

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الإجتماعية

قسم علم الإجتماع و الديموغرافيا

تخصص: علم إجتماع الإتصال



الموضوع

دوافع إستخدام الطلبة الجامعيون لموقع اليوتيوب

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عمار ثليجي بالأغواط -

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم الإجتماع

تخصص: علم إجتماع الإتصال

إشراف الأستاذ:

- د. بكاي رشيد.

إعداد الطلبة:

- رحموني منال.

- ميهوبي سميرة.

السنة الجامعية: 2020/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۴۳۸

شكر وتقدير

قال الله تعالى بعد باسم الله الرحمن الرحيم

لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ

الحمد لله الذي انار لنا درب العلم والمعرفة واعاننا على اداء هذا الواجب ووفقنا على انجاز هذا العمل .

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان الى كل من اشعل شمعة في درب علمنا وعلما من قريب او بعيد ، الى الذين حملوا اقدس رسالة في الحياة والى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة الى جميع اساتذتنا الافاضل ، ونخص بالذكر الاستاذ المشرف (بكاي رشيد) الذي كان خير موجه لنا ولم يبخل علينا واصلح لنا هفواتنا وافادنا بتوجيهاته ونصائحه القيمة فله منا كل التقدير و الاحترام .

كما اتوجه بكلمة الشكر والتقدير الى كل الذين ساهموا في انجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة .

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الانبياء والمرسلين اهدي
ثمرة جهدي الى اول من رأت عيني وأحب قلبي الى التي افرح برويتها
وارتاح للقائها الى مدرستي في الحياة ، الى من وضعت الجنة تحت اقدامها ،
الى من باركت طريقي بصلاتها ودعائها لي بالتوفيق والتمام ، الى التي تفرح
بنجاحي وتشجعي في كل خطوة اخطوها ، " أمي " يامن قرن شكرها بشكر
الاله ، اناشدها فلن اوفيهما حقها ، حفظها الله واطال في عمرها وآتاه امنيتهما
"أمين"

الى من عمل بكدي في سبيلي الى من رسم لي معالم النجاح وعبد لي الطريق
نحو المستقبل وكان لي سندا في هذه الحياة ، ابي الغالي زاد كرمه وفاق
الظنون مهما وصفته فلن اعطيه حقه حفظه الله واطال في عمره .

الى منبع الدفء والامان، الى من يرافقتي دعائهم "جدي" و "جدتي" أطال الله
في عمرهما .

الى سندي وعوني في هذه الدنيا أخواتي العزيزات "سهام" و "حنان" واخي
العزیز " عبد القادر" ، وإلى ملاكي الغالي " سراج الدين " حفظهم الله

الى كل من يحمل لقب "رحموني" و "قعادي"

وإلى الاستاذ الفاضل " بكاي رشيد "

الى كل من هم في ذاكرتي وليس في مذكرتي .

منال

الاهداء

اهدي ثمرة هذا الجهد الى كل من علمني حرفا في هذه الدنيا
الى ابي الغالي .

الى امي العزيزة الغالية التي هرمت من اجلي والى اخوتي
الخمسة .

الى جميع افراد الاسرة التربوية ، الى كل هؤلاء اهدي هذا
العمل المتواضع .

ونسأل الله ان يجعله نبراسا لكل طالب .

آمين .

سمية



ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على الاسباب التي تدفع بالطلبة الجامعيين لاستخدام موقع اليوتيوب ، وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي ، واستخدمت اداة الملاحظة و الاستمارة كوسائل لجمع المعلومات من المبحوثين ، حيث تم تقسيم الاستمارة الى اربعة محاور : المحور الاول عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ، والمحور الثاني مساهمة اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين ، وتناولنا في المحور الثالث استفادة الطلبة الجامعيين من المحتويات التعليمية في اليوتيوب لرفع المستوى التعليمي لديهم ،اما المحور الرابع فكان حول مجالات استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب ، حيث تم تطبيق البحث في جامعة عمار ثليجي بالاغواط ، على عينة مكونة من 100 طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة قصدية .

وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها : ان الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع اليوتيوب بصفة يومية ، كما اعتبر اغلبية الطلبة ان لموقع اليوتيوب تأثير كبير من حيث تنمية الوعي الثقافي ورفع المستوى التعليمي لديهم ، وتبين بأن معظم افراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب من اجل اشباع رغباتهم في مختلف المجالات .

Study summary:

This study aims to identify the reasons that motivate university students to use the social media site known as YouTube, and we relied in our study on the descriptive approach. We observed and used the form as a means of collecting information from the respondents, as the form was divided into four axis: the first axis was the habits and patterns of use of YouTube by university students, the second axis was contribution of YouTube to the development of cultural awareness among university students, the third axis centered on the benefits of Youtube in raising the educational level of University students, while the fourth axis, was about the fields of use of Youtube by students.

This research was applied at Ammar Thilji University in Laghouat, with a sample consisting of 100 male and female students, which were chosen intentionally. The study reached a set of results, the most important of which are: The university students use this website on a daily basis, and the majority of students considered that YouTube has a great impact in terms of developing cultural awareness and raising their educational level,

and it was found that most of the members use YouTube to satisfy their desires in various fields.

فهرس المحتويات

	شكر و تقدير
	الإهداء
	ملخص الدراسة
أ	فهرس المحتويات
ج	فهرس الجداول
هـ	فهرس الملاحق
1	مقدمة
الفصل الأول: الجانب المنهجي	
5	1-أسباب إختيار الموضوع
6	2-الإشكالية
8	3-الفرضيات
9	4-تحديد مفاهيم الدراسة
11	5-الدراسات السابقة
21	6-منهج الدراسة
22	7-المقاربة النظرية لموضوع الدراسة
24	8-أهداف و أهمية الدراسة
25	9-صعوبات الدراسة
الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة	
1-مواقع التواصل الإجتماعي	
28	تمهيد
28	1-1-نشأة مواقع التواصل الإجتماعي
29	1-2-خصائص مواقع التواصل الإجتماع
30	1-3-مميزات مواقع التواصل الإجتماعي
31	1-4-أبرز مواقع التواصل الإجتماعي
2-موقع اليوتيوب	
32	تمهيد
32	2-1-مفهوم اليوتيوب
34	2-2-نشأة و تطور اليوتيوب
34	2-3-خدمات و تطبيقات اليوتيوب
37	2-4-مميزات و مبادئ اليوتيوب
40	2-5-مزايا و عيوب اليوتيوب
43	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الجانب الميداني للدراسة	
45	1-مجالات الدراسة
45	2-أدوات جمع البيانات
47	3-العينة و مواصفاتها
53	4-تحليل الفرضيات
80	5-الإستنتاج العام
83	6-الخاتمة

فهرس المحتويات

	المراجع
	الملاحق

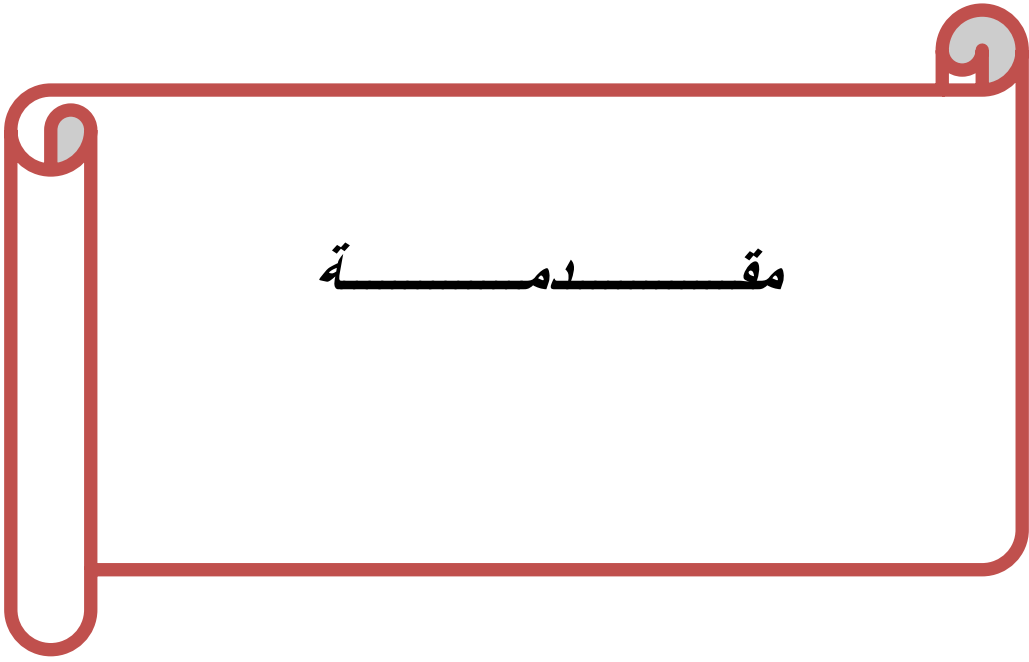
الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع افراد العينة حسب الجنس	48
02	يوضح توزيع افراد العينة حسب السن	49
03	يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى الجامعي	50
04	يوضح توزيع افراد العينة حسب مكان الاقامة	51
05	يوضح استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب	53
06	يبين فترات استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب	54
07	يوضح العلاقة بين مكان الاقامة وعدد الساعات التي يقضيها الطلبة على موقع اليوتيوب	55
08	يوضح وسيلة استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب	57
09	يوضح موقع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب	58
10	يوضح العلاقة بين الجنس و مساهمة اليوتيوب في رفع الرصيد المعرفي	61
11	يوضح العلاقة بين المستوى ودرجة تأثير اليوتيوب في تطوير ثقافة الطلبة في مختلف المجالات	62
12	يوضح العلاقة بين الجنس و اعتبار اليوتيوب مصدر اولي لتنمية الثقافة .	63
13	يوضح كيف جعلت محتويات اليوتيوب الطلبة مثقفين مع متغير الجنس	65
14	يوضح درجة الثقة في مضامين اليوتيوب	68
15	يوضح المعارف التي وفرها محتوى اليوتيوب لرفع المستوى التعليمي مع متغير المستوى .	69
16	يوضح نوعية المضامين المستهلكة عند استخدام لليوتيوب مع متغير الجنس .	70

فهرس الجداول

71	يوضح التركيز على المحتوى التعليمي عند تصفح موقع اليوتيوب	17
72	يوضح دور محتويات اليوتيوب في تنمية الرصيد المعرفي و العلمي	18
75	يوضح علاقة دوافع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب مع متغير الجنس	19
76	يوضح علاقة نوع مضامين اليوتيوب بمتغير الجنس	20
78	يوضح الاشباعات المحققة من اليوتيوب	21

فهرس الملاحق

	فهرس الملاحق
	الإستمارة



مقدمة

مقدمة :

أدى الانفجار التكنولوجي السريع إلى ظهور عدة وسائط تكنولوجية مكنت من إنشاء مواقع تواصل اجتماعية عملت على إحداث تغيير في حياة الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم ، ان التكنولوجيا المعاصرة استطاعت ان تفتح الباب على مصراعيه للاتصالات الفورية متجاوزة كل الحدود الجغرافية بإلغاء المسافات بين الافراد في مختلف انحاء العالم فحولت العالم الى قرية إلكترونية صغيرة لاختصارها الزمان والمكان ، لان هذه المجتمعات الافتراضية تعمل على تسهيل التواصل ونقل المعلومات ، ففي السابق كان الاتصال مع الاصدقاء والعائلة وتبادل المعلومات والافكار و الاخبار مع الطلبة الجامعيين فيما بينهم يتطلب الكثير من الوقت أما اليوم فالتواصل مستمر مع مئات الاشخاص في كل وقت ومكان .

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي احد اهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي ساعدت الانسان في توطيد علاقاته مع غيره من الافراد ومشاركتهم بأرائهم والتعبير عن افكاره ومشاعره ،

وتستعمل هذه المواقع من طرف الافراد لاغراض مختلفة كمواكبة العصر ، وزيادة في العلم والمعرفة ، وساحة لملي الفراغ وكسر الملل وقضاء اوقات مسلية تروح عن النفس وإهدار للوقت وغيرها ، لقد تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي من اكتساب شهرة واسعة واستطاعت ان تفرض نفسها بقوة كما استحوذت على مكانة بارزة لدى الافراد لما تقدمه من خدمات لهم ولقدرتها على جذب الانتباه والابهار والتأثير فأصبحت اسلوب يعتمدون عليه في حياتهم اليومية .

من بين ابرز هذه المواقع و اكثرها شهرة موقع اليوتيوب الذي يتيح لنا مشاهدة مجموعة لا متناهية وغير محدودة من الفيديوهات في كل مجالات الحياة ، حيث ان استخدام الشباب لهذا الموقع يتزايد بسرعة شديدة كونه فضاء رحب اتاح للشباب فرصة عرض افكارهم وابداعاتهم و التعبير عن آرائهم بكل حرية و بصفة مجانية ، وكذلك لتحقيق إشباعاتهم في كل المجالات .

ولقد جاءت دراستنا لتبين دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ، وبذلك قسمنا هذه الدراسة الى ثلاث فصول تبعا للمنهجية التي تقوم عليها البحوث العلمية :

الفصل الاول : و المتضمن " الاطار المنهجي " حيث يحتوي على اسباب اختيارنا لهذا

الموضوع وأشكاله الدراسية و الفرضيات وتحديد المفاهيم المتعلقة بأشكاله البحث ، كما تعرضنا

للدراسات السابقة التي تقاطعت مع دراستنا وكذلك المنهج المتبع ، وحاولنا الاقتراب من الموضوع وفق تصورات نظرية الاستخدامات والاشباع ، كما بينا في هذا الفصل اهداف الدراسة و الصعوبات التي واجهتنا .

الفصل الثاني: و المتضمن " الاطار النظري " والذي يحتوي على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث المفهوم والنشأة وكذلك خصائص مواقع التواصل الاجتماعي واهم مميزات هذه المواقع وابرزها ، كما تطرقنا موقع اليوتيوب من حيث المفهوم والنشأة و التطور وكذلك الى خدمات اليوتيوب وتطبيقاته المميزة بالاضافة الى مزاياه وعيوبه .

الفصل الثالث: و المتضمن " الاطار التطبيقي " والذي يحتوي على الاطار الزماني والمكاني للدراسة و العينة ومواصفاتها و ادوات جمع البيانات وتم فيه تحليل الفرضيات وعرض استنتاجاتها .

الفصل الأول :
الجانب المنهجي
للدراسة

الفصل الأول : الجانب المنهجي للدراسة :

أولاً : اسباب إختيار الموضوع

ثانياً: الاشكالية

ثالثاً : الفرضيات.

رابعاً : تحديد مفاهيم الدراسة

خامساً : الدراسات السابقة .

سادساً : منهج الدراسة

سابعاً : المقاربة النظرية لموضوع الدراسة

ثامناً : اهداف و اهمية الدراسة

تاسعاً : صعوبات الدراسة

أسباب اختيار الموضوع :

لكل دراسة علمية في أي مجال مجموعة من الاسباب تدفع بالباحث للقيام بهذه الدراسة ، وتختلف من موضوع لآخر ومن الاسباب التي دفعتنا للقيام بهذه الدراسة مايلي :

الاسباب الذاتية :

- الفضول العلمي وحب البحث و التنقيب في مثل هذه المواضيع
- الرغبة في معرفة مدى تأثير قنوات اليوتيوب على الطلبة الجامعيون
- الانتماء الى البيئة الجامعية والاحتكاك بالطلبة دفعا للقيام بهذه الدراسة بعد ملاحظة الاقبال الكبير للطلبة في استخدام موقع اليوتيوب .
- الاهتمام الشخصي بموقع اليوتيوب .

الاسباب الموضوعية :

- الانتشار الواسع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة موقع اليوتيوب .
- اهمية موقع اليوتيوب والاقبال المتزايد عليه وقدرته على علاج قضايا مختلفة .
- حداثة وجدة الموضوع .

الإشكالية :

لقد تعددت وتطورت الوسائل التي اتخذها الانسان للاتصال بغيره انطلاقا من وسائل تقليدية وصولا الى وسائل متطورة وادت هذه التحولات الى التقدم التكنولوجي الذي تشهده المجتمعات البشرية خلال عصرنا الحالي حيث تعتبر الانترنت من اهم وسائل الاتصال الحديثة التي استطاعت احتلال مساحة واسعة من اهتمامات المجتمعات و الافراد واخذت حيزا كبيرا في تفكيرهم وذلك نظرا لدورها الفعال و الواضح في احداث تغييرات في مختلف مجالات الحياة ، وادت هذه الاخيرة الى ظهور قيم جديدة من خلال بروز الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي والتي اطلق عليها اسم الاعلام البديل او الاعلام الجديد والتي يعتبرها مستخدموها نافذة يطلون من خلالها على العالم الخارجي ، من خلال مشاركتهم لافكارهم وارائهم والاطلاع على الثقافات المختلفة عن طريق التواصل مع مئات الاشخاص من مختلف بقاع العالم ، ومن اشهر هذه المواقع موقع اليوتيوب .

يعتبر موقع اليوتيوب احد اهم فضاءات تكنولوجيا الاتصال الحديثة حيث يحتوى على عدد لامحدود من مقاطع الفيديو ، التي تتناول مختلف المواضيع في شتى مجالات الحياة ، حيث حاز هذا الاخير على اهتمام كبير من فئة الشباب ، فقد استغله الشباب كوعاء للتعبير بكل حرية عن افكارهم ونشرها عن طريق تسجيلات مرئية مجانية وممارسة العديد من الانشطة التي تساعدهم على التقرب والتواصل فيما بينهم ، حيث يقدم اليوتيوب نمط اعلامي جديد على عكس الاعلام الكلاسيكي الذي كان يملى على الفرد مايجب ان يستهلك ، بل يقوم على الابتكار والابداع بدون وجود اي ظوابط او قيود او تدخل من مصادر قوى خارجية .

