

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال



استخدام اليوتيوب وتأثيره على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

- د. بودرع حضرية

إعداد الطالبتين:

- غناي عايده

- مرداسي منال

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	الأستاذ
رئيسا	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -	أستاذ محاضر / أ	د. بوسعدية مسعود
مشرفا ومقررا	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -	أستاذ محاضر / أ	د. بودرع حضرية
مناقشا	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -	أستاذ مساعد / ب	أ. بوطنينخ عز الدين

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِطْلَاقَ مَا اسْتَطَعْتُ

وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ

وَالْيَهُ أَنْيَبُ﴾

سورة هود الآية (88)

شكر و عرفان

شكرا لربك أعطى فأكثر و نفع فأبهر

شكرا لربك مبدل العسر باليسر و الحمد لله حمدا يملأ الميزان

شكرا لربك على تسييره وتيسيره فلولاك لما تسلفت خطانا دروبك

التوفيق و ما أبصرت عيوننا لذة النجاح

فله الحمد و الشكر كما ينبغي لجلال وجه و عظيم سلطانه

بأسمى عبارات الشكر و التقدير يسرنا أن نتقدم بخالص الشكر

والعرفان والإمتنان لأستاذتنا الفاضلة المحترمة التي تكرمت علينا

بالإشراف على هذا العمل الأستاذة الدكتورة "فضيلة بودرع"

عرفاتنا بتوجيهها و مساعدتها الجادة بدراستنا، وثقتها المستمرة بنا

و صبرها علينا وعلى إتمام هذا العمل خطوة بخطوة.

و نخس بالشكر جميع أساتذة قسم الإعلام و الاتصال الذين كان لهم

دور في تجهيزنا و تأطيرنا طيلة خمس سنوات.

إهداء

الحمد لله و كفى و الصلاة على الحبيب المصطفى و أهله و من وفى أما بعد:

أهدي عملي هذا المتواضع :

إلى نبع الحنان و الحبإلى من علمتني الصبر و الصمود مهما كانت الظروف "

أمي الحبيبة و الغالية على قلبي "

إلى من أحسن تربيتهى..... و علمني الكفاح و شاركني نجاحاتي " أبي الحبيب أطال

الله في عمره و أمده بالصحة و العافية "

إلى من ساندني ،شجعني و دعمني في مشواري الدراسي " زوجي الحبيب "

إلى أخواتي و أخص بالذكر إيمان، كوثر حبيبات قلبي..... إلى إخوتي الذكور

عبد الرؤوف، صهيب

إلى كل من يعرفني من قريب و بعيد ..

إلى أستاذتي المحترمة و المتواضعة التي أشرفت على تعليمي بكل حبه و ود

إلى كل هؤلاء أهديهم هذا العمل سائلا الله العلي التقدير أن ينفعنا به و يمدنا

بتوفيته

منال

إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات و الذي وفقني لما يحبه ويرضاه .

أتقدم بإهداء عملي هذا المتواضع :

إلى من دعائها سر نجاحي

إلى من علمتني العطاء دون مقابلإلى من تمسكت بي في أصعب أيامي

إلى من حانت وعدها و كانت مثال الأب والأم في الوقت ذاته دون كد إلى جنتي

فوق الأرض

إلى مصدر السعادة إلى أم الخيرأمي أطل الله في عمرها و حفظها لي

إلى من تطيب المجالس بطيب ذكرهإلى رجل قلبي

إلى قطعة من القلب فارقتني إلى قدوتي الحياتية

إلى مثال الوالد الأمين إلى روح أبي الطاهرة رحمه الله و أسكنه جنات الخلود

إلى الأخت الوحيدة، العزيزة والقريبة إلى قلبي إلى حبيبة القلب أختي هنية

إلى اليد اليمنى و فخري إلى الأمان الذي ألبأ إليهأخي وليد

إلى قوتي و سدي الذي أرتوي منه حبا و حنانا أخي عبد الحق و أخي

محمد

إلى ملاكي الصغيرفلذة كبدي أميرتي و أغلى ما أملك ابنة أختي نادين،

إلى كل الأهل و الأحبة.

إلى أساتذتي الذين مثلوا مهنة التعليم و اخلصوا فيها بكل شرف و مهنية ، و خير مثال على ذلك

أستاذتي المشرفة والغالية على قلبي د.بودرع حصرية .

عائدة

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الاقتصادي
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الموقع السكني
06	يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة
07	يوضح استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب
08	يوضح المدة القبلية التي استخدمها أفراد العينة على اليوتيوب
09	يوضح الفترة التي يفضلها أفراد العينة لتصفح اليوتيوب
10	يوضح معدل استخدام أفراد العينة لليوتيوب
11	يوضح الجهاز المفضل عند أفراد العينة لتصفح اليوتيوب
12	يوضح تفضيل أفراد العينة لليوتيوب على بقية مواقع التواصل الاجتماعي
13	يوضح سبب تفضيل أفراد العينة لموقع اليوتيوب
14	يوضح أهم المواضيع التي تثير اهتمام أفراد العينة في اليوتيوب
15	يوضح ما إذا كان أفراد العينة يستخدمون اليوتيوب في مجال دراستهم
16	يوضح سبب استخدام أفراد العينة لليوتيوب في مجال دراستهم
17	يوضح ما إذا كان اليوتيوب يساعد أفراد العينة على الترفيه والتثقيف
18	يوضح كيفية مساعدة اليوتيوب لأفراد العينة على الترفيه والتثقيف
19	يوضح ما إذا ساهم اليوتيوب في تحقيق نوع من الإشباع لدى أفراد العينة
20	يوضح نوع الإشباع المحققة لدى أفراد العينة

يوضح رأي أفراد العينة حول ما يتم عرضه في موقع اليوتيوب	21
يوضح ما إذا تصادف أفراد العينة فيديوهات غير أخلاقية أثناء المشاهدة	22
يوضح كيفية تجاوب أفراد العينة مع الفيديوهات التي تصادفهم	23
يوضح ما إذا كان أفراد العينة يختارون ما يتصفحونه في اليوتيوب	24
يوضح الخلفية الدينية لأفراد العينة في اختيار ما يتصفحونه على اليوتيوب	25
يوضح ما إذا استفاد أفراد العينة من موضوعات اليوتيوب من الناحية الأخلاقية	26
يوضح نوع استفادة أفراد العينة من موضوعات اليوتيوب من الناحية الأخلاقية	27
يوضح مدى تأثير استخدام اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد العينة	28
يوضح درجة تأثير اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد العينة	29
يوضح نوع تأثير استخدام اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد العينة	30
يوضح ما إذا كان التأثير الإيجابي باكتساب وتدعيم قيم أخلاقية	31
يوضح ما إذا كان تأثير استخدام اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد العينة سلبي	32
علاقة متغير الجنس بطبيعة تأثير اليوتيوب	33
علاقة متغير الفئات العمرية بطبيعة تأثير اليوتيوب	34
علاقة متغير المستوى التعليمي بطبيعة تأثير اليوتيوب	35
علاقة متغير المستوى الاقتصادي بطبيعة تأثير اليوتيوب	36
علاقة متغير الموقع السكني بطبيعة تأثير اليوتيوب	37
علاقة استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب بتأثيره على قيمهم الأخلاقية	38

خطة الدراسة

خطة الدراسة	
	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
	أولاً: إشكالية الدراسة
	ثانياً: تساؤلات الدراسة
	ثالثاً: فرضيات الدراسة
	رابعاً: أسباب اختيار الموضوع
	خامساً: أهمية الدراسة
	سادساً: أهداف الدراسة
	سابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة
	ثامناً: المنهج المستخدم في الدراسة
	تاسعاً: أدوات جمع البيانات
	عاشراً: مجتمع وعينة الدراسة
	أحد عشر: الإطار الزمني والمكاني للدراسة
	إثنا عشر: الدراسات السابقة والمشابهة
	ثلاثة عشر: المقاربة النظرية للدراسة
	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: مدخل نظري مفاهيمي لموقع اليوتيوب والقيم الأخلاقية	
	تمهيد
	أولاً: اليوتيوب You Tube
	1- تعريف موقع اليوتيوب
	2- نشأة وتأسيس موقع اليوتيوب

3- مميزات موقع اليوتيوب
4- الشروط التي يفرضها موقع اليوتيوب على المستخدمين
5- إيجابيات وسلبيات موقع اليوتيوب
6- إحصائيات عن موقع اليوتيوب
ثانيا: القيم
1- تعريف القيم
2- خصائص القيم
3- أهمية القيم
4- مصادر القيم
5- وظائف القيم
6- نظريات إكتساب القيم
ثالثا: القيم الأخلاقية
1- تعريف القيم الأخلاقية
2- أهمية القيم الأخلاقية
3- مصادر القيم الأخلاقية
4- النظريات المفسرة للقيم الأخلاقية
5- نماذج عن القيم الأخلاقية
رابعا: دور اليوتيوب في التأثير على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين
1- وسائل وأساليب اليوتيوب في التأثير.
2- تأثير استخدام اليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين.
خلاصة الفصل

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

أولاً: عرض وتحليل البيانات

ثانياً: النتائج العامة للدراسة

ثالثاً: عرض ومناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

رابعاً: عرض ومناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية

خلاصة الفصل

الخاتمة

الملاحق

قائمة المصادر والمراجع

فهرس المحتويات

ملخص الدراسة

مقدمة

يشهد العالم اليوم تقدما وانفجارا تكنولوجيا مدهلا ومتسارعا خاصة في مجال الاتصال وتقنياته ومميزاته الحديثة مما جعله جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، حيث أدت تكنولوجيا الاتصال لخلق وسائط اتصالية متنوعة لإتمام العملية الاتصالية وتفعيلها وتطويرها بين المستخدمين، خاصة منذ بداية العصر الراهن وذلك نتيجة تنامي اعتماد الأفراد على الانترنت وتعدد الاستخدامات وتطور المواقع الافتراضية، إذ شكلت هذه الأخيرة مساحة خصبة لتوثيق تفاصيل الحياة اليومية للمستخدمين.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي الوسيط الاتصالي الوحيد لتلبية رغبات جميع شرائح المجتمع وهذا ما أدى إلى إدمان المستخدمين والمتصفحين لمختلف التطبيقات والمضامين المعروضة فيها .

وقد سمحت هذه المنصات لجميع المستخدمين الاشتراك في مواقع افتراضية رقمية وعليه أصبحت نقطة تلاقي الأفكار والتبادل الثقافي في كل المجتمعات، أهمها موقع اليوتيوب الذي كان له صدى كبير وشهرة واسعة في جميع أقطار العالم.

ويعرف اليوتيوب بكونه أحد أكثر المنصات الإلكترونية استخداما وانتشارا بين الناس في نشر الملايين من الفيديوهات وعرضها وتحميلها ومشاركتها، حيث يحظى هذا الأخير بالملايين من الزوار والمستخدمين بصفة يومية بفضل مميزاته ومزاياه المتنوعة، أهمها سهولة استخدامه إضافة إلى ميزة نشر مقاطع فيديو يلتقطها الفرد بكاميرا رقمية أو كاميرا هاتفه، إلى جانب أيضا توفر مساحة خاصة بالتعليقات وإبداء الآراء بخصوص كل الفيديوهات المنشورة هذا ما يتيح المجال أكثر للتواصل والتفاعل بين المستخدمين فيه .

موقع اليوتيوب اليوم من بين أهم المواقع التي فرضت نفسها على الشبكة العنكبوتية، الأمر الذي جعله قناة لنقل أنماط ذهنية سلوكية مغايرة للسياق الأخلاقي في المجتمع العربي، ومن ثم التأثير في مستخدميه سواء بالإيجاب أو بالسلب، ومن هنا جاءت فكرة موضوع دراستنا لتبيان التأثير الذي يحدثه هذا الأخير على القيم الأخلاقية تحديدا لدى الشباب الجامعي .

و على هذا الأساس جاءت دراستنا لمناقشة وتبيان تأثير اليوتيوب على قيم الطلبة الجامعيين وقد تم توضيح ذلك بتقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول:

- الفصل الأول: المتمثل في الإطار المنهجي للدراسة الذي تناولنا فيه موضوع الدراسة حيث تم التطرق لموضوع الدراسة من خلال تحديد إشكالياتها، فرضياتها، كذلك أسباب اختيار الموضوع إلى جانب أيضا تحديد أهمية الدراسة وأهدافها، إضافة إلى مفاهيم الدراسة، ثم قمنا بعرض الإجراءات المنهجية للدراسة (عينة الدراسة، المنهج وأدوات جمع المعلومات) إلى جانب الدراسات السابقة وكذا المقاربة النظرية.

- الفصل الثاني: المتمثل في الإطار النظري للدراسة، تطرقنا فيه إلى دراسة المتغير الأول والمتمثل في موقع اليوتيوب بداية بتعريفه، نشأته ومميزاته، الشروط التي يفرضها هذا الموقع، إيجابياته وسلبياته وإحصائيات حوله، ثم انتقلنا إلى المتغير الثاني وهو القيم وقد قمنا بتعريفها وعرض جوانب مهمة فيها خصائصها، أهميتها، مصادرها، وظائفها ونظريات اكتسابها ثم حددنا نوع هذه القيم والمتمثلة في القيم الأخلاقية حيث تناولنا فيها التعريف بها، أهميتها، مصادرها، النظريات المفسرة لها وفي الأخير نماذج عنها، وخلصنا هذا الفصل بالتطرق للربط بين متغير اليوتيوب والقيم الأخلاقية تحت عنوان دور اليوتيوب في التأثير على القيم الأخلاقية.

- الفصل الثالث: المتمثل في الإطار التطبيقي للدراسة فقد عرضنا من خلاله النتائج الأولية التي توصلنا إليها وذلك بتفريغ وتحليل الجداول للوصول إلى النتائج العامة ومناقشتها في ضوء الدراسات السابقة والمقاربة النظرية للدراسة.

وفي الأخير خلصت هذه الدراسة بخاتمة شاملة عن الموضوع مع إدراج بعض النتائج النهائية.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

إشكالية الدراسة:

أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي ثورة في عالم الاتصال والتواصل والمعلومات مما أدى إلى تغلغلها في مختلف جوانب الحياة المجتمعية، وباتت تلعب دوراً محورياً في تغيير أنماط حياة الأفراد، حيث أضحت الوسائط الحديثة في وقتنا الراهن جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات فقد سيطرت على مختلف المجالات الاجتماعية، الاقتصادية والتعليمية وغيرها، ما ساهم في بروز مواقع عدة للتواصل الاجتماعي التي استطاعت بدورها أن تلغي الحواجز الزمانية والمكانية ما أتاحت فرصة التواصل الفوري والمباشر بأقل جهد ممكن.

من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها شيوعاً نجد موقع " اليوتيوب، الفيسبوك " اللذان يشهدان إقبال كبير من طرف جميع فئات المجتمع وفئة الشباب بشكل خاص لأنهم الفئة الأكثر حيوية واهتماماً بكل ما هو مستجد وتكنولوجي، حيث استطاعت هذه الأخيرة التغلغل في حياتهم وإحداث تأثير كبير فيها سواء كان إيجابياً أو سلبياً، وكان " لليوتيوب " دور مهم في إحداث هذا التأثير لدى مستخدميه بما يتضمنه من مزايا تحميل ومشاهدة الفيديوهات، تنزيلها ومشاركتها، ما جعله بوابة للانفتاح على العالم الغربي.

أدى الاستخدام المتزايد لليوتيوب إلى إحداث تغييرات في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية بشكل عام وأظهر تصرفات وسلوكيات على المستوى القيمي الأخلاقي بشكل خاص على مختلف شرائح المجتمع بصفة عامة وعلى الشباب الجامعي بصفة خاصة، وهذا بالنظر إلى طبيعة المرحلة العمرية التي تفرض عليهم الاندفاع نحو الاستقلالية إبراز الذات والرغبة في التعرف على الآخر وإقامة علاقات وصدقات مختلفة، إذ أصبحوا من أهم الفاعلين والمستخدمين لموقع اليوتيوب ومواكبين بذلك أهم المستجدات والإصدارات التي ينتجها هذا الأخير لإشباع حاجات ورغبات مختلفة لديهم.

في هذا السياق يمكننا القول أن الاستخدام الواسع لموقع اليوتيوب أنتج تغييرا في سلوكيات، تصرفات، تفاعلات وقيم الفرد بشكل عام والطالب الجامعي بشكل خاص، هذا الأخير الذي يعتبر من الطبقة المثقفة والتي لها دور في المجتمع ، إذ أصبح الطالب منغمسا في عالمه الافتراضي هذا ما أثر على قيمه، عاداته ومبادئه الأخلاقية تارة بالإيجاب وتارة أخرى بالسلب، وأصبح من الضروري النظر في تأثير موضوع القيم في ظل الممارسة التكنولوجية الحديثة ومواقعها التي باتت أمرا يثير المخاوف ويشكل خلافا أخلاقيا وقيميا.

و في هذا السياق نطرح التساؤل الرئيس:

- ما مدى تأثير استخدام موقع اليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين ؟

2- تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ؟

- ما هي الإشباعات المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ؟

- ما طبيعة التأثير الذي يخلفه اليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين ؟

3- فرضيات الدراسة:

- تختلف استخدامات واستعمالات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب من شخص لآخر.

- كلما توسعت دائرة استخدام الطلبة لليوتيوب كلما حققت لهم رغباتهم المعرفية والتثقيفية

- كلما زاد إقبال الطلبة على اليوتيوب كلما أثر ذلك على قيمهم الأخلاقية سواء إيجابا أو سلبا.

الفرضية الرئيسية:

كلما زاد استخدام الطلبة الجامعيين لليوتيوب كلما انعكس ذلك على قيمهم الأخلاقية.

4- أسباب اختيار الموضوع:

من الأسباب التي دفعت بنا لاختيار الموضوع ما يلي:

أ- أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في معرفة أسباب التزايد السريع في مجموع الطلبة المستخدمين لموقع اليوتيوب.
- الفضول المعرفي والميل الشديد لكل جوانب موقع اليوتيوب لدى الطلبة الجامعيين.
- التعرف على كيفية ومدى استخدام الشباب الجامعي لليوتيوب.
- الملاحظة اليومية لتغير سلوكيات وتصرفات الطلبة المستخدمين لليوتيوب.

ب- أسباب موضوعية:

- حداثة الموضوع واعتباره إضافة علمية.
- الانتشار الكبير لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف الفئات العمرية خاصة فئة الشباب الجامعي.

- من أهم المواضيع المعاصرة الأكثر تداولاً وقلة الدراسات في هذا المجال.

- فتح المجال للباحثين لمواصلة البحث في هذا المجال والكشف عن الآثار المترتبة من الاستخدام المتواصل لليوتيوب على قيم الشباب الجامعي.

5- أهمية الدراسة العلمية والعملية:

- يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة فئة الطلبة الجامعيين داخل المجتمع ودورهم، فهذه الفئة تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع.
- تعد هذه الدراسة ذات قيمة علمية بالغة لدى طلبة الإعلام والاتصال.
- تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول إحدى المفاهيم الحديثة التي تندرج ضمن حقل الإعلام والاتصال، إذ تعتبر القيم الأخلاقية مفتاح لضبط سلوكيات الطالب الجامعي.
- إظهار القيم المكتسبة من خلال المضامين و المواضيع التي تعرض على اليوتيوب.
- تأتي هذه الدراسة منسجمة مع الاهتمام المتزايد للشباب الجامعي بمنصات التواصل الاجتماعي اليوتيوب.

6- أهداف الدراسة:

- التعرف على الدوافع الحقيقية لاستخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب.
- الكشف عن مدى ارتباط الطلبة الجامعيين بموقع اليوتيوب.
- معرفة أنواع المضامين الإعلامية التي يتصفحها الشباب الجامعي.
- رصد الفروقات في آثار تصفح وتعرض الطلبة لموقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب.
- تبيان أهم النتائج المترتبة على مستوى القيم الأخلاقية لدى الطلبة جراء استخدام اليوتيوب وأثره عليهم.
- تشخيص بعض الآثار التي يخلفها استخدام الطالب الجامعي لموقع اليوتيوب على القيم الأخلاقية.

7- تحديد مفاهيم الدراسة

1- الاستخدام

لغة: استخدم: مصدر استخدام، يستخدم استخداما فهو مستخدم والمفعول مستخدم¹.

استخدام آلة: استعمالها.

استخدام المرأة أو الرجل: إتخاذها خادمة أو خادما.

اصطلاحا:

الاستخدام هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل الممارسات المتكررة، إذ أنه أصبح عادة متأصلة في ثقافة معينة لأغراض خاصة² وهذا الأخير يحيل إلى مجرد استعمال عشوائي أو غير منظم للتقنية، في حين أن الممارسة هي أكثر³ صياغة، ولا تغطي استعمال التقنيات فقط تغطي أيضا سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم.

ويعرف كذلك على أنه عبارة عن الممارسات الاجتماعية التي تصبح عادية في إطار ثقافة معينة من خلال الممارسة وإعادة الممارسة في النشاط نفسه، إذ يكون التعامل مع الأشياء الرمزية أو الطبيعية مرتبطا بتحقيق أهداف محددة، وتتعلق هذه الممارسات بالطابع الخاص الذي يضيفه الأفراد أو الجماعة على الوسائل، الأدوات والخدمات⁴، يرى البعض أن مفهوم الاستخدام يلفه الغموض و

¹ معجم المعاني -عربي-عربي-متاح عبر الموقع ، تاريخ التصفح 17فيفري 2021 على الساعة 18:00 <https://www.almang.com>

² -حسين شفيق ، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي ، الطبعة الأولى ، فكر وفن ، الجزائر ، 2014 ، ص186.

³ -عبد الوهاب بوفونة ، "الأطفال والثورة المعلوماتية التمثل والاستخدام " مجلة إذاعات الدول العربية ، عدد1 ، 2007 ، ص71.

⁴ -أمال فاطمة الزهراء صفاح ، إستخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علم إجتماع الإتصال ، جامعة مستغانم ، 2009. 2010 ، ص21. ⁴

عدم الوضوح لأنه يستعمل في ذات الوقت لتحليل ووصف سلوكيات وتمثلات أمام كل ماهو مستحدث وغامض أي التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الإتصال .¹

التعريف الإجرائي:

في هذه الدراسة نعني بالاستخدام ذلك السلوك الذي يجمع المستخدمين الطلبة الجامعيين بموقع اليوتيوب كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التصفح والنشر، التحميل والتعليق من أجل إشباع رغبات معينة.

2- اليوتيوب:

لغة:

كلمة مشكلة من كلمتين يوتيوب أي وعائك، أي مفرد لكلمة أوعية إلكترونية والضمير أنت هنا لمخاطبة الفرد المتصفح، والموقع عامة يعد كإعلام جديد وإلكتروني .²

اصطلاحا:

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديوهات، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني³

وهو أحد المواقع والمنصات الاجتماعية الشهيرة الذي يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجانا ومشاهدتها عبر البث الحي ومشاركتها والتعليق عليها، حيث تعد شركة اليوتيوب أحد

¹ - pierre chambat , usage des TIC : évolution des problématiques, In technologies de l'information et société, vol 6, n° 3, 1994, p 250.

² - باريش أشرف الدين ولعور صابر ، إستخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباع المحققة منه ، مذكرة ماستر ، قسم الإعلام والإتصال ، جامعة أم بواقي ، 2016/2015 ص 18

³ - سليمان بكر کران ، الإتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ، دار الراجة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1، 2015 ، ص199.

أشهر المواقع الإلكترونية الموجودة على شبكة الانترنت ويعد موقع اليوتيوب ثاني أكبر محرك بحث على الانترنت¹.

التعريف الإجرائي:

اليوتيوب هو شبكة عالمية مخصصة للتواصل والتفاعل الاجتماعي من خلال ملفات الفيديو والمدونات المكتوبة والمصورة والتفاعل معها مع إتاحة خدمات قنواته المتجددة مجاناً.

3- التأثير:

لغة:

من استأثر يستأثر استئثار فهو مستأثر، استأثر الله بفلان توفاه واستأثر بالشيء أي خص به نفسه واستأثر بالشيء أعطاه إياه دون غيره من الناس².

اصطلاحاً:

يقصد بالتأثير ترك الأثر في الحياة اليومية للأفراد، دون تخصيص لجانب من جوانبه فقد يكون الأثر حاصلًا في طريقة تفكيرهم أو في عاداتهم وسلوكياتهم³، ينظر إليه بشكل عام على أنه التغيير الذي يحدث لدى المستقبل نتيجة تعرضه للرسالة، ويعتبر عنصر فعال لإحداث تغييرات في السلوك والتفكير⁴.

¹ - متاح عبر الموقع ، بحث عن اليوتيوب <https://www.mawdoo3.com> ، تاريخ التصفح 17 فيفري 2021 على الساعة 20:00.

² - نعيمة واكد ، مقدمة في علوم الإعلام ، دار الدراسات للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2011 ، ص 178

³ - صالح أبو إصبع وتيسير أبو عرجة ، الإتصال والعلاقات العامة ، منشورات جامعة القدس المفتوحة ، المكتبة الوطنية ، الأردن ، 1999 ، ص 20.

⁴ - محمد جمال الفار ، المعجم الإعلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2006 ، ص 264

التعريف الإجرائي:

هو الفعل الممارس من قبل شخص على شخص آخر أو عدة أشخاص بهدف تغيير سلوك معين لفترة معينة في اتجاه معين.

