وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي – تبسة
Larbi Tebessi University – Tebessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
Faculty of Humanities and Social Sciences

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

المهارات الاتصالية لصناع المحتوى على موقع يوتيوب – دراسة تحليلية على قناة جمال طالب –

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

من إعداد الطالبين:

جلاب طارق

قراري أكرم

تحت إشراف الأستاذ:

أ.دطبي منير

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الصفة
منال كابور	أستاذة التعليم العالي	رئيسا
منير طبي	أستاذ التعليم العالي	مشرفا و مقررا
ابتسام اونيس	أستاذ محاضر –ب-	ممتحنا

السنة الجامعية 2025-2024

بسم الله الرحمن الرحيم

وقل رب زدني علماً

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تتيسر الصعوبات، وبتوفيقه يصل الساعي إلى مبتغاه أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى كل من كان له أثر في إنجاز هذا العمل العلمي، ولو بكلمة أو دعم، أو دعاء في ظهر الغيب. أخص بالشكر أساتذتي الأفاضل الذين لم يبخلوا علي بعلمهم وتوجيهاتهم، وكانوا لي نعم المرشدين في كل مرحلة من مراحل هذا البحث، فلكم مني أسمى آيات العرفان والامتنان.

كما لا يسعني إلا أن أعبر عن شكري وامتناني لكل من ساندني معنويا أو ماديا، من عائلتي وأصدقائي وزملائي، فوجودكم كان النور الذي بدد عتمة التحديات، والدافع الذي حفزني على الاستمرار رغم التعب. لكل من قدم لي يد العون، أو كلمة مشجعة، أو نصيحة بناءة .... لكل من آمن بي حين شككت في نفسي وشجعني حين خارت قواي.... لكم جميعًا، كل الشكر والتقدير، وجزاكم الله عني خير الجزاء.

.



إهداء

الى من كانت البداية معهم، وكان الحلم يكبر على أكتاف محبتهم..... إلى من علموني أن أولى خطوات النجاح

تبدأ من البيت، وأن للعلم طريقاً لا يُعرف فيه الكلل ولا الملل.... إلى والدي الحبيب

الذي زرع في الإصرار وعلمني كيف أقاوم الفشل وأتحدى الصعوبات إلى من كان وما زال قدوتي في الحكمة

ومصدر قوتي في اللحظات الحرجة إلى من لم يبخل علي بنصيحة،

ولم يتردد لحظة في منحي ثقته، أهديك هذا العمل، عربون وفاء لسنوات من العطاء والتضحية.

وإلى أمي الغالية، النور الذي أضاء دربي في عتمة الأيام إلى القلب الذي احتواني حين ضاقت بي الحياة.

واليد التي امتدت لتربت على كتفي كلما شعرت بالضعف إليك يا من كنتِ الدعاء الساكن في صلاتي والأمل المزروع في قلبي يا من سهرت الليالي لأجلي، وتحملت الكثير من أجل أن أكون في هذا المقام أهديك هذا الإنجاز، فلك وحدك الفضل بعد الله في ما وصلت إليه اليوم.

وإلى أصدقائي الحقيقيين، أولئك الذين عرفوا في الرفقة ولم يتخلوا عني في لحظات

الضعف، وكانوا السند حين عز السند لكم مني كل المحبة، فأنتم جزء لا يتجزأ من هذا الإنجاز.

وأخيراً، إلى نفسي.... إلى تلك الروح التي قاومت اليأس، وسهرت الليالي وتحملت الضغوط، وواصلت رغم التعب.... أهديك هذا الإنجاز، فلك كل الفخر.

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المهارات الاتصالية التي يوظفها صنّاع المحتوى على منصة يوتيوب، من خلال تحليل عينة من الفيديوهات المنشورة على قناة "جمال طالب" خلال الفترة الممتدة من 01 فيفري إلى 13 ماي 2025. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وبخاصة أداة تحليل المحتوى، بهدف رصد وتفسير الخصائص الاتصالية التي تميز أداء صانع المحتوى.

أظهرت نتائج الدراسة أن جمال طالب يوظف مجموعة متنوعة من المهارات الاتصالية، منها :الوضوح في التعبير، الإقناع، السرد القصصي، لغة الجسد، والتفاعل مع الجمهور، بالإضافة إلى استخدام فعّال للصوت والصورة والتقنيات الرقمية في إيصال الرسائل. كما تبين أن محتوى القناة يميل إلى الطابع التوثيقي والسياحي والمعرفي، مما يعكس قدرة صانع المحتوى على التكيف مع **اهتمامات الجمهور وتقديم تجربة مشاهدة ذات بعد تفاعلي وإنساني.**

وتخلص الدراسة إلى أن المهارات الاتصالية تُعد عاملاً أساسيًا في نجاح صناع المحتوى على يوتيوب، إذ تساهم في جذب المتابعين، بناء الثقة، وضمان الاستمرارية.

الكلمات المفتاحية: المهارات الاتصالية - قناة جمال طالب –صناعة المحتوى

صعوبات الدراسة:

واجهتنا مجموعة من الصعوبات التي قد تؤثر على دقة البحث وجودته. وتزداد هذه التحديات عند التركيز على قناة معينة مثل قناة "جمال طالب"، نظرًا لطبيعة المحتوى الرقمي وتعدد عناصر الاتصال فيه. وفيما يلي أبرز هذه الصعوبات:

- صعوبة في تحديد المهارات الاتصالية التي يجب التركيز عليها.
- صعوبة في تحليل عدد كبير من الفيديوهات بطريقة دقيقة.
- قلة المراجع والدراسات السابقة عن صناع المحتوى العرب.
- صعوبة في فهم وتحليل تفاعل الجمهور مع الفيديوهات.
- صعوبة في التواصل مع صانع المحتوى (جمال طالب) لأخذ معلومات مباشرة.
- صعوبة في تحليل المهارات غير اللفظية مثل تعابير الوجه ونبرة الصوت.

this study aims to shed light on the communication skills employed by content creators on the YouTube platform, through the analysis of a sample of videos published on the “Jamal Taleb” channel during the period from February 1 to May 13, 2025. The study adopts a descriptive-analytical approach, specifically using content analysis as a tool to observe and interpret the communicative characteristics that distinguish the performance of the content creator.

The results of the study show that Jamal Taleb employs a diverse range of communication skills, including clarity of expression, persuasion, storytelling, body language, and audience interaction, in addition to the effective use of sound, visuals, and digital techniques to convey messages. It also became clear that the channel’s content tends to take a documentary, touristic, and informational nature, reflecting the creator’s ability to adapt to audience interests and deliver an engaging and human-centered viewing experience.

The study concludes that communication skills are a fundamental factor in the success of YouTube content creators, as they contribute to attracting followers, building trust, and ensuring sustainability.

Keywords:*Communication Skills – Jamal Taleb Channel*

الفهرس العام

العنوان	الصفحة
بسملة	
شكر و عرفان	
الفهرس العام	/
فهرس الجداول	/
فهرس الأشكال	/
مقدمة	أ–ب
الفصل الأول: إشكالية الدراسة وموضوعها	
الإشكالية	3-2
أسباب اختيار الموضوع	3
أهمية الدراسة	4
أهداف الدراسة	4
ضبط المصطلحات والمفاهيم	6-5
الدراسات السابقة	8 – 6
الفصل الثاني: المهارات الاتصالية وصناعة المحتوى الرقمي على اليوتيوب	
المبحث الأول : ماهية المهارات الاتصالية	40-10
المطلب الأول : تعريفالمهارات الاتصالية	13-10

المطلب الثاني: أهمية المهارات الاتصالية في التواصل الرقمي	14-13
المطلب الثالث: أنواع المهارات الاتصالية	16-14
المطلب الرابع : الفرق بين الاتصال التقليدي و الرقمي	19 – 16
المطلب الخامس : مهارات التحدث الفعال والإلقاء المؤثر	22-19
المطلب السادس: مهارات الإقناعوالتأثير على الجمهور	24-22
المطلب السابع: مهارات لغة الجسد والتعبير البصري	26-24
المطلب الثامن : مهارات الحوار والنقاش مع المتابعين	29 - 26
المطلب التاسع : مهارات الاستماع النشط و التفاعل مع التعليقات	31-29
المطلب العاشر : تأثير التحولات الرقمية على أنماط التواصل	33-32
المطلب الحادي عشر : الذكاء الاصطناعي ودوره في تحليل تفاعل الجمهور	38-34
المطلب الثاني عشر: تقنيات تحسين جودة الصوت والصورة لتعزيز الاتصال	39 - 38
المطلب الثالث عشر: الادوات الرقمية المساعدة في تطوير المهارات الاتصالية	40-39
المبحث الثاني: صناعة المحتوى الرقمي على اليوتيوب	53-41
المطلب الاول: مفهوم صناعة المحتوى الرقمي	41
المطلب الثاني : نشأة اليوتيوب ودوره في صناعة المحتوى	42-41
المطلب الثالث: أهمية اليوتيوب كمنصة للتواصل مع الجمهور	43-42
المطلب الرابع: فئات المحتوى الشائعة على اليوتيوب وتأثيرها على نوعية التواصل	45-44
المبحث الثالث:مهارات الاقناع عبر الميديا	45
المطلب الخامس: دور المهارات الاتصالية في جذب المشاهدين	47-45

المطلب السادس: تأثير المهارات الاتصالية على بناء الهوية الرقمية	48-47
المطلب السابع العلاقة بين جودة الاتصال وزيادة عدد المشتركين	49-48
المطلب الثامن : دور التواصل العاطفي في بناء قاعدة جماهيرية وفية	52-50
خلاصة الفصل	53
الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة	
منهج الدراسة	56-55
مجتمع الدراسة وعينة الدراسة	57-56
أدوات جمع البيانات	58-57
مجالات الدراسة	59-58
تفريغ وقراءة البيانات	72-60
نتائج الدراسة	74-73
خاتمة	77-76
قائمة المصادر والمراجع	79-78

فهرس الجداول

فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	المجال التوثيقي للأحداث والمعلومات المعروضة في قناة جمال طالب على اليوتيوب	59
02	فئة اللغة المستخدمة	60
03	حركة الكاميرا	61
04	زوايا التصوير	62
05	أنواع اللقطات	63
06	الإطار الجغرافي	64
07	المناطق الجغرافية	65
08	الاستمالاتالاقناعية	66
09	فئة مهارات الاتصال	67
10	فئة أسلوب العرض	68
11	فئة مصادر المعلومات	69
12	فئة نبرة الصوت	71
13	فئات الشخصيات	72

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	فئة اللغة المستخدمة	61
02	حركة الكاميرا	62
03	زوايا التصوير	63
04	أنواع اللقطات	64
05	الإطار الجغرافي	65
06	المناطق الجغرافية	66
07	الاستمالاتالاقناعية	67
08	فئة مهارات الاتصال	68
09	فئة أسلوب العرض	69
10	فئة مصادر المعلومات	70
11	فئة نبرة الصوت	71
12	فئات الشخصيات	72

مقدمة

مقدمة

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة تحولات عميقة في مجال الاتصال والإعلام، بفعل التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي. وقد أسهم هذا التحول في نشوء أشكال جديدة من المحتوى الرقمي وطرق إنتاجه، حيث لم يعد الاتصال مقصورًا على الوسائل التقليدية، بل أصبح بمقدور الأفراد العاديين إنتاج محتوى مرئي أو مسموع قادر على التأثير والتفاعل مع الجمهور. هذا الواقع أفرز نماذج ناجحة من صنّاع المحتوى الذين تمكنوا من استقطاب جمهور واسع وتحقيق تأثير ملموس في سلوك المتلقين.

وفي هذا الإطار، برزت منصة "يوتيوب" كإحدى أبرز الفضاءات الرقمية التي فتحت آفاقًا واسعة أمام صناعة المحتوى، إذ أصبح النجاح في هذا المجال مرهونًا بمدى قدرة صانع المحتوى على توظيف مهارات اتصالية فعالة، وتقديم محتوى ذي جودة عالية مدعوم باستراتيجية مدروسة.

ومن هنا تبرز الإشكالية المحورية التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها، والمتمثلة في: **ما هي العوامل الجوهرية التي تساهم في نجاح صانع المحتوى الرقمي؟ وما مدى إسهام المهارات الاتصالية والاستراتيجيات المعتمدة في تحقيق هذا النجاح؟**

وللإجابة عن هذه الإشكالية، تسلط هذه الدراسة الضوء على المهارات الاتصالية بوصفها متغيرًا رئيسيًا، من خلال تحليل قناة "جمال طالب" على منصة يوتيوب كنموذج لصانع محتوى نجح في استقطاب جمهور واسع وحقق تفاعلًا لافتًا. وقد تم اختيار هذه القناة بالنظر إلى طبيعة محتواها الهادف، وقدرتها على بناء علاقة تواصل فعالة ومستدامة مع المتابعين، مما يجعلها نموذجًا مناسبًا لدراسة المهارات الاتصالية في سياق الإعلام الرقمي.

وتنبع أهمية هذه الدراسة من الحاجة المتزايدة لفهم آليات النجاح في صناعة المحتوى الرقمي داخل السياق العربي، لا سيما في ظل محدودية الدراسات التي تناولت هذا الموضوع من زاوية المهارات الاتصالية. كما تسعى الدراسة إلى تقديم قيمة علمية وتطبيقية لكل من الباحثين وصنّاع المحتوى والمهتمين بمجال الاتصال الرقمي، من خلال إثراء المكتبة الأكاديمية بتحليل حديث لمتغيرات الفضاء الرقمي ووسائط الإعلام الجديدة.

ولقد تم تنظيم فصول هذه الدراسة على النحو التالي:

الفصل الأول :إشكالية الدراسة وموضوعها

الفصل الثاني: المهارات الاتصالية وصناعة المحتوى الرقمي على اليوتيوب

الفصل الثالث :الإجراءات الميدانية للدراسة

وعليه، تهدف هذه الدراسة إلى الإسهام في بناء تصور علمي شامل حول أثر المهارات

الاتصالية في تحقيق النجاح الرقمي، من خلال نموذج واقعي يمكن القياس عليه في دراسات مستقبلية، وذلك انطلاقا من تحليل معمق لبيئة الاتصال الرقمي وتفاعلاته.

الفصل الأول:

إشكالية الدراسة وموضوعها

1 - الإشكالية:

في ظل التطورات المتسارعة التي تشهدها وسائل الإعلام الرقمية، والتغيرات العميقة في أنماط استهلاك المحتوى، يبرز تساؤل محوري حول العوامل الكامنة وراء نجاح وانتشار المحتوى الرقمي. ومع سيطرة منصات مثل "يوتيوب" على مشهد صناعة المحتوى، تثار تساؤلات حول مدى تأثير هذه المنصات في تشكيل سلوكيات الجمهور وتوجيه تفضيلاتهم. فهل يُعزى نجاح بعض صناع المحتوى إلى جودة المحتوى الذي يقدمونه، أم أن السر يكمن في قدرتهم على توظيف استراتيجيات اتصالية فعّالة؟

إن مفهوم النجاح في الفضاء الرقمي لا يبدو بسيطًا أو أحادي البعد، بل هو نتاج لتداخل عدة عناصر، من بينها جودة الرسالة الاتصالية، مستوى التفاعل مع الجمهور، وفهم طبيعة البيئة الرقمية المحيطة. فعلى سبيل المثال، تثير قناة "جمال طالب" تساؤلات عدة حول ما إذا كانت عوامل النجاح التي حققتها تعود فقط إلى مهارات صاحبها الاتصالية وتميز المحتوى المقدم، أم أن هناك عوامل خفية وغير مرئية تساهم بدورها في تحقيق هذا الانتشار والتأثير.

وفي هذا السياق، تقدم النظريات الإعلامية إطارًا لفهم هذه الديناميكيات؛ إذ تشير **نظرية الاستخدامات والإشباعات** إلى أن الجمهور لا يتلقى المحتوى بشكل سلبي، بل هو عنصر فاعل يختار ويقيّم المحتوى بناءً على حاجاته وتوقعاته. ومن هذا المنطلق، يُطرح سؤال مهم حول مدى قدرة صناع المحتوى على الاستجابة لتلك الحاجات وتوقعات الجمهور المتغيرة.

من جهة أخرى، تبرز **نظرية الغرس الثقافي** التي تؤكد على الأثر التراكمي للرسائل الإعلامية المتكررة في تشكيل مفاهيم الجمهور وإدراكاته، مما يثير تساؤلاً آخر: هل يستند نجاح صناع المحتوى الرقمي إلى استراتيجيات اتصالية تهدف إلى ترسيخ رسائل معينة في وعي المتلقي؟
إن هذه الإشكاليات تفتح المجال أمام مقاربة تحليلية معمقة لفهم العوامل المتعددة التي تحدد مدى فاعلية وتأثير المحتوى الرقمي في البيئة الاتصالية المعاصرة.

وفي ظل المنافسة الشديدة بين صناع المحتوى الرقمي، تبدو مسألة التفاعل مع الجمهور كعامل أساسي لكن يبقى التساؤل مفتوحا:هل التفاعل هو نتيجة مباشرة لجودة المحتوى أم أنه نتاج استراتيجيات مدروسة تستهدف تحفيز الجمهور على المشاركة ؟.

أخيرا من خلال تحليل البيئة الرقمية وتجارب صناع المحتوى الناجحين، يمكن النظر إلى هده النجاحات كدراسة حالة لاستكشاف العلاقة بين الإبداع، الرسالة الاتصالية ، والتفاعل مع الجمهور.

ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

- ✓ **ما هي المهارات الاتصالية لصناع المحتوى علىموقع يوتيوب قناة جمال طالب أنموذجا؟**

تساؤلات الدراسة:

- ما هي المهارات الاتصالية لصناع المحتوى علىموقع يوتيوب قناة جمال طالب أنموذجا من حيث الشكل ؟

- ما هي المهارات الاتصالية لصناع المحتوى علىموقع يوتيوب قناة جمال طالب أنموذجا من حيث المضمون؟

2 - أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر خطوة اختيار الموضوع من الخطوات المهمة التي تؤرق بال الباحث ولعل وراء اختيارنا لهذا الموضوع مجموعة من الأسباب منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي كما يلي:

الأسباب الذاتية:

- ✓ الاهتمام الشخصي بتطوير مهارات التواصل في العصر الرقمي.
- ✓ الرغبة في فهم كيفية نجاح صناع المحتوى في التواصل مع جمهورهم.
- ✓ الحاجة لتحسين القدرات الذاتية في مجال صناعة المحتوى.

الأسباب الموضوعية:

- ✓ تزايد أهمية المهارات الاتصالية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي.
- ✓ الحاجة المتنامية لفهم آليات التواصل الفعال مع الجمهور المستهدف.
- ✓ أهمية دراسة نماذج ناجحة مثل قناة جمال طالب لفهم عوامل النجاح في صناعة المحتوى.

الأسباب العلمية:

- ✓ الحاجة لدراسة وتحليل استراتيجيات التواصل المستخدمة في المحتوى الرقمي.
- ✓ أهمية توثيق وفهم تأثير المهارات الاتصالية على نجاح صناع المحتوى.
- ✓ الرغبة في تطوير نظريات علمية حول العلاقة بين المهارات الاتصالية ونجاح المحتوى الرقمي.