وقد اصبح اليوم موقع اليوتيوب ثاني اكبر محرك بحث في العالم بعد جوجل وذلك نظرا للشعبية الكبيرة التي يحظى بها في جميع انحاء العالم فقد بلغ عدد مستخدميه اكثر من مليار مستخدم وكذلك لبساطة الموقع وسهولة مشاركة المحتوى والاطلاع على المحتويات الاخرى فيه ، ويرتكز على نوعين من المستخدمين اولا منشئي المحتوى وثانيا مشاهدي هذه المحتويات ، حيث يوجد عدد ضخم من المحتوى الذي يمكن مشاهدته عبر الموقع في كل المجالات بما فيها التعليمية والتثقيفية و السياسية والاجتماعية وكذلك مجال التسلية والترفيه ، كما يمكن ان يشكل اليوتيوب طريقة جيدة لربح الاموال وزيادة المستخدم لدخله المادي .

وفي ظل هذا الاقبال الكبير على موقع اليوتيوب لاشك ان اغلب مستخدميهم هم الطلبة الجامعيون ، وذلك راجع لحدائثة واختلاف المواضيع التي يطرحها والتي تعتبر محل اهتمام الطلبة ولقد اثبتت الاحصائيات ان اغلب مستخدمي موقع اليوتيوب هم من فئة الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيون بصفة خاصة وهذا ما دفعنا لطرح التساؤل التالي :

- ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيون لموقع اليوتيوب ؟

ويتجزأ هذا التساؤل الى التساؤلات الفرعية التالية :

- هل للطلبة الجامعيين عادات وانماط في استخدامهم لموقع اليوتيوب ؟
- هل ساهم موقع اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيون ؟
- ما مدى استفادة الطلبة الجامعيون من محتويات اليوتيوب التعليمية ؟
- ماهي اكثر المجالات التي يستخدم فيها الطلبة الجامعيون موقع اليوتيوب ؟

الفرضيات :

- للطلبة عادات وانماط معينة في استخدامهم لموقع اليوتيوب .
- ساهم موقع اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين .
- يستفيد الطلبة الجامعيون من المحتويات التعليمية في اليوتيوب لرفع المستوى التعليمي لديهم .
- اكثر المجالات التي يستخدم فيها الطلبة الجامعيون موقع اليوتيوب مجال التسلية والترفيه.

تحديد مفاهيم الدراسة :

الدوافع

لغة : جمع دافع اسم فاعل من دفع ، الحافز و السبب ، ما يحمل على الفعل من غرائز وميول فهو وجداني ولا شعوري في حين ان الباعث عقلي وشعوري ¹.

اصطلاحا : الدافع هو مثير داخلي شعوري أو لا شعوري بيولوجي أو سيكولوجي يحرك طاقات الكائن الحي ، و يوجهها مستهدفا خفض حالة التوتر لديه أو لاستثارته أو استعادة توازنه البيولوجي أو النفسي للدافع إذن وجهان " وجه داخلي يتمثل في التوتر والضيق التي يطلب و يلح على الإشباع " و وجه خارجي يتمثل في الأهداف و لذا فنتيجة الدافع لا تعرف إلا من خلال الأهداف "و من هنا يشير مصطلح الدافع الى مجموعة الظروف الداخلية والخارجية التي تحرك الفرد من اجل اعادة التوازن الذي اختل ².

التعريف الاجرائي : هو الحاجة الغير مشبعة التي تؤدي بالفرد الى سلوك معين ، ايضا هو الارادة القوية لنيل غاية ما ، فبدون دوافع لا يستطيع الانسان تحقيق اي شئ في حياته مثلا الدافع الذي يجعل الطالب يبحث ويتعلم هو الوصول الى النجاح واعلى درجات الوعي .

الاستخدام

لغة : استخدم يستخدم ، استخداما ، استخدام الة اي استعمالها ³

اصطلاحا : إن مع تطور التكنولوجيا بصفة عامة وتكنولوجيا الاتصال بصفة خاصة، غلب توظيف مصطلح استخدام أو استعمال في أحيان أخرى وهذا لتجسيد العلاقة بين المستخدم والآلة أو التقنية

ويعرف الاستخدام بأنه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها الفعل والاستخدام في مجال الإنترنت يتخذ مفهومين هما :

الاستخدام العام: وهو الدخول إلى الشبكة دون تحديد مسبق لعملية الاستخدام.

الاستخدام الخاص: وهو الاستخدام المتخصص الذي يكون في غالب الأحيان في إطار عمل ⁴.

التعريف الاجرائي : يمكن تعريفه من خلال هذه الدراسة انه اسباب استعمال الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع اليوتيوب (تحميل ، تصفح، ونشر) _

1 احمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصر، ط1، 2008 ص 752

2 احمد تيتو رشادي، بحث علمي دور المعلم في ترقية دوافع الطلاب في مهارة الكتابة، 2012، جامعة مالك ابراهيم الاسلامية الحكومية بمالانج ص 66

3 احمد مختار عمر ، نفس المرجع ، ص 620

مريم ناريمان نومار ، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على الاعلانات الاجتماعية في الفيس بوك ، مذكرة ماجستير ، جامعة باتنة 2010-

2012 ص 06

الطالب

لغة : من الطلب أي السعي وراء الشيء للحصول عليه.¹

اصطلاحا : هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين، مثل: المدرسة، أو الجامعة، أو الكلية، أو المعهد اوالمركز، وينتمي لها من أجل الحصول على العلم وامتلاك شهادة معترف بها من ذلك المكان حتى يستطيع ممارسة حياته العملية فيما بعد تبعا للشهادة التي حصل عليها .

التعريف الاجرائي : هو الفرد الذي يتلقى دروس ومحاضرات والتدريب ، و الحصول على معلومات في مؤسسة التعليم للحصول على المستوى العلمي وتكوين رصيد معرفي .

اليوتيوب

لغة : كلمة مشكلة من كلمتين يو- تيوب أي وعاءك، أي مفرد لكلمة أوعية الكترونية والضمير أنت هنا لمخاطبة الفرد المتصفح .

اصطلاحا : هو أحد أشهر المواقع الالكترونية وثالث أكبر موقع زيادة على شبكة الانترنت حسب تصنيف موقع اليكسا العالمي ، وهو الموقع الأول في عرض ملفات الفيديو وتقوم فكرة الموقع على إمكانية ارفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الأنترنت دون تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من ارفاق أي عدد من الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم.²

التعريف الاجرائي : هو احد مواقع التواصل الاجتماعي يقوم على فكرة مشاركة الفيديوات في مختلف المجالات تحت مبدأ بث لنفسك او اذع لنفسك .

¹ جمهرورية الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوبة، دراسة في استخدامات واشباعات، قسنطينة، خلاف بومخيلة، 2006-2007

² ويكيبيديا ، موسوعة الكترونية تابعة لشركة غوغل 15-03-2021 ، س 09:00 صباحا

الدراسات السابقة :

الدراسات المحلية :

- الدراسة الاولى :

مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال لعائشة ديس خلال العام الدراسي 2017_2018 بعنوان : دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات

- انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

_ ما هي عادات وأنماط استخدام طالبات علوم الإعلام والاتصال لموقع اليوتيوب؟

_ ما مدى تفاعل طالبات علوم الإعلام والاتصال مع فيديوهات اليوتيوب؟

_ ما علاقة استخدام اليوتيوب بتوسيع دائرة المعارف لدى الطالبات؟

_ ما مدى استفادة الطالبات من محتويات اليوتيوب بتنمية وعيهن الثقافي؟

_ هل ساهم الوعي الثقافي للطالبات من تغيير مكانتهن الاجتماعية إلى الأفضل؟

الهدف من الدراسة :

_ الكشف عن عادات وأنماط استخدام الطالبات لموقع اليوتيوب.

_ التعرف على مدى تفاعل الطالبات مع فيديوهات اليوتيوب.

_ كشف العلاقة بين استخدام الطالبات لليوتيوب وتوسيع دائرة معارفهم.

_ التعرف على مدى استفادة الطالبات من محتويات اليوتيوب بتنمية وعيهن الثقافي.

_ الكشف عن مدى مساهمة الوعي الثقافي للطالبات من تغيير مكانتهن العلمية

والاجتماعية إلى الأفضل.

مجتمع البحث: شملت الدراسة طالبات علوم الاعلام والاتصال

نتائج الدراسة :

بينت الدراسة الدور المهم الذي تلعبه محتويات قنوات اليوتيوب في اكساب الطالبات معلومات ثقافية وتنمية وعيهم ، كما كشفت نتائج الدراسة ان اغلب الطالبات يستفدن من موقع اليوتيوب دون التفاعل والاشترك فيه ، و اظهرت نتائج الدراسة ان افراد العينة يعتبرن اليوتيوب مصدر اولي لتنمية ثقافتهم .

الدراسة الثانية :

مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال لاشرف الدين بارش و صابر لعور خلال العام الدراسي 2015 /
2016 بعنوان : استخدام الطلبة الجزائريين لليوتيوب والاشباعات المحققة منه

انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

-ما هي استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب وما هي الإشباعات المحققة من ذلك؟

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب؟

- ما هي دوافع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب؟

-ما هي الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام؟

الهدف من الدراسة :

-معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب

-التعريف أيضا بدوافع استخدام الطلبة لهذا الموقع موقع اليوتيوب

-الكشف عن الإشباعات المحققة من ذلك جراء استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب

مجتمع البحث: طلبة جامعة العربي بن مهديي بمختلف التخصصات والاطوار .

نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة الى ان الطلبة الجامعيين في جامعة العربي بن مهديي يستخدمون اليوتيوب بشكل دائم وان الفترة المسائية هي اكثر الفترات تصفحا للموقع ، كما حددت ان مكان تصفح الموقع هو المنزل بواسطة الهاتف

لذكي ، مع الحفاظ على الخصوصية دون المشاركة مع الاخرين وكانت النتيجة النهائية

حول دوافع استخدامه هي التسلية والترفيه في المقام الاول ثم التعليم والتثقيف ثانيا ، كما اكد غالبية الطلبة ان المضامين الاجتماعية هي الاولى في استخدامهم للموقع ثم تليها العلمية و السياسية و الرياضية و النفسية ، اما من حيث الاشباعات فقد اكد الطلبة ان الاشباعات النفسية اي الشعور بالراحة و المتعة هي أولى الاشياء التي يحصدها نفسيا ، ثم الاشباعات الاجتماعية ثانيا ثم العلمية والترفيهية والرياضية ، اما من حيث الوقت توصلت الدراسة الى ان اوقات الفراغ عند الطلبة هي التي يستغلونها لتصفح موقع اليوتيوب .

الدراسة الثالثة :

مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال لامال بلعراي خلال العام الدراسي 2017 / 2018 بعنوان : تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجزائريين

انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

-ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع يوتيوب ؟

-ما هي دوافع الطلبة الجامعيين وراء مشاهدة اليوتيوب؟

-فيما تتمثل الاشباعات التي يحققها الطلبة الجامعيين وراء استخدامهم لموقع التواصل

الاجتماعي يوتيوب ؟

الهدف من الدراسة :

-معرفة الأسباب التي تكمن وراء استخدام موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب

-معرفة المكانة التي يحتلها اليوتيوب اوساط الطلبة في ظل وجود مواقع التواصل

الاجتماعي الأخرى

-الوصول إلى الإشباعات المحققة للطلبة الجامعيين جراء متابعتهم لموقع التواصل

الاجتماعي يوتيوب

-محاولة رصد أهم التأثيرات الايجابية والسلبية لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب لدى الطلبة الجامعيين.

مجتمع البحث : طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة مستغانم

نتائج الدراسة :

اثبتت الدراسة ان الطلبة الجامعيين يتابعون اليوتيوب بصفة منتظمة ، كما اظهرت النتائج ان الفترة الليلة تعتبر من افضل الفترات بالنسبة للطلاب لمشاهدة اليوتيوب ، وكشفت الدراسة بان معظم افراد العينة يمتلكون خبرة عن هذا الموقع تتجاوز الثلاث سنوات ، كما تبين من خلال الدراسة ان دافعهم الاول لمتابعة صفحات اليوتيوب هو معرفة الاخبار الجديدة يليه دافع التسلية وحب الاطلاع ثم تفضية الوقت والترفيه ، وتوصلت الدراسة الى ان المواضيع السياسية هي التي يهتم بيها الشباب خلا تصفحهم للموقع ، اما بالنسبة للاشباع المحققة منه بينت الدراسة ان الحاجات الشخصية والترفيهية هي التي يرغب الطالب باشباع نفسه منها بدرجة كبيرة ثم الحاجات العلمية و الاجتماعية وغيرها ، كما اظهرت مدى

تأثير وانعكاس محتوى برامج اليوتيوب على واقع و اراء الطلبة حول مجتمعهم والقضايا التي يعيشونها ومساعدتهم في ايجاد حلول لها .

الدراسة الرابعة :

مذكرة ماستر في الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة لأسماعيل بوشنافة و حسان بن شناف خلال العام الدراسي 2018 / 2019 بعنوان : استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب والاشباع المحققة منه انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

-ماهي عادات و أنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين لمضمون قنوات اليوتيوب ؟

-ماهي دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال في متابعتهم لمضمون قنوات

اليوتيوب؟

-ماطبيعة الموضوعات التي يتفاعل معها طلبة ماستر إعلام والاتصال أثناء استخدام

اليوتيوب؟

-كيف يتفاعل الطلبة الجامعيون مع قنوات اليوتيوب؟

الهدف من الدراسة :

- التعرف على دوافع الطلبة الجامعيين في متابعتهم لمضمون قنوات اليوتيوب

- معرفة أهم الموضوعات التي يتفاعل معها طلبة ماستر إعلام واتصال.

- التعرف على أهم عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين لمضمون قنوات اليوتيوب

-تقديم رؤية علمية عن واقع تفاعل طلبة الماستر مع مضمون قنوات اليوتيوب

مجتمع البحث : طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال

نتائج الدراسة :

أكدت الدراسة ان طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح بورقلة المتابعون لمحتوى اليوتيوب تتراوح اعمارهم ما بين 24 و26 سنة ، ويتابعونها بشكل دائم وان الفترة الليلية هي اكثر الفترات تصفحا لمدة ساعة او ساعتين عن طريق الهواتف الذكية نظرا لسهولة استعمالها ، كما اظهرت النتائج ان معظم الطلبة يمتلكون قنوات لكن لا ينشرون فيها نظرا لعدم امتلاكهم وقت لصناعة المحتوى بينما يكتفي البعض بالمشاهدة فقط ، بينما الدوافع فكانت اولا التنقيب كونهم طلبة وفي مرحلة التحصيل العلمي ورفع مستوى المعرفة لديهم ، كما بينت الدراسة انهم يشعرون بالراحة عن مشاهدة محتوى قنوات اليوتيوب وكسب ثقافة عامة ، وكان رأي الطلبة حول المواضيع التي يتفاعلون معها هي المواضيع الاجتماعية بالدرجة الاولى كونها نابعة من الواقع.

الدراسة الخامسة :

مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال لحميتي حسبية و ام كلثوم نوحه خلال العام الدراسي 2017/2016

بعنوان : اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الاعلامية في اليوتيوب

انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

- فيما تتمثل دوافع مشاهدة الطلبة الجامعيين للمضامين الإعلامية في اليوتيوب؟

- ما الاشباع المتحققة من مشاهدة الطلبة الجامعيين للمضامين الإعلامية في اليوتيوب؟

- ماهي المضامين الإعلامية الأكثر مشاهدة في اليوتيوب من طرف الشباب؟

-هل تتوافق اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الإعلامية التي على اليوتيوب ؟

الهدف من الدراسة :

-تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الاتجاه الذي يسعى إليه الطلبة

الجامعيين في ظل استخدام موقع اليوتيوب على شبكة الانترنت.

تحديد نوعية المضامين الإعلامية التي تحظى بمشاهدة كبيرة من طرف الطلبة على صفحة اليوتيوب.

- تحديد مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من المضامين الإعلامية على اليوتيوب.

التوصل إلى نتائج توضح اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الإعلامية في اليوتيوب.

مجتمع البحث : طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بمختلف التخصصات

نتائج الدراسة :

تمثل المضامين الاعلامية على صفحة اليوتيوب بالنسبة للمبحوثين مكانة هامة في حياتهم اليومية يشاهد الطلبة هذه المضامين لاقوات تفوق الساعة يوميا بواسطة الهواتف الذكية نظرا لسهولة اقتناءها و استخدامها ، كما ان فترة التصفح تكون ليلا كونها الفترة التي يرتاح فيها الباحث من الاعمال اليومية ،

كما بينت الدراسة ان دوافع الطلبة لمشاهدة المضامين الاعلامية هو التعلم والتثقف نظرا لوجود العديد من البرامج التي تسعى لتحقيقها ، والاشباع المحققة منه كانت ترفيهية ، كما اثبتت نتائج هذه الدراسة انه قد اصبحت هذه المضامين ضرورية بالنسبة لكل طالب في حياته اليومية نظرا لاحتوائها على موضوعات هامة تعكس الواقع المعاش .