4-القيم:

لغة:

القيمة لغة مشتقة من القيام، وهي نقيض الجلوس. والقيام معناه: العزم ويجيء القيام بمعنى المحافظة والإصلاح والوقوف والثبات¹.

وقيمة الشيء: قدره وقيمة المتاع: ثمنه. ومن الإنسان: طوله. ويقال ماله قيمته، إذا لم يدم على الشيء ولم يثبت.²

اصطلاحاً:

تنوعت المفاهيم حول القيمة لدى المفكرين، حيث يعد مفهوم القيمة من المفاهيم الشائعة في مختلف العلوم الاجتماعية والإنسانية، إلا أنه لا يوجد هناك اتفاق بين العلماء حول تعريف موحد له. -هي الحكم الذي يصدره الشخص على شيء ما مهتدياً بمجموعة من القواعد والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه³. بالإضافة إلى أنها الأفكار العامة التي يتشارك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد، أو خطأ أو صواب، أو مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه. وتتجسد مظاهرها في اتجاه

¹- طاهر عبد الكريم سلوم ومحمد جهاد جمل، التربية الأخلاقية (القيم مناهجها وطرق تدريسها) دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة ط1 2009، ص35.

²- جمال الدين أبو الفضل ابن منظور، لسان العرب، دار صادرة، بيروت، ج4، 1988، ص197.

³- سلوى السيد عبد القادر ومحمد عباس إبراهيم، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2013، ص19.

الأفراد والجماعات وأنماط سلوكهم، معتقداتهم، معاييرهم الاجتماعية، وترتبط ببقية مكونات البناء الاجتماعي، تؤثر فيه وتتأثر بها.¹ ينظر إليها على أنها معيار عام ضمني أو صريح أو جماعي يعتمد عليه الأفراد والجماعات في الحكم على السلوك الاجتماعي بالقبول أو الرفض، وهي مقاييس اجتماعية وخلقية وجمالية تفرضها الحضارة التي ينتمي إليها أفراد المجتمع وفقاً لتقاليد المجتمع واحتياجاته وأهدافه في الحياة.²

التعريف الإجرائي: هي عبارة عن مقاييس اجتماعية وخلقية وجمالية تفرضها الحضارة التي ينتمي إليها أفراد المجتمع وفقاً لعادات وتقاليد المجتمع الإسلامي واحتياجاته وأهدافه في الحياة لأن مصدر القيم في الأساس هو الدين.

5- الأخلاق:

لغة:

خلق: اسم

الجمع: أخلاق

الخلق: حال للنفس راسخة تصدر عنها الأفعال من خير أو شر من غير حاجة إلى فكر وروية.

الأخلاقي: هو ما يتفق وقواعد الأخلاق.³

¹ - نورة مرياي و خديجة بن عبادة ، القيم المتضمنة في البرامج التلفزيونية العربية المخصصة للطفل، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، جامعة جيغل، 2018_2019، ص19.

²-Davis, K , Human society ,The MacMillan co, New York, 1997,p 296

³ معجم المعاني الجامع، عربي عربي، متاح عبر موقع:

اصطلاحا:

تعرف الأخلاق بأنها مجموع متفاوت النسق من التحديدات المثالية والقواعد والغايات، التي يجب على الأنا أن يحققها بفعله في الوجود، حتى يزداد هذا الوجود قيمة، وتبعاً لذلك فإن الأخلاق تعبر عن الأخلاقية بطريقة عقلية والأخلاقية هي مسؤولية الأنا بالفعل اتجاه القيمة من حيث هي تشمل فعلاً محددًا¹. هي عبارة عن أفعال وأقوال تصدر عن الإنسان، ينظر إليها على أنها العلم الذي يبحث في النشاط الإنساني من حيث ما يحققه هذا النشاط للآخرين من نتائج مفيدة أو ضارة²، وهي بمثابة صفة مستقرة في النفس وقد تكون فطرية أو مكتسبة ذات آثار في السلوك المحمود أو المذموم³.

التعريف الإجرائي:

نقصد بالأخلاق في دراستنا بأنها مجموعة القواعد السلوكية التي تحدد السلوك الإنساني وتنظمه، وينبغي أن يحتذي بها الطالب الجامعي فكراً وسلوكاً في علاقاته الاجتماعية التي تمكنه من الاختيار الخلقى في المواقف والآداب الأخلاقية السائدة في المجتمع.

¹ - فائزة أنور شكري، القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2008، ص31.

² - حسين عبد الحميد أحمد رشوان، الأخلاق، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008، ص4.

³ - عبد الرحمان حسن حبنكة الميداني، الأخلاق الإسلامية وأسسها، دار القلم، دمشق، ط1، 1979، ص 8/7

6- القيم الأخلاقية:

هي موجّهات السلوك نحو الأهداف والقواعد والمثل العليا التي تلقى قبولا مرغوبا من المجتمع وهي عبارة عن مجموعة المبادئ والمعايير التي ترشد الفرد وتعدل سلوكه ويتحدد ذلك بمدى فاعليته في المجتمع الموجود.¹

التعريف الإجرائي:

القيم الأخلاقية نقصد بها تلك القواعد، المبادئ، الأسس، المعايير، والأحكام توجه السلوك الإنساني والتي تنطلق من المعايير الاجتماعية، الأخلاقية والدينية، ووجب أن يتحلّى بها الطالب الجامعي خلال استخدامه لموقع اليوتيوب.

8- المنهج المستخدم في الدراسة:

إن دراسة أي علم من العلوم لا تكتمل إلا بدراسة مناهج البحث فيه حيث أن لكل علم مناهج البحث الخاصة به والتي تتلاءم مع خصائص موضوعاته وبما أن محور دراستنا هي دراسة ميدانية حول ظاهرة استخدام موقع اليوتيوب وتأثيره على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين، فهي تندرج في إطار الدراسات الوصفية التي تقتضي منا جمع البيانات تصنيفها، تبويبها، وصفها وتحليلها من أجل استخلاص النتائج.

¹ - وسام لحر وفوزية هايف، علاقة القيم الأخلاقية بظاهرة الغش في الإمتحانات لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماستر، جامعة جيجل، قسم علم الاجتماع، 2016/2017، ص42.

ويعرف المنهج على أنه الأداة التي يستخدمها الباحث للوصول إلى غرضه وغاياته واكتشاف الحقيقة للوصول إلى المعرفة.¹

المنهج الذي ارتأينا أنه الأنسب في دراستنا هو المنهج الوصفي المسحي، الذي يتطلب منا وصف الظاهرة وصفا علميا دقيقا وكذا مسح استخدام عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال لموقع اليوتيوب ومعرفة تأثيره على القيم الأخلاقية.

من بداية الدراسة حتى الجانب النظري اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، و بالنسبة للإطار التطبيقي فقد اعتمدنا فيه على المنهج المسحي في توزيع استمارات الاستبيان من أجل تطبيق المسح على عينة الدراسة.

يعرف المنهج الوصفي على أنه استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى.²

في تعريف للمنهج المسحي: هو ذلك المنهج الذي يقوم على طريقة تجميع البيانات الاجتماعية وتحليلها عبر المقابلات أو الاستبيانات من أجل الحصول على المعلومات من أعداد كبيرة من المبحوثين عن طريق جماعة ممثلة لهم.³

¹ - مهدي فضل الله، أصول كتابة البحث وقواعد التحقيق، دار الطليعة، بيروت، 1998 ص14.

² -رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، ط1، 2007، ص97.

³ أحمد بدر، علوم الإعلام والبحث العلمي المناهج والتطبيقات، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص173

9- أدوات جمع البيانات:

في أي بحث علمي يلجأ الباحث إلى تحديد الطريقة التي تمكنه من جمع البيانات والمعلومات فهي محور البحث العلمي وأساسه لأنها تساعد على نجاحه وبدونها لا يمكننا إجراء البحث العلمي، حيث أن لكل بحث أداة معينة تناسبه لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختيار فروضها.

ونظرا لطبيعة موضوع دراستنا الذي يتناول استخدام موقع اليوتيوب وتأثيره على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين، فقد اخترنا استمارة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات من الميدان، وكذا أداة المقابلة وذلك بطرح أسئلة مباشرة على المبحوثين أثناء إجاباتهم على الاستمارة، باعتبار أنهما الأنسب للعينة التي اخترناها والأكثر ارتباطا بالمنهج الوصفي المسحي الذي اعتمدنا عليه.

1 استمارة الاستبيان:

هي وسيلة من وسائل البحث وهي مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه¹.

بعبارة أخرى الاستبيان هو عدد من الأسئلة المحددة، يرسل عادة بالبريد إلى عينة من الأفراد ويطلب عليهم الإجابة عنها بالكتابة، ولا يتطلب الأمر شرطا شفويا مباشر أو تفسيريا من الباحث إذ تكتب الأسئلة وتطبع بأوراق يطلق عليها استمارة الاستبيان².

¹ - عمر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 1999، ص157.

² - علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، دار المطبوعات والنشر، ليبيا، ط1، 2008، ص204.

2- المقابلة:

تعرف المقابلة على أنها تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مواجهه، حيث يحاول أحدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو التعبيرات لدى المبحوث والتي تدور حول آرائه ومعتقداته¹.

تعتبر المقابلة إلى حد كبير استبياناً شفويًا فبدلاً من كتابة الإجابات فإن المستجوب يعطي معلوماته شفويًا في علاقة مواجهة، وتصبح المقابلة من أفضل وأعلى طرق جمع البيانات إذا ما قام بالمقابلة شخص ماهر².

قمنا ببناء وتصميم استمارة الإستبيان وفق محاور حددتها فرضيات الدراسة حيث اشتملت على 4 محاور مبنية كالتالي:

- المحور الأول: البيانات الأولية الشخصية من المبحوثين والذي يشمل: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الموقع السكني.

- المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب .

- المحور الثالث: الإشباع المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لليوتيوب.

- المحور الرابع: تأثير اليوتيوب على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين.

¹- أدوات البحث العلمي (الإستبانة - المقابلة)، محاضرات إبراهيم بن مقحم المقحم، المملكة العربية السعودية، ذ م.

²- أحمد بدر، مرجع سابق، ص338.

10- مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع البحث:

تعتبر عملية تحديد مجتمع البحث والعينة المختارة من بين أهم الخطوات والمراحل المنهجية، حيث تتوقف عليها باقي إجراءات البحث الأخرى.

فمجتمع الدراسة يعرف بأنه جميع مفردات أو وحدات الظاهرة، فقد يكون المجتمع من سكان مدينة أو قرية أو ما شابه ذلك، أو وحدات معرفة بصورة واضحة بحيث يمكن تمييز الوحدات الإحصائية التي تدخل ضمن هذا المجتمع دون غيرها، ويعرف بأنه كل الأفراد الذين يحملون بيانات الظاهرة التي تحت الدراسة فهو مجموع وحدات البحث التي يراد منها الحصول على البيانات¹.

يتحدد مجتمع بحثنا في طلبة قسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة جيجل قطب تاسوست والمقدر ب 988 طالب.

عينة البحث:

العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الكلي.²

العينة العشوائية:

وفيها يختار أفراد العينة بشكل عشوائي بحيث يعطى لكل فرد من المجتمع نفس الفرصة التي تعطي لغيره عند الاختيار، وهنا يكون لكل فرد من أفراد المجتمع فرص متكافئة في الاختيار.³

¹ - نفس المرجع السابق ، ص 184.

² - محمد عبيدات وآخرون ، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات ، دار وائل للنشر ، عمان ، ط2، 1999 ، ص83.

³ - مروان عبد المجيد إبراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 2000 ، ص161.

العينة الطبقية التناسبية:

هي نوع من العينة الطبقية، تتلخص باختيار عينة عشوائية بسيطة من كل طبقة أو فئة بحيث يكون حجم تلك العينة متناسب مع حجم الفئة المأخوذة منها، أي أن يكون التعامل مع كل طبقة أو فئة وكأنها مجتمع قائم بذاته لأخذ العينة.¹

و قد اعتمدنا في بحثنا الموسوم باستخدام موقع اليوتيوب وتأثيره على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين على العينة العشوائية من مجموع 988 من أفراد المجتمع الكلي .

ونظرا لكون مجتمع البحث الكلي يتكون من مستويين: مستوى ليسانس وينقسم إلى سنة ثانية تخصص إعلام واتصال وسنة ثالثة تخصص إعلام، ومستوى ماستر وينقسم إلى تخصص الصحافة المطبوعة والإلكترونية سنة أولى وثانية وتخصص السمعي البصري سنة أولى وثانية، فقد تم توزيع مفردات العينة المقدره ب 100 مفردة بشكل طبقي تناسبي يتمشى وعدد أفراد العينة في كل طبقة بناء على حجمها:

و منه المفردات التي تمثل مجتمع البحث هي 100 مفردة تم توزيعها على النحو التالي:

- السنة الثانية تخصص إعلام واتصال: 332 أخذنا منهم 35 .
- السنة الثالثة تخصص إعلام: 288 أخذنا منهم 30 .
- السنة أولى ماستر: 240 أخذنا منهم 25 .
- السنة الثانية ماستر: 128 أخذنا منهم 10 .

$$100 = 10 + 25 + 30 + 35$$

¹ - حسان الجيلاني، أسس البحث العلمي، د.د.ن، الجزائر، ط2، 2009، ص 136.

11- الإطار الزمني والمكاني للدراسة:

تعتبر حدود الدراسة محور أساسي في البحث العلمي وذلك لما تكتسبه من أهمية في الجانب الميداني، تتمثل في أنها تفتح المجال للباحث العلمي ليقوم بعملية تجريدية حول مكان وزمان البحث العلمي، كما أنها تساعد الباحث العلمي في حصر فكره وتوجيهه باتجاه معين، إذ أن الحدود المكانية والزمانية والبشرية من شأنها أن تحصر الباحث في مكان محدد وزمان ووقت محدد وعينة بشرية معينة.

أ- الإطار المكاني:

ويقصد به الموقع الجغرافي الذي تتم فيه الدراسة الميدانية ويتمثل في جامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل، القطب الجامعي تاسوست، و تحديدا بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، و التي تم إنشائها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-362 المؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1433 هـ الموافق ل 8 أكتوبر 2012، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 03-258 المؤرخ في 22 جمادى الأولى سنة 1424 الموافق ل 22 جويلية 2003 المتضمن إنشاء جامعة جيجل، واستنادا إلى القرار الوزاري رقم 215 بتاريخ 12 جمادى الأولى 1434 الموافق 24 مارس 2013.

وسنقوم بإجراء دراستنا تحديدا بقسم الإعلام والاتصال التابع إداريا لكلية السالفة الذكر .

ب- الإطار الزمني:

ونقصد به الفترة التي استغرقها البحث من البداية حتى النهاية، حيث استغرقت حوالي ستة أشهر، وقد جاءت هذه الدراسة على مراحل:

- المرحلة الأولى: وهي مرحلة جمع المعلومات والمصادر والمراجع.

- المرحلة الثانية: تفرغ البيانات وتحليلها.

بداية بعد موافقة اللجنة العلمية على موضوع الدراسة شرعنا بالجانب المنهجي وإجراءاته في بداية شهر جانفي، ثم انتقلنا إلى الجانب النظري بعد جمعنا للمعلومات والبيانات والدراسات السابقة والمشابهة التي تخدم موضوع دراستنا وكان ذلك أواخر شهر فيفري، لتأتي مرحلة الإعداد الميداني أين ارتأينا فيها لتصميم وتوزيع الاستمارة على المبحوثين بعدها تفرغ البيانات وتحليل الجداول إلى غاية مرحلة تحليل النتائج وكان هذا في بداية شهر ماي.

ج-الإطار البشري:

يتمثل في عينة الدراسة وهم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى، القطب الجامعي تاسوست، المستخدمون لموقع اليوتيوب.

12- الدراسات السابقة والمشابهة:

تعد الدراسات السابقة من أهم الركائز العلمية التي يعتمد عليها الباحث، والمقصود بها هي تلك الدراسات والأطروحات الجامعية وهي جز لا يتجزأ من الإطار النظري لموضوع البحث، حيث يعتبر جمعها ومراجعتها خطوة أساسية لا غنى عنها في أي بحث علمي مهما كان نوعه أو مستواه نظرا لأهميتها ودورها في تحديد الكثير من معالم البحث وخطواته المنهجية والإجرائية.

✓ الدراسة الأولى:

دراسة "سهام بوقلوف" 2017-2018 بعنوان: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية، دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفاييسبوك"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها: ما هو أثر استخدام موقع الفاييسبوك على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين المتدرسين ؟

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام موقع الفايسبوك على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى فئة المراهقين الجزائريين المتدربين.

تم الإجابة على إشكالية هذه الدراسة وفق خطة ممنهجة شملت إطار منهجي، وإطار نظري تناول 3 فصول: الفصل الأول حول المراهقين ومواقع التواصل الاجتماعي، الفصل الثاني حول منظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية والفصل الثالث حول الفايسبوك وقيم المراهقين في ظل الممارسة الافتراضية.

بالنسبة للإطار المنهجي فقد اعتمدت على العينة القصدية وعلى المنهج الوصفي المسحي، إضافة إلى الملاحظة، الاستبيان والاستمارة كأدوات بحث أساسية.

توصلت الباحثة لجملة من النتائج نذكر منها:

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفايسبوك وارتباطهم بقيمهم الأخلاقية والاجتماعية.

- تباين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمتغير الجنس والسن في استخدام موقع الفايسبوك وأبعاد منظومة القيم الأخلاقية.

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفايسبوك وتجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية.

التعقيب على الدراسة:

تشابهت هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في الكثير من الجوانب خاصة وأنها تطرقت لدراسة المتغير الثاني المتعلق بالقيم الأخلاقية إضافة إلى إمكانية صياغة تساؤلات وفرضيات الإطار المنهجي، وتمثلت هذه الدراسة مع دراستنا في نوع المنهج وأدوات البحث في جمع البيانات والمعلومات.

✓ الدراسة الثانية:

دراسة "رباب رأفت محمد الجمال" 2013 بعنوان: "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي للشباب السعودي"، دراسة ميدانية على عينة عشوائية من فئة الشباب السعودي وهي أطروحة مكملة لشهادة الماجستير.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل الإعلام الجديد على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول لوضع آلية تعزيز القيم الأخلاقية.

وضعت الباحثة جملة من الأهداف الفرعية نذكر منها:

- رصد، توصيف، تحليل وتقييم علاقة الشباب بوسائل الحديثة في الوقت الراهن من خلال (تحديد كثافة الاستخدام، نوع المشاركة، دوافع الاستخدام).

- الكشف عن أسلوب تعامل الشباب السعودي مع الواقع الافتراضي الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديدة.

توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها:

- تبيان أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية.

-أرتفع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة %100 أنهم يستخدمون الأنترنت.

- حول شبكات التواصل الاجتماعي أكدت معظم العينة بنسبة %86.33 أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت بانتظام ولا شك أنها أحدثت تأثيراً على النسق القيمي الأخلاقي.

التعقيب على الدراسة:

تطابقت هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في التطرق لنفس المتغير الثاني و هو النسق القيمي الأخلاقي فساعدتنا في صياغة الأسئلة المتعلقة بالقيم الأخلاقية.

✓ الدراسة الثالثة:

دراسة "رضا عبد الواحد أمين" بعنوان: "استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الأنترنت"، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير.

في الجانب التطبيقي، أجريت هذه الدراسة على عينة قدرت بـ 122 مفردة من الطلبة، وأعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسح الإعلامي الذي يعد جهدا علميا منظما للحصول على البيانات والمعلومات من الظاهرة حول موضوع البحث، وأعتمد على أداة الاستبيان من أجل جمع البيانات والمعلومات.

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها:

- توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي في مملكة البحرين يستخدمون الأنترنت بشكل كثيف، حيث يتصفح 76% من مجموع عينة الدراسة بشكل يومي.
- غالبية الشباب الجامعي يستخدمون موقع إرفاق لقطات الفيديو (اليوتيوب) بنسبة 87.7 % من إجمالي عينة الدراسة.

التعقيب على الدراسة:

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت نفس المتغير الأول اليوتيوب بشكل خاص وساعدتنا في إثراء الجانب النظري المتعلق باليوتيوب وأيضا الحصول على المراجع والمصادر حول موضوع دراستنا.

✓ الدراسة الرابعة:

دراسة "فاطمة بلحيمر و ريمة مشعر" 2018-2019 بعنوان: "استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب وعلاقته بالاغتراب الأسري"، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة جيجل، دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها: هل هناك علاقة بين استخدام الطلبة لموقع

اليوتيوب والاغتراب الأسري؟

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة طرق استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب والكشف عن العلاقة بين استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب والاغتراب الأسري.

تم الإجابة على إشكالية هذه الدراسة وفق خطة ممنهجة شملت إطار منهجي، وإطار نظري تناول ثلاثة فصول: الفصل الأول يتمحور حول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، الفصل الثاني حول موقع اليوتيوب، الفصل الثالث حول مفهوم الاغتراب الأسري.

وبالنسبة للإطار التطبيقي للدراسة فقد أجريت هذه الدراسة على العينة القصدية وكان عددها 98 مفردة، وكذا اعتمدهم على المنهج الوصفي التحليلي، وعلى أداة الاستبيان من اجل جمع البيانات والمعلومات من الميدان.

توصلت الباحثين إلى جملة من نتائج نذكر منها:

- يستخدم أكبر نسبة من المبحوثين من اليوتيوب من أجل دوافع معرفية.
- معظم الطلبة لا يستطيعون الاستغناء عن استخدام موقع اليوتيوب.
- خلصت الدراسة إل أن استخدام موقع اليوتيوب له علاقة بالاغتراب الأسري بشكل نسبي.

التعقيب على الدراسة:

اتفقت هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في أنها درست المتغير المستقل وهو استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب وتشابهت مع دراستنا في الكثير من الجوانب منها: العينة، أداة الاستبيان، إضافة إلى تزويدنا بمعظم المراجع حول موقع اليوتيوب.

13- المقاربة النظرية للدراسة:

1- مفهوم نظرية الاستخدامات الإشباعية:

نظرية الاستخدامات الإشباعية تعني تعرض الجمهور للمواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية¹، إذ تهتم هذه الأخيرة بدراسة الاتصال الجماهيري وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام، ويأخذ منظور الاستخدامات الإشباعية وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام ويبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام الإشباعية التي يحققونها من استخدامها لتلك الوسائل، ويهتم مدخل النظرية بالسماة الفردية وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع والحاجات الفردية²، ويرى أنصارها أن الأفراد والجمهور يستخدمون المواد الإعلامية من أجل إشباع رغباتهم وحاجاتهم وبالذات الرغبات الكامنة، لذلك تجدهم يحددون نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبون فيه وبالتالي فإن الوسيلة الإعلامية ليست هي التي تدق أبوابهم وإنما هم الذين يعملون كل ما في وسعهم للوصول للوسيلة وإشباع رغباتهم واحتياجاتهم³.

¹ - محسن جلوب جبر الكنائى، الإعلام الفضائي والجنسي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012، ص193.

² - مصطفى علي سيد عبد النبي، "الإتجاهات الحديثة لنظرية الإستخداماتوالإشباعات"، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد23، (يوليو2019)، ص31.

³ - بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص176.

2- فروض النظرية:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط استخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام¹.
- نظرية الاستخدامات الإشباع كانت قائمة على فرض الجمهور الفعال الإيجابي وكان ذلك على النقيض من فرض نظريات التأثير السابقة.
- الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.²
- من خلال النظرية لم يصبح الجمهور مجرد متلقي سلبي بل يتسم بالإيجابية والفاعلية.
- إن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مضمونة تلي توقعاتهم.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.³

3- انتقادات النظرية: وجهت للنظرية بعض الانتقادات نذكر منها:

- أن هذه النظرية تبني مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليست لها تعريفات محددة وبالتالي من الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من خلال تطبيق النظرية.

¹ - مصطفى علي سيد عبد النبي، المرجع السابق، ص32.

² - مي العبد لله ، نظرية الإتصال، دار النهضة العربية ، لبنان ، ط1 ، 2006، ص 215_216.

³ - حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، دار عربية للطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 1988، ص241.

- تختلف أهمية الحاجات الخاصة بالفرد المتعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية من فرد إلى آخر، ولتحقق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.

- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات الإشباعية إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم رسائل اتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، وللبعض الآخر تحقق اختلالاً وظيفياً.¹

-نظرية الاستخدامات الإشباعية أقل من أن تكون نظرية مستقلة بذاتها، ما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي.²

4- تطبيق نظرية الاستخدامات الإشباعية على الدراسة:

من خلال إسقاطنا لمحتوى هذه النظرية على دراستنا نحاول البحث في المضامين التي يحتويها اليوتيوب وما ينتقيه المستخدمون حسب ميولاتهم واهتماماتهم الشخصية، وهذا ما سنوضحه في الجانب التطبيقي للدراسة.

¹ - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2003، ص257.

² - محمد محمد عمر الطنوبي، نظريات الإتصال، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2001، ص22.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى تحديد الإطار المنهجي العام لدراستنا بشكل مفصل، حيث قمنا بضبط الموضوع ضبطاً ممنهجاً من خلال إتباع مجموعة الإجراءات والخطوات المنهجية التي ساعدتنا في تحديده بطريقة صحيحة وذلك بواسطة تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية كذلك أسباب الدراسة وأهميتها، تحديد المنهج والأدوات المستعملة في جمع البيانات والمعلومات من مجتمع الدراسة المتمثل في طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى قطب تاسوست جيجل، معتمدين على المنهج الوصفي واستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من الميدان وفي الأخير عرض بعض أدبيات الدراسة في الجانب التطبيقي وكذا في الجانب المنهجي، إضافة إلى اعتمادنا على المقاربة النظرية التي تلاءم موضوع الدراسة.

