

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قسم الإعلام والاتصال

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

الرقم: 2022/

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



استخدامات الطلبة الجامعيين لقتوات اليوتيوب والإشباعات المحققة منها

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

نيل شهادة ماستر أكاديمي

عداد الطالبين

إيمان -

- سكسو أميرة

- وقطة صليح نهلة

رئيسا	جيجل		بولمهار ناجي
	جامعة جيجل		لحمر إيمان
	جامعة جيجل		كريكط عائشة

الجامعية: 2022/2021

الله أكبر

شكر وتقدير

قال الله تعالى بعد بسم الله الرحمن الرحيم

﴿لئن شكرتم لأزيدنكم﴾

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في اتمام هذا البحث العلمي،

والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة فالحمد لله حمدا كثيرا

ننقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذة المشرفة "لحمر إيمان"

على كل ما قدمته لنا

من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا

في جوانبها المختلفة.

كما أتوجه بكلمة الشكر والتقدير إلى كل الذين ساهموا في إنجاز

هذا العمل من قريب أو بعيد.

إهداء

أهدي ثمرة عملي هذه إلى من وضع المولى - سبحانه وتعالى -
الجنة تحت قدميها، ووقّرها في كتابه العزيز... إلى من بها أعلو،
وعليها أرتكز، إلى القلب المعطاء... أمي الحبيبة أطال الله في عمرها.
إلى من شجعني على المثابرة طوال عمري، إلى مثلي الأعلى... أبي الغالي...
حفظه الله وأطال في عمره.
إلى من أكن لهم صدق الحب والوفاء والحنان، إلى من جمعتني معهم ظلمة الرحم
إلى أختي الحبيبة وإخوتي الكرام
إلى كل من بذلوا جهداً في مساعدتي وكانوا خيرَ سندٍ
إلى صديقاتي الذين أكن لهم أسمى عبارات المحبة والاحترام،
إلى كل من يسعهم القلب
ولم تسعهم الورقة إلى هؤلاء جميعاً أهدي ثمرة جهدي

أميرة

هدايا

قال تعالى: (اقرأ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿١﴾ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ﴿٢﴾
اقرأ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿٣﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٥﴾

سورة العلق: الآيات 1 . 5"

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد:
الحمد لله الذي وفقنا لنتمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة
جهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين " بولحبيب سهيلة
و"فؤاد بوقطة" حفضهما الله وأدامهما نورا لدربي
وإلى أخواتي وأخي عبد المهيمن وفقهم الله في مشوارهم الدراسي
إلى كل من دعمني وشجعني في حياتي وأعطاني دفعة نحو الأمام.

نهلة



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

			تقدير
			إهداء
			فهرس المحتويات
			فهرس الجداول
			فهرس الأشكال
			باللغة العربية
			ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية
			الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
			:
3	1	1	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
4	2	1	فرضيات الدراسة
4	3	1	أسباب اختيار الموضوع
4	4	1	أهداف الدراسة
5	5	1	أهمية الدراسة
5	6	1	مفاهيم الدراسة
8	7	1	
16	8	1	8 - المقاربة النظرية (نظرية)
			: الإجراءات المنهجية للدراسة
20	1	2	نوع الدراسة ومنهجها
21	2	2	مجتمع الدراسة والعينة
22	3	2	أدوات جمع البيانات
23	4	2	
			:
32-25			:
25			تمهيد
26			01 - تعريف الطالب الجامعي

فهرس المحتويات

26	02
27	03
29	04
30	05
31	
40 -32	الثاني: مدخل نظري لليوتيوب
33	تمهيد
34	01 - تعريف اليوتيوب
34	02 - نشأة وتاريخ اليوتيوب
35	03 - خصائص اليوتيوب
35	04 - مزايا و عيوب اليوتيوب
37	05 - إحصائيات حول اليوتيوب
38	06 - نماذج عن قنوات يوتيوب جزائرية
39	
44-40	المبحث الثالث: اليوتيوب
41	تمهيد
41	01 - استخدام اليوتيوب في تحقيق التعليم الذاتي للطالب الجامعي
42	02 - فوائد استخدام الطلبة الجامعيين لليوتيوب
43	03 - إشباعات الطلبة الجامعيين من استخدام اليوتيوب
43	04 - مميزات اليوتيوب في التعليم
44	
: تفريغ وتحليل الجداول	
46	تمهيد
46	01 - تحليل البيانات الأولية
50	02 - عادات وأنماط استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب
58	03 - دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب
63	04 المحفظة للطالب الجامعي من استخدام قنوات اليوتيوب
68	05 - تأثير استخدام قنوات اليوتيوب على المستوى التعليمي لطلبة قسم علوم الإعلام

فهرس المحتويات

72	
73	مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
75	مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الأهداف
75	
78	الإقتراحات والتوصيات
80	
82	

فهرس الجداول

فهرس الجداول

46	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
47	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
48	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	03
49	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	04
50	يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع اليوتيوب	05
51	يمثل مدة متابعة طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب	06
52	يمثل الوسيلة المستخدمة في متابعة قنوات اليوتيوب	07
53	يمثل الفترة الزمنية المفضلة لمشاهدة قنوات اليوتيوب	08
54	يمثل المدة الزمنية المستغرقة في مشاهدة قنوات اليوتيوب	09
55	يمثل المكان المفضل لمشاهدة قنوات اليوتيوب لدى أفراد العينة	10
56	يمثل المشاركة في استخدام أفراد العينة لقنوات اليوتيوب	11
57	يمثل اللغة المفضلة لدى الطلبة في مشاهدة قنوات اليوتيوب	12
58	يمثل دوافع طلبة جامعة جيجل في متابعة قنوات اليوتيوب	13
59	يمثل الحالات التي تجعل الطلبة يفضلون موقع اليوتيوب على بقية المواقع	14
60	يمثل مدى متابعة الطلبة لقنوات اليوتيوب بسبب سهولته	15
61	يمثل المضامين التي يهتم بها الطلبة عند متابعة قنوات اليوتيوب	16
62	يمثل الحالات التي تجعل الطلبة يشتركون في قنوات اليوتيوب	17
63	يمثل مدى تحقيق الطلبة لإشباعاتهم معينة من استخدام قنوات اليوتيوب	18
64	يمثل نوع الإشباعات المحققة لطلبة من استخدام قنوات اليوتيوب	19
65	يمثل الإشباعات الاجتماعية المحققة لطلبة الجامعيين من قنوات اليوتيوب	20
66	يمثل الإشباعات المعرفية المحققة للطلبة من قنوات اليوتيوب	21
67	يمثل الإشباعات النفسية المحققة للطلبة الجامعي من قنوات اليوتيوب	22
68	يمثل الآثار الايجابية لاستخدام قنوات اليوتيوب على التحصيل الدراسي لطلبة	23
70	يمثل الآثار السلبية لاستخدام قنوات اليوتيوب ع التحصيل الدراسي لطلبة	24

فهرس الأشكال



فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
46	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
47	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
48	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	03
49	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	04
50	يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع اليوتيوب	05
51	يمثل مدة متابعة طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب	06
52	يمثل الوسيلة المستخدمة في متابعة قنوات اليوتيوب	07
53	يمثل الفترة الزمنية المفضلة لمشاهدة قنوات اليوتيوب	08
54	يمثل المدة الزمنية المستغرقة في مشاهدة قنوات اليوتيوب	09
55	يمثل المكان المفضل لمشاهدة قنوات اليوتيوب لدى أفراد العينة	10
56	يمثل المشاركة في استخدام أفراد العينة لقنوات اليوتيوب	11
57	يمثل اللغة المفضلة لدى الطلبة في مشاهدة قنوات اليوتيوب	12
58	يمثل دوافع طلبة جامعة جيجل في متابعة قنوات اليوتيوب	13
59	يمثل الحالات التي تجعل الطلبة يفضلون موقع اليوتيوب على بقية المواقع	14
60	يمثل مدى متابعة الطلبة لقنوات اليوتيوب بسبب سهولته	15
61	يمثل المضامين التي يهتم بها الطلبة عند متابعة قنوات اليوتيوب	16
62	يمثل الحالات التي تجعل الطلبة يشتركون في قنوات اليوتيوب	17
63	يمثل مدى تحقيق الطلبة لإشباعات معينة من استخدام قنوات اليوتيوب	18
64	يمثل نوع الإشباعات المحققة لطلبة من استخدام قنوات اليوتيوب	19
65	يمثل الإشباعات الاجتماعية المحققة لطلبة الجامعيين من قنوات اليوتيوب	20
66	يمثل الإشباعات المعرفية المحققة للطلبة من قنوات اليوتيوب	21
67	يمثل الإشباعات النفسية المحققة للطلبة الجامعي من قنوات اليوتيوب	22
69	يمثل الآثار الايجابية لاستخدام قنوات اليوتيوب على التحصيل الدراسي لطلبة الإعلام والاتصال	23
71	يمثل الآثار السلبية لاستخدام قنوات اليوتيوب على التحصيل الدراسي لطلبة قسم الإعلام والاتصال	24

ملخص الدراسة

➤ باللغة العربية

هدفت هذه الدراسة التي اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع المحققة إلى الكشف عن دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب والإشباع المحققة وكذا عادات وأنماط مشاهدتهم لها من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، وقد انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هي استخدامات الطالب الجامعي لقنوات اليوتيوب والإشباع المحققة؟
ولأجل الإحاطة الكافية بمختلف جوانب دراستنا وتحقيق الأهداف اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمنا أداة الاستمارة لجمع البيانات من المبحوثين إذ تم تقسيم الاستمارة إلى خمس محاور، وقد تم تطبيق البحث بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل على عينة مكونة من 106 طالب وطالبة من قسم علوم الإعلام والاتصال تم اختيارهم باستخدام العينة العشوائية الطبقية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- جاءت أولى النتائج من حيث متغير الجنس أن عدد الإناث فاقت عدد الذكور بنسبة 36,2% للذكور و63,8% للإناث، وهذا راجع لاحتواء قسم علوم الإعلام والاتصال على نسبة كبيرة من الطالبات.

- تبين لنا من خلال الدراسة أن أغلب أفراد العينة المتابعين لمضامين اليوتيوب تتراوح أعمارهم بين (19 سنة إلى 23 سنة) ومن (24 سنة إلى 28 سنة).

- إن الوقت الذي يقضيه الطلبة في المشاهدة هو من ساعة إلى ساعتين بنسبة 56,2% وأن الفترة الليلية هي أكثر الفترات تصفحا بنسبة 59,0% وهذا نتيجة تفرغهم من انشغالاتهم اليومية.

- أكدت الدراسة أن معظم طلبة قسم الإعلام والاتصال تجاوزوا في متابعتهم لفترات اليوتيوب ثلاث سنوات بنسبة 66,7% وهذا يدل على أنهم مدمنين على مضامينها.

- توصلت النتائج إلى أن أغلب طلبة جامعة جيجل بقسم علوم الإعلام والاتصال يستخدمون الهاتف الذكي في متابعة قنوات اليوتيوب بنسبة 84,8% وهذا لسهولته ومميزاته الكثيرة.

- أثبتت النتائج أن طلبة جامعة جيجل يستخدمون اليوتيوب لتثقيف بنسبة 41,9%، وهذا راجع لكونهم في مرحلة التحصيل العلمي ويحتاجون لكم هائل من المعلومات، ثم التسلية والترفيه بنسبة 20%.

- توصلت النتائج إلى أن 44,8% من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يستخدمون قنوات اليوتيوب لإشباع رغباتهم المعرفية والتي تمثلت في إثراء الرصيد المعرفي بنسبة 34,3%، و17,1% يستخدمونه

لتحقيق رغباتهم النفسية والتي كانت لأجل الاسترخاء بنسبة 6,7.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام، الإشباع، اليوتيوب، الطالب الجامعي.

Abstract

The present study which was based on the theory of uses and gratification of university students to use YouTube channels through a field study on a sample of students from the department of media and communication science at Jijel University.

The study was initiated on the basis of the following main questions:

-What are the usages of university students for YouTube channels and what are the gratifications received of them?

-In order to achieve the study's goals we relied on descriptive analytical approach and the questionnaire to collect data from the participants, in which the form was divided into five sections.

-The research was applied on a sample of one hundred and six students who were chosen randomly from the department of media and communication at the university of Muhammad AL- Siddiq bin yahyajjel.

-The study was reached to a set of results, the most important of which are:

The first results come in the term of gender variable in which the number of females exceeded the number of males by 36,2% for males and 63,8% for females, this is due to the fact that the department of media and communication science contains a large percentage of female students.

-The study revealed that most of the students who follow YouTube content are between 19 to 23 years old and 24 to 28 years old.

-The results shown that 56,2% spend between one and two hours watching youtube and 59% of them prefer the night period because they are free of their daily concerns.

-The study confirmed that 66% of the students in the department of media and communication had more than 3 years follow up YouTube. This means that they are addicted to its content.

-The results revealed that 84,8% of student in the department of media and communication science at jijel university use smartphone to follow YouTube channels. Because it is easy in use and has a lot of advantages.

-The results proved that 41,9% of students at the university of jijel use YouTube for education, this is due to the fact that they are in the stage of academic achievement and they need a large amount of information, whereas 20% of them they use YouTube for entertainment.

-The results revealed that 44,8% of students in the department of media and communication science at jijel university use YouTube to get their cognitive desires which enrich the stock of knowledge by 34,3% of the students use YouTube to achieve their psychological desires in term of relax.

Key words: gratification, YouTube, university students.

مقدمة

مقدمة

أدت تكنولوجيا الاتصالات الحديثة إلى ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي التي تعد إحدى وسائل الاتصالات من خلال شبكات الأنترنت والتي تسمح بالتواصل مع الآخرين عالميا ومحليا فهي المصدر السريع والفاثق في تبادل المعلومات ما بين المرسل والمتلقي.

فالتطورات في الأنترنت وتقنيات الويب والاتصالات والمعلومات جعلت العالم قرية رقمية ويشمل الاتصال تبادل المعلومات البيانات والصوت والنصوص والصور والتسجيلات ويأتي في مقدمة هذه المواقع أو ما تعرف بوسائل الإعلام الاجتماعية يوتيوب فقد لاقى إقبالا واسعا من قبل الجمهور المتلقي من خلال تنوع استخداماته ما بين استخدامات التواصل والتفاعل واستخدامات التعليمية والإعلامية والتثقيفية وفق لهدف الفرد.

فقد أصبح اليوتيوب جزءا من الثقافة الشعبية في تلبية احتياجات الجمهور ومما لاشك فيه أن أغلب المستخدمين الناشطين في موقع اليوتيوب طلبة جامعيين هذه الفئة الأكثر اقبالا والطالب الجزائري له بصمته على اليوتيوب ويساهم في تنشيطه بكل أشكال الاستخدام وفي موضوع ذلك جاءت الدراسة التي تناولت استخدام الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب والإشاعات المحققة منها وهنا نسعى للبحث فيه من خلال الدراسة التي تشكلت من ثلاث أقسام الإطار المنهجي الذي اشتمل على تحديد (الإشكالية وتساؤلات الدراسة، فرضياتها، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، تحديد المفاهيم ومجالات الدراسة، مجتمع البحث والعينة، المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات، الدراسات السابقة والمقاربة النظرية المتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشاعات)، الإطار النظري تناولنا فيه مبحثين: المبحث الأول بعنوان الطالب الجامعي، المبحث الثاني بعنوان قنوات اليوتيوب، الإطار التطبيقي تناولنا فيه تفريغ البيانات والنتائج العامة للدراسة، بالإضافة إلى الخاتمة.

الفصل الأول:
الإطار للدراسة

المبحث الأول: موضوع الدراسة

- 01 . تحديد المشكلة
- 02 . فرضيات الدراسة
- 03 . أسباب اختيار الموضوع
- 04 . أهداف الدراسة
- 05 . أهمية الدراسة
- 06 . مفاهيم الدراسة
- 07 . عرض الدراسات السابقة
- 08 . المقاربة النظرية

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

- 01 - نوع الدراسة ومنهجها
- 02 - مجتمع الدراسة والعينة
- 03 - أدوات جمع البيانات
- 04 - مجالات الدراسة

المبحث الأول: إشكالية الدراسة

1.1. تحديد المشكلة:

أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من الوسائط والوسائل التي ألغت الحدود الجغرافية وقربت المسافات وسهلت إمكانية الحصول على المعلومات من أي مكان وتجميعها وتخزينها وبثها بشكل فوري متخطية قيود الوقت والمسافة، وقد تمثلت هذه المبتكرات في الأقمار الاصطناعية، الكوابل المحورية، الوسائط المتعددة "Multi media" والاتصال بقواعد وشبكات المعلومات مثل الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم مخلفات عصر التكنولوجيا الرقمية كونها أكثر وسائل التواصل استخداماً وانتشاراً، وهذا ما أكدته العديد من البحوث إذ تشير آخر الدراسات لسنة 2021 أن عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي هو 4,2 مليار مستخدم نشط حسب التقرير العام العالمي لسنة 2021 وهي في تصاعد مستمر، ويمكن إيعاز هذا الاعتماد الهائل إلى سهولة استخدامها وتنامي خدماتها تبعاً لتطور حاجات مستخدميها، حيث تنشر تطلعاتهم وآرائهم في أوعية متنوعة قد تكون نصاً، صوتاً، صورة أو فيديو، وتتوسع مواضيعها من مضامين عامة تنقل المستجبات الراهنة فتكسب زوارها معلومات ومعارف تفيدهم، إلى أخرى خاصة تضم أماكن تواجدهم وأنشغالاتهم اليومية في قالب آني يحاكي سرعة العصر الذي نعيشه، كما تتيح فرص التعليق والإعجاب وإبداء الرأي، ناهيك عن وظيفتها الأساسية المتمثلة في تسهيل سبل التواصل مع الغير وربط العالم دون فواصل زمانية ومكانية، إذ تسمح لمستخدميها بتكوين علاقات مع من يشاركونهم نفس الاهتمامات وينتمون إلى نفس بيئتهم الاجتماعية والجغرافية.

ويعد موقع اليوتيوب من بين أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشاراً إذ يحتل المرتبة الثانية من حيث عدد المستخدمين والتي قدرت بـ 2,27 مليار مستخدم عبر العالم ويتصدر المرتبة الأولى بين مواقع مشاهدة الفيديو الشهيرة، ويعتبر هذا الأخير من بين أهم المنصات السمعية البصرية التي تتوفر على مقاطع غير محدودة من الفيديوهات المحلية والإقليمية وكذا العالمية، كما يسمح موقع اليوتيوب بإنشاء قنوات تمكن جميع مستخدميها من نشر فيديوهات من مجهودهم الشخصي عبرها، الأمر الذي جعل الشباب عامة والطالب الجامعي على وجه الخصوص يقبلون عليها بكثرة وأصبحوا من أكثر الفاعلين والمستخدمين لها، وهذا ما أكدته العديد من الدراسات السابقة.

ويعد الطلبة الجامعيين من أكثر الفئات المهمة في المجتمع، ويعتبرون أداة التغيير والبناء والتطور، والطالب الجامعي على غرار باقي الشباب له بصمته على موقع اليوتيوب العالمي ويساهم بشكل كبير في تنشيطه وله النصيب في استخدام هذا الموقع، الذي يتيح له الفرصة في مجالات تخصصه بالصوت والصورة ويساعده في البحث العلمي دون نفقات كبيرة وبالتالي إشباع رغباته وحاجاته المتنوعة. ومن هنا جاءت فكرة هذه الدراسة

التي تسعى إلى معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب والإشباع التي يمكن أن تحققها لمستخدميها من الطلبة الجامعيين وصولاً إلى كيفية تأثيرها مضامين قنوات اليوتيوب على الطلبة. وعليه نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هي استخدامات الطالب الجامعي لقنوات اليوتيوب والإشباع المحققة؟

وينتزع من السؤال الرئيسي مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب؟

- ما هي دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب؟

- فيما تتمثل الإشباع المحققة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جراء استخدامهم لقنوات اليوتيوب؟

- ما هي الآثار المترتبة من استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات يوتيوب؟

1. 2 فرضيات الدراسة

- يستخدم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال قنوات اليوتيوب بشكل يومي ومفرد.

- تكمن دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب في التثقيف والترفيه.

- يتابع طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال قنوات اليوتيوب لإشباع رغباتهم المعرفية والترفيهية.

- هناك آثار إيجابية وسلبية من استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات يوتيوب.

1. 2 أسباب اختيار الموضوع

الأسباب الذاتية:

- ملاحظة الطلبة الجامعيين المحيطين بنا في واقعنا الاجتماعي يميلون إلى استخدام هذا الموقع بكثرة في حياتهم اليومية.

- الرغبة الشخصية في دراسة هذه الظاهرة لتأثرنا الشخصي بهذا الموقع وبمضامين قنواته.

- الرغبة في معرفة عادات وأنماط استخدام لطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب والإشباع التي تحققها لهم.

الأسباب الموضوعية:

- التعرف على كيفية تعامل الطلبة الجامعيين مع موقع يوتيوب.

- الإقبال الواسع من قبل الطلبة الجامعيين على قنوات اليوتيوب.

- تشابه قنوات اليوتيوب بموضوع تخصصنا (سمعي بصري).

1. 4 أهداف الدراسة

- معرفة عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لقنوات اليوتيوب.

- التعرف على دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لقنوات اليوتيوب.
- تحديد الإشباعات المحققة لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال من خلال متابعتهم لقنوات اليوتيوب.
- التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة من جراء استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لقنوات اليوتيوب.

1. 5. أهمية الدراسة

جاءت هذه الدراسة نظرا للدور الفعال الذي تلعبه قنوات اليوتيوب في وقتنا الحالي، حيث أصبحت ملاذ للكثير من الطلبة لأجل إبداء آراءهم ومواقفهم أو الاكتفاء بالمشاهدة وإثراء رصيدهم المعرفي أو الترفيه، وهنا تكمن أهمية دراستنا من خلال معرفة أنماط استخدامهم لقنوات اليوتيوب والآثار الناتجة عن هذا الاستخدام والإشباع التي يحققها لهم، بالإضافة إلى إثراء المكتبة بدراسة جديدة حول قنوات اليوتيوب.

1. 6. تحديد المفاهيم

أولاً: الاستخدام

أ. لغة: من استخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخادم¹

ب. اصطلاحاً:

يعرفه (lecadic.2001.65). بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرراً ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام². كما يعرفه فضيل دليو بأنه "الاستعمال العادي لأي تقنية جديدة عن طريق وسائط خدمية مسهلة لاستخدام وظيفي في الحياة المهنية خاصة"³. وفي تعريف آخر هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع ذلك بفضل التكرار والقدم، وقد يشير الاستخدام إلى الممارسات وإلى السلوكيات والعادات والاتجاهات⁴.

¹ لامية صابر، محمد غزالي، دراسات في الإعلام الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي، الجزائر، 2016، ص 271.

² وسام طابيل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك وتويتر)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة والإعلام، جامعة البترا، الأردن، 2012-2013، ص 7.

³ حداد ناريمان، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018-2019، ص 25.

⁴ رابح علي ابتسام، نظريات الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة وهران 1، العدد 25، ديسمبر 2016، ص 3.

الاستخدام هو "استعمال شيء طبيعي أو رمزي لغايات معينة بمعنى إعطاء بعد ومعنى ثقافي لجهاز مادي

أو رمزي.¹

ج . التعريف الإجرائي

ويمكن تعريفه من خلال الدراسة: بأنه عملية التصفح ونشر وتحميل الفيديوهات التي يقوم بها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل المسجلين في السنة الحالية من السنة 2 ليسانس إلى 2 ماستر من خلال موقع يوتيوب والاشباعات المحققة من هذا التصفح.

ثانيا: الإشباع

أ . لغة: مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع (بكسر الشين) مثل عنب ضد الجوع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبيح الغزل أي كثيره، وشبيح العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان وليس كذلك.²

ب . اصطلاحا:

هو إرضاء أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي تتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة.³

كما تعرف بأنها: حاجات ملحة تنوب الفرد لسد نقص إما داخلي وأما خارجي، وتقسم الإشباعات إلى:

- الإشباع الداخلي: يشمل إشباع الفرد للحاجات البيولوجية والفسولوجية.
- الإشباع الخارجي: وهي جميع مستلزمات الفرد وتختلف من فرد إلى آخر باختلاف الفروق الفردية في إشباع الفرد لحاجاته ومكان إقامة الفرد وطبيعة مجتمعه.⁴

ج . إجرائيا:

ويقصد به في دراستنا اقتناع طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل بما تقدمه قنوات اليوتيوب وتلبيتها لمختلف حاجتهم ورغباتهم العلمية والاجتماعية أو غيرها.