3 - أهمية الدراسة:

تكتسب دراسة المهارات الاتصالية لصناع المحتوى على منصة يوتيوب "دراسة تحليلية لقناة جمال طالب" أهمية بالغة على المستويين النظري والتطبيقي، حيث تسهم في إثراء المكتبة ال وطنية بدراسة متخصصة في مجال المهارات الاتصالية في صناعة المحتوى الرقمي، وتبرز أهميتها في كونها تقدم تحليلاً معمقاً للمهارات الاتصالية المستخدمة في أحد النماذج الناجحة في صناعة المحتوى الوطني، مما يوفر مرجعاً مهماً للباحثين والمهتمين في هذا المجال، كما تكتسب الدراسة أهمية خاصة في ظل النمو المتسارع لمنصة يوتيوب في العالم العربي والحاجة المتزايدة لفهم وتطوير المهارات الاتصالية اللازمة للنجاح في مجال صناعة المحتوى الرقمي، حيث تقدم رؤية تحليلية لكيفية توظيف هذه المهارات بشكل فعال، وتسهم الدراسة في تقديم إطار عملي يمكن الاستفادة منه من قبل صناع المحتوى الجدد والمهتمين بتطوير مهاراتهم في هذا المجال، كما تساعد في فهم العوامل التي تؤدي إلى نجاح المحتوى الرقمي وتحقيق التفاعل المطلوب مع الجمهور المستهدف، وتكتسب أهمية إضافية في دورها بتوثيق وتحليل تجربة ناجحة في صناعة المحتوى ال وطني الهادف الذي يسهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال تقديم حلول عملية ومبادرات تنموية تخدم المجتمع الوطني.

4 - أهداف الدراسة :

- ✓ التعرف على المهارات الاتصالية لصناع المحتوى على موقع يوتيوب "قناة جمال" طالب أنموذجا من حيث الشكل.
- ✓ الكشف عن المهارات الاتصالية لصناع المحتوى على موقع يوتيوب "قناة جمال" طالب أنموذجا من حيث المضمون.
- ✓ رصد استخدام المهارات الاتصالية في تصميم الشكل البصري والتقني للمحتوى المقدم عبر المنصات الرقمية.

5- ضبط المصطلحات والمفاهيم:

تعريف المهارات الاتصالية

اصطلاحا:

تعرف على أنها مجموعة من المهارات التي يلجأ الفرد للاعتماد عليها من أجل النجاح في نقل فكرة أو توصيل معلومات معينة لشخص آخر عبر مختلف الوسائل الاتصالية وبناءا على مدى استيعاب المرسل إليه للرسالة سوف يقوم بالرد[1] .

إجرائيا:

مهارات الاتصال هي مجموعة القدرات التي يستخدمها الأفراد لنقل الأفكار والمعلومات والمشاعر بطريقة فعّالة وواضحة، سواء باستخدام الوسائل اللفظية مثل الكلام والكتابة، أو غير اللفظية مثل لغة الجسد والتعبيرات الوجهية، تتضمن هذه المهارات أيضًا القدرة على الاستماع الفعّال، طرح الأسئلة، وفهم الرسائل المنطوقة وغير المنطوقة، تهدف مهارات الاتصال إلى تحقيق تفاعل إيجابي بين الأطراف المعنية، وتعزيز الفهم المتبادل والتأثير في الآخرين ضمن مختلف السياقات الشخصية أو المهنية.

مفهوم صناعة المحتوى

اصطلاحا: يقصد بها ذلك النشاط الذي يعين بتحويل المواد الأولية، المواد الخام إلى المنتجات كاملة الصنع أو شبه مصنعة، وذلك من خلال مزج المواد أو تشكيلها او تهيئتها بغية تغيري صورتها النهائية لمنتج أو سلعة أو أكثر نفعا واستخدامات وأهمية.[2]

إجرائيا :

صناعة المحتوى هي العملية التي يقوم من خلالها الأفراد أو الفرق بإنتاج ونشر مواد إعلامية متنوعة تهدف إلى إيصال رسائل محددة إلى جمهور مستهدف و تشمل هذه المواد أشكالًا متعددة مثل النصوص المكتوبة، الصور، الفيديوهات، والمحتويات الصوتية و تُستخدم هذه الوسائط لتوجيه اهتمام الجمهور نحو قضايا، خدمات، أو منتجات محددة، مع التركيز على التأثير في سلوكهم أو قراراتهم، يتميز صانعو المحتوى باعتماد أساليب مبتكرة ومخصصة لتوصيل الأفكار بما يتناسب مع اهتمامات الفئة

[1] يعن هلا علي يعن هلا القرني، **مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى الطالب والطالبات المنتظمة في جامعة الملك 2 عبد العزيز وعلاقاتها ببعض المتغيرات الديمغرافية**، مجلة الملك عبد العزيز والآداب والعلوم الإنسانية، مجلد 22 ،العدد 6 ، 2015،ص157.

[2] فتحي عباس، المرجع نفسه، ص 22.

المستهدفة، مع الاستفادة من المنصات الرقمية لتحقيق الأهداف المنشودة مثل الوعي، التفاعل، أو التسويق.

6- الدراسات السابقة:

إن الانتشار السريع لمنصّات التواصل الاجتماعي خلال الألفية الأخيرة شكّل بدوره انتشارا ملحوظا وهاما لصناعة المحتوى بأنواعه بشكل عام وصنّاع المحتوى الهادف بشكل خاص حتى أصبح ذا تأثير قوي وواسع على سلوكيات الأفراد والمجتمعات على حد سواء ،بعدما ما أظهرت هذه المحتويات انعكاساتها عليهم وبذلك أصبحت موضوع للدراسة و إشكالية بحث في عدّة تخصصات.

الدراسةالأولى:

دراسة رحيمة عيساني وغالب عوض الرفاعي سنة 2020، بعنوان "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام اليوتيوب والإشباعات المتحققة"، من الدراسات الميدانية التي أُجريت على عينة من طلبة جامعة العين. وقد هدفت إلى الكشف عن اتجاهات الطلبة نحو استخدام منصة اليوتيوب، والإشباعات التي يحققونها من خلالها وسعت الدراسة إلى تحليل مدى استخدام الطلبة لليوتيوب، وفهم دوافعهم المختلفة لاستخدامه، بالإضافة إلى مواقفهم واتجاهاتهم تجاه هذه المنصة الرقمية وتمحورت حول استكشاف العلاقة بين الطلبة الجامعيين واليوتيوب من حيث كثافة الاستخدام، طبيعة الدوافع، ونوعية الإشباعات المتحققة سواء كانت تعليمية، ترفيهية، أو تواصلية.[1]

الدراسة الثانية:

دراسة بوشريط كريمة وبن مرزوق مريم سنة 2020، بعنوان "استخدامات الشباب الجزائري لموقع اليوتيوب والإشاعات المحققة"، واقع تفاعل الشباب مع هذه المنصة الرقمية، وذلك من خلال دراسة ميدانية أجريت على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى – جيجل. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجزائري لليوتيوب، إضافة إلى رصد عاداتهم وأنماط مشاهدتهم للمحتوى المعروض على المنصة وسعت إلى تحليل كيفية تفاعلهم مع

[1] رحيمة عيساني، غالب عوض الرفاعي،" **اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام اليوتيوب والاشباعات المتحققة** "، مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، المجلد 5 ،العدد 1 ،المجلد 5 ،الإمارات العربية المتحدة،2021 .

المضامين المختلفة، والكشف عن طبيعة الإشاعات التي يحققونها من خلال هذا الاستخدام، سواء كانت معرفية، ترفيهية، أو اجتماعية.[1]

أوجه التشابه والاختلاف:

تكشف المراجعة النقدية للدراسات السابقة عن تقاطعات جوهرية مع الدراسة الحالية حول المهارات الاتصالية لصناع المحتوى على منصة يوتيوب، فمن حيث التشابه المنهجي والموضوعي، نلاحظ أن جميع الدراسات تلتقي في إطارها العام حول دراسة المنصات الرقمية وتأثيراتها الاجتماعية، مع تركيز خاص على منصة يوتيوب في معظمها، وتوظيف المنهج التحليلي كأداة بحثية رئيسية، كما يظهر التشابه في اختيار البيئة العربية، وتحديداً الجزائرية، كفضاء للدراسة في عدد من البحوث، غير أن الاختلافات تبرز بشكل واضح في المتغيرات المدروسة والأهداف البحثية، حيث تنفرد دراستنا الحالية

[1] بوشريط كريمة، بن مرزوق مريم، **استخدامات الشباب الجزائري لموقع اليوتيوب والاشباعات المحققة**، مذكرة مكملة لشهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر، 2020.

[2] Andrea Wilson, YouTube in the classroom, Master, department of curriculum, teachinglearning, on tario, university of Toronto canada, 2015. : متوفر على الموقع التالي Http://taspace.library, utoronto.ca بتاريخ2025/01/22.

بتركيزها على المهارات الاتصالية لصناع المحتوى، في حين تتجه الدراسات السابقة نحو تحليل الإشاعات المتحققة واتجاهات المستخدمين والاستراتيجيات التعليمية، كما تتميز دراستنا باتخاذها قناة محددة كنموذج للتحليل، مما يتيح عمقاً أكبر في فهم ديناميكيات صناعة المحتوى على المنصات الرقمية.

وبهذا، تقدم دراستنا إضافة نوعية من خلال:

1. التركيز على المُنتِج بدلاً من المستهلك
2. تحليل المهارات الاتصالية كمتغير رئيسي في نجاح المحتوى
3. دراسة نموذج محدد يمكن من خلاله فهم آليات النجاح في صناعة المحتوى

الفصل الثاني:

المهارات الاتصالية وصناعة المحتوى الرقمي على اليوتيوب

المبحث الأول: ماهية المهارات الاتصالية

تُعتبر مهارات الاتصال من أهم المهارات الحياتية على الإطلاق، فهي تُشكّل الأساس الذي تُبنى عليه العلاقات الإنسانية الناجحة، سواء على الصعيد الشخصي أو المهنيأو الاجتماعي، في عالم اليوم المُعقّد والمُتغيّر باستمرار، أصبحت القدرة على التواصل بفعالية أكثر أهمية من أي وقت مضى. لا تقتصر مهارات الاتصال على مُجرّد التحدّث والاستماع، بل تشمل مجموعة واسعة من الكفاءات التي تُساهم في نقل الأفكار والمعلومات والمشاعر بوضوح ودقة، وفهم ما ينقله الآخرون إلينا، والتأثير فيهم بشكل إيجابي.

المطلب الأول: تعريف مهارات الاتصال

قبل التطرق إلى تعريف مهارات الاتصال وجب تعريف كل من المهارة والاتصال على حدا:

أولا: تعريف المهارة

تعددت تعاريف المهارة حيث تعرف على أنها: [1]

القدرة على القيام بالأعمال المعقدة بسهولة ودقة مع القدرة على التكيف في الأداء مع الظروف المتغيرة

والمهارة تعني " الخطوة أو العملية المعرفية (الذهنية) أو الأدائية الوجدانية (الاتجاهية) والعلاقة البينية التي يمارسها الفرد من خلال قيامه بأداء أحد واجبات عمله."

وتعني أيضاً " القدرة على أداء عمل معين أو مجموعة من الأعمال بشكل متناسق تعمل فيه مجموعة من عضلات الجسم كاستجابة لمثير خارجي، بحيث يشكل هذا العمل نمط مميز يهدف إلى إحداث تغير مطلوب مع الاقتصاد في الوقت الجهد وما يستخدم من موارد"

كما تعرف المهارة على أنها: " القدرة على تطبيق المعلومات والمبادئ وفهم العوامل المختلفة التي تؤثر في المواقف الاجتماعية وتظهر أثناء أداء المستويات المهنية"[2]

[1]- إيمان بن نذير، **مهارات الاتصال ودورها غي تحسين الأداء المهني لدى العاملين، دراسة ميدانية على عينة من إداريي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة خيضر-بسكرة-**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية -قطب شتمة- جامعة محمد خضير، بسكرة، 2013-2014، ص: 23.

[2]- نجلاء محمد صالح، **مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن،2012، ص: 116.

مما سبق يمكن تعريف المهارة على أنها: القدرة المكتسبة على أداء مهمة أوعمل معين بكفاءة عالية، وسرعة، ودقة، وإتقان، مع توظيف المعرفة والخبرة والقدرات الشخصية بشكل فعال.

ثانيا: تعريف الاتصال

يمكن تعريف الاتصال لغة على أنه:

الاتصال والوصلة ما اتصال بالشيء، كل شيء اتصل بشيء فيما بينهما وصلة، أي اتصال وذريعة والوصل ضد الهجران والوصل خلاف الفصل وفي التنزيل ولَقَد وصَلْنَاهُم القَوْل أي وصلنا ذكر الأنبياء من معنى بعضها ببعض لعلهم يعتبرون، واتصل الشيء بالشيء لم ينقطع ووصل الشيء إلى الشيء وصولا وتوصل إليه، انتهى إليه وبلغه ووصله إليه وأوصله أنهاه وأبلغه إياه.

وكلمة الاتصال (communication) مشتقة من الكلمة اللاتينية (comminis) والتي تعني بالإنجليزية (Common)وبالفرنسية (commun) وهو عملية تتم بين طرفين، فهولا يعني مجرد الإخبار من الشخص المرسل أو مجرد الاستماع من الشخص المرسل إليه وإنما يعني المشاركة في الأفكار والمعلومات المراد نقلها بمعنى وحدة في الفكر.

أما اصطلاحا فيعرف الاتصال على أنه :[1]

"عملية منظمة، ونظمية، وعفوية أيضاً تنطوي على إرسال وتحويل معلومات وبيانات من جهة إلى جهة أخرى، شريطة أن تكون البيانات والمعلومات المحولة مفهومة ومستساغة من قبل المستهدفين بها."

ويرى آخرون أن الاتصال يعني:" مجموعة الأفعال والتعبيرات والأشكال التي تتم بين بني البشر بغرض الإبلاغ والإيحاء والإملاء للعواطف والأفكار، ونقل المعاني المشتركة لأغراض الإقناع المبني على الحقائق والأدلة والشواهد."

كما يعرف الاتصال على أنه:" تبادل مشترك للحقائق أو الأفكار أوالآراء أو المعلومات مما يتطلب عرضا واستقبالا، يؤدي إلى التفاهم بين كافة العناصر بغض النظر عن وجود أوعدم وجود انسجام ضمني، فهوعملية تفاعل اجتماعي معلوماتي هادف "

[1]- أماني عبد الفتاح على، **مهارات الاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية**، مكتبة الانجلوالمصرية، مصر، 2012، ص: 44.

ويمكن القول أيضا بأن الاتصال يعني « ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنموو تتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان، واستمرارها عبر الزمان، وتتضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات ونغمات الصوت والكلمات والطباعة والبرق والهاتف "

مما سبق يمكن القول أن الاتصال هو: عملية نقل وتبادل المعلومات والأفكار والمشاعر والآراء والخبرات بين الأفراد أو المجموعات، بهدف تحقيق فهم مشترك والتأثير في السلوك.

ثالثا: تعريف المهارات الاتصالية

الاتصال عملية تحتاج إلى اكتساب المهارات اللازمة لتحقيق الفاعلية والنجاح للقائمين به والعمل على تنمية هذه المهارات بحيث يستطيع المشارك في عملية الاتصال من التعبير الواضحوالدقيق عن مشاعره أو استيعاب ما يقوله الآخرين.

وتعد المهارة بمثابة آلية التي يستخدمها الإنسان في مجال من المجالات لتحقيق فائدة وهذا الأمر يتطلب معرفة وفهم لطبيعة هذه الآلية ومكوناتها وكيفية استخدامها لذلك فمهارات الاتصال ليست في المقدرة على استخدام الاتصال فقط بل هي أيضا:

فهم طبيعة عملية الاتصال الإنساني والتعرف على فنونه ووسائله ثم توظيفه بمقدرة وحكمة لاختيار كيفية الاستخدام الأمثل للاتصال الفعال يؤثر ويقنع الناس الآخرين ويحقق الأهداف بنجاح.

رابعا: خصائص المهارات الاتصالية

يمكن تلخيص خصائص المهارات الاتصالية في ما يلي: [1]

- القدرة على التحكم في وسائل الاتصال بشكل جيد من طرف المتصل.
- تمكن الفرد المتصل من إبداء رأيه وأفكاره ونقل خبراته بما يحقق أهداف المؤسسة.
- نقل المعلومات والمعرفة بشكل مباشر أوغير مباشر.

[1]- سارة صغايري، هدى بوعافية، **مهارات الاتصال ودورها في تحسين الأداء الوظيفي للأساتذة الجامعيين**، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمالمتطلبات نيل شهادة الماستر، علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2019 / 2020، ص: 23.

- العملية التي تحقق الكفاءة المطلوبة من خلال استخدام وسائل الاتصال المتاحة في الوقت المناسب.
- تحدث تغيير مرغوب فيه في سلوك الأفراد.
- شاملة لجميع أفراد المؤسسة، ويمكن تطويرها بالتدريب والتعلم المستمر.

المطلب الثاني: أهمية المهارات الاتصالية

يُعدّ الاتصال بين البشر من أهمّ ضروريات الحياة، حيث إنّه يعمل على تفاهم الأشخاص مع بعضهم البعض، كما يساعد على تناقل الخبرات ووجهات النظر فيما بينهم، وفيما يلي أهمية استخدام مهارات الاتصال للإنسان:[1]

- تُعدّ إحدى الوسائل للتخاطب بين الأشخاص المختلفين. تعتبر مهارات الاتصال أساس العملية التعليمية وعمليات البحث.
- تُعد إحدى الأدوات التي تساعد على التنسيق ما بين الأعمال الإدارية والنشاطات، سواء كان ذلك في المدارس، أو المصانع، أو المؤسسات.
- تساعد هذه المهارات على زيادة فعالية الأشخاص المشاركين في النشاطات التنموية .
- تلعب مهارات الاتصال دوراً مهماً في التحفيز على الإخلاص في العمل وزيادة روح الالتزام لدى الأشخاص العاملين.
- تساعد هذه المهارات على تنظيم الوقت ورفع الكفاءة فيما يتعلق في سريان المعلومات.
- تساعد على إدارة الأعمال التنموية وتطويرها بشكل فعّال. تُعد إحدى الوسائل التي تساعد على تحقيق الأهداف .
- تساعد على التخطيط الذهني للمعلومات.

[1]- جامعة المستنصرية على الموقع: https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/9/9_2020_03_05!12_50_27_AM.docx يوم الاثنين 03 / 02 / 2025، على الساعة 13:12.

- تساعد على تبادل المعلومات، والآراء، والأفكار، والآراء بين الناس، كما وتزيد من فُرص النجاح والتحكّم في الظروف المحيطة بالإنسان.
- تساعد على تعلّم مهارات وفنون الاتصال، وخصوصاً لدى الأشخاص الإيجابيين .
- تساعد على إنجاح العلاقات الزوجية .
- تساعد على إنجاح علاقات العمل، وخصوصاً بين العاملين ورؤسائهم أوبين العمّال .
- تساعد على منع ظهور الخلافات التي تظهر بسبب اختلاف وجهات النظر أوسوء الفِهم.
- تساعد على السيطرة بشكل غير تام على الأشخاص المستمعين فكرياً وجسدياً .
- تساعد على إقناع الآخرين بوجهات النظر.

المطلب الثالث: أنواع المهارات الاتصالية

يمكن تقسيم مهارات الاتصال إلى الأنواع التالية:[1]

أولا: الاتصال اللفظي

يعد أحد أنواع مهارات التواصل وهو الأكثر شيوعاً، ويتم التواصل في هذا النوع عن طريق استخدام الكلمات المعروفة لدى الطرفين، حيث يقوم المرسل بتوجيه رسالة معينة إلى المتلقي من خلال الكلام سواء الكلام المباشر صوتياً أوعن طريق الاتصالات الهاتفية أووسائل التواصل الحديثة الناتجة عن تطور تكنولوجيات الاتصال والاتصال.