الدراسات العربية :

الدراسة الاولى :

دراسة الدكتور رضا عبد الواحد امين بعنوان : استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت سنة 2009/2008 بجامعة المملكة مملكة البحرين

انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

ما هو موقع يوتيوب على شبكة الإنترنت ، وما طبيعة ونمط الإعلام الذي يقدم من خلاله كأحد أنماط الإعلام الإلكتروني الشبكي ؟

-ما مدى استخدام الشباب الجامعي لهذا الموقع ومعرفتهم له ؟

-وما طبيعة استخدام الشباب الجامعي لإعلام اليوتيوب ، من حيث نمط الاستخدام وموقعه ؟

-ما دوافع استخدام الشباب الجامعي ليوتيوب ؟

-ما مستوى النشاط في تعرض الشباب الجامعي لموقع ملفات الفيديو يوتيوب ؟

-ما الإشباعات المتحققة للشباب الجامعي من استخدامهم لمواقع لقطات الفيديو ،

وخاصة (يوتيوب)؟

-ما مستوى الثقة في هذا النوع من الإعلام الجديد الذي يمكن إدراجه تحت مسمى

الإعلام الشعبي ؟

-ما درجة مناسبة المضمون المقدم في هذا النوع من الإعلام مع الثقافة العربية والإسلامية ؟

الهدف من الدراسة :

الهدف من الدراسة هو معرفة مدى انتشار موقع اليوتيوب بين الشباب الجامعي وكذلك التعرف على استخدامات هذه الفئة لموقع اليوتيوب والإشباعات الحقة منه .

مجتمع البحث : عينة من طلبة جامعة المملكة الحكومية وثلاث جامعات خاصة.

نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة لعدة نتائج اهمها ان موقع اليوتيوب يقدم نمط جديد من الاعلام او مايعرف بالعلام الشعبي ، كما توصلت الدراسة الى ان كل الشباب الجامعي يعرفون مواقع ارفاق ومشاركة الفيديوات وعلى مقدمتها اليوتيوب كما ان غالبية الشباب الجامعي يستخدمون موقع اليوتيوب وهذا ما يشير الى جاذبية الاعلام الجديد ، وبينت الدراسة ان الوسيلة التي عرف بها الشباب الجامعي موقع اليوتيوب كانت المواقع الالكترونية الاخرى وتمثلت دوافع استخدام الشباب الجامعي لليوتيوب في الرغبة في امدادهم بالاخبار الهامة المصورة واللقطات الاخبارية النادرة ثم التسلية والترفيه و الفضول للتعرض لنمط اعلامي جديد ، اما من حيث الاشباعات فكانت في المقدمة تحقيق الاشباعات المعرفية وفي الاخير توصلت الدراسة الى ان غالبية الشباب الجامعي اعطو موقع اليوتيوب قيمة ايجابية ويروا ان هذا النمط الجديد من الاعلام يعد تطورا كبيرا في وسائط الاعلام الالكتروني .

الدراسة الثانية :

دراسة الدكتور محمد احمد هاشم الشريف بعنوان :استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب وتأثيره على علاقتهم بالتلفزيون

انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

- ما عادات استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب والتلفزيون؟
 - ما أنماط استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب و التلفزيون ؟
 - ما المضامين التي يفضل الشباب السعودي الجامعي مشاهدتها عبر اليوتيوب والتلفزيون ؟
 - ما دوافع استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب والتلفزيون؟
 - ما الإشباعات التي تتحقق للشباب الجامعي السعودي من استخدام اليوتيوب والتلفزيون؟
 - ما عناصر ثراء اليوتيوب كوسيلة اتصال جماهيري؟
 - كيف يرى الشباب السعودي الجامعي تأثير استخدامهم لليوتيوب على مستقبل علاقتهم بالتلفزيون؟
- الهدف من الدراسة :

التعرف على عادات استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب والتلفزيون

رصد وتحليل أنماط استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب والتلفزيون.

الوقوف على دوافع استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب والتلفزيون
 دراسة الإشباع التي تتحقق للشباب الجامعي السعودي من استخدام اليوتيوب والتلفزيون
 التعرف على عناصر ثراء اليوتيوب كوسيلة اتصال جماهيري
 الكشف عن مدى تأثير استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب على علاقتهم بالتلفزيون
 مجتمع البحث : الشباب السعودي الجامعي

نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها ان هناك تأثيرا لمواقع الفيديو التشاركي وخاصة اليوتيوب على عادات وانماط استخدام الشباب السعودي للتلفزيون ، وتتمثل في ارتفاع عدد مشاهدات موقع اليوتيوب مقابل انخفاض نسبة مشاهدتهم للتلفاز وهذا نظرا لاستحواذ موقع اليوتيوب لاهتمامهم ، وجاءت المضامين الترفيهية في مقدمة المحتوى اليوتيوبي المفضل لدى الشباب السعودي الجامعي بينما المضامين الرياضية والدرامية والسياسية فتأتي في مقدمة المضامين التلفزيونية المفضلة لديهم ، وكشفت هذه الدراسة ان دوافع استخدام الشباب الجامعي لليوتيوب كان من اجل مشاركة مقاطع الفيديو معى الاهل و الاصدقاء وابداء الرأي في قضايا مختلفة ، وترى الغالبية العظمى من الشباب السعودي الجامعي ان اليوتيوب يوفر محتوى اكثر تميزا وانفرادا عن المحتوى التلفزيوني باعتباره يعتمد في الفكرة والتصوير والايخراج على العنصر الشبابي ، وتوصلت الدراسة ان الشباب السعودي الجامعي يرى ان استخدامهم لليوتيوب لن يقضي تماما على مشاهدتهم للقنوات التلفزيونية .

الدراسة الثالثة :

دراسة للاستاذ اكرم عبد القادر فروانة بعنوان : فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الاسلامية بغزة ، قدمت هذه الدراسة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير خلال الام الدراسي 2012

انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

ما مهارات تصميم الصور الرقمية المراد اكسابها لطالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة؟

-ما مواقع الفيديو الإلكترونية المستخدمة في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية؟

-هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0,05 \geq \alpha$) بين متوسطي درجات طالبات المجموعة

الضابطة والمجموعة التجريبية في التطبيق البعدي لمهارات تصميم الصور الرقمية؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0,05)$ بين متوسطي درجات طالبات المجموعة

الضابطة والمجموعة التجريبية في التطبيق البعدي لمهارت تصميم الملصقات التعليمية؟

-هل يصل مستوى إتقان طالبات المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في مهارات تصميم الصور الرقمية

إلى (80 %) بعد إجراء التجربة؟

-هل يصل مستوى إتقان طالبات المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في مهارات تصميم الملصقات

التعليمية إلى (80 %) بعد إجراء التجربة؟

الهدف من الدراسة :

- تحديد مهارات تصميم الصور الرقمية الضرورية لطالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة

-الكشف عن فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في إكساب الجانب المعرفي والمهاري

لتصميم الصور الرقمية

– الكشف عن فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في اكساب مهارات تصميم الملصق التعليمي .

- التعرف على مستوى إتقان طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية لمهارات تصميم الصور الرقمية

والملصق التعليمي

مجتمع البحث : طالبات كلية التربية

نتائج الدراسة :

توصل الباحث من خلال دراسته الاجابة عن السؤال : ما مواقع الفيديو الالكتروني المستخدمة في اكتساب

مهارات تصميم الصور الرقمية ؟ حيث اعتبر الباحث موقع اليوتيوب اشهر المواقع التي يلجأ اليها الطلبة

لاكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية ، كما توصلت الدراسة الى كيفية التحكم بطريقة علمية في موقع

اليوتيوب اي طريقة استخدامه بغرض التعليم .

منهج الدراسة :

في ضوء طبيعة الدراسة و المعلومات المراد الحصول عليها لمعرفة دوافع استخدام الطلبة الجامعيون لموقع اليوتيوب ، فإن هذه الدراسة تدخل ضمن الدراسات الوصفية الاستكشافية والتي تهدف الى تحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة او موقف يغلب عليه صفة التحديد ، وانطلاقا من مشكلة الدراسة فلقد كان المنهج المناسب لها هو المنهج الوصفي التحليلي كونه الانسب للدراسات الانسانية و الظواهر الاجتماعية .

" الذي يعتمد على دراسة الظاهر في الواقع ووصفها بدقة و التعبير عنها كميا وكيفيا في تصنيف المعلومات وتنظيمها و السعي لفهم علاقات هذه الظاهرة مع غيرها من الظواهر و الوصول لاستنتاجات تسهم في تطوير الواقع المدروس ، اذ يقوم اساس تحديد خصائص هذه الظاهرة ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها واسبابها و اتجاهاتها وتحليلها كميا " ، لان عملية الوصف و التحليل للظواهر تكاد تكون مسألة مشتركة وموجودة في كافة انواع البحوث العلمية¹.

¹بتصرف ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، مناهج واساليب البحث العلمي ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2000 ، ط 1 ، ص 87

المقاربة النظرية لموضوع الدراسة :

تعتبر المقاربة النظرية اهم الخطوات التي تحدد من خلالها زاوية الدراسة وتكون بمثابة الموجه لها ، فهي بمثابة الاتجاه الفكري الذي يتضمن مجموعة مفاهيم نحقق بها رؤية حول موضوع دراستنا فالتصور النظري مهم من خلال التفسيرات التي تقدمها النظرية و التي تكسي الحقائق طابعا علميا، ولذلك الاقتراب النظري الذي وجدناه مناسباً لموضوع دراستنا هو نظرية الاستخدامات والإشباعات .

1- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات :

نظرية الاستخدامات والإشباعات هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وتتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضامين وسائل الإعلام. وهي عبارة عن محاولة للنظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجماهير بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، حيث أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام.

وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين أدى ادراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على ادراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي وغير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل ووسائل الإعلام مفضل من وسائل الإعلام ، فلم يعد السؤال المطروح: ماذا يفعل الإعلام بالجمهور؟ بل ماذا يفعل الجمهور بالإعلام؟ ولماذا يستخدم الجمهور المنتجات الإعلامية؟ وما هي الإشباعات التي يحققها؟ وتتطوي هذه الأسئلة عن انتقال موضوع التأثير من مضمون المادة الإعلامية فحسب، إلى السياق الاتصالي برمته، فمنع الإشباعات التي يحصل عليها المتلقي من الإعلام الجماهيري، قد يتعلق بالمضمون الخاص للرسالة أو بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاته، أو بالوضعية الاتصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة إعلامية ما .

2- فروض النظرية :

من الفروض التي تسعى النظرية الى قياسها :

- يشارك الجمهور بفعالية في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال أهداف مقصودة لتحقيق تلبية توقعاتهم.

- يستطيع أفراد الجمهور تحديد حاجاتهم ودوافعهم (النفسية و الاجتماعية) وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات .

- تتنافس وسائل الاعلام مع الوسائل الأخرى لإشباع حاجات الافراد ، فالجمهور يكمل احتياجاته

التي لا تشبعها وسائل الاعلام الجماهيري من خلال وسائل أخرى¹.

3-العلاقة بين النظرية والدراسة :

ترى نظرية الاستخدامات والاشباع أن العلاقة بين ما تقدمه مواقع اليوتيوب والجمهور تفرضه قيم الناس واهتماماتهم وميولهم وأن الناس يختارون ما يستقبلونه في ضوء هذه الاهتمامات وأن مضامين مواقع اليوتيوب التي على شبكة الانترنت تسعى إلى إشباع حاجات الجمهور حيث أن الجمهور يقوم بتحديد نوعية المضامين الإعلامية على موقع اليوتيوب التي يتلقاها لإشباع رغباته .

¹ د حسن مكايي ، ليلي حسن السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، العربية للطباعة والنشر ، ص ، ص ، 239 ، 244

اهداف الدراسة:

- التعرف على مدى استخدام الطلبة الجامعيون لليوتيوب
- الكشف عن انماط التعرض لهذه المواقع
- معرفة اهم المواضيع التي يتناولها الطلبة خلال استخدامهم لليوتيوب
- التعرف على اهداف استخدام اليوتيوب والاشباكات المحققة منه
- التعرف على درجة الاعتماد على اليوتيوب من طرف الطلبة
- التعرف على مدى فاعلية استخدام مواقع التواصل لدى الطلبة الجامعيين في البحوث العلمية

اهمية الدراسة :

يعد اليوتيوب من اهم وابرز تطبيقات الويب خاصة واننا في عصر المعلوماتية والتكنولوجيا ، حيث يمتاز بمجموعة من الخصائص وتوفرها على نمط جديد للعملية التعليمية في اعتمادها على التقنية ، وسهولة الاستخدام بالنسبة للقراء و المدونين ايضا ، وكذلك امتيازه بالتجديد المستمر في المعلومات وتوفره في اي وقت وزمان ، الامر الذي جعل الطلبة الجامعيين يفضلونه على باقي الوسائل التعليمية خصوصا بالتطور التكنولوجي الحاصل والذي شكل من اليوتيوب احدى اهم تطوراته وكذا توفيره لمراجع عادة يكون من الصعب الوصول اليها كالمراجع الاجنبية .

صعوبات الدراسة :

في غالب الاحيان لكل دراسة عدة صعوبات تواجه الباحث، وعليه من بين الصعوبات التي واجهتنا هي :

1- حداثة الموضوع وقلة المراجع العلمية المتخصصة في مجال موقع الشبكات الاجتماعية .

2- قلة الدراسات السابقة في مجال الشبكات الاجتماعية خاصة اليوتيوب .

3- ضيق الوقت لانجاز هذه الدراسة .

4- صعوبة التواصل مع المبحوثين بسبب هذه الظروف الاستثنائية .

5- اللامبالاة من طرف بعض المبحوثين

الفصل الثاني:
الجانب النظري
للدراسة

1- مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

- 1-1 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- 2-1 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 3-1 مميزات مواقع التواصل الاجتماعي
- 4-1 ابرز مواقع التواصل الاجتماعي

2- موقع اليوتيوب

تمهيد

- 1-2 مفهوم اليوتيوب
- 2-2 نشأة وتطور اليوتيوب
- 3-2 خدمات وتطبيقات اليوتيوب
- 4-2 مميزات ومبادئ اليوتيوب
- 5-2 مزايا وعيوب اليوتيوب

اولا : مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

تطورت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير وانتشرت بشكل واسع بين جميع الفئات المكونة للمجتمع حيث انتقلت عدوى الاقبال عليها بينهم بسرعة كبيرة ، فهي تعتبر من اسرع الوسائل المنتشرة في العصر الحديث ، احدثت هذه المواقع تغييرا في كيفية الاتصال والتواصل والمشاركة بين الاشخاص والجماعات وتبادل المعلومات ، فهي تتميز بالسرعة في نقل الاخبار عن بعد في مختلف انحاء العالم ، عملت هذه المواقع على كسر الحدود الجغرافية وجعل العلم يبدو كقرية صغيرة و استطاعت ان تخلق مجتمعات افتراضية .

بلا شك ان التوجه العالمي حاليا أخذ نحو هذه المواقع التي اصبح يطلق عليها الجمهور اسم الاعلام البديل لانها تمتاز بآليات غير موجودة في الاعلام التقليدي الذي يكون الجمهور فيه متلقيا .

1-1 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

كانت بدايتها مع موقع (classmates.com) عام 1995 أنشئ بين زملاء الدراسة ثم موقع الدراجات الست (SixDegress) سنة 1997 ، ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الاشخاص كفتح صفحات شخصية للمستخدمين وارسال رسائل لمجموعة من الاصدقاء لكنه تم اغلاقه سنة 2001 لانها لم تستطع ان تحقق النجاح الكبير لمالكيها ، بعد ذلك استطاع مطورو الانترنت ان يستخدموا متصفحات الانترنت لارسال واستقبال البيانات في نفس الوقت بدلا عن دورها الاصيل كمستقبل اعمى للبيانات مثل موسوعة ويكيبيديا ، وكانت هذه القفزة هي الحقيقة لما يعرف بتطبيقات الويب 2.0 وهذا ما انتج المواقع الاكثر شعبية¹ .

¹ وائل مبارك فضل الله ، اثر الفيس بوك على المجتمع ، مدونة شمس النهضة 2010 ، ص 07

2-1 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص عديدة تميزها عن غيرها من التطبيقات ورغم تنوع هذه الخصائص إلا أنها تشترك في بعضها وهي :

خاصية الفيديو VEDIO:

توفر هذه الخاصية للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرسالها كرسالة مرئية (صوت وصورة) .

خاصية الاعلان MAKKETPLACE

تمكن المستخدمين من الإعلان عن أي منتج يودون الإعلان عنه والبحث عن أي منتج يرغبون في شراءه .

خاصية المدونات BOLGE:

تمكن هذه الخاصية المشترك من إعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته ويمكن تقديم روابط لمن هم في نفس مجاله مثل خدمة المراجع الإلكترونية التي تقدمها المكتبات عن طريق المدونات من خلال الشبكات الاجتماعية .

خاصية الاهداف العامة EVENTS:

تتيح هذه الخاصية لمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جرى حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء .

خاصية المجموعات GROUPS:

هذه الخاصية هي أساس العمل الجماعي على شبكات التواصل الاجتماعي حيث تتمتع جميع الشبكات الاجتماعية بإمكانية إعداد مجموعة لها هدف واهتمام يجمعها وتقدم خدمات ما على مستوى الشبكة وهذه الصفة قد تجعل أصحابها قاصرة على بعض الأفراد وقد تكون عامة للجميع .