¹ فريد بن زايد، واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، 2009، ص 17.

² سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، ط1، دار أسامة، عمان، 2010، ص 151.

³ باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والأنترن، دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قسنطينة: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية. 2007-2008، ص 12.

⁴ منى أحمد المصري، الكتاب والأدباء الأردنيين والإشباعات المتحققة لهم من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010، ص 10.

ثالثاً: موقع اليوتيوب

أ. لغة:

كلمة مشكلة من كلمتين يو- تيوب أي وعاءك، أي مفرد لكلمة أوعية إلكترونية والضمير أنت هنا لمخاطبة الفرد المتصفح، والموقع عامة يعد كإعلام جديد والإلكتروني.¹

ب . اصطلاحاً:

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها.²

كما يعرف أيضاً بأنه موقع على شبكة الإنترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.³

ويعد اليوتيوب عبارة عن منصة فيديوهات يسمح لمستخدميه بتحميل أو مشاهدة أي فيديو عبر شبكة الأنترنت.⁴

ج . إجرائياً:

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي المشهورة، متخصص بمشاركة الفيديوهات ويسمح لمختلف المستخدمين ومن بينهم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل بمشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

رابعاً: الطالب الجامعي

اصطلاحاً:

هو الذي اكتسب المعلومات عن طريق الدراسة النظامية الطويلة بالجامعة وبنوع خاص أتقن دراسة أكاديمية علياً أو أكثر، أي يحصل على معرفة تفصيلية ومهارة في البحث والتحليل النقدي في ميدان دراسته.⁵ كما يمكن تعريفه بأنه كل متعلم مسجل في معهد عالي أو جامعة أو كلية.⁶

¹ باريش أشرف الدين، صابر لعور، استخدام الطلبة الجزائريين لليوتيوب والإشباع المحققة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الصحافة وإعلام الإلكتروني، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016، 2015، ص 18.

² علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، القاهرة، 2015، ص 177.

³ سمر فاروق غندر، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة بورسعيد، كلية التربية النوعية، 2015، ص 189.

⁴ Michael miller, sams teach yourself in 10 minutes, pearson education, united states of america, 2009, p 03.

⁵ محمد حمدان، معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط1، دار الفوز والمعرفة، عمان، 2007، ص 87.

⁶ ميشال جرجس، معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2005، ص 350.

. اجرائيا:

وانطلاقا من هذه الدراسة يقصد بالطالب الجامعي الفئة التي انتقلت من المرحلة الثانوية إلى جامعة محمد الصديق بن يحيى لمتابعة الدراسة في قسم الإعلام والاتصال.

1. 7 الدراسات السابقة والمثابفة

تعد الدراسات السابقة خطوة أساسية في مسار البحث العلمي، إذ تقدم معلومات كثيرة للباحث حول موضوع الدراسة والتي تساعد في فهم موضوع بحثه العلمي بشكل كامل، وعليه تعد الدراسات السابقة نقطة بداية في العديد من البحوث العلمية، كما تعتبر عملية تواصلية، خاصة فيما يتعلق بموضوع البحث المراد دراسته، ويمكن حصر أهمية الدراسات السابقة فيما يلي:

- تكون للباحث نظرة عن موضوع دراسته.

- لا يعتبر الباحث الوحيد الذي يدرس الموضوع وإنما سبقه إليه آخرون، وبدلوا فيه جهدا كبيرا وهاما وأعطوا فيها آراءهم، وكما خلصوا منه إلى نتائج وقد لا يكون آخر من يبحث في الموضوع، وأن آراءه و نتائج بحثه سوف تضاف إلى الرصيد المعرفي حول الموضوع التراكم المعرفي.

- توفير الجهد على الباحث في اختيار الإطار النظري العام للموضوع، وتبصيره بالصعوبات التي يكن أن يواجهها.¹

بعد عملية البحث البيوغرافي توصلنا إلى العديد من الدراسات المثابفة واخترنا منها ما يتناسب مع موضوع دراستنا وتتمثل هذه الدراسات فيما يلي:

1. الدراسات المحلية

الدراسة الأولى: الفيس بوك "face book" والطالب الجامعي، للطالبتين سارة فنيزة ورقية فيالة، وقد انطلقت من إشكالية تتمحور حول التأثيرات السلبية والإيجابية لموقع "face book" على الطالب الجامعي من مختلف النواحي: وكان التساؤل الرئيسي:²

- ما أثر استخدام "face book" على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية؟

واندرجت عنه التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي دوافع استخدام طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لموقع "face book"؟

- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لموقع "face book"؟

¹ علي السيد إبراهيم عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط3، علم المكتبات، القاهرة، 1985، ص 22.

² اسماعيل بوشناقفة، حسان بن شناف، استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب والإشباع المحققة منه، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2018-2019.

- ما طبيعة الإشباعات المحققة لطلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية من استخدام موقع "face book"؟

- ما هي الآثار المترتبة من استخدام طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لموقع "face book"؟

أما فيما يخص أهمية الدراسة حسب رأي الباحثين فهي تكتسي أهمية كبيرة كونها تناولت ظاهرة حديثة مست مجتمعا العربي، وحظيت بالكثير من الاهتمام، كما تكمن أيضا في أنها تعالج موضوع لا يزال محط اهتمام الأوساط الاجتماعية والتربوية.

اعتمدت الباحثين في دراستهما على المنهج الوصفي، الذي يركز على وصف الظاهرة المراد دراستها، مستعينين بالاستبيان كأداة لجمع البيانات أما بالنسبة للعينة فاعتمدت الباحثين على العينة الطبقية على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة جيجل.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها:

- يستخدم طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية موقع "face book" من أجل التواصل والتفاعل وتبادل المعلومات والأفكار مع الأصدقاء.

- يحقق موقع "face book" لطلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية إشباعات اجتماعية وثقافية.

- أثر استخدام موقع "face book" على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بشكل إيجابي، من خلال مساعدتهم على معرفة مختلف الأخبار وتبادل المعلومات والأفكار.

- أثر موقع "face book" على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بشكل سلبي وذلك لأنه يضيع من وقته ويساعدهم في نشر الأكاذيب والاشاعات.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تلتقي هذه الدراسة التي تحمل عنوان الفيسبوك "face book" و الطالب الجامعي، مع دراستنا كون كلتا الدراستين تناولت أحد مواقع التواصل الاجتماعي كما استخدمت نفس المنهج الذي اتبعناه في دراستنا ونفس الأداة المستخدمة، واختلفت في الفترة الزمنية للدراسة ومجتمع البحث وكذا نوع العينة، وعلى العموم فهذه الدراسة أفادتنا في معرفة أبعاد دراستنا أكثر وبعض النقاط التي يجب التركيز عليها في بناء الاستمارة.

الدراسة الثانية: رسالة مقدمة لنيل شهادة الماستر للطالبين إسماعيل بوشنافة وحسان بن شناف، تناولت الدراسة كيفية تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضمون الإعلام البديل وخصصت موقع اليوتيوب لذلك. وانطلق الباحثان دراستهما من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:¹

¹ بوشريطة كريمة، بن مرزوق مريم، استخدامات الشباب الجزائري لقنوة اليوتيوب والإشباع المحققة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2019-2020.

- هل يتفاعل طلبة الماستر بقسم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة مع مضامين اليوتيوب؟
ويتفرع من السؤال الرئيسي مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين لمضمون قنوات اليوتيوب؟

- ما هي دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال في متابعتهم لمضمون قنوات اليوتيوب؟

- ما طبيعة الموضوعات التي يتفاعل معها طلبة ماستر الإعلام والاتصال أثناء استخدام اليوتيوب؟

- كيف يتفاعل الطلبة الجامعيون مع قنوات اليوتيوب؟

أما فيما يخص أهمية الدراسة حسب رأي الباحثين فتكمن في دراسة كل من الطلبة الجامعيين وفضاءات الإعلام البديل والعمل على الربط بينهما وذلك من خلال العلاقة القائمة على أساس التأثير في سلوك الطلبة عن طريق التفاعل القائم بينهما.

اعتمد الباحثين على المنهج المسحي والاستبيان كأداة لجمع البيانات، أما بالنسبة للعينة فاعتمدت هذه الدراسة على العينة القصدية على طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح بورقلة. وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

- أكدت الدراسة أن الوقت الذي يقضيه طلبة الماستر بقسم الإعلام والاتصال في متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب هو من ساعة إلى ساعتين.

- توصلت النتائج إلى أن الطلبة يحبذون متابعة قنوات اليوتيوب بمفردهم كون أغلب الطلبة يستخدمون الهاتف النقال والذي يكون أكثر خصوصية في متابعتهم لمضامين اليوتيوب.

- أكدت الدراسة أن طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب من أجل زيادة رصيدهم المعرفي.

- كانت النتائج النهائية حول الحالات التي تجعل الطلبة يتفاعلون مع مضمون قنوات اليوتيوب هو المضمون الجيد للفيديو.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

استفدنا من دراسة الطالبين "إسماعيل بوشنافة" و "حسان بن شناف" التي تحمل عنوان استخدام الطلبة الجامعيين لموقع يوتيوب والإشباع المحققة منه في أخذ فكرة عن الإطار المنهجي بما يتناسب وموضوع دراستنا مع إحداث تغييرات تتطلبها أهداف الدراسة وطبيعة موضوعنا، وبعض مفاهيم الدراسة، في حين اختلفت في الإطار الزمني للدراسة.

الدراسة الثالثة: دراسة لنيل شهادة الماستر للطالبتين بوشريطة كريمة وبن مرزوق مريم، بعنوان "استخدامات الشباب الجزائري لقنوات اليوتيوب والإشباع المحققة"، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، 2019.2020.

تناولت إشكالية الدراسة الثورة التكنولوجية التي شهدتها العصر ومخلفاتها المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع اليوتيوب وإقبال الشباب الجزائري نحوه لما يقدمه من إمكانيات وخصائص تساعده في إبراز ذاته، وقد انطلقت هذه الدراسة من تساؤل رئيسي هو:¹

- ما هي استخدامات طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل والإشباع المحققة من ذلك؟ وتفرع عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي تتمثل في:
 - ما هي عادات وأنماط مشاهدة طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل من قنوات اليوتيوب؟
 - ما هي دوافع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل من استخدام مضامين قنوات اليوتيوب؟
 - كيف يتفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل مع مضامين اليوتيوب؟
 - ما هي الإشباعات المحققة لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل من متابعة مضامين قنوات اليوتيوب؟
- بالنسبة لأهمية الدراسة فتكمن في معرفة عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لقنوات اليوتيوب ودوافع متابعتهم لها وكيفية تفاعلهم مع مضامينها بالإضافة إلى تزويد المكتبة بقاعدة بيانات علمية جديدة.
- وقد اعتمدت الباحثتين في دراستهما على المنهج المسحي، مستعينين بأداة تحليل وهي الاستمارة، أما عينة الدراسة فكانت قصدية.

خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أكدت الدراسة أن الوقت الذي يقضيه الطلبة في مشاهد قنوات اليوتيوب هو من ساعتين إلى 3 ساعات بنسبة 38% من مجموع الوقت المتاح.
- بينت أن طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل أنهم يشاهدون قنوات اليوتيوب بشكل دائم بنسبة 62% وأن الفترة الليلية بنسبة 41% هي أكثر الفترات تصفحاً كونهم متفرغين دون التزامات.
- كانت النتائج النهائية حول دوافع استخدام طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل في متابعة قنوات اليوتيوب هو التعليم والتنقيف بنسبة 39% في المقام الأول، ثم التسلية والترفيه في المكان الثاني بنسبة 37%،

¹ بوشريطة كريمة، بن مرزوق مريم، استخدامات الشباب الجامعي لقنوات اليوتيوب والإشباع المحققة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في والإتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل، 2019-2020.

- ويرجع هذا لكون الطلبة في مرحلة تحصيل علمي ويتوجب عليه الإمام بأكبر قدر ممكن من المعلومات.
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية أفراد العينة يكتفون في تفاعلهم مع مضامين قنوات اليوتيوب بتسجيل إعجاب بنسبة 40 % لأنه لا يأخذ منهم الكثير من الوقت.
- توصلت نتائج الدراسة حول مدى تحقيق قنوات اليوتيوب إشباعات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل في مجملها بنسبة 56% بالنسبة للذين اختاروا أحيانا، ونسبة 41% للذين اختاروا دائما وهذا معناه أنها تحقق لهم إشباعات أكثر من جيد ولكن ليس بالقدر الكافي لهم.
- أوجه الاستفادة من الدراسة:**

تتشابه دراسة الطالبتين "بوشريط كريمة" و"بن مرزوق مريم" إلى حد كبير مع دراستنا فكلاهما يبحثان عن استخدام الطلبة لليوتيوب، رغم الاختلاف في المنهج المعتمد وعينة الدراسة، وعلى العموم فقد ساعدتنا في بعض الطرق المنهجية للبحث العلمي.

الدراسات العربية

- الدراسة الأولى:** من إعداد الطالبة وسام طایل البشاشة تحمل عنوان " دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك وتويتر)."
- استهلت الباحثة إشكاليته بالإشارة إلى أهم ميزة تتميز بها نظريات الإعلام ثم بعدها خصصت نظرية الاستخدامات والإشباع التي تقوم على أن المتلقي يقوم باستخدام وسائل الإعلام المختلفة لإشباع رغبته الكامنة لديه وتلبية مختلف دوافعه النفسية أو الاجتماعية أو المعرفية، وانطلقت من التساؤل الرئيسي التالي:¹
- ما هي دوافع استخدامات طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) وإشباعاتها لرغباتهم؟

انبثق عن هذا السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما الدوافع التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيةها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الإشباعات المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما علاقة المتغيرات الوسيطة (النوع، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) بالاستخدامات والإشباعات المتحققة؟
- بالنسبة لأهمية الدراسة فتكمن في أهمية فئة الشباب داخل المجتمع ودوره فيه، بالإضافة إلى التعرف على استخدامات طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا على مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ طایل الباشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها، مرجع سبق ذكره.

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول وصف دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي، والاستبيان كأداة رئيسية لدراسة، أما عينة الدراسة فكانت بطريقة عشوائية حيث يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع نفس الفرصة للاختيار والظهور في العينة.

توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج نذكر منها:

- هناك (87,6 %) من الطلبة يتابعون موقع face book ويتابعون موقع تويتر بنسبة بلغت (5,8%) وهذا يدل على توجه كبير من الطلبة في الجامعة الأردنية وجامعة البترا نحو استخدام موقع فيسبوك.
- في المرتبة الأولى كان دافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل وحاز على نسبة (89,174%)، تلاها دافع الترفيه والتسلية بنسبة وصلت إلى (87,038%)، ومن بعد ذلك دافع الاستخدام لأغراض دراسية وصلت إلى (79,80%) ...
- يرى (86,21%) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا اجتماعيا من خلال خلق جو اجتماعي و تواصل بين الزملاء، ويرى (81,06%) منهم أنها تحقق إشباعا معرفيا من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة، بينما يرى (80,72%) أنها تشبعهم معرفيا أيضا من خلال تزويدهم بمعلومات عن العالم، كما يعتقد (80,48%) منهم أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لديهم، بينما يرى (77,81%) أنها تشبع حاجاتهم المعرفية في المواضيع من خارج تخصصهم.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

بالرغم من اختلاف الدراسة الميدانية ما بين دراستنا ودراسة الباحثة، إلا أنها تتفق مع دراستنا في منهج الدراسة وأداة جمع البيانات، وقد أفادت كثيرا في صياغة أسئلة الدراسة وكذا بعض أسئلة الاستمارة.

الدراسة الثانية:

دراسة لنيل شهادة الدكتوراه للطلبة سمر فاروق غنذر، بعنوان "استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها" سنة، 2015.

انطلقت الدراسة من إشكالية مفادها التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، من خلال الكشف على كثافة استخدام الشباب الجامعي لهذه المواقع والتعرف على الدوافع (النفعية . الطقوسية) وراء هذا الاستخدام.

وقد تم في هذه الدراسة طرح التساؤل الرئيسي التالي:¹

- ما العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها؟

¹ سمر فاروق غنذر، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، مرجع سبق ذكره.

ونفرع عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي كالتالي:

- ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الشباب الجامعي؟
 - ما الدوافع (النفعية. الطقوسية) لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - ما الاشباعات المتحققة للشباب الجامعي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- تكمن أهمية هذه الدراسة في تناولها لمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية بالإضافة إلى معرفة مختلف الإشباعات التي تحققها هذه المواقع للشباب الجامعي.
- اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة، استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، أما بالنسبة لنوع العينة فكانت بطريقة عشوائية.

تمثلت نتائج الدراسة فيما يلي:

- إن نسبة 56% من أفراد العينة يستخدم موقع فيسبوك دائما، ونسبة 44% يستخدمه أحيانا.
- إن نسبة 12,5% من أفراد العينة يستخدم موقع يوتيوب دائما، ونسبة 75,3% يستخدمه أحيانا، ونسبة 30,2% لا يستخدمه.
- إن وقع فيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما، إذ جاء في المرتبة الأولى.
- إن أهم الدوافع الطقوسية لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي هي ملئ وقت الفراغ والتخلص من الملل والوحدة، يليه التنفيس عن الغضب، ثم التسلية والاسترخاء.
- أهم الدوافع النفعية لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي هي التواصل مع الآخرين وكتابة كل ما هو جديد من أمور على الساحة الإعلامية، يليه معرفة أهم وأحدث الأخبار والإطلاع على أحدث المستجدات على الساحة السياسية المصرية، ثم العرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على الموضوعات السياسية المصرية.
- أهم الاشباعات المتحققة للشباب الجامعي من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تمثل في إشباع إعطاء الجراًة في تناول القضايا المختلفة والتعبير عن الرأي بوضوح حيث جاء في مقدمة الاشباعات، بينما جاء إشباع المساعدة على المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع في الترتيب الثاني، ثم جاء إشباع زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في الترتيب الثالث.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في أن كلتا الدراستين ينتميان إلى البحوث الوصفية، وتختلف عنها في كونها تناولت كل مواقع لتواصل الاجتماعي عكس دراستنا التي خصصت موقع اليوتيوب، وعلى العموم أفادتنا هذه الدراسة فهم بعض مصطلحات الدراسة وكذا كيفية توظيف النظرية في البحوث العلمية.

الدراسة الثالثة

دراسة بعنوان "الاشباع المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأون لاين عبر موقع اليوتيوب"، من إعداد عبد الكريم علي السامرائي، 2020.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الحاجات المتنوعة التي أشبعها موقع اليوتيوب للشباب الجامعي الأردني نتيجة متابعتهم لألعاب الأون لاين، وانطلقت من تساؤل رئيسي يتمثل في:¹

- ما هي الاشباع المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأون لاين عبر موقع اليوتيوب؟

واستخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح الوصفي، مستخدماً الاستبانة العلمية كأداة لجمع البيانات، واعتمد على عينة عشوائية متاحة بلغت 220 مفردة مقسمة 110 عينة لكل جامعتي الشرق الأوسط والجامعة الأردنية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن نسبة 99,5 % من أفراد عينة الدراسة يمتلكون هاتفا ذكيا، و48% يمتلكون جهاز حاسوب لا بتوب، و30% منهم يمتلكون جهاز ألعاب منزلي.

- إن مشاهدة مقاطع ألعاب الأون لاين على يوتيوب قد أشبعت الحاجات المعرفية التالية لشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأون لاين بدرجات متوسطة: المساعدة في حل ألغاز الألعاب أكثر، تزيد الاهتمام بالألعاب الذهنية، وخاصة التي تمتاز بالمرهنة والمنافسة، تكسيهم الخبرات والحكم عليها، تخضع القدرات الفكرية لديهم.

- إن مشاهدة مقاطع الأون لاين على اليوتيوب قد أشبعت الحاجات العاطفية والوجدانية التالية للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأون لاين بدرجات متوسطة: تستطيع ملئ وقت الفراغ الذي يمتلكونه، تسهم في تدريب الذات على الهدوء والاسترخاء، تسهم في تخفيف التوتر...

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تشابهت هذه الدراسة التي تحمل عنوان الإشباع المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأون لاين عبر موقع اليوتيوب مع دراستنا في دراستها لمحتوى يوتيوب بالإضافة لكونها تنتمي إلى الدراسات الوصفية، وبالتالي كانت لنا عون لتفادي بعض الأخطاء المنهجية.

الدراسات الأجنبية

- دراسة بعنوان "les phénomènes Facebook usage et gratification" مذكرة لنيل هادة الماجستير بجامعة "ottawa.canada"، من إعداد "danytherrien"، 2012.

¹ عبد الكريم علي
قوة للشباب الجامعي من ألعاب الأون لاين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الما

تدور اشكالية الدراسة حول الاستخدامات والإشباعات المحققة من استعمال سكان أمريكا الشمالية لموقع

Facebook، وكان التساؤل الرئيسي للدراسة كالتالي:¹

لماذا يتجه سكان أمريكا الشمالية لاستهلاك Facebook؟ وما هي الاستخدامات والإشباعات من جراء ذلك؟

هدفت الدراسة إلى فهم سبب استخدام الأمريكيين الشماليين لموقع Facebook، والإشباعات التي يحققها

لهم.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

- إن استخدام Facebook يسمح ب (بناء علاقات، التعارف والحفاظ على العلاقات مع الأصدقاء والعائلة).
- يتم استخدام موقع Facebook من أجل الترفيه ومشاركة الموسيقى ومقاطع الفيديو.
- يستخدم سكان أمريكا الشمالية موقع Facebook لأغراض شخصية (تحقيق الذات من خلال رسم هوية رقمية تساعده في تحديد وضعيته الشخصية وتحقيق الشهرة والمصداقية).

1. 8 . المقاربة النظرية (نظرية الاستخدامات والإشباعات)

1. 8 . 1 . مفهوم النظرية:

نظرية الاستخدامات والإشباعات في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين، وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، وأورد مساعد المحيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على أنه " ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة ". وذكر محمد عبد الحميد أستاذ الإعلام بجامعة حلوان أن الحاجة هي " افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة.²

1. 8 . 2 . نشأة وتطور نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يرجع الاهتمام بالإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من أن هذه البحوث اهتمت بالأصل بدراسة التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام، ومن منظور تاريخي أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات أخرى من بداية الأربعينيات وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع التي

¹ Danytherrien, les phénomène face book usage et gratification, Mémoir déposé pour l'obtention d'un diplôme de Maîtrise université d'ottawa, canada, 2012.

² سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، مرجع سب ذكره، ص ص 150، 152.

تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي على دراسة مضمون وسائل الإعلام بشكل أكثر من تركيزها على اختلافات إشباع الفرد كما يقول عالم الإعلام والاتصال الجماهيري " كاتنر".

انطلقت هذه النظرية بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من " هيرتا وهيرزج " عام 1944 التي هدمت للكشف عن إشباع الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية، وخلال عام 1945 فقد تمكن بيرلسون من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالاً للجمهور ما الذي افتقده بسبب غياب هذه الصحف، وتوصل إلى أنها تقوم بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي.¹

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتنر وبلوملر Elihu Katz and Blumler. Jay، 1974، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ، ودوافع الفرد من التعرض لها من جانب آخر.² على العموم إن نظرية الاستخدامات والإشباعات مرت بثلاث مراحل متميزة في تطورها يمكن تقييمها زمنياً كالآتي:

أ . **مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية):** واهتمت بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال، و قد امتدت هذه المرحلة خلال عقدي الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي.

ب . **مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية):** وهي مرحلة ذات توجه ميدانيين إذ كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام، وكان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه، وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينيات من القرن العشرين.

ج . **مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية):** وكان التركيز فيها على الإشباع المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتم اعداد قوائم الاستخدامات والإشباعات وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن العشرين وحتى الآن.³

¹ بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص ص 84،85.

² محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، د.ب.ن، 2003، ص ص 252،253.

³ محسن جلوب الكنانى، الإعلام الفضائي والجنس، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص192.