الإطار النظري

للدراصة

الفصل الثاني: مدخل نظري مفاهيمي لموقع

اليوتيوب والقيم الأخلاقية

أولاً: اليوتيوب You Tube

- 1- تعريف موقع اليوتيوب
- 2- نشأة وتأسيس موقع اليوتيوب
- 3- مميزات موقع اليوتيوب
- 4- الشروط التي يفرضها موقع اليوتيوب على المستخدمين
- 5- إيجابيات وسلبيات موقع اليوتيوب
- 6- إحصائيات عن موقع اليوتيوب

تمهيد:

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي حديث الساعة للكبير والصغير، وملجأ لإشباع رغباتهم وأخذت جزءا كبيرا من حياتهم اليومية حيث لا يخلو يومهم دون اللجوء إلى استخدام هذه المواقع، فقد منحتهم فرص الانتقال إلى جميع أقطار العالم دون قيود وحدود.

من ضمن هذه المواقع موقع اليوتيوب الذي أصبح من أفضل الوسائط الأكثر استخداما وشيوعا، نظرا لما يقدمه ويوفره من مميزات ومزايا ترشحه أن يكون الوسيلة الوحيدة الأولى المختارة من قبل جميع شرائح المجتمع، خصوصا الطالب الجامعي الذي عادة ما يلجأ له بكثرة.

وقد أدت هذه الاستخدامات الكثيرة لموقع اليوتيوب إلى تأثير كبير على حياة الناس في جميع المجالات سواء بالإيجاب أو بالسلب، وتعد القيم الأخلاقية لدى الفرد الأكثر استهدافا لتأثير موقع اليوتيوب لاسيما لدى الشباب بشكل عام والشباب الجامعي بشكل خاص، لهذا سنستعرض بشكل مفصل لكل من متغير اليوتيوب من حيث المفهوم، النشأة، المميزات، الإيجابيات والسلبيات، ثم نتطرق للقيم بشكل عام والقيم الأخلاقية بشكل خاص من حيث المفهوم، الأهمية، الوظائف والنظريات، ثم نتطرق في الأخير إلى معرفة تأثير اليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الطلاب الجامعيين .

أولاً: اليوتيوب YouTube

1- تعريف موقع اليوتيوب:

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة الفيديوهات بشكل مجاني.¹

يعرف موقع اليوتيوب على أنه موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني ويسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.²

و يعد موقع اليوتيوب أفضل المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل الفيديو وعرضه ونشره دون قيود رقابية، ويلاحظ أن موقع اليوتيوب يتحول تدريجياً إلى وسيلة تشبه إلى حد كبير التلفزيون الذي يث برامج على شبكة الانترنت.³

و قد اختلفت الآراء حول موقع اليوتيوب ما إذا كان الموقع شبكة اجتماعية أو لا حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو videon sharing، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظراً في اشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع، وذلك للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات إضافة إلى المزايا العديدة التي يتمتع بها.⁴

¹ - سليمان بكر كران ، الإتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان ، ط1، 2015، ص199.

² - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2013 ، ص43.

³ - حارث عبود ومزهر العاني ، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي ، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2013 ، ص43

⁴ - حنان قواسمية ، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة لدى الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير ودكتوراه ، قسم الإعلام والاتصال

2015-2016 ، صص 34-55 .

و في حوصلة لما قيل عن اليوتيوب هو ظاهرة ثقافية عالمية اتصالية، انطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة TUBE مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية، اجتماعية، ثقافية، سياسية.¹

2- نشأة وتأسيس موقع اليوتيوب:

تم تأسيس موقع اليوتيوب في فبراير سنة 2005 من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة باي بال pay pal هم "تشاد هيرلي" و"ستيف تشين" و"جاود كريم"، في مدينة كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية آدوب فلاش، أيضا نجد فيه مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى.

في عام (2006) اشترت غوغل الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أميركي، فاليوتيوب يعتبر من الجيل الثاني أي من مواقع الويب، وأصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية.

حيث يحظى موقع اليوتيوب إقبالا كبيرا من الشباب والمراهقين خصوصا ومن الجنسين، ويعتبر موقع اليوتيوب موقعا غير ربحيا لخلوه من الإعلانات إلا أن الشهرة التي وصل لها الموقع تجدد مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، فهو أصبح أكبر المستضيفين لأفلام الفيديو سواء كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي والتي تحتل موقعا مهما على شبكة الانترنت إضافة إلى أنه بات جزء لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف أعمارهم وبمختلف اهتماماتهم كما وأنه أضاف خدمة كبيرة وفاعلة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الحديثة.

¹ - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2014، ص90.

يستخدم الموقع لغات متعددة يصل مجملها حوالي 51 لغة من لغات العالم وأهمها: الإنجليزية، العربية، الروسية، الفرنسية، البولونية، الإيطالية، البرتغالية، الإسبانية، الألمانية، الهولندية، الكورية، الصينية، اليابانية... الخ.¹

3- مميزات موقع اليوتيوب:

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

- عام ومجاني:

وذلك من خلال الموقع يستطيع المتصفح تحميل وتنزيل ما يشاء من أفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط وأن يلتزم شروط التحميل.

- داعم لتحميل الأفلام:

أي أن الموقع يوفر خادما مجانا ذا مساحة غير محدودة من خلال ذلك فالمتصفح يستطيع تنزيل الأفلام، الفيديوهات، الأغاني والأناشيد مما يترك حرية كبيرة لتحصيل وتنزيل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة وذلك عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف.

- سهولة الاستعمال من قبل العامة:

هو سهل الاستعمال من حيث التحميل والتنزيل للأفلام مقارنة بغيره من المواقع.

- سهولة المشاهدة:

بمجرد الكبس على وصلة الفيلم، فإن المتصفح يستطيع مشاهدة البث حيا ومباشرا من الموقع.

¹ - مروة عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015، ص204.

- سهولة البحث:

الموقع يوفر محرك بحث خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.

- الرقابة:

يسمح الموقع بتحديد من يشاهد الفيلم، فالمستخدم يستطيع أن يجعل مشاهدته حصراً على مجموعة خاصة من المشتركين أو العامة، وكل ذلك يظهر بمحركات البحث كغوغل¹.

- جودة الأفلام:

إن جودة أفلام موقع اليوتيوب العالية تسمح برفع ملفات بأفضل جودة يتم عرضها أبعاد 360×480 بكسل وكذلك 720p و1080p وفي السنوات الأخيرة تم إضافة جودة 2k و4k إضافة إلى تقنية عالية الوضوح وتقنية d3 أي مشاهدة المواقع بتقنية ثلاثية الأبعاد.²

- القدرة على تشغيل الفيديو بشبكات أخرى .

- عرض أشرطة الفيديو ذات صلة داخل التعليق.

- يعتبر موقع اليوتيوب وجهة الكثير ممن يبحثون عن الشهرة باعتباره الوسيلة الإعلامية التي تتيح لأي فرد فرصة الظهور والوصول إلى العالمية، وهذه الطريقة سمحت للعديد من الفنانين والفرق الموسيقية بالتعريف بأنفسهم في بداية مشوارهم وتحقيق الشهرة في وقت قصير.³

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الإجتماعية ، دار النفايس للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2013 ، ص44 .

² - سليمان بكر كران ، الإتصال الجماهيري والخدمة الإجتماعية ، دار الراجة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2015 ، ص201.

³ - عبد الله ممدوح مبارك ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، مذكرة ماستر ، قسم الإعلام والإتصال، جامعة الشرق الأوسط ، لبنان ، 2012 ، ص45 .

4- الشروط التي يفرضها موقع اليوتيوب على المستخدمين:

وضع موقع اليوتيوب بعض الشروط والقواعد التي على جميع المستخدمين اتخاذها على أكمل وجه:

- لا يسمح اليوتيوب بوضع المقاطع الفيلمية التي تشجع على الإرهاب والإجرام والأفلام الخلاعية.
- لا يسمح الموقع بالإساءة للديانات والمذاهب والشخصيات.¹
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية.
- الملفات المرفوعة للموقع لا تقل عن 10 دقائق ولا تزيد عن 1 جيجا بايت 1024.
- تم منع اليوتيوب YouTube في كثير من البلدان بسبب ما تضمنه الموقع لعرضه مواد منافية للنظام الأخلاقي وما تضمنه من فضائح وتصرفات غير لائقة.²

5- إيجابيات وسلبيات موقع اليوتيوب:

- إيجابياته:

✓ يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة في مرات عديدة وحسب الطلب:

وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث حديث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن، وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في الذهن، ويؤثر في الآراء بشكل كبير على سبيل المثال مقاطع الفيديو الخاصة بأحداث 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية بما تحويه من مشاهد الدمار والقتل، فقد أتيح للملايين من الناس تكرار مشاهدة هذه الأحداث عبر

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص202

² - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، ط1، 2011، ص 195.

اليوتيوب، مما ساهم في ترسيخ المقولات والإذاعات الأمريكية بحربها على الإرهاب وفي توفير أنصار ومؤيدين لها في البداية.

✓ إعطاء الإمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب:

و ذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع والتأكد من اعتماد التعديل فوراً.¹

✓ سهولة تحميل ومشاهدة مقاطع الفيديو:

موقع اليوتيوب يتمتع بواجهة محببة للمستخدم تجعل من السهل تحميل مقاطع الفيديو ومشاهدتها كما يمكن نشر بعض الإعلانات في بداية بعض مقاطع الفيديو.

✓ تنوع وغزارة مقاطع الفيديو من أي نوع:

يضم موقع اليوتيوب أعداد كبيرة من المشتركين من جميع أقطار العالم وبالتالي يضم عددا هائلا من مقاطع الفيديو في معظم المجالات.²

- ضخامة مساحته التخزينية.

- سهولة ربطه بالمواقع والمدونات الإلكترونية.

- تنوع وتعدد مستخدميه.

- مجانية الموقع وكثرة خياراته ومواده.³

- الموقع الأكثر زيارة عالميا وهو يتربع على المركز الأول عالميا منذ سنتين.⁴

¹ - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2014، ص94.

² - إيجابيات وسلبيات موقع يوتيوب تاريخ التصفح 2021/03/29 على الساعة 14:19

<https://www.tharwatna.com>

³ - مروة عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني " الأسس وآفاق المستقبل"، دار الإعصار للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015، ص209

⁴ - موسوعة تعلم اليوتيوب، العدد1، 2009، ص7.

- سلبياته:

✓ إمكانية اختراقه: من قبل بعض الأشخاص أو الجهات وتعطيل ما يحمله من أفلام ومحاضرات، بل قد تم بث برامج تعارض وتناقض الهدف الأساسي من الموقع كأن يتم اختراق موقع إسلامي ويبت فيه أفلام ومشاهد تتعارض مع قيم أخلاق الإسلام وشريعته.

✓ قيام بعض الدول بحجب الموقع: بحيث تم منع فائده عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه الدول، كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب¹.

✓ معلومات مضللة: نادرا ما تخضع مقاطع الفيديو المنشورة على الموقع للمراقبة المسبقة و التدقيق، وقد يحدث ذلك في وقت لاحق، وبحلول ذلك الوقت يكون الضرر قد حدث بالفعل، ولكن موقع اليوتيوب لا يسمح بالتأكد على مقاطع الفيديو التي تحتوي على عنف حقيقي أو ممارسات غير أخلاقية ذات علاقة بالجنس أو المخدرات، ومع ذلك ينشر عدد من المستخدمين مقاطع فيديو من نفس المحتوى، مما يجعل من الصعب للغاية رؤية كيف يخطط موقع اليوتيوب للتعامل مع هذا الأمر.

✓ موافقة الوالدين و القاصر: اكتشف موقع اليوتيوب أن بعض مستخدميه و خاصة القصر يقومون بتحميل المحتوى مباشرة على المنصة، ووجد أن بعض المحتويات المحملة تتم دون موافقة الوالدين، وهذا يمثل مشكلة لكل من موقع اليوتيوب و القاصرين ذو الصلة ولهذا السبب يقوم اليوتيوب بتحديث صفحة شروط الخدمة الخاصة بهم وذلك لدرء المسؤولية القانونية².

✓ عدم قدرة الموقع على مراقبة ما يتم نشره.

¹-علي خليل شقرة، المرجع السابق، ص95.

تاريخ التصفح 2021/03/29 على الساعة: 14:19 - <https://www.tharwatna.com> -²

- ✓ هناك نوع من العنف على بعض من أشرطة الفيديو على الموقع يسجلها المراهقون وغيرهم لنشره أو التفاخر بالاعتداء على البشر والحيوان.
- ✓ تحول الموقع لقناة لترويج الفضائح والإبتزازات خصوصا في المجتمعات المحافظة ذلك بنشر فيديوهات مخلة للآداب العامة.¹

6- إحصائيات حول موقع اليوتيوب:

لدينا مجموعة من الإحصائيات عن موقع اليوتيوب أهمها:

- عدد المشاهدات يصل إلى أكثر من ملياري مشاهدة يوميا.
- يعد اليوتيوب ثالث موقع عالميا من حيث الزيارات بحسب الإحصائيات.
- موقع اليوتيوب متوفر في 23 بلد من خلال 51 لغة مختلفة .
- يبلغ متوسط عدد الدقائق التي يقضيها المستخدم في تصفح الموقع ومشاهدته 15 دقيقة .
- يبلغ متوسط عدد ساعات الفيديو التي يتم تحميلها يوميا على الموقع 14 ساعة .
- يصل عدد الزيارات اليومية للموقع إلى حوالي 45 مليون زيارة للصفحة الرئيسية يوميا.
- 70% من حركة الزيارات على الموقع تأتي من خارج الولايات المتحدة الأمريكية.
- المدة المطلوبة لمشاهدة مئات الملايين من مقاطع الفيديو الموجودة حاليا على موقع يوتيوب يصل إلى 1700 سنة.²

¹ - صفاء بن صابرة وسهيلة لولو، دور وسائط الإتصال الجديدة(الفايسبوك واليوتيوب) في التغيير الإجتماعي لدى الشباب الجزائري، مذكرة ماستر قسم الإعلام والإتصال ، جامعة جيجل، 2019، ص46.

² - حارث عبود ومزهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص147.

ثانيا: القيم

- 1-تعريف القيم.
- 2- خصائص القيم.
- 3- أهمية القيم.
- 4- مصادر القيم.
- 5- وظائف القيم.
- 6- نظريات اكتساب القيم.

1- تعريف القيم:

هي مجموعة من المبادئ والمعايير التي يضعها مجتمع ما في ضوء تراكم عليها من خبرات، تتكون نتيجة عمليات انتقادية جماعية، يصطلح أفراد المجتمع عليها لتنظيم العلاقات بينهم وأنها الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مستهديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وصفها المجتمع الذي نعيش فيه والذي يحدد بالتالي المرغوب فيه.¹

هي تقدير معنوي لشيء محسوس أو مفهوم مجرد يولد في المرء رغبة في ذلك الشيء أو رغبة منه ويعتمد على عوامل ذاتية وأخرى خارجية،² ينظر إليها على أنها المعتقدات حول الأمور والغايات وأشكال السلوك المفضلة لدى الناس توجه مشاعرهم، تفكيرهم، مواقفهم، واختياراتهم وتنظم علاقاتهم بالواقع والمؤسسات الأخرى وأنفسهم والمكان والزمان وتحدد هويتهم ومعنى وجودهم.³

2- خصائص القيم:

تتصف القيم بمجموعة من الصفات التي اتفق حولها العديد من العلماء الذين تناولوا موضوع القيم وهذه الخصائص تتمثل في:

- اجتماعية: أي تنبثق من إطار اجتماعي على أساسها يتم الحكم على سلوك الأفراد لأنها تنال قبولا من المجتمع.

- القيم الذاتية والشخصية: كل شخص ينظر للقيم على نحو خاص به والإنسان هو الذي يحمل القيم ويطلقها على الأشياء لذلك تظهر عليه على شكل أحكام واهتمامات وحاجات.

¹ - صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة، عمان، ط5، 2006، ص205.

² - سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، دار جدار للكتاب العالمي، ط1، عمان د.س، ص2

³ - عبد الله عقلة مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1،

- تتسم بالهرمية: هي ترتب عند الأشخاص ترتيباً متدرجاً في الأهمية على سبيل المثال: نجد طالب العلم تكون لديه قيم علمية في أعلى سلم القيم لديه ثم تأتي القيم الأخرى¹.
- النسبية: و هي بنسبية القيم أنها تختلف باختلاف الزمان والمكان والإنسان كما أن أهميتها وتقدير وجودها تختلف من فرد إلى آخر ومن مجتمع لمجتمع ومن زمان إلى زمان فقيم المواطن العربي تختلف عن قيم المواطن الغربي.
- المثالية: أي ليست شيء بأي حال بل الأشياء هي التي تحملها، فالصدق من حيث هو قيمة يحمل معنى مجرد غير محسوس لكنه يتخذ قيمته في الواقع الملموس.
- القطبية: أي أنها ذات قطبين إما تكون هكذا أو هكذا، خير أو شر، سلبية أو إيجابية، حق أو باطل.
- العمومية: بحيث تشكل طابعا قوميا ومشاركا بين جميع الطبقات في المجتمع.²

2- أهمية القيم:

للقيم أهمية كبيرة في حياة الأفراد والمجتمعات فهي التي توجه سلوكهم وتحدد تصرفاتهم، فهي تمثل المعيار الضابط الموجه للسلوك وهي بذلك تتمكن من مواجهة الأزمات التي تعترض وجوده³، ولا تقف أهمية القيم في نطاق الفرد بل تتعداه إلى المجتمع وتمس كل العلاقات الإنسانية، ويمكن أن نبين أهمية القيم من خلال المحورين الآتيين:

¹ - صالح محمد علي أبو جادو، المرجع السابق، ص208.

² - ماجد زكي الجلاد، تعلم القيم وتعليمها " تصور نظري وتطبيقي لطرائق وإستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2007، ص37.

³ - حورية شرقي، النسق القيمي وعلاقته بالتوافق النفسي والإجتماعي لدى طلبة المراحل المتوسطة والثانوية، أطروحة دكتوراه في علم النفس، جامعة وهران2، 2016/2017، ص49.

✓ أهمية القيم على مستوى الفرد:

تحتل القيم بأهمية كبيرة فهي تتغلغل في أنماط حياة الأفراد ويتأثرون بما لديهم من قيم في سلوكياتهم الاجتماعية، كما أنها تساعد على تحقيق تكيف الفرد مع محيطه الاجتماعي باعتبارها منظمات اجتماعية للعلاقات والتفاعلات الاجتماعية في المجتمع.

- لها دور في تشكيل الكيان النفسي للفرد لأنها توجه للوصول إلى الهدف لما يقوم به من سلوك، كما تمكنه من معرفة ما يتوقعه من الآخرين وردود أفعالهم فالقيم تساعد الفرد على تحمل مسؤولياته ومعرفة الصواب والخطأ ما يؤدي إلى زيادة إحساسه بالرضا¹.

- للقيم دور في توجيه سلوك الأفراد، إذ ينظر للقيم كقوة محرّكة للسلوك ومنظمة له وأنها تقوم بتحديد ما يعتقد الفرد صحيحاً وأخلاقياً وتتخذ أساساً للحكم على السلوك.

- تلعب دوراً مهماً في تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح، كما تعطي للفرد فرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته.

- تساعد الفرد على ضبط شهواته كي يتغلب على عقله ووجدانه.

- تعمل على إصلاح الفرد نفسياً وخلقياً وتوجيهه نحو الإحسان والخير والواجب²

✓ أهمية القيم على مستوى المجتمع:

- تحافظ على تماسك المجتمع، فتحدد له أهداف حياته ومثله العليا ومبادئه.

- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة وذلك يسهل على الناس حياتهم ويحفظ للمجتمع واستقراره وكيانه في إطار موحد.

¹ - عمر أحمد همشري، التنشئة الاجتماعية للطفل، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2013، ص311.

² - علي بن مسعود بن أحمد العيسى، تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب المرحلة المتوسطة من وجهة نظر معلمي التربية الإسلامية، رسالة ماجستير في التربية الإسلامية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2008/2009، ص87.

- تزود القيم أفراد المجتمع بقدر مشترك من الثقافة والتفكير، وتربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها حتى تبدو متناسقة كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساساً عقلياً يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة.
- تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزاعات والشهوات الطائشة، فالقيم والمبادئ في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى جميع أعضائها للوصول إليه.¹
- تعبر القيم عن غايات يسعى أفراد المجتمع لتحقيقها، وتعمل على توجيه أبناء المجتمع إلى العمل الجماعي كما تساعد المجتمع المتميز على مواجهة الأزمات.
- تساعد القيم على تحديد ملامح شخصية المجتمع بقدر مشترك من الثقافة والتفكير وبالتالي تساعد على الشخصية العامة المشتركة لجميع أفراد المجتمع بالرغم من وجود قدر من التباين بين شخصيات أفرادها.
- تزود أفراد المجتمع بالصيغ التي يتعامل بها العالم، بطبيعة العلاقات التي يجب أن تسود بينه وبين المجتمعات الأخرى وتحدد له أهدافها ومبررات لوجوده وبالتالي يسلك في ضوءها السلوك القويم.²

¹-فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد61، المجلد 31، 2014، ص206.

²-سمية سلمان عثمان العجومي، دراسة تحليلية للقيم المتضمنة في كتاب التربية الإسلامية والاجتماعية وحقوق الإنسان للصف الرابع الأساسي بفلسطين، رسالة ماجستير في المناهج وطرق التدريس، جامعة الأزهر، غزة، 2012، ص22/21.

3- مصادر القيم:

● المصادر العامة: أثارت قضية أصل القيم جدلا ونقاشا بين الفلاسفة والعلماء على حد سواء وهو ما جعلهم يذهبون إلى أربعة آراء وهي:

✓ الرأي الأول:

و هو رأي الاتجاه الفردي الذي يربط القيم بالإنسان، وينسب أصلها إلى الطبيعة البشرية، وبالذات إلى التكوين النفسي للفرد، فالفرد هو الذي يعطي القيم للأشياء والأفعال، و يقوم هذا الاتجاه على أن هذه الفلسفة للقيم تعتمد على الاختيار الحر والرغبة الذاتية، وهنا ينتهي معنى الإلزام وتفقد المسؤولية معناها يحتجب المثل الأعلى وراء الرغبات والميول، وهو ما يؤدي إلى التدافع والنزاع.

✓ الرأي الثاني:

و هو رأي الاتجاه الجماعي الذي يقول بأن مصدر القيم هو المجتمع، ويرد أصحابه القيم إلى العقل الجمعي والإرادة الجمعية، فالمجتمع في نظرهم هو أصل القيم ومصدر الإلزام، فالتقويم عند أصحاب هذا الرأي عملية اجتماعية خارجة عن ذوات الأفراد، وهذه الفلسفة للقيم تفرض أن القيمة ناشئة عن الحتمية الاجتماعية أو الحتمية الاقتصادية.¹

✓ الرأي الثالث:

و هو رأي من يرد مصادر القيم إلى الأشياء والأفعال في حد ذاتها، فالقيم عند أصحاب هذا الرأي تستغني عن التقويم الإنساني لأن الوجود بدونها، فأصل القيم عند أصحاب هذا الرأي يعود إلى

¹- حسين عزي، الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة، رسالة ماجستير في علم النفس الاجتماعي،

جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2013/2014، ص101/99.

طبيعة الأشياء والأفعال، والإنسان يكتشف هذه القيم ويهتدي إليها نظرا لجاذبيتها وقدرتها على التأثير في رغباته.

✓ الرأي الرابع:

يرجع أصحابه مصدر القيم إلى قوة خارجية عن الإنسان والمجتمع، فهي تعلو فوق الإنسان وقدراته، وأن الأشياء لا تقوم بذاتها ولا تخلق نفسها بل الله خالقها ومقومها، فهو الذي يعطي القيمة للأشياء والأفعال والقيم لا بد أن تكون عامة وثابتة ومطلقة وكلية، بحيث تنطبق على جميع الناس دون استثناء ولا تخضع لأهوائهم الفردية والجماعية على السواء.¹

المصادر الاجتماعية:

- الدين:

يعد الدين أهم مصادر القيم فهي في الغالب الأساس الذي يستند عليه الناس في تقييمهم لسلوك من ناحية القبول والرفض، والأديان عموما عبارة عن مجموعة من القيم التي تحدد سلوك الفرد وتوجهه بمجموعة من الأوامر والنواهي تضبط بها سلوكه، وتمثل مصادر القيم الاجتماعية في ديننا الإسلامي في: القرآن الكريم، السنة النبوية، الإجماع، ويعد المسجد من المؤسسات الاجتماعية التي تتولى غرس قيم هذه السلوكيات على الفرد والمجتمع.

- الأسرة:

هي البيئة الأولى التي تحتضن الفرد وأكثرها تأثيرا في عملية التنشئة الاجتماعية إذ تعلم الفرد مبادئ التربية الاجتماعية والسلوك الاجتماعي والآداب العامة والقيام بالواجبات والمسؤوليات الفردية والاجتماعية المختلفة.