خاصية الصور photo:

كما سبق الذكر هذه الخاصية تتيح للمشارك إمكانية إعداد ألبومات مصورة الخاصة به كما يستعرض من خلالها صور أصدقائه و المضافين لديه وصور عائلته وصور مناسباته الخاصة أو العامة .

خاصية انشاء ملفات شخصية Create profiles :

هذه الخاصية توفر للمشارك في الموقع عمل ملف خاص به يحتوي على جميع البيانات التي قام بإدخالها عند تسجيله الدخول على الموقع اسمه، وظيفته، وتاريخ ميلاده، وحالته الاجتماعية إذ يمكنه استغلال هذا الملف في نشر ذكرياته الخاصة، وصوره وتعليقاته وكل ما يدور في ذهنه بشكل مستمر وبدون حدود. هذا الملف يمكن لأي أشخاص متواصلون مع بعضهم الاطلاع بسهولة عليه من جانب بعضهم البعض¹.

1-3 مميزات مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدة مميزات منها، ما يلي:

1_العالمية : حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.

2_التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم، " التلفاز والصحف الورقية " وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

سحنون خيرة ، واضح سعدة ، علاقة اليوتيوب بالسلوك الانحرافي لدى الشباب الجامعي ، جامعة الجليلي بونعامة ، خميس مليانة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير 2017-2018 ، ص 49

3. التنوع وتعدد الاستعمالات : فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.

4_سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل .

5_التوفير والاقتصادية: اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى¹.

1-4 أبرز مواقع التواصل الاجتماعي :

موقع الفيس بوك :

انشئ هذا الموقع سنة 2004 على يد " مارك زوكربيرغ " mark Zuckerbrgg " الذي كان طالبا في جامعة هارفارد حينها .

وسمي فايسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى ب " كتب الوجوه " التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف اتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض ، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج ، حيث يتفرق الطلاب في شتى الانحاء .

فكان الهدف تأسيس موقع الكتروني يقوم بعمل " كتب الوجوه " بطريقة اسهل واوسع انتشارا واكثر فاعلية².

وهذا ما حصل حيث اقتصر الفيس بوك في البداية على جامعة هارفارد ، ثم انتشر استخدامه الى باقي الكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات ، والفيس بوك من اهم واشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن للعضو في هذا الموقع ان يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تون بمثابة

¹ نادية بن ورقلة ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي ، جامعة الجلفة

هوية وتعارف لمن يريد التعرف عليه ويتواصل معه ، ولذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الاسماء الحقيقية ويمنع استعمال الاسماء المستعارة و الالقاب ¹.

موقع التويتر :

هو عبارة عن موقع اخباري معد خصيصا لطرح الاخبار اليومية لكل الجهات ، ظهر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة Obvious الامريكية ثم اطلق رسميا للمستخدمين في نفس العام ، وبمجرد الحصول على حساب فيه بإمكان الجميع كتابة اخبارهم او افكارهم او آرائهم الشخصية ونشرها على صفحاتهم على هذا الموقع ، في حدود 140 حرفا ، وبإمكانك اضافة اشخاص او جماعات الى حسابك الشخصي ².

موقع لينكدان :

يعتبر موقع لينكدان من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي احترافية بالاستخدام، ذات التخصص "وتسهيل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع ، فهو "business related"بالاعمال بين العاملون في قطاعات مختلفة ، او "Professional Networking"للاتصال المحترف ضمن القطاع نفسه او ضمن المؤسسة او الشركة نفسها ، وفي يوليو 2012 بلغ عدد المسجلين في الموقع اكثر من 175 مليون عضو من أكثر من 200 دولة ، والموقع متوفر ب 19 لغة عالمية ، خاصة الانجليزية و الالمانية و البرتغالية و الاسبانية والروسية ، التركية و اليابانية³.

ثانيا : موقع اليوتيوب

يختلف المختصون في تصنيف موقع اليوتيوب ضمن مواقع الشبكات الاجتماعية حيث أن الموقع بالأساس لا يقوم على تكوين الأصدقاء، إلى أن في الوقت نفسه لا يخلو من التعليقات والتقييم وأشكال التفاعل الأخرى كمشاركة مقاطع الفيديو على مختلف مواقع الإنترنت على اختلاف أنواعها.

1-2 مفهوم اليوتوب.

من خلال بحثنا حول مصطلح اليوتيوب صدقنا عدة تعاريف اتخذنا عدة باحثين نذكر منها:
اليوتيوب هو واحد أشهر المواقع الاليكترونية على شبكة الانترنت وتقوم فكرة الموقع على إمكانية

¹ وائل مبارك خضر فضل الله ، مرجع سابق ، ص 10

² نادية بن ورقلة ، مرجع سابق

³ علي خليل شقرة ، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، الاردن ، ط 1 ، 2014 ص 83

إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يكون المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن المشاهد من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من جهة نظر مستخدم الموقع وطبق لموقع اليكسا العالمي فإن موقع اليوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث تصنيف أكثر المواقع مشاهدة¹ كما يعرف أيضا على انه من المواقع العالمية التي تقدم خدمات الفيديو بالصوت والصورة في مختلف

المجالات، ويعد اكبر المواقع على شبكة الانترنت، ويسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني لكونهم مستخدمين عاديين². هو احد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة

ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جوت ووقعت في مختلف أنحاء العالم منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية.

إذن هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من " جوجل"، يتيح إمكانية لتحميل عليه أو منه لعدد هائل من

مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية

والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيس بوك ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الاجتماعي الهامة³.

تحدث rebcca rowell في كتابها "youtube thcompanyand it's founders" عن ظاهرة اليوتيوب والعقول اللامعة وراء تلك الظاهرة، وكيف بدأ اليوتيوب من فكرة بسيطة إلى أن أصبح شركة كبرى ومن أهم شبكات التواصل الاجتماعي⁴.

¹ - حصة بنت عبد الكريم الزيد، أثر استخدام الانترنت على الفتيات في مجال " موقع اليوتيوب نموذجا "دراسة ميدانية في منطقة البحرين، مجلة الجامعة الإسلامية، العدد 166 ، ص 258

² - هبة مُجّد خليفة ، ما هي مواقع الشبكات الاجتماعية؟، منتديا اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات، أطلع عليها بتاريخ) 25 -03-2021)، ساعة 10:00 صباحا

³ - محي الدين إسماعيل مُجّد النيهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، ط1 ، دار النشر مكتبة الوفاء القانونية، جامعة القاهرة، 2015 ، ص 50

⁴ - سلطان مفسر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة بحث مقدم لشبكة الألوكة، فرع الدراسات والأبحاث، المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة، 1432 هـ، ص 15

2-2 نشأة وتطور اليوتوب

تأسس اليوتوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال) عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية ادوب فلاش ويشمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما و التلفزيون والفيديو والموسيقى، وقامت غوغل (عام 2006) بشراء الموقع مقابل (1.65) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0) ، وأصبح اليوتوب عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية rowel 2001

وحول تاريخ الموقع تقول موسوعة ويكيد بينها العالمية " :تأسس موقع rowel عن طريق رتشارد هرلي، وستيف تشن، وجاود كريم (وهم موظفون سابقون في شركة pay pal قبل ذلك درس هرلي لتصميم في جامعة إنديانا بولاية بنسلفانيا، بينما درس تشن وكريم علوم الحاسوب في نشيطا فبراير 2005 ومن ثم تم العمل على تصميم جامعة إيلينوي، أصبح النطاق الموقع رسميا بعد ستة أشهر (موسوعة وكيبيديا العالمية) 2011.¹

وتذكر موسوعة (ويكيبيديا) ان اول فيديو وضع على اليوتوب كان (لجاود كريم) يحمل عنوان :إنا في حديقة الحيوانات في 23 ابريل 2005 وتستند موسوعة ويكيبيديا إلى موقع (alexa) في إحصائه حول اليوتوب بأنه أصبح حاليا ثالث اكبر المواقع بان عدد مشاهدة الأفلام من قبل

الزوار ككل يصل إلى (100) مليون يوميا، في شهر يناير (2008) فقط (79) مليون مستخدم شاهد أكثر من (3) مليارات فيلم في أغسطس 2006 .

ذكرت ستريت جورنال (بان الموقع يستضيف (6.1) مليون فيلم سعة (600) تيرابايت في 2007 استهلك الموقع قدرا من حجم تدفق البيانات (band width) مماثل لا يستهلك العالم لجميع مواقع الانترنت في عام 2000 يتم رفع (13) ساعة تقريبا من الأفلام في كل دقيقة، في

مارس (2008) قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يوميا موسوعة وكيبيديا العالمية،² 2011 .

2-3 خدمات وتطبيقات اليوتوب

1. خدمات اليوتوب.

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

¹ - سلطان مفسر مبارك الصاعدي، المرجع السابق، ص 17

² - عبد الله ممدوح مبارك الركود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين

الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 56

- يستطيع المستخدمون تحميل، وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.
- العثور على جماعات فيديو والالتحاق بها وتسهيل الاتصال مع من لديهم نفس الاهتمام والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء، وحفظ المقاطع المفضلة، ووضع قوائم تشغيل المقاطع.
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة باليوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل أي ب ياي وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أم خاصة.
- يستطيع المستخدمون اختيار عرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.
- يحتوى الموقع على المقاطع: الأحداث والحاصلة على اعلي تقييم، والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش، والأكثر تفضيلا، والأكثر اتصالا بمواقع أخرى.
- تصنيف مقاطع الفيديو أيضا أليا أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.
- لا يقدم اليوتيوب عادة ربط تنزيل الملفات الفيديو الخاصة به ويهدف إلى أن يتم مشاهدتها من خلال واجهة الاستخدام الخاصة بالموقع نفسه ولكنه يسمح للمستخدمين على مشاهدة ملفات الفيديو على صفحات ويب خرج الموقع نفسه¹
- فكل ملف فيديو على موقع اليوتيوب يكون مصحوبا بكود html يمكن استخدامه في تضمين ملف الفيديو في أية صفحة خارج موقع ويب- يوتيوب.
- وغالبا ما يتم استخدام هذه الإمكانية في تضمين ملفات فيديو اليوتيوب في صفحات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك المدونات.

يمكن تنزيل ملفات الفيديو من اليوتيوب بواسطة برمجيات خاصة أو عبر مواقع متخصصة كما أن أجهزة الهاتف المحمولة الذكية لها قدرة على الوصول إلى ملفات اليوتيوب وذلك اعتمادا على مزود خدمة الانترنت وإمكانية، التنزيل البيانات إلى جهاز الموبايل².

2. تطبيقات البديلة لتطبيق اليوتيوب الرسمي.

لكل تطبيق سواء يأتي بشكل مسبق مع الهاتف أم لا، يوجد لديه عشرات البدائل من التطبيقات والتي تمكن تحميلها من متجر قوقل تلاي أو من مصدر آخر والسبب في تجربة البديل الاستفادة من مميزاته وأدواته فمثلا تطبيق اليوتيوب لا احد يذكر انه يفتقر إلى بعض الميزات الحديثة مثل ميزة الشاشة الطافية والتي تمكن معها تشغيل اليوتيوب في الخلفية أو إذا كان يرغب احدهم بتحميل مقطع فيديو من اليوتيوب فلن يستطيع.

لذلك يضطر المستخدم النظر إلى مكان آخر يكون هناك مراده اليوم معنا 7 تطبيقات بديلة لتطبيق اليوتيوب الرسمي من على نظام تشغيل اندرويد وهذه البدائل هي من جهود المطورين وكان لها نصيب كبير المستخدمين.

✓ **Nwpipe**: أولى التطبيقات وهو مفتوح المصدر ويأتي بحجم خفيف وتم إنشاؤه خصيصا لتقديم:

¹ -عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع تواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع عمان

1436 - 2012، ص 14-15

² - سلطان مبارك الصاعدي الحربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، 1430 هـ، ص 63

تجربة مشاهدة سلسلة في اليوتيوب، والأفضل في تطبيق انه يلتف بشكل كبير على جميع الإعلانات،

إن كنت ترغب في الاستماع إلى مقاطع اليوتيوب في الخليفة ذلك ، كذلك بالجودة التي تريدها. **Tube mat** ✓ وهو الذي يستطيع معه المستخدم تحميل أي مقطع فيديو من اليوتيوب، أو حتى تحويل الفيديو إلى مقطع صوتي mp3 والتحميل والمشاهدة بالجودة التي يرغبها، كذلك يمكن استعماله

كتطبيق لتشغيل الفيديوهات المحزمة على الهاتف، أو فتح فيديوهات على الشبكة، تحتاج إلى تحديث

التطبيق حيث سيصلك إشعار بذلك¹

✓ **Og youtoub**: مشابه لتطبيق الذي يسبقه ولكن بميزة إضافية وهي إمكانية حجمها ومكانها، ومع " إمكانية فتح أي تطبيق وتصفحه بنفس الوقت، ويدعم تحميل الفيديوهات ما بين جودة 144 p

" 1440 p أو تحميل الفيديو كصوت، التطبيق مناسب ويمكنك الاستفادة منه كثيرا .

✓ **Zing youtube playe** : تطبيق متاح على متجر غوغل بلاي، وعلى الرغم من دعم قدومه بمميزات التطبيقات التي تسبقه إلا انه يحمل مميزات خاصة به وهي إمكانية إنشاء قوائم تشغيل تلقائياً دون توقف، وعند البحث عن أي مقطع فيديو وبنفس الوقت هناك فيديو قيد التشغيل يبقى قيد التشغيل بشاشة صغيرة كما في اليوتيوب تماما، ويدعم أيضا مشاهدة التعليقات ومقاطع الفيديو ذات الصلة وغيرها من المميزات الأخرى.

✓ **youtube music** : على الرغم من أن اليوتيوب يوفر جميع أنواع الفيديو في واجهة، إلا أنه أكثر الأسباب لتصفح اليوتيوب هو الاستماع إلى الموسيقى، لي طرح اليوتيوب تطبيقه الرسمية الخاص بهذا الأمر وهو تصفح والاستماع إلى الموسيقى فقط، ولكن للأسف هذا التطبيق متاح فقط في المملكة ومن ثم استخدام بتحميله apk ومن ثم استخدام vpn للبلد المدعوم وأخيرا تصفح التطبيق بشكل اعتيادي وبمجرد إيقاف تشغيل ال vpn سيتوقف التطبيق عن العمل.

✓ **Turbo tube**: هذا التطبيق والغير متاح على متجر بلاي، يحتوي على ميزة تسمى turbo والتي من خلالها سيتمكن المستخدم من تخزين مقاطع الفيديو المفضلة لديه لكي يتم الوصول إليها بسرعة وبنقرة واحدة سيتم تشغيل المقطع، وهنا ميزة social feed التي من خلالها سيتم مشاركة أو عرض مقطع اليوتوب الى الجداول الزمني في فيسبوك أو التويتر مباشرة من التطبيق.²

✓ **Youtube go** : التطبيق الجديد من اليوتيوب، والموجه للمستخدمين أصحاب الاتصال الضعيف والبطيء وشبكات الجيل الثاني وهو يأتي بحجم قليل تقريبا 8.5 ميغابايت والتطبيق الرسمي حوالي 24 ميغابايت، عموما التطبيق متاح حصريا في الدولة الهند وقريبا سيدعم العديد من البلدان.

¹ - محمد فلاق، دور الشبكات التواصل في التسويق المعاصر لمنظور تحليلي الأكاديمي للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم

الاقتصادية والقانونية، العدد 18 ، جوان 2017 م، ص 11،12

² - المرجع نفسه، ص 2

الأخرى يمكنك تحميله بملف APK من هنا، ومن أبرز مميزات دعمه لحفظ مقاطع الفيديو قبل تشغيله كصورة متحركة GIF ومشاركة مقطع الفيديو للهواتف القريبة منك بواسطة البلوتوث أو أي فأي مباشر.

2-4 مميزات ومبادئ اليوتيوب

1. المميزات

يعتبر اليوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بسبب مزاياه المتعددة وأهمها:

➤ عام ومجاني :

فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام كل ذلك مجاناً مقابل لتسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلاماً لها حقوق نشر خاصة بدون إذن، أو أفلاماً إباحية.

➤ **داعم لتحميل الأفلام:** فالموقع تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع أو الأغاني وتحويلها إلى الأفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة كبيرة لتحميل العديد من الأحداث والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

➤ **سهل الاستعمال من قبل العامة:** فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيرها من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.

➤ **سهل المشاهدة:** فبمجرد ضغطك على وصلة الفلم فإنك تستطيع مشاهدة بثه حياً مباشرة من موقع، بل وتستطيع أن تحتفظ ب هان أردت ذلك من خلال برنامج موسيقى.

➤ **سهل البحث:** فالموقع يوفر محرك بحث خاصة به، يمكنك أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.

➤ **الرقابة:** فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصراً على مجموعة خاصة من المشاركين أو العامة وكل ذلك يظهر بمحركات البحث كغوغل¹.

➤ **أداة رائعة لترويج:** وأفلام اليوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة فهو لا يكلفك شيئاً مثل الحملات الترويجية التسويقية التقليدية، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجاناً من خلال الموقع وهو مناسب للجميع أفرد كانوا أو شركات.