ثانيا: الاتصال غير اللفظي

تشير إلى القدرة على فهم ما ينقله الآخرون من خلال لغة جسدهم، ويفيد هذا النوع من المهارات في التفاعل بالطريقة المناسبة في المواقف المختلفة مثل الحفاظ على الاحترافية أثناء اجتماعات المنظمة.

[1]- سني رشيدة، **مهارات التواصل**، المرصد الوطني للمجتمع المدني، على الموقع: https://elearning.marsad.dz/wp-content/uploads/2024/01/%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84.pdf يوم الاثنين 03 / 02 / 2025، على الساعة: 15:00.

ثالثا: الاتصال الكتابي

تعد أحد أشكال الاتصال الأساسية، إذ يعد توصيل المعلومات كتابيا وصياغة التقارير وإرسال الرسائل ومراجعة المستندات المكتوبة من مهام العمل الشائعة التي تعتمد على مهارات الكتابة القوية، بالإضافة إلى قدرة مراجعة الكتابة بحثا عن الأخطاء.

رابعا: الاتصال المرئي

ويشمل جميع الاتصال السمعي البصري والذي عرف تطويرا كبيرا بفضل التقدم التكنولوجي في مجال التقنية السمعي البصري لاسيما استخدام تقنيات التحاضر المرئي عن بعد، حيث عرفت هذه التقنية رواجا كبيرا خلال الأزمة الصحية الناتجة عن كوفيد 19.

حيث من مميزات هذه الوسيلة، هو تخفيض التكاليف لاسيما التنقل منها، والفعالية في التنظيم.[1]

خامسا: مهارات التعاون

يعد التعاون الفعال ضروري للعمل مع الزملاء ودعم تحقيق أهداف العمل، ويتطلب هذا الجانب مهارات التواصل الفعال ضمن فريق العمل وطرح الأسئلة أثناء اجتماعات الفريق والنظر في أفكار الآخرين ووجهات نظرهم وتشجيع المساهمات بهدف تطوير إستراتيجيات ناجحة تساعد الشركة على تحقيق أهدافها.

سادسا: مهارات الاستماع الفعال

تتضمن مجموعة من السمات المختلفة التي تساعد المهنيين على تحسين الفهم وتعزيز علاقات العمل، إذ ينجح المحترفون الذين يطرحون الأسئلة ويسعون على التفاهم المتبادل ويأخذون في الاعتبار أفكارالآخرين في بناء شبكات مهنية مفيدة، وتتطلب هذه المهارة الانتباه إلى التفاصيل لتجنب سوء الاتصال.

[1] قينان عبد الله الغامدي، **التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الالكتروني**، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2012، ص ص: 15 – 17.

سابعا: المهارات الدبلوماسية

مجموعة من المهارات التي يمكن أن تعزز الطريقة التي يبني بها المحترفون العلاقات مع الزملاء والمشرفين والعملاء وغيرهم من المهنيين، أن تتطلب اللباقة والفهم لكيفية التعامل مع المواقف الصعبة والعصبية والتحديات من خلال التواصل.

المطلب الرابع: الفرق بين الاتصال التقليدي والرقمي

يمكن تلخيص الفرق بين الاتصال التقليدي والاتصال الرقمي فيما يلي: [1]

- الاتصال الجديد هو اتصال حر خال من القيود والرقابة على عكس الاتصال التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم، والتعبير عن آراءهم بحرية مطلقة.

- أصبح الاتصال التقليدي في وقتنا الحالي، يعتمد بدرجة أكبر على الاتصال الجديد، لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث، ونقاط التوتر حول العالم، حيث أنه أكثر أمانا لرجال الاتصال، وخير مثال ثورات الربيع العربي.

- ظهر نوع جديد من الاتصال، يمكن تسميتهم بالاتصال الجدد، وهم مستخدم ووسائل التواصل الاجتماعية الذين أثبتوا استحقاقهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص، يمكن أن تتحسن في القريب العاجل مع العمل المتواصل.

- يشهد الاتصال الجديد نشاطا اقتصاديا غير مسبوق، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواده الإخبارية.

- يشهد سوق الاتصال اليوم سباقا محموما بين الاتصال التقليدي والاتصال الجديد، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي، من خلال السبق الإخباري، حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير.

[1]- قينان عبد الله الغامدي، **مرجع سابق**، ص 17.

- يوفر الاتصال التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد، عن طريق التسويق، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظي به الاتصال الجديد من طرف الاتصال التقليدي، لما ظهر هذا الأخير إلى العلن.

- ساهمت الطفرة النوعية في أعداد مستخدمي الإنترنت، أو المتصفحين اليوميين في توفير أرضية صلبة للإعلام الجديد.

- يبقى الاتصال الجديد بحاجة إلى التطوير والتحديث من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق. ويبقى التكامل بين النوعين، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي وواقعي.

- أن الاتصالالرقميهو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي، حيث أن المواقع الاتصالية الرقمية بدأت منذ عدة عقود، عندما بدأت الصحف الأمريكية في بث مواقعها الرقمية في الثمانينات من القرن الماضي وبدأت الخدمات التفاعلية مثل نيويورك تايمز يواس توداي وغيرها من الصحف الأوسع انتشارا

- العلاقة بين الاتصال التقليدي والاتصالالرقمي علاقة تكاملية يعتمد فيها كل منهما على الآخر حيث أن صناعة الأخبار والمعلومات تبدأ من قنوات الاتصال التقليدي ولكن يختلف كل منهما في شكل تداول الأخبار والمعلومات.

- تعد سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر الاتصالالرقمي أسرع في التداول اعتمادا على شبكة الإنترنت والأسرع انتشارا نظرا لتخطي حاجز الحدود الزمنية والمكانية بالنسبة للإعلام الرقمي.

- أصبحت معظم وسائل الاتصال التقليدية الصحف، والتليفزيون، والإذاعة تعتمد بشكل أساسي على موقعها الرقمي في مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية مع المجتمع.

- عدم خضوع الاتصالالرقمي لضوابط يعطيه الميزة التي يفتقدها الاتصال التقليدي وهي حرية التعبير، والمشاركة الفعالة في صنع الأخبار والأحداث وتداول المعلومات، وهوما أحدث فرقا شاسعا،

في أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الاتصال التقليدي حتى وإن كانت الكترونية[1].

- هيا الاتصالالرقمي الفرصة للجمهور للمشاركة لأشخاص لم يكن لهم دور في الاتصال التقليدي، وأظهر أنهم يمتلكون القدرة الكبيرة على خوض التجربة الاتصالية، بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تتصف بها وسائل الاتصال التقليدية.

- مبدأ التكلفة هوهدف اقتصادي لا يمكن إغفاله، فالاتصالالرقمي يتيح لملايين الناس المشاركة المجانية للتعامل مع بيئة إلكترونية وفضاء واسع على عكس الاتصال التقليدي.

- في عالمنا العربية ينبغي أن ندرك أن هناك عوامل أخرى تعطى السبق في قنوات الاتصال الاجتماعي والاتصالالرقمي، فإن الرقابة دائما ما تكون سببا مقنعا لتنافر الجمهور مع وسائل الاتصال التقليدية .

- أتاحت وسائل الاتصالالرقمية خلق مزيج من الثقافات أحيانا يكون سلبي، ولكنه يفرض نفسه على واقع الاتصال التقليدي.

- تتميز وسائل الاتصالالرقمية عن التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى أي علاقتها التفاعلية مع المتلقي وتشير الإحصاءات إلى أرقام فلكية لا تقارن بين أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الاتصال التقليدية.[2]

[1] قينان عبد الله الغامدي، **مرجع سابق**، ص 17.

[2] قينان عبد الله الغامدي، **مرجع سابق**، ص 18.

في عصرنا الرقمي المتسارع، بات صناع المحتوى يشغلون دوراً حيوياً في توجيه الرأي العام والتأثير على قرارات وسلوكيات المستهلكين ومع تصاعد حدة المنافسة، لم يعد إنتاج محتوى جيد وحده كافياً، بل أصبح من الضروري أن يتمتع صناع المحتوى بمهارات تواصل متقدمة تمكّنهم من إيصال رسائلهم بفعالية والتفاعل بشكل إيجابي وبنّاء مع جمهورهم.

المطلبالخامس: مهارات التحدث الفعال والإلقاء المؤثر

يعتبر الحديث مهارة إنتاج اللغة، وأبرز جوانب العملية التواصلية المهنية والعلمية، إذ يعبر عنيا الفرد عن حاجاته من خلال الأصوات التي يصوغها في جمل ذات معنى.

أولا: تعريف مهارة التحدث

يمكن تعريف مهارة الحديث على أنها:[1]

" القدرة علي عرض وتقديم المعلومات والأفكار إلى الجماهير عرضاً جيدا ومرتبا "كذلك يمكن القول بأن مهارة الحديث هي " فن التخاطب والتحاور إلي الجماهير بشكل فعال ومؤثر"، حيث يستطيع المتحدث أن يستعرض الموضوع من كافة جوانبه وإبعاده المختلفة، فضلاً عن التناول بالتحليل والتفسير، وعليه أن ينتقل من نقطه إلي أخري بسلاسة ويسر، وأن يبرز العناوين الرئيسية وما ينطوي علي كل منها من عناصر وأفكار، كما لابد أن يوضح العناوين الفرعية، وأن يراعي الترابط بين أجزاء الموضوع.

في بعض الحالات يكون لدي المتحدث كم كبير من المعلومات عن موضوع ما، ولكنه قد يكون غير قادر علي نقل هذه المعلومات إلي الجمهور بشكل مترابط، أوأنه قد يجد صعوبة في عرض هذه المعلومات أوذكر تفاصيلها، أوانه يقول كل ما لديه من معلومات تباعاً في جزء المدة المخصصة له، ولا يعرف كيف يأتي بمعلومات أخرى لتغطية الوقت المتبقي له.

في بعض المواقف، قد يقرأ المتحدث الموضوع الذي يتحدث فيه من ورقة أعدت من قبل لهذا الغرض، ولكنه في هذه الحالة سيفقد الاتصال البصري مع الجمهور في معظم الوقت، وعلي المتحدث أن يقسم نظراته بين كل من القراءة من الورق، والتواصل مع الجماهير والكاميرات.

[1]- على فرجاني، **مهارات المتحدث الإعلامي طريقك للمنصات العلمية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015، ص ص: 85 – 86.

وعلي المتحدث أن يكون واعي بالنقاط التالية:

- ماهي الأسباب التي تشغل الجمهور عن متابعة حديثه؟
- وما هي العوامل التي تجعل الجمهور أقل انتباها وأكثر مللاً أثناء الحديث؟
- ومتى لا يفهم الجمهور حديثه؟

ثانيا: عوامل النجاح في التحدث

التحدث مهارة هامة ورئيسية في الاتصال الفاعل والناجح، ولذا فلا بد من توافر عوامل محددة لدى المتحدث لتكون عملية ناجحة وفاعلة ومنها[1]:

1. الرغبة

إن نجاح عملية التحدث يتوقف إلى حد كبير على الرغبة المتحدث في الكلام، فإن كانت عملية التحدث باهتة فاترة ولا رغبة فيها، فإن نتاج التحدث ستكون على قدرها من القبول والرغبة أما إذا كانت هذه العملية قوية ومثيرة وفاعلة أنتجت مثلها، وتستطيع أن تبين هذا من مواقف المستمعين في المشاركة والحوار الجاري.

2. الإعداد للحديث

الإعداد والتخطيط للحديث عنصر رئيس وهام لذا ينبغي على المتحدث أن يخطط لحديثه، ويعرف تفاصيل ما سيحدث، كما ينبغي أن يكون حديثه واضحا ومنظما، ولكن يجب أن يكون له بداية ونهاية، وإلا ينحرف المتحدث عن الموضوع وإلا ينتقل من فكرة إلى أخرى قبل استيفائها، وأن يكون لديه بعض المعلومات الجديدة المهمة المدعومة بالأدلة.

[1]- نصيرة جار الله، **مهارات الاتصال لدى المدير ودورها في تحسين أداء العاملين دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر-أنموذجا-بولاية أدرار**، مذكرة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر، اتصال وعلاقات عامة، علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الانسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2018 – 2019، ص: 61.

3. الثقة بالنفس

تعد الثقة بالنفس من الأمور الهامة التي يتوقف عليها نجاح عملية التحدث، وهي من الأمور الضرورية التي يحتاج إليها كل من يواجه الجمهور ليخاطبهم، ويكسب ثقتهم، ولكي يستطيع أن يفكر بهدوء في أثناء حديثه، وهذا الأمر ليس بالشيء الصعب، ولا هو موهبة لا يمتلكها إلا بعض الأفراد، ولكن باستطاعة كل فرد أن يمتلكها وينميها، إذا ما توافرت لديه الرغبة الصادقة في ذلك.

ثالثا: مراحل التخطيط الجيد للحديث

إنّ التخطيط الجيدللحديث المنظم يمكن توضيحه في مراحله التالية:[1]

المرحلة الأولي: الإعداد للحديث

وذلك من خلال:

1. تحديد الهدف من الحديث.

2. تحديدموعد إلقاء الحديث.

3. اختيار المكان المناسب.

4.تحديد نوعية الجمهور.

5. اختيار مادة الحديث.

المرحلة الثانية: توجيهالحديث

وتتضمن جوانب عديدة منها:

- العرض المُنظم والمناسب

[1]- حصة محمد آل مساعد، أحلام عبد السميع العقباوي، **مهارات الاتصال والتفاعل**،عالم الكتب، مصر،2011، ص ص: 162 – 164.

- تجانب الإفراط في الاستعانة بالأوراق المكتوبة والمذكرات التي تصرفك عن مستمعيك أو تشغلك عنهم
- حدد الحديث بأربعة أوخمس نقاط فقط وعند الانتهاء منها كررها على المستمعين
- احرص على الخاتمة الجيدة التي تتبلور الموضوع
- احرص على الوقوف بصفة مستمرة على رجع الصدى أوعلى استجابة الجمهور

المرحلة الثالثة: تقييم الحديث

من حيث الايجابيات والسلبيات عملية التقييم مرادفة للحديث ككل منذ لحظة الاستعداد وأثناء الحديث من خلال رجع الصدى أو التغذية الراجعة أو استجابة الجمهور، وبعد الحديث بإعادة الاستماع إليه أو الاستماع إلى ملاحظات المستمعين أومن خلال التعرف على ايجابياتك كما الوقوف على السلبيات التي عليك إتلافها في الأحداث القادمة.

المطلب السادس: مهارات الاقناع والتأثير على الجمهور

تُعد مهارة الإقناع قدرة مهمة تُتيح للإنسان التأثير على آراء وقرارات الآخرين بأسلوب يجمع بين المنطق والجوانب العاطفية. تمثل هذه المهارة أداة فعالة تُوظف في العديد من مجالات الحياة لتحقيق الأهداف وإحداث تأثير إيجابي على الآخرين.

أولا: تعريف مهارة الاقناع

تعرف مهارة الاقناع بأنها :

عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر وإخضاعه لفكرة ما، وعليه قبل أن تقنع الآخرين يجب أن تقنع نفسك بالرسالة التي ترغب بإيصالها للآخرين" .

"اتصال مكتوب أوسمعيأوبصري يهدف بشكل محدد إلى التأثير على الاتجاهات والاعتقادات أوالسلوك، كما أنه القوة التي تستخدم لتجعل شخصا يقوم بعمل ما عن طريق النصح والحجة والمنطق". [1]

كما يعرف على أنه: "هي القدرة على زرع أو تغيير قناعات الآخرين ومن ثم العمل على توجيه سلوكهم، وبالرغم من تسميتنا بالكائنات العقلانية، إلا أن معظم قراراتنا خاضعة لتأثير المشاعر، أي أننا نخضع لتأثير النظام الانفعالي العاطفي أكثر بكثير من النظام التحليلي العقلاني، فما يقودنا في الحقيقة هو اللاوعي أي مخزن مشاعرنا وأفكارنا وقناعاتنا وقيمنا، ومن هنا إن رغبت في إقناع شخص ما فعليك أن تخاطب جانبه اللاواعي أكثر من جانبه الواعي."[2]

مما سبق يمكن تعريف مهارة الإقناع على أنها: مهارة الإقناع هي قدرة يمتلكها البعض لتقديم وجهة نظر أو فكرة بشكل شفهي، مما يسهم في تغيير سلوكيات أو قناعات أو تصرفات فرد أو مجموعة تجاه قضية أو فكرة محددة.

ثانيا:أهمية مهارة الإقناع

تتمثل أهميتها في:[3]

- القدرة على الإقناع تيسر تحقيق أهداف المؤسسة بشكل أسرع،
- وتؤدي إلى تقدم الفرد وتمكنه من استخدام كل إمكانياته وقدراته بمستوى عال من الكفاءة،
- يتضمن الإقناع في حال نجاحه تغييرا في سلوك المستقبل
- العملية تتضمن نشاط الاثنين مع المرسل والمستقبل مما يجعلها قريبة جدا من عملية الاتصال.

[1]– سارة صغايري، هدى بوعافية،**مرجع سبق ذكره**، ص: 26.

[2]– موقع: https://ila.io/10v2K، يوم الثلاثاء 12 / 02/ 2025، على الساعة 20:12.

[3]– سارة صغايري، هدى بوعافية،**مرجع سبق ذكره**، ص: 26.

ثالثا: طرق إتقان مهارة الإقناع

من أكثر الأخطاء شيوعا حول مهارات الإقناع اعتقاد البعض أن إقناع الآخرين يعني التأثير الرؤية الأمور كما يرونها هم، ولكي يطور الفرد من مهاراته هناك بعض الخطوات يمكن إتباعها: [1]

- البحث عن النقاط المشتركة بين الأفراد وهو أقدم الوسائل المستخدمة في بناء التواصل الاجتماعي والمؤسساتي، حيث يمكن الاستفادة من هذه النقاط في بناء الثقة بين الطرفين بالمؤسسة.

- تفكير الفرد المدير مثلا في طريقة تثبت للآخرين أنه بإمكانه أن يساعدهم من خلال سؤال الطرف الآخر (المرؤوس) عن مشكلته ومن تم طرحه لوجهة نظره بطريقة تقدم له حلا يخدمه، الأمر الذي سيزيد من نسبة اقتناعه بما يقول.

- استخدام السرعة المناسبة أثناء الحديث والتي تساعد على إقناع الآخرين خاصة إذا أحس الفرد بأن الطرف الآخر سيعارضه، فالتحدث بسرعة لا يعطي وقتا كافيا للمستمع للتفكير في الكلام الذي يسمعه ويزيد من فرصة إقناعه.

- التحدث عن الجوانب الإيجابية والسلبية في وجهة نظر المتحدث وهذا ما يوضح بطريقة غير مباشرة بأنه درس جميع جوانب الموضوع ومستعد لجميع الاحتمالات.

- اختيار طريقة تواصل مناسبة حسب أهمية موضوع العمل.

- مخاطبة المرؤوسين بأسمائهم وهذا ما يجعلهم يستجيبون لا إراديا حين سماع أسمائهم.