¹ - نفس المرجع، ص 100/99 .

- المدرسة:

هي مؤسسة اجتماعية تربية تلعب دورا هاما في إغناء القيم التي يتلقاها الفرد في الأسرة وتضيف عليها قيما أخرى، فدورها مكمل للأسرة حيث تقوم بتدعيم العديد من المعتقدات والاتجاهات والقيم.¹

- وسائل الإعلام:

تؤثر وسائل الإعلام المختلفة من إذاعة وتلفزيون وسينما وانترنت وصحف ومجلات وكتب... الخ، بما تنشره وتقدمه من معلومات وحقائق وآراء وأخبار ووقائع وأفكار، وقد أثبتت العديد من الدراسات أن النمو العقلي والانفعالي والاجتماعي للفرد يتأثر على درجة كبيرة بما يتلقاه من المواد التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة، وفي الوقت الحالي يقوم التلفزيون بدور هام وأساسي بين وسائل الإعلام الأخرى، حيث صار ينافس الأسرة في عملية تنشئة الأفراد وتطبيعهم بسلوكيات معينة نظرا للانتشار الواسع وما يقدمه من برامج مسلية وجذابة تستحوذ على اهتماماتهم.

- الثقافة:

تعتبر القيم إحدى المكونات الأساسية للثقافة التي عرفها "إدوارد تايلور" بأنها ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والعادات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضوا في المجتمع فالثقافة إذن مصدر مهم للقيم المختلفة.

¹ - الجموعي مؤمن بكوش، القيم الاجتماعية، "مقاربة نفسية إجتماعية"، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، العدد 8، (سبتمبر، 2014)، ص80/79.

- الظروف الاقتصادية والاجتماعية :

من المصادر الهامة للقيم أيضا المعطيات والظروف الاقتصادية والاجتماعية التي تصاحب المراحل التي يمر بها المجتمع، فالجمع بين الرواسب المادية التي ورثها المجتمع، ومن بين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية الجديدة التي عاصرها، يؤدي إلى ظهور قيم جديدة تعد مرشدا موجها لسلوك الأفراد اليومي¹.

4- وظائف القيم:

من المعروف أن الحياة مليئة بمحالات التعامل والتفاعل بين الناس لذلك فهي تشتمل على العديد من القيم البسيطة والمركبة المتداخلة، وهذه القيم لها درجات متفاوتة من التأثير على الفعل، ويرجع هذا إلى أن القيم ليست متساوية في الأهمية فهي تقع في ترتيبات هرمية، وترتب تبعا لأفضليتها ومستوى أهميتها ومن أهم الوظائف التي تؤديها القيم:

- القيم تدفعنا إلى تفصيل أو تبني إيديولوجية سياسية أو دينية دون أخرى.
- تحافظ القيم على هوية المجتمع، وتعمل على تماسكه ووحدته عبر التاريخ.
- القيم توجهنا إلى إتباع الآخرين والتأثير عليهم لتبني مواقف ومعتقدات أو اتجاهات نعتقد أنها جديرة بالاهتمام والدفاع عنها.
- القيم تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه من خلال تحديد الاختيارات الصحيحة التي تجعل هذا المجتمع مستقرا و متمسكا في إطار موحد.
- القيم مستوى يعتمد عليه في تبرير أنماط معينة من السلوك أو الاتجاهات لكي تكتسب أكبر قدر من القبول الاجتماعي.

¹ - الجموعي مؤمن بكوش، المرجع السابق، ص 80/81.

- تعمل القيم على الإسهام في خفض حدة الصراع والتوتر والمساعدة على اتخاذ القرار على أساس الاختيار بين البدائل.
- القيم مكون دافعي قوي كما لها مكونات معرفية ووجدانية سلوكية.¹
- للقيم تأثير واضح كأداة للتضامن الاجتماعي، توحد الجماعات وتستند إلى وجود القيم المشتركة، مما يجعل الناس ينجذبون لبعضهم عندما يشعرون بتمائل الأخلاق والعقائد.
- تؤدي القيم إلى تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي.
- تتخذ كأساس للحكم على سلوك الآخرين.
- تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من معرفة من الآخرين وما هي ردود الفعل.
- إن جميع الأساليب المثالية للسلوك والتفكير في المجتمع تتجسد في القيم وعلى هذا الأساس تصبح القيم بالخطط الهندسية للسلوك المقبول اجتماعيا.
- وعليه فالقيم على المستويين الفردي والاجتماعي تعطي في النهاية نمط معيناً من الشخصيات القادرة على التوافق الشخصي والاجتماعي.²

¹ - قيس النوري، الحضارة والشخصية، دار النشر للطباعة والتوزيع، ط1، الجمهورية العراقية، 1981، ص69.

² - وسام حمر وفوزية هايف، علاقة القيم الأخلاقية بظاهرة الغش في الإمتحانات لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماستر، قسم علم الاجتماع، جامعة جيجل، 2017/2016، ص32.

6- نظريات اكتساب القيم:

حاولت بعض المدارس الفكرية تفسير عملية اكتساب اللغة وسوف نستعرض بإيجاز أبرز هذه النظريات:

- نظرية التحليل النفسي: Psycho Analyses Theory

ترى مدرسة التحليل النفسي أن عملية اكتساب الأخلاق والقيم تبدأ منذ مرحلة الطفولة المبكرة، حيث يكتسب الطفل الأنا الأعلى من خلال التوحد مع الوالدين، إذ يقوم الوالدين بدور ممثلي النظام، هما يعلمان الطفل القواعد الأخلاقية والقيم التقليدية، والمثل العليا للمجتمع الذي يتربى فيه الطفل ويتم ذلك عن طريق استحسان الطفل عندما يفعل ما يجب عليه أن يفعله، وإبداء عدم الرضا والانزعاج عندما يخطئ فيما يجب أن يفعل ومن هنا يتكون لدى الطفل نظام من القيم والقواعد الأخلاقية والمتمثلة بالمحتويات فيكون ما أسماه "فرويد" بالأنا بالأعلى وهو ما يقابل الضمير.

- النظرية السلوكية: Behavioral Theory

يرى أصحاب النظرية السلوكية أن عملية اكتساب القيم تتم عن طريق التعزيز الإيجابي والتعزيز السلبي ويتعاملون مع القيم على أنها إما ايجابية أو سلبية كما أنها ليست أكثر من استنتاجات من السلوك الظاهر للفرد.¹

- النظرية المعرفية:

تنظر المدرسة المعرفية التطورية إلى اكتساب القيم بنظريات هذه المدرسة ليس محاكاة لنموذج اجتماعي أو تكيف الأخلاق بمقتضى المثيرات البيئية، وإنما تؤكد أن القيم تنشأ من محاولة الفرد تحقيق التوازن في علاقاته الاجتماعية وقدراته العقلية، ويعتبر "بياجيه" من أوائل رواد هذه المدرسة

¹ - سميح أبو مغلي وعبد الحافظ سلامة ، التنشئة الاجتماعية للطفل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص174.

فقد أبدى اهتماما في بعض دراساته بنمو حكم الطفل الأخلاقي وطريقته في التفكير حول الأسئلة التي تتعلق بالصواب والخطأ وفهمه للقوانين الاجتماعية.¹

¹ - علي بن سعد مطر الحربي، أهمية دور معلمي العلوم الطبيعية في تنمية القيم العلمية لدى طلاب الصف الثالث ثانوي، رسالة دكتوراه، المملكة العربية السعودية، 2016، ص53.

ثالثا: القيم الأخلاقية

- 1- تعريف القيم الأخلاقية
- 2- أهمية القيم الأخلاقية
- 3- مصادر القيم الأخلاقية
- 4- النظريات المفسرة للقيم الأخلاقية
- 5- نماذج عن القيم الأخلاقية

لقد تباينت التعريفات لماهية القيم الأخلاقية تبعا لتوجهات الباحثين الشخصية والفكرية، فتعرف على أنها توجه السلوك والتصرف نحو الأهداف والقواعد والمثل العليا التي تلقى قبولا مرغوبا من المجتمع، وهذا راجع إلى أن القيم الأخلاقية تنشأ في بيئة ومن بيئة وترتبط بالخبرة الإنسانية، وأن تلك القيم التي نحتكم إليها لتقدير قيمة الأفعال والأخلاق والنتائج في علاقتها بالفرد والجماعة.

1- تعريف القيم الأخلاقية:

هي مجموعة من المعايير التي تنظم السلوك الإنساني من خلالها نستطيع الحكم عليه، والتي تنظم علاقات الفرد مع ربه ومع نفسه ومع الآخرين كالتعاون والاحترام والتسامح. الخ، إضافة إلى أنها ذلك الجانب في الشخصية الذي يتفق مع طليعة الأعراف والقوانين التي تسود في بيئته وتتوافق كذلك مع قناعاته الشخصية وضميره.¹

2- أهمية القيم الأخلاقية

يولي الإسلام أهمية كبيرة للقيم الأخلاقية، ويتمثل ذلك في دعوة المؤمنين في أكثر من وضع إلى الالتزام بالأخلاق الكريمة، وجعلها عادة تقوم بها النفس بانضباط، لما في ذلك من رفعة لذات الفرد وبالتالي للمجتمع والأمة الإسلامية.

أولا: أهمية القيم الأخلاقية بالنسبة للفرد:

- تعمل القيم الأخلاقية على تكوين روح الخير لدى الفرد، بحيث يلتزم السلوك الخير، ويتجنب السلوك الشر ويحول دون وقوعه.²

- تأتي أهمية القيم الأخلاقية من كونها تمثل جوهر البناء الوجداني لدى الأفراد.

¹ - عبد الرحمان حيدر الصائغ، دور المعلم في تنمية القيم الخلقية لدى طلاب المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير، جامعة الملكة سعود الرياض، السعودية، 2005، ص14.

² - مقداد يالجن، المرجع السابق، ص139.

- يستطيع الإنسان من خلالها التنبؤ بسلوك الآخرين، إذا ما علم بماهية القيم الأخلاقية التي يتمسكون بها.
- تحفظ الإنسان من الانحراف النفسي والجسدي والاجتماعي، وبدونها يكون الإنسان عبدا لغرائزه وأهوائه وشهوته.¹
- تلعب القيم الأخلاقية دورا هاما في صقل وتشكيل شخصية الفرد وضبطه تحت المعايير التي تتوافق مع مصادر القيم.
- لها دور فاعل في تحقيق التكيف والتوافق النفسي والاجتماعي للأفراد، كما وتؤدي دورا هاما في عمليات الإرشاد والعلاج النفسي الذي يهدف إلى تعديل السلوك.
- تمثل القيم الأخلاقية ميزان الإسلام، وثمره العبادات بأجمعها، فالدين المعاملة وأحسن الناس خلقا أقربهم مقعدا إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم.²

ثانيا: أهمية القيم الأخلاقية بالنسبة للمجتمع

للقيم أهمية بالغة في حياة الأمم والشعوب، وتتضح أهميتها بالنسبة للمجتمع في النقاط الرئيسية الآتية:

- أنها خير وسيلة لبناء خير فرد وخير مجتمع وخير دولة وخير حضارة إنسانية.
- القيم الأخلاقية تحفظ للمجتمع بقاؤه واستمراره.³
- القيم تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة.

¹ - ماجد زكي الجلاد، تعلم القيم وتعليمها، تصور نظري وتطبيقي لطرائق وإستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط2007، 1، ص43.

² - محمد المسير، القيم الأخلاقية من القرآن والسنة، مكتبة الصفا للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص3.

³ - ماجد زكي الجلاد، المرجع السابق، ص44.

- تعمل القيم كقوى اجتماعية في تشكيل اتجاهات الاختيار عند الأفراد أو الجماعات، وهي التي توجه الفعل أو السلوك الاجتماعي نحو أهداف معينة " خاصة أو عامة"، فالقيم هي العوامل والقوى الحقيقية في حياتنا الاجتماعية.¹

2- مصادر القيم الأخلاقية

من أهم مصادر القيم الأخلاقية:

1- القرآن الكريم:

القرآن الكريم "وهو كلام الله المعجز المنزل على النبي صلى الله عليه وسلم، المكتوب في المصاحف، المنقول عنه بالتواتر، المتعبد بتلاوته"

إن الكتاب العزيز قد جعله الله منارة للسالكين وهداية للعالمين فقال جل وعلا: ﴿إن هذا القرآن يهدي للتي هي أقوم﴾ (الإسراء رقم 9) أي يهدي إلى أقوم الطرق وأوضح السبل، لما هو أعدل وأصوب.

ويعد القرآن دستورا للمسلمين يحمل بين كفتيه أحكاما وتشريعات تتعلق بحياة الإنسان بكل جوانبها، وهذا ما أكده قوله تعالى: ﴿ما فرطنا في الكتاب من شيء﴾ (الأنعام رقم 38)، فقد اشتمل القرآن الكريم على آيات وتشريعات تفضل وتجمع كل مجالات الحياة وجوانبها فمن سياسة واجتماع واقتصاد، إلى قيم خلقية وجمالية وبيئية وعلمية، إلى أشياء كثيرة لا تعد ولا تحصى.

وتتحلى أخلاق القرآن وآدابه في سلوك المصطفى صلى الله عليه وسلم، فلما سئلت السيدة عائشة رضي الله عنها عن أخلاقه، قالت: " كان خلقه القرآن"، وقد تمثلت هذه الأخلاق بكمالها وجمالها وتوازنها واستقامتها وثباتها في ثناء الله عز وجل على رسوله العظيم بقوله: ﴿وإنك لعلى خلق عظيم﴾ (القلم رقم 4).

¹ - سميح أبو مغلي وعبد الحافظ سلامة، علم النفس الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002، ص86/87.

إن القرآن يحتوي على النسق القيمي الإسلامي بتفصيلاته وتفريعاته المتعددة، وهو الدستور الذي يجب أن نستند إليه في اشتقاق القيم، والقاعدة التي تساعد على هذا الاشتقاق هي أن كل آية ضمت أو نصت على أمر فإن ما تضمنته يعتبر قيمة، سواء كان الأمر قطعياً أو ظنياً وكل آية نصت على أمر نهي فإن ما تضمنته تعتبر قيمة سالبة تدعوا إلى التزام قيمة موجبة.

2- السنة النبوية

السنة النبوية هي: " ما جاء عن النبي صلى الله عليه وسلم من أقوال وأفعال أو تقريرات، وقد تفسر ما أجمله القرآن، أو تخصص ما عممه، أو تقيده ما أطلقه".

وقد أمر القرآن بطاعة النبي صلى الله عليه وسلم، لأنه لا ينطق عن الهوى، فطاعته من طاعة الله، كما قال الله تعالى: ﴿ من يطع الرسول فقد أطاع الله ﴾ (سورة النساء رقم 80).

وورد في موضع آخر قول الله عز وجل: ﴿ وما أتاهم الرسول فخذوه وما نهاكم عنه فانتهوا ﴾ (سورة الحشر رقم 07)، تأكيداً من القرآن الكريم على أهمية السنة النبوية الشريفة، لذا كانت السنة النبوية المصدر الثاني لاستنباط القيم الأخلاقية، فكل ما ورد عن النبي صلى الله عليه وسلم يعد ذا قيمة، لأنه حجة على المسلمين واجب الإتيان.

الإجماع:

وهو المصدر الثالث وقد عرفه العلماء بقولهم: " اتفاق جميع المجتهدين من علماء المسلمين في عصر من العصور بعد وفاة النبي صلى الله عليه وسلم على حكم شرعي في واقعة من المواقع. وعليه يكون الإجماع حجة يجب الأخذ به، لأن الأمة لا تجتمع على ضلالة كما ورد عن الرسول صلى الله عليه وسلم.

وحتى يصبح الحكم شرعياً وجب توفر عدة شروط:

- وجود عدد من المجتمعين الثقة في زمن وقوع الحادثة.
- أن تكون الحادثة وقعت بعد وفاة الرسول صلى الله عليه وسلم.

- أن يتفق المجتمعين على حكم واحد.

وبهذا تكون الأمور التي أجمع عليها المسلمون بمثابة قيم ملزمة للجميع، يجب التحلي بها والانضواء في كنفها والعمل على تنفيذها.

المصالح المرسلة:

وقد عرفها العلماء بقولهم: "أنها المصالح الملائمة لمقاصد الشارع الإسلامي ولا يشهد لها أصل خاص بالاعتبار أو الإلغاء".

وهناك عدة شروط يجب أن تتوافر في المصالح المرسلة، نورد منها:

- أن تكون مصلحة عامة وليس شخصية.

- عدم وجود الدليل الشرعي الدال على إلغائها.

- أن يكون الأخذ بها رفع حرج بحيث لو لم يؤخذ بالمصلحة المعقولة في موضعها لكان الناس

في حرج والله تعالى يقول: ﴿وما جعل عليكم في الدين من حرج﴾ (سورة الحج رقم 78).

بهذا تكون المصالح المرسلة لها اعتبارها في الشرع، والقيم الناتجة عنها تعتبر مقبولة والتمسك بها ضرورة لما فيها من منفعة لأهلها ومن ثم للمجتمع الكائن¹.

النظريات المفسرة للقيم الأخلاقية

1- نظرية التحليل النفسي:

تعالج نظرية التحليل النفسي النمو الأخلاقي في إطار مبدأ اللذة فكرة الإثم، وتبرر نظرية التحليل النفسي فكرة الإثم والشعور بالذنب، فالأخلاقية من جهة نظر أصحاب هذه النظرية تتركز في فكرة الضمير والذي يمثل مجموعة من القواعد الثقافية والأفكار الاجتماعية التي تم تمثيلها لدى الفرد.

¹ - خالد محمد المزين، القيم الأخلاقية المتضمنة في محتوى كتب لغتنا الجميلة للمرحلة الأساسية الدنيا ومدى اكتساب تلاميذ الصف الرابع الأساسي لها، رسالة ماجستير، قسم المناهج وطرائق التدريس، الجامعة الإسلامية غزة، 2009، ص 20/19.

وأحد المؤشرات الأساسية لوجود معايير خلقية تم اكتسابها هو الشعور بالذنب أي استجابات نقد الذات وعقابها، وطبقا لفرويد: فإن يكون الضمير هو الأنا العليا التي تعني اكتساب السلوك الأخلاقي، وإنما يعتبر نتيجة لحل العقدة الأوديوية، كما أن نمو الأنا العليا والتي تمثل معايير الراشدين يتم اكتسابها من خلال التوحد مع الوالد من نفس الجنس.

2- النظرية السلوكية:

يرى أصحاب هذه النظرية أن عملية اكتساب القيم تتم عن طريق التعزيز الايجابي والتعزيز السلبي ويتعاملون مع القيم على أنها إما ايجابية أو سلبية، كما أنها ليست أكثر من استنتاجات من السلوك الظاهر للفرد.

ينظر السلوكيون إلى القيم على أنها سلوك كغيرها من السلوكات، فكل السلوكات متعلمة نتيجة لتفاعل المتعلم مع المثيرات البيئية وتعزيز استجابة لها، فالسلوك أو القيم المرغوبة متعلمة، وكذلك غير مرغوبة، وذلك اعتمادا على مبادئ التعلم والتي تقر بها المدرسة وهي تدعيم الاستجابات وتعزيزها.¹

نماذج عن القيم الأخلاقية:

- الصدق:

يعد الصدق من القيم الأخلاقية السامية التي تعزز الثقة بين الآخرين وتمنح الشعور بالراحة، حيث يمتلك الفرد جوابا واحدا عن الموضوع الذي يسأل عنه، وذلك لأنه يروي ما حدث فعلا على خلاف الكذب الذي قد يظهر فيه إلى قول العديد من الأكاذيب بذات الموضوع، الأمر الذي قد يؤدي إلى شعوره بالتعب والقلق حيال ذلك، هذا عدا التسبب في الخلافات حتى بعد تقديم الاعتذار، وفقدان ثقة من حوله، كما قد يكون الكذب مصدرا للفرع والقلق أكثر من الحقيقة، فمثلا

¹ - وسام لحمر وفوزية هايف، علاقة القيم الأخلاقية بظاهرة الغش في الامتحانات، لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماستر، جامعة جيجل، 2016/2017، ص 44.

عند إخبار الأطفال بأن شخصا مقربا لهم قد نام بدلا من إخبارهم بأنها قد توفي، قد يتسبب في شعورهم بالخوف عند النوم لظنهم أنهم لن يستيقظوا مجددا.

2- الأمانة:

تعرف الأمانة بأنها: كتمان السر، وإخلاص المشورة والعمل، وصدق التبليغ فيما كلف به، إن مفهوم الأمانة من المفاهيم الواسعة، والذي يلعب دور كبير في تنظيم حياة الأفراد مع أنفسهم، ومع بعضهم البعض، ومع خالقهم أيضا، ويعد خلق الأمانة من الأخلاق السامية، والتي لا يكتمل إيمان الفرد إلا بها، سواء كان في التجارة أو غيرها، ومن آثار الأمانة على الأفراد أن تسود الثقة والطمأنينة بينهم وصيانة الحرمان، القيام بالأعمال بإتقان وإخلاص، الفوز برضا الله تعالى، قال الرسول صلى الله عليه وسلم: "لا إيمان لمن لا أمانة له".

والأمانة شاملة للقيام بجميع التكاليف والالتزامات الاجتماعية والأخلاقية، فهي موجودة في دائرة العقل والجسم، وفي مجال الأسرة، وفي دائرة المجتمع والناس جميعا، وفي دائرة البيئة الطبيعية.¹

3- الصبر:

من الواضح أن حياة الإنسان على هذه الأرض مليئة بالمتاعب والمشقات، فهي تشبه رحلة في البحر متغير الأضواء مضطرب الأمواج، رحلة مخفوفة بالمخاطر والمعاناة حتى يصل الإنسان إلى بر النجاة، يقول الله تعالى: ﴿يا أيها الإنسان إنك كادح إلى ربك كدحا فملاقيه﴾ (سورة الانشقاق رقم 06).

وتحتاج العبادات كلها إلى قدر من الصبر والاحتمال في أدائها، لذلك يقول الله تعالى: ﴿وأمر أهلك بالصلاة واصبر عليها﴾ (سورة طه رقم 20)، ونجد الصبر في القرآن يقترن بالأعمال الصالحة لاحتياجها إليه لقوله تعالى: ﴿إن الذين صبروا وعملوا الصالحات﴾ (سورة هود رقم 11).²

¹ حسين عبد الحميد أحمد رشوان، علم الاجتماع الأخلاقي، دار المكتب العربي الحديث، مصر، 2002، ص112.

² - المرجع نفسه ، ص110.

الصبر هو الرضا والقبول بما يصيب المرء من أذى في نفسه وولده وماله وما يصيبه من هم وغم ونصب وحزن، ويحتسب أجره في ذلك عند الله، والصبر هو حبس النفس عن الجزع والتسخط، وحبس اللسان عن الشكوى وحبس الجوارح عن التشويش.¹

4- العفة والحياء:

هي ضبط النفس عن الانسياق وراء الشهوات والترفع عن الوقوع في المحرمات، وهي خلق إسلامي حث الإسلام عليه.

وفي تعريف آخر: هي خلق إيماني رفيع، زينة للرجل المسلم والمرأة المسلمة في الدنيا والآخرة، يحفظان به إيمانهما ويضمنان به استقامتهما، وسيجلبان به رضا ربهما، ويعتصمان به معصيه وسخطه ويحفظان به شبابهما وصحتهما.²

5- التعاون:

هو تضافر جهود الناس وتكاتفهم لتحقيق أمر معين فيه مصلحتهم والتعاون نوعان:

- تعاون محمود: ويكون في وجوه الخير.

- تعاون مذموم: ويكون في وجوه الشر.

حدثنا يحيى بن يحيى التميمي وأبو بكر بن أبي شيبة ومحمد ابن العلاء الهمداني عن الأعمش، عن أبي صالح، عن أبي هريرة قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " من نفس عن مؤمن كربة من كرب الدنيا، نفس الله عنه كربة من كرب يوم القيامة، ومن يسر على معسر، يسر الله

¹ - أرميد زهير، دستور الأخلاق من وحي الكتاب والسنة، دار الكتب العلمية، لبنان، 2008، ص75.

² - هدى علي جواد الشمري وسعدون محمود الساموك، النظام الأخلاقي والتربية الإسلامية، دار وائل للنشر، الأردن، ط1، 2006، ص172.

عليه في الدنيا والآخرة، ومن ستر مسلما، ستره الله في الدنيا والآخرة، والله في عون العبد ما كان العبد في عون أخيه".¹

6- التسامح:

يعتبر التسامح من أهم القيم العالمية والخلقية التي تدعوا إليها الشعوب والدول على اختلافاتهم مذاهبها وأديانها، وهو صورة التكيف التي بمقتضاها تميل الجماعات المتعارضة إلى الانسجام المتبادل وتحاشي الصراع من أجل التوصل إلى حل سلمي²، كما أن الدين الإسلامي احتفت الكثير من آياته بتقرير مبدأ التسامح حيث يقول الله تعالى: ﴿ولا تستوي الحسنة ولا السيئة ادفع بالتي هي أحسن فإذا الذي بينك وبينه عداوة كأنه ولي حميم﴾ (سورة فصلت رقم 34).

