتي الاجتماعية	22
			قدمت لي قناة سلمى حمادو توجيهات حول كيفية التفاعل مع المواقف الصعبة والتحديات التي تواجهني في حياتي	23
			لم توفر لي قناة سلمى حمادو الإرشادات حول كيفية التفاعل مع المواقف الصعبة والتحديات التي أواجهها في حياتي	24
			ساهمت قناة سلمى حمادو في زيادة ثقتي بنفسي	25
			لم تمكنني قناة سلمى حمادو من بناء ثقتي الشخصية بنفسي	26
			أصبح لدي إلمام أكبر بأهمية العناية بالصحة النفسية بعد متابعتي لقناة سلمى حمادو	27
			لم تعزز قناة سلمى حمادو لدي الفهم الأعمق لأهمية العناية بالصحة النفسية	28

بطاقة فنية لقناة سلمى حمادو عبر اليوتيوب:

هـدفـي فـي الحـيـاة لـيـس مـجـرـد النـجـاح، بـل نـجـاح مـصـحـوب بـتـغـيـير اـيـجـابـي لـلـمـجـتـمـع،
تـطـور و تـقـدم. كـل مـا أـريـده هـو أـن تـخـرج بـمـعـلـومـة مـفـيـدة عـلـى الأـقـل مـن أـي فـيـديـو
تـشـاهـده هـنـا عـلـى قـنـاتـي.

للتواصل:

Email : hamadou.selma97@gmail.com

Instagram : Selma.hamadou

Facebook : Inner's20 – selma hamadou

رابط القناة على اليوتيوب:

<http://www.youtube.com/@selmahamadou>

تاريخ إنشاء القناة: 27 مارس 2016

عدد المتابعين: 1.21 مليون متابع