1. 8. 3. فروض نظرية الاستخدامات والإشباع

- قامت نظرية الاستخدامات والإشباع على عدد من الفروض العلمية التي أخضعتها دراسات المتخصصين للبحث والتحليل، ولعل الفروض الخمسة التي ذكرها كاتز وزملائه هي من أفضل ما ذكر في التراكم النظري ويمكن تلخيصها في الآتي:
- أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
 - يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يبحث عنها الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
 - التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس.
 - يستطيع الجمهور أن يحدد حاجاته ودوافعه، ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
 - يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.¹

1. 8. 4. عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع

انطلقت نظرية الاستخدامات والإشباع من العناصر التالية:

- جمهور نشط.
 - الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.
 - دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.
 - التوقعات من وسائل الإعلام وإشباعاتها.²
- ### 1. 8. 5. أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع
- تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم.
 - فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة.
 - معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال.³

¹ محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، ط1، مكتبة العبيكان للنشر، الرياض، 2014، 125، 124.

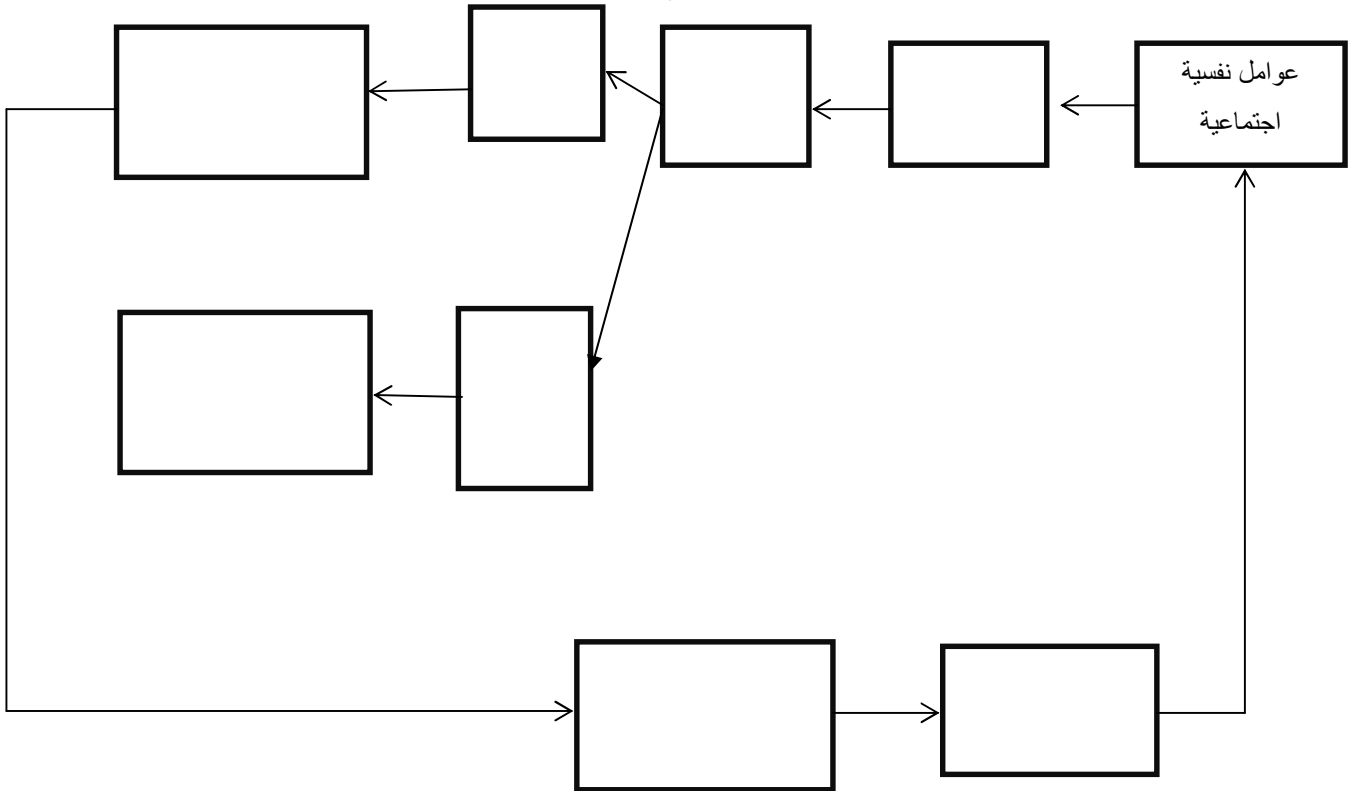
² بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 88.

³ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 300.

1. 8. 6. أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع

- أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تنتم بشيء من المرونة، مثل الدوافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.
- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فيسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضاً استخدام غير هادف.
- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر.¹

1. 8. 7. نموذج نظرية الاستخدامات والإشباع "نموذج كاتز وزملائه"²



¹ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد، عمان، 2015، ص ص 216، 217.

² فصة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام، ط1، دار أسامة، الأردن، 2017، ص 339.

1. 8. 8 . إسقاط نظرية الاستخدامات والإشباعات على الدراسة

تهدف دراستنا هذه إلى معرفة الدوافع التي أدت بالطالب الجامعي إلى استخدام قنوات اليوتيوب واعتمداً على نظرية الاستخدامات والإشباعات باعتبارها تخدم دراستنا، وتساعدنا في معرفة كيفية استخدام الطالب لهذا الموقع والإشباعات التي يحققها له في مختلف مجالات حياته.

ويعتبر طلاب قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل من بين الطبقات المتعلمة في المجتمع كما هم ضمن فئة المتلقين والمتفاعلين مع هذه التقنية الحديثة، ومن ناحية أخرى يعتبرون جمهور نشط بسبب متابعتهم لمحتويات قنوات اليوتيوب.

1 - 09 - نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها تحديداً كيفياً أو كمياً وكما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل، وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها.¹

ويعرف المنهج بأنه مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم، أو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة، أو هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار أو الإجراءات من أجل الكشف عن الحقيقة التي نجهلها أو من أجل البرهنة عليها للأخرين الذين لا يعرفونها.²

كما يعرف أيضاً: بأنه مجموعة من الخطوات العلمية الواضحة والدقيقة التي يسلكها الباحث في مناقشة أو معالجة ظاهرة اجتماعية أو سياسية أو إعلامية معينة.³

وقد اخترنا في دراستنا هذه المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف على أنه: المنهج الذي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية، في فترة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره، وهو لا يتمثل فقط في جمع البيانات والمعلومات وتبويبها وعرضها، إنما يشمل أيضاً تحليل دقيق لهذه البيانات والمعلومات، وتفسير عميق لها من أجل استخلاص الحقائق والتعميمات الجديدة التي تساهم في تراكم وتقديم المعرفة الإنسانية.⁴

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص 40.

² صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، د ط، دار العلوم، عنابة، 2000، ص 90.

³ عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص 13.

⁴ ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 43.

ويعتبر المنهج الوصفي من أكثر المناهج استخداماً في جميع أنواع البحوث.¹ كما يقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة، أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.² ويعرف أيضاً بأنه استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى.³

1-10 - مجتمع الدراسة والعينة

مجتمع الدراسة: يعرف مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية بأنه: مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تتركز عليها الملاحظات.⁴ أو هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.⁵

يتمثل مجتمع البحث الذي اخترناه في دراستنا في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال والمتمثلة في طلبة السنة الثانية ليسانس تخصص علوم الإعلام والاتصال والسنة الثالثة تخصص إعلام وطلبة الماستر تخصص سمعي بصري والصحافة المطبوعة والإلكترونية بجامعة محمد الصديق بن يحيى، والذي يتكون من 1059 طالب. ويرجع سبب اختيارنا لقسم الإعلام والاتصال لعدة عوامل أهمها:

- معايشتنا لمجمع الدراسة كوننا درسنا ولازلنا ندرس في هذا القسم.

- اختصار الجهد والوقت ونقص التكاليف بالإضافة إلى سهولة الوصول لأفراد العينة.

عينة الدراسة

تعتبر مرحلة اختيار العينة من أهم الخطوات المنهجية الأساسية في البحث العلمي ويمكن تعريف العينة بأنها مجموعة الوحدات التي يتم اختيارها من المجتمع الإحصائي وتعرف بأنها طريقة جمع البيانات والمعلومات

¹ اسماعيل شعباني، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، ط1، المعهد الوطني للتجارة، الجزائر، 2005، ص 39.

² ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه - مناهجه وأساليبه - إجراءاته، د ط، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2001، ص 48.

³ رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2007، ص 97.

⁴ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مرجع سبق ذكره، ص 298.

⁵ نفس المرجع، ص 298.

من وعن عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر مفردات ومجتمع الدراسة وبما يخدم ويتناسب ويعمل على تحقيق هدف الدراسة.¹

وفي تعريف آخر "هي الجزء الذي يمثل مجتمع الأصل أو النموذج الذي يجري الباحث مجمل ومحور عمله عليه، ولا يمكن أن ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستخدم أساليب خاصة باختيار العينات، وإن الباحث عند دراسته للأفراد والمجتمعات لا يستطيع أن يأخذ كافة الأفراد أو المجتمع بأسره لدراسته لأن هذا يتطلب جهداً ووقتاً وتكاليف مادية كبيرة جداً، ولهذا يختار الباحث عينة محددة من هذا المجتمع لدراسته.²

واختارنا في دراستنا هذه العينة العشوائية الطبقية: وفي هذا النوع من العينات يتم تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى طبقات أو فئات معينة وفق معيار معين، ويعتبر ذلك المعيار من عناصر أو متغيرات الدراسة الهامة، وبعد ذلك يتم اختيار عينة من كل فئة أو طبقة بشكل عشوائي وبشكل يتناسب مع حجم تلك الفئة في مجتمع الدراسة الأصلي.³

وقد قمنا باختيار عينة بحجم 10%، والتي بلغ عددها 106 مبحوث، وقد قمنا بتوزيع 106 استمارة على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال في حين كانت واحدة غير صالحة للدراسة وبالتالي اعتمدنا على 105 مفردة، وقد قمنا بتقسيم قسم الإعلام والاتصال إلى طبقات تضمنت جميع التخصصات وهي التالي:

- سنة ثانية علوم الإعلام والاتصال: يبلغ عدد الطلبة فيها 301 طالب وقد كان اختيار العينة بالطريقة الحسابية الآتية:

$$302 \times 10 / 100 = 30$$

- سنة الثالثة إعلام: $284 \times 10 / 100 = 28$.

- ماستر صحافة مطبوعة وإلكترونية سنة أولى: $126 \times 10 / 100 = 13$.

- ماستر صحافة مطبوعة وإلكترونية سنة ثانية: $100 \times 10 / 100 = 10$.

- ماستر سمعي بصري سنة أولى: $135 \times 10 / 100 = 14$.

- ماستر سمعي بصري سنة ثانية: $113 \times 10 / 100 = 11$.

1- 11 - أدوات جمع البيانات

يحتاج أي بحث علمي إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة وجمع المعلومات حولها من أجل الوصول إلى النتائج الصحيحة، لذا يتوجب على الباحث اختيار الطريقة المناسبة التي تتماشى وطبيعة موضوعه، وفي دراستنا

¹ ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه. مناهجه وأساليبه. إجراءاته، مرجع سبق ذكره، ص 160.

² خالد أحمد فرحان الشهداني، رائد عبد الخالق عبد الله العبيدي، مناهج البحث العلمي، ط 1، دار الأيام، الأردن، 2015، ص 229.

³ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط 2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص 91.

هذه قمنا باختيار استمارة الاستبيان كأداة للدراسة وتعرف بأنها: عبارة عن مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها.¹ ويعرف أيضا بأنه: عبارة عن أداة أو وسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة للبحث تتكون من قائمة من الأسئلة توجه للأفراد ليقوم كل منهم بالإجابة عنها وفقا لرؤيته الخاصة التي تعبر عن وجهة نظره في بنود القائمة، بها يستطيع الباحث الحصول على المعلومات التي يبتغيها عن موضوع بحثه.

1 - 12 - مجالات الدراسة

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي.

أ. المجال المكاني: وهو الإطار الذي أجريت فيه الدراسة وقد تم إجراء دراستنا التي تحمل عنوان استخدامات الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب والإشباعات المحققة، في جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، على مستوى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بقسم الإعلام والاتصال.

- التعريف بالجامعة: جامعة محمد الصديق بن يحيى سميت على اسم الشهيد محمد الصديق بن يحيى تنقسم إلى قطبين قطب جيجل وقطب تاسوست التابعة لبلدية الأمير عبد القادر والتي يحدها شمالا السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست، أما من الجهة الجنوبية مقبرة تاسوست، أما غربا فتحدها مدينة جيجل.

ب. المجال البشري: يتمثل المجال البشري للدراسة في عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية للذين يتعرضون لاستخدام قنوات اليوتيوب.

ج. المجال الزمني: وهي المدة الزمنية المستغرقة في إنجاز البحث، حيث استغرق لإنجاز هذه الدراسة حوالي 6 أشهر، بدءا من اختيار الموضوع إلى جمع المعلومات والمراجع المكتبية بهدف الإحاطة النظرية بموضوع البحث، وقد تم في المرحلة الأولى وضع خطة مبدئية للدراسة وجمع مختلف المراجع والمعلومات التي تخدم موضوع دراستنا والتي كانت في شهر جانفي، ثم بعد ذلك مباشرة شرعنا في الإطار المنهجي للدراسة الذي كان في الفترة الممتدة من 20 فيفري إلى غاية 8 أفريل، ثم انتقلنا مباشرة إلى الجانب النظري في نفس الشهر، وبعد إنتهائنا من الجانب النظري شرعنا في تصميم استمارة الدراسة في الفترة الممتدة من 1 ماي إلى غاية 10 ماي وقد تم توزيعها على الأساتذة (إيدير شيباني، خيرى نبيل، عبد الحكيم الحامدي) بغرض تحكيمها وتصحيح الأخطاء، بعدها عاودنا

¹ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص

الاتصال بالمشرفة "حمر إيمان" من أجل ضبطها النهائي، وقد تم توزيعها على أفراد العينة على دفعتين بسبب نظام الدفعات بالجامعة ، وقد تم توزيعها على الدفعة الأولى يوم 15 ماس 2022، في حين تم توزيعها على الدفعة الثانية في 22 ماي 2022، وقد تم استرجاعها في نفس اليوم، بعد ذلك شرعنا في تفرغ البيانات وتحليلها والتعليق على نتائجها واستمر ذلك إلى غاية 2 جوان، للخروج بالمذكرة في شكلها النهائي في منتصف شهر جوان.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: مدخل نظري للطالب الجامعي

تمهيد

- 01 . تعريف الطالب الجامعي
- 02 . خصائص الطالب الجامعي
- 03 . حاجات الطالب الجامعي
- 04 . مشكلات الطالب الجامعي
- 05 . حقوق الطالب الجامعي

المبحث الأول: مدخل نظري للطالب الجامعي

تمهيد

يعتبر الطالب الجامعي من بين أهم المخرجات التي تسعى المؤسسات لاستقطابها وميد يد العون لها كونه المورد الأساسي الذي يقوم عليه التعليم الجامعي، وكذا امتلاكه المؤهلات والإمكانيات التي تتيح له تقديم حلول للعديد من المشكلات، وأيضا ما يملكه من أفكار خصبة إن تم استغلالها ستحقق عوائد مادية ومعنوية للمجتمع، لذلك سوف نحاول من خلال هذا المبحث التعرض لماهية الطالب الجامعي وذلك بالوقوف عند أهم الخصائص التي يتميز بها أي طالب جامعي بالإضافة إلى أهم الحاجات التي يحتاجها الطالب في هذه المرحلة مع ذكر أهم المشكلات التي تواجهه ومختلف الحقوق التي يحق له الاستفادة منها.

1.1. تعريف الطالب الجامعي

يعد الطالب الجامعي بأنه الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني التقني العالي إلى جامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك.¹ المقصود بالطالب الجامعي هو الطالب الحاصل على شهادة البكالوريا، والذي دخل الجامعة ويتابع دراسته في أحد التخصصات الجامعية بالجامعة ومؤسسات التعليم العالي.² والطالب بصفة عامة هو كل شخص ينتمي لمرحلة دراسية معينة كالمدرسة أو الجامعة أو المعهد... من أجل طلب العلم والحصول على شهادة معترف بها يستطيع بها ممارسة حياته العملية.

1.2. خصائص الطالب الجامعي

الطالب الجامعي كونه إنسان يمر بمرحلة نمو معينة، هذه المرحلة تتميز بسمات وخصائص تدخل في تكوين شخصيته ومن أبرزها الخصائص الفيزيولوجية والجسمية، النفسية والانفعالية، وأخيرا العقلية والاجتماعية وسنقوم بتفصيل هذا في ما يلي:

1.2. الخصائص الفيزيولوجية والجسمية: تتصف هذه المرحلة بظهور معالم جسمية وفسولوجية سواء عند الإناث أو الذكور، فمن الناحية الجسمية تتميز بالاستمرار في النمو نحو النضوج الكامل مع التخلص من الاختلال في التوافق العضلي العصبي، كما أن المناعة ضد الأمراض العضوية الخطيرة تكون في هذه الفترة أقوى منها في المراحل السابقة، كما تبدو عليه مظاهر النمو الجسمي في النمو الغذائي والوظيفي ونمو الأعضاء الداخلية واكتمال الجهاز العظمي والقوة العضلية، ويزداد في الوزن والطول وتتغير العلاقات ونسبها بين أجزاء الجسم المختلفة سواء عند البنين أو البنات.

أما من الناحية الفيزيولوجية فنظهر بعض الخصائص الجنسية الأولية والثانوية ويصبح الشباب قادرا على التناسل، وتغيرات في الشكل والصوت وتلاشي الرهافة ودقة القسماات المميزة للطفولة وتحل محلها الفضاظة النسبية الناتجة عن اختلاف نسب أعضاء الجسم وأطرافه.³

¹ العربي بن حجار دام، رفاع محمد، شبكات التوال الاجتماعي وأثرها على القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2014 2015 46.

² أحمد فلوح، استقصاء بعض مشكلات الطالب الجامعي في ضوء بعض المتغيرات، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع 29، جامعة غليزان 2019 102.

³ سهيلة حويدق، لمياء سلطاني، عوامل غياب الطالب الجامعي عن المحاضرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع التربية، جامعة حماة ل 2018، 2017 21.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وهذا يعني أن الطالب الجامعي في المرحلة الجامعية أصبح بالغاً ومسؤولاً عن مختلف تصرفاته وسلوكياته وقد خففت عنه المراقبة من قبل الوالدين.

2.2 . الخصائص النفسية والانفعالية: تتميز مرحلة الشباب بالتوتر والقلق ويشوبها الكثير من المشكلات سواء بالنسبة للشباب أو أهله أو المجتمع، فبعد فترة طويلة، نسبياً من النمو الهادئ غير الملحوظ والاستقرار الانفعالي يصبح الفرد غير متزن وغير مستقر، ولا يمكن التنبؤ باتجاهات تصرفاته، فهو غير قابل للانصياع، متمرداً وغير متأكد من حقيقة ذاته، ويتعامل مع الكبار بشيء من الحساسية والعناد، كما أن النمو النفسي في هذه المرحلة يكون متسم باضطراب نفسي نتيجة الخصائص الجنسية التي تتميز بها هذه المرحلة، فيحتاج إلى إعادة التكيف وتحقيق التوازن بين دوافعه النفسية وبين ما يجب أن يفعله لإشباع هذه الدوافع. أما الخصائص الانفعالية فمن بينها:

- اهتمامه بمظهره وشعبيته ومستقبله وميله للجنس الآخر، ويحس بأهمية المجتمع الذي يعيش فيه، حيث يسعى إلى الاشتراك في تقديم الخدمات العامة التي يحتاجها المجتمع والميل إلى اكتشاف البيئة والمخاطرة ولهذا فهو يهوى الرحلات المعسكرات أو التنظيمات الاجتماعية والرياضية المختلفة.
 - الرفاهة التي شدة حساسية الشاب الانفعالية وشدة تأثره بالمميزات الانفعالية وذلك نتيجة للتغيرات الجسمية السريعة التي يمر بها في أول هذه المرحلة.
 - التهور والانطلاق، حيث يندفع الشاب وراء انفعالاته وسلوكيات شديدة التهور والسرعة، وتبدو علامة من علامات السذاجة في المواقف العصبية التي لم يألفها.
 - الحدة والعنف، حيث يثور لأتفه الأسباب ويلجأ لاستخدام العنف ولا يستطيع التحكم في الماهر الخارجية لحالته الانفعالية، التقلب والتذبذب، ويظهر عندما يقع الشاب في موقف اختيار، نجده في مدى قصير يتقلب في انفعالاته بين الغضب والاستسلام، وبين السخط والرضا والايثار والأنانية، وبين التهور والجبن وهي كلها مظاهر لقلقه وعدم استقراره النفسي وما يصاحبها من تغيرات في النواحي الفسيولوجية.¹
- وهذه كلها هي مظاهر لعدم استقراره النفسي وفشله في إشباع مختلف حاجاته ومتطلباته.

2.3 . الخصائص العقلية والاجتماعية: وتتميز هذه المرحلة من الناحية العقلية بيقظة عقلية كبيرة فالشباب يحتاج إلى حرية عقلية، وهو يميل إلى المعلومات الدقيقة التي يحاول الحصول عليها من المصادر الموثوق بها، ويبدأ في التساؤل والتشكك ويوصله إلى ما يحتاجه من معلومات يكون ويشكل فلسفة حياته، بحيث لا تنحصر حاجة لطالب الجامعي في استخدام ما لديه من طاقة عقلية في العلوم فقط التي يدرسها، بل يتخطى ذلك إلى حياته

¹ مشطوب ريمة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الانخراط في العمل السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف،

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

العلمية والتفكير بها والرغبة في التوصل إلى أسلوب حياة يرضيه والرغبة في وجود رفاق يناقش معهم قضايا مشتركة كالمستقبل.

فالطالب الجامعي له الرغبة في التوصل إلى إيجاد معنى لحياته، معنى لما يعيشه يوميا، فهو يسعى إلى إدراك أهداف حياته ودوره في المجتمع، إدراكا تاما، وهذا تفاديا للعبس والتعاسة أو الثوران أو الاستسلام لصعوبات الواقع المعاش.

أما الخصائص الاجتماعية للشباب الجامعي، تمتاز بأنهم يميلون إلى الارتباط بالشباب الآخر المنتمي إلى كيانات اجتماعية وثقافية ومغايرة لهم.¹

وتعتبر هذه المرحلة مهمة بالنسبة للطالب الجامعي ففي هذه الفترة يصبح الطالب قادر على مواجهة مختلف المشاكل والتصرف مع مختلف المواقف الاجتماعية بعقلانية.

1. 3 . حاجات الطالب الجامعي

يعتبر الطلبة الجامعيين من بين العناصر المهمة في المجتمع والتي تحرص المجتمعات على إيلائها الأهمية اللازمة، والطالب كباقي العناصر الأخرى في المجتمع له حاجات ومتطلبات يحتاج إلى إشباعها من أجل أن يتوافق مع بيئته التي ينتمي إليها، ومن بين هذه الحاجات الحاجة إلى الأمن والحب والقبول، الحاجة إلى التقدير والاستقرار الاجتماعي، وكذا تحقيق الذات وسنتطرق إليها بشكل مفصل فيما يلي:

1 . الحاجة إلى الأمن:

يحتاج الطالب الجامعي إلى الشعور بالطمأنينة، والأمن بالانتماء إلى جماعة الأسرة، إذ أنه يحتاج إلى الرعاية في جو آمن، يشعر فيه بالحماية من كل العوامل الخارجية المهددة، ويشعره بالأمن في حاضره ومستقبله، ويجب مراعاة الوسائل التي تشبع هذه الحاجات لدى الطالب، حتى لا يشعر بتهديد خطير لكيانه مما يؤدي به إلى أساليب سلوكية قد تكون إنسحابية أو عدوانية. وتتضمن هذه الحاجات ما يلي:

الحاجة إلى الاسترخاء والراحة، الحاجة إلى الشفاء عند المرض والحاجة إلى المساعدة في حل المشكلات الشخصية.

2 . الحاجة إلى الحب والقبول:

وتعتبر من أهم الحاجات الانفعالية التي يسعى الطالب إلى إشباعها فهو يحتاج إلى أن يعر بأنه محبوب وأنه مرغوب فيه، والطالب الذي لا يشبع هذه الحاجة فإنه يعاني من الجوع العاطفي، ويشعر أنه غير مرغوب فيه، ويصبح سيئ التوافق مضطربا نفسيا.

3 . الحاجة إلى التقدير الاجتماعي:

¹ المرجع نفسه، ص 125، 126.