كما أن الشريعة حثت على التسامح لأثره الطيب في بناء العلاقات بين أفراد المجتمع، حيث يقارب بين القلوب ويؤلف بين النفوس، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "رحم الله رجلا سمحا إذا باع وإذا اشترى وإذا اقتضى"، رواه صحيح مسلم، وللتسامح آثار حسنة على الفرد والمجتمع، حيث يجعل المجتمع نقيًا من أسباب الحقد والكراهية فيصبح بذلك مجتمعا متراحما متعاطفا. وهو بمثابة خلق إسلامي يجعل صاحبه سهلا في تعامله حيث قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "رحم الله رجلا سمحا إذا باع وإذا اشترى وإذا اقتضى".³

¹ - نفس المرجع السابق، ص 110.

² - فاروق مداس، مصطلحات علم الاجتماع، دار مدني للطباعة والنشر، د.ب.ن، 2003، ص 64.

³ - هدى علي جواد الشمري وسعدون محمود الساموك، النظام الأخلاقي والتربية الإسلامية، دار وائل للنشر، عمان، ط 1، 2006، ص 185.

رابعاً: دور اليوتيوب في التأثير على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين

أ- وسائل وأساليب اليوتيوب في التأثير.

ب- تأثير استخدام اليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين

رابعاً: تأثير اليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين

1- وسائل وأساليب اليوتيوب في التأثير:

أ- البرامج الدينية:

هي تلك البرامج التي تتعلق بالأمور الدينية وتقوم أيضاً على أسس دينية والتي في النهاية تقتضي التوعية والثقافة الدينية،¹ وهي أيضاً فن تعريف الإنسان بربه على أسس علمية صحيحة وبأساليب متعددة وأشكال مختلفة وتنتج عند الإنسان الطاعة لربه والغاية من ذلك التعريف بالقيم الإنسانية والمبادئ والمثل التي جاء بها القرآن الكريم.²

تعتبر البرامج الدينية من وسائل وأساليب موقع اليوتيوب في التأثير على القيم وذلك من خلال مشاهدة ومتابعة هذه البرامج التي تقدم مواضيع دينية أخلاقية تابعة من الدين الإسلامي وما جاء فيه وذلك بهدف غرس قيم صحيحة من أجل اكتساب بعض من تعاليم الدين وقيمه الأخلاقية مثال على ذلك قيمة الأمانة والصدق، الحياء والعفة ومثال عن هذه البرامج برنامج "طريق الفردوس" ويث على قناة الشروق TV، "همسات ربانية"، برنامج "احسان من المستقبل" من إعداد أحمد الشقيري.

¹ - يحيى البيسوني، الإذاعة الإسلامية، دار المعرفة الجامعية، ط2، 2013، ص388.

² - نور الإيمان بوشينة، القيم التربوية من خلال البرامج الدينية التلفزيونية، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، جامعة البويرة، 2018/2019، ص20.

ب- البرامج الاجتماعية:

هي تلك الحصص التي تتناول بمحملها المواضيع القريبة من الناس بما يتعلق بأمورهم الحياتية اليومية، مشاكلهم، طموحاتهم، أدائهم واجتهاداتهم، وهي أيضا البرامج التي تتعلق بمواضيعها بقضايا المجتمع ومشاكله الاجتماعية والنفسية التي يعيشها الفرد والأسرة في المجتمع.¹

تساهم البرامج الاجتماعية التي تبث في موقع اليوتيوب في غرس قيم اجتماعية أخلاقية مثل: التعاون، التسامح والتآزر والتضامن في نفوس الأفراد من خلال المضامين والمواضيع التي يتطرق إليها، ومن هذه البرامج: "خط أحمر" الذي يبث على قناة الشروق، "ما وراء الجدران" الذي يبث على قناة النهار الجزائرية.

ج- الأفلام

عبارة عن سلسلة من الصور المتوالية الثابتة عن موضوع أو مشكلة أو ظاهرة ما، تتراوح مدة عرضه عادة من 10 دقائق إلى ساعتين حسب موضوعه، يستخدم في مجالات عديدة ولأغراض متعددة يستخدم في المجالات التعليمية والإرشادية الزراعية والصناعية، ويكمن غرضه بين الإعلام والإرشاد.²

تعد الأفلام الموجودة على اليوتيوب من الأساليب والوسائل المؤثرة بالدرجة الأولى على المشاهد، إذ تساهم بنسبة كبيرة في تدعيم وتعزيز القيم لدى الأفراد خلال ما تبثه من مواضيع،

¹ - الزهراء ذكار و حليلة ذكار ، أثر البرامج الاجتماعية في الفضاءات الجزائرية الخاصة على سلوك المراهق، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة، 2018/2017، ص26/25.

² علاء عبد العزيز السيد، الفيلم بين اللغة والنص، منشورات وزارة الثقافة، العدد 150، الجمهورية العربية السورية.

مشاهدة لقطات مثل "فيلم الرسالة" الذي يتناول السيرة النبوية للرسول صلى الله عليه وسلم، في نفس الوقت يثبت وينشر معنى القيم التي يجب علينا كمسلمين إتباعها والافتداء بها.

د- الروبورتاج:

هو فن من فنون الكتابة الصحفية يقوم بتصوير الواقع ونقله إلى الجمهور، يسلط الضوء على ظاهرة أو منطقة أو واقعة ما.¹

يعد الروبورتاج وسيلة من الوسائل الإخبارية الذي يخبرنا بالحقائق ويعالج الظواهر والأحداث من خلال المواضيع التي يطرحها والرسائل التي يقدمها لنشر قيم ومبادئ ارشادية توعية تفيد المشاهد. يساهم الروبورتاج المصور على اليوتيوب بنسبة كبيرة في التأثير على المشاهدين وذلك من خلال المواضيع التي يتناولها، طريقة تقديم الموضوع.

هـ- الفيديوهات:

هي شكلا من أشكال الوسائط المتعددة تخدم موضوعا معيناً والتي تتكون من مجموعة الصور واللقطات المتتالية والتي تتم معالجتها باستخدام الحاسوب، ويمكن تداولها ونشرها إلكترونياً عند رفعها أو تحميلها كروابط أو على مواقع إلكترونية، قد تتاح مجموعة من الأدوات التي تجعل الفيديو تفاعلياً مثل: الدردشة المباشرة، التعليقات ومشاركته في مواقع التواصل الاجتماعية الأخرى.²

تعد الفيديوهات المنشورة على مستوى موقع اليوتيوب وسيلة فعالة في نقل المعلومة إلى مختلف الجماهير، إذ تساهم بشكل كبير على التأثير فيهم من خلال نشر وبث مقاطع ولقطات

¹ - ساعد ساعد، فنيات التحرير الصحفي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط2، 2009، ص181.

² - صورية ولهة، تأثير مواقع الفيديو الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي " اليوتيوب نموذجاً"، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2013/2014، ص49.

تتعلق بظاهرة أو حادثة معينة بطريقة إحترافية تثير إهتمام المستقبل وتجذب انتباهه، بهدف التأثير عليه ونشر أفكار، سلوكيات، قواعد وأسس في شكل برامج وحصص متنوعة قد تؤثر عليه فيكتسب قيم معينة قد تكون إيجابية أو سلبية.

2- تأثير اليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين:

يعتبر اليوتيوب أحد أشهر المواقع الإلكترونية التي فرضت نفسها على الشبكة العنكبوتية، إذ يتصدر الموقع المرتبة الأولى عالميا بين مواقع مشاهدة الفيديو، يسمح الموقع بمتابعة ونشر وتحميل مقاطع الفيديو الطويلة والقصيرة وهو متاح للاستخدام من قبل الجميع نظرا لسهولة استخدامه.

يقوم موقع اليوتيوب على فكرة تقديم فيديوهات متنوعة المواضيع وللمضامين في شتى المجالات مثل: كليات الفيديو التلفزيونية، الأفلام القصيرة، مدونات الفيديو اليومية، القصص (stories)..... الخ.

يمس اليوتيوب جميع شرائح المجتمع منهم فئة الشباب و بشكل خاص فئة الطلبة الجامعيين لكونهم في مرحلة عمرية لحب التغيير ومعرفة كل ما هو جديد تماشيا مع النماذج الحياتية التي يصادفونها في بيئتهم، إلى جانب هذا يستخدم الطالب الجامعي اليوتيوب في مجال دراسته وذلك في مشاهدة وتحميل محاضرات ودروس مسجلة تعلم تطبيقات معرفية، مشاهدة ملتقيات وندوات علمية.

وفي ضوء ذلك أثار تنامي استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب إلى الانفتاح اللامحدود على العالم بثقافته المختلفة والذي أحدث نقله نوعية في العلاقات والتفاعلات، مما يعطي انطبعا مبدئيا بتأثيرها على القيم أي كان نوعها سواء ايجابية أو سلبية، على اعتبار أن القيم تلعب دورا محوريا في تشكيل شخصية الفرد وتحدد سلوكياته في إطار معايير أوجدها المجتمع لنفسه، استنادا إلى المعتقد الديني والعادات والتقاليد والقيم.

فمعدل الاستخدام اليومي المتزايد لموقع اليوتيوب يميلنا إلى ضرورة الانتباه إلى تأثيرات تزايد هذا الاستخدام على الطلبة ما أدى به اكتساب سلوكيات وتصرفات حسنة، تصحيح بعض الأفكار، من جهة أخرى أثر استخدام اليوتيوب على الطلبة وعلى تصرفاتهم وأخلاقهم تأثيرا إيجابيا بالدرجة الأولى وكان هذا التأثير باكتساب وتدعيم قيم أخلاقية منها: "الصدق، الأمانة، الحياء، العفة، الصبر، التسامح"، من خلال ما يعرضه هذا الموقع، وكون هذا الأخير يتميز بسمات وخصائص في نشر المضامين تجعله أكثر تأثيرا على الطلبة لاسيما في مجال نشر القيم بأساليب وطرق متنوعة.

في المقابل نظرا للتضخم الواسع للتكنولوجيا المتطورة أدى الاستخدام المتزايد لليوتيوب من طرف الطالب الجامعي إلى الانفتاح على الثقافات والمجتمعات الأخرى دون مراعاة عاداته وقيمه المجتمعية الإسلامية، التقليد الأعمى للتصرفات والسلوكيات الغربية، لذلك يعد هذا الوضع مؤشرا للتأثير على مختلف القيم الأخلاقية.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم تناوله توصلنا إلى أن التضخيم الهائل في التكنولوجيا الحديثة والانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى تغيير نمط حياة الفرد والمجتمع، من بين هذه المواقع لدينا موقع اليوتيوب الذي أصبح جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية لاستقطابه لمختلف الفئات العمرية، باعتباره يحقق إشباع الفرد ويلبي احتياجاته ورغباته ما أدى إلى اكتسابه لمبادئ وقيم مختلفة منها القيم الأخلاقية، من جهة أخرى لا ننسى سلبيات الاستخدام المتزايد لموقع اليوتيوب الذي قد يؤدي إلى تأثيرات في سلوكيات، علاقات واتجاهات الأفراد عامة والطلبة الجامعيين خاصة كونهم من الفئة المستخدمة بكثرة لهذا الموقع.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

أولاً: عرض وتفريغ وتحليل البيانات.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة.

ثالثاً: عرض ومناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.

رابعاً: عرض ومناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية.

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعتبر الدراسة الميدانية من أهم جوانب البحث العلمي إذ لا تقل أهمية من الجوانب المنهجية والنظرية التي تطرقنا إليها في الفصول السابقة، والتي حاولنا من خلالها الإلمام بجميع المعلومات المتعلقة بموضوع دراستنا، في هذا الفصل سنحاول تحقيق أهداف الدراسة في معرفة مدى تأثير اليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين وذلك من خلال الكشف عن صحة الفرضيات أو نفيها وهذا يتم عن طريق عملية تفرغ بيانات الاستمارة التي وزعناها على 100 مفردة تحليلها وإعطاء تفسيرات لنتائجها وفقا للمقاربة النظرية و الدراسات السابقة.

وفي الأخير استخلاص النتائج المتحصل عليها والتي تمكننا من الإجابة عن السؤال الرئيس للدراسة والخروج بنتائج، اقتراحات، توصيات عامة حول موضوع الدراسة.

أولاً: عرض وتفريغ وتحليل البيانات

جدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

المتغير	التكرار	النسبة
ذكر	14	14%
أنثى	86	86%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الإناث من خلال إجابات المبحوثين هي أعلى نسبة حيث قدرت بـ 86% في حين قدرت نسبة الذكور بـ 14%.

يمكن تفسير ذلك بكون فئة الإناث الفئة الغالبة في المجتمع واللواتي يواصلن الدراسة عادة ويفضلن التوسع وإثراء معارفهن في المجال العلمي بكافة الطرق المتاحة، في الجهة المقابلة نجد ظاهرة عزوف الذكور عن الدراسة مبكراً وذلك راجع لأسباب شخصية، وأيضاً بحثاً عن فرص العمل للخروج بمستقبل أفضل لمواجهة تحديات الحياة.

الجدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

المتغير	التكرار	النسبة
من 18-22	44	44%
من 23-27	54	54%
من 28 فما فوق	2	2%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن الفئة العمرية من (23-27) هي الفئة الغالبة حيث قدرت بـ 54% تليها الفئة من (18-22) بنسبة 44%، في حين انخفضت كليا في الفئة العمرية من 28 فما فوق قدرت بـ 2%.

يمكن تفسير ارتفاع نسبة الفئة العمرية من (23_27) أنه السن الأنسب لمتابعة الدراسة في الظروف العادية أين يكون الطالب مستعد لإكمال دراسته، في حين نجد الفئة العمرية من (18_22) تتقارب مع هذه الفئة السابقة والذي يمثل السن القانوني للدراسة في الجامعة.

ونرجح انعدام النسبة في الفئة الثالثة من 28 فما فوق والتي قدرت بـ 2% لأسباب شخصية تخص الطالب قد تكون تأخر في الالتحاق بالدراسة أو ظروف العمل.... الخ.

الجدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المتغير	التكرار	النسبة
طور الليسانس	61	61%
طور الماستر	39	39%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أفراد العينة حسب المستوى التعليمي نجد طور الليسانس هو الأعلى نسبة قدر بـ 61% مقارنة بطور الماستر الذي قدر بـ 39%.

في هذا السياق يمكن تفسير ارتفاع نسبة طلبة طور الليسانس باعتبارهم الفئة الأكثر عددا في القسم لكون مرحلة الليسانس أغلبية الطلبة يكملونها للحصول على الشهادة في حين تقل رغبتهم في إكمال الماستر.

الجدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الاقتصادي

المتغير	التكرار	النسبة
جيد	9	9%
متوسط	87	87%
ضعيف	4	4%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن أغلبية المبحوثين "مستواهم الاقتصادي متوسط" حيث قدر بـ 87%، بالنسبة "للمستوى الاقتصادي الجيد" فقد قدر بـ 9% يليه "المستوى الاقتصادي الضعيف" بنسبة قدرت بـ 4% كأدنى نسبة.

يمكن إرجاع ارتفاع نسبة الطلبة الذين دخلهم الاقتصادي "متوسط" لكون نسبة الدخل في المجتمع الجزائري بصفة عامة هو دخل متوسط، تليها نسبة دخل "جيد" وهو عدد قليل إذا ما قورن بالدخل المتوسط لكوننا في مجتمع تقل فيه الطبقة الغنية.

في حين انخفضت النسبة في الدخل "ضعيف" وهذا يعود إلى تحسن مستوى معيشة الجزائريين نوعاً ما في السنوات الأخيرة إذا ما قيست على ما كان حاصل في السابق.

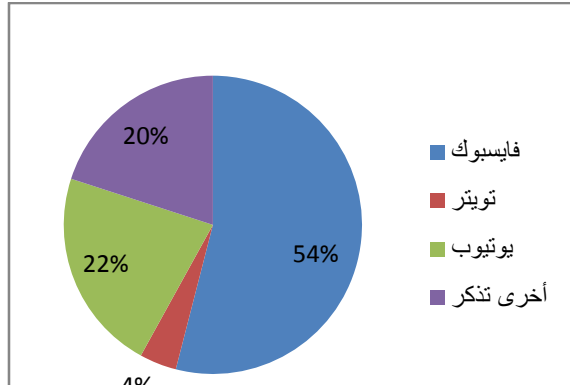
الجدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب موقع السكني

المتغير	التكرار	النسبة
حضري	35	35%
شبه حضري	35	35%
ريفي	30	30%
لمجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد عينة الدراسة من حيث الموقع السكني "الحضري" قدر بـ 35% ونفس النسبة قدرت في الموقع السكني "الشبه حضري" بـ 35%، يليه في الأخير الموقع السكني "الريفي" بنسبة بلغت 30%.

من خلال نتائج الجدول نجد أنها متقاربة فيما بينها فأغلب الطلبة يقيمون في "المناطق الحضرية" و"الشبه حضرية" ومعظمهم في "الريف"، ويعود تقارب هذه النسب إلى كون أفراد عينة الدراسة خليط من الطلبة الخارجيين القاطنين وسط مدينة جيجل بالقرب من الجامعة ونصفهم تقريبا مقيمون بالحي الجامعي كونهم يقطنون في مناطق ريفية بعيدة.

الجدول رقم 6: يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة



المتغير	التكرار	النسبة
فيسبوك	54	54%
تويتر	4	4%
يوتيوب	22	22%
أخرى تذكر	20	20%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن موقع التواصل الاجتماعي الذي يستخدم بكثرة من قبل الطلبة الجامعيين هو الفيسبوك بنسبة قدرت بـ 54%، يليه في المرتبة الثانية اليوتيوب بنسبة 22%، وذكرت مواقع أخرى مثل الأنستغرام والسناشات بنسبة 20%، ثم التويتر في المرتبة الأخيرة الذي كان 14% .

من خلال نتائج الجدول يتضح لنا أن غالبية أفراد عينة الدراسة يفضلون موقع الفيسبوك وهذا يعود لكونه سابق الظهور ويحظى بإقبالية وجماهيرية واسعة من قبل جميع شرائح المجتمع وخاصة الشباب الجامعي، يليه موقع اليوتيوب كونه الوسيلة الأيسر بالنسبة لمستخدميه، إضافة إلى ذلك يقدم خدمات إخبارية مجانية لأحدث المستجدات مثل: مقاطع الفيديو الآنية.

أما تويتر فهو يستخدم بكثرة من قبل الطلبة ، من جهة أخرى نجد أن بعض المبحوثين قاموا باختيار منصات تواصل اجتماعي أخرى منها: الأنستغرام والسناشات للتواصل والتفاعل فيما بينهم ولجؤوا لها باعتبارها مواقع مفضلة لديهم.

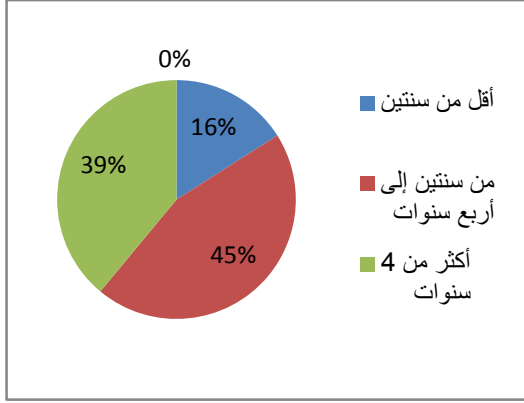
الجدول رقم 07: يوضح استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	80	80%
لا	20	20%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة رواد موقع اليوتيوب هي أكبر نسبة حيث قدرت بـ 80% في حين تقابلها نسبة 20% وهي الإجابة بالنفي "لا".

ويمكن تفسير تزايد نسبة أفراد العينة المستخدمين لموقع اليوتيوب لكونهم يرون أن هذه الوسيلة هي الأكثر إشباعاً لحاجاتهم ورغباتهم المختلفة والإطلاع على كل ما هو مستجد بكل أريحية وسهولة.

الجدول رقم 08: يوضح المدة القبلية التي أستخدمها أفراد العينة على اليوتيوب



المتغير	التكرار	النسبة
أقل من سنتين	16	20%
من سنتين إلى أربع سنوات	45	56,25%
كثير من 4 سنوات	39	48,75%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول المتحصل عليها أن عدد المبحوثين الذين قاموا بالإجابة بنعم لاستخدامهم اليوتيوب الموزعين على عدة سنوات وكانت نسبة من "سنتين إلى أربع سنوات" هي أعلى نسبة بلغت 56,25% ، تليها نسبة "أكثر من أربع سنوات" بنسبة 48,75% ثم تأتي في الأخير نسبة أقل من سنتين بمقدار 20% .

من خلال النتائج المحصل عليها نستنتج أن الطلبة يستخدمون اليوتيوب منذ حوالي سنتين إلى أربع سنوات وهي الفترة التي تطور فيها هذا الموقع بشكل مكثف إذ أصبح موقعا تجاريا بالدرجة الأولى يستهدف جميع مجالات الحياة، ضف إلى ذلك أن موقع اليوتيوب هو من المواقع الجماهيرية الذي يوفر خدمات تسهل للفرد مواكبة الأحداث اليومية ومجرياتهم، الأمر الذي جعله مقصد للعديد من الطلبة ومساعد في إثراء معارفهم العلمية والفكرية.

من جهة أخرى نجد بعض الطلبة لا يعيرون موقع اليوتيوب اهتماما في ظل وجود وسائل التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 9: يوضح الفترة التي يفضلها أفراد العينة لتصفح اليوتيوب

المتغير	التكرار	النسبة
صباحا	7	7%
مساء	31	31%
ليلا	62	62%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الفترة المفضلة لتصفح اليوتيوب هي الفترة الليلية بنسبة 62% ، ثم الفترة المسائية بنسبة 31%، تليها الفترة الصباحية بنسبة ضئيلة 7%.

نفسر النتائج المتحصل عليها كون الفترة الليلية هي الفترة المفضلة لاستخدام موقع اليوتيوب عند الطلبة وهذا راجع إلى كونها وقت فراغ لهم مقارنة بالفترات الأخرى التي قد يكون فيها منشغلين بالدراسة ، إضافة إلى أن الانترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام على عكس الوسائل الإعلامية الأخرى ، وعلى مثل ذلك نجد أن بعض الباحثين يختارون الفترة المسائية لتصفح موقع اليوتيوب لأنها فترة ملائمة ويكون لديهم متسع من الوقت، بالمقابل نجد عدد قليل من الباحثين يفضلون استخدام موقع اليوتيوب في الفترة الصباحية وهي أوقات غير مناسبة حيث يكون الطلبة في الجامعة إضافة إلى ضعف تدفق الأنترنت بالجامعة.

الجدول 10: يوضح معدل استخدام أفراد العينة لليوتيوب

المتغير	التكرار	النسبة
دائما	54	47%
أحيانا	4	43%
نادرا	22	10%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن غالبية أفراد العينة أنهم يفضلون استخدام اليوتيوب بصفة "دائمة" وذلك بنسبة 47% تليها "أحيانا" بنسبة أقل منها قليلا حيث قدرت بـ 43% في الأخير لدينا "نادرا" وهي أضعف نسبة قدرت 10%.

يمكن تفسير النتائج المحصل عليها أن استخدام الطلبة بشكل دائم لليوتيوب يعود لكونه الموقع سهل الولوج وسهل الاستخدام ما جعله مقصدا لهم في جميع أوقاتهم، إذ بات جزء من حياتهم اليومية رغم انشغالهم المختلفة .

في حين وجدنا نسبة ضئيلة جدا لعدد الطلبة المستخدمين لليوتيوب وذلك راجع لأسباب شخصية وربما لعدم توفر الوقت الكافي لتلك الفئة.

الجدول رقم (11): يوضح الجهاز المفضل عند أفراد العينة لتصفح اليوتيوب

المتغير	التكرار	النسبة
الهاتف الذكي	92	92%
اللوحة الإلكترونية	4	4%
الحاسوب	4	4%
المجموع	100	100%

يبين لنا الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد عينة الدراسة عند استخدامهم لموقع اليوتيوب يفضلون "الهاتف الذكي" بنسبة عالية جدا قدرت بـ 92% ، في حين نجد النسبة منخفضة عند استعمالهم "اللوحة الإلكترونية" قدرت بـ 4% نفسها بالنسبة "للحاسوب" قدرت بـ 4%.

يرجع احتلال "الهاتف الذكي" الصدارة في أن أغلب الباحثين يستعملونه كونه الوسيلة الأكثر رواجاً وشيوعاً بين الطلبة، وهو جهاز تكلفته في متناول الجميع أيضاً هو سهل الاستخدام والتصفح إضافة إلى حجمه ومميزاته التي توفر مختلف التطبيقات من بينها اليوتيوب، ويرجع هذا إلى التطور في خدمات الإنترنت حيث أصبحت شبكات الجيل الثالث g3 والجيل الرابع g4 متوفرة على الهواتف النقالة بشكل كبير مما يسهل الولوج لليوتيوب، فلا أحد يستطيع أن ينكر إيجابيات الهاتف النقال التي لا تعد ولا تحصى في جميع الميادين الحياتية.

فيما يخص استخدام الطلبة للوحة الإلكترونية والحاسوب فوجدنا أن أغلبهم لا يعيرون أهمية بتاتا لاستخدامهما نظراً لكبير حجمهما وغلاء تكلفتها.

الجدول رقم 12: يوضح تفضيل أفراد العينة لليوتيوب على بقية مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	56	56%
لا	44	44%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة تفضيل المبحوثين على بقية مواقع التواصل الاجتماعي تقدر بـ 56% تقابلها نسبة 44% الإجابة بالنفي "لا" وهي نسب متقاربة.