المطلب السابع: مهارات لغة الجسد والتعبير البصري

لغة الجسد والتعبيرات البصرية تشكل عنصراً أساسياً في عملية التواصل بين البشر، حيث تعبر عما نشعر به ونفكر فيه، إضافة إلى نوايانا، بطريقة قد تعجز الكلمات عن الإفصاح عنها وحدها. إتقان فهم

[1] – **مرجع سبق ذكره**، ص: 26 – 27.

هذه اللغة والتفاعل معها بشكل فعال يعزز من مهاراتنا في التواصل ويزيد من قدرتنا على التأثير في الآخرين.

أولا: تعريف مهارة لغة الجسد

يمكن تعريف مهارة لغة الجسد على أنها:"هي وسيلة من وسائل الاتصال بالآخرين تعتمد على فهم الإشارات والحركات والتعبيرات التي تصدر من الشخص ومن الآخرين. "

وتعرف أيضا على أنها " لغة غير لفظية تشمل الحركات والإشارات والإيماءات والتعبيرات الصادرة عن أجزا من جسم الإنسان والتعبيرات الصادرة عن أجزاء من جسم الإنسان في مواقف مختلفة وهذه اللغة تحمل معاني ودلالات رمزية وتساعد على التوصل مع الآخرين والتأثير عليهم بطريقة إيجابية أوسلبية".

وتعرف كذلك على أنها: " هي الاتصال غير المنطوق من خلال حركات الجسم."

كما تعرف على أنها:"هي أي رسالة ترسل وتستقبل مستقلة عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة، وتتضمن عوامل مثل استخدام الوقت والمكان والمسافة بين الأشخاص وترتيب الجلوس وموقع المكتب والأثاث."[1]

مما سبق يمكن تعريف مهارة لغة الجسد على أنها: هي إشارات وحركات إرادية وغير إرادية تصدر من الجسم بأكمله أو بجزء منه لإرسال رسالة انفعالية إلى المحيطين بالإنسان. ولهذه اللغة فروع ومفردات تتمثل في لغات الوجه والصوت والأصابع واليدين واللمس ووضعية وحركات الجسم والمظهر والألوان والمسافات والفراغ المكاني والدلالات الرمزية لاستخدام الوقت.

ثانيا: أهمية مهارة لغة الجسد

تمكن أهمية لغة الجسد فيما يلي:[2]

[1]– مدحت محمد أبو النصر، **مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين، المجموعة** العربية للتدريب والنشر، مصر، 2012،ص: 85.

[2]– على موقع: https://blog.moderngov.com/why-is-body-language-important-in-communication، يوم الثلاثاء 12 / 02/ 2025، على الساعة 21:02.

- تلعب لغة الجسد دورًا كبيرًا في مكان العمل. فمجرد عدم قيامك بالغناء على المسرح أوقيام مدير كرة القدم بالإجابة على الأسئلة، لا يعني أن مبادئ لغة الجسد نفسها لا تنطبق عليك في مكان العمل.

- إذا كنت تريد أن تُظهر أنك جزء من الفريق وأنك مهتم حقًا بالمنظمة وزملائك، فإن لغة الجسد هي الحل.

- يمكن أن تساعدك لغة الجسد في مكان العمل على إظهار حماسك للمشاريع وفريقك ونجاحاتهم أو حتى ودك مع أعضاء الفريق الجدد .

- إن استخدام لغة الجسد سوف يساعدك على إجراء محادثات أسهل مع الزملاء وأعضاء الفريق وتحقيق ما تسعى لتحقيقه في مكان العمل.

- من خلال عدم استخدام الإشارات غير اللفظية في مكان العمل، قد يساء فهمك ويترك الآخرين في حيرة بشأن أفكارك الحقيقية حول محادثتهم أو حتى عنهم كأشخاص.

المطلب الثامن: مهارات الحوار وإدارة النقاش مع المتابعين

الأصل في الحوار أن يكون بين شخصين أو أكثر، ومعنى ذلك أن يراجع احد المتحاورين الآخر في كلامه والقصد هنا تحقيق التجاوب والتكامل الثقافي والمعرفي، فيبلغ بذلك هدفه وتحقيق مراده سواء إذا تعلق الأمر بحل مشكلة أو إبداع طريقة أو اغناء موضوع وإثرائه مما يجعله يكتسب فاعلية الإنسانية نظرا لما يتيح من إمكانات ضرورية في تقريب المسافة النفسية والمعرفية والثقافية بين المتحاورين بحث عن اقصر السبل للوصول إلى صواب الرأي، ويتميز الحوار بخصوصيات التحضير الجيد والجدي للموضوع لكل من المرسل والمرسل إليه، حتى تكون مساهمتهما ومشاركتهما ايجابية وبناءة وتدفع به إلى أهداف منشودة والحوار ينبغي أن يكلى على أسس وأدوات الفهم العميق الموضوع الحوار، جمع المعلومات والأدلة والبراهين المرتبطة بموضوع الحوار والصدق.[1]

[1]–مدحت أبو النصر، **مرجع سبق ذكره**،ص: 166.

أولا: تعريف الحوار

كلمة " حوار" كلمة أصيلة في اللغة العربية ترد على عدة معان، ويرجع أصلها إلى مادة "حور ."

جاء في لسان العرب وغيره أن الحور : الرجوع عن الشيء وإلى الشيء، والمحاوَرَة الْمُجَاوَبَةُ وَالِاسْمُ مِنَ المُحاوَرَةِ الحَوِيرُ، تَقُولُ: سَمِعْتُ حَوِيرَهما وجوارهما. والتَّحاوُرُ : التَّجَاوُبُ، تقول : أَحَرْتُ لَهُ جَوَابًا وَمَا أَحار بكلمة، وكلمته.

ويعرف الحوار بأنه: " محادثة بين طرفين أو أكثر، تتضمن تبادلاً للآراء والأفكار والمشاعر، وتستهدف تحقيق قدر أكبر من الفهم والتفاهم بين الأطراف المشاركة لتحقيق أهداف معينة، يسعى المشاركون في الحوار إلى إنجازها

فالحوار هو محادثة أو عملية اتصال كلامية وبالتالي فإن أي شكل من أشكال التواصل الأخرى لا يُعد حواراً، وإن كان من غير المستبعد إدخال اللغة الكتابية، في حالة تماشيها مع طريقة الحوار ومقاصده في معناه. وإن مجازاً، ذلك أن الحوار إنَّما يبدأ "فقط مع التأمل والتفكير وتبادل الحجج والآراء والمعاني، أو بعبارة أخرى هو التجربة المعيشة بالكلمات وإن كان الاتصال قائماً بين جميع المخلوقات، فالحوار هو الشكل الوحيد للاتصال الذي يقتصر على الجنس البشري والقائم بين البشر فقط.[1]

ثانيا: آداب الحوار

وللحوار آداب يجب مراعاتها، ومن أهمها تلك التي تتحدث عن:[2]

- حسن الاستماع.
- عدم المقاطعة ورفع الصوت.
- الرفق والأناة .

[1]– علي جابر العبد الشارود، **الحوار مفهوما وتأصيلا وواقعا**، حاوية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات، المجلد 02، العدد 05، الإسكندرية، بدون سنة نشر، ص ص: 474 – 476.

[2]– عبد الرزاق حسين، **مهارات الاتصال اللغوي**،دار العبيكان للنشر والتوزيع، السعودية، 2010، ص: 162

- عدم التعجل في الحكم والقول.
- التدرج في الحوار.
- إقناع المحاور بالحجة والدليل.
- الوصول إلى الحق هو الغرض والغاية، والرجوع إلى الصواب لا يخجل.

ثالثا: ضوابط الحوار

لعل من أهم وسائل النجاح في الحوار ضابطان:[1]

الضابط الأول في المحاور

يجب أن تتمثل في المحاور تلك الصفات التي ذكرناها في آداب الحوار ومنأهمها:

- الاهتمام الجدي بالمحاور واحترامه وإنصافه.
- ذكره وندائه بأحب الأسماء إليه.
- الهدوء والاتزان وعدم رفع الصوت.
- عدم الاستئثار بالحديث.
- الاستعانة بالكلمة الطيبة والأسلوب الأمثل.

الضابط الثاني في الموضوع

ومن أبرزها:

- إظهار الجدية وعدم السخرية من الموضوع.
- الإخلاص في الوصول إلى الحق.

[1]- **نفس الرجع السابق**، ص: 163.

- تبيان الخطأ بطريقة موضوعية منهجية غير جارحة.
- طرح الأفكار بعيدا عن المبالغات والتضخيم.
- التدرج في موضوع الحوار من المسلمات إلى المختلف فيها.
- عدم خلط الأفكار، واستتمام الفكرة والانتقال منها بعد تمام انتهائها إلى ما يليها.

المطلب التاسع: مهارات الاستماع (الإنصات) النشط والتفاعل مع التعليقات

يتوقف مستوى التفاهم بين أعضاء الجماعات على الطريقة التي يستمعون ويستجيبون بها أكثر مما يعتمد على الطريقة التي يتحدثون بها.[1]

أولا: أنواع الاستماع

يحدد الباحثون أربعة أنواع من الاستماع هي[2]:

1. الإنصات بهدف الحصول على المعلومات

ويتضمن هذا النوع الاستماع من أجل الحصول على الحقائق، وفي هذا النوع لابد من تحديد الفائدة الأساسية التي يقوم عليها موضوع الاتصال والجوانب الرئيسية التي يحتوى عليها.

2. الاستماع النقدي

ويتضمن تقييم المادة التي يدور حولها موضوع الاتصال ويبحث الشخص المنصت هنا عن دوافع المتحدث وأفكاره ومعلوماته. وتتضح أهمية هذا النوع من الإنصات عند الاستماع إلى الرسائل الاقناعية.

3. الإنصات العاطفي

[1]– دحدوح منية، **محاضرات مادة مهارات الاتصال في العلاقات العامة**، لطلبة السنة أولى ماستر علوم واعلام واتصال، جامعة 8 ماي 1945، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قالمة، 2019 – 2020، ص: 47.

[2]– **مرجع سبق ذكره**، ص ص: 47 – 48.

ويشير إلى الإنصات الذي يقوم على المشاعر ويقوم به الفرد في إطار الاتصال الشخصي بهدف مشاركة المتحدث في مشاعره ومشكلاته.

4. الإنصات بهدف الاستمتاع

ويشير إلى ذلك الإنصات الذي يختار الفرد القيام به بهدف تحقيق متعة معينة، فقد يختار الفرد الاستماع إلى رسائل اتصالية معقدة باستخدام كل مهارات الإنصات لديه لأنها تحقق لديه إشباع معين.

ويؤدى الإنصات عادة إلى زيادة اليقظة وشدة التفاعل وازدهار جذوة الحماس وتوقد الذهن وسلامة التفكير، مما يجعل المستقبل يبتعد عن المعارضة ويكف عن التساؤلات التي لا مبرر لها ويعمل تلخيص أرائه وقبول الحجج والبراهين المقدمة.

ثانيا: شروط عملية الإنصات

وهي كالتالي:

- إثارة رغبة المتحدث في الاسترسال والاستمرار في طرح الفكرة وإشعاره بأهمية بما يقوله والرغبة في الاستماع إليه.
- فهم وتفسير وتحليل وتقييم آراء وأفكار وتعبيرات المرسل كما هي دون تكوين اتجاه عكسي أوحكم مسبق عليها

هناك أربعة شروط أساسية للمنصت الجيد هي[1] :

- الانتباه إلى سياق الحديث الذي يمكن أن يغير معنى ما يقال كلية.
- الانتباه إلى مشاعر المتحدث ومراعاة المكون العاطفي في الرسالة الاتصالية.
- الحرص على استيضاح المعنى من خلال الأسئلة الفعالة.

[1] دحدوح منية، **نفس المرجع السابق**، ص:49.

- تفسير الصمت بشكل صحيح فقد يعنى الصمت أن الأفراد لا يفهمون معنى الرسالة أولا يوافقون عليها أو يدخرون معلومات قيمة عن موضوع الاتصال ولا يريدون الإفصاح عنها.

ثالثا: كيفية تنمية مهارات الاستماع

1.تنمية القدرة التذكر

ويختزن الإنسان عن طريق الذاكرة قدراً هائلاً من المعلومات. وتتطلب عملية الاستماع أن ينظم الفرد ما يقوله المتحدث بطريقة تمكنه من ربط هذه المعلومات بالمعلومات المختزنة في الذاكرة لتقييمها وبناء استجابة محددة.

2.الاستفادة من طبيعة البناء المعروض علي الفرد

ويمكن من خلالها التعرف على طبيعة الثقافة السائدة بمكوناتها المختلفة، وعلى الفروق الفردية بين الأفراد الذين نتعامل معهم. وذلك كمدخل لفهم الآخرين وتحديد طريقة التعامل معهم، وذلك إن فهم الآخرين هو الطريق المناسب لبناء علاقات فعالة

3. الالتزام بالقواعد المرشدة للاستماع الجيد

ويعبر الاستماع عن نصف عملية الاتصال وهو كالحديث مهارة يمكن تنميتها من خلال تكوين عادات إنصات جيدة مثل الانتباه للمتحدث وتلافى تأثير العوامل الطبيعية والنفسية والفسيولوجية والبيئية التي تؤثر على الانتباه، ومتابعة التعبيرات اللفظية وغير اللفظية ومتابعة المتحدث والتجاوب معه وتجنب السرعة في الاستنتاج أو التقويم أو إطلاق الأحكام القطعية على المتحدث أو محاولة إيجاد أخطاء في طريقة إلقاء المتحدث أو مظهره.[1]

[1]– **نفس المرجع السابق**، ص:49.

المطلب العاشر: تأثير التحولات الرقمية على أنماط التواصل

لقد ساهمت كل من ميزات الرقمنة وميزات نظم الاتصالات الرقمية في رسم معالم الاتصال الرقمي وإضفاء خصائص مميزة له والمتمثلة في:[1]

1. التفاعليةInteractivity

هي السمة التي تميز الاتصال المواجهي والقصد منها انتهاء فكرة الاتصال الخطي في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، بحيث يصبح الاتصال في اتجاهين يتبادل أطراف العملية الأدوار ويكون لكل طرف القدرة والحرية والتحكم في عملية الاتصال في الوقت والمكان والزمان الذي يناسبه.

2. التنوعVariety

أدى تطور المستحدثات الرقمية إلى ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة وتوظيف أفضل للعملية الاتصالية بما يتفق مع حاجات الفرد وتوقعاته، ويتمثل التنوع في الاتصال الرقمي بن تنوع أشكال الاتصال والتنوع في المحتوى.

3. التكاملIntegration

تتيح عملية الاتصال الرقمي مختلف نظم الاتصال وهياكله، مما يوفر للمستخدم ما يراه مطلوبا من تخزين وطباعة أو تسجيل أو إرسال، لأنه نظام يوفر مختلف أساليب التعرف والإتاحة والتخزين بأسلوب متكامل.

4. الفردية والتجزئةIndividual and Retail

يحقق الاتصال الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة في عملية الاتصال وهو بذلك يعلي من شان الفردية.

[1]– بوشنافة كريمة، وسار نوال، **مهارات الاتصال الرقمي عبر الفضاء الافتراضي، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، المجلد 09، العدد03، أم البواقي ،2023، ص ص: 193 – 195.

كما يؤكد الاتصال الرقمي على سرية الاتصال وخصوصيته، وعلى تحكم أطراف الاتصال في عملية الاتصال والتحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية، وبذلك يوفر للمستخدم أرفع درجات الفردية والمحافظة على الخصوصية في الاتصال .

5. اقتحام الخصوصيةInvasion of Privacy

ساعد الكمبيوتر وثورة الاتصالات على سرعة وإمكانية اقتحام الخصوصية في أي موقع وفي أي زمان، وأصبح هناك صعوبة في الإخفاء والعزلة وسيطرة الشفافية هذا من جهة وأيضا مسألة الملكية الفكرية التي ساهمت إمكانيات الكمبيوتر على سهولة الوصول والنسخ و السطو على إبداعات الآخرين.

6. تجاوز الحدود الثقافيةCroussing Cultural Boundaries

شبكة الإنترنت هي مجموعة شبكات دولية وإقليمية تزداد يوما بعد يوم ويزداد معها عدد المستخدمين لهذه الشبكة نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفته، مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية والوصول إلى العالمية أو الكونية[1] .

7. تجاوز الزمان والمكان

لقد أدى ظهور الكثير من الأجهزة الرقمية، والهواتف إلى تسهيل إمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال، نظرا لإمكانية الأجهزة والبرامج الرقمية في الاستقبال الإرسال والتخزين والتحميل وإعادة استقبالها مرة أخرى في الوقت المناسب، وقد ارتبط هذا اللاتزامن، بأشكال اتصال أخرى مثل البريد الإلكتروني التعرض للمواقع الإعلامية كالصحف ومحطات التلفزيون.

8. الاستغراق في عملية الاتصال Engaging in the process of communication

شجع انخفاض تكلفة الانترنت عملية الاتصال الرقمي والاستغراق في البرامج المتاحة، بغية التعليم وذلك لأوقات طويلة في إطار فردي، كما ساعد انتشار الرسائل الفائقة والنصوص الفائقة على الإبحار أو التجول وبالتالي الاستغراق أكثر بين المعلومات والأفكار.

[1] بوشنافة كريمة، وسار نوال، **مرجع سابق** ص: 195.

المطلب الحادي عشر: الذكاء الاصطناعي ودوره في تحليل تفاعل الجمهور

الذكاء الاصطناعي يمثل أحد المجالات الحديثة التي تجذب انتباه الباحثين وتشهد تطورًا مستمرًا .من المتوقع أن يلعب دورًا مهمًا في تشكيل مستقبل البشرية، كونه علمًا يهدف إلى تطوير آلات قادرة على محاكاة السلوكيات التي تُعتبر ذكية .في الوقت الحاضر، أصبحت العديد من الأنظمة المعتمدة على هذا المجال جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية.

أولا: تعريف الذكاء الاصطناعي

يتكون الذكاء الاصطناعي من كلمتين هما "الذكاء" و"الاصطناع، ويقصد بالذكاء القدرة على فهم الظروف أو الحالات الجديدة، فمفاتيح الذكاء هي الإدراك أي القدرة على الفهم والتعلم، أما كلمة الاصطناع فترتبط بالفعل يصنع " أو" يصطنع " وتطلق على كل الأشياء التي تنشأ نتيجة النشاط أو الفعل الذي يتم من خلاله اصطناع وتشكيل الأشياء تمييزا عن الأشياء الموجودة بالفعل والمولدة بصورة طبيعية من دون تدخل الإنسان[1].

حيث يعرف على أنه " فرع من فروع علم الحاسبات الذي يهتم بدراسة وتكوين منظومات حاسوبية تظهر صبغ الذكاء وهذه المنظومات لها القابلية على تقديم استنتاجات مفيدة جدا حول المشكلة الموضوعة كما تستطيع هذه المنظومات فهم اللغات الطبيعية أوفهم الإدراك الحي وغيرها من الإمكانيات التي تحتاج ذكاء متى ما نفذت من قبل الإنسان."[2]

ثانيا: دور الذكاء الاصطناعي في تحليل تفاعل الجمهور

يمكن تلخيص دور الذكاء الاصطناعي في تحليل تفاعل الجمهور في ما يلي:

[1]– عبد الرزاق مختار محمود، **تطبيقات الذكاء الاصطناعي، مدخل لتطوير التعليم في ظل فيروس كورونا**، المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، مجلد 03 العدد 04، المؤسسة الدولية الأفاق المستقبل، مصر، 2020، ص 184–185.