يحتاج الطالب إلى أن يشعر أنه موضع تقدير وقبول واعتراف واعتبار من الآخرين، وإشباع هذه الحاجة يمكن الطالب من القيام بدوره الاجتماعي السليم الذي يتناسب مع سنه، والذي تحدده المعايير الاجتماعية التي تبلور هذا الدور، وتلعب وإشباع هذه الحاجة يمكن الطالب من القيام بدوره الاجتماعي السليم الذي يتناسب مع سنه، والذي تحدده المعايير الاجتماعية التي تبلور هذا الدور، وتلعب التنشئة الاجتماعية دوراً هاماً في إشباع هذه الحاجة.¹

4 . الحاجة إلى تأكيد تحقيق الذات:

يحتاج الطالب إلى أن يشعر باحترام ذاته وتأكيداها، وأنه كفاء ليحقق ويعبر عن نفسه في حدود قدراته وإمكانياته، وهذا يصاحب عادةً احترامه للآخرين ويسعى دائماً للحصول على المكانة المرموقة التي تعزز ذاته، وهو هنا يحتاج إلى عمل الأشياء التي تبرز ذاته، كما يحتاج إلى استخدام قدراته استخداماً بناءً.

5 . الحاجة إلى الإنجاز والنجاح:

يحتاج الطالب إلى التحصيل والإنجاز و النجاح، وهو يسعى دائماً عن طريق الاستطلاع، الاكتشاف والبحث وراء المعرفة الجديدة حتى يتعرف على بيئته المحيطة به وحتى ينجح في الإحاطة بالعالم من حوله، وهذه الحاجة أساسية في توسيع إدراك الطالب وتنمية شخصيته.

6 . الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي:

في هذه المرحلة تنمو لدى الطالب الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي، وتلبي هذه الحاجة وتتحقق إلا بتكوين أسرة، على اعتبار أن الأسرة هي وحدة يمارس أفرادها علاقات معينة، تؤدي إلى جو يسوده الانسجام و التآزر، إن الحاجات السابقة ليست مجرد أحوال جسمية ونفسية يشعر الفرد فحسب، بل هي دوافع للسلوك، بمعنى قوة دافعة وحافلة على العمل والنشاط وبذل الجهد لإشباعها إرضاءها.²

1 . 4 . مشكلات الطالب الجامعي

1 . 4 . المشكلات الشخصية:

وتدخل ضمن إطار المشاكل النفسية والاجتماعية حيث تسبب في الإحساس بالفراغ أحياناً نتيجة عدم إحالة الطالب على المكتبات، وهذا يغري التركيز على المحاضرات والانشغال بالأنشطة الأخرى. إن عدم الإيمان بالرسالة التي يضمن من أجلها والنظر الى الكلية على أنها مصنع الشهادات للحصول على الوظيفة، الإحساس أحياناً باللامبالاة وعدم الانتماء والرغبة في انجاز للحد الأخير من التكاليف دون وجود دافع الانجاز، مشكلة الخوف التي يعاني منها الكثير من الشباب في الأجواء الغير مستقرة وضعف الثقة في النفس،

.60

¹ باريش أشرف الدين

.61

²

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

بالإضافة إلى تشويش التفكير في مختلف القضايا التي تواجههم سواء في الحياة الدراسية أو في مجمل الحياة التي يعيشها، فعدم قبول الطالب الحياة الاجتماعية بما فيها من بناء صداقات وعلاقات اجتماعية وعدم تقبل النظام الجديد الموجود في المجتمع الجامعي مما يؤدي إلى شعور بالوحدة والعزلة.¹

2.4 . المشكلات الدراسية

يعاني الطالب الجامعي من أهم المشكلات الدراسية المتمثلة في:

- قبول الطالب في قسم غير راغب فيه لايزال في الجامعات العربية قائما على أساس المعدلات النهائية.
- الضعف في اللغة الانجليزية فالتالي لا يستطيع استخدام مدخرات اللغة الحية في فهم الكتاب الجامعي المكتوب باللغة الانجليزية.
- الضعف في اللغة العربية فالتالي يجب على أسئلة الامتحان بإجابة تعج بالأخطاء النحوية والإسلامية وبأسلوب ركيك.
- عدم الإحساس الطالب أحيانا بجدوى دراسة مادة معينة او بما سوف يدرسه من محتوى.²

3.4 . المشكلات الاجتماعية:

لقد عرف "فرانك" المشكلة الاجتماعية على أنها صعوبة أو سوء تصرف لعدد كبير من الناس نسبيا مما ترغب في إزالته أو إصلاحه ويكون حل المشكلة الاجتماعية باكتشاف وسيلة للإصلاح أو الإزالة. والعوامل التي تؤثر على الطالب من الناحية الاجتماعية العلائقية:

الغربة: تعد الغربة والحنين إلى الأسرة عاملا مهما في عملية التأقلم مع الحياة الجديدة في الجامعة، وقد يضطر الطالب أحيانا لعدم قدرته على التكيف إلى كثرة السفر إليها أو محاولة التهرب من الوضع الحالي بشكل يؤثر على استمراره في الدراسة.

السكن في الجامعة: للإقامة في سكن الجامعة إيجابيات منها استقرار الطالب وتفاعله دراسيا واجتماعيا مع المجتمع الجامعي، إلا أن له نتائج سلبية بحيث يتعرض الطالب أحيانا لبعض المشاكل فيها، فقد لا يتوافق مع زميله في السكن بسبب اختلافات في الطباع والسلوك.³

4.4 . المشكلات الاقتصادية:

وتحصر فيما يلي:

- ارتفاع أثمان الكتب وتكاليف البحوث العلمية المطلوبة.

¹ قادري حليلة، مشكلات الطلبة الجدد، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، ع 07 وهران، جانفي 2012 94.

² 263.

³ سمية سعدون، أحمد فلوح، واقع مشكلات الطلبة الجامعيين الجدد، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية، 05، جامعة وهران، 2021، 264.

- مشكلة المواصلات والاسكان والتي تجعل الطالب دائم التفكير وعاجز عن التركيز في الدراسة.¹

1. 5. حقوق الطالب الجامعي

هناك عدة حقوق للطالب الجامعي، والتي تختلف باختلاف الجامعات والبلدان إلى أن هناك حقوق طلابية قارة وثابتة، و تتماثل بين الجامعات والدول خاصة في خضم هذه التطورات العلمية والانفجار المعرفي، وتتمثل أهم الحقوق في:

- **الاستفادة من معرفة وعلم لديهما معنى (تكوين جيد):** حيث أثبتت بعض الدراسات أن لا علاقة لصعوبة المادة المتعلمة بالمشكل الذي يعانیه الطلبة أحيانا، وحتى السلبية التي يتمتع بها الأساتذة والجفاف والتشدد، فالطالب إذا ما توفر له معنى للمعرفة التي يقصد الجامعة لأجلها فسيكون راضيا.

- **تنظيم حياته:** للطالب الحق في تنظيم حياته الاجتماعية والتمتع بكل الحقوق التي يؤهل لها كمواطن لإنجاز المشاريع واثبات الذات الاجتماعية، تحقيق أمانى المستقبل... الخ.

. حق الطالب في المشاركة التربوية: التي تكون على شكل تشاور وأخذ ورد، فالطالب يجب أن تسمع وجهة نظره في الدراسة التي يتلقاها وفي الجامعة كمؤسسة تعليمية راقية وفي كل قضايا التعليم التي تخص مستقبله من قريب أو من بعيد.

- **حق الطالب في اختيار محتوى المواد المقررة:** أي جعل هذا المحتوى ملائما لمستواه، باعتبار أن خريطة العالم المعرفي لكل شخص تعتبر فردية وليس هناك إثنان يعيشان عالما معرفيا واحدا.²

حقوق الطالب الجامعي من الأمور التي يبحث عنها كثير من الطلبة، حيث أنه يتمتع بها في بيئته الجامعية والتي يجب الالتزام بها، فحقه الأساسي هو متابعة التعليم طالما أنهم يتقيدون باللوائح التي تفرضها الجامعة، كما هو الاعتراف بهم كأعضاء في الهيئة الطلابية.

1 .265

² مرزاق إيمان، العوامل المؤثرة على ثقافة المطالعة لدى الطالب الجامعي، مذكر لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربوي، جامعة أكني محند أولحا البويرة، 2018، 2017. 38، 39.

خلاصة:

لقد وضحت العناصر السابقة لهذا المبحث أهم الخصائص التي تميز الطالب الجامعي عن باقي الشباب، وأهميته الكبيرة داخل المجتمع إذ يعتبر من بين أهم الركائز الأساسية التي يرتكز عليها لما يملكه من مؤهلات وقدرات تسمح له بحل مختلف المشاكل التي تواجه المجتمع وكذا المساهمة في تطويره.

المبحث الثاني: مدخل نظري لليوتيوب

تمهيد

- 01 . تعريف اليوتيوب
- 02 . نشأة وتطور اليوتيوب
- 03 . خصائص اليوتيوب
- 04 . مزايا وعيوب اليوتيوب
- 05 . إحصائيات حول اليوتيوب
- 06 . نماذج عن قنوات يوتيوب جزائرية

تمهيد

شهدت السنوات الأخيرة انتشارا كبيرا لمواقع التواصل الاجتماعي حول العالم، مما أدى إلى كسر الحدود وجعل العالم قرية صغيرة، ومن أبرز هذه المواقع موقع يوتيوب الذي يعتبر منصة عالمية لملايين الفيديوهات، ويعد من بين أكبر المواقع على شبكة الأنترنت ويقوم ببث فيديوهات متنوعة في مختلف المجالات (اجتماعية، سياسية، ثقافية...)، لذا جاء هذا المبحث للتعرف أكثر على ماهية موقع اليوتيوب انطلاقا بلمحة عن نشأته وتطوره وكذا خصائصه، مميزاته وعيوبه، بالإضافة إلى بعض الإحصائية عنه ونماذج بعض القنوات الجزائرية على اليوتيوب.

1.2 . تعريف اليوتيوب

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا.¹ اليوتيوب هو من بين أشهر المواقع الاجتماعية في العالم يسمح بإنشاء وإنتاج مقاطع فيديو وتحميلها ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك مجانا بواسطة الأنترنت، كما يمكن مشاهدة كل الأفلام من خلاله بالمجان.

2.2 . نشأة وتاريخ اليوتيوب

تأسس في بداية عام 2005 على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة Pay pal، وهؤلاء الموظفين هم تشاد هيرلي chad harly و ستيف تشين stevechen وجاود كريم jawed karim في ولاية كاليفورنيا في الولايات الأمريكية، حيث كان هيرلي وستيف تشين يقومان بالنقاط صور فيديو في أحد الاحتفالات، ولصعوبة نشر هذه الصور تم التفكير في إنشاء اليوتيوب و تم إطلاق نسخة تجريبية منه عام 2005، وفي شهر تشرين الثاني من نفس العام تم اطلاق النسخة الرسمية منه وفي عام 2006 اشترت شركة جوجل هذا الموقع. وقد انتشر استخدام youtube انتشارا مذهلا في شتى بقاع العالم بسبب ميزة قصر مدة الفيديو على هذا الموقع مقابل المادة التلفزيونية الطويلة.²

وفي عام 2011 بلغ عدد زوار الموقع 800 زائر شاهدا و 90 مليار مشاهدة، وقد استعملت 45 لغة في اليوتيوب، وكانت نسبة المشاهدة لليوتيوب من خارج الولايات المتحدة 70% من إجمالي المشاهدين، وكانت نسبة 10% من المحتوى ذات تقني HD، وقد دخل ما نسبته 13% من الزوار لليوتيوب عبر الأجهزة الذكية، وفي عام 2012 بلغ عدد الساعات المحملة على اليوتيوب كل دقيقة 72 ساعة و بلغ عدد المشاهدات عبر الهواتف الجواله 600 مليون مشاهدة اضافة الى أربع مليارات مقطع يشاهد يوميا، ويتم مشاهدة ثلاث مليار ساعة شهريا.³ وفي أكتوبر 2006 كانت أهم اللحظات حيث قامت شركة غوغل بالاستحواذ على مقع اليوتيوب بصفقة ضخمة قدرت ب 1.65 بليون دولار.

¹ علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، 2015 177.

² علي خليل شقرة، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014 90.

³ بلباي أشواق، اعراج فطيمة، تفاعلية التطبيقات الإلكترونية في الهواتف الذكية - اليوتيوب نموذجا، دراسة ميدانية لعينة من طلبة الإ

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في السمي البصري، جامعة حمة لخضر الوادي، 2019 2020 28

وقد نال الموقع جائزة رجل العالم عام 2006 من مجلة تايم الأمريكية لدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها في الموقع.¹

2. 3 . خصائص موقع اليوتيوب

حدد دوفي (Duffy;2008: 124) أبرز الخصائص الرئيسية في موقع اليوتيوب ويمكن إجمالها فيما يلي:

- يضم الموقع مجموعة واسعة من محتوى الفيديو بما في ذلك الأفلام، ومقاطع تلفزيونية، وأشرطة الفيديو والموسيقى، بالإضافة إلى هواة المحتوى كالمدونين وأشرطة الفيديو القصيرة.
 - يمكن للمستخدمين غير المسجلين مشاهدة معظم أشرطة الفيديو على الموقع.
 - يمكن الإشارة إلى أن بعض محتويات الفيديو غير لائقة أو لا تناسب القصر.
 - إضافة عنوان رئيس يصف الفيديو.
 - تضاف كلمات أو تاجز (Tags) تصف الفيديو في كلمات بسيطة لتسهيل تصنيفه.
 - يمكن إنشاء قنوات منفصلة لكل مستخدم.
 - احتواء الموقع على مقاطع فيديو ذات صلة بمحتوى الفيديو، حيث يستدل عليها موقع اليوتيوب من خلال عنوان مقطع الفيديو المحمل والكلمات أو التاجز المستخدمة في وصفه.
 - يمكن الاشتراك والتسجيل في قناة معينة لتصل رسالة إلكترونية إلى بريد المسجل في هذه القناة تخبره بجديد مقاطع الفيديو التي تم تحميلها.²
- كما توجد مميزات أخرى لليوتيوب تتمثل في:
- حفظ الفيديوهات ومشاهدتها في وقت لاحق.
 - الترجمة: إذ يتوفر اليوتيوب على خاصية الترجمة، بالإضافة إلى توفره على العديد من الفيديوهات المترجمة وكذا المدبلجة.

- تحويل الفيديو إلى نص مكتوب.

2. 4 . مزايا وعيوب اليوتيوب

لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدمه مهما كان موقعه، ومهما تعددت اهتماماته.

2. 4 . 1 . جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث ممكنة:

¹ كنزة مناخ، استخدام المراهقين لموقع يوتيوب والإشباع المحققة منه، دراسة ميدانية على عينة من مراهقي ثانوية فرحاتياحميدة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016 2017 69.

² أكرم عبد القادر عبّ الله فروانة، فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية الإسلامية بغزة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في المناهج وطرق التدريس، الجامعة الإسلامية بغزة، 2012 47.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

بل وسهلة جدا، فلا يكاد حدث في ليل أو نهار إلا ويصور، ويسجل في نفس اللحظة ممن شهدوا هذا الحدث، حيث أصبحت وسائل التصوير والتوثيق سهلة وفي متناول يد عامة الناس الذين أصبحوا كصحفيين و مراسلين للصحافة ووكالات الأنباء يزودونها بالأخبار مقروءة ومسموعة ومشاهدة أول بأول.

إن توثيق الصور عن طريق اليوتيوب يفضح ويكشف الكذب والتزوير، فعن طريق مشاهدة الفيديو على موقع اليوتيوب يمكن أن تكشف وتعلن حقائق من مصلحة البعض إخفاءها، بالتالي فإن هذا التوثيق يلعب دورا كبيرا في إظهار الحقائق وإزالة كثير من الغشاوة عن أعين الكثيرين.

2. 4. 2. يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب:

وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث حدث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن، وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أذق المشاهد في الذهن، و يأتى في الآراء بشكل كبير. كما أن تكرار عرض المشاهد قد يوفر إمكانية اكتشاف جوانب من الأحداث وحقائق يمكن أن لا يتم ملاحظتها في مشاهدة أو مشاهدتين.

2. 4. 3. إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة:

بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب أن يدخل على الكثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين، ويتمكن من رؤيتها مما يساهم مساهمة كبيرة وفعالة في زيادة معلوماته عن الموضوع، ويوسع مداركه عنه. كما تم إعطاء مساحة للمشاركة في إبداء الرأي حول المشاهد المعروضة عبر اليوتيوب، مما يتيح المجال للتفاعل بين كافة المشاهدين، وإثراء الموضوع بالآراء المختلفة.

2. 4. 4. إعطاء الإمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب:

وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع، والتأكد من اعتماد التعديل فورا.

2. 4. 5. سهولة الاستعمال والمشاهدة:

حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدتها.

2. 4. 6. اليوتيوب عام ومجاني:

حيث أنه متاح لكافة الناس، يستطيع كل من يسجل في الموقع أن يقوم بتحميل ما يشاء من أفلام ضمن شروط وضوابط معروفة ومنشورة في الموقع.

وبالتالي يستطيع كل من يريد الترويج لأفكاره وشرحها على اليوتيوب دون تحمل عناء الترويج بالطرق

التقليدية، أو تحمل تكاليف خاصة، لأن ذلك لا يتطلب سوى كاميرا رقمية أو حثا كاميرة هاتف جوال.¹

¹ علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص ص 93 94.

2. 4. 7. توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب:

من محاضرات وخطابات ومعلومات... إلى عدة لغات ترجمة فورية، بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة كانت.¹

عيوب اليوتيوب: من بين عيوب اليوتيوب ما يلي:

- الملكية الفكرية أين يتعرض الكثير من الملكيات الفكرية الفنية والثقافية للاستغلال دون اللجوء إلى إذن صاحبها سواء يقصد أو من دون قصد.

- حجب الموقع من بعض الدول.

- إمكانية اختراق الموقع.

ونجد أيضا عيوب أخرى لليوتيوب من بينها:

- المحتويات غير اللائقة في بعض ملفات الفيديو بالرغم من أن بنود خدمة اليوتيوب تمنع تحميل أي مواد من المحتمل اعتبارها غير لائقة، فإن عدم القدرة على فحص جميع ملفات الفيديو قبل إرسالها إلى الأنترنت يعني أن احتمال حدوث السقطات أمر وارد.

- يوتيوب آخر الصراعات التقنية وهي وسيلة تحمل الخير والشر.

- عدم وجود رقابة أخلاقية على الموقع بالقدر الكافي.²

إن قنوات اليوتيوب تحمل العديد من المزايا والعيوب كنتيجة لطبيعة الاستخدام، بمعنى أن الاستخدام الصحيح لقنوات اليوتيوب يعود بإيجابيات على المستخدمين والذي يعد الطلبة جزءا هاما منه، والعكس صحيح فالاستخدام الخاطئ لقنوات اليوتيوب يعود بسلبيات على المستخدمين.

2. 5. إحصائيات حول اليوتيوب

- عدد المشاهدات يصل إلى أكثر من ملياري مشاهدة يوميا.

- يعد يوتيوب ثالث موقع عالمي من حيث الزيارات بحسب الإحصاءات.

- موقع يوتيوب متوفر في 23 بلداً من خلال 24 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.

.95

آية، وآخرون، دور اليوتيوب في ترتيب أولويات الجمهور حول المشكلات الاجتماعية، قناة أنس نيتا نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- 70% من 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.¹

2. 6. نماذج عن قنوات يوتيوب جزائرية

- قناة "Anestina": 400 ألف مشترك، 30 مليون مشاهدة:

أطلق أنس بوزغوب المعروف باسم أنس تينا قنواته في عام 2011، أين يقوم بتقديم سلسلة من النقد الساخر لكل ما يتعرض له في يومياته كجزائري من السياسة، الاقتصاد، الثقافة، وإلى المجتمع، حيث يعد أول جزائري يحصل على جائزة يوتيوب الفضية. <https://www.youtube.com/watch?v=oPfbYkarFR4>

- قناة "Mister x": أطلق سمير زيان قنواته في منتصف عام 2012، والتي يتغلب عليها مسحة سياسية ساخرة، إذ كان الفيديو الأول الذي أنتجته في قنواته يتناول مهازل الانتخابات التشريعية، كما تطرق للعديد من المواضيع الشائكة بطريق بسيطة دون تجريح، كفيديو عبد المالك سلال الذي قام بعرض مستوى الخطاب المتواضع وطريقة كلامه الغريبة التي لا تليق بمسؤول كبير. <https://www.youtube.com/channel/UCvtMxKueBH-9mMxVRrDMoLg>

- قناة "Digaman": 13 ألف مشترك، ومليون مشاهدة:

وهي لنصر الدين قاسم، حيث حققت صدى واسع وانتشرت فيديواته بشكل قياسي على شبكات التواصل الاجتماعي يوتيوب وتدور معظم مضامينها حول المواضيع المستفزة للرأي العام، أين يقوم بتناولها بطريقة تضع الجزائري وجها لوجه مع أخلاقه، ومن بين المواضيع التي تطرق لها في اختطاف الأطفال عمال النظافة. <https://www.youtube.com/user/gacemtotorina>

- قناة أم وليد: وتعتبر من أكثر القنوات مشاهدة على اليوتيوب حتى أنها تفوقت على القنوات التلفزيونية محتواها عبارة عن فيديوات لمختلف المأكولات بطريقة مبسطة مباشرة من مطبخ أم وليد، هذا بعيدا عن الفخامة وبمواد موجودة في كل عائلة جزائرية. <https://www.youtube.com/watch?v=BGmgZCmgzX>

- قناة محمد الفاتح الجزائري معارف وعلوم وسياحة وترفيه: هي قناة للأستاذ محمد الفاتح حمدي، يقدم من خلالها دروس وشروحات ومحاضرات وندوات أكاديمية في علوم الإعلام والاتصال الجماهيري والتعريف بمختلف المناطق الجزائرية والعربية وتقديم مواد إعلامية ترفيهية، تحتوي على ثلاثة آلاف مشترك ومليون مشاهدة. https://www.youtube.com/channel/UCx6a4Z4wn7Tel1ibyQGEUkg/about?app=desktop&disable_polymer=1

خلاصة

من خلال العناصر التي تم تقديمها نستنتج أن موقع اليوتيوب أصبح مهما في عالم التكنولوجيا، حيث اكتسب شهرة كبيرة في وقت وجيز نظرا للامتيازات التي يقدمها لمستخدميه كونه يحتوي على مختلف المجالات والمواضيع المتنوعة التي ترضي وتشبع رغبات كافة المستخدمين.

المبحث الثالث: الطالب الجامعي واليوتيوب

تمهيد

- 01 . استخدام اليوتيوب في تحقيق التعليم الذاتي للطالب الجامعي
- 02 . فوائد استخدام الطلبة الجامعيين لليوتيوب
- 03 . إشباع الطلبة الجامعيين من استخدام اليوتيوب
- 04 . مميزات اليوتيوب في التعليم

المبحث الثالث: الطالب الجامعي واليوتيوب

تمهيد

يعتبر اليوتيوب من أقوى وأشهر تطبيقات الويب على شبكة الأنترنت، ورغم أن أغلب المتصفحين يستخدمونه للترفيه، إلا أنه أداة فعالة في التعليم، سواءً في الأبحاث أو العروض التعليمية، إذ يساعد بشكل كبير في توضيح بعض المواضيع التي يصعب استيعابها من طرف الطلبة الجامعيين، وهذا ماسيتم توضيحه في هذا المبحث من خلال التطرق إلى فوائد استخدام الطلبة الجامعيين لليوتيوب، وأيضاً استخدام اليوتيوب في تحقيق التعليم الذاتي للطلاب الجامعي وكذلك تطرقنا إلى أهم الإشباعات التي يحققها الطالب الجامعي من وراء استخدامه لليوتيوب وأخيراً مميزات اليوتيوب في التعليم.