وهذا راجع إلى أن موقع اليوتيوب هو تطبيق سهل الاستخدام من قبل العامة وخاصة الطلبة الجامعيين وهذه أهم ميزة يتميز بها، لا يتطلب جهدا كبيرا ولا مستوى دراسي معين إضافة إلى انتشاره الواسع ، الأمر الذي أدى إلى استقطاب الكثير من المشاهدين وسهولة اقتنائه، زيادة على هذا فإنه يتيح خاصية الرجوع إلى المضامين والبرامج التي سبق عرضها في التلفزيون إضافة إلى نشر آخر المستجدات والأحداث الحاصلة في العالم، في الجهة المقابلة لدينا نسبة من أفراد العينة لا يفضلون موقع اليوتيوب ويرجع هذا لاختيارهم لمواقع أخرى مثل الفيسبوك، الأنستغرام ويعتمدون عليها لإشباع رغباتهم وحاجاتهم الاجتماعية، الثقافية، العلمية والإخبارية.

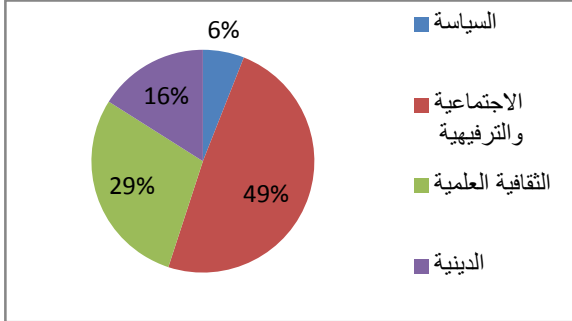
الجدول رقم 13: يوضح سبب تفضيل أفراد العينة لموقع اليوتيوب

المتغير	التكرار	النسبة
سهولة الاستخدام	28	50%
خفة الموقع	25	44,64%
ميزة المشاهدة	47	83,92 %
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن فئة المبحوثين يفضلون موقع اليوتيوب وذلك راجع لميزة المشاهدة حيث قدرت نسبتها %83,92 ، تليها ميزة سهولة الاستخدام بنسبة %50 من بين الأسباب المفضلة لاستخدام الطلبة لموقع اليوتيوب، في الأخير تأتي ميزة خفة الموقع وبلغت نسبتها ما يعادل مئويا %44,64 كأدنى نسبة.

يفضل الطلبة استخدام اليوتيوب وذلك يعود لخاصية ميزة المشاهدة التي يتميز بها الموقع مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وأيضا ليسر وسهولة استخدامه الأمر الذي ميزه ليكون الوسيلة الأكثر استخداما من طرف الطلبة الجامعيين، زيادة على هذا يمتاز اليوتيوب بجودة الصورة وجودة المضامين والمستجدات المعروضة على غرار وسائل الإعلام الأخرى.

جدول رقم 14: يوضح أهم المواضيع التي تثير إهتمام أفراد العينة في اليوتيوب



المتغير	التكرار	النسبة
السياسة	65	6%
الاجتماعية والترفيهية	49	49%
الثقافية العلمية	29	29%
الدينية	16	16%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن أهم المواضيع المثيرة للاهتمام بالنسبة للمبحوثين هي المواضيع الاجتماعية والترفيهية حيث قدرت نسبتها 49% من إجمالي أفراد العينة، تليها المواضيع الثقافية والعلمية بنسبة 29%، أما بالنسبة للمواضيع الدينية فقد بلغ نسبتها بـ 16% وأخيرا المواضيع السياسة التي كانت بنسبة 6% كأدنى نسبة.

يمكن إرجاع ارتفاع مشاهدة المواضيع الاجتماعية والترفيهية لكونها تسيطر على اهتمامات المبحوثين بالدرجة الأولى ويلجأ إليها الطلبة وقت فراغهم لإشباع رغبات معينة ، تارة لمعرفة الأخبار الاجتماعية التي تحدث ، وتارة بغية للترفيه عن ضغوطات الدراسة والضغوط النفسية التي يتعرضون لها.

الجدول رقم 15: يوضح ما إذا كان أفراد العينة يستخدمون اليوتيوب في مجال دراستهم

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	67	67%
لا	33	33%
المجموع	100	100%

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب في مجال الدراسة يفوق بنسبة 67% "نعم" في حين قدرت نسبة عدد الطلبة الذين كانت إجاباتهم بالنفي "لا" 33%.

يرجع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب في مجال دراستهم لأنهم يعتمدون عليه مثلا في تحميل الدروس والمحاضرات العلمية وتزويدهم بمختلف البيانات والمعلومات الأكاديمية في البحث العلمي بالصوت والصورة .

الجدول رقم 16: يوضح سبب استخدام أفراد العينة اليوتيوب في مجال دراستهم

المتغير	التكرار	النسبة
مشاهدة وتحميل محاضرات ودروس مسجلة	34	50,74%
تعلم تطبيقات	15	22,38%
مشاهدة ندوات	18	26,86%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول أعلاه الغاية من استخدام الباحثين لموقع اليوتيوب حيث نجد أن مشاهدة وتحميل محاضرات ودروس مسجلة تحتل المرتبة الأولى بنسبة 50,74% تليها مشاهدة ندوات وملتقيات علمية بنسبة 26,86% في الأخير تعلم تطبيقات معرفية بنسبة 22,38%.

من خلال النتائج التي تحصلنا عليها نستنتج أن هناك اختلاف في الغاية من استخدام اليوتيوب عند الطلبة الجامعيين، إلا أننا نجد أن الغاية الأولى بحسبهم هي مشاهدة وتحميل محاضرات ودروس مسجلة ، وهذا ما يبين أن الطالب الجامعي رغم كثرة التكنولوجيا في حياته اليومية إلا أنه لازال على وعي تام بطريقة استخدامها ، لنجد بعد ذلك اختلاف في الغايات عند فئة من الطلبة الذين يرون أن الغاية من الاستخدام هي مشاهدة ندوات وملتقيات علمية وتعلم تطبيقات معرفية.

الجدول رقم 17: يوضح ما إذا كان اليوتيوب يساعد أفراد العينة على الترفيه والتثقيف

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	96	96%
لا	4	4%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 96% من المبحوثين أجابوا "بنعم" على أن اليوتيوب وسيلة يساعدهم على الترفيه والتثقيف في حين قدرت نسبة المبحوثين اللذين أجابوا بالنفي "لا" بـ 4%.

يلجأ الطلبة الجامعيين إلى جعل اليوتيوب مقصدا للترفيه تارة والتثقيف تارة أخرى هروبا من ضغوطات الدراسة المستمرة لتغيير الروتين اليومي، كل هذا لإشباع رغباتهم وحاجاتهم الشخصية (الحاجة المعرفية، الحاجة العاطفية، الحاجة إلى الاسترخاء).

الجدول رقم 18: يوضح كيفية مساعدة اليوتيوب لأفراد العينة على الترفيه و التثقيف

المتغير	التكرار	النسبة
مشاهدة مقاطع فيديو	38	39,58%
أفلام كوميدية	16	16,66%
برامج وألعاب	10	10,41%
أشرطة برامج	24	25%
أفلام تاريخية	12	12,5%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 39,58% تليها في المرتبة الثانية أشرطة وبرامج علمية بنسبة قدرت بـ 25% ثم أفلام كوميدية بنسبة 16,66%، تليها الأفلام التاريخية بنسبة 12,5%، في الأخير تنخفض النسبة لتصل إلى 10,41% بالنسبة لبرامج وألعاب التسلية.

نفسر لجوء الطلبة الجامعيين لمشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة وأفلام كوميدية وبرامج ألعاب تسلية بنسبة كبيرة ترفيهها عن النفس وكذا تغيير الروتين اليومي، الهروب من الواقع المعاش، اكتشاف وتعلم تجارب جديدة، البحث عن الراحة والاسترخاء، في الجهة المقابلة يلجأ بعض الطلبة إلى متابعة أشرطة وبرامج علمية لزيادة وإثراء الرصيد المعرفي والعلمي، حيث يقوم اليوتيوب بمساعدة الطلبة من خلال عرض الفيديوهات والروبراتجات العلمية، البرامج التثقيفية، حصص أكاديمية تتناول مواضيع تخدم الطالب في مجال بحثه.

الجدول رقم 19: يوضح ما إذا ساهم اليوتيوب في تحقيق نوع من الإشباع لدى أفراد العينة

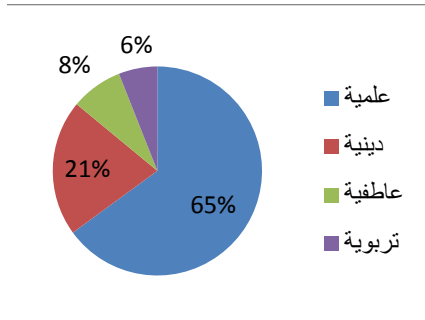
المتغير	التكرار	النسبة
كثيرا	22	22%
نوعا ما	68	68%
قليلا	10	10%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الإشباع لدى الطلبة "نوعا ما" هي أعلى نسبة وقدرت بـ 68%، تليها نسبة "كثيرا" قدرت بـ 22%، أما النسبة الأخيرة "قليلا" كانت بـ 10%.

من خلال نتائج الجدول نستنتج أن نسب الإشباع المحققة عند الطلبة متباينة فيما بينها، وهذا يعني أن الإشباع التي حققها اليوتيوب لدى فئة من الطلبة هي إشباع متنوعة قد تكون إشباع معرفية، اجتماعية، دينية، رياضية، ترفيهية، سياسية... الخ.

من جهة أخرى نرى أن نسبة هذه الإشباع لم نجدها عند بعض الفئة من الطلبة هذا دليل على أن اليوتيوب لا يحقق كل الرغبات والإشباع المرجوة من قبل الطلبة.

الجدول رقم 20: يوضح نوع الإشباع المحققة عند أفراد العينة



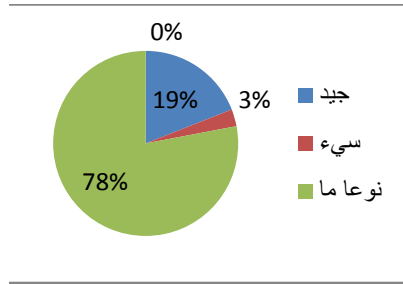
المتغير	التكرار	النسبة
علمية	65	65%
دينية	21	21%
عاطفية	8	8%
تربوية	6	6%
المجموع	100	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن ترتيب الإشباع عند الشباب الجامعي متباعدة حيث بلغت الإشباع العلمية التثقيفية أكبر نسبة قدرت 65% تليها الإشباع الدينية بنسبة 21% ثم تنخفض النسبة في الإشباع العاطفية بـ 8% وبأقل نسبة تماماً الإشباع التربوية والتي كانت بـ 6%.

بطبيعة الحال يحقق اليوتيوب إشباع علمية تثقيفية للطالب الجامعي لأنه بحاجة إلى إشباع رغباته المعرفية المتنوعة التي تساعده في بحوثه العلمية والأكاديمية وتزوده بالكم المعرفي والثقافي حول مختلف المواضيع والقضايا التي تهتمه في مجال دراسته، من جهة أخرى نجد فئة من الطلبة حقق لديهم اليوتيوب إشباع دينية وذلك من خلال بث برامج وحصص ذات جانب ديني تسعى لترسيخ قيم وسلوكات دينية، وغرس ثقافة دينية إسلامية صحيحة.

ويمكن إرجاع قلة نسبة الإشباع العاطفية والتربوية وهذا راجع إلى الرغبة الشخصية للطالب الجامعي الذي يختار ما يريد مشاهدته.

الجدول رقم 21: يوضح رأي أفراد العينة حول ما يتم عرضه على موقع اليوتيوب



المتغير	التكرار	النسبة
جيد	19	19%
سيء	3	3%
نوعا ما	78	78%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول أعلاه المضامين والمواد الإعلامية التي يتم عرضها في اليوتيوب، حيث نجد نسبة 78% "نوعا ما" كأكبر نسبة تليها جيد بـ 19% وفي الأخير تأتي النسبة منخفضة في سيء بـ 3%.

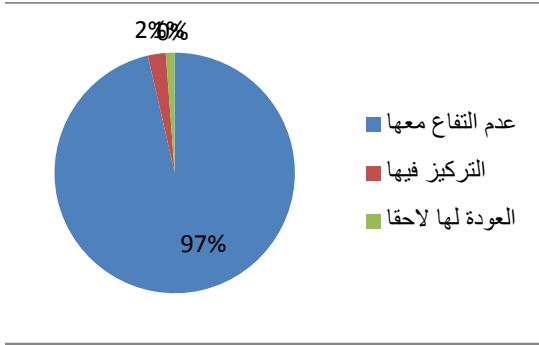
يتضح من خلال نتائج الجدول أن هذه النسب متباينة فيما بينها بمعنى أن الطالب يقيم ما يتم عرضه على اليوتيوب على أنه نسبي وأن ما يتم تقديمه لا ينظرون إليه بثقة مطلقة وهذا راجع لعدة أسباب عديدة حسب تصريحاتهم، في المقابل نجد فئة ترى أن ما يتم عرضه على اليوتيوب ذو مستوى جيد وعال يتميز بالدقة والمصداقية لأنه يجده موقع يخدم رغباته ومصالحه الشخصية بامتياز، وتوجد فئة ثالثة التي ترى أن المواد المعروضة ليس لها قيمة ولا هدف وأن هذا الموقع بات قناة لترويج الفضائح والابتزاز خاصة في المجتمعات المحافظة.

جدول رقم 22: يوضح ما إذا تصادف أفراد العينة لفيدويوهات غير أخلاقية أثناء المشاهدة

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	84	84%
لا	16	16%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول أعلاه أن 84% من المبحوثين أجابوا بنعم على مصادفة فيديويوهات غير أخلاقية أثناء مشاهدة اليوتيوب، في حين قدرت نسبة المبحوثين اللذين أجابوا بالنفي "لا" بـ 16%. نفس ارتفاع نسبة المبحوثين اللذين أجابوا بمصادفة فيديويوهات غير أخلاقية بكون اليوتيوب يحتوي على قنوات عديدة متحررة من قيود الرقابة لهذا يكثر فيها هذا النوع من الفيديويوهات التي تسعى لترويج الفساد، ونفسر أيضا نسبة المبحوثين اللذين لا تصادفهم فيديويوهات غير أخلاقية أثناء المشاهدة أنهم لا يتعرضون ولا يتصفحون موقع اليوتيوب هم نفسهم الفئة التي تختار مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى على اليوتيوب.

الجدول رقم 23: يوضح كيفية تجاوب أفراد العينة مع الفيديوهات التي تصادفهم



المتغير	التكرار	النسبة
عدم التفاعل معها	81	96,42%
التركيز فيها	2	2,38%
العودة لها لاحقاً	1	1,19%
المجموع	84	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن غالبية الطلبة أجابوا بنسبة 96,42% بعدم التفاعل " مع الفيديوهات الغير الأخلاقية التي تصادفهم أثناء المشاهدة، ثم تنخفض النسبة في "التركيز فيها" بنسبة 2,38% ، ثم تنخفض مرة أخرى في "العودة لها لاحقاً" بنسبة قدرت 1,19%.

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن غالبية الطلبة لا يتفاعلون مع ما ينشر من فيديوهات غير أخلاقية ولا يولونها أهمية ، لأن هذا بالدرجة الأولى يتنافى مع العقيدة الإسلامية ويرجع أيضاً إلى أخلاق الطالب وخلفيته الدينية التي تميز الخطأ من الصواب.

الجدول رقم 24: يوضح ما إذا كان أفراد العينة يختارون ما يتصفحونه في اليوتيوب

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	94	94%
لا	6	6%
المجموع	100	100%

يمثل الجدول أعلاه أن 94% من عدد المبحوثين الإجمالي أجابوا "بنعم" على أنهم يختارون ما يتصفحونه على اليوتيوب في حين أجاب 6% من المبحوثين بالنفي " لا " على أنهم لا يختارون ما يتصفحونه.

يختار الطلبة الجامعيين ما يتصفحونه على اليوتيوب من برامج وحصص وروبورتاجات حسب الرغبة الشخصية، وحسب ما يريدون مشاهدته وما يخدم مصالحهم .
ويمكن تفسير ذلك لكونهم في مرحلة يتميزون فيها بنوع من الوعي والمسؤولية اتجاه ما يتلقونه وفي توجههم بما يتناسب معهم.

الجدول رقم 25: يوضح الخلفية الدينية لأفراد العينة في إختيار ما يتصفحونه على اليوتيوب

المتغير	التكرار	النسبة
خشيتك من الله	42	42%
تربيتك وأخلاقك	44	44%
ضميرك	14	14%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن السبب الأول لعدم تفاعل الطلبة مع الفيديوهات الغير أخلاقية يعود إلى: "تربيتهم وأخلاقهم" بنسبة قدرت بـ 44% وهي أعلى نسبة ويقدر السبب الثاني "خشيتك من الله" بنسبة 42%، لتتخفص النسبة في "ضميرك" إلى 14%.

يعود السبب الرئيسي لاختيار الطالب الجامعي لما يتصفح على اليوتيوب إلى تربيته وأخلاقه بالدرجة الأولى ، إضافة إلى خوفه وخشيتته من الله ، وهذا يعود إلى خلفية الطالب وقيمه الأخلاقية والدينية التي تربى عليها منذ الصغر كوننا ننتمي لمجتمع مسلم.

جدول رقم 26: يوضح ما إذا استفاد أفراد العينة من موضوعات اليوتيوب من الناحية الأخلاقية

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	90	90%
لا	10	10%
المجموع	100	100%

يمثل الجدول أعلاه أن 90% من إجمالي الباحثين أجابوا "بنعم" على أنهم استفادوا من موضوعات اليوتيوب من الناحية الأخلاقية، في حين لدينا 10% وهي نسبة منخفضة لعدد الباحثين الذين أجابوا بـ"لا" وهم الذين لم يستفيدوا من موضوعات اليوتيوب من الناحية الأخلاقية.

نفس ذلك لكون اليوتيوب يتميز بسمات وخصائص في نشر المضامين تجعله أكثر تأثير على الأشخاص لاسيما في مجال نشر القيم بأساليب وطرق جذابة كالفيدوهات في شكل حصص أو إرشادات أو قوالب بأشكال مختلفة، لهذا يعد الأكثر تأثيرا في الطلبة من حيث استفادتهم مما ينشره.

جدول رقم 27: يوضح نوع استفادة أفراد العينة من موضوعات اليوتيوب من الناحية الأخلاقية

المتغير	التكرار	النسبة
تصحيح بعين الأفكار	56	62,22%
اكتساب سلوك حسن	32	35,55%
قيم معينة	2	2,22%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن النسب متفاوتة حيث قدرت نسبة "تصحيح بعض الأفكار" بـ 62,22% وهي أعلى نسبة، تليها "اكتساب سلوك حسن" بـ 35,55% ، لتتخلف النسبة تماما عند نشر قيم معينة بـ 2,22%.

يلجأ الطلبة الجامعيين إلى موضوعات اليوتيوب وذلك بغرض تصحيح بعض الأفكار الخاطئة من الناحية الأخلاقية، لأن موقع اليوتيوب يحتوي على برامج وحصص توعوية وإرشادية توجه أفكار وآراء الطالب لما هو صواب إضافة إلى غرس قيم وسلوكات حسنة.

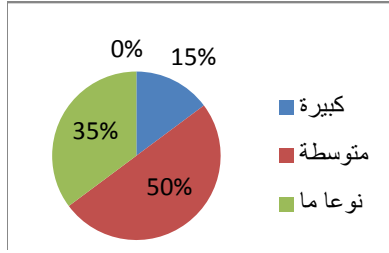
جدول رقم 28: يوضح ما إذا يؤثر اليوتيوب على تصرفات و أخلاق أفراد العينة

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	54	54%
لا	46	46%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بـ " نعم " قدرت بـ 54% في أن استخدامهم لليوتيوب يؤثر على تصرفاتهم وأخلاقهم، في حين تقابلها نسبة 46% الذين أجابوا بالنفي "لا" في عدم تأثير استخدامهم لليوتيوب على تصرفاتهم الأخلاقية .

من خلال هذه النتائج يتضح لنا جليا أن هناك تقارب في النسب وأنه هناك فئة معتبرة من الطلبة يعتقدون أن استخدام اليوتيوب يؤثر على تصرفاتهم وأخلاقهم، ويمكن إرجاع هذا إلى أن موقع اليوتيوب هو وسيلة تأثيرية بدرجات متفاوتة على الجماهير وخاصة الطلبة الجامعيين باعتبار أنهم يتعرضون بكثرة بمواقع التواصل الاجتماعي وأهمها موقع اليوتيوب كما هو موضح في الجدول 6.

جدول رقم 29: يوضح درجة تأثير اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد العينة



المتغير	التكرار	النسبة
كبيرة	8	14,81%
متوسطة	27	50%
نوعا ما	19	35,18%
المجموع	54	100%

يتضح لنا من خلال إحصائيات الجدول أعلاه أن أعلى درجة تأثير استخدام اليوتيوب كانت "متوسطة" بنسبة 50%، تليها نسبة "نوعا ما" قدرت بـ 35,18%، ثم تنخفض النسبة في "كبيرة" بـ 14,81%.

نفسر درجة تأثير استخدام الطلبة لليوتيوب على تصرفاتهم وأخلاقهم بدرجة متوسطة وهذا ما يدل على أن الطالب الجامعي ينتقي ما يتصفح عبر منصات التواصل الاجتماعي ولا يتأثر بكل ما يراه، بعبارة أخرى نجد هذا الأخير يتميز بنوع من الوعي ما يجعله ينتقي ما يتصفح .

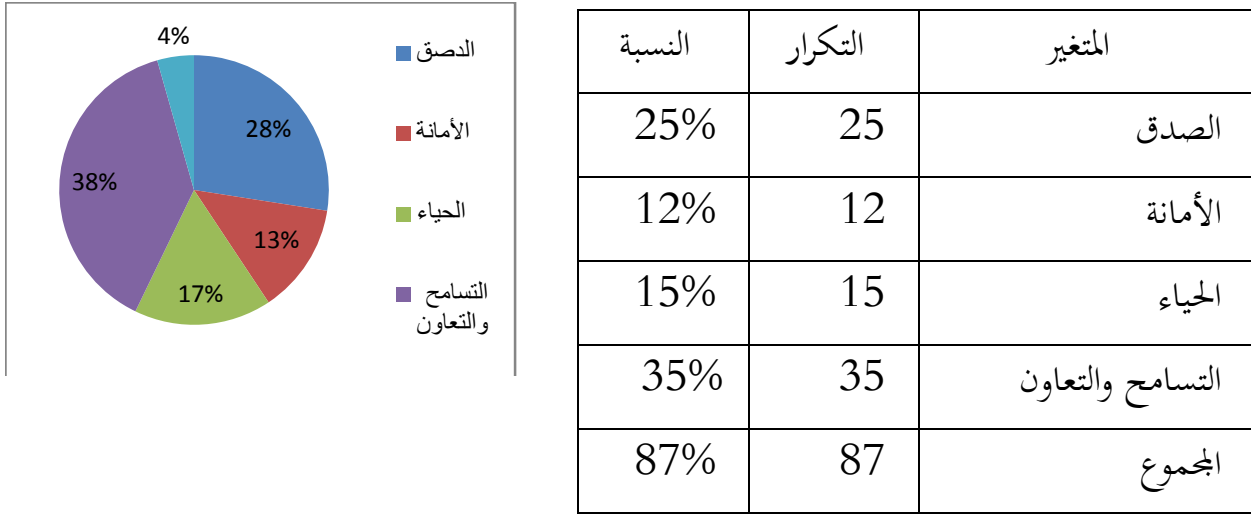
جدول رقم 30: يوضح نوع تأثير استخدام اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد العينة

المتغير	التكرار	النسبة
إيجابي	87	87%
سلبي	13	13%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن نسبة التأثير الإيجابي والسلبي كانت متباعدة، حيث قدرت نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب " إيجابي " ب 87% وهي أكبر نسبة يقابلها التأثير السلبي بنسبة منخفضة قدرت ب 13%.

نفس ارتفاع درجة التأثير الإيجابي لاستخدام اليوتيوب من طرف الطلبة الجامعيين باعتباره يساهم بشكل كبير إيجابيا في تغيير الكثير من الأفكار، التصرفات، السلوكيات والتوجهات الخاطئة حول موضوع ما، اكتساب قيم جديدة حميدة من خلال متابعة برامج وحصص إسلامية دينية هادفة.

الجدول رقم 31: يوضح ما إذا كان التأثير الإيجابي باكتساب وتدعيم قيم أخلاقية



نلاحظ من خلال الجدول أن نسب القيم الأخلاقية متقاربة فيما بينها حيث أن نسبة قيمة التسامح والتعاون قدرت بـ 35% كأعلى نسبة، تليها قيمة الصدق بنسبة 25% ثم قيمة الحياء بنسبة 15% وآخر نسبة قيمة الأمانة التي كانت بـ 12%

من خلال النتائج المبينة أعلاه يتضح لنا أن ارتفاع نسب القيم الأخلاقية: التسامح والتعاون، الصدق، الأمانة والحياء لدى المبحوثين ، وهذا يرجع إلى أن القيم تعد بمثابة الركيزة الأساسية للدين الإسلامي التي وجب على الطلبة التمسك بها ولأنها تضبط وتوجه سلوك الأفراد ككل فهي معيار للسلوك الفردي والاجتماعي في الحياة.