[2]– منير نوري، **نظم المعلومات المطبقة في التسيير**، ط 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2015، ص: 141.

1. شبكات التواصل الاجتماعي

مع توسع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وازدهارها بمعدل متزايد على مر السنين، أصبح الذكاء الاصطناعي عبر الخوارزميات المستخدمة للتوصية بمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي موضع اهتمام تدقيق متزايد، حيث تستخدم المنصات مثل Face bookوTwitter و You Tube التعلم الآلي لاقتراح محتوى وسائط بعينة والتوصية بإعلانات تعمل على تحسين تفاعل المستخدم، وأعربت منظمات المجتمع المدني الأمريكية والباحثون عن مخاوفهم من أن تساعد هذه الخوارزميات في نشر المعلومات المضللة، ونشر الدعاية الرقمية.

ويعتمد العمود الفقري لموقع الفيسبوك على فهم واكتساب المعرفة بسلوك قاعدة مستخدميه الهائلة عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي، منها التعلم العميق Deeplearning، وهذه التقنية لا تحتاج إلى أي بيانات محددة ولديها القدرة على فهم سياق الصورة، وكذلك تحليل محتوياتها باستخدام التعريف والنص. DeepText تستخدم هذه التقنية الشبكات العصبية لتحليل الكلمات في مشاركات المستخدم من أجل فهم سياقها وفهم معناها باستخدام الخوارزمية الخاصة بها، وكذلك تقنية التعرف على الوجوه : Face Detecting للتعرف على الوجوه البشرية في صورتين مختلفتين وأكثر كما يستخدم الموقع الذكاء الاصطناعي في التصدي للأخبار المزيفة Fake News عبر استخدام التدقيق البصري والبحث العكسي عن الصور وتحليل بياناتها الوصفية مثل أين وتم التقاط الصورة أو الفيديو، لكن تواجه صعوبات في تحليل الصور الساخرة أو مقاطع الفيديو سبب التلاعب بالألفاظ والاختلافات اللغوية والثقافية.

ويستخدم مدققوا الحقائق تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرار ما يجب التحقق منه يوميا، حيث يتم إجراء فحص تلقائي Robochecking بالاعتماد على الربط بقواعد بيانات المعلومات وعلى سبيل المثال إذا قال أحد الأشخاص انخفضت العمالة بنسبة 10% منذ عام 2016 يقوم نظام الذكاء الاصطناعي بالعثور على الأرقام الصحيحة وإنشاء رسم بياني والإجابة عنها في وقت وجيز، فبينما تستغل المعلومات المضللة تقنيات جديدة وتستمر في العمل على نطاق واسع ستكون تقنيات الذكاء الاصطناعي

أدوات رئيسة لعمل غرف الأخبار، مثل كشف التزييفات العميقة، وتحويل الكلام إلى نص الترجمة الآلية التحقق من صحة الصور الفيديو، وتوليد النص السردي بسرعة كبيرة. [1]

2. برامج الدردشة الآلية Chat bot

تعد خيارًا شائعًا بشكل متزايد للتفاعل مع مستخدمي فيسبوك ماسنجر، كما يتزايد الاعتماد عليها بفضل استخدام الردود الفورية، حيث تتيح chat bot أداة برمجية تتفاعل مع المستخدمين حول موضوع معين أوفي مجال معين بطريقة طبيعية للمحادثة باستخدام النص والصوت، ويتم استخدام روبوتات المحادثة في عدة مجالات منها التسويق وخدمة العملاء والدعم الفني بالإضافة إلى التعليم والتدريب.

ويُعد المساعدين الرقميين الشخصيين مثل Siri من Apple أو Alexa من Amazon أو Assistant من Google بمثابة طليعة تكنولوجيا التعرف على الصوت من خلال الذكاء الاصطناعي، عبر تقنيات التعلم الآلي ويمكنهم إدارة بعض المهام اليومية للمساعدين التقليديين (مثل تحديد أولويات البريد الرقمي، وتسليط الضوء على أهم المحتوى والتفاعلات المساعدة مستخدميهم على أن يصبحوا أكثر فعالية، كما تقوم روبوتات الدردشة النصية بوظائف محددة مثل ترك التعليقات ونشر المحتوى للمواقع الرقمية، وحجز غرفة في فندق وإجراء حجز في مطعم وما إلى ذلك، وعادة ما تتبع مجموعة من القواعد أو التدفقات المعمول بها للرد على الأسئلة التي ينشرها المستخدم تمكنهم هذه القواعد أو التدفقات من الاستجابة بفعالية للطلبات داخل مجال معين ولكنها ليست فعالة في الإجابة عن بعض الأسئلة التي لا يتطابق نمطها مع القواعد التي يتم تدريب روبوت المحادثة عليها.

ويستفيد موقع تويتر Twitter من الذكاء الاصطناعي للتوصية بتغريدات معينة على الجدول الزمني للمستخدم وضمان تلبية التغريدات ذات الصلة باهتماماتهم لتظهر أولا. كما يستخدم معالجة اللغات الطبيعية (NLP) لتحليل آلاف التغريدات خلال ثانية واحدة، وتقديم رؤى حول ميول المستخدمين، كما يستخدم الموقع خوارزميات الذكاء الاصطناعي مثل معظم شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى في إزالة تغريدات أو حسابات الكراهية والإبلاغ عن الحسابات التي تروج للجماعات المتطرفة أو العنف.

[1] عمرو محمد محمود عبد الحميد، **توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوىالإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهورالمصري**،مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 55، ج 5، مصر، 2020،ص ص: 2818 – 2819.

ويستفيد موقع جوجل من تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة في عمل محركات البحث والإجابة عن استفسارات الجمهور الترجمة والتعرف على الكلام والصورة وتحسين الخدمات الإخبارية وعرض مقترحات البحث وتوقعها وترتيب النتائج التي تكون خاضعة لمعايير ومدخلات ومخرجات معينة تعتمد على خوارزميات قد لا تضمن الموضوعية بصفة دائمة.[1]

3. التعامل مع البيانات الضخمة

يمكن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي توفير الوقت والطاقة المهدرة على مراقبة النظام عن طريق أداء قواعد البيانات وتجربة المستخدم وبيانات السجل وضمها في نظام أساسي واحد للبيانات يعتمد على السحابةCloudsوالذي يعمل على مراقبة الحدود القصوى تلقائيا واكتشاف العيوب. وتكمن قوة الخوارزميات الذكية في قدرتها على معالجة المواقف المعقدة للغاية عن طريق مسح البيانات الضخمة من خلال خوادم متعددة المتغيرات بسرعات عالية جدا، ويمكن الخوارزميات الذكاء الاصطناعي معالجة قواعد البيانات التي تكون غير محدودة الحجم وتحديد العلاقات بين عناصر البيانات، أو حتى اقتراح أفكار جديدة بناءً على النتائج التي توصلوا إليها.

4.المنصات الرقمية وتقنية تخصيص المحتوى للأفرادContent Personalization

تستخدم منصات البث الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي تقنيات متقدمة في بناء المنصات الرقمية بحيث يتم تغيير المحتوى بتغير سلوك المستهلك وطريقة بحثه وعرضه وتاريخ بياناته واهتماماته أيضا، وعلى سبيل المثال تركز شركة نتفليكس Netflixعلى عرض محتوى مناسب لمشاهديها بناء توصيات بناء على السلوك البحثي على منصتها الرقمية، وتشير Netflixأنها توفر ما يقارب من مليار دولار أمريكي سنويا بفضل قدرة تقنية الذكاء الاصطناعي على آلية تدفقات المحتوى وتفاعل مع العملاء، يمكن تحويل بيانات الجمهور إلى حملات فعالة للاحتفاظ بالعملاء وتخصيص المحتوى لإنشاء علاقة شخصية أكثر مع المشاهدين.

وكذلك تستخدم مواقع عرض الفيديوهات يوتيوب وفيمو وغيرها وشركة أمازون للتسوق الرقمي تقترح منتجات ومحتوى مناسب لسلوك كل عميل على حدة بناءً على ما يبحث عنه، فالمحتوى المكتوب على زر الشراء يتغير أيضا بشكل ديناميكي والأسعار أيضا تتغير بتغير زائر المنصة الرقمية. كما تستخدم شبكة

[1]–**نفس المرجع السابق**، ص: 2820.

CNNالإخبارية نظام أو الدردشة الآلية Chat boot لإرسال تقرير يومي لحسابات المستخدمين في فيسبوك مسنجر عن أهم الأحداث التي تهم الأشخاص بناءً على اهتماماتهم المسبقة التي تسجل تلقائيا.[1]

المطلب الثاني عشر: تقنيات تحسين جودة الصوت والصورة لتعزيز الاتصال

في عصرنا الحالي، بات التواصل الفعّال يشكل عاملًا جوهريًا في تحقيق النجاح، سواء على الصعيد الشخصي أو المهني. ومع التقدم التكنولوجي المستمر، أصبحت جودة الصوت والصورة عنصرًا أساسيًا في تعزيز فعالية عملية الاتصال. فوجود صوت نقي وصورة واضحة يسهم بشكل كبير في إيصال الرسائل بوضوح، مما يقلل من فرص حدوث سوء فهم أو ارتباك

أولا: تحسين جودة الصوت

- وضوح الصوت هو وسيلة لقياس مدى سهولة الاستماع ودرجة فهم الكلام/الصوت. الوضوح هو العامل الأساسي عند الحكم على جودة الصوت في مقطع فيديو أو تسجيل.
- لكي يتم سماع الصوت بالمستوى المناسب، من المهم أن تستهدف مستويات ديسيبل معينة في الإنتاج. وكقاعدة عامة، يجب أن تستهدف مستويات متوسطة تبلغ - 12 ديسيبل (ديسيبل نسبة إلى النطاق الكامل)، مع عدم تجاوز الذروة لـ - 6 ديسيبل وانخفاض النقاط إلى أقل من -24 ديسيبل.
- للصوت أو عن طريق إزالة الأشياء المسببة للضوضاء، مثل المراوح ووحدات التكييف والقطط وما إلى ذلك.
- يمكن إزالة الضوضاء باستخدام عمليات تقليل الضوضاء في مرحلة ما بعد الإنتاج ببرامج تحرير المواد السمعية والبصرية. انتقل إلى "تحسين الصوت في مرحلة ما بعد الإنتاج" أدناه للحصول على نصائح حول تحرير الصوت بعد انتهاء الإنتاج.

برامج تحسين جودة الصوت

[1]– **نفس المرجع السابق**، ص ص: 2820 – 2821.

1. برنامج Panopto

يستخدمPanoptoمقياسًا ملونًا على يمين إطار معاينة الفيديو للإشارة إلى مستوى الصوت.

2. أدوبي أوديشن

- Adobe Auditionهو برنامج متقدم لإنتاج وتحرير وتقديم الصوت. إذا كنت تبحث عن إنتاج صوت احترافي بجودة الاستوديو لمشروع ما، فقد يكون Audition خيارًا مناسبًا لك.

3. أدوبي بريميربرو

- يقدم Adobe Premiere Pro خيارات لتحسين الصوت في مقاطع الفيديو بالإضافة إلى تحرير التعليقات الصوتية وعناصر الصوت الأخرى.[1]

المطلب الثالث عشر: الأدوات الرقمية المساعدة في تطوير المهارات الاتصالية

تتمثل الأدوات الرقمية المساعدة في تطوي المهارات الاتصالية في ما يلي:[2]

1. الحاسوب

هو وسيلة يستلم بيانات كمدخلات ويجهزها كمخرجات، أي أنه مصمم على أساس احتواء قدر كبير من البيانات الداخلية وتخزينها ومعالجتها.

ويعرف أيضا على أنه الآلة التي تجمع بين عدة مهام تخزين استرجاع وإرسال واستقبال في آن واحد بالصورة والصوت إذا أريد ذلك.

[1]– على موقع: https://teaching.pitt.edu/resources/audio-quality-why-is-it-important-and-how-can-i-improve-it/ ، يوم الأربعاء 12 /02 / 2025، على الساعة 16:00.

[2]– مخانية نور اليقين، هناد مريم، **أثر استخدام وسائل الاتصال الرقمي على تحسين جودة الاتصال الداخلي دراسة ميدانية بجامعة 8ماي 1945**،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، تصال وعلاقات عامة، علوم الإعلام والاتصال، بجامعة 8ماي 1945، قالمة،ص ص: 17 – 18.

2. شبكة الانترنت:

هي نظام معلوماتي يتكون من مجموعة من الوثائق الرقمية المترابطة عبر الإنترنت. تعتمد على استخدام الروابط الربط الوثائق ببعضها البعض، مما يتيح للمستخدمين تصفح المحتوى بسهولة والوصول إلى مجموعة متنوعة Laudon Kenneth2010350(من المواضيع والمعلومات

3. مواقع التواصل الاجتماعي:

يستخدم هذا المفهوم الوصف مجموع التكنولوجيات الرقمية التي يتم توظيفها لتقاسم المعلوماتومناقشتها وتبادل التجارب الإنسانية بين مستخدميها.

يعرفها "حسنين شفيق" بأنها عبارة عن مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات معينة، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء لتقوي الروابط بين أعضاءها.

4. البريد الالكتروني:

يعتبر من أهم الأدوات فهو يوفر فضاء جماعي بين كل عمال المؤسسة الواحدة، وكذا بين العمال داخل فرع وعمال في فرع آخر، ومع مختلف نقاط بيعها، وموردیها، وعلاقاتها مع المؤسسات الأخرى، وكذا مع مختلف زبائن وجمهورها.[1]

[1] مخانية نور اليقين، هناد مريم، **مرجع سابق** ص: 18.

شهدت العقود الأخيرة تغيرات جذرية في وسائل الاتصال، إذ كان للتكنولوجيا أثر كبير في إعادة تشكيل أساليب التواصل وتبادل المعلومات وبناء العلاقات. لم يعد الأمر مقتصراً على اللقاءات الشخصية أو المكالمات الهاتفية التقليدية، بل توسع ليشمل مجموعة متنوعة من الأدوات والمنصات الرقمية .هذه التطورات جعلت من السهل تجاوز المسافات والحدود الجغرافية، مما أتاح الفرصة للتواصل مع الآخرين في أي وقت ومن أي مكان.

المبحث الثاني: صناعة المحتوى الرقمي على اليوتيوب

المطلب الأول: مفهوم صناعة المحتوى الرقمي:

هو ما تقدمه الجمهور وفق أطر معينة عبر وسائل معينة عبر وسائل محددة وسائل التواصل الاجتماعي لتلبي حاجات لديهم أو تشبع رغبات عندهم من خلال مزيج من الصوت والصورة والمقطع المرئي والتصميم الفني ، والمحتوى الذي يشاركه المؤثرون في مواقع التواصل الاجتماعي هو حلقة رئيسية في سلسة علاقتهم مع الجمهور وهو ما سيحقق لهم النجاح الذي يصبون له ومن خلاله يستطيعون كسب ثقة الجمهور وتعزيز هويتهم الشخصية ومد جسور التواصل بينهم وبين الجمهور.[1]

المطلب الثاني: نشأة اليوتيوب ودوره في صناعة المحتوى

تأسس موقع اليوتيوب في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثالثة موظفين يعملون في شركة pal pay المتخصصة في التجارة الالكترونية،وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون تكلفة مالية ،فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم ، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات ، وتقييم ملفات الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات للتعبير عن أهمية ملف

[1] د. عبد الرؤوف كامط .د محمد بشير محمودي ، **صناعة المحتوى الرقمي في الجزائر وعلاقته بهبوط الذوق العام** ،دراسة نقدية في الأساليب والممارسات، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 12 العدد 3 ،2024 ،ص 204.

الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع يمتاز بعدة مزايا أهمها أنه عام و مجاني ، داعم لتحميل الأفلام، سهل الاستعمال من قبل العامة ، سهل المشاهدة، سهل البحث ، أداة جيدة للترويج.[1]

كما أنه من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي إستخداما من طرف الأفراد، فهو يعمل على عرض الصور والفيديوهات والأفلام وغيرها و يعتبر ثاني أكثر محركات البحث انتشارا في العالم يساهم في كسب الارباح وصناعة قد نال اليوتوب جائزة رجل العالم على الانترنيت عام (2006) من مجلة تايم الأمريكية الدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها في محتوى جيد حيث 30 مليون مستخدما يوميا يلجون اليه.[2]

المطلب الثالث: أهمية اليوتيوب كمنصة للتواصل مع الجمهور

أهمية اليوتيوب كمنصة لتواصل مع الجمهور

التنقل في حقل ألغام المؤثرين للشركات، يمثل المؤثرون على YouTubeالفرص والتحديات. يمكن أن تؤدي التأييدات الإيجابية إلى دفع المنتج أو الخدمة إلى آفاق جديدة، في حين أن المراجعات السلبية يمكن أن تلحق الضرر بسمعة العلامة التجارية. إن مراقبة هذه المناقشات في الوقت الفعلي أمر بالغ الأهمية وهنا يأتي دور مراقبة الفيديو الاجتماعي في تحقيق هدفنا... ..المؤثرون على يوتيوب:

تشكيل تفضيلات المستهلكين بعيدًا عن الإعلانات التقليدية، يسعى المشاهدون بشكل متزايد إلى الحصول على تجارب حقيقية من أشخاص حقيقيين. أصبح المؤثرون ومدونو الفيديو، الذين يتخصصون في مراجعات المنتجات والاختبارات ورؤى الخبراء، عنصرًا حاسمًا في تشكيل تفضيلات المستهلكين[3].المؤثرون أو مدوني الفيديو الذين يختبرون المنتجات بدوام كامل أو يقدمون تقارير عن مجالات موضوعية محددة بخبرة هم من كبار رجال الأعمال في عام 2021، حقق اليوتيوبر الأكثر

---

[1] د. نايلي نفيسة ، أ.مساعدي سلمى ، **القضايا الاجتماعية في الجزائر بين الصحافة الإلكترونية وصحافة المواطن** ، مجلة الاعلام والمجتمع، المجلد 04 ، العدد 01،جوان 2020، ص 105

[2] تلمساني فاطمة ، بلحميسي خيرة وهيبة ، **إنعكاساتإستخدام وسائل التواصل على سلوك طفل مرحلة ما قبل التمدرس**،سلسلة الأنوار المجلد 13، العدد 1-2023 ص 43

[3] اليوتيوب: **منصة رائدة في مجال التلفزيون الاجتماعي والتسويق المؤثر** 17 . 06. 2025على الساعة 20.35 https://www.emediamonitor.net

نجاحًا، MrBeastمبلغ يعادل 54 مليون دولار من إنشاء ونشر مقاطع الفيديو – هذا هو أكبر مبلغ حصل عليه مستخدم يوتيوب من قبل.

مع أكثر من 10 مليارات مشاهدة تراكمية، يُعتبر أيضًا واحدًا من أعلى الفنانين أجرًا في العالم سوق الإعلانات على اليوتيوب مع إدراك مدى انتشار YouTubeالواسع، تستفيد الشركات في جميع أنحاء العالم من إمكاناتها الإعلانية، من بين أكبر المعلنين على المنصة تقف شركة Apple ، وهي شهادة على جاذبيةYouTubeحتى للشركات الأكثر نجاحًا. الإعلانات على اليوتيوب تعطي نتائج مهمة:

تشير الأبحاث إلى أن تزيد الإعلانات التي تتم مشاهدتها بالكامل من احتمالية الاشتراك في القناة بشكل كبير واهتمام المنتج.