01 . استخدام اليوتيوب في تحقيق التعليم الذاتي للطلاب الجامعي

لقد أصبح اليوتيوب بمميزاته التي تعرضنا لها سابقاً منفذ إعلامياً للكثير من الطلبة والأساتذة، باعتباره الوسيلة الأساسية التي تتيح لأي كان الظهور وتمنح الفرصة للوصول إلى الملايين من خلال خدماتها التعليمية، ومحتوياتها ومن أهم استخداماتها اليوتيوب في التعليم ما يلي:

- تعلم مختلف أنواع العلوم، حيث يمكن استخدام اليوتيوب في مختلف أنواع العلوم وعرض التجارب التعليمية التي يمكن تطبيقها في المخبر، أو التي تحتاج إلى وقت لتنفيذها أو لدواعي الحفاظ على سلامة الطلبة.
- يمكن تضمين الفيديو في كافة مواقع التواصل الاجتماعي التي تتبع تقنية الويب 2، مثل الفيسبوك المنتديات التعليمية أنظمة إدارة التعلم للاستفادة منها تعليمياً من خلال الربط Embed، الذي يوجد في كل مقطع الفيديو.
- إمكانية تضمين فيديو يوتيوب في العروض التقديمية الخاصة ببرامج الباوربوانت .
- توفير بعض مزايا الترجمة، بحيث يمكن ترجمة بعض مقاطع الفيديو إلى العديد من اللغات من بينها اللغة العربية.
- تنفيذ بعض الأنشطة البحثية حيث يمكن للمعلم تكليف الطلبة بالبحث عن مقاطع الفيديو، لموضوع معين وبطلب منهم كتابة تقرير يلخص هذه المقاطع ومحتوياتها ويعقد المقاربات بينهما.
- توفير مصادر تعليمية، متنوعة وهنا يعرض على الطلبة مجموعات مختارة من المصدر التعليمية التي تخدم الدرس مما يجعل مصدر متنوع للتعليم.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- يسمح اليوتيوب في نقل المحاضرات والمؤتمرات، مما يسمح في التعلم ذاتيا.¹
- يشير منصور إلى أهمية الفيديو كوسيلة تعليمية، تساهم في تطوير العملية التربوية ودعم التعلم الذاتي للطالب لما لها من مزايا منها:
- وسيلة تعليمية شاملة وجامعة بين الصورة والصوت والحركة، ويمكن استخدام أكثر من وسيط تعليمي في البرنامج الواحد.
- المشاركة الايجابية والفعالة عند استخدام الفيديو من قبل المعلم والطلبة.
- زيادة توضيح المفاهيم المعقدة في المادة التعليمية عن طريق تعلم الطالب، بنفسه مما يسهل سير العملية التربوية.
- يمكن للمعلم مشاهدة الفيديو أكثر من مرة قبل عرضه، كما يمكن للطالب استخدامه في أي وقت.
- يزيد من القدرة على التحليل، لذا يعتبر أكثر فائدة للطلبة من النص التقليدي: كما يمكن تعداد مزاياه في الآتي:
- تأثير الفيديو على الطالب يطرأ لعوامل الجذب، وبالتالي استغلاله لغرض التعليم.
- تعزيز دافعية الطالب للتعلم.
- تعلم اللغة الانجليزية بشكل ينمي مهارات الطلبة، في المحادثة والاستماع والنطق الصحيح للكلمات والجمل.
- التفاعل مع المحتوى التعليمي.
- يساعد الطلبة في التعلم الذاتي مما يزيد من كفاءة العملية والتعليمية.
- خاصة إضافة ملفات الفيديو إلى المدونات والشبكات الاجتماعية الكبرى لتتم مشاهدتها بشكل فوري.
- خاصية الالتقاط السريع والتي تمكن أي مستخدم يمتلك كاميرا ويب من تسجيل ملفات الفيديو التي يرغب بمشاركتها.²

02 . فوائد استخدام الطلبة الجامعيين لليوتيوب

- تحقيق تعلم ذو جودة عالية: يتيح موقع اليوتيوب خبرات تعليمية متنوعة وتنمي للطالب مهارات التعليم كما يتحول الشباب إلى المشاهد في الفيديوهات مما يؤدي إلى تحقيق المهارات ذات النوعية الجيدة.
- المنفعة: التي تستهدف التعرف إلى الذات واكتساب المعرفة والحصول على المعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.
- الطقوس: التي تستهدف تضيئة الوقت وتحقيق المتعة والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه في البرامج الخيالية مثل: المسلسلات والأفلام والمنوعات.¹

¹ دربال سارة، حداد صونية، مواقع التواصل الاجتماعي، آلية لتحقيق التعليم للطالب الجامعي، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، العدد 01

03 . اشباعات الطلبة من استخدام موقع يوتيوب

- . الإشباعات التوجيهية: ويقصد بها اكتساب الطالب معلومات جديدة أو مهارات عامة أو متخصصة أو تأكيد الذات والاستفادة من بعض المعلومات من موقع اليوتيوب.
- . الإشباعات الاجتماعية: وترتبط بين المعلومات التي يحصل عليها الطلبة وشبكة علاقاتهم الاجتماعية مثل: التحدث مع الآخرين والاحساس بالتميز.
- . الإشباعات شبه التوجيهية: وهي مكمل للإشباعات التوجيهية وتتمثل في الشعور بالراحة والاسترخاء والمتعة وتجدد النشاط.
- . إشباعات شبه اجتماعية: وتكمل الإشباعات الاجتماعية مثل: استخدامه للتخلص من الإحساس بالوحدة والضجر والضيق.²

04 . مميزات اليوتيوب في التعليم:

- تشير العديد من الدراسات منها دراسة آدم و مورز (Mowers,Adam,2007)، ودوفي () 125-126: 2008، DuffK، وبريك وسنايدر (Burke,Snydre,2008:2) إلى مميزات اليوتيوب في التعليم كما يلي
- تشجع على الإبداع، كونها منصة للطلبة للتفاعل وليس مجرد مشاهدة المحتوى.
- يسمح اليوتيوب بالاستفادة المثلى من وسائل الإعلام الجديدة لنقل المعلومات والمعرفة.
- يساهم في تعزيز روح المناقشة الفاعلة بين المتعلمين.
- يخلق مجتمعا تعليميا حرا يستطيع المشاركة والتقييم، ويعمل على بناء المحتوى ونشره لزملائه.
- يعتبر أحد موارد التعليم المجانية، وهذا يعتبر أحد الاعتبارات الهامة لميزانيات التعليم.
- سهولة استخدام روابط اليوتيوب في العروض التقديمية كالبوربوينت (MS Power Point)، وفي منصات التعليم الالكتروني كالمودل (Moodle).³

¹ بسمة، استخدامات الطلبة الجامعيين للميديا الجديدة - اليوتيوب نموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عب الحميد بن باديس مستغانم، 2020 2021 .49

² .50

³Duffy, P.(2008):Engaging the YouTube Google –Eyed generation : Strategies for Using Web 2.0 in Teaching and Learning ,The Electronic Journal of E-learning ,VOL 6,NO 2,PP119-130.

خلاصة

من خلال ما تم عرضه في هذا المبحث نستنتج أن اليوتيوب له العديد من المميزات والتي من بينها احتواءه على آلاف الفيديوهات التعليمية التي تساهم بشكل كبير في دعم الطلاب وتسهيل بعض الصعوبات التي تواجههم في مشوارهم التعليمي.

الفصل الثالث:

عرض وتفريغ وتحليل البيانات

تمهيد

- 01 . تحليل البيانات الأولية
- 02 . عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لقنوات اليوتيوب
- 03 . دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب
- 04 . الإشباع المحققة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال من استخدامهم لقنوات اليوتيوب
- 05 . الآثار المترتبة من استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات يوتيوب
- 06 . النتائج العامة للدراسة

تمهيد

بعد تعرضنا لمختلف الجوانب النظرية في الفصل السابق والتي لها علاقة بموضوع دراستنا الذي يحمل عنوان "استخدامات الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتوب والإشباعات المحققة منها" سوف نقوم في هذا الفصل الخير من الدراسة بعرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من أداة جمع البيانات والمتمثلة في استمارة الاستبيان التي ساعدتنا في جمع المعلومات حول مختلف الطلبة الجامعيين لها ومختلف الإشباعات التي تحقق لهم، بالإضافة إلى دوافع استخدامهم لها.

I- المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية

I-1- تحليل البيانات الأولية

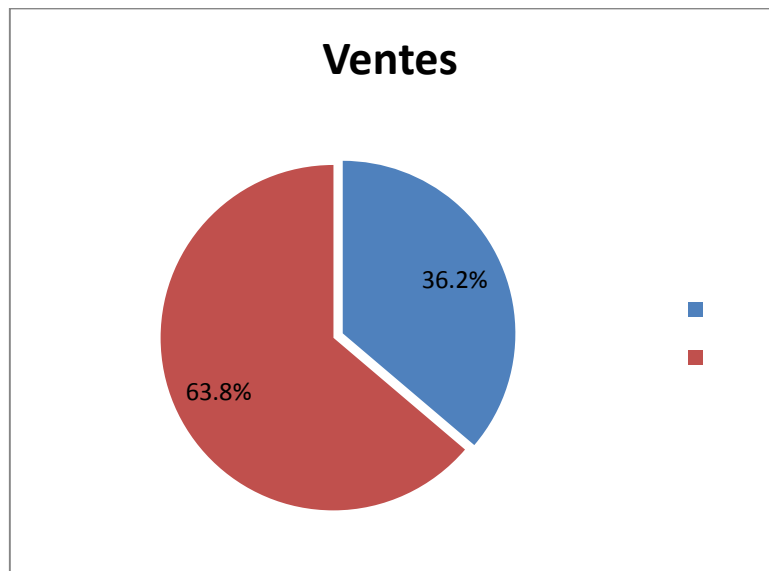
المحور الأول: البيانات الشخصية

1 . الجدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
36,2%	38	ذكر
63,8%	67	إناث
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (1): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

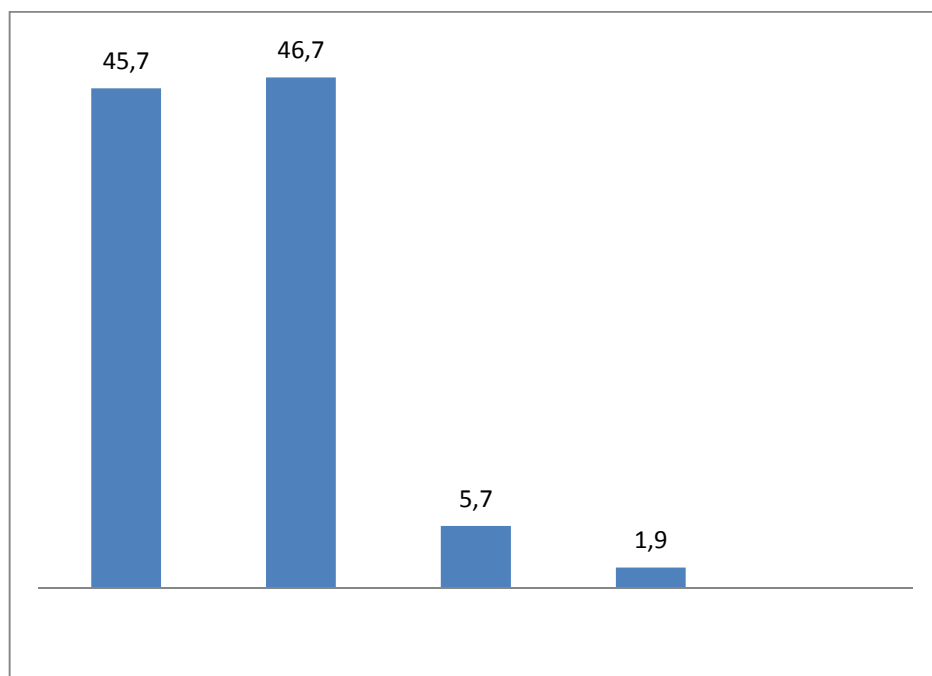
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (01) والشكل رقم (01) أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن نسبة الإناث (63,8%) فاقت نسبة الذكور والتي قدرت بنسبة (36,2%)، وعليه نستنتج أن الإناث استحوذت على النسبة الأكبر وقد يرجع ذلك إلى أن نسبة الإناث في قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل أكثر من الذكور بالإضافة إلى أن الإناث يحبون مواصلة الدراسة عكس الذكور وكذلك عزوفه عن الذهاب اليومي للجامعة.

2. الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية%	التكرار	السن
45,7%	48	19 . 23 سنة
46,7%	49	24 . 28 سنة
5,7%	06	29 . 33 سنة
1,9%	02	أكثر من 33 سنة
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناء على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

يوضح الجدول رقم (02) والشكل رقم (02) أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، حيث تبين أن أعلى نسبة 46,7% قد استحوذت عليها الفئة العمرية (24 . 28 سنة) ثم تليها نسبة 45,7% لفئة (19 . 23

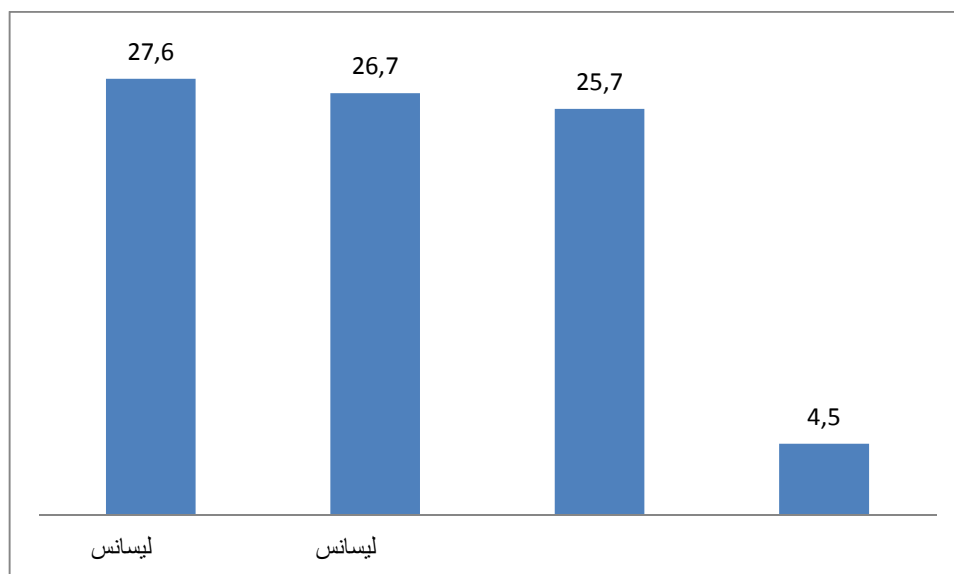
سنة) وفيالمرتبة الثالثة جاءت الفئة العمرية (من 29 . 33 سنة) بنسبة 5,7%، وفي المرتبة الأخيرة كانت الفئة العمرية (أكثر من 33 سنة) بنسبة 1,9%، وذلك راجع إلى أن الفئة العمرية الغالبة في الجامعة تنحصر من (28. 24)، بينما نجد فئات عمرية تمثل شريحة صغيرة تكون أعمارهم ما بين 29 إلى أكثر من 33.

3. الجدول رقم (3): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى الجامعي
27,7%	29	السنة 2 ليسانس
26,7%	28	السنة 3 ليسانس
25,7%	27	السنة 1 ماستر
20,0%	21	السنة 2 ماستر
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

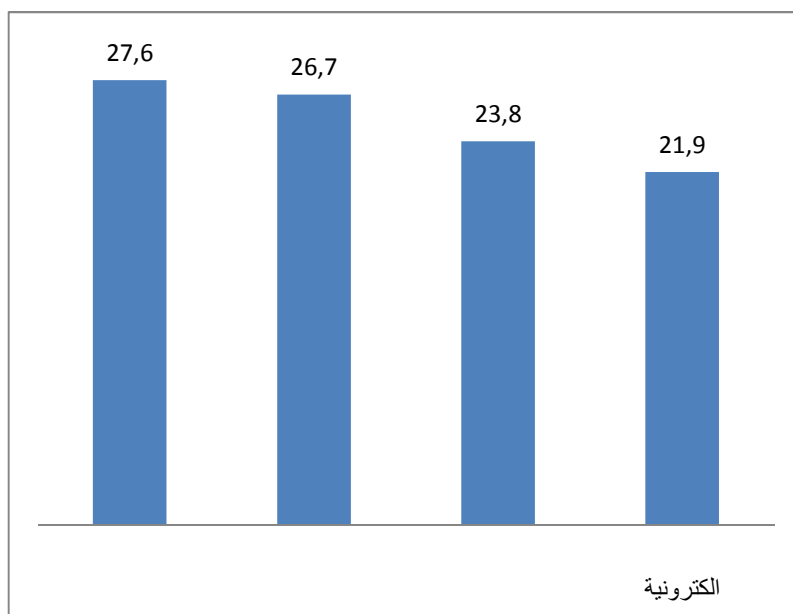
نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) والشكل رقم (03) أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي أن أغلبية أفراد العينة يدرسون في السنة الثانية تخصص علوم الإعلام والاتصال حيث قدرت نسبتها ب 27,6% وهو ما يعادل 29 مفردة وجاءت بعدها مباشرة فئة السنة الثالثة تخص إعلام بنسبة 26,7% و هذا راجع إلى رسوب بعض الطلبة، لتليها مباشرة سنة أولى ماستر بنسبة 25,7% وهذا نتيجة تخرج بعض الطلبة بشهادة الليسانس وعدم إكمال الماستر، فيما جاءت الفئة الأخيرة لسنة الثانية ماستر بنسبة 20,0% أي ما يعادل 21 مفردة.

4 . الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
علوم الإعلام والاتصال	29	27,6%
إعلام	28	26,7%
سمعي بصري	25	23,8%
صحافة مطبوعة وإلكترونية	23	21,9%
المجموع	105	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

يوضح الجدول رقم (04) والشكل رقم (04) أعلاه تقسيم أفراد العينة حسب متغير التخصص حيث نجد أن أكبر نسبة قدرت بـ 27,6% لفئة السنة الثانية وهذا راجع لكون طلبة السنة الثانية بجامعة محمد الصديق بن يحيى بقسم علوم الاعلام والاتصال أكثر من باقي السنوات وهو تخصص واسع يتفرع منه العديد من التخصصات الأخرى، تم تليها نسبة 26,7% لفئة السنة الثالثة، في حين تقاربت نسبة كل من تخصص سمعي بصري 23,8% وتخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية بنسبة 21,9%.

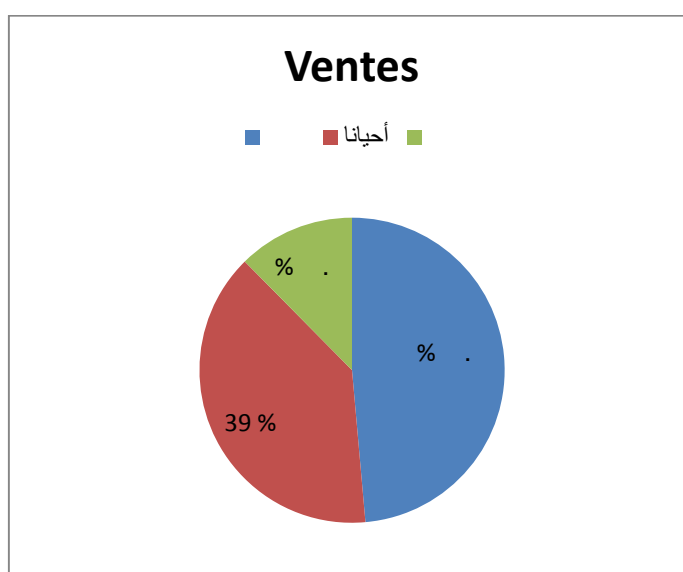
المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال لقنوات اليوتيوب.

5. الجدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع اليوتيوب

الحالات	التكرار	النسبة المئوية%
دائماً	51	48,6%
أحيانا	41	39,0%
ناذرا	13	12,4%
المجموع	105	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

من خلال الجدول رقم (05) والشكل رقم (05) أعلاه نلاحظ أن 48,6% من أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب بشكل دائم، و هذا يدل على أن المبحوثين وجدوا ما يشبع رغباتهم ويتوافق مع حاجاتهم، في حين نجد أن 39% هم اللذين يستخدمون الموقع من حين إلى آخر وهذا راجع إلى ضيق الوقت والتفرغ لانشغالات أخرى، في حين كانت نسبة 12,4% من أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب بشكل نادر وهذا راجع إلى عدم اهتمامهم وميلهم لهذا الموقع ويفضلون تصفح مواقع أخرى، وهذا يتفق مع توصلت له دراسة أمينة يخلف ومريم مخلوف، حيث أكدت أن أغلب الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم بنسبة 79,1%¹.

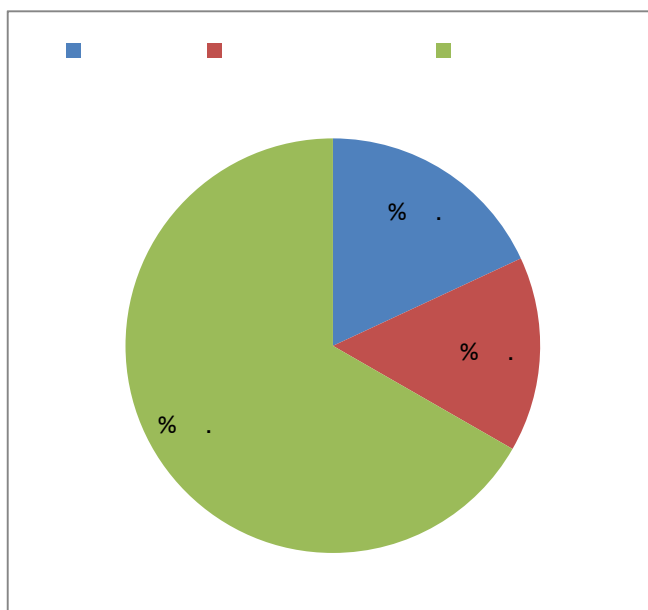
6. الجدول رقم (06): يمثل مدة متابعة طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب

¹ أمينة يخلف، مريم مخلوف، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في ع والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2019 2020 .84

النسبة المئوية%	التكرار	مدة المتابعة
18,1%	19	أقل من سنة
15,2%	16	من سنة إلى 3 سنوات
66,7%	70	أكثر من 3 سنوات
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (06): يمثل مدة متابعة طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

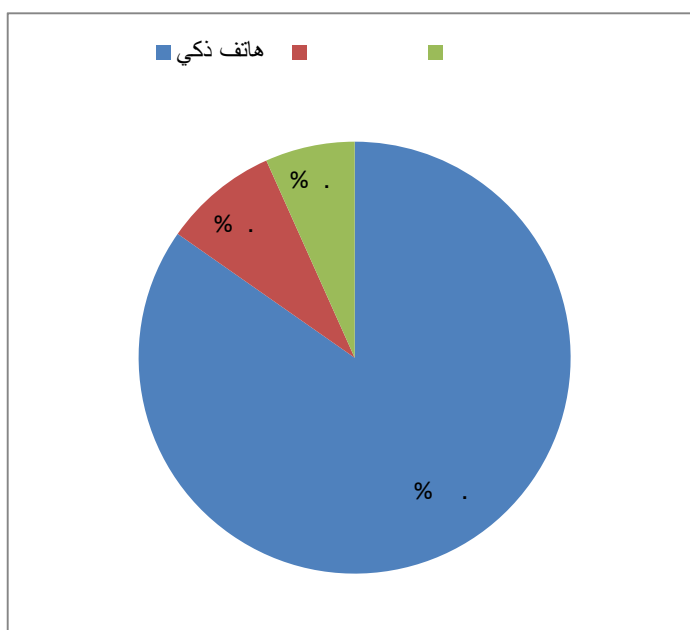
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (06) والشكل (06) أعلاه أن غالبية طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل كانت مدة متابعتهم لقنوات اليوتيوب أكثر من ثلاث سنوات بنسبة قدرت بـ 66,7% وتليها مدة أقل من سنة بنسبة 18,1%، وتأتي في الأخير مدة من سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة 15,2% وهذا ما يدل على أن أفراد العينة من بين المدمنين على متابعة قنوات اليوتيوب ومضامينها.