➤ **ميزة البث المباشر:** لا تحتاج بواسطة هذه الميزة إن تنزل الفلم حتى تشاهده بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدة ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف ممول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطوير الإعلام وتقنيات البث المباشر)

فمن هنا نستنتج أن بفضل هذه المميزات جعل مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على استخدام روابط موقع اليوتيوب، فنجد أن مستخدمي موقع فيس بوك وتويتر والصحف الإلكترونية والمدونات والمنتديات الاجتماعية وغيرها، يستخدمون روابط اليوتيوب في استنشاههم على صحة خبر ما مثلاً أو لتوضيح فكرة معينة أو أعضاء معلومة ما، بل إن هذا الموقع يساهم في إنشاء وتداول الشبكات الاجتماعية من خلال تبادل الفيديو، إضافة للتعليقات والنقاشات المتاحة أسفل كل فيديو، وكل هذا هو عبارة عن مزايا يتميز بها هذا الموقع، وخصائص تجعله أجد الموقع المفضلة

¹ - عباس مصطفى صادق: صناعة الخبر بين الإعلام التقليدي والحديد تطبيقاً على تقنيات الاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي

، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، أبوظبي، ص 22-23.

عند الشباب الجامعي الجزائري من بين المواقع التواصلية الأخرى، حيث يجد كثير منهم ضالتهم في موقع اليوتيوب، فهم حسبهم ليس مجرد موقع ترفيهي فقط، بل يستخدم أيضا في التعليم والتعلم والإعلانات والتسويق، وللحصول على الأخبار والمعلومات العامة يمكن إجمال خصائص موقع اليوتيوب فيما يلي:

يضم الموقع مجموعة واسعة من محتوى الفيديو في ذلك الأفلام ومقاطع تلفزيونية وأشرطة الفيديو

والموسيقى، بالإضافة إلى مهارات المحتوى كالمدينين وأشرطة الفيديو القصيرة

-يمكن للمستخدمين غير المسجلين مشاهدة معظم أشرطة الفيديو على الموقع.

-يمكن الإشارة إلى أن بعض محتويات الفيديو غير لائقة أو لا تناسب القصر، إضافة عنوان رئيس

بصف

الفيديو¹.

تضاف كلمات أو تاجر tags تصف الفيديو في كلمات بسيطة لتسهيل تصنيف.

-يمكن إنشاء قنوات منفصلة لكل مستخدم.

-احتواء مواقع على مقاطع فيديو ذات صلة بمحتوى الفيديو.

-يمكن الاشتراك والتسجيل في قناة معينة لتصل الرسالة الكترونية إلى البريد المسجل في هذه

القناة تخبره

بجدد مقاطع الفيديو التي تم حملها².

2. مبادئ نجاح اليوتيوب.

لكي تتمكن من الاستفادة من اليوتيوب بنجاح والحصول على أكثر قدر من الزوار المنتمين إلى

الشريحة المستهدفة لموقعك، عليك أن تأسس مبادئ لهذا الغرض، واليك بعض النصائح الكيفية

للحصول على شريحة التي استهدفتها ومنح الحرية للزائر في التنقل من اليوتيوب إلى موقعك.

أ- مشاركة أشرطة الفيديو الفيروسيّة: هناك الملايين من أشرطة الفيديو على اليوتيوب، والتي لا

تأخذ قدرا من الاهتمام، وان هذا الفيديو لم يسبق لاح دان شاهده ما عدى أصحاب الفيديو المتلف،

وفي الجانب الآخر نلاحظ أن بعض الفيديوهات لم تتعدى 15 دقيقة حتى ترى تهافت الزوار عليها

إذا ما عليك سوى أن تقوم بتقديم مثل هذه الفيديوهات كمثال فيديوهات التي تشرح فيها منتجات

google حيث نلاحظ زيارات بمئات الآلاف وشروحات الريح من الانترنت والتي نفوق الألف

وبعض الفيديوهات الوثائقية والتي تتساوى في المرتبة إضافة إلى جانب المواد التعليمية والمدرسية

إضافة إلى أخبار التكنولوجيا والرياضة حيث نشاهد عدد يقدر الملايين فقط على فيديو لم يتجاوز

طرحه سوى 15 دقيقة والمهم هو أن ترى آخر المستجدات الأخبار ومن ثم طرح الخبر الساخن

والذي يتلف المشاهدون عليه، ويمكن رفعه مرفقا بسعر شبكتك، ورفاقه برابط شبكتك في ملفك

الشخصي.

ب. إنشاء ملف للاهتمام : كتويتير وغيرها من الشبكات الاجتماعية الأخرى والتي لحصر لها

وأركز القول حول ملف التعريف والذي يكثر البعض في زخرفية وكأنه مهرجان مما يدفع الزائر

¹ - جبريل بن حسن العريشي، سلمى بن عبد الرحمن مُجدّ الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية التحليلية، ط2، الدار

المنهجية للنشر والتوزيع، 2015 م - 1436 هـ، ص4

² - جبريل بن حسن العريشي، سلمى بن عبد الرحمن مُجدّ الدوسري، مرجع سابق، ص 49

إلى السام وإزعاجه في مقاب يمكنك أن تضع تعريفا بسيطا خاصا بك وتجعله غير رسمي لتثير حماسة الزائر ودفعه لاكتشاف المزيد¹.

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

العلامات التجارية الرئيسية، وهذا هو السبب الذي يجب أن تدرجهما في شريط الفيديو، يمكنك ادراجهما في بداية الفيديو وفي نهايته، فمن الأفضل أن يكون شعارك و رابط الفيديو يظهر في مقاطع لإثارة الانتباه الزائر وعدم إزعاجه أو من الأفضل أن يتم إدراجهم على طول الفيديو، مع توخي الحذر من أن يكون هناك تعارض، وإذا لاحظت بعض التعارض فما عليك سوى أن تدرج الشعار وال رابط في بداية ونهاية الفيديو تكفي.

ث - **أشرطة الفيديو ذات الجودة العالية**: كلما ذكرنا في البداية أن اليوتيوب يعاني من نقائص في الفيديوهات في مختلف المجالات للأسف وهذا يعني أيضا انه لا يوجد نقص في الفيديو مع النوعية الرديئة

لا يحبذ أشرطة الفيديو هذه من قبل المشاهدين، لذلك إذا كنت تريد للمشاهدين مشاهدة أشرطة الفيديو الخاصة بك، تأكد من أن هذه أشرطة ليس لها صوت متقطع أو صور ذات جودة ضعيفة أو عدم وضوح صور، وتذكر أن اليوتيوب ليس لوحة فنية لمصوري الفيديو المهنية، حتى تتمكن من نشر مقاطع الفيديو للهواة ولكي تتأكد من جودتها اللائقة².

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

ح - **تأطير الفيديوهات في سلسلة**: أشرطة الفيديوهات يمكن أن تصبح مستقلة، بذاتها وستجلب الزوار لكن من الأفضل إذا قمت بإنشاء الفيديوهات الأخرى بحيث عند إيجاد الزائر احد الفيديوهات سيلاحظ شعار قناتك على اليوتيوب مما سيدفعه إلى النقر على الشعار ومن ثم تحويله إلى قناة مما يكسبك زوار إضافيين³

ومحاولة تأطير هذه السلسلة في موعد محدد أي كل أسبوع مثلا مما سيبنى ولاء للقناة من قبل الجمهور.

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

د - **اختيار الوقت المناسب لنشر أشرطة الخاص بك**: يلعب التوقيت دورا مهما جدا لمعرفة الأوقات التي توجد بها عدد كبير من الزوار والأوقات التي لا يوجد هذا العدد الكبير من المشاهدين

¹ - عبد الرزاق مُجد الديمي، الإعلام الحديدي والصحافة الإلكترونية، ط1 ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2010 ، ص61

² - ماهر عودة الشمالية، الإعلام الرقمي الجديد، ط1 ، دار الإعصار العلمي، للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014 ، ص37

³ - عبد الرزاق مُجد الديمي، مرجع سبق ذكره، ص 51

أيام الأسبوع حيث أن الولايات المتحدة الأمريكية الوقت الأنسب لديها هو بعد الظهر بالخصوص هو أفضل وقت لنشر شريط الفيديو¹.

2-5 مزايا وعيوب اليوتيوب

1- مزايا اليوتيوب

- مع كون موقع اليوتيوب أشهر المواقع على شبكة الانترنت، بحيث ما يقارب % 60 من حصيلة زيارات مستخدمي الانترنت للمواقع الالكترونية، فانه كذلك إلى جانب ايجابياته لا يخلو من المشاكل والعيوب والسلبيات.
- لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدمه مهما كان موقعه ومهما تمددت اهتماماته:
- ✓ جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة: فلا يكاد يحدث حدث إلا ويصوره ويسجله في نفس اللحظة.
- ✓ يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب: ولذلك نفس الحدث ما جعل عن أي حدث الساعة في كل حين مهما بعد الزمن، وهذا يحدث كبر اثر في ترسيخ أدق المشاهد في ذهن ويؤثر في آراء بشكل كبير. كما أن تكرار عرض المشاهد قد يوفر إمكانية اكتشاف جوانب من الأحداث وحقائق يمكن أن لا يتم ملاحظتها في مشاهدة أو مشاهدين.
- ✓ إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة: بتتيح لمستخدم أن يدخل على كثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين ويتمكن من رؤيتها مما يوسع مداركته ويزيد من رصيده المعرفي.
- ✓ إعطاء الإمكانية للمستخدمين الذين يعرفون مقاطع الفيديو على اليوتيوب: وذلك بإجراء تعديل على هذه المقاطع والتأكيد من اعتماد التعديل فوراً.
- ✓ سهولة الاستعمال والمشاهدة: خدمة اليوتيوب نظيفة، واضحة وسهلة الاستعمال والاشتراك
- ✓ توفير إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب: من محاضرات وخطابات ومعلومات إلى عدة لغات ترجمة فورية، بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة.
- ✓ بالإضافة إلى كل هذه المزايا نجد هناك بعض الايجابيات السريعة التي يوفرها اليوتيوب من بينها:
- ✓ أن استخدام خدمة اليوتيوب للوصول إلى وسائل الإعلام هي رخيصة وسهلة.
- ✓ اليوتيوب لديه مجموعة واسعة من أشرطة الفيديو في مختلف فئات².
- ✓ يمكن إبقاء محدث مع أشرطة الفيديو الجديدة التي يتم إضافتها دائماً إلى اليوتيوب.
- ✓ يمكنك عرض إبداعك ومهاراتك من خلال اليوتيوب ولهذا فائدة كبيرة عليك.
- يمكنك التعرف على الناس من خلال اليوتيوب.
- ✓ يمكنك التعلم من خلال اليوتيوب والحصول على قدر كبير من المعلومات لكثير من الناس في

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص52

² - مصطفى يوسف كاني، الإعلام التفاعلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2016، ص17

فترة قصيرة من الوقت.

- ✓ يوفر المال والجهد: لا حاجة لظن من المعدات و الكمبيوتر، وأجهزة الفيديو وميكروفون وبرامج تحرير الفيديو.
- ✓ يمكنك من ربح المال وذلك إما بربط حساب ادسنس بقناة اليوتيوب الخاصة بك وبالأفلام الموجودة فيها أو عبر أي عملية تشويق اليكتروني

2- عيوب اليوتيوب

على الرغم من أن اليوتيوب وضعت بنود للخدمة بحيث تمنع عرض المقاطع التي تحتوي أشياء غير لائقة إلا أن الخدمة واجهت نقد كبيراً بحيث أن الموقع ليس لديه القدرة على مراجعة جميع محتويات قبل النشر، وذلك يعني وجود العديد من المقاطع غير اللائقة والمثيرة للجدل، حيث تم عرض بعض المقاطع التي تنفي وجود الهولوكست وهو حرق اليهود قبل هتلر النازي وأيضاً بعض مقاطع الأفلام المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم وللدین الإسلامي وغيرها. وبسبب ذلك قامت العديد من البلدان بمنع الوصول إلى اليوتيوب مثل المغرب والصين وإيران وتركيا وباكستان.

وقامت لجنة الثقافة والإعلام بمجلس العموم في بريطانيا بتسجيل عدم رضاها عن خدمة اليوتيوب وسياستها تجاه مقاطع الفيديو بسبب عدم قدرة الموقع على مراقبة كل ما يتم نشره، لذلك كان رد فعل الشركة هو التصريح بأنها قامت بوضع ضوابط مشددة في هذا الشأن، وطلبت من محتوى أو فيديو غير لائق يقوم بإبلاغ الشركة. وذلك لاتخاذ كافة الاجراءات اللازمة، وبالفعل قام الموقع مؤخرًا بحذف العديد من مقاطع الفيديو التي لا تتوافق مع شروط وسياسة الموقع.

✓ بعض السلبيات السريعة لليوتيوب: أي شخص يمكنه مشاركة فيديو خاص به مهما كان محتواه.

✓ هناك نوع من العنف على بعض أشرطة الفيديو على الموقع يسجلها المراهقين وغيرهم لنشره والتفاخر بالاعتماد على البشر والحيوان¹.

✓ هناك أشرطة فيديو مخلة للأداب العامة.

✓ قد يؤدي استخدام الخدمة إلى غزو الخصوصية.

✓ قد يؤدي استخدام الخدمة إلى التعدي على الحقوق المؤلف بها.

و مما سبق توصلنا الى أن التطور الهائل في التكنولوجيا الحديثة أدى إلى تغيير نمط حياة

الفرد

والمجتمع من الاتصال والتواصل مع بعضهم البعض ولقد تحول من الاتصال المباشر إلى الاتصال الافتراضات من خلال وسائط التكنولوجيا المختلفة أبرزها تطبيقات الويب منها موقع اليوتيوب حيث أصبح يشكل جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية باعتبارها تحقق إشباع الفرد وتلبي احتياجاته في مختلف المجالات².

¹ - صاحبي صبيحة، اتجاه الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، دراسة ميدانية على

عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أن البواقي، مذكرة لنيل شهادة ماستر، 2018-2019، ص 36

² - ماهر عودة الشمالية، الإعلام الرقمي الجديد، ط 1، دار الإعصار العلمي، للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 37

خلاصة الفصل :

ومن هنا يمكن القول ان شبكات التواصل الاجتماعي هي الاكثر انتشارا في وقتنا الحالي ، حيث تمكنت من حجز مكانة لها كما تمكنت من احداث تغيير في منظومة التواصل بين افراد المجتمع ، حيث تمكنا من خلال هذا الفصل من التعرف على اهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي و المميزات التي تمتاز بها هذه المواقع ، كما تعرفنا على ابرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تلقى رواجاً كبيراً ومن بينها اليوتيوب ، والذي يعتبر موقع عملاق للتواصل الاجتماعي ، حيث يقدم مجموعة كبيرة و متنوعة من المزايا و الخدمات ، كما يعد منبرا لطرح الافكار و الابداع و التواصل .

الفصل الثالث :
الجانب الميداني
للدراسة

مجالات الدراسة :**المجال الزمني للدراسة :**

ان اية دراسة تستغرق مدة زمنية حسب طبيعة الموضوع واهمية الدراسة والظروف المساعدة على انجازها ، بالنسبة لبحثنا فقد استغرق مدة زمنية قسمناها الى قسمين قسم نظري بدأناه نهاية شهر فيفري وانتهينا منه في شهر ماي ، اما القسم الميداني فكانت بدايته بالدراسة الاستطلاعية في شهر ماي .

المجال المكاني للدراسة :

اجريت الدراسة بجامعة عمار تليجي الاغواط التي تم انشاءها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 1_270 المؤرخ في 18 سبتمبر 2001 وهي تحمل اسم المجاهد علي تليجي المدعو عمار تليجي ، ولقد اقتصرت حدود البحث المكانية على طلبة كلية العلوم الانسانية و العلوم الاسلامية ، خصوصا قسم علوم الاعلام و الاتصال .

ادوات جمع البيانات :

ويقصد بأدوات جمع البيانات، تلك الطرق والأساليب والوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع واستقاء

المعلومات الخاصة بموضوع البحث ، حيث اعتمدنا في انجاز هذه الدراسة اولا على الملاحظة وثانيا تقنية الاستمارة .

1- الملاحظة :

تعد الملاحظ احدى اهم وسائل جمع المعلومات المتعلقة بسلوكيات الفرد الفعلية ومواقفه واتجاهاته ومشاعره ، وتعطي الملاحظة معلومات لايمكن الحصول عليها احيانا باستخدام الطرق الاخرى لجمع المعلومات .

حيث تعرف الملاحظة على انها عملية مراقبة او مشاهدة لسلوك الظواهر و المشكلات والاحداث ومكوناتها المادية والبيئية ، ومتابعة سيرها وعلاقتها واتجاهاتها بأسلوب علمي مخطط ومنظم وهادف ، بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوكيات الظاهرة وتوجيهها لخدمة اغراض الانسان وتلبية احتياجاته¹ .

2- الاستمارة :

وهي تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل ازاء الافراد وتسمح بإستجوابهم بطريقة موجهة ، بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة من الاجوبة المتحصل عليها من الافراد .

وذلك بتصميم استمارة تتضمن مجموعة من الاسئلة التي تم تحضيرها انطلاقا من المنهجية المقترحة وهذا للحصول على اجابات تتضمن البيانات و المعلومات المطلوبة والتعريف بكل جوانب الموضوع بحث تغطي محاور دوافع استخدام الطلبة الجامعيون لموقع اليوتيوب ، وقد تضمنت الاستمارة اربعة محاور كل محور متعلق بفرضية اضافة الى البيانات الشخصية للطلبة ، كما شملت الاستمارة في مجملها واحد وعشرون سؤالاً مابين اسئلة مغلقة ومفتوحة واسئلة مغلقة

¹ ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، مناهج واساليب البحث ، ار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2000 ، ط 1 ، ص 112

بنهايات مفتوحة ومنها ما كان متعدد الخيارات ومنها اسئلة تركناها للحوار والتعبير الحر من طرف المبحوثين¹.