الجدول رقم 32: يوضح ما إذا كان تأثير استخدام اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد

العينة سلبية

المتغير	التكرار	النسبة
سلبية	4	4%
المجموع	4	4%

يمثل الجدول أعلاه أن عدد إجابات المبحوثين ما إذا كان التأثير سلبى قدرت بـ 4%.

ونفسر هذه النسبة الضئيلة التي تحصلنا عليها إلى أن نسبة الطلبة الذين لا يملكون وعي باستخدامات اليوتيوب قليلة جدا إذا ما قيست مع من كانت إجاباتهم بإيجابي ، وهذا ما يثبت ارتفاع نسبة الوعي في صفوف الطلبة.

الجدول المركبة:

جدول رقم 33: علاقة متغير الجنس بطبيعة تأثير اليوتيوب

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	تأثير اليوتيوب
%100	100	%86	86	%14	14	اليوتيوب
%100	100	87				التأثير الإيجابي
		13				التأثير السلبي

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الإناث قدرت بـ 86% تليها نسبة الذكور بـ 14%، ويمكن إرجاع ذلك لكون الإناث هم الفئة الغالبة في المجتمع ولكونهم أيضا أكثر متابعة لمراحل متقدمة من التعليم عكس الذكور، في المقابل من ذلك نجد نسبة تأثير اليوتيوب بـ 87% في حين انخفضت نسبة التأثير السلبي إلى 13%.

ومن هنا نستنتج أنه ما دامت نسبة الإناث هي الأكثر فإنها هي النسبة الغالبة في التأثير بدرجة إيجابي، حيث توضح نتائج الجدول تقارب نسبة التأثير بإيجاب مع النسبة الكلية للإناث.

الجدول 34 : علاقة متغير الفئات العمرية بطبيعة تأثير اليوتيوب

المجموع		من 28 فما فوق		من 23-27		من 18-22		الفئات العمرية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	100	2%	2	54	54	44%	44	تأثير اليوتيوب
100%	100	87						التأثير الإيجابي
		13						التأثير السلبي

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن الفئة العمرية التي تستخدم اليوتيوب هي من (23-27) بنسبة قدرت بـ 54%، تليها الفئة العمرية من (18-22) بنسبة 44%، لتتخلف النسبة كليا في الفئة العمرية من 28 فما فوق، كما نلاحظ أن تأثير اليوتيوب على الفئات العمرية إيجابيا قدر بنسبة 87%، في الجهة المقابلة كان التأثير سلبي بنسبة 13%.

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن السن الأنسب لمتابعة الدراسة في الظروف العادية هو من (23-27) لكون الطالب في هذا العمر أكثر وعيا وإدراكا لكيفية استخدام التكنولوجيا الاتصالية المتمثلة في الانترنت بشكل عام ، ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص ، وبهذا يكون تأثير اليوتيوب على الطلبة إيجابيا.

وباعتبار أن النسبة الغالبة للطلبة سنها من 23 إلى 27 فهذا يعني أنهم المعنيين بالتأثير إيجابيا خاصة وأنها الفئة الأكثر تكرارا وحتى الفئة من 28 فما فوق يمكن ضمها للتأثير ايجابي.

ويتضح ذلك جليا من خلال الجدول، في حين انخفضت النسبة في سلبي وقد تكون مفرداتها في الفئة العمرية من 18-22 سنة لكونها في سن عادة ما تجهل حسن استخدام تلك المواقع الإلكترونية.

الجدول رقم 35: علاقة متغير المستوى التعليمي بطبيعة تأثير اليوتيوب

المجموع		طور الماجستير		طور الليسانس		المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	100	%39	39	%61	61	تأثير اليوتيوب
%100	100	87				التأثير الايجابي
		13				التأثير السلبي

يوضح الجدول أعلاه أن أفراد العينة من طلبة طور الليسانس حيث بلغت نسبتهم %61، ثم جاء طلبة الماجستير في المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ %39، كما نلاحظ علاقة تأثير اليوتيوب بالمستوى التعليمي كان إيجابي قدر بـ %87 يقابله التأثير السلبي بـ %13.

يعود سبب ظهور أغلب أفراد العينة من طور الليسانس لأن عددهم في الكلية يفوق عدد طلبة طور الماجستير وبالتالي يكون التأثير الإيجابي على هذه الفئة أكبر وهي طلبة الليسانس كونها أكثر استعمالاً لوسائل الإعلام الجديد، واستخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي خصوصاً اليوتيوب بحكم تضمنه مواضيع ومضامين علمية أكاديمية تخدمهم في مجال بحوثهم.

الجدول رقم 36: علاقة متغير المستوى الاقتصادي بطبيعة تأثير اليوتيوب

المجموع		ضعيف		متوسط		جيد		المستوى الاقتصادي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	100	%4	4	%87	87	%9	9	تأثير اليوتيوب
%100	100	87						التأثير لايجابي
		13						التأثير السلبي

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن نسبة المستوى الاقتصادي متوسط قدر بـ 87% في حين انخفضت النسبة في جيد بـ 9%، تقابلها نسبة ضعيف بـ 4%، كما نلاحظ علاقة تأثير اليوتيوب بالمستوى الاقتصادي كان إيجابي بنسبة 87%، في الجهة المقابلة كان التأثير سلبي بنسبة 13%.

نستنتج أن متغير المستوى الاقتصادي له علاقة بمستوى الاستخدام وبالتالي التأثير بالإيجاب، فكلما كان المستوى الاقتصادي معقول أي في المتوسط كلما زاد الاستخدام وبالتالي التأثير، والجدول يوضح ذلك حيث تساوت نسبة التأثير بالمستوى الاقتصادي.

الجدول رقم 37: علاقة متغير الموقع السكني بطبيعة تأثير اليوتيوب

المجموع		ريفي		شبه حضري		حضري		الموقع السكني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	100	%30	30	%35	35	%35	35	تأثير اليوتيوب
%100	100	87						التأثير الايجابي
		13						التأثير السلبي

يبين الجدول أعلاه أن نسب أفراد العينة المقيمين في المناطق الحضرية والمناطق الشبه حضرية متساوية قدرت بـ 35%، بينما نسبة القاطنين في المناطق الريفية قدرت نسبتهم بـ 30%، في حين كان تأثير اليوتيوب إيجابي قدر بـ 87%، يقابله التأثير السلبي بـ 13%.

نفسر علاقة ارتفاع نسبة التأثير الإيجابي بالمناطق الحضرية والشبه حضرية كون تلك المناطق تكون بطبيعة الحال متطورة نوعاً ما وتنتشر فيها تكنولوجيا الانترنت بشكل واسع وبالتالي الاستخدام يكون كبير وحتماً يكون التأثير مرتفع، ومنه نستخلص النسبة الكبيرة للتأثير بالإيجاب، أما بالنسبة للريف نجد نقص في الإمكانيات والوسائل المادية وحتماً لا يوجد استخدام وبالتالي التأثير يبقى محدود أو قد ينعدم.

الجدول رقم 38: علاقة استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب بتأثيره على قيمهم الأخلاقية

المجموع		لا		نعم		استخدام أفراد العينة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	100	%20	20	%80	80	تأثير اليوتيوب
%100	100	87				التأثير الايجابي
		13				التأثير السلبي

يوضح الجدول أعلاه أن استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب بلغ من حيث عدد إجابات المبحوثين بـ "نعم" بـ 80%، في حين قدر عدد الإجابات بالنفي "لا" بـ 20%، من جهة أخرى نلاحظ أن نسبة التأثير الإيجابي لاستخدام اليوتيوب قدر بـ 87%، في حين كان التأثير سلبي بـ 13%.

يتضح لنا أن أغلب أفراد عينة الدراسة من رواد موقع اليوتيوب ومستخدميه، حيث يستخدمونه بشكل مكثف، وبالتالي كان تأثير هذا الاستخدام إيجابي بالدرجة الأولى نظراً لأن الموقع هو الوسيلة الأكثر إشباعاً لحاجات ورغبات وتوجهات الطلبة في الإطلاع على كل ما هو جديد بكل سهولة وأريحية.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة

استهدفت هذه الدراسة التعرف على استخدام موقع اليوتيوب وتأثيره على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- جاءت أولى النتائج من حيث عدد الطلبة والطالبات أي متغير الجنس، حيث فاق عدد الطالبات الإناث على الطلبة الذكور بنسبة 86% للطالبات و 14% للطلبة.
- أكدت الدراسة أن الفئة العمرية الغالبة والأكثر تكرار هي الفئة العمرية (23-27) ولقد قدرت بـ 54%.
- نجد أن أغلب الباحثين هم من مستوى الليسانس وبلغت نسبتهم 61%.
- توصلت الدراسة أن غالبية الباحثين دخلهم الاقتصادي " متوسط " بنسبة قدرت بـ 87%، ويقومون في المناطق الحضرية والشبه حضرية بنسب متساوية بلغت 35%.
- أكدت الدراسة أن غالبية طلبة قسم الإعلام والاتصال من رواد موقع اليوتيوب حيث بلغت نسبتهم 80%، كما بينت نتائج الدراسة أنهم يستخدمون الموقع منذ " سنتين إلى أربع سنوات " بنسبة 45% وبصفة دائمة ، وأن الفترة المفضلة عندهم لتصفح اليوتيوب هي الفترة الليلية حيث قدر ذلك بـ 87%.
- تبين نتائج الدراسة أن الجهاز المفضل عند الطلبة الجامعيين لتصفح اليوتيوب هو الهاتف الذكي بنسبة قدرت بـ 92%.
- توصلت نتائج الدراسة أن سبب تفضيل الباحثين لموقع اليوتيوب على بقية المواقع الأخرى يعود إلى ميزة المشاهدة التي يتميز بها الموقع حيث قدرت نسبتها 47%، من جهة أخرى بينت نتائج الدراسة أن أهم المواضيع التي تثير إهتمام الباحثين لليوتيوب هي المواضيع الاجتماعية والترفيهية حيث بلغت نسبتها 49%.

- تشير النتائج أن غالبية الطلبة الجامعيين يستخدمون اليوتيوب في مجال دراستهم بنسبة قدرت ب 67%، وذلك في مشاهدة وتحميل محاضرات ودروس مسجلة حيث بلغت نسبة ذلك 34%.
- توصلت الدراسة إلى أن اليوتيوب يساعد الطلبة الجامعيين على الترفيه والتثقيف قدرت نسبة ذلك 96%، وذلك من خلال مشاهدة "مقاطع فيديو مضحكة" التي بلغت نسبتها 38% تليها مشاهدة "أشرطة وبرامج علمية" وكانت نسبتها 24%.
- كشفت نتائج الدراسة أن موقع اليوتيوب يساهم في تحقيق إشباعات المبحوثين وذلك "نوعا ما" بنسبة 68% وقد تمثلت هذه الأخيرة في إشباعات علمية تثقيفية بلغت نسبتها 65%.
- بينت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يقيمون ما يتم عرضه في اليوتيوب نسبيا بإجابة "نوعا ما" التي بلغت نسبتها 78%.
- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين تصادفهم فيديوهات غير أخلاقية أثناء المشاهدة بنسبة كانت 84%، وكانت إجابات المبحوثين بعدم التفاعل معها هي أعلى نسبة قدرت ب 81%.
- كشفت نتائج الدراسة أن معظم الطلبة يختارون ما يتصفحونه في اليوتيوب بنسبة 94% وهذا راجع إلى تربية وأخلاق الطالب بنسبة 44% وخشيتته من الله بنسبة 42%.
- تبرز نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة يستفيدون من موضوعات اليوتيوب من الناحية الأخلاقية وقدرت نسبة ذلك ب 90%، وكانت هذه الاستفادة بغرض "تصحيح بعض الأفكار" بالدرجة الأولى حيث بلغت نسبتها 56%.
- بينت نتائج الدراسة أن استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب يؤثر على تصرفاتهم وأخلاقهم بنسبة قدرت ب 54%، وكانت درجة هذا التأثير متوسطة بلغت نسبتها 27%.

- توضح نتائج الدراسة أن التأثير الذي يخلفه اليوتيوب كان إيجابياً بنسبة بلغت 87%، وكان ذلك "باكتساب وتدعيم قيم" أخلاقية مثل: "التسامح والتعاون" الذي قدر بـ 35%، في حين كان هذا التأثير سلبياً على فئة قليلة من الطلبة وقدرت نسبة ذلك بـ 4%.

ثالثاً: عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

نناقش في هذا العنصر النتائج المتوصل إليها في دراستنا المعنونة بـ "استخدام موقع اليوتيوب وتأثيره على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين" في ضوء خمس (5) دراسات سابقة تم اعتمادها على مستوى الفصل المنهجي للدراسة لمعرفة مدى توافق بين نتائجهم ونتائجنا:

عرض الدراسة السابقة رقم (1):

دراسة الباحثة سهام بوقلوف بعنوان: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية"، دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفاييسبوك.

توصلت الباحثة لجملة من النتائج أهمها:

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفاييسبوك وارتباطهم بقيمهم الأخلاقية والاجتماعية.
- تباين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمتغير الجنس والسن في استخدام موقع الفاييسبوك وأبعاد منظومة القيم الأخلاقية.
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفاييسبوك وتجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة نعرض بعض نتائج الجداول الخاصة بدراستنا منها:

- يفضل الطلبة الجامعيون استخدام موقع الفايسبوك إلى جانب اليوتيوب عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

- معظم الطلبة المبحوثين هم من العنصر الأنثوي تتراوح أعمارهم من (23-27).

- أثر استخدام موقع اليوتيوب من قبل المبحوثين على تصرفاتهم وأخلاقهم بدرجة متوسطة.

نستنتج من خلال عرض النتائج المتوصل إليها في كلتا الدراستين أنهما تتفقان في نتائج الدراسة الميدانية حسب تأثير اليوتيوب على القيم الأخلاقية، فدراستنا توصلت إلى انه هناك تأثير كبير لليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الشباب الجامعي، كما أن الباحثة توصلت إلى أن هناك تأثير كبير لموقع الفايسبوك على المراهقين وهنا نصل إلى أنه هناك إجماع على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام.

عرض الدراسة السابقة رقم (2):

دراسة الباحث رباب رأفت محمد الجمال بعنوان: "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي للشباب السعودي"، دراسة ميدانية على عينة عشوائية من فئة الشباب السعودي.

توصل الباحث لجملة من النتائج أهمها:

- تبيان أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية.

- ارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت.

- يستخدم الشباب شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بانتظام وأحدث ذلك تأثيراً على النسق القيمي الأخلاقي.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة نعرض نتائج الجداول الخاصة بدراستنا:

- يساعد اليوتيوب الطلبة الجامعيين على الترفيه والتثقيف من خلال مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة ومشاهدة أشرطة وبرامج علمية.

- أغلبية الطلبة الجامعيين من رواد موقع اليوتيوب ويستخدمون الموقع من سنتين إلى أربع سنوات.

- أدى استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب في التأثير على تصرفاتهم وأخلاقهم وسلوكياتهم بنسبة متوسطة.

نستنتج من خلال عرض أهم النتائج المتحصل عليها في كلتا الدراستين أنهما تتوافقان في عنصر التأثير، فقد توصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن هناك تأثيراً ل شبكات التواصل الاجتماعي على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، بينما في دراستنا فتوصلنا أن لليوتيوب تأثيراً على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين.

عرض الدراسة السابقة رقم (03):

- دراسة الباحث رضا عبد الواحد أمين بعنوان: " استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت ".

توصل الباحث الجامعي في مملكة البحرين يستخدمون الانترنت بشكل كثيف، حيث يتصفح 76% من مجموع عينة الدراسة بشكل يومي.

- غالبية الشباب الجامعي يستخدمون موقع اليوتيوب بنسبة 87,7% من إجمالي عينة الدراسة.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة، نعرض نتائج الجدول الخاصة بدراستنا منها:

- أغلبية الباحثين من رواد موقع اليوتيوب ويفضلونه عن باقي المواقع الأخرى ويستخدمونه بصفة يومية.

- غالبية الطلبة الجامعيين يستخدمون اليوتيوب بنسبة كبيرة في مجال دراستهم .

نستنتج من خلال عرض مدى توافق الدراستين السابقة والحالية أنهما تتوافق في نقاط كثيرة تمثلت في المتغير المستقل وهو اليوتيوب، العينة نفسها وهي الطلبة الجامعيين وأداة جمع المعلومات.

عرض الدراسة السابقة رقم (04):

دراسة الباحثين فاطمة بلحيمر وريمة مشعر بعنوان: " استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب وعلاقته بالاغتراب الأسري، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل.

توصلت الباحثين إلى جملة من النتائج أهمها:

- تقضي أكبر نسبة من الباحثين أكثر من 3 ساعات في استخدام موقع اليوتيوب يوميا.

- يستخدم أكبر نسبة من الباحثين اليوتيوب من أجل دوافع معرفية.

- يحقق موقع اليوتيوب إشباعا معرفية وترفيهية بالدرجة الأولى تليها بعض الإشباعا الأخرى.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة، نعرض نتائج الجدول الخاصة بدراستنا منها:

- يستخدم أغلب الباحثين موقع اليوتيوب بصفة دائمة.

- أغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون اليوتيوب في مجال دراستهم وذلك في مشاهدة وتحميل محاضرات ودروس مسجلة.

- يساهم اليوتيوب في تحقيق إشباع علمية تثقيفية للمبحوثين.

نستنتج من خلال عرض مدى توافق نتائج الدراستين السابقة والحالية حيث أنهما يتشاركان في الكثير من النقاط في نفس المتغير المستقل اليوتيوب، نفس العينة، الأداة والمنهج المستخدم في الدراسة.

رابعاً: عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع:

اعتمدنا في دراستنا المعنونة " استخدام اليوتيوب وتأثيره على تأثيره على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين " على نظرية الاستخدامات والإشباع حيث سنعرض في هذا العنصر نتائج الدراسة بناء على أهم مسلمات النظرية.

عرض المسلمة رقم (1):

- الجمهور المتلقين هو جمهور نشط استخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

للتأكد من صحة هذه المسلمة نعرض مجموعة من النتائج الخاصة بنتائج الاستمارة:

- يتضح من خلال الجدول رقم (7) أن أغلبية المبحوثين من رواد مستخدمي موقع اليوتيوب.

- يتضح من خلال (8) أن معظم الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع اليوتيوب من سنتين إلى أربع سنوات.

- يتضح من خلال الجدول (19,20) أن اليوتيوب يساهم في تحقيق نوع من الإشباعات تمثلت هذه الأخيرة في إشباعات علمية تثقيفية وبهذا تتحقق أهداف الطلبة.

نستنتج أن المسلمة تحققت حيث أن موقع اليوتيوب قد حقق إشباعات وحاجات الطلبة وهي الوسيلة التي يلجؤون إليها في سبيل تحقيقي أهدافهم المختلفة.

عرض المسلمة رقم (2):

الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

للتأكد من صحة المسلمة نعرض بعض من نتائج الاستمارة منها:

- يتضح من خلال الجدول رقم (9) أن الفترة المفضلة عند الطلبة الجامعيين لتصفح موقع اليوتيوب هي الفترة الليلية.

- يتضح من خلال الجدول رقم (16) أن غالبية الطلبة الجامعيين يستخدمون اليوتيوب ويختارونه من أجل مشاهدة وتحميل محاضرات ودروس مسجلة.

- يتضح من خلال الجدول رقم (17) (18) أن اليوتيوب يساعد الطلبة الجامعيين على الترفيه والتثقيف ويختارونه الوسيلة الأولى في سبيل مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة وأيضا مشاهدة أشربة وبرامج علمية.

- يتضح من خلال الجدول رقم (14) أن أهم المواضيع التي تثير اهتمام الباحثين ويختارونها أولا هي المواضيع الاجتماعية والترفيهية.

نستنتج أن المسلمة السابقة تحققت، حيث أن هم من يتحكمون في وقت تصفحهم لليوتيوب ويختارون المادة المناسبة لمشاهدتها بما نخدم مصالحهم وميولاتهم واهتماماتهم التي تشبع حاجاتهم.

عرض المسلمة رقم (3):

من خلال النظرية لم يصبح الجمهور مجرد متلقي سلبي بل يتسم بالإيجابية والفاعلية.

للتأكد من صحة المسلمة نعرض مجموعة من نتائج الاستمارة منها:

- يتضح من خلال الجدول رقم (30) أن التأثير الذي يخلفه اليوتيوب كان تأثير إيجابي بنسبة عالية.

- يتضح من خلال الجدول رقم (31) أن تأثير اليوتيوب إيجابي كان ذلك باكتساب وتدعيم قيم أخلاقية مثل: التسامح، التعاون.

نستنتج أن المسلمة السابقة الذكر تحققت وأن تأثير اليوتيوب على الطلبة الجامعيين كان إيجابي بنسبة معتبرة وذلك لاكتساب وتعلم قيم ومبادئ، أسس وقواعد هادفة تمهم في الحياة المجتمعية.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا الميدانية وتحليلنا وتفسيرنا لنتائج استمارة الاستبيان استخلصنا أن تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين من جهة كان إيجابياً بنسبة معتبرة، ونرجح ذلك إلى وعي الطلبة فيما يتصفحونه عبر هذا الموقع وخلفيتهم الأخلاقية في معرفة الخطأ من الصواب، في حين لا يسمحون له أن يتحكم في نفسيتهم، من جهة أخرى قد يؤثر سلبي الاستخدام المتزايد له إلى تدهور في السلوكات، التصرفات والأخلاق. مما يؤدي إلى حدوث تغيرات على مستوى قيمهم نتيجة تأثير هذه التكنولوجيا.

الخاتمة

حاولت هذه الدراسة الموسومة بـ " استخدام موقع اليوتيوب وتأثيره على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين " لمعرفة مدى ونوع تأثير هذا الاستخدام على قيم، سلوكيات وأخلاقيات الطالب الجامعي، وكان لموقع اليوتيوب دور مهم في إحداث تأثيرات مختلفة كونه من أهم الوسائط الذي استطاع أن يحتل مكانة هامة في حياة الطلبة الجامعيين بفضل ما يتميز به من خصائص ومميزات باعتباره أيضا وسيلة للتثقيف، الترفيه والتنفيس بعد توفر الموقع على الهواتف الذكية، إضافة إلى أنهم يجدون هذا الموقع ملجأ لهم للتحقيق إشباعات علمية وتثقيفية وذلك بالاستفادة من الموضوعات المعروضة على اليوتيوب من الناحية الأخلاقية بهدف تصحيح بعض الأفكار والتوجهات واكتساب قيم، تعاليم ومبادئ حسنة.

وقد توصلنا في ختام دراستنا أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يستخدمون موقع اليوتيوب بشكل مكثف وبصفة يومية ويختارونه الوسيلة الأولى عن باقي المواقع الأخرى، وذلك يعود إلى المزايا التي يتمتع بها حسب ما أثبتته الدراسة الميدانية، حيث أن تأثير هذا الاستخدام المتكرر كان إيجابيا على الذين يتصفحونه بوعي تام في مشاهدة البرامج والحصص التي تخدم مصالحهم الشخصية وتلبي رغباتهم، في الجهة المقابلة نجد بعض التأثيرات السلبية على فئة قليلة من الطلبة الذين يفرطون في استخدام الموقع ويتناسون أضراره ما يؤدي إلى قلة اهتمامهم وإهمالهم للقيم والعادات والمعايير الأخلاقية والدينية، ولهذا ينبغي الاستخدام المعتدل وبطريقة منظمة للحد من مخاطر تأثيره.

وفي الأخير نؤكد على مجموعة من التوصيات المقترحة:

- توظيف موقع اليوتيوب والتركيز على استخدامه لتنمية المهارات العلمية.
- إجراء دراسات مكتملة بشكل مفصل أكثر لهدف هذه الدراسة في الكشف عن تأثير اليوتيوب على قيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين.

- تشجيع الطلبة والأساتذة المحاضرين على توظيف فيديوهات علمية بتقنيات عالية الجودة كأحدى أدوات التعليم العالي الأكاديمي خاصة في التعليم عن بعد من أجل تطويره.
- ضرورة القيام بدراسات وأبحاث من طرف الباحثين بشيء من التفصيل عن القيم بصفة عامة والقيم الأخلاقية بصفة خاصة لما لها من دور ومكانة محورية في الحياة اليومية وأخذ الاعتبار بها.

الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



استخدام اليوتوب وتأثيره على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

د. بودرع حضرية

إعداد الطالبتين:

-غناي عايدة

- مرادسي منال

ملاحظة:

إن معلومات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

الرجاء وضع علامة (X) في الخانة المناسبة وإكمال الفراغ .