7. الجدول رقم (07): يمثل الوسيلة المستخدمة في متابعة قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية%	التكرار	الوسيلة
84,8 %	89	هاتف ذكي
8,6 %	9	حاسب آلي
6,7 %	7	لوح الكتروني
100 %	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (07): يمثل الوسيلة المستخدمة في متابعة قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

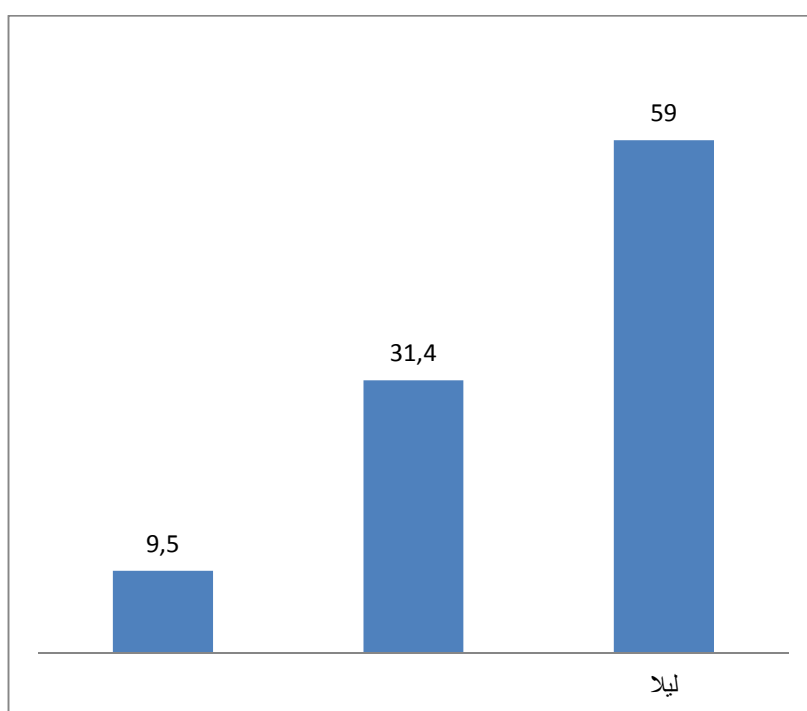
يوضح الجدول رقم (07) والشكل (07) أعلاه الوسيلة التي يستخدمها طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل في مشاهدة قنوات اليوتيوب، حيث أخذ الهاتف الذكي الحصة الأكبر بنسبة فاقت 84% ثم جاء بعده الحاسب الآلي بنسبة 8,6% وفي لمرتبة الأخيرة نجد اللوح الالكتروني بنسبة 6,7%. ومن خلال ملاحظة هذه البيانات يتضح أن جهاز الكمبيوتر لم تعد له الأولوية في الاستخدام لدى الطالب الجامعي فقد احتل الهاتف الذكي مكانه بفضل مزاياه الكثيرة.

8 . الجدول رقم (08): يمثل الفترة الزمنية المفضلة لمشاهدة قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية%	التكرار	الفترات
9,5%	10	صباحا
31,4%	33	مساء
59,0%	62	ليلا
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (08): يمثل الفترة الزمنية المفضلة لمشاهدة قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (08) والشكل (08) أعلاه والذي يمثل الفترة الزمنية المفضلة لمشاهدة قنوات اليوتيوب، وقد تبين لنا أن الفترة الليلية أكثر الفترات التي يفضلها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لمشاهدة قنوات اليوتيوب حيث فاقت نسبتها 58% وهذا راجع إلى كونها وقت تفرغهم وإنهاء انشغالاتهم اليومية، ثم جاءت بعدها الفترة المسائية نسبة 31,4% و هو وقت العودة من الجامعة، في حين يقل متابعتهم لقنوات اليوتيوب في الفترة الصباحية فغالبا ما يكون الطلبة في هذه الفترة في مقاعد الدراسة و هو السبب وراء انخفاض نسبة المشاهدة والتي قدرت ب 9,5%.

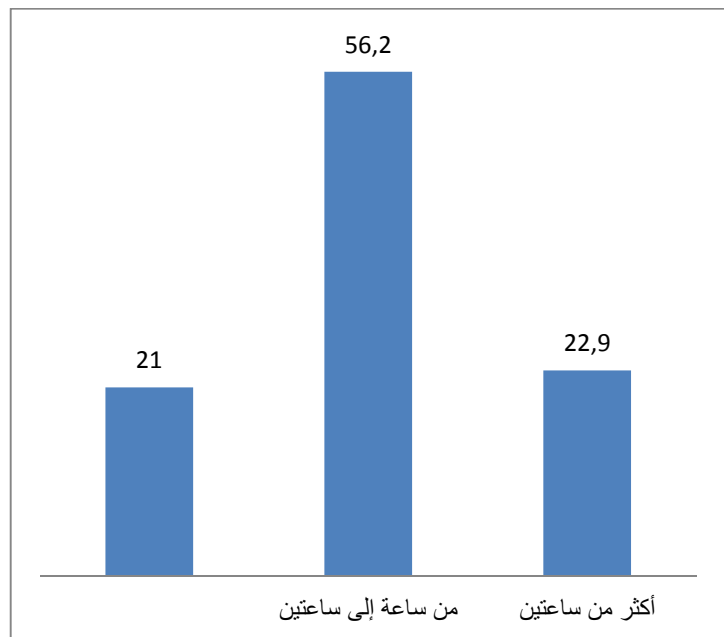
ومنه نستنتج ان متابعة قنوات اليوتيوب تكون في الفترة الليلية لدى الطلبة الجامعيين.

9. الجدول رقم (09): يمثل المدة الزمنية المستغرقة في مشاهدة قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية%	التكرار	المدة
21,0%	22	أقل من ساعة
56,2%	59	من ساعة إلى ساعتين
22,9%	24	أكثر من ساعتين
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (09): يمثل المدة الزمنية المستغرقة في مشاهدة قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

توصلت نتائج الجدول رقم (09) والشكل رقم (09) الذي يمثل المدة الزمنية التي يستغرقها طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال في مشاهدة قنوات اليوتيوب إلى أنهم يستخدمون قنوات اليوتيوب بشكل كبير، حيث أن أعلى نسبة قدرت ب 56,2% في حالة من ساعة إلى ساعتين، عكس دراسة رشيدة يسعد وصابرينة خلوف التي أكدت أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى 4 ساعات،¹ ثم تليها نسبة 22,9% في حالة أكثر من ساعتين، وهذا راجع إلى الخصائص التي يمتلكها موقع يوتيوب كالدماج بين الصوت والصورة والقدرة على تلبية حاجات وأذواق مختلفة، وقد كانت أدنى نسبة 21,0% في حالة أقل من ساعة، ويرجع هذا إلى استخدامهم مواقع أخرى كالفيسبوك والانستغرام وتويتر...

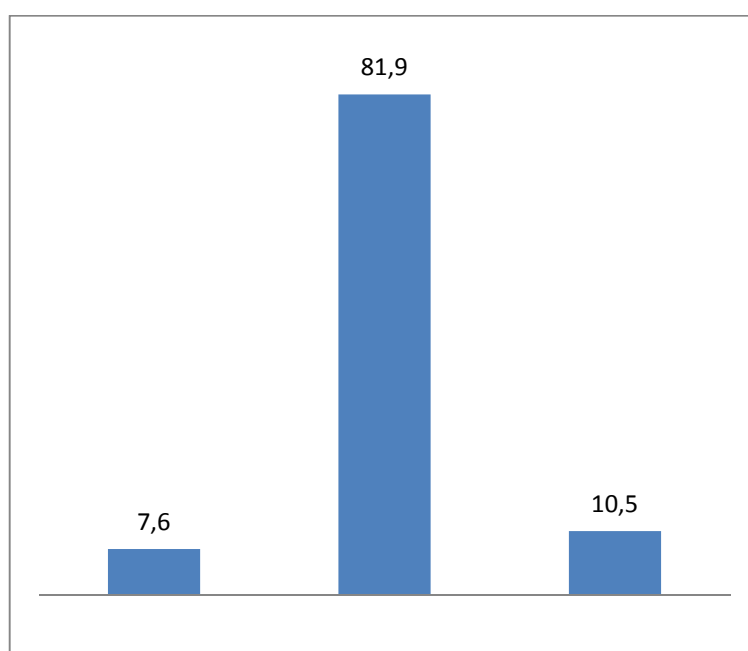
¹ يدة يسعد، صابرينة خلوف، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي للطلبة الجامعيين الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة المستر في علوم

10 . الجدول رقم (10): يمثل المكان المفضل لمشاهدة قنوات اليوتيوب لدى أفراد العينة.

النسبة المئوية%	التكرار	المكان
7,6%	8	الجامعة
81,9%	86	المنزل
10,5%	11	أماكن عامة
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (10): يمثل المكان المفضل لمشاهدة قنوات اليوتيوب لدى أفراد العينة



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

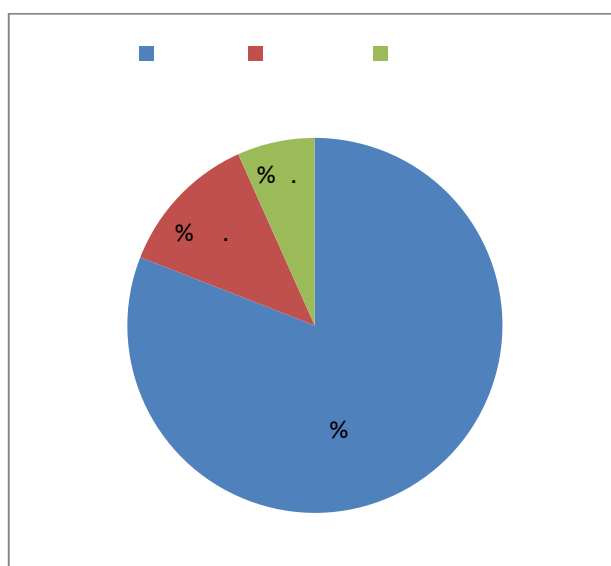
يبين الجدول رقم (10) والشكل (10) أعلاه الأماكن المفضلة للمبحوثين في مشاهدة قنوات اليوتيوب، وقد أظهرت النتائج أن أغلبية أفراد العينة يفضلون المنزل بنسبة 81,9%، وذلك راجع لتوفر خدمة الإنترنت في المنزل بالإضافة إلى وجود الوقت الكافي ويكونون في وضع يسمح لهم بمشاهدة قنوات اليوتيوب بكل أريحية، تم تليها أماكن بنسبة 10,5%، في حين كانت أدنى نسبة للجامعة وقد قدرت ب 7,6%، و يعود ذلك إلى وجودهم غالباً في مقاعد الدراسة وهذه النسبة هي التي توفر اشتراكهم في الإنترنت بالإضافة إلى عدم توفر شبكة وافي مجانية في الحرم الجامعي باستثناء قاعدة الإنترنت والتي غالباً ما يتم استخدامها للبحوث والمهام الجامعية.

11 .الجدول رقم (11): يمثل المشاركة في استخدام أفراد العينة لقنوات اليوتيوب

الحالات	التكرار	النسبة المئوية%
بمفردك	85	81,0%
مع العائلة	13	12,4%
مع الأصدقاء	7	6,7%
المجموع	105	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (11): يمثل اشترك أفراد العينة في استخدام قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

يوضح الجدول رقم (11) والشكل 11 استخدام الطلبة لقنوات اليوتيوب أنفسهم دون الآخر أو مع أفراد العائلة أو مع الأصدقاء وقد كانت النتائج كالتالي: استخدام أفراد العينة لقنوات اليوتيوب بمفرده بنسبة 81% وهي أعلى نسبة، أما المرتبة الثانية فكانت بنسبة 12,3% مع العائلة، أما المرتبة الأخير فكانت مع الأصدقاء بنسبة 6,7%.

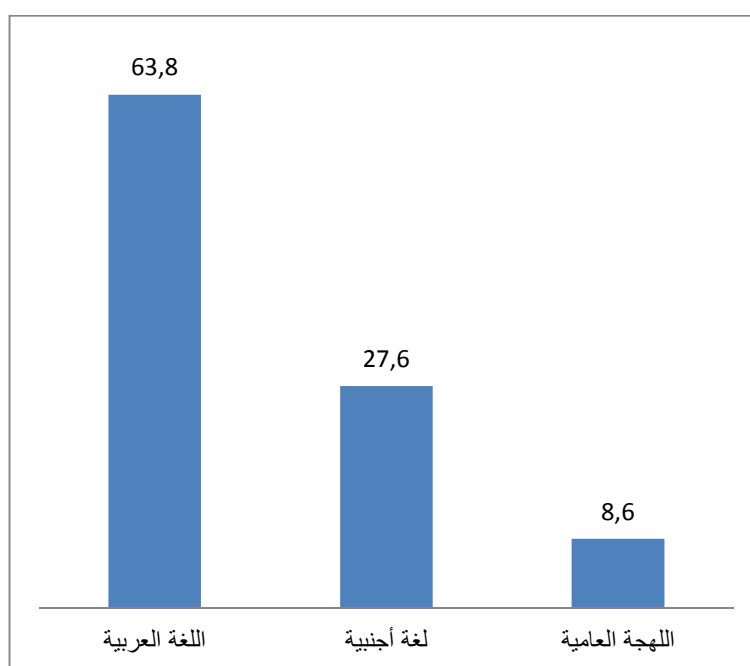
نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة يفضلون مشاهدة قنوات اليوتيوب بمفردهم وهذا حسب ميولهم وأذواقهم، بالإضافة إلى أن هناك نسبة صغيرة من أفراد العينة يحبون مشاركة أفراد العائلة في المضامين التي يتابعونها عبر قنوات اليوتيوب وغالبا ما يكون ذلك على شاشة التلفزيون.

12 . الجدول رقم (12): يمثل اللغة المفضلة لدى الطلبة في مشاهدة قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية%	التكرار	اللغة
63,8%	67	اللغة العربية
27,6%	29	لغة أجنبية
8,6%	9	اللهجة العامية
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (12): يمثل اللغة المفضلة لدى الطلبة في مشاهدة قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

الجدول رقم (12) والشكل (12) أعلاه يمثل اللغة المفضلة لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل في مشاهدة قنوات اليوتيوب، وقد احتلت اللغة العربية المرتبة الأولى بنسبة 63,8% ويرجع هذا لكونها اللغة الرسمية في العالم العربي و الجزائر، ثم تليها لغات الأجنبية بنسبة 27,6% وها يعود إلى أن بعض الطلبة يحبون التعرف وتعلم لغات أجنبية والتعرف على لغات عالمية أخرى، ثم تأتي بعدها في المرتبة الأخيرة اللهجة العامية المحلية في الجزائر بنسبة 8,6%.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يتابعون قنوات اليوتيوب الناطقة باللغة العربية.

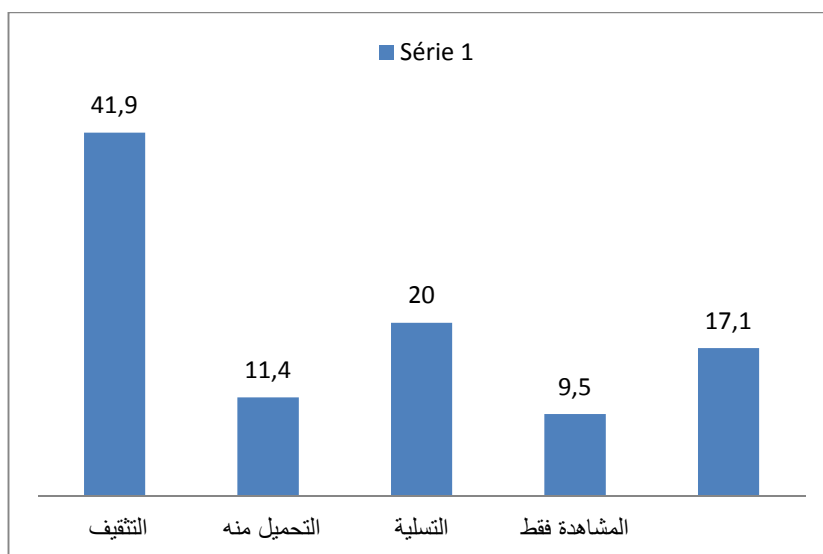
المحور الثالث: دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب

13 . الجدول رقم (13): يمثل دوافع طلبة جامعة جيجل في متابعة قنوات اليوتيوب

الدوافع	التكرار	النسبة المئوية%
التثقيف	44	41,9%
التحميل منه	12	11,4%
التسلية	21	20,0%
المشاهدة فقط	10	9,5%
قضاء وقت الفراغ	18	17,1%
المجموع	105	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (13): يمثل دوافع طلبة جامعة جيجل في متابعة قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

نتيجة تحليل الجدول رقم (13) والشكل 13 يبين أن معظم أفراد العينة يتابعون قنوات اليوتيوب من أجل التثقيف بنسبة 41,9% وهذا راجع لكون الطلبة في مرحلة التحصيل العلمي ويساعدهم للوصول إلى مجموعة من أشرطة الفيديو التعليمية بما في ذلك المحاضرات والخطب، وتليها التسلية بنسبة 20,0% وهذا دليل على أن قنوات اليوتيوب تقدم لهم محتوى ترفيهي، ثم قضاء وقت الفراغ بنسبة 17,1%، في حين تقاربت نسبة التحميل منه بنسبة 11,4% والمشاهدة فقط بنسبة 9,5%.

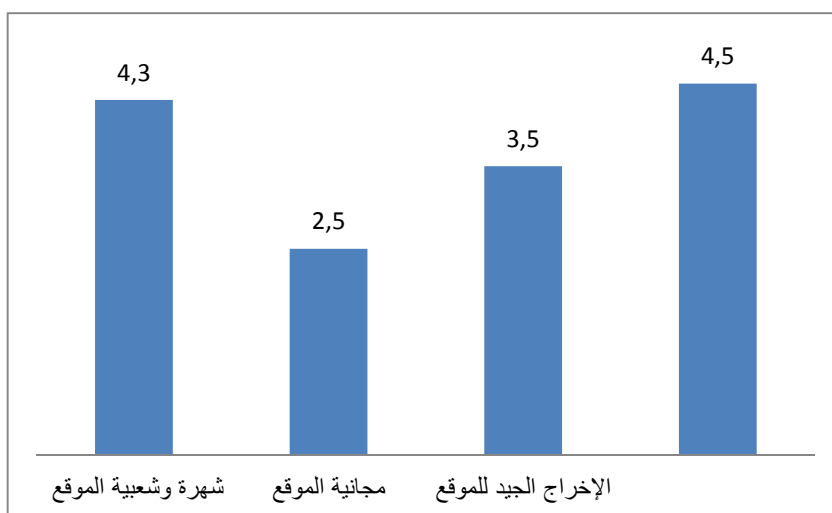
ونستنتج من خلال تحليل البيانات أعلاه أن أغلب طلبة قسم الإعلام و الاتصال بجامعة جيجل يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب بغرض التثقيف، وهذا ما أكدته دراسة بوشناق نجوى وبوطغان ابتسام حيث كان الدافع وراء استخدام أفراد العينة لليوتيوب هو التثقيف بنسبة 27,2% وهي أكبر نسبة¹ في حين اختلفت نتائج دراسة بوعسيلة سمية ووردة بلجودي² حيث توصلت إلى أن دافع الطلبة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو متابعة الأخبار وآخر المستجدات.

14 . الجدول رقم (14): يمثل الحالات التي تجعل الطلبة يفضلون موقع اليوتيوب على بقية المواقع.

النسبة المئوية%	التكرار	الحالات
51,4%	54	شهرة وشعبية الموقع
13,3%	14	مجانية الموقع
30,5%	32	الإخراج الجيد للموقع
4,8%	5	أخرى تذكر
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (14): يمثل الحالات التي تجعل الطلبة يفضلون موقع اليوتيوب على بقية المواقع



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

¹ بوشناق نجوى، بوطغان ابتسام، استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب والإشباع المحققة، مذكرة لنيل شهادة الماستر محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2020 2019 88.

² بوعسيلة سمية، ورودة بلجودي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الطالب الجامعي على المشاركة السياسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل 2020 2019 102.

من خلال الجدول رقم (14) والشكل رقم 14 أعلاه الذي يمثل الحالات التي تجعل الطلبة يفضلون موقع اليوتيوب على بقية المواقع الأخرى، حيث احتلت شهرة وشعبية الموقع المرتبة الأولى بنسبة فاقت 50% لتليها مباشرة الإخراج الجيد للموقع بنسبة 30,5%، أما المرتبة الثالثة فكانت مجانية الموقع بنسبة 13,3%، في حين جاءت حالة أخرى تذكر بنسبة ضعيفة جدا قدرت ب 4,8%.

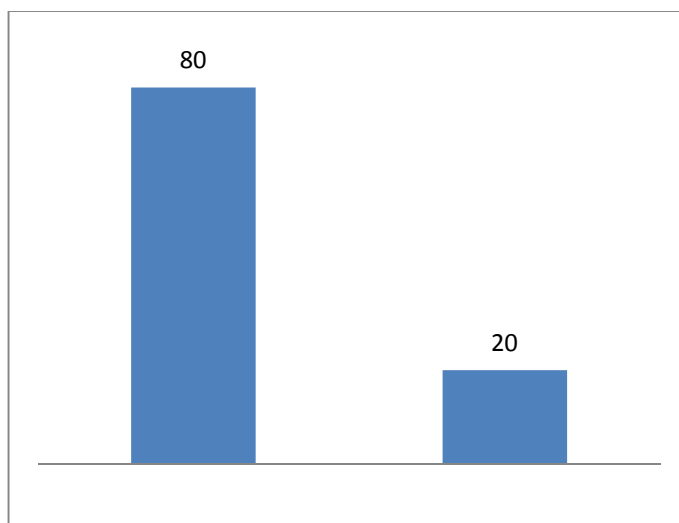
وعليه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يفضلون موقع اليوتيوب عن باقي المواقع بسبب شهرته وشعبيته.

15 . الجدول رقم (15): يمثل مدى متابعة الطلبة لقنوات اليوتيوب بسبب سهولته

النسبة المئوية%	التكرار	الدافع
80,0%	84	نعم
20,0%	21	لا
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (15): يمثل مدى متابعة الطلبة لقنوات اليوتيوب بسبب سهولته



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

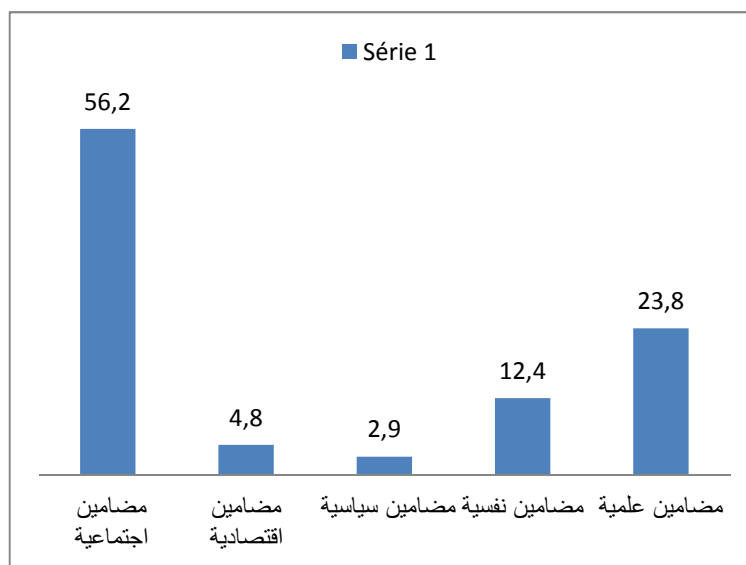
من خلال الجدول رقم (15) والشكل 15 الذي يمثل متابعة قنوات اليوتيوب لدى طلبة جامعة جيجل بسبب سهولة استخدام الموقع، نلاحظ أن الاجابة بنعم استحوذت على النسبة الأكبر والتي قدرت ب 80,0% وهذا راجع إلى أن موقع اليوتيوب لا يتطلب مهارات ومجهودات كبيرة لاستخدامه، في حين كانت نسبة 20,0% هي الفئة التي أجابت ب لا وهذا ما يدل أن هناك دوافع أخرى وراء استخدامهم لموقع اليوتيوب.

16 . الجدول رقم (16): يمثل المضامين التي يهتم بها الطلبة عند متابعة قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية%	التكرار	المضامين
56,2%	59	مضامين اجتماعية
4,8%	5	مضامين اقتصادية
2,9%	3	مضامين سياسية
12,4%	13	مضامين نفسية
23,8%	25	مضامين علمية
-	-	أخرى تذكر
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (16): يمثل المضامين التي يهتم بها الطلبة عند متابعة قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

من خلال الجدول رقم (16) والشكل رقم 16 نلاحظ أن المضامين الاجتماعية هي الأكثر متابعة من طرف أفراد العينة وذلك بنسبة 56,2% تليها المضامين العلمية بنسبة 23,8% ثم المضامين النفسية بنسبة 12,4%، وقد تقاربت نسبة المضامين الاقتصادية 4,8% والمضامين السياسية بنسبة 2,9، في حين انعدمت أخرى تذكر.