حتى الإعلانات التي تم تخطيها تتمتع بمدى وصول هائل، مما يعزز الوعي بالعلامة التجارية والتعرف عليها من قبل المستهلك .

1.الوعي بالعلامة التجارية يتيح لك يوتيوب عرض علامتك التجارية بشكل فريد من خلال إنشاء قناتك. يمكنك استخدام هذه المنصة كمكان لمشاركة محتوى قيّم يبني ثقة عملائك المحتملين ويعرض منتجاتك عمليًا، من أهم فوائد يوتيوب للشركات أنه كلما زاد المحتوى الجذاب الذي تنشره على قناتك، زادت فرص ظهورها وساهمت في زيادة عدد زياراتها.

2.توسيع نطاق وصولك يستخدم الكثيرون يوتيوب كمصدر ترفيه رئيسي لهم، ويقضون ساعات يوميًا في مشاهدة الفيديوهات عليه، هذا يعني أنه باستخدام أدوات تسويق الفيديو بشكل صحيح، يمكنك الوصول إلى جمهور أوسع من أي وقت مضى، وعرض أعمالك على ملايين الأشخاص حول العالم.

3. زيادة تفاعل العملاء يوتيوب منصة اجتماعية تتيح التواصل بين العلامات التجارية وجمهورها. تتفاعل العلامات التجارية مع جمهورها من خلال التعليقات والبث المباشر وميزات أخرى، مما يعزز الشعور بالانتماء للعلامة التجارية ويعزز الولاء لها.

4.فرص تحقيق الربح يقدم موقع YouTubeفرص تحقيق الدخل لمنشئي المحتوى، مما يسمح للعلامات التجارية بكسب المال من محتواها وتعويض تكلفة إنتاجه[1] .

[1] https://www.sprinklr.com على الساعة 2025.06.17.20:40

المطلب الرابع: فئات المحتوى الشائعة على يوتيوب وتاثيرها على نوعية التواصل

تتعدد أنواع محتويات اليوتيوب، ولكن هناك محتويات يتم تصنيفها ضمن أكثر محتوى ناجح على اليوتيوب وبشكل عام، اليوتيوب يقدم مجموعة متنوعة من المحتويات التي تلبي اهتمامات مختلفة.

كما تستهدف جماهير واسعة، إليك أبرز أنواع المحتوى على يوتيوب:

المحتوى التعليمي: يشمل فيديوهات تعليمية تقدم شروحات في مجالات متعددة.

كما أن هذا النوع من المحتوى يهدف إلى زيادة المعرفة وتعليم مهارات جديدة.

المحتوى الترفيهي: يشمل فيديوهات الكوميديا وهذه المقاطع تهدف إلى التسلية وإضفاء جو من المرح للمشاهدين.

التدوين المرئي :(Vlogs) والذي يقوم منشئو المحتوى من خلاله بمشاركة يومياتهم وتجاربهم الشخصية. كما أن هذا النوع من أنواع محتويات اليوتيوب من أكثر محتوى ناجح على اليوتيوب.

محتوى الألعاب :(Gaming) يضم فيديوهات لألعاب الفيديو ويستهدف بشكل خاص عشاق الألعاب. وتشمل فيديوهات بث مباشر للعب أو مراجعات الألعاب وأخبارها.

المحتوى التحفيزي وتطوير الذات: يتناول فيديوهات تحفيزية حول النجاح والتغلب على التحديات وكذلك تحسين الحياة وتطوير الذات.

مراجعات المنتجات: هذا النوع من المحتوى شائع جداً حيث يقدم صناع المحتوى مراجعات للمنتجات. مما يساعد المشاهدين على اتخاذ قرارات الشراء.

السفر والاستكشاف: يشمل استكشاف مدن وبلدان جديدة ويستهدف محبي السفر والمغامرات.

محتوى الطهي والمأكولات: يقدم وصفات طهي وتعليمات للطهي في المنزل.

كما يستعرض ثقافات الطبخ المختلفة، ويستهدف عشاق الطعام والطهي.

القصص الواقعية والتجارب الشخصية: يتناول قصصاً ملهمة وتجارب شخصية لأشخاص تخطوا تحديات أو حققوا إنجازات[1] .

المطلب الخامس: دور المهارات الاتصالية في جذب المشاهدين

يعتبر فهم الأشياء من وجهة نظر الآخرين تجربة معقدة لذا فهي تحتاج إلى مهارة وقدرة، خاصة إن تعلق الأمر بالعملية الاتصالية التي تعتبر عملية مهمة وحساسة داخل المنظمة.

مهارات الاتصال الشفوي:

إن الاتصال الشفهي يتمثل في المحادثات الشخصية والمناقشات الجماعية وغيرها من أشكال الاتصال التي تعتمد على الكلمة المنطوقة في نقل الرسالة إلى المستقبل وتستمد الاتصالات الشفوية أهميتها من حقيقة مفادها أن الأفراد يقضون وقتا طويلا في الحديث مع الآخرين فمثلا يقضى المدير ما بين 50-90% من الوقت العمل في الحديث مع الآخرين، ويشير الفقي إلى أن 80% من وقت الأفراد يقوم على التواصل الشفوي مع الآخرين، سواء كان ذلك من خلال إصدار الأوامر أو الإقناع أو توجيه النصائح أو ومن هذا المنطلق فلابد للمرسل الذي يستعمل الاتصال الشفوي أن يتميز بمهارتين أساسيتين لإتمام الاتصال وتحقيق الفعالية المطلوبة، ألا وهما مهارتي الإنصات ومهارة التحدث.[2]

أولا: مهارة الإنصات:

يعتبر الإنصات جزءا لا يتجزأ من عملية الاتصال، وعنصرا أساسيا منها، وغالبا ما يقضي الفرد و قتا أطول في الإنصات من الذي يقضيه في التحدث والكتابة والإنصات هو الأكثر شيوعا في النشاط الاتصالي، ففي دراسة لبولرانكين (1929) كثيرا ما يستشهد بها أن كم الوقت الذي يقضيه الأفراد في مختلف أنواع الاتصالات 45 منه يخصص للإنصات، ويخصص للتحدث 30% و 16% للقراءة، وأما الكتابة 9%. ويشير براون إلى أن المسؤولين التنفيذيين في الشركات ينفقون في ما لا يقل عن 60% من يومهم في الإنصات ، وتجدر الإشارة هنا إلى أن مسؤولية الإنصات لا تنحصر على المستقبل فقط، بل

[1] https://www.sprinklr.com 2025.06.17. 13 على الساعة 22:

[2] عبد السلام زاوي، محمد الحافظ عيشوش، **دور مهارات الاتصال في فعالية فرق العمل**، مجلة العلومالانسانية والاجتماعية ،المجلد 14 ، العدد 02 ، 2024 ،بسكرة ص 112.

تمتد المسؤولية حتى للمرسل أيضا وذلك عند رجع الصدى التغذية العكسية ولابد من الإشارة أيضا هنا إلى أن الإنصات يختلف عن الاستماع لكون الاستماع أحد مكونات الإنصات.

ثانيا: مهارة الحديث

هو أحد أهم مهارات الاتصال الأساسية، لأن المرسل يحاول إرسال أكبر عدد ممكن من الرسائل بالتلفظ بها سواء بكتابتها أو نطقها مما يسهل بشكل كبير فهم السلوك البشري فاذا استطعنا فهم حقيقة أن الناس يأتون بأفعال تنبع من حاجاتهم ورغباتهم الداخلية، والتي تبحث عن الإشباع كما في هرم الحاجات الماسلو تعريف ، وتعرف مهارة الحديث على أنها القدرة الملائمة لتوظيف المفردات والألفاظ والصوت للاتصال مع الآخرين واللغة هي عبارة عن رموز نستخدمها لنتمكن من إيصال أفكارنا ومشاعرنا ورغباتنا للآخرين والاتصال يشمل تبادل المعاني مع الآخرين، فنحن تستخدم اللغة لتصنع الكلام و تبلور شخصيتنا ولنتبادل أفكارنا وآرائنا مع الآخرين، ومن هنا نستنتج الأهمية البالغة لمهارة التحدث.[1]

مهارات الاتصال الكتابي

وتميز هنا نوعين يمثلان ويشكلان مهارة الاتصال الكتاب هما مهارة القراءة ومهارة الكتابة وهما

مهارتان متلازمتان يكمل بعضهما البعض.

أولا: مهارات القراءة

يمكن أن نعرف القراءة على أنها القدرة على ترجمة مجموعة من الرموز ذات العلاقة فيما بينها والمرتبطة بدلالات معلوماتية معينة، وهى عملية اتصل تطلب سلسلة من المهارات، فهي عملية تفكير متكاملة وليست مجرد تمرين في حركات العين شيفرد و جريجوري ، وعليه يقول فرانسيس بيكون أن القراءة تصنع الشخص المتكامل الفقي، المفاتيح العشر للنجاح، وعليه فكل البشر على وجه الأرض يدركون أهمية القراءة ولا ينكرونها، ولكن أهميتها لا تبرز ولا تتجلى إلا حين تكون مرتبطة بشكل وثيق بحاجة أساسية من الحاجات التي أوردها العالم الأمريكي أبراهام ماسلوا في نظريته الشهرية عن سلم (مدرج) الحاجات الإنسانية، فالقراءة إن لم تكن مرتبطة بحاجة من حاجاته الأساسية كحاجة

[1] عبد السلام زاوي، محمد الحافظ عيشوش،مرجع سابق، ص 113

الفسيولوجية المرتبطة بالأكل والشرب والمسكن، وحاجته ل الشعور بالأمان الفيزيائي والنفسي أو حاجته لشباع الاجتماعي كحصوله على الأصدقاء، أو حاجته لشباع الاجتماعي كحصوله على الأصدقاء، أو حاجته للشعور بتقدير الآخرين له والإشادة بفضله، أو حاجته لتحقيق ذاته والنجاح في الحياة وبالتالي شعوره بالرضا عن نفسه، فانه لن يمارس القراءة ولن يولي لها أهمية ولن يحرص على تنمية مهارته في القراءة.

مهارات الكتابة:

يعتبر الاتصال الكتابي أكثر رسمية من الاتصال الشفوي فالكتابة تعتمد على استخدام قواعد اللغة، والمهارة في عرض المكتوب، ولذا يجب أن تكون الرسالة المكتوبة كاملة في ذاتها؛ لأن الكاتب عكس المتكلم لا يستفيد من وسائل الاتصال غير اللفظية كالإيماءات والحركات وتعبيرات الوجه ومعرفة أثر كلامه على المستمعين، ونظرا لوجود نوعين من الكتابة الإبداعية والكتابة الوظيفية فإن ما يهمنا في دراستنا الكتابة الوظيفية، والتي تعرف على انها كتابة لا يستخدم فيها أسليب الزخرفة اللفظية والخيال والعاطفة كما أنها تخضع في كثير من الأحيان الى أنماط معينة متفق عليها كالرسائل والتقارير والمذكرات وتعتبر الكتابة الوظيفية أكثر اختصارا وتحديدا في توصيل الأفكار والمعلومات.[1]

المبحث الثالث:مهارات الاقناع عبر الميديا

المطلب السادس: تأثير المهارات الاتصالية على بناء الهوية الرقمية:

مهارة التفكير :وتعرف هذه المهارة بأنها سرعة استعمال الفكرة في المواقف والعلاقات خلال عملية الاتصال، تشمل القدرة على التفكير النقدي والإبداعي وتوليد الأفكار الجديدة والمبتكرة واستخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لتنمية المهارات الفكرية والتفكير يعني تغليب مختلف وجهات النظر في الموقف أو القضية أو المشكلة، لنتمكن من إبتكار الحلول غير العادية للمشكلات المختلفة، مع ملاحظة التركيز بين الرأي الشخصي وبين الوقائع الحقيقية.

مهارة المشاركة :والمقصود بها مشاركة المحتوى الرقمي مع رواد الفضاء الافتراضي من خلال النشر للمحتويات الرقمية على اختلاف أشكالها مكتوبة أو فيديوهات أو متعددة الوسائط للتشارك مع الآخر

[1] عبد السلام زاوي، محمد الحافظ عيشوش،مرجع سابق، ص 114.

المتواجد في البيئة الرقمية لخلق جو من الحوار وتبادل للأفكار والمعلومات فمهارة المشاركة عبر الفضاء الافتراضي هي القدرة على المشاركة والتفاعل بفعالية في بيئة رقمية، مثل منصات التواصل الاجتماعي والمنتديات الإلكترونية وغيرها من الفضاءات الافتراضية، حيث تعتبر هذه المهارة أساسية في العصر الرقمي الحالي، أين يتم التواصل و تبادل المعلومات والأفكار عبر الإنترنت.[1]

وللتأكيد على أهمية مهارة المشاركة، نشر الأكاديمي هنري جنكينس Jenkins Henry وزملاؤه كتابا يثمنون فيه "الثقافة التشاركية القائمة على الإبداع والتقاسم والالتزام والتي بدأت ملامحها تتجلى في العالم الرقمي وخاصة بين الشباب (nin) مهارة الانتقاء يقصد بها الاختيار الأمثل للمضامين الرقمية الجيدة داخل الفضاء الافتراضي الذي يمتاز بزخم هائل و متنوع من المعلومات المفيدة و الضارة و لا يكون متلقي سلبي مستهلك لكل ما تقع عليه عينه عبر شاشة هاتفة أو حاسوبه، فعلى المستخدم أن يمتلك مهارة الانتقاء لتعزيز معارفه وإثراء تفكيره والابتعاد قدر الإمكان عن المحتوى التافه والمضيع للوقت فقط.

مهارة التحليل: أي قدرة المستخدم على تحليل المضامين الرقمية وقراءة معانيها الظاهرة والضمنية ومقاصدها المباشرة وغير مباشرة، وتكوين رأي شخصي اتجاه ما يعرض عن قناعة وليس موجه من قبل أي جهة داخل الفضاء الرقمي، لذا ينبغي على المستخدم أن يمتلك مهارة التحليل لتجنب التبعية الفكرية المغلطة.

مهارة النقد وتشمل القدرة على تقييم المحتوى المتاح على الإنترنت وتحديد مدى مصداقيته وصحته بمعنى إمكانية المستخدم على النقد البناء للمضامين الرقمية المعروضة في الفضاء الافتراضي الذي يبحر فيه ولا يتقبل كل ما يعرض عليه بسذاجة ولا يكون مستخدم سلبي .

المطلب السابع: العلاقة بين جودة الاتصال وزيادة عدد المشتركين

الاصغاء :ويقصد به الاستماع إلى الآخرين بفهم وادب واحترام وعدم مقاطعتهم، واستعاب الرسائل التي يعبرون عنها بطريقة لفظية وغير لفظية وتشير الدراسات إلى أن 70% من العلاقات الإنسانية يمكن بناءها عن طريقمهارة الانصات الجيد، كما تقول اننا نستعمل فقط 20% من قدرتنا في

[1] بوشنافة كريمة، وسارنوال، **مهارات التواصل الرقمي عبر الفضاء الافتراضي** ، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية، المجلد 09 / العدد02 ، 2023، ص 203 .

الإنصات ويعتبر اصغاء المدير لموظفيه من أهم مقومات الاتصال الفعال أن يستطيع المدير من خلال الاصغاء أن يتعرف على ما يريد الموظف قوله.

الحديث المؤثر : وهو يعتبر اهم واسطة للاتصال والتأثير عليهم وقد يكون هو الواسطة الوحيدة في اغلب الأحوال ويوجد اربعة مدراء في الحديث على النحو التالي: المدير المتجنب - المدير المتردد - المدير المرحب المدير الباحث، ويجب على المدير ان يكون مدير مؤثر في الآخرين وذلك من خلال صياغة رسالته بلغة واضحة حتى يسهل على الآخرين فهمها.

استعمال لغة الإشارة : ويقصد بها الحركات الغير لفضية مثل حركات الجسم والاماءات، وحركات العينين واليدين وطريقة الجلوس والمشي وطريقة اللبس والابتسامة وغيرها وهي مهمة جدا في عملية الاتصال، ويكون لها في بعض الأحيان تأثير القوى من الرسالة اللفظية، حيث يميل الناس إلى تصديقها عندما يتعارض اثنان.

السؤال والنقاش: يجب على المتصل قبل أن يبدأ بعملية الاتصال أن يسأل نفسه عن الهدف الذي يريد تحقيقه من الاتصال وعلى ضوء هذا الهدف يمكن أن يختار كلماته ولهجته في مخاطبة الموظفين. ولكي يضمن الاتصال الفعال يجب ان يعطي الفرصة لموظفيه ان يسألوا ويستفسروا وأن يشجعهم على المبادراة.[1]

التقويم :أن تقويم المدير لاتصالاته يفيد كأسلوب رقابة وأسلوب تحفيز اذ انه يساعد على الأداء ويعمل على تحسينه، فالمدير الفعال هو الذي يقف على ردة فعل رسالتهمن جانب مستقبلها، ويمكنه أن يعتمد على تقويم اتصالاته على المعلومات المرتدة من موظفيه وذلك من خلات ردود الأفعال التي يظهرها الموظفون.

الاستجابة: وتعني ملاحظة المدير المتطلبات الموقف في كلماته وقراراته ورسالته وتصرفاته الرسمية والغير رسمية.

بحيث يغتنم الفرصة لنقل كل ما هو مفيد أو ذو قيمة.[2]

---

[1] مخلوف سعاد، غرابي خولة، **مهارات الاتصال الفعال في المنظمات**، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد : 03 / العدد : 04 / ديسمبر 2019، ص 86

[2] مخلوف سعاد، غرابي خولة، **مرجع سابق**، ص 86

المطلب الثامن: دور التواصل العاطفي في بناء قاعدة جماهيرية وفية

يُعدّ التواصل الفعال مهارةً بالغة الأهمية في عالمنا المتسارع، ولا يُمكن المبالغة في أهميته.

في عالم الخطابة والتقديم الاحترافي، تُعدّ القدرة على التواصل مع جمهورك عاطفيًا مفتاحًا لإيصال رسالة مؤثرة لا تُنسى.

تُدرك الجمعية الوطنية للمتحدثين (NSA) في هيوستن أهمية هذا التواصل، وتُشدد على دور العاطفة في التواصل الفعال. في هذه المقالة، سنستكشف كيف تلعب العواطف دورًا محوريًا في بناء علاقة وطيدة بين المتحدثين وجمهورهم.

علم العاطفة لتقدير دور العاطفة في التواصل الفعال، من الضروري فهم أساسها العلمي. فالعواطف محفزات قوية تُشكل أفكارنا وقراراتنا وأفعالنا.

وقد كشفت الأبحاث العصبية أن أدمغتنا مُصممة للاستجابة للإشارات العاطفية، وهذا يلعب دورًا هامًا في كيفية معالجتنا للمعلومات وحفظها.

فعندما نُشرك عواطف جمهورنا، نُشرك عقولهم .الاتصال العاطفي التعاطف: يعتمد التواصل الفعال على القدرة على فهم مشاعر جمهورك والتفاعل معها. بإظهار التعاطف، يستطيع المتحدثون تهيئة بيئة آمنة وداعمة لمستمعيهم.

عندما يشعر جمهورك بالفهم والاهتمام، يزداد احتمال تقبلهم لرسالتك.

سرد القصص: استُخدمت القصص عبر التاريخ للتواصل مع الجماهير عاطفيًا.

فالقصة المُحكمة قادرة على إثارة مجموعة واسعة من المشاعر، مما يجعل رسالتك أكثر ارتباطًا بالجمهور وأكثر رسوخًا في الذاكرة.