السنة الجامعية 2021/2020

المحور الأول: البيانات الأولية الشخصية

1 _ الجنس:

ذكر أنثى

2 _ السن:

من 18_22

27_23

من 28 فما فوق

3 _ المستوى التعليمي:

ليسانس ماجستير

4 _ المستوى الاقتصادي:

جيد متوسط ضعيف

5 _ الموقع السكني:

حضري شبه حضري ريفي

المحور الثاني: عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعين لموقع اليوتيوب

6 _ ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

فايسبوك تويتر يوتيوب

أخرى تذكر :

7_ هل أنت من رواد موقع اليوتيوب؟

نعم لا

8_ في حالة الإجابة بنعم منذ متى و أنت تستخدم اليوتيوب ؟

_ أقل من سنتين من سنتين إلى أربع سنوات أكثر من أربع سنوات

9_ ماهي الفترة التي تفضلها لتصفح اليوتيوب ؟

صباحا مساء ليلا

10_ هل استخدامك لليوتيوب يكون :

دائما أحيانا نادرا

11_ ماهو الجهاز المفضل لديك لتصفح اليوتيوب ؟

الهاتف الذكي اللوح الإلكتروني جهاز الحاسوب

12_ هل تفضل اليوتيوب على بقية مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

13_ في حالة الإجابة بنعم هل تفضيلك لموقع اليوتيوب يعود إلى:

سهولة الاستخدام خفة الموقع ميزة المشاهدة

14_ ماهي أهم المواضيع التي تثير اهتمامك في اليوتيوب ؟

السياسية الاجتماعية والترفيهية الثقافية والعلمية الدينية

أخرى تذكر:

المحور الثالث: الإشباع المحققة من استخدام الطلبة الجامعين لليوتيوب:

15_ هل تستخدم اليوتيوب في مجال دراستك؟

نعم لا

16_ إذا كانت الإجابة بنعم هل في:

_ مشاهدة وتحميل محاضرات ودروس مسجلة

_ تعلم تطبيقات معرفية

_ مشاهدة ندوات وملتقيات علمية

17_ هل يساعدك اليوتيوب على الترفيه والتنقيف؟

نعم لا

18_ إذا كانت الإجابة بنعم هل في:

_ مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة

_ أفلام كوميدية

_ برامج وألعاب وتسلية

_ أشرطة وبرامج علمية

_ أفلام تاريخية واجتماعية

19_ هل ساهم اليوتيوب في تحقيق نوع من الإشباعات لديك؟

كثيرا نوعا ما قليلا

20_ ما طبيعة الإشباعات المحققة لديك ؟

علمية تثقيفية دينية عاطفية تروبية

أخرى تذكر:

المحور الرابع: تأثير اليوتيوب على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين:

21_ مارأيك فيما يتم عرضه في موقع اليوتيوب ؟

جيد سيء نوعا

22_ هل تصادفك فيديوهات غير أخلاقية أثناء المشاهدة ؟

نعم لا

23_ إذا كانت الإجابة بنعم هل:

بعدم التفاعل معها

التركيز فيها

العودة لها لاحقا

24_ هل تختار ما تتصفحه في اليوتيوب ؟

نعم لا

25_ إذا كانت الإجابة بنعم هل يعود ذلك إلى:

خشيتك من الله تربيتك وأخلاقك ضميرك

أخرى تذكر:

26_ هل استفدت من موضوعات اليوتيوب من الناحية الأخلاقية؟

_ نعم لا

27_ إذا كانت الإجابة بنعم هل في:

_ تصحيح بعض الأفكار اكتساب سلوك حسن نشر قيم معينة

_ أخرى تذكر:

28_ هل تعتقد أن استخدامك لليوتيوب يؤثر على تصرفاتك و أخلاقك:

_ نعم لا

29_ إذا كانت الإجابة بنعم ما هي درجة التأثير:

_ كبير متوسطة نوعا ما

30_ هل كان هذا التأثير إيجابي أم سلبي:

_ إيجابي سلبي

31_ إذا كان التأثير إيجابي هل كان ذلك باكتساب وتدعيم قيم أخلاقية مثل:

_ الصدق الأمانة العفة و الحياء التسامح والتعاون

..... أخرى تذكر: _

.....

32_ إذا كان التأثير سلبي وضح؟

.....

.....

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي



جامعة محمد الصديق بن يحيى - بجاية -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة المكلفة بالدراسات
والمسائل المرتبطة بالظنية
مصنعة الإحصائيات والإعلام والتوجيه

2021-03-23

تعداد الطلبة المسجلين بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية السنة الجامعية 2021/2020

المجموع	إناث	ذكور	الدرجة	التخصص	القسم
626	544	82	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية	
282	245	37	الثانية	علم الاجتماع	الليسانس
246	220	26	الثالثة		
70	51	19	الأولى	علم اجتماع الاتصال	الماستر
47	37	10	الثانية		
98	85	13	الأولى	علم اجتماع التربية	الماستر
53	50	03	الثانية		
104	84	20	الأولى	علم اجتماع التنظيم والعمل	الماستر
71	62	09	الثانية		
244	241	03	الثانية	علوم التربية	الليسانس
161	158	03	الثالثة	علم النفس التربوي	الماستر
106	105	01	الأولى	علم النفس التربوي	
45	43	02	الثانية		إرشاد وتوجيه
102	95	07	الأولى		
39	38	01	الثانية		
391	302	89	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية	
332	265	67	الثانية	علوم الإعلام والاتصال	الليسانس
288	236	52	الثالثة	إعلام	
118	88	30	الأولى	الصحافة المطبوعة والإلكترونية	الماستر
59	48	11	الثانية		
122	105	17	الأولى	السمعي البصري	الماستر
69	58	11	الثانية		
30	03	27	الأولى	علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	الليسانس
29	04	25	الثانية	تدريب رياضي	
41	01	40	الثالثة	التدريب الرياضي التنافسي	الماستر
82	05	77	الأولى	تحضير بدني رياضي	
40	04	36	الثانية		
3895	3177	718		المجموع	

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع :

أولاً: المصادر

1/ القرآن الكريم

- سورة الإسراء الآية 09
- سورة الأنعام الآية 38
- سورة القلم الآية 04
- سورة النساء الآية 80
- سورة الحشر الآية 07
- سورة الحج الآية 78
- سورة الإنشقاق الآية 06
- سورة طه الآية 20
- سورة هود الآية 11
- سورة فصلت الآية 34

2/ المعاجم والموسوعات :

- 1- ابن منظور أبو الفضل (جمال الدين) ، لسان العرب، دار صادرة، بيروت، ج4، 1988.
- 2- فاروق مداس، مصطلحات علم الاجتماع، دار مدني للطباعة والنشر، د.ب.ن، 2003
- 3- معجم المعاني الجامع، عربي عربي، متاح عبر موقع <https://www.aLmang.com>

4- معجم المعاني -عربي عربي-متاح عبر الموقع ، تاريخ التصفح 17 فيفري 2021 على الساعة 18:00
<https://www.almang.com>

5- كارد (ميمو) ، موسوعة تعلم اليوتيوب، العدد1، 2009.

ثانيا: المراجع:

1/ الكتب:

أ- باللغة العربية

6- إبراهيم (مروان عبد المجيد) ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 2000.

7- أبو إصبع (صالح) و أبو عرجة (تيسير) ، الإتصال والعلاقات العامة ، منشورات جامعة القدس المفتوحة ، المكتبة الوطنية ، الأردن ، 1999.

8- أبو جادو (صالح محمد علي) ، سيكولوجية التنشئة الإجتماعية، دار المسيرة، عمان، ط5، 2006.

9- أبو مغلي (سميح) و سلامة (عبد الحافظ) ، التنشئة الاجتماعية للطفل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

10- أبو مغلي (سميح) و سلامة (عبد الحافظ) ، علم النفس الإجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002.

11- إسماعيل (محمود حسن) ، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2003.

12- أنور شكري (فايزة) ،القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2008.

- 13- بدر (أحمد) ، علوم الإعلام والبحث العلمي المناهج والتطبيقات، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- 14- بكر کران (سليمان) ، الإتصال الجماهيري والخدمة الإجتماعية ، دار الراية للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1، 2015 .
- 15- بوفوننة (عبد الوهاب) ، " الأطفال والثورة المعلوماتية التمثل والإستخدام " مجلة إذاعات الدول العربية ، عدد1، 2007.
- 16- البيسوني (يحيى) ، الإذاعة الإسلامية، دار المعرفة الجامعية، ط2، 2013.
- 17- جبر الكنائي (محسن جلوب) ، الإعلام الفضائي والجنسي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.
- 18- جبر سعيد (سعاد) ، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، دار جدار للكتاب العالمي، ط1، عمان د.س.
- 19- الجلاد (ماجد زكي) ، تعلم القيم وتعليمها " تصور نظري وتطبيقي لطرائق وإستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2007.
- 20- الجيلاني (حسان) ، أسس البحث العلمي، د.د.ن، الجزائر، ط2، 2009.
- 21- حسن حبنكة الميداني (عبد الرحمان) ، الأخلاق الإسلامية وأسسها، دار القلم، دمشق، ط1، 1979.
- 22- الدليمي (عبد الرزاق محمد) ، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، ط1، 2011.
- 23- رشوان (أحمد حسين عبد الحميد) ، الأخلاق، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008.

- 24- رشوان (أحمد حسين عبد الحميد) ، علم الإجتماع الأخلاقي، دار المكتب العربي الحديث، مصر، 2002 .
- 25- ساعد (ساعد)، فنيات التحرير الصحفي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط2، 2009.
- 26- سلوم (طاهر عبد الكريم) و جمل (محمد جهاد) ، التربية الأخلاقية (القيم مناهجها وطرق تدريبها) دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة ط1 2009.
- 27- السيد (علاء عبد العزيز) ، الفيلم بين اللغة و النص، منشورات وزارة الثقافة، العدد 150، الجمهورية العربية السورية.
- 28- السيد عبد القادر (سلوى) و إبراهيم (محمد عباس) ، الأنثربولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2013.
- 29- شفيق (حسين) ، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى ، فكر وفن ، الجزائر ، 2014.
- 30- شقرة (علي خليل) ، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2014.
- 31- الطنوبي (محمد محمد عمر) ، نظريات الإتصال، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2001.
- 32- الفار (محمد جمال) ، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2006.
- 33- عبد الرحمان (بسام) ، نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 34- عبد المؤمن (علي معمر) ، مناهج البحث في العلوم الإجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، دار المطبوعات والنشر، ليبيا، ط1، 2008.
- 35- العبد لله (مي) ، نظرية الإتصال، دار النهضة العربية ، لبنان ، ط1 ، 2006.

- 36- عبود (حارث) و العاني (مزهر) ، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي ، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2013.
- 37- عبيدات (محمد) وآخرون ، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، ، دار وائل للنشر ، عمان ، ط2، 1999.
- 38- عصام صلاح (مروة) ، الإعلام الإلكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015.
- 39- علي جواد الشمري (هدى) و محمود الساموك (سعدون) ، النظام الأخلاقي والتربية الإسلامية، دار وائل للنشر، الأردن، ط1، 2006.
- 40- فضل الله (مهدي) ، أصول كتابة البحث وقواعد التحقيق، دار الطليعة، بيروت، 1998.
- 41- قنديلجي (عمر) ، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 1999.
- 42- كرو العزاوي (رحيم يونس) ، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، ط1، 2007.
- 43- مجلي الخزاعلة (عبد الله عقلة) ، الصراع بين القيم الإجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن ، ط1، 2009.
- 44- المسير (محمد) ، القيم الأخلاقية من القرآن والسنة، مكتبة الصفا للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- 45- المقدادي (خالد غسان يوسف) ، ثورة الشبكات الإجتماعية ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2013.
- 46- مكاوي (حسن عماد) و حسين السيد (ليلى) ، الإتصال ونظرياته المعاصرة، دار عربية للطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 1998.

47- النوري (قيس) ، الحضارة والشخصية، دار النشر للطباعة والتوزيع، ط1، الجمهورية العراقية، 1981،

48- همشري (عمر أحمد) ، التنشئة الاجتماعية للطفل، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2013.

50- واكد (نعيمة) ، مقدمة في علوم الإعلام ، دار الدراسات للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2011.

51- يزهير (أرميد) ، دستور الأخلاق من وحي الكتاب والسنة، دار الكتب العلمية، لبنان، 2008.

أ- باللغة الأجنبية :

52 -Davis, K , Human society ,The MacMillan co, New York, 1997.

53 -pierre chambat , usage des TIC : évolution des problématiques, In technologies de l'information et société, vol 6, n° 3, 1994.

2/ الدراسات غير المنشورة:

54- باريش (أشرف الدين) ولعور (صابر) ، استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشاعات المحققة منه ، مذكرة ماستر ، قسم الإعلام والاتصال ، جامعة أم بواقي ، 2016/2015 .

55- بن سعد مطر الحربي (علي) ، أهمية دور معلمي العلوم الطبيعية في تنمية القيم العلمية لدى طلاب الصف الثالث ثانوي، رسالة دكتوراه، المملكة العربية السعودية، 2016.

56- بن صابرة (صفاء) ولهللو (سهيلة) ، دور وسائط الإتصال الجديدة(الفايسبوك واليوتيوب) في التغيير الإجتماعي لدى الشباب الجزائري، مذكرة ماستر قسم الإعلام والاتصال ، جامعة جيجل، 2019.

66- بوشينة (نور الإيمان) ، القيم التربوية من خلال البرامج الدينية التلفزيونية، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والإتصال، جامعة البويرة، 2019/2018.

67- حيدر الصائغ (عبد الرحمان) ، دور المعلم في تنمية القيم الخلقية لدى طلاب المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير، جامعة الملكة سعود الرياض، السعودية، 2005.

- 68- ذكار (الزهراء) وذكار (حليمة)، أثر البرامج الاجتماعية في الفضاءات الجزائرية الخاصة على سلوك المراهق، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة، 2018/2017.
- 69- سلمان عثمان العجومي (سمية) ، دراسة تحليلية للقيم المتضمنة في كتاب التربية الإسلامية والاجتماعية وحقوق الإنسان للصف الرابع الأساسي بفلسطين، رسالة ماجستير في المناهج وطرق التدريس، جامعة الأزهر، غزة، 2012 .
- 70- شرقي (حورية) ، النسق القيمي وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي لدى طلبة المراحل المتوسطة والثانوية، أطروحة دكتوراه في علم النفس، جامعة وهران2، 2017/2016.
- 71- صفاح (أمال فاطمة الزهراء) ، استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع الاتصال ، جامعة مستغانم ، 2009. 2010 .
- 72- عبد الله ممدوح (مبارك) ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، مذكرة ماستر ، قسم الإعلام والاتصال ، جامعة الشرق الأوسط، لبنان ، 2012.
- 73- عزي (حسين) ، الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة، رسالة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014/2013.
- 74- العيسي (علي بن مسعود بن أحمد) ، تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب المرحلة المتوسطة من وجهة نظر معلمي التربية الإسلامية، رسالة ماجستير في التربية الإسلامية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2009/2008.
- 75- قواسمية (حنان) ، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة لدى الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير ودكتوراه ، قسم الإعلام والاتصال 2016-2015

76- لحر (وسام) وهاييف (فوزية)، علاقة القيم الأخلاقية بظاهرة الغش في الإمتحانات لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماستر، جامعة جيغل، قسم علم الاجتماع، 2017/2016.

77- مرياي (نورة) وبن عباطة (خديجة)، القيم المتضمنة في البرامج التلفزيونية العربية المخصصة للطفل، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، جامعة جيغل، 2019_2018 .

78- المزين (خالد محمد)، القيم الأخلاقية المتضمنة في محتوى كتب لغتنا الجميلة للمرحلة الأساسية الدنيا ومدى إكتساب تلاميذ الصف الرابع الأساسي لها، رسالة ماجستير، قسم المناهج وطرائق التدريس، الجامعة الإسلامية غزة، 2009.

79- ولهة (صورية) ، تأثير مواقع الفيديو الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي "اليوتيوب نموذجاً" ، مذكرة ماستر ،قسم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2014/2013.

3/ المحاضرات:

80- أدوات البحث العلمي (الإستبانة - المقابلة)، محاضرات المقحم بن مقحم (إبراهيم) ، المملكة العربية السعودية، ذ م.

4/ المجلات:

81- سيد عبد النبي (مصطفى علي)، "الإتجاهات الحديثة لنظرية الإستخدامات والإشباكات"، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد23. (يوليو2019).

82- بن علي الطيار (فهد)، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد61، المجلد 31، 2014.

83- الجموعي (مؤمن بكوش)، القيم الاجتماعية، "مقاربة نفسية اجتماعية" ، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، العدد 8، (سبتمبر، 2014).

5/ المواقع الإلكترونية:

84- إيجابيات وسلبيات اليوتيوب على الموقع الإلكتروني .<https://www.tharwatna.com>.

85- بحث عن اليوتيوب على الموقع الإلكتروني <https://www.mawdoo3.com>

فهرس المحتويات

الصفحة	خطة الدراسة
أ-ج	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
5	أولاً: إشكالية الدراسة
6	ثانياً: تساؤلات الدراسة
6	ثالثاً: فرضيات الدراسة
7	رابعاً: أسباب اختيار الموضوع
8	خامساً: أهمية الدراسة
8	سادساً: أهداف الدراسة
9	سابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة
15	ثامناً: المنهج المستخدم في الدراسة
17	تاسعاً: أدوات جمع البيانات
19	عاشراً: مجتمع وعينة الدراسة
21	أحد عشر: الإطار الزمني والمكاني للدراسة
22	إثنا عشر: الدراسات السابقة والمشابهة
27	ثلاثة عشر: المقاربة النظرية للدراسة
30	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: مدخل نظري مفاهيمي لموقع اليوتيوب والقيم الأخلاقية	
33	تمهيد
أولاً: اليوتيوب You Tube	
34	7- تعريف موقع اليوتيوب

35	8- نشأة وتأسيس موقع اليوتيوب
36	9- مميزات موقع اليوتيوب
38	10- الشروط التي يفرضها موقع اليوتيوب على المستخدمين
38	11- إيجابيات وسلبيات موقع اليوتيوب
41	12- إحصائيات عن موقع اليوتيوب
ثانيا: القيم	
43	7- تعريف القيم
43	8- خصائص القيم
44	9- أهمية القيم
47	10- مصادر القيم
50	11- وظائف القيم
52	12- نظريات إكتساب القيم
ثالثا: القيم الأخلاقية	
55	6- تعريف القيم الأخلاقية
55	7- أهمية القيم الأخلاقية
57	8- مصادر القيم الأخلاقية
59	9- النظريات المفسرة للقيم الأخلاقية
60	10- نماذج عن القيم الأخلاقية
رابعا: دور اليوتيوب في التأثير على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين	
65	3- وسائل وأساليب اليوتيوب في التأثير.
68	4- تأثير استخدام اليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين.

70	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
72	تمهيد
73	أولاً: عرض وتحليل البيانات
111	ثانياً: النتائج العامة للدراسة
113	ثالثاً: عرض ومناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
117	رابعاً: عرض ومناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية
120	خلاصة الفصل
122	الخاتمة
125	الملاحق
134	قائمة المصادر والمراجع
144	فهرس المحتويات
	ملخص الدراسة

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	73
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	74
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	75
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الاقتصادي	76
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الموقع السكني	77
06	يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة	78
07	يوضح استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب	79
08	يوضح المدة القبلية التي استخدمها أفراد العينة على اليوتيوب	80
09	يوضح الفترة التي يفضلها أفراد العينة لتصفح اليوتيوب	81
10	يوضح معدل استخدام أفراد العينة لليوتيوب	82
11	يوضح الجهاز المفضل عند أفراد العينة لتصفح اليوتيوب	83
12	يوضح تفضيل أفراد العينة لليوتيوب على بقية مواقع التواصل الاجتماعي	84
13	يوضح سبب تفضيل أفراد العينة لموقع اليوتيوب	85
14	يوضح أهم المواضيع التي تثير اهتمام أفراد العينة في اليوتيوب	86
15	يوضح ما إذا كان أفراد العينة يستخدمون اليوتيوب في مجال دراستهم	87
16	يوضح سبب استخدام أفراد العينة لليوتيوب في مجال دراستهم	88
17	يوضح ما إذا كان اليوتيوب يساعد أفراد العينة على الترفيه والتثقيف	89
18	يوضح كيفية مساعدة اليوتيوب لأفراد العينة على الترفيه والتثقيف	90
19	يوضح ما إذا ساهم اليوتيوب في تحقيق نوع من الإشباع لدى أفراد العينة	91
20	يوضح نوع الإشباع المحققة لدى أفراد العينة	92
21	يوضح رأي أفراد العينة حول ما يتم عرضه في موقع اليوتيوب	93
22	يوضح ما إذا تصادف أفراد العينة فيديوهات غير أخلاقية أثناء المشاهدة	94
23	يوضح كيفية تجاوب أفراد العينة مع الفيديوهات التي تصادفهم	95

96	يوضح ما إذا كان أفراد العينة يختارون ما يتصفحونه في اليوتيوب	24
97	يوضح الخلفية الدينية لأفراد العينة في اختيار ما يتصفحونه على اليوتيوب	25
98	يوضح ما إذا استفاد أفراد العينة من موضوعات اليوتيوب من الناحية الأخلاقية	26
99	يوضح نوع استفادة أفراد العينة من موضوعات اليوتيوب من الناحية الأخلاقية	27
100	يوضح مدى تأثير استخدام اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد العينة	28
101	يوضح درجة تأثير اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد العينة	29
102	يوضح نوع تأثير استخدام اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد العينة	30
103	يوضح ما إذا كان التأثير الإيجابي باكتساب وتدعيم قيم أخلاقية	31
104	يوضح ما إذا كان تأثير استخدام اليوتيوب على تصرفات وأخلاق أفراد العينة سلبي	32
105	علاقة متغير الجنس بطبيعة تأثير اليوتيوب	33
106	علاقة متغير الفئات العمرية بطبيعة تأثير اليوتيوب	34
107	علاقة متغير المستوى التعليمي بطبيعة تأثير اليوتيوب	35
108	علاقة متغير المستوى الاقتصادي بطبيعة تأثير اليوتيوب	36
109	علاقة متغير الموقع السكني بطبيعة تأثير اليوتيوب	37
110	علاقة استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب بتأثيره على قيمهم الأخلاقية	38

ملخص الدراسة

ملخص

هدفت دراستنا المعنونة بـ " استخدام اليوتيوب وتأثيره على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين" إلى الكشف عن استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب وتأثيره على قيمهم الأخلاقية وكذلك معرفة الدوافع الحقيقية لاستخدام الموقع والإشباعات المحققة منه، وأخيرا معرفة مدى تأثير اليوتيوب على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين.

وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي:

- ما مدى تأثير استخدام موقع اليوتيوب على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين؟

يندرج تحت هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

1- ما عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب؟

2- ما هي الإشباعات المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب؟

3- ما طبيعة التأثير الذي يخلفه اليوتيوب على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين؟

اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي باعتباره الأنسب لمثل كذا دراسات ، وقد قمنا بتصميم استمارة كأداة لجمع البيانات والمعلومات من الميدان وتم توزيعها على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال ،وقد بلغ قوامها 100 مفردة تم حسابها عن طريق العينة الطبقية التناسبية واختيارها كان عشوائيا.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر أهمها:

- فاق عدد الطالبات الإناث عدد الطلبة الذكور، والفئة العمرية الغالبة هي (27-23) سنة.

- أغلبية أفراد العينة من رواد ومستخدمي موقع اليوتيوب بصفة يومية، والفترة المفضلة لديهم لتصفح هي الفترة الليلية والجهاز المفضل عندهم لتصفح اليوتيوب هو الهاتف الذكي.

ملخص

- يفضل أكبر نسبة من الباحثين اليوتيوب على بقية المواقع الأخرى ويعود ذلك إلى ميزة المشاهدة التي يتميز بها الموقع وأن أهم المواضيع التي تثير إهتمام الباحثين في اليوتيوب هي المواضيع الاجتماعية والترفيهية.

- يستخدم غالبية الطلبة الجامعيين اليوتيوب في مجال دراستهم وذلك في مشاهدة وتحميل محاضرات ودروس مسجلة.

- ساهم اليوتيوب في تحقيق إشباع الباحثين، وتمثلت هذه الأخيرة في إشباع علمية تثقيفية.

- خلصت الدراسة إلى أن استخدام الباحثين لليوتيوب أثر على تصرفاتهم وأخلاقهم وكان هذا التأثير إيجابي بنسبة كبيرة وسلبي من جهة أخرى بنسبة ضئيلة جدا، مما أدى إلى إكتسابهم قيم تمثلت في قيمة التسامح، التعاون، الأمان، الصبر، العفة والحياء.

الكلمة المفتاحية: الإستخدام، اليوتيوب، التأثير، القيم الأخلاقية.

Summary

Our study entitled "The Use of YouTube and Its Impact on the Ethical Values of Undergraduates" aims to reveal the students' use of YouTube and its impact on their moral values, as well as the true motives for using the site and its revelations, and finally to see how YouTube affects the ethical values of university students.

The problem of the study centred on the following main questions:

- How does the use of YouTube affect the ethical values of undergraduates?

Under this question are a series of sub-questions:

1- What are the habits and patterns of university students using YouTube?
What revelations have been made from the use of YouTube by undergraduates?
What impact does YouTube have on the ethical values of university students?

We have designed a questionnaire form as a tool for collecting data and information from the field, which was distributed to a sample of 100 students from the Information and Communication Department.

The study produced a number of findings, the most important of which are:

Female students outnumber male students and the dominant age group is (23-27).

Most of the sample members are daily YouTube users and users, and their favorite period for browsing is the night period and their favorite device for browsing YouTube is a smartphone.

The largest percentage of YouTube researchers is preferred to other websites, owing to the visual advantage of the site and the fact that the most interesting topics of interest to YouTube researchers are social and recreational.

- The majority of university students use YouTube in their field of study to watch and download recorded lectures and classes.

YouTube contributed to the revelations of the researchers, the latter being scientific educational revelations.

- The study concluded that the use of YouTube by researchers had an impact on their behaviour and morality, which on the other hand was a very small

ملخص

percentage positive and negative, resulting in them gaining values of tolerance, cooperation, safety, patience, chastity and decency.

Keyword: Use, YouTube, influence, moral values.