الاستمارة التي قمنا بها هي الاستمارة الورقية وزعنا 100 استمارة على مجتمع البحث واسترجعنا 80 استمارة تحتوي على الاجابات الكاملة .

العينة و مواصفاتها :

قبل اختيار عينة الدراسة كان اختيارنا على طلاب جامعة عمار تليجي باعتبارها شريحة من شرائح المجتمع التي تقبل على موقع اليوتيوب ، وهنا وجب علينا ان نهتم بطريقة اختيارنا للعينة ولنتوصل الى ادق النتائج و لكي نتمكن من تعميم نتائج الدراسة على جميع اجزاء المجتمع و نظرا لعدم امكانية دراسة كامل المجتمع الاصيلي والذي يتمثل في الطلبة المترددين على موقع اليوتيوب ولصعوبة وجود قوائم او سجلات ، ولصعوبة معرفة العدد الحقيقي لهؤلاء الطلبة استدعى منا هذا اختيار العينة القصدية لانها العينة المناسبة لدراستنا .

" العينة القصدية هي اختيار كيفي من قبل الباحث للمسحوبين او المستجوبين استنادا على اهداف بحثه ولا يتم اختيار المبحوثين من خلال الجدول العشوائي او القرعة " واسلوب العينة القصدية هو اسلوب العينة الغير عشوائية ، حيث نقوم باختيار المبحوثين بشكل قصدي على اساس حر يحقق هدف الدراسة².

حجم العينة :

وقد تمثل مجتمع البحث في طلبة السنة الثالثة ليسانس و السنة الاولى و الثانية ماستر من قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة عمار تليجي ، حيث بلغ عدد مجتمع البحث 1039 طالب ، 420 طالب سنة ثالثة ليسانس و 357 طالب للسنة الاولى ماستر ، اما السنة الثانية ماستر فبلغ عدد الطلبة 262 ، وقد اخترنا 100 مفردة من عدد اجمالي الطلبة ، اي ما يمثل 10 % من مجتمع البحث التي نراها كافية للدراسة بواقع 42 طالب للسنة ثالثة و 36 طالب سنة اولى ماستر و 26 طالب للسنة الثانية ماستر.

موريس انجرس ،ت صحراوي بوزيدي واخرون ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية (تدريبات علمية) دار القصب للنشر ، الجزائر ، 2006 ، ط 2 ، ص 204

² معن خليل عمر ، مناهج البحث في علم الاجتماع ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2004 ، ط 1 ، ص 208

خصائص العينة:

جدول رقم 01: يوضح توزيع افراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
50%	40	ذكر
50%	40	أنثى
100%	80	المجموع

القراءة الاحصائية:

تم توزيع الاستمارة على 100 مفردة من جامعة عمار ثليجي حيث تم استبعاد 20 استمارة لعدم

استرجاع بعضها من عند الطلبة ولاحتماء بعضها على اخطاء مما جعلنا نلغيها ، وتم تحليل

البيانات المنتقاة من 80 استمارة من الطلبة ، وقد بلغت نسبة الطلبة الذكور 50%

بواقع 40 مفردة وهي نفسها نسبة الاناث المقدره ب 50 % بواقع 40 مفردة وذلك كوننا قمنا

بتوزيع الاستمارة بالتساوي بين الجنسين .

جدول رقم 02 : يوضح توزيع افراد العينة حسب السن

النسبة	التكرار	السن
%32,50	26	21_18
%31,25	25	24_22
%36,25	29	25 فما فوق
%100	80	المجموع

القراءة الاحصائية :

نلاحظ من خلال الجدول ان اغلب افراد العينة هم الفئة العمرية { 25 فأكثر} بنسبة 36,25 %

ثم تليها الفئة العمرية مابين { 21-18} بنسبة 32,50 % ثم تليها بنسبة متقاربة جدا الفئة

العمرية مابين {24-22} بنسبة 31,25 % وهذا راجع الى ان الفئة العمرية 25 فأكثر هم الفئة

الاكثر وعيا .

جدول رقم 03 : يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى الجامعي

النسبة	التكرار	المستوى
43,75 %	35	سنة ثالثة
32,50 %	26	سنة اولى ماستر
23,75 %	19	سنة ثانية ماستر
100 %	80	المجموع

القراءة الاحصائية :

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة 43,75 % هم طلبة السنة الثالثة ليسانس ثم تليها السنة اولى ماستر بنسبة 32,50 % ، اما بالنسبة للسنة ثانية ماستر فقد بلغت نسبتهم 23,75 % ، نلاحظ من خلال هذه النسب ان طلبة السنة الثالثة ليسانس مثلت اكبر نسبة من المبحوثين .

جدول رقم 04 : يوضح توزيع افراد العينة حسب مكان الاقامة

النسبة	التكرار	مكان الاقامة
68,75%	55	المنزل
31,25%	25	الاقامة
100%	80	المجموع

القراءة الاحصائية :

يوضح الجدول ان عدد الطلبة المقيمين بالاقامة الجامعية اقل من عدد الطلبة المقيمين بالمنزل حيث بلغت نسبتهم 31,25 % بواقع 25 طالب ، بينما بلغت نسبة الطلبة المقيمين بالمنزل نسبة 68,75 % أي بواقع 55 طالب ، وذلك لان تخصص الاعلام والاتصال متوفر في اغلب الجامعات ، كما يدل على اهمية التخصص لابناء المنطقة .

تحليل الفرضية الاولى :

"عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيون لموقع اليوتيوب"

الجدول رقم 05: يوضح العلاقة بين الجنس و صفة استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب

المجموع		انثى		ذكر		الجنس صفة استخدام الطلبة لليوتيوب
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
التكرار	النسبة	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	دائمة
45 %	36	55%	22	35%	14	احيانا
42,50 %	34	37,50%	15	47,50%	19	نادرا
12,50 %	10	7,50%	3	17,50%	7	المجموع
100 %	80	100%	40	100%	40	

القراءة الاحصائية :

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة الاناث هي الاكثر استخداما لموقع اليوتيوب بصفة دائمة وذلك

بنسبة 55 % ، مقابل 35 % عند الذكور اما احيانا فقد بلغت 37,50 % عند الاناث و

47,50 % عند الذكور بنسبة متقاربة نوعا ما ، اما عن استخدامهم لموقع اليوتيوب بصفة نادرة

فكانت النسبة عند الذكور اكبر وذلك بنسبة 17,50 % و 7,50 % عند الاناث .

القراءة السوسولوجية :

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج ان الاناث هم الفئة الاكثر استخداما لموقع اليوتيوب من

الذكور وذلك لما يقدمه هذا الموقع من محتويات متعددة تلبي احتياجاتهم ورغباتهم ، وكذلك

لاحتوائه على المضامين التي تجذب اهتمام فئة الاناث في مختلف المجالات وحسب ميولاتهم ،

وقد يعود السبب كذلك كون النساء يقضون وقت اكبر في البيت مقارنة بالرجال وهذا ما يجعل منهن مدمنات على مشاهدة موقع اليوتيوب ومواكبة كل الاحداث و الجديد .

الجدول رقم 06 : يوضح فترات استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب .

الفترة	التكرار	النسبة
الفترة الصباحية	11	% 13,75
الفترة المسائية	21	% 26,25
الفترة الليلية	35	% 43,75
نهاية الاسبوع	9	% 11,25
فترة اخرى	4	% 5
المجموع	80	% 100

القراءة الاحصائية :

نلاحظ ان استخدام الطلبة لليوتيوب كان في الفترة الليلية اكثر من كل الفترات وذلك بنسبة 43,75 % ثم تليها مباشرة الفترة المسائية بنسبة 26,25 % ، اما بالنسبة للفترات الاخرى فتراوحت بين 13,75 % في الفترة الصباحية و 11,25 % في نهاية الاسبوع واخيرا 5 % مثلت فترات اخرى حددها الطلبة حسب منظورهم .

القراءة السوسولوجية :

يظهر لنا هنا ان معظم الطلبة يستخدمون موقع اليوتيوب في الفترة الليلية و المسائية وهذا يدل على تفرغهم لمشاهدة محتويات اليوتيوب في تلك الفترات على عكس الفترة الصباحية والتي كانت نسبتها منخفضة وذلك لان الطلبة في هذه الفترة يلتحقون بمقاعد الجامعة ، اما نسبة الطلبة الذين يشاهدون موقع اليوتيوب في نهاية الاسبوع فكانت ضئيلة وهذا لان موقع اليوتيوب يقدم اخبار يومية لكل الاحداث حول العالم وفي كل المجالات وكذلك كونه وسيلة يعتمد عليها الطلبة يوميا للحصول على معلومات ونصائح وارشادات لاشباع رغباتهم اليومية ، وهذا ما يجعلهم يستخدمونه بشكل يومي لكن على فترات مختلفة حسب انشغالاتهم وحاجتهم اليه .

الجدول رقم 07 : يوضح العلاقة بين مكان الإقامة و عدد الساعات التي يقضيها الطلبة على اليوتيوب .

المجموع		الإقامة		المنزل		مكان الإقامة عدد الساعات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 30	24	% 28	7	% 30,91	17	أقل من ساعة
% 22,50	18	% 24	6	% 21,82	12	من ساعة الى ساعتين
% 37,50	30	% 40	10	% 36,36	20	أكثر من ثلاث ساعات
% 10	8	% 8	2	% 10,91	6	وقت اخر
% 100	80	% 100	25	% 100	55	المجموع

القراءة الإحصائية :

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا ان الطلبة الذين يستخدمون اليوتيوب من الاقامة الجامعية لاكثر من ثلاث ساعات 40% مقابل 36,36 % من الطلبة المقيمين بمنزلهم ، ثم تليها من ساعة الى ساعتين بنسبة 24 % من الاقامة و 21,82 % من المنزل ، اما بالنسبة لاقبل من ساعة كان بنسبة 30,91 % من المنزل مقابل 28 % من الاقامة الجامعية ، حيث حدد نسبة 10 % من طلبة اوقات اخرى يقضوها في مشاهدة موقع اليوتيوب .

القراءة السوسولوجية :

الطلبة المقيمين في الاقامات الجامعية هم الاكثر ادمانا وهوسا بموقع اليوتيوب وهذا ما تثبتته النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول اعلاه ، وهذا ما اكدته الدراسات البحثية حيث يستخدمو موقع اليوتيوب للتسلية والترفيه وتمضية الوقت نظرا لكونهم يقضون معظم اوقاتهم بمفردهم بعيدين عن اهاليهم ، كذلك لعدم وجود أنشطة ترفيهية و رياضية داخل الاقامات الجامعية ، هذا ما يجعل الطالب يقضي معظم وقته في مشاهدة الفيديوهات التي تشبع رغباته وتلبي احتياجاته مثل الحصول على الارشادات و النصائح من طرف مختصين يعوض عدم تواجد اهلهم معهم ، وعدم وجود التزامات عائلية على عكس من هم مقيمين بمنزلهم الذين يقضون اقل من ساعة على موقع اليوتيوب اي فقط من اجل الحصول على الاخبار الحصرية او الحصول على معلومات مهمة ، كما يعود استخدام الطلبة لصفة عامة لليوتيوب لاكثر من ثلاث ساعات في اليوم للخاصية التي يتميز بها هذا الموقع وهي عند مشاهدة الموقع تظهر عروض و اعلانات مشوقة لفيديوهات اخرى تدفع بالطالب للوقع في فخ الادمان .

الجدول رقم 08: يوضح وسيلة استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب .

الوسيلة	التكرار	النسبة
هاتف ذكي	50	62,50 %
كمبيوتر محمول	23	28,75 %
جهاز اخر	7	8,75 %
المجموع	80	100 %

القراءة الإحصائية :

نلاحظ من خلال الجدول ان الجهاز الذي يستخدمه معظم الطلبة لمشاهدة موقع اليوتيوب هو الهاتف الذكي بنسبة 62,50 % وهي اعلى نسبة ، ثم تليها نسبة 28,75 % من الطلبة يستخدمون جهاز الكمبيوتر ، اما نسبة 8,75 % فمثلث اجهاز اخرى يستعملها الطلبة لمشاهدة اليوتيوب .

القراءة السوسولوجية :

من خلال معطيات الجدول يتضح لنا ان معظم الطلبة يستخدمون موقع اليوتيوب بواسطة الهاتف الذكي ، وذلك نظرا للتطور التكنولوجي الذي طرأ على هذه الوسيلة مؤخرا مما جعل منه اكثر انتشارا بين اوساط الطلبة لسهولة استخدامه خاصة بعد توفر الجيل الثالث و الرابع ، وكذلك كونه يضمن لهم الحرية والخصوصية وهذا يتلائم مع حاجيات الطلبة ، الا ان الكمبيوتر لازال

يحتل مكانة لدى الطلبة بصفة خاصة وذلك كونه الوسيلة التي تسهل عليهم انجاز البحوث بكل سهولة .

الجدول رقم 09: يوضح موقع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب .

النسبة	التكرار	الموقع
38,75 %	31	المنزل
6,25 %	5	مقهى الانترنت
25 %	20	الجامعة
30 %	24	اخر
100 %	80	المجموع

القراءة الاحصائية:

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة الطلبة الذين يستخدمون موقع اليوتيوب من المنزل بلغت 38,75 % وهي النسبة الاكبر ، ثم تليها اماكن اخرى حددها الطلبة بنسبة 30 % ، اما بالنسبة لنسبة الطلبة الذين يتابعون اليوتيوب من الجامعة فكانت 25 % ، اخيرا نسبة 6,25 % من مقهى الانترنت .

القراءة السوسيولوجية :

ان المكان المفضل للطلبة لمشاهدة محتويات اليوتيوب هو المنزل و ذلك نظرا لتفرغهم ووجود الوقت الكافي الذي يسمح لهم بمشاهدة اليوتيوب كما ان المنزل غالبا ما يكون مربوط بالشبكة

العنكبوتية ، على عكس مقهى الانترنت والذي يكون فيه الوقت محدد ، اما بالنسبة للجامعة فيستخدم الطلبة موقع اليوتيوب في الجامعة للتسلية ولتمضية اوقات الفراغ بين الحصص او في المكتبة وذلك لتوفر المكتبات الجامعية على شبكة الانترنت ، او يستخدم الطلبة موقع اليوتيوب في اماكن اخرى مثل النوادي او النقل الجامعي لمشاركة المحتويات مع الاصدقاء وتبادل الاراء حول ما يقدمه هذا الموقع .

تحليل الفرضية الثانية:

"مساهمة اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين"

الجدول رقم 10 : يوضح العلاقة بين الجنس و مساهمة اليوتيوب في اثراء الرصيد المعرفي للطلبة .

المجموع		انثى		ذكر		الجنس ساهم في اثراء الرصيد المعرفي
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 50	40	% 55	22	% 45	18	نعم
% 32,50	26	% 30	12	% 35	14	نوعا ما
% 17,50	14	% 15	6	% 20	8	لا
% 100	80	% 100	40	% 100	40	المجموع

القراءة الاحصائية :

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة 50 % من افراد العينة يعتمدون على اليوتيوب في اثراء رصيدهم المعرفي ، بنسبة 55 % عند الاناث و 45 % عند الذكور ، ثم تأتي نسبة 32,50 % من المبحوثين الذين يرو ان اليوتيوب ساهم في اثراء رصيدهم المعرفي نوعا ما ، حيث مثلت نسبة الاناث 30 % ونسبة الذكور 35 % ، اما نسبة 17,50 % فمثلت نسبة الطلبة الذين لايعتبرون ان اليوتيوب ساهم في اثراء رصيدهم المعرفي .

القراءة السوسولوجية :

من خلال معطيات الجدول نرى اغلب الطلبة ساهمت مضامين اليوتيوب في اثراء رصيدهم المعرفي وقد يرجع ذلك الى احتواء هذا الموقع على مايكفي من المعلومات و الافكار الابداعية لنشر المعرفة مثل الكتب الملخصة بطريقة احترافية ومسموعة تسهل على الطالب الحصول

على المعلومات بدون جهد ، كما يعتمد هذا الموقع في طرحه للأفكار على مراعاة ما يستهوي كل الفئات العمرية و المستويات التعليمية ، كما نجد ان فئة الاناث هي الاكثر تأثراً بهذه المضامين وذلك يرجع لامتلاكهم لوقت فراغ اكبر من الذكور وكذلك لسعيهن الى كسب رصيد معرفي يوظف في النقاشات باعتبارهن يولين اهمية كبيرة للمستوى الثقافي في النقاشات .

الجدول رقم 11 : يوضح العلاقة بين المستوى ودرجة تأثير اليوتيوب في تطوير ثقافة الطلبة في مختلف المجالات .

المجموع		السنة الثانية ماستر		السنة اولى ماستر		السنة الثالثة		المستوى درجة محتويات اليوتيوب
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 42,50	34	% 47,37	9	% 42,31	11	% 40	14	بدرجة جيدة
% 32,50	26	% 36,84	7	% 34,62	9	% 28,57	10	بدرجة مقبولة
% 18,75	15	% 10,53	2	% 19,23	5	% 22,86	8	بدرجة ضعيفة
% 6,25	5	% 5,26	1	% 3,85	1	% 8,57	3	ليس لها تأثير
% 100	80	% 100	19	% 100	26	% 100	35	المجموع

القراءة الاحصائية :

من الجدول اعلاه نلاحظ ان طلبة السنة الثانية ماستر هم الاكثر تأثراً بمحتويات اليوتيوب لتطوير

ثقافتهم بنسبة 47,37 % بدرجة جيدة و 36,34 % بدرجة مقبولة ثم طلبة السنة الاولى ماستر

بنسبة 42,31 % بدرجة جيدة و 34,62 % بدرجة مقبولة ثم يليهم طلبة السنة الثالثة بنسبة

40 % بدرجة جيدة و 28,57 % بدرجة مقبولة ، اما بالنسبة لتأثرهم بمحتويات اليوتيوب بدرجة

ضعيفة فكانت نسبة الطلبة الكلية 18,75 % ، في حين اعتبر

نسبة 6,25 % من الطلبة كل المستويات انه ليس هناك تأثير يذكر لمحتويات اليوتيوب على ثقافتهم .