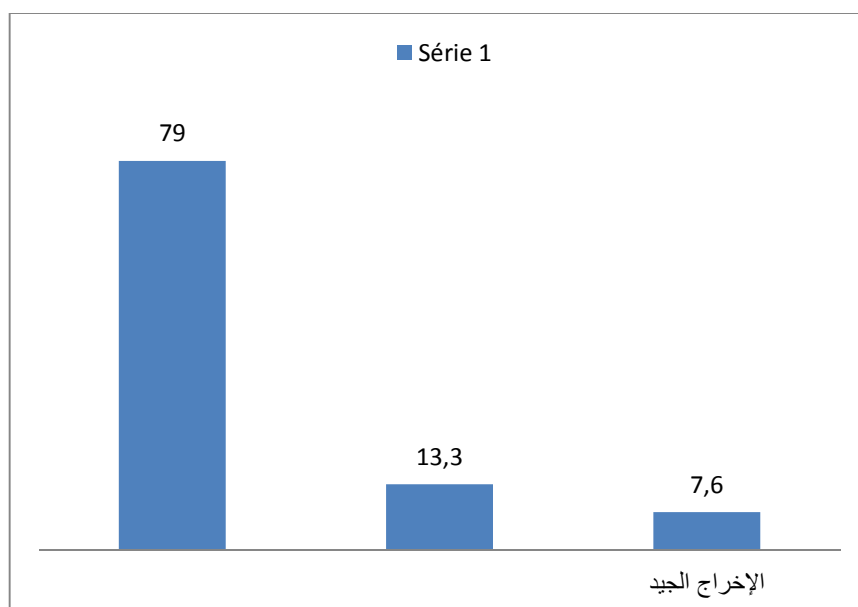
وعليه نستنتج أن الطلبة الجامعيين يتابعون المضامين الاجتماعية والعلمية ومرد هذا إلى طبيعة هذه المضامين لأنها تحاكي الواقع المعاش بالإضافة إلى تزويد الطلبة بالمعلومات المتنوعة.

الجدول رقم (17): يمثل الحالات التي تجعل الطلبة يشتركون في قنوات اليوتيوب

الحالات	التكرار	النسبة المئوية%
الإعجاب بمضمون القناة	83	79,0%
دعم صاحب القناة	14	13,3%
الإعجاب بصاحب القناة	8	7,6%
الإخراج الجيد	-	-
المجموع	105	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (16): يمثل الحالات التي تجعل الطلبة يشتركون في قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

من خلال الجدول رقم (17) والشكل 17 أعلاه نلاحظ اجابات الطلبة على الحالات التي تجعلهم يشتركون في قنوات اليوتيوب، حيث تبين لنا من خلال النتائج أن أغلب الطلبة يشتركون في القناة في حالة الإعجاب بمضمونها بنسبة 79,0% كأعلى نسبة، لتأتي بعدها دعم صاحب القناة بنسبة 13,3% والإخراج الجيد بنسبة 7,6%، في حين انعدمت حالة الاعجاب بصاحب القناة.

وعليه نستنتج أن الطلبة الجامعيين يتفاعلون مع لمضمون الجيد بغض النظر على الشكل و شخصية صاحب المضمون.

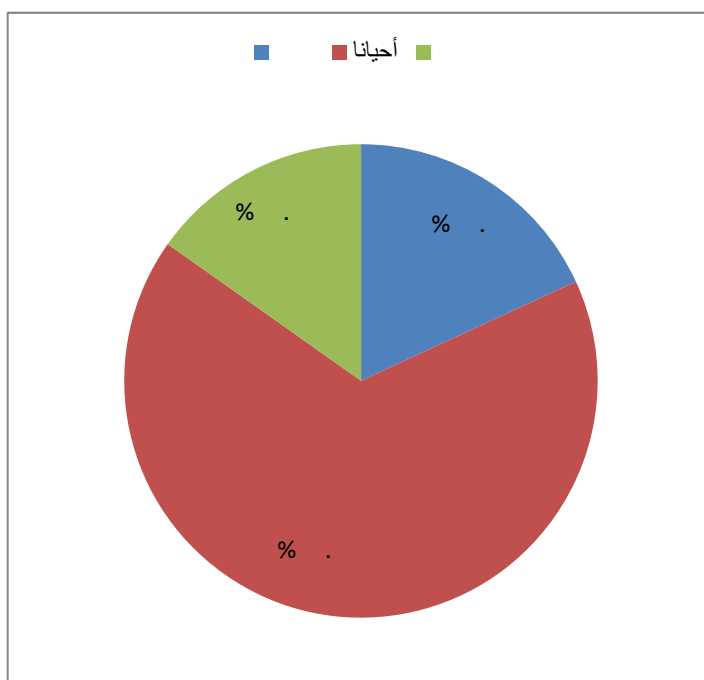
المحور الرابع: الإشباع المحقق للطلاب الجامعي من استخدام قنوات اليوتيوب

18. الجدول رقم (18): يمثل مدى تحقيق الطلبة لإشباع معينة من استخدام قنوات اليوتيوب

الحالات	التكرار	النسبة المئوية%
دائماً	19	18,1%
أحياناً	70	66,7%
نادراً	16	15,2%
المجموع	105	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (18): يمثل مدى تحقيق الطلبة لإشباع معينة من استخدام قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

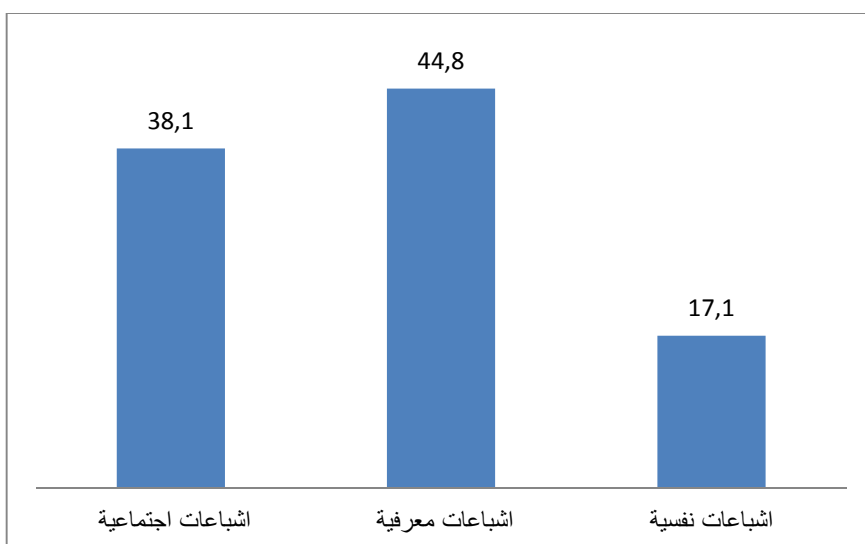
من خلال تحليل الجدول نجد أن نسبة 66,7% من أفراد العينة يشبعون رغباتهم من خلال ما تبثه قنوات اليوتيوب من مضامين من حين إلى آخر، بينما نجد نسبة 18,1% هم من تحقق لهم قنوات اليوتيوب اشباعاتهم المتنوعة بشكل دائم، في حين نجد 15,2% من أفراد العينة لا تحقق لهم قنوات اليوتيوب اشباعات وذلك لأنهم لا يجذون المحتوى الذي يريدونه.

19 . الجدول رقم (19): يمثل نوع الاشباعات المحققة لطلبة من استخدام قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية%	التكرار	الاشباعات
38,1%	40	اشباعات اجتماعية
44,8%	47	اشباعات معرفية
17,1%	18	اشباعات نفسية
-	-	أخرى تذكر
100%	105	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (19): يمثل نوع الاشباعات المحققة لطلبة من استخدام قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) والشكل رقم 19 أعلاه أن أفراد العينة قاموا باختيار إشباعات معرفية بنسبة 44,8%، وتليها اشباعات اجتماعية بنسبة 38,1% وفي المرتبة الأخيرة اشباعات نفسية بنسبة 17,1%

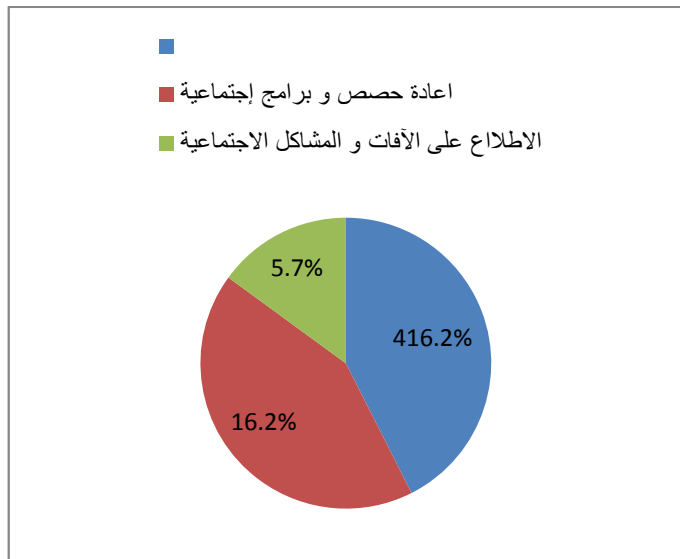
وعليه نستنتج أن أغلب الطلبة يتابعون مضمون قنوات اليوتيوب من أجل زيادة رصيدهم المعرفي باعتبارهم في مرحلة التحصيل العلمي.

20. الجدول رقم (20): يمثل الإشباعات الاجتماعية المحققة لطلبة الجامعيين من قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية%	التكرار	اشباعات اجتماعية
16,2%	17	معرفة أحوال الناس و المجتمعات
16,2%	17	إعادة مشاهدة حصص وبرامج اجتماعية
5,7%	7	الإطلاع على الآفات والمشاكل الاجتماعية
38,1%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (20): يمثل طبيعة الإشباعات الاجتماعية المحققة لطلبة الجامعيين من قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) والشكل 20 اعلاه أن الإشباعات الاجتماعية التي تحققت قنوات اليوتيوب لأفراد العينة تتمثل بالدرجة الأولى في معرفة أحوال الناس و المجتمعات بنسبة 16,2% وتليها مباشرة بنفس النسبة إعادة مشاهدة حصص وبرامج اجتماعية، وتليها أخيرا الاطلاع على الآفات والمشاكل الاجتماعية كأقل نسبة 5,7%.

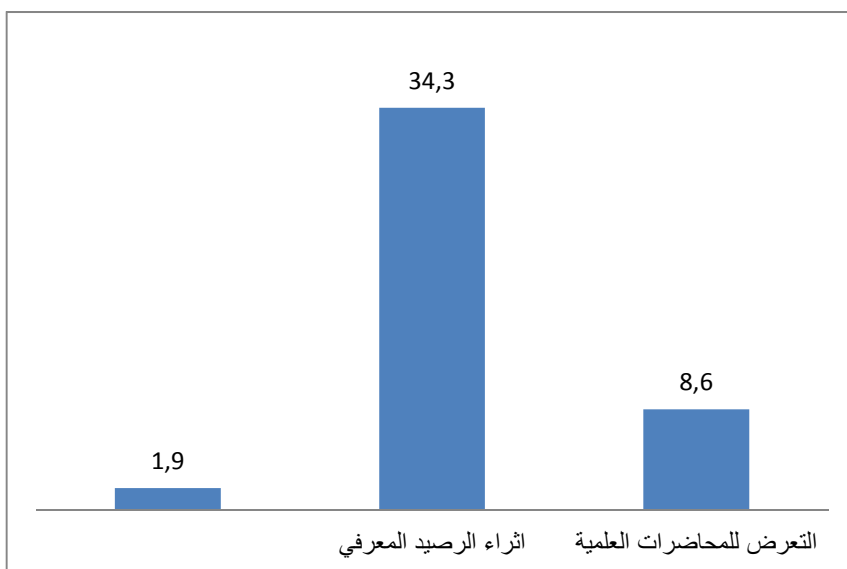
وعليه نستنتج أن التنوع والكم الهائل لهذه الانواع من المضامين يدفع الطلبة الجامعيين إلى إشباع فضولهم حولها بالإضافة الى أنهم يتجهون نحو إعادة البرامج التلفزيونية وهذا دليل على أن قنوات اليوتيوب أغنتهم عن الحصص التلفزيونية، أما الآفات الاجتماعية فتتمثل في معرفة مدى خطورتها لتفاديها.

21 . الجدول رقم (21): يمثل الإشباعات المعرفية المحققة للطلبة من قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية %	التكرار	الإشباعات المعرفية
1,9%	2	إنجاز البحوث
34,3%	36	إثراء الرصيد المعرفي
8,6%	9	التعرض للمحاضرات العلمية
44,8%	47	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (21): يمثل الإشباعات المعرفية المحققة للطلبة من قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

من خلال الجدول رقم (21) والشكل 21 الذي يمثل الإشباعات المعرفية المحققة للطلبة من قنوات اليوتيوب، نجد أن إثراء الرصيد المعرفي جاء في المرتبة الأولى بنسبة 34,3% وهذا راجع إلى المساهمة في رفع المستوى الفكري و تنمية الوعي واكتساب الجديد من المعلومات، وبعدها التعرض للمحاضرات العلمية بنسبة 8,6% وفي المرتبة الأخيرة إنجاز البحوث بنسبة 1,9%.

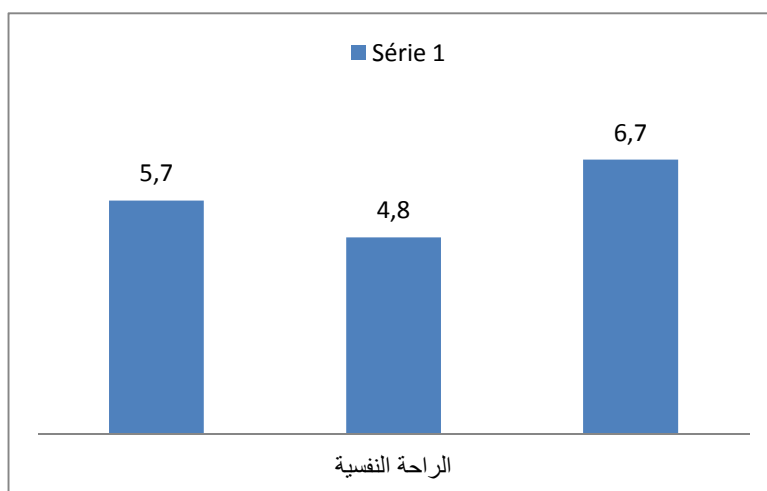
وعليه نستنتج من معطيات الجدول أعلاه أن الكم الهائل من المضامين المعرفية التي تحتويها قنوات اليوتيوب ساعدت الطلبة بشكل كبير في إثراء رصيدهم المعرفي وإنجاز مختلف الأبحاث.

22 . الجدول رقم (22): يمثل الإشباعات النفسية المحققة للطلاب الجامعي من قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية%	التكرار	الإشباع النفسية
5,7%	6	المتعة
4,8%	5	الراحة النفسية
6,7%	7	الاسترخاء
17,1%	18	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (22): يمثل الإشباع النفسية المحققة للطالب الجامعي من قنوات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) والشكل 22 أن الإشباع النفسية التي يرغب أفراد العينة تحقيقها من وراء قنوات اليوتيوب تمثلت بنسبة كبيرة في الاسترخاء حيث قدرت ب 6,7%، لتليها مباشرة المتعة بنسبة 5,7%، وفي المرتبة الأخيرة الراحة النفسية بنسبة 4,8%. وعليه يمكن القول أن الطلبة يلجؤون إلى هذا النوع من المضامين من أجل تحقيق الاسترخاء والمتعة من أجل التخلص من الضغط النفسي والتوتر وتنشيط الذاكرة وتقليل الشعور بالتعب والإرهاق.

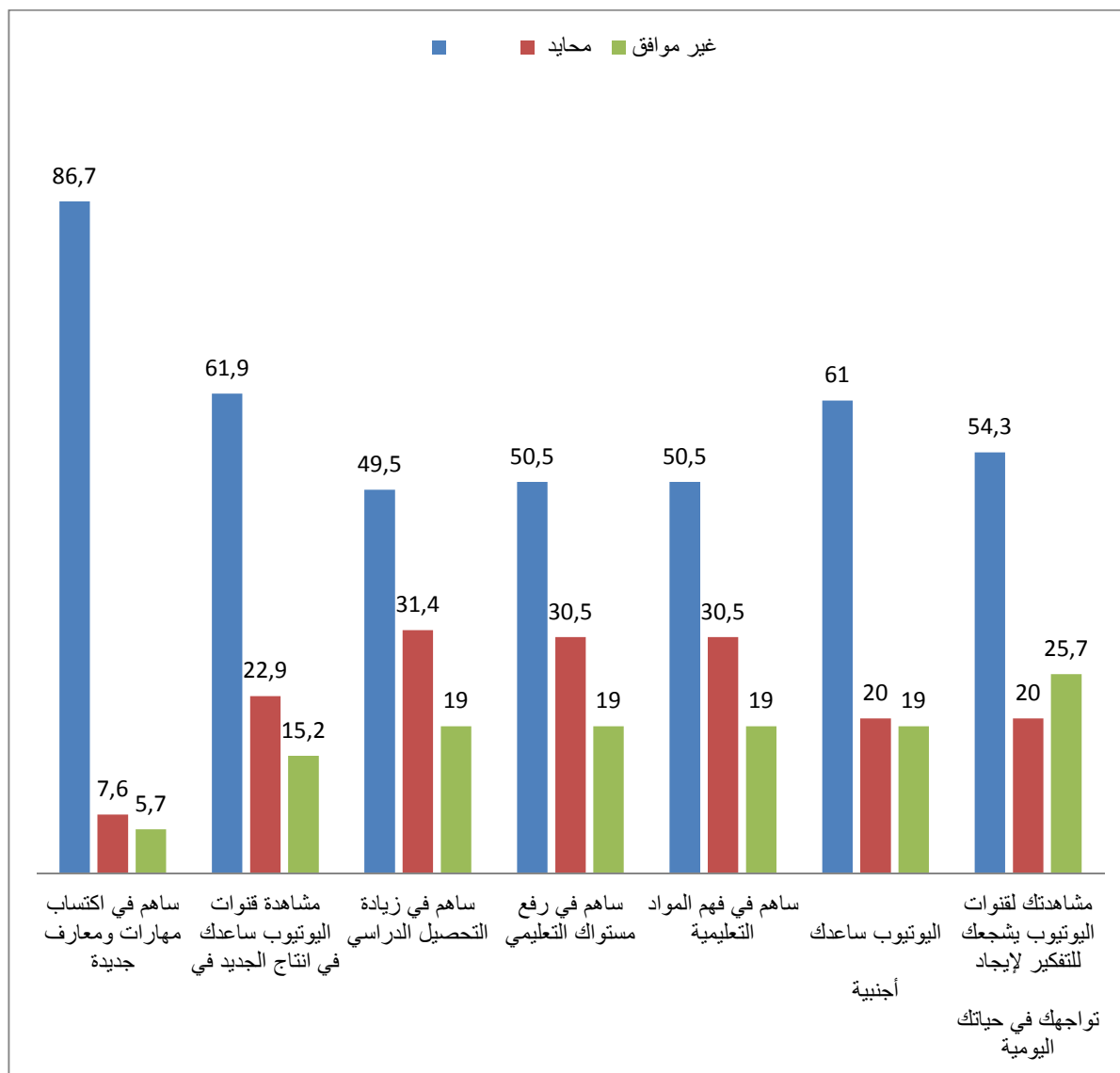
المحور الخامس: تأثير استخدام قنوات اليوتيوب على المستوى التعليمي لطلبة قسم الإعلام والاتصال

23. الجدول رقم(23): يمثل الآثار الايجابية لاستخدام قنوات اليوتيوب على التحصيل الدراسي لطلبة الإعلام والاتصال

الرقم	العبارات	التكرار			النسبة المئوية		
		موافق	محايد	غير موافق	موافق	محايد	غير موافق
1	ساهم في اكتساب مهارات ومعارف جديدة	91	8	6	86,7%	7,6%	5,7%
2	مشاهدة قنوات اليوتيوب ساعدك في إنتاج الجديد في مجال تخصصك	65	24	16	61,9%	22,9%	15,2%
3	ساهم في زيادة التحصيل الدراسي	52	33	20	49,5%	31,4%	19,0%
4	ساهم في رفع مستواك التعليمي	53	32	20	50,5%	30,5%	19,0%
5	ساهم في فهم المواد التعليمية	53	32	20	50,5%	30,5%	19,0%
6	استخدامك لخدمات اليوتيوب ساعدك في تعلم لغات أجنبية	64	21	20	61,0%	20,0%	19,0%
7	مشاهدتك لقنوات اليوتيوب يشجعك للتفكير لإيجاد حلول لمشكلات تواجهك في حياتك العلمية	57	21	27	54,3%	20,0%	25,7%

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (23): يمثل الآثار الايجابية لاستخدام قنوات اليوتيوب على التحصيل الدراسي لطلبة الإعلام والاتصال.



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

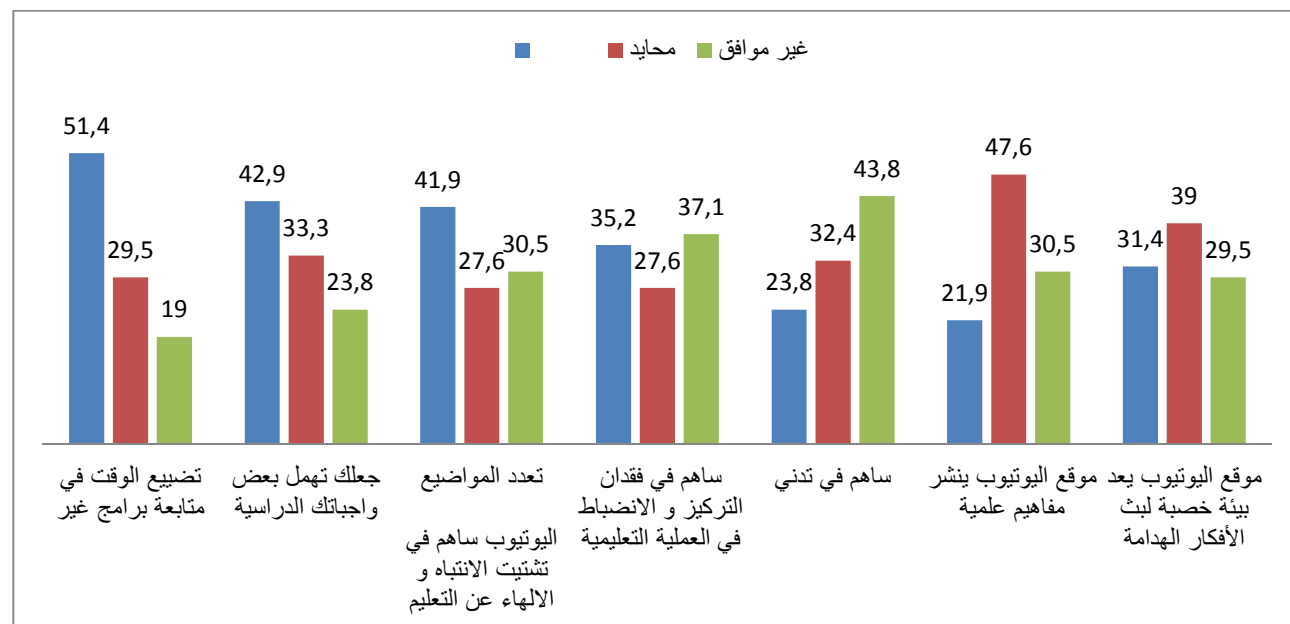
من خلال الجدول رقم (23) والشكل رقم 23 الذي يمثل الآثار الإيجابية لاستخدام قنوات اليوتيوب على التحصيل الدراسي لطلبة الإعلام والاتصال جاءت يتوافق بشكل كبير مما يعكس على أهمية قنوات اليوتيوب على المستوى التعليمي وجاءت أعلى فقرات الآثار الايجابية لاستخدام قنوات اليوتيوب على التحصيل الدراسي الفقرة التي تنص على سأهم في اكتساب مهارات ومعارف جديدة بنسبة 86,7% وهذا راجع إلى أن اليوتيوب له فاعلية في المساهمة من خلال مقاطع الفيديو وعلى اكتساب الطلبة معلومات ومهارات جديدة في حين جاءت أدنى فقرات الفقرة التي تنص على أنه سأهم في زيادة التحصيل الدراسي 49,5% ويدل هذا على أن اليوتيوب لم يساهم بشكل كبير في العملية التعليمية ولم يلقى الطلاب مقاطع تجذبهم من أجل رفع مستوى التحصيل.