فعندما تروي قصة شخصية أو ذات صلة بالجمهور، يزداد احتمال تفاعل جمهورك عاطفيًا مع رسالتك .لغة الجسد ونبرة الصوت: يلعب التواصل غير اللفظي دورًا أساسيًا في نقل المشاعر.

لغة جسدك، وتعابير وجهك، ونبرة صوتك تعكس تمامًا مشاعرك تجاه موضوعك.

إذا كنت شغوفًا ومهتمًا برسالتك بصدق، فسيكون جمهورك أكثر ميلًا للتفاعل معك عاطفيًا.

المشاركة والتفاعل: إن إشراك جمهورك من خلال الأسئلة والنقاشات والأنشطة التفاعلية يُثير المشاعر. فعندما يشارك الناس بنشاط ويشاركون أفكارهم ومشاعرهم، يصبحون أكثر انخراطًا عاطفيًا في الموضوع .الصدق: الصدق أساسي في التواصل العاطفي.

يستطيع جمهورك تمييز صدقك، وهذا يبني الثقة والروابط العاطفية.[1]

إن الصدق والصراحة في رسالتك ونواياك أمرٌ أساسيٌّ لبناء رابط عاطفي قوي. دور العاطفة في التواصل الفعال: التواصل على المستوى العاطفي .

تلعب العواطف والانفعالات والوجدان دورا هاما جدا في تغيير سلوكات ومواقف واتجاهات الأفراد وتعليمهم سلوكات أخرى سليمة وصحيحة، مما يتيح فرصا هامة للقائمين بالاتصال في تصميمهم وتنفيذهم للحملات الإعلامية المختلفة لتعليم الجمهور المستهدف طرق الوقاية من المشكلات والآفات الاجتماعية المتعددة التي تهدد الفرد والمجتمع، وإقناعه بتبني الفكرة وتقبل التغيير وتحمل المسؤولية لتحقيق المصلحة العامة للمجتمع، حيث يرى جاردنر الذي طور نظرية أنواع الذكاء أن التدفق العاطفي والحالة الإيجابية التي يجسدها يمثلان جانبا من الأسلوب السليم لتعليم الأفراد وبالتالي يجب استثمار أمزجة الأفراد الإيجابية لجذبهم إلى التعلم حيث نجد مثلا أن التربويين يركزون في بناء شخصية المتعلم وتكوينه على الجانب الانفعالي أو الوجداني، باعتباره عنصرا مهما من العناصر الأساسية في عمليات التربية والتعليم، إذ الفصل بين المشاعر والأحاسيس من جهة، والمعارف من جهة أخرى أمر غير ممكن من حيث الواقع، لأن المعارف التي يمتلكها الفرد تجاه شيء ما أو موضوع ما تحدد اتجاهه وميوله لذلك الشيء أو الموضوع، وبالمقابل فإن ميوله واتجاهاته الإيجابية لذلك الموضوع تزيد من رغبته لمعرفة المزيد عنه، فالإنسان يتعلم ما يرغبه بسهولة بغض النظر عن مدى صعوبة أو سهولة ما يتعلمه.... وهذا ما يؤكد العلاقة بين الدافع للتعلم والأهداف التعليمية في مجالات التعلم المتعددة سواء في تحصيل المعلومات والمعارف الجانب المعرفي أو تكوين الاتجاهات والقيم الجانب الوجداني)، فهي التي تحرك وتنشط وتوجه السلوك وتعمل على استمراره والأمر ينطبق كذلك على العمليات الإعلامية والاتصالية التي تستهدف تغيير سلوكات واتجاهات الأفراد والمشاركة في تعديل

[1] https://www.linkedin.com

سلوكات الآخرين، من خلال تعليمهم مجموعة من القواعد والمبادئ والتصرفات الصحيحة من أجل مواجهة المشكلات البيئية والصحية والمرورية وغيرها من المشكلات التي تهدد استقرار وأمن الفرد والمجتمع ويعتمد ذلك على قدرة القائم بالاتصال على استثارة عواطف ومشاعر وأحاسيس الجمهور المستهدف، وتنشيط الوجدان لديه من الاهتمام برسائله الإعلامية والاتصالية بهدف الوصول إلى مرحلة تبني الأفكار المتضمنة فيها.[1]

حيث يتطلب نجاح أي نشاط إعلامي أو اتصالي دراسة حاجات الجمهور المستهدف ودوافع سلوكهم وتحقيق رغباتهم، حتى يشد انتباههم واهتمامهم، لهذا فهذه الأنشطة تخضع في أهدافها لأسس نفسية تقوم على كيفية بث الرسائل والأفكار والمعتقدات والاتجاهات المختلفة، التي تؤثر على انفعالات الأفراد وأفكارهم، والذي قد يهدف أيضا إلى تغيير مواقفهم وسلوكهم واتجاهاتهم، فالاستجابة للرسالة الإعلامية تتضمن عمليات نفسية كثيرة، لذا لابد أن تكون هذه الرسالة شيقة غير مملة تتناسب مع مكونات شخصية الفرد.

تتفق والمجال النفسي الذي يوجد فيه الفرد والجماعة.

تتفق والدوافع والحاجات والخبرة وحيل الدفاع النفسي عند الجمهور المستهدف.

[1] أعرب فطيمة .د.حدادي وليدة، **الجانب الوجداني وعلاقته بفعالية حملات الاتصال الاجتماعي** ، دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال، جامعة محمد لمين دباغين ،سطيف ،2018، ص 54 .

خلاصة الفصل:

شهدت العقود الأخيرة تغيرات جذرية في وسائل الاتصال، إذ كان للتكنولوجيا أثر كبير في إعادة تشكيل أساليب التواصل وتبادل المعلومات وبناء العلاقات. لم يعد الأمر مقتصراً على اللقاءات الشخصية أو المكالمات الهاتفية التقليدية، بل توسع ليشمل مجموعة متنوعة من الأدوات والمنصات الرقمية .هذه التطورات جعلت من السهل تجاوز المسافات والحدود الجغرافية، مما أتاح الفرصة للتواصل مع الآخرين في أي وقت ومن أي مكان.

الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

1- منهج الدراسة:

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية، حيث تهدف إلى تحليل محتوى قناة "جمال طالب" على يوتيوب لاستخراج الأنماط والأساليب الاتصالية التي يعتمد عليها صانع المحتوى في تقديم محتواه والتفاعل مع جمهوره، إذ يتم التركيز على القناة كنموذج محدد لفهم كيفية توظيف المهارات الاتصالية في صناعة المحتوى الرقمي، مما يسمح بتقديم رؤية معمقة حول استراتيجيات التواصل وتأثيرها على الجمهور المستهدف.

المنهج:

يعرّف المنهج العلمي لغة:"بأنه الطريق أو المسلك".

أما اصطلاحا هو مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف ،وان كلمة منهج ليس مصطلحا أحادي المعنى في العلم فقد نسعى إلى تجنبها ،ولكننا لا نستطيع تجاهلها طالما هي مستعملة،وان استعمالها عادة ما يكون مقرونا بنعت يحدد ماهو المنهج المأخوذ بعين الاعتبار: مناهج كمية،مناهج كيفية، منهج علمي،منهج تجريبي أو تحقق ميداني.[1]

والمنهج METHODE هو طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، وإذا كان المنهج يمثل مجموعة القواعد والإجراءات التي يجب أن يتبعها الباحث للوصول إلى النتائج المستهدفة ،فانه يمثل أيضا أداة الباحث في السيطرة على البحث بصفة عامة وضبط إجراءاته طبقا للإجراءات والقواعد المعيارية المميزة لكل منهج ،وكذلك يشير من الناحية التطبيقية إلى طريقة تعامل الباحث مع القاعدة المعرفية أو قاعدة البيانات المتاحة لتحقيق أهداف الدراسة بدءا من جمع البيانات وتصنيفها وتبويبها ثم تحليلها في إطار العلاقات الفرضية أو تساؤلات البحث إلى صياغة النتائج التي تعتبر هدف البحث أو الحقائق التي يسعى الباحث إليها لتقوم بدورها للتفسير أو التعميم أو الضبط والتنبؤ العلمي ،ولا يعني ذلك أن كل المناهج متشابهة ،لكن هناك خطوات تميز كل منهج عن الأخر،ويعبر التصميم المنهجي عن مهارة الباحث في تعديل أو تغيير الخطوات

[1] عمار بوحوش، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** .الجزائر :ديوان المطبوعات الجامعية،1999 ،ص 75.

المنهجية المميزة لتتفق مع النماذج المتعددة من مجتمع البحث أو الأهداف الفرعية للبحوث العلمية أو رغبة الباحث في صدق الإجراءات وثباتها وكذلك صدق النتائج والتفسير والاستدلال [1].

سبق وان اشرنا أن هذه الدراسة تنتمي إلى البحوث الوصفية ،التي تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا معتمدا في ذلك على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج الممكنة بشان الظاهرة المدروسة،وبصفةعامة،فالبحث الوصفي "يهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها،وهذا وقد لا تكتفي تلك البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه وتهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الظواهر موضوع البحث.

ويختلف المنهج حسب المشكل المطروح والموضوع المعالج ويعرف أيضا بأنه:"مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلى نتيجة ".

تفرض طبيعة دراستنا، التي تسعى إلى تحليل المهارات الاتصالية لصناع المحتوى على موقع يوتيوب، مع التركيز على قناة "جمال طالب"، الاعتماد على المنهج التحليلي حيث يتناسب هذا المنهج مع مختلف مراحل البحث العلمي ويختلف اختيار المنهج باختلاف المشكلة المطروحة والموضوع المعالج، ونظرًا لطبيعة دراستنا، فإننا نرى أن هذا المنهج هو الأكثر ملائمة، كونه الأسلوب الأنسب لتحليل المضامين الاتصالية التي يقدمها صانع المحتوى، ودورها في التأثير على الجمهور المستهدف، وقد استندنا إليه لوصف وتحليل محتوى القناة، واستكشاف مدى توظيف المهارات الاتصالية في بناء التفاعل والتأثير على المتابعين.

2- مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

أولا/مجتمع البحث:

هو كامل الأفراد أو الأحداث أو المشاهدات التي تشكل موضوع البحث،ويعني مجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث،إذا هو جميع الأفراد والأشخاص أو الأشياء الذين يكوّنون موضوع مشكلة البحث .[2]

ويعرّفه الدكتور محمد عبد الحميد في كتابه البحث العلمي في الدراسات الإعلامية :هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة،ويمّكن هذا المجتمع الكل أو

[1] أنجرس ،موريس، تر ، بوزيد صحروي و آخرون ، **منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية** ، دار القصبة، الجزائر ، 2004، ص 120.

[2] رشوان حسين عبد الحميد، **أصول البحث العلمي**، مؤسسة شباب الجامعة ، القاهرة ، 2006 ، ص 120

المجموع الأكبر المجتمع المستهدف Tareget Population الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته،إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته ،سيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه Accessible population، والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها ،وتختار منه عينة البحث.[1]

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة المعنونة بـ :المهارات الاتصالية صناع المحتوى على موقع يوتيوب دراسة تحليلية على قناة جمال طالب نظرا لأن هذه الفئة أكثر تعرضا في برنامجها الأكاديمي المقرر للمادة العلمية المقاولتية، ومن ثم قد تكون أكثر تتبعا لهذا المجال و لهذه المحتويات عبر هذه المنصات.

ثانيا/ عينة الدراسة:

تعرّف العينة أنها جزء من مجتمع البحث، بحيث يجب اختيارها بطريقة مناسبة لإجراء الدراسة التي سيتركز حولها موضوع البحث ومن ثم استخدام النتائج المستخلصة وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.

حيث يعرّفها موريس انجرس أنها :"مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث ،كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا".[2]

والعينة القصدية هي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم .[3]

لقد اعتمدت في دراستي على عينة قصدية من صناع المحتوى على منصة يوتيوب، حيث تم اختيار قناة "جمال طالب" كنموذج للتحليل نظراً لما تتميز به من محتوى تعليمي متخصص وتفاعل جماهيري ملحوظ، وقد تم تحليل المحتوى المنشور على القناة خلال الفترة من 2025/02/01 إلى غاية 2025/05/13

3- أدوات جمع البيانات:

قمنا كباحثين بمسح للأدوات المتوافرة آخذين بعين الاعتبار ملائمتها لطبيعة هذه الدراسة ونرى أن أنسبها تحليل المحتوى .

[1] أنجرس موريس، مرجع سابق، ص 135

[2] لجبوري محمد حسين جواد، **منهجية البحث العلمي**، دار صفاء للنشر، عمان، 2013 ، ص 83.

[3] نفس المرجع السابق ، ص 84.

تعريف تحليل المحتوى : هو كل ما يقوله أو يكتبه الفرد ليحقق من خلاله أهداف اتصاله مع الآخرين فقد يكون عبارة عن خطاب أو قرار سياسي، أو قانون أو أعمال عادية تتم على مستوى المؤسسات الاجتماعية أو الإدارية[1].

وقد تم تحديد وحدات العد على النحو التالي :وحدة الكلمة، وحدة المشهد، وحدة الفكرة ، وحدة الشخصية ، ووحدة المساحة وهي الدقيقة . أما فئات القياس تمثلت في فئات الشكل وفئات المحتوى وقد تم تنظيم البيانات المستخلصة في الجدول رقم 01 توضح هذه الفئات والوحدات.

وسيتم جمع بيانات الدراسة بالاعتماد على أداة تحليل المحتوى، باعتبارها الأداة الأنسب لطبيعة الموضوع الذي يتناول مهارات الاتصالية في صناعة المحتوى عبر منصة يوتيوب وهذه الأداة من أهم أدوات البحث العلمي المستخدمة في تحليل الرسائل الاتصالية، إذ تتيح للباحث استخراج المؤشرات والدلالات الكامنة في المحتوى المرئي أو المسموع، بشكل موضوعي ومنهجي ويتمثل تحليل المحتوى في هذه الدراسة في دراسة عينة من فيديوهات قناة "جمال طالب" على موقع يوتيوب، ويرتكز هذا التحليل على الأسئلة الفرعية للدراسة، التي شُكلت منها فيديوهات، بما يساعد على استخلاص أنماط الاتصالية المعتمدة وفهم آليات التأثير التي يعتمدها صانع المحتوى المدروس وتحليل المحتوى وسيلة منهجية تسمح للباحث بالبقاء ضمن الأهداف المحددة مسبقًا، مع الحفاظ على الموضوعية والدقة في رصد الظواهر الاتصالية المدروسة.

4- مجالات الدراسة:

المجال الزمني : فيديوات من شهري جانفي إلى غاية شهر ماي 2025 أنموذجا

المجال التوثيقي : المجال التوثيقي تم اعتماد مجموعة من الفيديوهات الوثائقية كعينة للدراسة، تنوعت مواضيعها بين الترحال، والاستكشاف، والحدود الجغرافية، والتجارب الميدانية، وقد نُشرت على منصات التواصل وحققت نسب مشاهدة متفاوتة تُعبر عن مدى تفاعل الجمهور معها. شملت العينة فيديوهات مثل "قطار 4800 كلم" و"استكشاف موريتانيا" و"بركان آيسلندا"، وغيرها من الأعمال التي توثق رحلات "جمال طالب" عبر مناطق مختلفة مثل الجزائر، موريتانيا، أوروبا، وآيسلندا.

الجدول رقم 01: يوضح المجال التوثيقي للأحداث والمعلومات المعروضة في قناة جمال طالب علىاليوتيوب:

[1] عناية غازي :**منهجية إعداد البحث العلمي** ، ط3 ، دار المناهج للنشر، عمان ، 2114 ، ص14.

المشاهدات	المدة	الفئة	الموضوع	الفيديو
4.3 M Vue	30:23 د	مغامرات	قطاع 4800 كلم	أصعب تجربة في الجزائر
1.6 M Vue	15:51د	وثائقي	حدود الجزائر-النيجر-	عينguezzamقزام
4.2 M Vue	27:06د	مغامرات	استكشاف موريتانيا	6 أيام مع منقبي الذهب
1.2 M Vue	19:14د	تحدي	ركوب قطار	أطول قطارفي العالم
502K Vue	30:10 د	مغامرات	سفر بالعربة	تحي دخول العتروس02
745KVue	22:07 د	سفر	رحلات بالعربية المتنقلة	العتروس يخرج نحو أوروبا
457 KVue	37:33 د	تحدي	بركان أيسلندا	6 أيام في أيسلندا
344 KVue	9:40 د	مغامرات	سفر بالعتروس	تجربة 3200 كلم بالعتروس
374KVue	19:26 د	تعليمي + ثقافة عامة	استكشاف الحضارة الموريتانية	5 حقائق عن موريطاينيا
308KVue	33:05 د	اكتشاف + مغامرات+ ثقافة	3 أيام في السويد	تحدي 72 ساعة لاستكشاف السويد

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على معطيات مستخلصة من قناة " جمال طالب "

5- تفريغ وقراءة البيانات:

- وحدة العد.
- وحدة الكلمة.
- وحدة المشهد.
- وحدة الفكرة.
- وحدة الشخصية.
- وحدة المساحة "الدقيقة".

فئات الشكل:

الجدول رقم02: يوضح فئة اللغة المستخدمة:

اللغة	التكرار	النسبة المئوية
عربية فصحى	1	%10
لغة عامية	9	%90
لغة أجنبية	0	%0
المجموع	10	%100

من خلال التركيز على فئة اللغة المستخدمة في المحتوى المقدم حيث يوضح الجدول رقم 02 والشكل رقم 01 أن الغالبية العظمى من المحتوى يُقدم بلغة بسيطة، حيث بلغت نسبة استخدامها 90% من إجمالي العينة المدروسة ، في حين لم تتجاوز نسبة استخدام اللغة العربية الفصحى 10%، وهو ما يعكس توجّه القناة نحو تبسيط الخطاب بما ينسجم مع خصائص جمهور اليوتيوب الذي يميل إلى المحتوى البسيط، كما يُلاحظ غياب كلي لاستخدام اللغة الأجنبية أو العامية، وهو ما يدل على تمسك القناة بخطاب عربي مفهوم.

الجدول رقم03: يوضح حركة الكاميرا:

حركة الكاميرا	التكرار	النسبة المئوية
ثابتة	0	%0
متحركة	10	%100
المجموع	10	%100

يُبرز الجدول رقم 03 والشكل رقم 02 سمة أساسية تتعلق بحركة الكاميرا، حيث تُشير النتائج إلى اعتماد القناة بنسبة 100% على الكاميرا المتحركة، مقابل غياب تام لاستخدام الكاميرا الثابتة. تعكس هذه المعطيات جذب انتباه المشاهد وتحفيز التفاعل الحسي مع المحتوى.

الجدول رقم04: يوضح زوايا التصوير:

زاوية التصوير	التكرار	النسبة المئوية
مرتفعة	1	%10
منخفضة	1	%10
في مستوى النظر	8	%80
المجموع	10	%100

يعكس الجدول رقم 04 والشكل رقم 03 تنوع زوايا التصوير المعتمدة في قناة "جمال طالب"، حيث يُظهر التحليل أن زاوية التصوير الأكثر استخدامًا هي زاوية مستوى النظر بنسبة 80% (8 من أصل 10)، بينما استُخدمت الزاويتان المرتفعة والمنخفضة بنسبة متساوية بلغت 10% لكل منهما.

يُشير هذا التوزيع إلى اعتماد القناة على أسلوب تصوير يُحاكي التفاعل الطبيعي بين المتحدث والمشاهد.