القراءة السوسولوجية :

من خلال هذه النتائج المتحصل عليها يظهر لنا ان موقع اليوتيوب اليوم هو اكبر المواقع واضخمها من حيث كمية المحتوى المرئي وذلك لاحتوائه على فيديوهات عديدة في مختلف المجالات ، وكما تفسر هذه النتيجة ان لليوتيوب تأثير كبير على الطلبة في كل المستويات من ناحية تطوير ثقافتهم في مختلف المجالات ، لانه يقدم مختلف المعارف في دقائق معدودة لمن لا يمتلك الوقت وبدون جهد ، كما يفسر لنا ان الطلبة يدركون اهمية تطوير ثقافتهم بعيدا عن الدراسة و التعلم المبنين على فكرة التلقين و المناهج المحدودة والمعرفة الموجهة نحو شئ معين ، لان الطالب المثقف يصبح لديه القدرة على الابداع والابتكار والتغيير.

الجدول رقم 12 : يوضح العلاقة بين الجنس واعتبار اليوتيوب مصدر اولي لتنمية الثقافة .

المجموع		انثى		ذكر		الجنس اليوتيوب مصدر اولي للثقافة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 52,50	42	% 57,50	23	% 47,50	19	نعم
% 35	28	% 32,50	13	% 37,50	15	نوعا ما
% 12,50	10	% 10	4	% 15	6	لا
% 100	80	% 100	40	% 100	40	المجموع

القراءة الاحصائية :

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة الطلبة الذين اجابوا بنعم كانت 52,50 % ، 57,50 % من الاناث و 47,50 % من الذكور ، اما نسبة الطلبة الذين اجابوا ب نوعا ما 35 % بين 37,50 % ذكور و 32,50 % اناث ، اما بالنسبة للطلبة الذين لا يعتبرون اليوتيوب مصدر اولي لتنمية ثقافتهم فقد كانت 12,50 % .

القراءة السوسيوولوجية :

من خلال معطيات الجدول يتضح لنا ان اغلب الطلبة يعتبرون موقع اليوتيوب مصدر اولي لتنمية ثقافتهم ويرجع ذلك لاحتوائه على مصادر مباشرة لتقديم المعلومات من خلال قنوات متخصصة واشخاص متخصصون في مختلف المجالات ، فتلقي المعرفة المرئية اكثر جاذبية من المعرفة المقروءة وكذلك لسهولة استخدامه وتوفره في كل زمان و مكان واختصاره للوقت ، كما نستنتج ان نسبة الطالبات الذين يعتمدن على اليوتيوب لتنمية ثقافتهم اكثر من نسبة الطلاب وذلك لانهن مهتمات بتطوير ثقافتهم ولديهم دائما الرغبة لمواكبة العصر واستيعاب كل ما هو جديد ، الا ان الكتاب مزال يحتل مكانة لدى الطلبة لتطوير ثقافتهم عن طريق المطالعة وتحسين لغتهم واسلوبهم.

الجدول رقم 13 : يوضح كيف جعلت محتويات اليوتيوب الطلبة مثقفين مع متغير الجنس

المجموع		انثى		ذكر		الجنس كيف جعلت منك منك طالب مثقف
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 38,75	31	% 40	16	% 37,50	15	الانفتاح على ثقافة الاخرين
% 31,25	25	% 27,50	11	% 35	14	تنمية شغف المعرفة
% 30	24	32,50 %	13	% 27,50	11	أخرى
% 100	80	% 100	40	% 100	40	المجموع

القراءة الاحصائية :

من خلال الجدول نلاحظ ان اغلب الطلبة اتاحت لهم محتويات اليوتيوب فرصة الانفتاح على

ثقافة الاخرين بنسبة 38,75 % بين ذكور اناث بنسب متقاربة جدا ، حيث اعتبرها نسبة

31,35 % انها تساعدهم على تنمية شغف المعرفة ، في حين نسبة 32,50 % من الاناث و

27,50 % من الذكور اختاروا نواحي اخرى وفرتها لهم محتويات اليوتيوب لجعلهم طلبة

مثقفين .

القراءة السوسيوولوجية :

من خلال هذه النتائج المتحصل عليها نستنتج ان محتويات اليوتيوب ساهمت بشكل كبير في
انفتاح الطلبة على العالم من خلال تبادل المعارف و الثقافات وتوسيع دائرة التواصل ليكون هناك
تعارف بين المجتمعات و الثقافات المختلفة في العالم خاصة العادات و التقاليد لانه يعتبر احد
مواقع نشر و تبادل الثقافات و المعلومات ، وكذلك ينمي شغف المعرفة و الاطلاع وتحديث
المعلومات ومعرفة كل جديد يحدث حول العالم ، كما سمح هذا الموقع للطلبة تعلم كل ما هو جديد

مثل تعلم لغات جديد تسهل عليهم عملية التواصل مع مختلف الثقافات في العالم ، وتعلم هوايات مهارات جديدة في مختلف المجالات كالفنون مثل الرسم وغيرها ، وكذلك تعلم واثقان مهن وحرف جديدة بعد الدراسة .

تحليل الفرضية الثالثة:

" استفادة الطلبة الجامعيون من المحتويات التعليمية في اليوتيوب لرفع
المستوى التعليمي لديهم"

الجدول رقم 14 : يوضح درجة الثقة في مضامين اليوتيوب .

النسبة	التكرار	درجة الثقة
47,50 %	38	عالية
40 %	32	متوسطة
12,50 %	10	ضعيفة
100 %	80	المجموع

القراءة الاحصائية :

نلاحظ من خلال الجدول ان اغلب الطلبة لديهم ثقة عالية في مضامين اليوتيوب بنسبة 47,50 % ، ونسبة 40 % يتقون في مضامين اليوتيوب بدرجة متوسطة ، واخيرا نسبة الطلبة الذين يتقون في محتويات اليوتيوب بدرجة ضعيفة فكانت 12,50 % .

القراءة السوسولوجية :

يتضح لنا من خلال الجدول ان لموقع اليوتيوب تأثير في حياة الطلبة وذلك نظرا للثقة العالية التي يضعها الطلبة في هذا الموقع ، وهذا لان موقع اليوتيوب يحتل المراتب الاولى عالميا لانه يتيح لمستخدميه معرفة كل ما يحدث حول العالم مباشرة ويعرض الحقائق من دون وجود اي قيود او ضوابط ، فهو يمثل الاعلام البديل يغطي كل ما يحتاجه الطلبة.

الجدول رقم 15: يوضح المعارف التي وفرها محتوى اليوتيوب لرفع المستوى التعليمي مع متغير المستوى .

المجموع		السنة ثانية ماستر		السنة اولى ماستر		السنة ثالثة		المستوى نوع المعرفة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%28,75	23	% 31,58	6	% 34,62	9	% 22,86	8	ثقافة عامة
% 41,25	33	% 42,11	8	% 38,46	10	% 42,26	15	معلومات في مجال تخصصي
% 30	24	% 26,32	5	% 26,92	7	% 34,29	12	أخر
% 100	80	% 100	19	% 100	26	% 100	35	المجموع

القراءة الاحصائية :

نلاحظ من خلال الجدول ان اغلبية طلبة الاعلام والاتصال يستفيدون من وقع اليوتيوب في مجال تخصصهم بنسبة 41,25 % بين السنة الثالثة بنسبة 42,26 % و السنة الاولى ماستر بنسبة 38,46 % وتليها السنة الثانية ماستر بنسبة 42,11 % ، بينما نسبة 28,75 % من الطلبة للمستويات الثلاثة اكسبوا ثقافة عامة من محتويات اليوتيوب ، اما بالنسبة للطلبة الذين وفرت لهم محتويات اليوتيوب معارف في مجالات اخرى فكانت نسبتهم 30 % موزعة كالتالي 34,29 % للسنة الثالثة ، 26,92 % للسنة الاولى ماستر ، واخيرا السنة الثانية ماستر نسبة 26,32 % .

القراءة السوسولوجية :

تشير هذه النتائج الى ان موقع اليوتيوب يمثل المصدر الاهم لطلبة الاعلام والاتصال لامدادهم بالمعلومات التي تفيدهم في مجال تخصصهم ، باعتباره اعلام بديل يحظى بمشاهدة اكثر من الوسائل الاعلامية الاخرى حيث تثبت الاحصائيات انه اعلاما مليونيا ، وذلك كونه لا يخضع لرقابة صارمة تقيد الحريات ، كما اتاح لهم فرصة متابعة الحياة الشخصية للاعلاميين و الذين هم بمثابة قدوة لهم في مجال تخصصهم وهذا ما يحفزهم

على التمسك بهذا المجال، والاطلاع على ما يحدث خلف الكواليس في البرامج ، وايضا لسهولة الولوج لهذا الموقع للاطلاع على الجديد من خلال الهاتف الذكي في اي زمان ومكان من دون اي صعوبات او عراقيل ، كما يحتوي هذا الموقع على فيديوهات متنوعة وهذا ما جعل الطلبة يكونون ثقافة عامة حول كل ما يحدث حولهم وفي كل المجالات بطريقة محببة تجلهم يستمتعون بتلقي تلك المعلومات والمعارف .

الجدول رقم 16 : يوضح نوعية المضامين المستهلكة عند استخدام لليوتيوب مع متغير الجنس .

المجموع		انثى		ذكر		الجنس نوع المضامين
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 32,50	26	% 37,50	15	% 27,50	11	مضامين تعليمية
% 27,50	22	% 30	12	% 25	10	مضامين ثقافية
% 26,50	21	% 20	8	% 32,50	13	مضامين ترفيهية
% 13,75	11	% 12,50	5	% 15	6	أخرى
% 100	80	% 100	40	% 100	40	المجموع

القراءة الإحصائية :

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة الطلبة الذين يتابعون المضامين التعليمية على موقع اليوتيوب 32,50 % ، 37,50 % اناث مقابل 27,50 % ذكور ، وتليها المضامين الثقافية بنسبة 27,50 % ، اما الضامين الترفيهية فبنسبة 26,50 % بين 25 % ذكور مقابل 20% اناث ، و اخيرا 13,75 % نسبة المضامين الاخرى .

القراءة السوسولوجية :

يظهر لنا هنا ان المضامين التعليمية التي يقدمها اليوتيوب تمكنت من جذب اهتمام الطلبة لتعلم مختلف الفنون والعلوم و المهارات الجديدة ، وفي مختلف المجالات بطريقة جديدة ومبتكرة تناسب كل المستويات الفكرية والعلمية والقدرات العقلية للطلبة وهذا ما جعل اقبالهم يزيد نحو مشاهدة ما يحتويه هذا الموقع ، كذلك لتوسيع دائرة معارفهم عن طريق المضامين الثقافية ، والتي تمكن من خلالها الطلبة معرفة الثقافات المختلفة لكل شعوب العالم ، كذلك اكتساب ثقافة عامة في كل المجالات لا استخدامها في النقاشات مما يدل على رقي المستوى التعليمي ، بينما المضامين الترفيهية فهي انسب وسيلة لملئ اوقات الفراغ والتي تحمل احيانا في طياتها رسالات ومعلومات قيمة تساهم في رفع المستوى التعليمي للطلبة .

الجدول رقم 17 : يوضح التركيز على المحتوى التعليمي عند تصفح موقع اليوتيوب .

النسبة	التكرار	
52,50 %	42	نعم
47,50 %	38	لا
100 %	80	المجموع

القراءة الاحصائية :

من خلال الجدول نلاحظ نسبة كبيرة من الطلبة يركزون على المضامين التعليمية وذلك بنسبة 52,50 % ، بينما نسبة الطلبة الذين لا يعتمدون على هذه المضامين 47,50 % .

القراءة السوسولوجية :

ان تركيز الطلبة على المضامين التعليمية عند استخدامهم لموقع اليوتيوب يعكس لنا مدى سعيهم نحو تطوير انفسهم للافضل ، وكذلك كون موقع اليوتيوب الفضاء الامثل للتعلم واكتساب كل ماهو جديد، لاحتوائه على كم هائل من الفيديوهات التعليمية بطرق مباشرة وغير مباشرة على يد مختصين في كل المجالات ومناسبة لكل المستويات و الثقافات .

الجدول رقم 18 : يوضح دور محتويات اليوتيوب في تنمية الرصيد المعرفي و العلمي .

النسبة	التكرار	
68,75 %	55	نعم
31,25 %	25	لا
100 %	80	المجموع

القراءة الاحصائية :

نلاحظ من خلال الجدول ان اغلبية الطلبة تلعب محتويات اليوتيوب دور اساسي لديهم في تنمية رصيدهم المعرفي وذلك بنسبة 68,75 % على عكس الطلبة الذين اجابوا ب لا بنسبة 31,25 % .

القراءة السوسولوجية :

نستنتج من خلال الجدول اعلاه ان لمحتويات اليوتيوب دور اساسي في تنمية الرصيد المعرفي و العلمي للطلبة ، وذلك كون المعرفة المرئية تثبت في الذهن اكثر من المقروءة حسب ما تأكده

الابحاث ، كما ان الوقت الذي يقضيه معظم الطلبة وهم متصلون بالشبكة العنكبوتية انساهم فكرة المطالعة للكتب ، بينما وفر لهم موقع اليوتيوب باقة من الكتب الملخصة بطريقة ممتعة تسهل عليهم تحصيل المعرفة بكل سهولة ، ويختصر الكثير من المعارف و العلوم بأساليب بسيطة ومفهومة حتي في المجالات التي لا يمتلكون فيها معلومات مسبقة او خبرة ، وهناك من الطلبة من يرو ان هذه المحتويات ليس لها دور في تنمية الرصيد المعرفي والعلمي فالكتب هي المصدر الاول الذي جاءت منه كل العلوم و المعارف التي تحتاجها كما ان للمطالعة و الذهاب للمكتبة طعم خاص ولا تزال تحتل مرتبة عند الطلبة .

تحليل الفرضية الرابعة:

"مجالات استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب"

الجدول رقم 19: يوضح علاقة دوافع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب مع متغير الجنس .

المجموع		انثى		ذكر		الجنس الدافع
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 25	20	% 22,50	9	% 27,50	11	التسلية
% 23,75	19	% 25	10	% 22,50	9	معرفة الاخبار
% 18,75	15	% 17,50	7	% 20	8	حلول لمشاكل اجتماعية
% 32,50	26	% 35	14	% 30	12	أخرى
% 100	80	% 100	40	% 100	40	المجموع

القراءة الإحصائية:

يوضح الجدول ان هناك عدة دوافع للاستخدام الطلبة لموقع اليوتيوب منها التسلية وذلك بنسبة 25 % ، بين 27,50 % ذكور مقابل 22,50 % اناث وتليها معرفة الاخبار بنسبة 23,75 % ، اما النسبة الاكبر فكانت لدوافع اخرى بنسبة 32,50 % ، 35 % اناث مقابل 30 % ذكور .

القراءة السوسولوجية:

من خلال معطيات الجدول نرى ان اقبال الطلبة على موقع اليوتيوب من اجل معرفة الاخبار يؤكد لنا ان الكثير من الطلبة اصبح يفضل على المؤسسات الاعلامية التي تفرض على المشاهد مايجب ان يشاهده ، على عكس اليوتيوب والذي يفتح المجال امام المشاهد لاختيار الموضوع الذي يهمله والاخبار التي يريد معرفتها ، كما يوفر الاخبار الحصرية و اليومية والنادرة ، ويوفر امكانية اعادة الاخبار لمن فاتته ، كما يعتبرها بعض الطلبة السبيل الامثل

لايجاد الحلول لمشاكلهم المختلفة دون الاستعانة بمن حولهم ، وذلك لاحتواء موقع اليوتيوب على قنوات لاساتذة ومختصين في كل شؤون الحياة تمكن الطلبة من التواصل معهم بكل حرية وسرية وايجاد الحلول المناسبة لكل مشكل يواجههم ، كما بينت الدراسة ان هناك العديد من الطلبة يفضلون استخدام موقع اليوتيوب بدافع التسلية وذلك لاحتوائه على العديد من مقاطع الفيديو المضحكة ، بينما اظهرت الدراسة ان الفئة الاخرى من الطلبة يتعرضون لموقع اليوتيوب بهدف ارفاق مقاطع الفيديو بدافع الفضول للتعرف على هذا النمط من الاعلام الجديد ، او من اجل تعلم كل ما هو جديد.

الجدول رقم 20 : يوضح علاقة نوع مضامين اليوتيوب بمتغير الجنس .

المجموع		انثى		ذكر		الجنس نوع المضامين
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 23,75	19	% 27,50	11	% 20	8	اجتماعية
% 25	20	% 32,50	13	% 17,50	7	نفسية
% 17,50	14	% 5	2	% 30	12	رياضية
% 23,75	19	% 22,50	9	% 25	10	ترفيهية
% 2,50	2	-	-	% 5	2	سياسية
% 7,50	6	% 12,50	5	% 2,50	1	علمية
-	-	-	-	-	-	أخرى
% 100	80	% 100	40	% 100	40	المجموع

القراءة الإحصائية :

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية في جدول اعلاه ان غلبية الطلبة تتجذب نحو المضامين النفسية التي يقدمها موقع اليوتيوب بنسبة 25 % ، حيث مثلت نسبة الاناث 32,50 % و الذكور 17,50 % ، بينما تساوت النسبة بين المضامين الاجتماعية و الترفيهية بنسبة 23,75 % لكل منهما ، اما المضامين الرياضية فكانت نسبة الذكور 30 %

ونسبة الاناث 5 % ، والمضامين السياسية عند الذكور 5 % ولم تحصل على نسبة بالنسبة للاناث ، و نسبة 7,50 % للمضامين العلمية بواقع 12,50 % اناث و 2,50 % ذكور .

القراءة السوسولوجية :

نلاحظ من خلال معطيات الجدول ان اتجاه الطلبة نحو المضامين النفسية على موقع اليوتيوب راجع كمية الضغوطات التي يتعرضون لها ، كذلك كوننا في عصر أثرت فيه محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب ، وولدت لديهم العديد من الامراض و العقد النفسية نتيجة مقارنتهم لطريقة عيشهم وانفسهم بغيرهم من رواد مؤثرين في هذه المواقع ، كما يرجع كذلك الى طبيعة مجتمعنا والذي لا يولي الاهمية الكبيرة للجانب النفسي في الحياة ، هذا يدفع بالطلبة اللجوء للمضامين التي تحتوي على ارشادات ونصائح نفسية و وصف دقيق لحالتهم وتشخيصها من طرف مختصين بكل خصوصية ، وخاصة عند الاناث كونهم الفئة الاكثر حساسية وتطلع نحو تطوير النفس و الذات عن طريق الفيديوهات التحفيزية ، كما يتجه الطلبة كذلك نحو المضامين الترفيهية و الاجتماعية كونها تجسد لهم الواقع المعاش بطريقة كوميدية ساخرة عن طريق البودكاست ، فيما تظل المضامين الرياضية هي الاولى بالنسبة للذكور وذلك راجع لطبيعة اليوتيوب الذي يسمح لهم بمواكبة كل جديد الدوريات مجانا واعادة مشاهدة المباريات ، اما

المحتويات العلمية والسياسية فكان لها النصيب الاقل من المشاهدة من طرف الطلبة وقد يرجع ذلك كونها لاتستهوي الكثير ولا تشبع لهم رغباتهم وميولاتهم.

الجدول رقم 21: يوضح الاشباعات المحققة من اليوتيوب .

النسبة	التكرار	
56,25 %	45	دائماً
33,75 %	27	احيانا
10 %	8	ابدا
100 %	80	المجموع

القراءة الاحصائية:

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها ان موقع اليوتيوب يحقق اشباعات لجل الطلبة بنسبة 56,25 % ، و احيانا لنسبة 33,75 % من الطلبة ، بينما كانت نسبة الطلبة الذين لا يحقق لهم موقع اليوتيوب اشباعات فكانت 10 % وهي نسبة ضئيلة .

القراءة السوسولوجية:

يتضح لنا من خلال الجدول ان اغلبية الطلبة حقق لهم موقع اليوتيوب اشباعاتهم في مختلف المجالات التي يريدونها وعند طرحنا لسؤال ماهي هذه الاشباعات كانت الاجوبة كالتالي : "اشباعات اجتماعية كمعرفة احوال الناس و المجتمعات " ، "اعادة مشاهدة الحصص و البرامج الاجتماعية : ، " حلول للمشاكل الاجتماعية " ، و اشباعات سياسية مثل " متابعة القضايا السياسية وتصريحات المسؤولين ونشاطاتهم " " فضائح الشخصيات

السياسية " و اشباعات رياضية " كرة القدم و كل الرياضات الاخرى " و اشباعات علمية مثل " التعرض للمحاضرات العلمية " ، و اشباعات نفسية " المتعة و الراحة النفسية

واكتساب الثقة بالنفس " و كذلك اشباعات ترفيهية " مشاهدة المسرحيات ومقاطع الفيديو المضحكة و طرائف الحيوانات " ، وهذا يدل على مدى إلمام موقع اليوتيوب بكل مجالات الحياة وطرحها بطريقة جذابة ومسلية .

الاستنتاج العام :

من خلال كل ماسبق نستنتج ان لموقع اليوتيوب تأثير كبير على الطلبة الجامعيين بصفة خاصة وعلى الشباب بصفة عامة وذلك لما يحققه لهم من اشباع لرغباتهم ، حيث اوضحت لنا النتائج المتحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية :

ان الطلبة يستخدمون موقع اليوتيوب بصفة دائمة خاصة في الفترات المسائية و الليلة لساعات طويلة وذلك نظرا لتفرغهم في هذه الاوقات ، عن طريق الهاتف الذكي والذي سهل عليهم عملية استخدام هذا الموقع ووفر لهم الخصوصية اللازمة ، كما اعتبر المنزل هو اكثر الاماكن التي يفضلها الطلبة اثناء تصفحهم للموقع حيث يجدون انفسهم مرتاحين ، وكانت النتيجة النهائية حول عادات وانماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب ان الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع اليوتيوب بشكل يومي .

كما خلصنا في بحثنا ان موقع اليوتيوب ساهم في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين في مختلف المجالات ، وذلك لما يقدمه من معارف وعلوم بأسلوب بسيط و ممتع اثر بدرجة جيدة في تطوير ثقافتهم ، وقد اعتبره اغلب الطلبة مصدر أولي لتنمية ثقافتهم باعتبار ان المعرفة المرئية تثبت في الذهن اكثر من المقروءة ، وجلعت محتويات اليوتيوب الطلبة مثقفين من ناحية الانفتاح على ثقافة الاخرين عن طريق الاطلاع على مختلف ثقافات العالم بكل سهولة .

ومن خلال تحليل نتائج الدراسة الميدانية التي قمنا بها، ومن خلال المؤشرات التي تم عرضها فيما سبق ، اتضح لنا ان الطلبة الجامعيين استفادوا من المحتويات التعليمية لرفع مستواهم التعليمي ، كون موقع اليوتيوب يحتوي على كم هائل من الفيديوهات التعليمية في كل المجالات وبكل الطرق التي تسهل عملية التعلم ، كما يثبت لنا هذا درجة الثقة العالية التي يضعها الطلبة في هذا الموقع ، كما وجدنا ان نوع المعارف التي وفرها لهم موقع اليوتيوب كانت معلومات في مجال تخصصهم كون افراد العينة هم طلبة الاعلام و الاتصال وهذا شئ طبيعي فهو البديل الامثل لتعلم الكثير حول تخصصهم ، اما عن نوع المضامين فكانت المضامين التعليمية هي التي اتفق عليها اغلب الطلبة ، وهذا راجع لسعيهم الدائم نحو التطور للافضل وتعلم كل ما هو جديد لمواكبة العصر ، كما اكد لنا الطلبة انهم يركزون على المحتويات التعليمية اكثر عند تصفحهم للموقع وهذا لان اغلب الفيديوهات الموجودة على هذا الموقع ذات طابع تعليمي بطرق مباشرة

وغير مباشرة ، مما أدى الى ان تصبح لهذه المحتويات دور اساسي في تنمية رصيدهم المعرفي والعلمي .

كما توصلت النتائج ان هناك عدة دوافع تدفع الطلبة نحو مشاهدة مقاطع اليوتيوب كمعرفه الاخبار ، باعتبار موقع اليوتيوب اعلام بديل وان صح التعبير اعلام جديد يمكنهم من مشاهد الاخبار الحصرية و النادرة واعادة مافاتهم من اخبار حول العالم ، وكذلك هناك من يشاهد مقاطع اليوتيوب بدافع التسلية كمشاهدة المسرحيات ومقاطع الفيديو المضحكة لتمضية اوقات الفراغ وعدم الشعور بالملل ، كما اعتبره البعض الحل الامثل لايجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية لاحتواء موقع اليوتيوب على مقاطع فيديو من طرف مختصين في كل المجالات يقدمون نصائح وارشادات تساعد في ايجاد حلول لبعض المشاكل ، اما عن المضامين التي يتناولها الطلبة عند استخدامهم لموقع اليوتيوب فكانت المضامين النفسية هي التي تجذب اهتمام الطلبة كوننا نعيش في عصر مليئ بالضغوطات واصبحت الامراض النفسية تعتبر امراض العصر ، هذا يدفع بالطلبة نحو اللجوء الى من يرشدهم وبكامل الخصوصية ، وكذلك المضامين الترفيهية والاجتماعية كونها تصف معاناة الشباب وتصف الواقع بطريقة كوميدية مسلية تنال استحسان الطلبة ، اما عن المضامين العلمية و السياسية فكانت نتائجها حسب توجه الطلبة واهتماماتهم ، و المضامين الرياضية بالنسبة للشباب ،

كما اعتبر اغلبية الطلبة ان موقع اليوتيوب يحقق لهم اشباعاتهم في مختلف المجالات كونه يحتوي على فيديوهات متنوعة من حيث المحتوى ومن حيث طرح الافكار و المعلومات بما يناسب كل الاذواق و المستويات و التوجهات و الميولات ، وهذا ما يدفعهم نحو تصفح موقع اليوتيوب .

الختامة

الختامة :

وفي الاخير نستنتج ان موقع اليوتيوب هو احد ابرز مواقع التواصل الاجتماعي ، ظهر في ظل التطورات التكنولوجية المتراكمة و الانفجار العلمي ، حيث يتميز بمجموعة من الخصائص التي جعلت منه الوجهة الاولى لأغلب الناس بصفة عامة و الشباب بصفة خاصة ، وكشفت دراستنا" دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب "، ان موقع اليوتيوب يعد وسيلة هامة في حياة الطلبة ، كونه يحمل كم هائل من الفيديوهات المرئية في مختلف المجالات و المواضيع التي تشغل بالهم ، ويحقق لهم اشباعاتهم ورغباتهم .

المراجع

قائمة المراجع :

الكتب :

- 1- احمد مختار عمر ، معجم اللغة العربية المعاصر ، الطبعة 1 ، 2008
- 2- مورييس انجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (تدريبات علمية) ترجمة صحراوي بوزيدي وآخرون ، دار القصبه للنشر و التوزيع ، الجزائر ، الطبعة 1 ، 2006
- 3- وائل مبارك خضر فضل الله ، اثر الفيس بوك على المجتمع ، مدونة شمس النهضة ، 2010
- 4- علي خليل شقرة ، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، الاردن ، الطبعة 1 ، 2014
- 5- حسن عماد مكاي ، ليلي حسن السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، عربية للطباعة والنشر
- 6- احمد تيتو رشادي ، بحث علمي دور المعلم في ترقية دوافع الطلاب في مهارة الكتابة ، 2012 ، جامعة مالك ابراهيم الاسلامية الحكومية بمالانج .
- 7- ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، مناهج واساليب البحث العلمي ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2000 ، الطبعة 1 .
- 8- معن خليل عمر ، مناهج البحث في علم الاجتماع ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2004 ، الطبعة 1 .
- 9- حصة بنت عبد الكريم الزيد ، أثر استخدام الانترنت على الفتيات في مجال " موقع اليوتيوب نموذجاً " دراسة ميدانية في منطقة البحرين ، الجامعة الاسلامية ، العدد 144 .
- 10- محي الدين اسماعيل النهي ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاعلامية على جمهور المتلقين ، ط 1 ، مكتبة الوفاء القانونية للنشر ، جامعة القاهرة 2015
- 11- سلطان مفسر مبارك الصاعدي ، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة بحث مقدم لشبكة الألوكة ، فرع الدراسات والأبحاث ، المملكة العربية السعودية ، المدينة المنورة ، 1432
- 12- عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر ، مواقع تواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ، ط 1 ، دار الصفاء للنشر والتوزيع عمان ، 2012
- 13- سلطان مبارك الصاعدي الحربي ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني ، د.ط ، 1430 هـ
- 14- محمد فلاق ، دور الشبكات التواصل في التسويق المعاصر لمنظور تحليلي الأكاديمي للدراسات الاجتماعية والإنسانية ، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية ، العدد 18 ، جوان 2017 م
- 15- عباس مصطفى صادق ، صناعة الخبر بين الإعلام التقليدي والحديد تطبيقاً على تقنيات الاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي ، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي ، أبوظبي
- 16- جبريل بن حسن العريشي ، سلمى بن عبد الرحمن محمد الدوسري ، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية التحليلية ، ط 2 ، دار المنهجية للنشر والتوزيع ، 2015 م

- 17- عبد الرزاق محمد الديمي، الإعلام الحديـد والصحافة الإلكترونية، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2010
- 18- ماهر عودة الشمالية، الإعلام الرقمي الجديد، ط 1، دار الإعصار العلمي، للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014
- 19- مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2016
- 20- جمهورية الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوبة ، دراسة في استخدامات واشباعات ، قسنطينة ، خلاف بومخيلة
2006 - 2007
- 21- نادية بن ورقلة ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي ، جامعة الجلفة

المذكرات :

- 1- عبد الله ممدوح مبارك الركود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2012
- 2- مريم نومارنريمان ، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في الاعلانات الاجتماعية على الفيس بوك ، مذكرة ماجستير ، جامعة باتنة 2010-2012
- 3- سحنون خيرة ، واضح سعدة ، علاقة اليوتيوب بالسلوك الانحرافي لدى الشباب الجامعي ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة الجيلالي بونعامة ، خميس مليانة ، 2017 – 2018

المواقع الإلكترونية :

- 1 - هبة محمد خليفة ، ما هي مواقع الشبكات الاجتماعية؟، منتديا اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات

<https://ar.wikipedia.org>

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمارة ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديمغرافيا

تخصص: علم الاجتماع والاتصال

إستمارة

أخي الطالب ، أختي الطالبة :

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني لنيل شهادة الماستر حول موضوع " دوافع استخدام الطلبة الجامعيون لموقع اليوتيوب " ، (دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الاغواط) ، فالرجاء منك/ي القراءة المتأنية للأسئلة والاجابة عنها حسب رأيك الخاص ، مع العلم ان المعلومات لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي .
ضع/ي علامة (x) داخل مربع الاجابة الصحيحة .

وشكرا جزيلا على تعاونك

السنة الجامعية : 2021/2020

البيانات الشخصية :

الجنس : ذكر انثى

السن : 21-18 24-22 25 فما فوق

المستوى الجامعي : سنة ثالثة ليسانس سنة أولى ماستر سنة ثانية ماستر

مكان الإقامة : المنزل الإقامة الجامعية

المحور الاول : عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب .

كيف تستخدم اليوتيوب في حياتك اليومية بصفة :

دائمة احيانا نادرا

ماهي الفترات التي تستخدم فيها اليوتيوب :

الفترة الصباحية الفترة المسائية الفترة الليلية

نهاية الاسبوع

فترة اخرى حددها :

ماهي الساعات التي تقضيها في اليوتيوب :

اقل من ساعة من ساعة الى ساعتين اكثر من ثلاث ساعات

وقت اخر حدده :

ماهي الوسيلة التي تستخدمها في متابعتك لليوتيوب :

هاتف ذكي كمبيوتر محمول

جهاز اخر اذكره :

اين تستخدم موقع اليوتيوب :

المنزل مقهى الانترنت الجامعة

مكان اخر حدده :

المحور الثاني : مساهمة اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين .

هل ساهمت مضامين اليوتيوب في اثراء رصيدك المعرفي ؟

نعم نوعا ما لا

ما درجة تأثير محتويات اليوتيوب في تطوير ثقافتك في مختلف المجالات ؟

بدرجة جيدة بدرجة مقبولة بدرجة ضعيفة ليس له تأثير يذكر

هل تعتبر اليوتيوب مصدر أولي لتنمية ثقافتك ؟

نعم نوعا ما لا

لماذا ؟

هل جعلت منك محتويات اليوتيوب طالب مثقف من النواحي التالية ؟

الإنتفاع على ثقافة الآخرين تنمية شغف المعرفة

آخر اذكره :

المحور الثالث : استفادة الطلبة الجامعيون من المحتويات التعليمية في اليوتيوب لرفع المستوى التعليمي لديهم .

مادرجة ثقنتك في مضامين اليوتيوب ؟

عالية متوسطة ضعيفة

ماهي المعارف التي وفرها لك محتوى اليوتيوب لرفع مستواك التعليمي ؟

ثقافة عامة معلومات في مجال تخصصي

أخرى اذكرها :

ما نوعية المضامين التعليمية التي تتناولها عند استخدامك لموقع اليوتيوب ؟

مضامين تعليمية مضامين ثقافية مضامين ترفيهية

أخرى اذكرها :

هل تركز عند تصفحك لمضامين اليوتيوب على المحتويات التعليمية اكثر ؟

نعم لا

هل محتويات اليوتيوب لها دور أساسي في تنمية رصيدك المعرفي و العلمي ؟

نعم لا

المحور الرابع : مجالات إستخدام الطلبة لموقع اليوتيوب .

ما الذي يدفعك إلى مشاهدة مقاطع اليوتيوب ؟

التسلية معرفة الأخبار حلول لمشاكل اجتماعية

أخرى

اذكرها :

.....

ماهي المضامين التي تتناولها عند استخدامك لليوتيوب ؟

اجتماعية رياضية ترفيهية سياسية
نفسية علمية

اخرة اذكرها :

هل يحقق لك اليوتيوب اشباعا ؟

دائما احيانا أبدا

ماهي هذه الاشباعا ؟

.....

.....