الجدول رقم 05: يوضح أنواع اللقطات:

نوع اللقطة	التكرار	النسبة المئوية
قريبة	**7**	**%70**
متوسطة	**2**	**%20**
بعيدة	**1**	**%10**
المجموع	**10**	**%100**

يوضح الجدول رقم 05 والشكل رقم 04 تفضيلات قناة "جمال طالب" فيما يخص أنواع اللقطات المستخدمة في المحتوى المصور، حيث تُظهر البيانات أن اللقطة القريبة هي الأكثر توظيفًا بنسبة 70%، تليها اللقطة المتوسطة بنسبة 20%، ثم اللقطة البعيدة بنسبة 10% فقط. يعكس هذا التوزيع اعتماد القناة بشكل أساسي على اللقطات القريبة لإبراز تعابير الوجه وتفاصيل الشخصيةأما استخدام اللقطات المتوسطة بنسبة أقل، وذلك للتوازن بين الشخصية والسياق المحيط بها، بينما تشير القطات البعيدة إلى أن القناة تُوجّه اهتمامها نحو الشخصية المتحدثة ومحتوى الخطاب ذاته.

الجدول رقم 06: يوضح الإطار الجغرافي:

الإطار الجغرافي	التكرار	النسبة المئوية
محلي	**3**	**%30**
عربي	**3**	**%30**
دولي	**4**	**%40**

المجموع	10	%100

يُبيّن الجدول رقم 06 والشكل رقم 05 التوزيع الجغرافي للمضامين التي تتناولها قناة "جمال طالب"، حيث توزعت الموضوعات بين الإطار الدولي بنسبة 40%، والعربي والمحلي بنسبة متساوية بلغت 30% لكل منهماتعكس هذه النتائج اتساع أفق القناة واهتمامها بتناول مواضيع تتجاوز السياق المحلي، بما يمنح محتواها طابعًا أكثر شمولية وانفتاحًا على القضايا العالمية،

الجدول رقم 07: يوضح المناطق الجغرافية:

المناطق الجغرافية	التكرار	النسبة المئوية
مناطق حضارية	5	%50
مناطق جبلية	1	%10
مناطق ريفية	0	%0
مناطق صحراوية	4	%40
المجموع	10	%100

يتضح من خلال الجدول رقم 07والشكل الذي يليه وحسب الفيديوهات التي نشرها جمال طالب على قناته في يوتيوب أن المناطق الحضرية تُعد الأكثر ظهورًا في محتواه، حيث زار عدة مدن كبرى مثل الجزائر العاصمة، عنابة، وقسنطينة، مما يعكس اهتمامًا واضحًا بالمجال الحضري. تليها المناطق الجبلية مثل بجاية وجيجل، والتي تميزت بمناظرها الطبيعية الخلابة، ما يضفي طابعًا سياحيًا وجماليًا على المحتوى. أما المناطق الصحراوية، فقد ظهرت بنسبة أقل، حيث زار مدينة عين صالح في جنوب الجزائر، بينما لم تسجل أي زيارات موثقة للمناطق الريفية.

فئات المحتوى:

الجدول رقم 08: الاستمالاتالاقناعية:

الاستمالات	التكرار	النسبة المئوية
عقلية	6	%60
عاطفية	4	%40
مجموع	10	%100

يُبيّن الجدول رقم (08) والشكل المصاحب له طبيعة الاستمالاتالإقناعية المعتمدة في محتوى قناة "جمال طالب"، حيث تُظهر النتائج أن الاستمالات العقلية تُهيمن بنسبة 60% من إجمالي الاستمالات المستخدمة، مقابل 40% فقط للاستمالات العاطفية، يُعَدّ هذا التوجه نحو الاستمالة العقلية مؤشراً على اعتماد صاحب القناة على الحجج المنطقية في تقديم محتواه، مما يعكس مستوى عالٍ من مهارات الاتصال التحليلي والإقناعي.

الجدول رقم 09: يوضح فئة مهارات الاتصال:

مهارات الاتصال	التكرار	النسبة المئوية
مهارة الحديث	7	%70
مهارة الاستماع	2	%20
مهارة التعبير	1	%10
المجموع	10	%100

يكشف الجدول رقم (09) والشكل المرافق له عن توزيع فئات مهارات الاتصال التي يوظفها صاحب قناة "جمال طالب" في محتواه، حيث تحتل مهارة الحديث المرتبة الأولى بنسبة 70%، تليها مهارة الاستماع بنسبة 20%، وأخيراً مهارة التعبير بنسبة 10% فقط، تشير هذه النتائج إلى أن مهارة الحديث هي الأداة الأساسية التي يعتمد عليها منشئ المحتوى في التواصل مع الجمهور

في المقابل، يُلاحظ ضعف نسبي في مهارة الاستماع (20%) ومهارة التعبير (10%)، وهو ما قد يشير إلى تركيز القناة على التواصل الأحادي الاتجاه بناءً على ذلك، يمكن القول إن قناة "جمال طالب" تعتمد بشكل رئيسي على الحديث المباشر كوسيلة اتصالية أساسية.

الجدول رقم 10: يوضح فئة أسلوب العرض:

أسلوب العرض	التكرار	النسبة المئوية
سرد	6	%60
حوار	4	%40
المجموع	10	%100

يوضح الجدول رقم (10) والشكل البياني المرافق له توزيع فئة أسلوب العرض المستخدم في محتوى قناة "جمال طالب"، حيث يتبين أن النمط السردي يشكل الغالبية بنسبة 60% من مجموع الحلقات المدروسة، في حين يأتي النمط الحواري بنسبة 40%. يدل هذا التوزيع على تفضيل القائم على القناة لأسلوب السرد في إيصال الرسائل ، مما يعزز من فعالية التأثير الاتصالي للقناة.

الجدول رقم 11: يوضح فئة مصادر المعلومات:

مصادر المعلومات	التكرار	النسبة المئوية
مصادرشخصية	2	%20
مصادر أخرى (أصدقاء السفر)	8	%80
المجموع	10	%100

يستعرض الجدول رقم (11) والشكل البياني المرافق له توزيع فئة مصادر المعلومات المستخدمة في محتوى قناة "جمال طالب"، حيث تبين أن النسبة الأكبر من المعلومات تأتي من المصادر الأخرى، والتي تشمل بشكل رئيسي "أصدقاء السفر"، حيث تشكل هذه الفئة 80% من مجموع المصادر المستعملة. من جهة أخرى، يعتمد القائمون على القناة على المصادر الشخصية بنسبة أقل، تقدر بـ20%. هذا التوزيع يشير إلى أسلوب قديم حيث يتم استخدام تجارب شخصية وأراء من دائرة الأصدقاء والمعارف الأكثر قرباً واطلاعاً على الموضوعات المطروحة.

الجدول رقم 12: يوضح فئة نبرة الصوت :

نبرة الصوت	التكرار	النسبة المئوية
حادة	0	%0
هادئة	7	%70
استفهامية	1	%10
تساؤلية	1	%10
تعجبية	1	%10
المجموع	10	%100

يوضح الجدول رقم (12) والشكل البياني المرافق له توزيع فئة نبرة الصوت المستخدمة في محتوى قناة "جمال طالب". من خلال البيانات، يتضح أن النبرة الهادئة هي الأكثر استخداماً بنسبة 70%، استخدام النبرات الصوتية المناسبة لتعزيز الانطباع الأولي والمساعدة في إيصال الرسائل بفعالية.

من ناحية أخرى، تمثل النبرة الاستفهامية، التساؤلية، والتعجبية مجتمعة 30% من إجمالي نبرات الصوت، استخدام النبرة الحادة (0%) يبرز تركيز القناة على تجنب أي نوع من التوتر قد يشتت انتباههم.

الجدول رقم 13: يوضح فئات الشخصيات:

فئة الشخصيات	التكرار	النسبة المئوية
أصدقاء	3	%30

رفاق السفر	7	%70
المجموع	10	%100

يُبرز الجدول رقم (13) والشكل البياني المرافق له فئات الشخصيات التي تظهر في محتوى قناة "جمال طالب"، حيث تتصدر فئة رفاق السفر بنسبة 70% من إجمالي الشخصيات المشاركة، في مقابل 30% فقط لفئة الأصدقاء. يشير هذا التوزيع إلى توجه واضح نحو إبراز البعد التشاركي والتجريبي في المحتوى، من خلال الاستعانة بشخصيات تمثل خبرات ميدانية حقيقية مرتبطة بسياقات السفر، وهو ما يعزز مصداقية الرسالة الاتصالية ويضفي بعداً واقعياً على التجربة المقدمة للمشاهد.

6- نتائج الدراسة:

- ركزت القناة على توثيق تجارب واقعية في مجالات المغامرات، التحديات، الرحلات، والاستكشافات، مع تقديم معلومات جغرافية وثقافية عن المناطق المستكشفة.
- تم توثيق محتوى متنوع شمل الجزائر، موريتانيا، النيجر، السويد، وأيسلندا، مما يعكس انفتاح القناة على البيئات المتنوعة.
- اعتمدت القناة بنسبة 90% على لغة بسيطة، وهو ما يعكس سعيها لتبسيط الخطاب وجعل المحتوى مفهوماً وشاملاً لأكبر شريحة من الجمهور.
- تم استخدام اللغة العربية الفصحى بنسبة 10% فقط، مع غياب تام للغات الأجنبية أو اللهجات العامية.
- اعتمدت القناة بنسبة 100% على الكاميرا المتحركة، ما يعكس توجهاً نحو التشويق البصري وجذب الانتباه.
- أظهرت الدراسة أنها كانت زاوية التصوير الأكثر استخداماً هي زاوية مستوى النظر (80%)، ما يعكس محاولة خلق تواصل مباشر وواقعي مع المشاهد.
- استخدمت القناة اللقطات القريبة بنسبة 70%، ما يدل على التركيز على تفاصيل الشخصية وتعابير الوجه.
- غطت القناة موضوعات من إطار دولي (40%)، وعربي ومحلي (30% لكل منهما)، مما يعكس اتساع الاهتمام الجغرافي لمحتواها.
- تركزت الفيديوهات في مناطق حضرية (50%) وصحراوية (40%)، بينما غابت المناطق الريفية تمامًا.
- اعتمدت القناة في إقناع الجمهور على الاستمالات العقلية بنسبة 60%، وهو ما يدل على اعتمادها الحجج المنطقية والمعلومات الدقيقة.
- استخدمت الاستمالات العاطفية بنسبة 40%، بما يضمن جانبًا وجدانيًا يُكمل الرسالة الاتصالية.
- برزت مهارة الحديث بنسبة 70% كأكثر مهارات الاتصال استخداماً، ما يشير إلى تركيز القناة على الإرسال الأحادي المباشر للمحتوى.
- تميز المحتوى بأسلوب سردي بنسبة 60%، مما يعزز من تشويق القصة وجذب المشاهد.

- كما استخدم أسلوب الحوار بنسبة 40% في بعض الحلقات، خاصة تلك التي تضم تفاعلاً مع أطراف أخرى مثل المسافرين أو سكان المناطق.
- تُظهر قناة "جمال طالب" نموذجاً إعلامياً حديثاً يعتمد على التوثيق الواقعي، البساطة في اللغة، والحركية البصرية لشد انتباه الجمهور.
- تعكس القناة توازنًا بين البعد المعلوماتي والترفيهي، وتُوظف تقنيات تصوير فعالة واستمالات عقلية قوية تُعزز من مصداقية محتواها.
- المحتوى المقدم يعكس وعياً اتصاليًاوإستراتيجية إعلامية مدروسة تستهدف فئات شبابية مهتمة بالمغامرات والسفر.

خاتمة

خاتمة:

في ظل التحولات العميقة التي تشهدها بيئة الإعلام الرقمي، تبرز **المهارات الاتصالية** بوصفها عنصرًا أساسيًا في عملية صناعة المحتوى وتحقيق الانتشار والتأثير في الجمهور. وانطلاقًا من هذه الفرضية، جاءت هذه الدراسة لتحليل تجربة قناة **"جمال طالب"** على منصة يوتيوب، باعتبارها نموذجًا ناجحًا ضمن المشهد الرقمي المعاصر، حيث تم الوقوف على مختلف أبعاد المهارات الاتصالية التي يوظفها صاحب القناة، سواء على مستوى الشكل البصري أو مضمون الرسالة الاتصالية، بما في ذلك أساليب الإقناع والتفاعل مع الجمهور.

وقد أظهر تحليل عيّنة من محتوى القناة أن "جمال طالب" يقدم نموذجًا متجددًا للإعلام الرقمي البديل، يجمع بين البُعد التوثيقي والطابع الترفيهي والمعرفي في آنٍ واحد. كما أبانت النتائج عن اعتماد واضح على لغة تواصل مبسطة، مدعومة بأساليب تصوير حركي وتقنيات بصرية حديثة تسهم في جذب انتباه المتلقي وتحفيز تفاعله المستمر مع المحتوى.

وتتجلى خصوصية القناة في قدرتها على إيصال مضامين ثقافية وسياحية واجتماعية من خلال توثيق تجارب حية ومغامرات واقعية تنقل تنوع البيئات الجغرافية محليًا وإقليميًا ودوليًا. وقد نجح صانع المحتوى في الدمج بين الإقناع العقلي والإثارة العاطفية، وهو ما مكنه من بناء علاقة تواصل فعّالة مع شريحة واسعة من الجمهور، لا سيما فئة الشباب.

وتبرز هذه الدراسة أهمية الفضاء الرقمي، وبشكل خاص منصة يوتيوب، كوسيط اتصالي بديل قادر على نقل المعرفة والتجربة الإنسانية بطريقة بصرية جاذبة ومؤثرة. كما تؤكد على أن الأفراد، بعيدًا عن الأطر التقليدية للمؤسسات الإعلامية، باتوا قادرين على إنتاج محتوى إعلامي يحقق حضورًا وانتشارًا، شريطة امتلاكهم لمهارات اتصالية فعالة وتوظيفهم للتقنيات الرقمية بأسلوب مدروس واستراتيجي.

قائمة المصادر والمراجع

أولا : المراجع باللغة العربية :

الكتب

1. أماني عبد الفتاح على، مهارات الاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، 2012.
2. أنجرس ،موريس، تر، بوزيد صحروي و آخرون ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار القصبة، الجزائر ، 2004.
3. حصة محمد آل مساعد، أحلام عبد السميع العقباوي، مهارات الاتصال والتفاعل،عالم الكتب، مصر،2011.
4. رشوان حسين عبد الحميد، أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة ، القاهرة ، 2006 .
5. على فرجاني، مهارات المتحدث الإعلامي طريقك للمنصات العلمية، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015.
6. عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1999.
7. عناية غازي : منهجية إعداد البحث العلمي ، ط3 ، دار المناهج للنشر، عمان ، 2114 .
8. لجبوري محمد حسين جواد، منهجية البحث العلمي، دار صفاء للنشر، عمان، 2013 .
9. نجلاء محمد صالح، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن،2012.

المجلات:

1. رحيمة عيساني، غالب عوض الرفاعي،" اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام اليوتيوب والاشباعات المتحققة "، مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، المجلد 5 ،العدد 1 ،المجلد 5 ،الإمارات العربية المتحدة،2021.
2. يعن هللا علي يعن هللا القرني، مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى الطالب والطالبات المنتظمة في جامعة الملك 2 عبد العزيز وعلاقاتها ببعض المتغيرات الديمغرافية، مجلة الملك عبد العزيز والآداب والعلوم الإنسانية، مجلد 22 ،العدد 6 ، 2015.

الندوات:

1. قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الالكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2012.

الرسائل الجامعية:

1. إيمان بن نذير، مهارات الاتصال ودورها غي تحسين الأداء المهني لدى العاملين، دراسة ميدانية على عينة من إداريي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة خيضر -بسكرة-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية -قطب شتمة- جامعة محمد خضير، بسكرة، 2013-2014.
2. بوشريط كريمة، بن مرزوق مريم، استخدامات الشباب الجزائري لموقع اليوتيوب والاشباعات المحققة، مذكرة مكملة لشهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر، 2020.
3. دحدوح منية، محاضرات مادة مهارات الاتصال في العلاقات العامة، لطلبة السنة أولى ماستر علوم وإعلام واتصال، جامعة 8 ماي 1945، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قالمة، 2019 – 2020.
4. سارة صغايري، هدى بوعافية،مهارات الاتصال ودورها في تحسين الأداء الوظيفي للأساتذة الجامعيين، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2019 / 2020.
5. نصيرة جار الله، مهارات الاتصال لدى المدير ودورها في تحسين أداء العاملين دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر-أنموذجا- بولاية أدرار، مذكرة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر، اتصال وعلاقات عامة، علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2018 – 2019.

المواقع الإلكترونية:

1. جامعة المستنصرية على الموقع:
https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/9/9_2020_03_05!12_50_27_AM.docx يوم الاثنين 03 / 02 / 2025، على الساعة 13:12.
2. سني رشيدة، مهارات التواصل، المرصد الوطني للمجتمع المدني، على الموقع:
https://elearning.marsad.dz/wp-content/uploads/2024.pdf يوم الاثنين 03 / 02 / 2025، على الساعة: 15:00.

الملاحق

الملحق رقم 01: صورة توضح موقع يوتيوب





الملحق رقم02 : صورة جمال طالب صاحب القناة





الملحق رقم 03 : صور خاصة ببعض فيديوهات عينة الدراسة




















قارب السلام



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministére de l'Enseignement Supèrieure et de la Recherche Scientifique

جامعة العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

Universite Larbi Tebessi – Tebessa
Faculte des sciences Humaines et Sociales

تعهد

أنا الموقع أسفله الطالب: غسان بن أكرم

والمعد لمذكرة التخرج الموسومة: إشهار الإتصالية لمنتج المشروع مسوغ بيوتيك دراسة تحليلية وقناة جبال طالب

المكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص:

وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 **المؤرخ في** 28 **جويلية** 2016 **والمتضمن القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها، لا سيما المواد** 03.07.19.35

أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل وأشهد بخلوه من كل انتحال لأعمال الغير او اقتباس غير منسوب لصاحبه، وترجمة دون ذكر المصدر ووضع أشكال بيانية او خرائط أو صور دون الإشارة للمصدر.

تبسة في: 2025.05.25

المصادقة على صحة التوقيع
السيد: 25 ماي 2025
الوسيلة، في:

قرأت وأتعهد بما ورد أعلاه
التوقيع والبصمة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministére de l'Enseignement Supèrieure et de la Recherche Scientifique

جامعة العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

Universite Larbi Tebessi – Tebessa
Faculte des sciences Humaines et Sociales

تعهـــد

أنا الموقع أسفله الطالب: جلاب طارق

والمعد لمذكرة التخرج الموسومة: بين عنوان الصفحات الإتصالية لصناع المحتوى

على موقع يوتيوب دراسة تحليلية لقناة جمال طالب

المكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص: اتصال تنظيمي

وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 والمتضمن القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها، لا سيما المواد 03.07.19.35

أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل وأشهد بخلوه من كل انتحال لأعمال الغير او اقتباس غير منسوب لصاحبه، وترجمة دون ذكر المصدر ووضع أشكال بيانية او خرائط أو صور دون الإشارة للمصدر.

تبسة في: 2025/05/25

قرأت وأتعهد بما ورد أعلاه
التوقيع والبصمة

عن رئيس المجلس الشعبي البلدي
بتفويض من رئيس الدائرة
سعدي نور الدين