الجدول رقم (24): يمثل الآثار السلبية لاستخدام قنوات اليوتيوب على التحصيل الدراسي لطلبة قسم الإعلام والاتصال

الرقم	العبارات	التكرار			النسبة المئوية		
		موافق	محايد	غير موافق	موافق	محايد	غير موافق
1	تضيع الوقت في متابعة برامج غير متعلقة بالدراسة	54	31	20	51,4%	29,5%	19%
2	جعلك تهمل بعض واجباتك الدراسية	45	35	25	42,9%	33,3%	23,8%
3	تعدد المواضيع وتنوع خصائص اليوتيوب ساهم في تشتيت الانتباه والالهاء عن التعليم	44	29	32	41,9%	27,6%	30,5%
4	ساهم في فقدان التركيز والانضباط في العملية التعليمية	37	27	39	35,2%	27,6%	37,1%
5	ساهم في تدني مستواك الدراسي	25	34	46	23,8%	32,4%	43,8%
6	موقع اليوتيوب ينشر مفاهيم علمية ومصطلحات خاطئة	23	50	32	21,9%	47,6%	30,5%
7	موقع اليوتيوب يعد بيئة خصبة لبيت الأفكار الهدامة	33	41	31	31,4%	39,0%	29,5%

المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (24): يمثل الآثار السلبية لاستخدام قنوات اليوتيوب على التحصيل الدراسي لطلبة قسم الإعلام والاتصال



المصدر: من إعداد الطالبتين (بناءً على الجدول أعلاه)

من خلال الجدول رقم (24) والشكل رقم 24 الذي يمثل الآثار السلبية لاستخدام قنوات اليوتيوب على التحصيل الدراسي لطلبة الإعلام والاتصال جاءت يتوافق بشكل كبير مما يعكس على الجانب السلبي لليوتيوب وجاءت أعلى الفقرات التي تنص على تضييع الوقت في متابعة برامج غير متعلقة بالدراسة بنسبة 51,4% فيتضح لنا أن أفراد العينة يشاهدون فيديوهات غير متعلقة بالدراسة مما يؤدي إلى تضييع الوقت في حين جاءت أدنى فقرات الفقرة التي تنص على موقع اليوتيوب ينشر مفاهيم علمية ومصطلحات خاطئة بنسبة 21,9%، ومرد هذا إلى حقوق الطبع والنشر.

خلاصة

من خلال هذا الفصل تم عرض بيانات الشق الميداني للدراسة، وذلك بعد تفرغها في مجموعة من الجداول البسيطة، فقمنا بقراءة تلك الجداول ثم التعليق عليها وتحليلها.

نتائج الدراسة

النتائج العامة للدراسة

- استهدفت هذه الدراسة التعرف على استخدامات الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب والاشباعات المحققة منها، وقد توصلت إلى عدد من النتائج أهمها:
- جاءت أولى النتائج من حيث متغير الجنس أن عدد الإناث فاقت عدد الذكور بنسبة 36,2% للذكور و63,8% للإناث، وهذا راجع لاحتواء قسم علوم الإعلام والاتصال على نسبة كبيرة من الطالبات.
 - تبين لنا من خلال الدراسة أن أغلب أفراد العينة المتابعين لمضامين اليوتيوب تتراوح أعمارهم بين (19 سنة إلى 23 سنة) ومن (24 سنة إلى 28 سنة).
 - أظهرت النتائج أن عدد طلبة الليسانس بجامعة جيجل يفوق عدد طلبة الماستر بنسبة 54,3%.
 - أظهرت النتائج أن طلبة السنة ثانية علوم الإعلام والاتصال فاق طلاب المستويات الأخرى بنسبة 27,6%.
 - أكدت نتائج الدراسة أن اللغة المفضلة لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل في مشاهدة قنوات اليوتيوب هي اللغة العربية بنسبة 63.8%، ثم تليها لغات أجنبية بنسبة 27.6%.
 - توصلت الدراسة إلى أن أغلب الطلبة يشتركون في القناة في حالة الإعجاب بمضمونها بنسبة 79%، ثم تليها دعم صاحب القناة بنسبة 13.3%، والإخراج الجيد بنسبة 7.6%.
 - أثبتت الدراسة أن الطلبة الجامعيين يفضلون موقع يوتيوب على بقية المواقع الأخرى بسبب شهرته وشعبيته بنسبة فاقت 50%، ليلها مباشرة الإخراج الجيد بنسبة 30.5%، في حين أن مجانية الموقع جائت في المرتبة الثالثة بنسبة 13.3%.
 - أثبتت نتائج الدراسة أن قنوات اليوتيوب ساهمت بنسبة 86.87% في اكتساب مهارات ومعارف جديدة لدى الطلبة.
 - توصلت الدراسة إلى أن تعدد المواضيع وتنوع خصائص قنوات اليوتيوب ساهم في تشتيت الإنتباه والإلهاء عن التعليم بنسبة 41.9%.
 - تحليل النتائج في ضوء الفرضية الأولى والتي مفادها "يستخدم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال قنوات اليوتيوب بشكل يومي ومفرط" ومن خلال النتائج الميدانية المتحصل عليها من تحليل جداول الاستمارة الموزعة على طلبة نستج ثبات الفرضية لأنهم وجدو ما يشبع رغباتهم ويلبي حاجاتهم بنسبة 48,6% وأن الوقت الذي يقضيه الطلبة في المشاهدة هو من ساعة إلى ساعتين بنسبة 56,2% وأن الفترة الليلية هي أكثر الفترات تصفحا بنسبة 59,0% وهذا نتيجة تفرغهم من انشغالاتهم اليومية.
 - أكدت الدراسة أن معظم طلبة قسم الإعلام و الاتصال تجاوزوا في متابعتهم لفترات اليوتيوب ثلاث سنوات بنسبة 66,7% وهذا يدل على أنهم مدمنين على مضامينها.

نتائج الدراسة

- توصلت النتائج إلى أن أغلب طلبة جامعة جيجل بقسم علوم الإعلام و الاتصال يستخدمون الهاتف الذكي في متابعة قنوات اليوتيوب بنسبة 84,8% وهذا لسهولة ومميزاته الكثيرة.
- أظهرت الدراسة أن معظم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال يفضلون متابعة مضامين اليوتيوب بمفردهم بنسبة قدرت ب 81% وهذا راجع لكون أغلبهم يستخدم الهاتف الذكي.
- توصلت النتائج إلى أن المكان المفضل لمشاهدة قنوات اليوتيوب لدى طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة جيجل هو المنزل بنسبة 81,9%، باعتباره مكان الذي يجدون فيه راحتهم التامة أكثر من الأماكن الأخرى.
- تحليل النتائج في ضوء الفرضية الثانية والتي مفادها** "تكمن دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب في التثقيف والترفيه" قد تحققت، حيث أثبتت النتائج أن طلبة جامعة جيجل يستخدمون اليوتيوب لتثقيف بنسبة 41,9%، وهذا راجع لكونهم في مرحلة التحصيل العلمي ويحتاجون لكم هائل من المعلومات، ثم التسلية والترفيه بنسبة 20%.
- أكدت النتائج أن الطلبة بقسم الإعلام والاتصال يفضلون موقع اليوتيوب عن بقية المواقع الأخرى بفضل شهرته وشعبيته بنسبة 51,4%، ثم الإخراج الجيد بنسبة 30,5%.
- أثبتت نتائج الدراسة أن سهولة استخدام موقع اليوتيوب يدفع الطلبة إلى استخدامه بنسبة 80%.
- توصلت الدراسة إلى أن المضامين التي يهتم بها طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل هير مضامين اجتماعية بنسبة 56,2%، ثم العلمية بنسبة 23,8%، والنفسية بنسبة 12,4%.
- تحليل النتائج في ضوء الفرضية الثالثة والتي مفادها** " يتابع طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال قنوات اليوتيوب لإشباع رغباتهم المعرفية والترفيهية" قد تحققت، حيث توصلت النتائج إلى أن 44,8% من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يستخدمون اليوتيوب لإشباع رغباتهم المعرفية والتي تمثلت في إثراء الرصيد المعرفي بنسبة 34,3%، و 17,1% يستخدمونه لتحقيق رغباتهم النفسية والتي كانت لأجل الاسترخاء بنسبة 6,7%.
- تحليل النتائج في ضوء الفرضية الرابعة والتي مفادها** "هناك آثار إيجابية وسلبية من استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب" قد تم إثباتها، وحيث تعود الآثار الإيجابية إلى المزايا والخدمات التي يحصلها الطالب الجامعي حيث ساهم في اكتساب مهارات ومعارف جديدة بنسبة 86,7% ومساعدته في إنتاج الجديد في مجال تخصصه بنسبة 61,9%.
- أما الآثار السلبية فتمثلت في تضييع الوقت في متابعة برامج غير متعلقة بالدراسة بنسبة 51,4% وجعلك تهمل بعض واجباتك المدرسية بنسبة 42,9%.

النتائج العامة في ضوء الأهداف

بناءً على النتائج المتحصل عليها من البحث الميداني التي عرضناها في ضوء الفرضيات، يمكن القول أن الدراسة حققت أهدافها بالكشف عن مختلف عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب ومختلف الإشباعات المحققة منها، بالإضافة إلى الدوافع التي تدفع أفراد العينة لمشاهدة قنوات اليوتيوب، وقد توصلنا إلى أن طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يتابعون قنوات اليوتيوب بشكل دائم وأنهم من بين المدمنين على تصفحها وإن أغلب الإشباعات التي تحققها لهم هي إشباعات معرفية وأيضاً يتمثل الدافع من وراء استخدامهم لموقع اليوتيوب في التثقيف بنسبة كبيرة.

النتائج العامة في ضوء الدراسات السابقة

من خلال النتائج التي توصلنا إليها في دراستنا سنحاول تبيانها في ضوء الدراسات السابقة:

- تتفق دراستنا مع دراسة "أمينة يخلف ومريم مخلوف" المعنونة "دوار مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لبيئي لدى الطلبة الجامعيين" وذلك من خلال النتائج المتوصل إليها في أن الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم وعينة دراستنا كذلك تستخدم موقع يوتيوب بشكل دائم.

- تختلف دراسة "رشيدة يسعد وصابرينة خلوف" المعنونة "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي للطلبة الجامعيين الجزائريين" وذلك من خلال النتائج التي توصلت إليها، ففي هذه الدراسة توصلت الباحثتان إلى أن الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى أربع ساعات، في حين توصلت دراستنا إلى أن أفراد العينة يستخدمون موقع يوتيوب من ساعة إلى ساعتين.

- تتفق دراستنا مع دراسة "بوشناق نجوى وبوطغان ابتسام" التي تحمل عنوان "استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب والإشباعات المحققة" في النتائج المشابهة التي توصلنا إليها هي ان الدافع من وراء استخدام الطلبة لليوتيوب هو التثقيف.

- وتختلف دراسة "سمية بوعسيلة ووردة بلجودي" التي تحمل عنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الطالب الجامعي على المشاركة السياسية" من خلال النتائج المتوصل إليها في أن الدافع من وراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو متابعة الأخبار وآخر المستجدات عكس دراستنا التي توصلت إلى أن الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع اليوتيوب بغرض التثقيف.

- تتفق دراستنا مع دراسة "فاطمة بلحيمر وريمة مشعر" التي تحمل عنوان "استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب وعلاقته بالإغتراب الأسري" من خلال نتائج الدراسة التي توصلت إليها في أن أغلب الطلبة الجامعيين يفضلون الهاتف الذكي عند استخدام موقع اليوتيوب.

نتائج الدراسة

- وتختلف دراسة "سمية بوعسيلة ووردة بلجودي" التي تحمل عنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الطالب الجامعي على المشاركة السياسية" من خلال النتائج المتوصل إليها في أن الدافع من وراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو متابعة الأخبار وآخر المستجدات عكس دراستنا التي توصلت إلى أن الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع اليوتيوب بغرض التثقيف.

الإقتراحات

والتوصيات

الإقتراحات والتوصيات

بناءً على النتائج المتحصل عليها من البحث الميداني الخاص بموضوع " استخدامات الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب والإشباعات المحققة منها" يمكننا تقديم اقتراحات وتوصيات متأملين إفادة الجهة المعنية وأهمها:

- على الطلبة الجامعيين استغلال قنوات اليوتيوب أكثر في الجوانب الدراسية.
- ضرورة تحصين الطلبة من مضار الاستخدامات السلبية لليوتيوب، وذلك من خلال الوعظ والإرشاد من خلال التوعية بطرق الاستخدام الأمل لهذا الموقع.
- ضرورة استغلال الجامعة لهذا الموقع في نشر مختلف المواضيع التعليمية واعتماد اليوتيوب كأداة تعليمية خارج الفصول.
- ضرورة القيام بدراسات مشابهة لهذه الدراسة، وبيان الآثار السلبية والإيجابية الناتجة عن استخدام الطلبة الجامعيين لموقع يوتيوب.
- التوعية بالإبتعاد عن متابعة القنوات التي تبت الأفكار الهدامة والتي تأثر على المشوار التعليمي للطلاب.

خاتمة

تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي بمختلف أنواعها منصة واسعة لعرض وبحث مختلف الأفكار المختلفة وهو ما ساعدت الطالب الجامعي في التعبير عن آراءه وطرح جميع أفكاره لجهات معينة، وإشباع رغباته المتنوعة، وقد جاءت دراستنا هذه التي تتناول استخدامات الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب والاشباعات المحققة منها، والتي كانت على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل من أجل محاولة الكشف دوافع استخدامات الطلبة لقنوات اليوتيوب والاشباعات المحققة لهم منها.

حيث كشفت الدراسة أن قنوات اليوتيوب تحقق للطلبة الجامعيين بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مختلف حاجاتهم ورغباتهم، وأكدت أن الدافع التثقيفي هو الذي يجعلهم يشاهدونها، كما أظهرت أنهم يستخدمونها بشكل دائم.

وبهذا تكون دراستنا قد أعطت فكرة واضحة عن دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب ومع ذلك تبقى حلقة من حلقات البحث المتواصلة حول هذا الموضوع، وقد ارتأينا أن نختم دراستنا هذه ببعض الإقتراحات والتوصيات، والتي من شأنها إعطاء قنوات اليوتيوب المكانة التي تليق بها في التعليم.

قائمة المراجع



1 . الكتب

- 1 . اسماعيل شعباني، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، ط1، المعهد الوطني للتجارة، الجزائر، 2005.
- 2 . بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 3 . حارث عبود، مزهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار ومكتبة الحامد، عمان، 2015.
- 4 . رحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
- 5 . رحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه . مناهجه وأساليبه . إجراءاته، د ط، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2001.
- 6 . رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2007.
- 7 . سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، ط1، دار أسامة، عمان، 2010.
- 8 . صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، د ط، دار العلوم، عنابة، 2000.
- 9 . عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
- 10 . عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.
- 11 . علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، القاهرة، 2015.
- 12 . علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، 2015.
- 13 . علي السيد إبراهيم عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط3، علم المكتبات، القاهرة، 1985.
- 14 . علي خليل شقرة، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 15 . عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 16 . فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام، ط1، دار أسامة، الأردن، 2017.
- 17 . لامية صابر، محمد غزالي، دراسات في الإعلام الجديد، ط1، دار الاعصار العلمي، الجزائر، 2016.
- 18 . محسن جلوب الكناني، الإعلام الفضائي والجنس، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 19 . محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، ط1، مكتبة العبيكان للنشر، الرياض، 2014.

20 . محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط 2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999.

21 . محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، دون بلد النشر، 2003.

22 . مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000.

23 . مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد، عمان، 2015.

2. الكتب باللغة الأجنبية

24 _ Michael miller, sams teach yourself in 10 minutes, pearson education, united states of america, 2009.

3. المجلات باللغة العربية

25 . أحمد فلوح، استقصاء بعض مشكلات الطالب الجامعي في ضوء بعض المتغيرات، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع 29، جامعة غليزان، جوان 2019.

26 . دربال سارة، حداد صونية، مواقع التواصل الاجتماعي، آلية لتحقيق التعليم للطالب الجامعي، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، العدد 01، المجلد 06، جامعة تبسة، 2021.

27 . رايس علي ابتسام، نظريات الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة وهران 1، العدد 25، ديسمبر 2016.

28 . سمية سعدون، أحمد فلوح، واقع مشكلات الطلبة الجامعيين الجدد، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية، المجلد 05، جامعة وهران، 2021.

29 . قادري حليلة، مشكلات الطلبة الجدد، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، ع 07، جامعة وهران، جانفي 2012.

4. المجلات باللغة الأجنبية

30- Duffy, P.(2008):Engaging the YouTube Google –Eyed generation : Strategies for Using Web 2.0 in Teaching and Learning ,The ElectronicJournal of E-learning ,VOL 6,NO 2.

5. الرسائل الجامعية باللغة العربية

31. أكرم عبد القادر عبد الله فروانة، فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في المناهج وطرق التدريس، الجامعة الإسلامية بغزة، 2012.
32. اسماعيل بوشنافة، حسان بن شناف، استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب والإشباع المحققة منه، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، جامعة قاصدي مراح ورقلة، 2018-2019.
33. أمينة يخلف، مريم مخلوف، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2019-2020.
34. باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والأنترنيت، دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قسنطينة: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية. 2007-2008.
35. باريس أشرف الدين، صابر لعور، استخدام الطلبة الجزائريين لليوتيوب والإشباع المحققة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الصحافة وإعلام الكتروني، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2016، 2015.
36. بلباي أشواق، اعراج فطيمة، تفاعلية التطبيقات الإلكترونية في الهواتف الذكية. اليوتيوب نموذجا، دراسة ميدانية لعينة من طلبة الإعلام بجامعة الوادي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في السمعى البصري، جامعة حمة لخضر الوادي، 2019-2020.
37. بوشريط كريمة، بن مرزوق مريم، استخدامات الشباب الجزائري لقنوات اليوتيوب والإشباع المحققة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في السمعى البصري، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2019-2020.
38. بوشريطة كريمة، بن مرزوق مريم، استخدامات الشباب الجزائري لقنوات اليوتيوب والإشباع المحققة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم افعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2019-2020.
39. حداد ناريمان، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019-2018.
40. سمر فاروق غندر، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة بورسعيد، كلية التربية النوعية، 2015.
41. سهيلة حويدق، لمياء سلطاني، عوامل غياب الطالب الجامعي عن المحاضرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع التربية، جامعة حمة لخضر، الوادي، 2018، 2017.

- 42 . شوارفة آية، وآخرون، دور اليوتيوب في ترتيب أولويات الجمهور حول المشكلات الاجتماعية، قناة أنس تينا نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2018.2019.
- 43 . العربي بن حجار دام، رفاع محمد، شبكات التوال الاجتماعي وأثرها على القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2014 . 2015.
- 44 . عبد الكريم علي السامرائي، الإشباعات المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأون لاين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماحستار في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط-الأردن، 2020.
- 45 . فريد بن زايد، واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، 2009.
- 46 . فغول بسمة، استخدامات الطلبة الجامعيين للميديا الجديدة . اليوتيوب نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عب الحميد بن باديس مستغانم، 2020.2021.
- 475 . كنزة مناخ، استخدام المراهقين لموقع يوتيوب والإشباعات المحققة منه، دراسة ميدانية على عينة من مراهقي ثانوية فرحاتياحميدة بأم البواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي، 2016 . 2017.
- 48 . مرزاق إيمان، العوامل المؤثرة على ثقافة المطالعة لدى الطالب الجامعي، مذكر لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربوي، جامعة آكني محند أولحاج، البويرة، 2018، 2017.
- 49 . مشطوب ريمة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الانخراط في العمل السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2017، 2016.
- 50 . منى أحمد المصري، الكتاب والأدباء الأردنيين والإشباعات المتحققة لهم من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010.
- 51 . وسام طايل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها(فيس بوك وتويتر)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة والإعلام، جامعة البترا، الأردن، 2013.2012.
- 6. الرسائل الجامعية باللغة الأجنبية**
52. Danytherrien, les phénomène face book usage et gratification, Mémoir déposé pour l'obtention d'un diplôme de Maitrise université d'ottawa, canada, 2012.

7. المعاجم والقواميس

- 53 . مجرى عزيز ابراهيم، معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، ط1، عالم الكتب، عمان، 2009.

-
- 54 . محمد حمدان، معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط1، دار الفوز والمعرفة، عمان، 2007.
- 55 . ميشال جرجس، معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2005.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان

استخدامات الكلية الجامعيين لقنوات اليوتيوب والاشباعات المحققة منها

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل

في إطار إنجاز مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري نرجو منكم التعاون معنا بالإجابة على أسئلة هذه الاستمارة بكل موضوعية وذلك بوضع العلامة (X) في المكان المناسب للإجابة علما أن المعلومات التي تقدمونها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. تقبلوا منا جزيل الشكر وفائق الاحترام

تحت اشراف الأستاذة

- لحرر إيمان

إعداد الطالبتين

- بوسكسو أميرة

- بوقطة صليحة نهلة

السنة الجامعية: 2022/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

1 . الجنس

ذكر أنثى

2 . السن

من 19 . 23 سنة من 24 . 28 سنة
من 29 . 33 سنة أكثر من 33

3 . المستوى الدراسي

السنة ثانياً ليسانس السنة الثالثة ليسانس
السنة أولى ماستر السنة ثانياً ماستر

4 . التخصص

علوم الإعلام والاتصال إعلام
سمعي بصري صحافة مطبوعة وإلكترونية

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب

5 . هل تستخدم موقع يوتيوب؟

دائماً أحياناً نادراً

6 . منذ متى وأنت تشاهد قنوات اليوتيوب؟

أقل من سنة من سنة إلى ثلاث سنوات
أكثر من ثلاث سنوات

7 . ما هي الوسيلة المستخدمة في تصفحك أو مشاهدتك لقنوات اليوتيوب؟

هاتف ذكي حاسب آلي اللوح الإلكتروني

8 . ما هي الفترة الزمنية المفضلة لديك في مشاهدة قنوات اليوتيوب؟

صباحاً مساءً ليلاً

9 . ما هي المدة الزمنية المستغرقة في مشاهدتك لقنوات اليوتيوب؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين

أكثر من ساعتين

10 . ما هو المكان المفضل لديك لمشاهدة قنوات اليوتيوب؟

أماكن عامة

المنزل

الجامعة

11 . هل تشاهد قنوات اليوتيوب؟

مع الأصدقاء

مع العائلة

بمفردك

12 . ما هي اللغة المفضلة لديك في مشاهدة قنوات اليوتيوب؟

لغة أجنبية

لغة عربية

اللهجة العامية

المحور الثالث: دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لقنوات اليوتيوب

13 . ما هو الدافع من مشاهدتك لقنوات اليوتيوب؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة.

التسلية

التحميل منه

التثقيف

قضاء وقت الفراغ

المشاهدة فقط

14 . ما الذي يجعلك تفضل موقع اليوتيوب على بقية المواقع الأخرى؟

مجانية الموقع

شهرة وشعبية الموقع

الايخارج الجيد للموقع

.....أخرى تذكر

15 . هل سهولة موقع اليوتيوب يدفعك لاستخدامه؟

لا

نعم

16 . ما هي المضامين التي تهتم بها عند متابعة قنوات اليوتيوب؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة.

مضامين سياسية

مضامين اقتصادية

مضامين اجتماعية

مضامين علمية

مضامين نفسية

.....أخرى تذكر

17 . ما هي الحالات التي تدفعك للاشتراك في قنوات اليوتيوب؟

دعم صاحب القناة

الإعجاب بمضمون القناة

الاخراج الجيد

الإعجاب بصاحب القناة

المحور الرابع: الاشباعات المحققة للطالب الجامعي من استخدام قنوات اليوتيوب

18 . هل تحقق لك قنوات اليوتيوب اشباعات معينة؟

نادرا

أحيانا

دائما

19 . ما طبيعة الاشباعات المحققة لديك من استخدام قنوات اليوتيوب؟

إشباعات نفسية

إشباعات معرفية

إشباعات اجتماعية

أخرى تذكر.....

إذا كانت اجابتك ب "إشباعات اجتماعية" فيما تتمثل؟

إعادة مشاهدة حصص وبرامج اجتماعية

معرفة أحوال الناس والمجتمعات

الإطلاع على الآفات والمشاكل الاجتماعية

إذا كانت إجابتك ب "إشباعات معرفية" فيما تتمثل هذه الإشباعات؟

إثراء الرصيد المعرفي

إنجاز البحوث

التعرض للمحاضرات العلمية

إذا كانت اجابتك ب "إشباعات نفسية" فيما تتمثل؟

الاسترخاء

الراحة النفسية

المتعة

المحور الخامس: تأثير استخدام قنوات اليوتيوب على المستوى التعليمي لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

ضع/ي إشارة (x) في خانة الإجابة التي تتاسبك:

الرقم	العبارات	درجة الموافقة		
		موافق	محايد	غير موافق
الآثار الإيجابية لاستخدام قنوات يوتيوبي على التحصيل الدراسي لطلبة الإعلام والاتصال				
1	ساهمت في اكتساب مهارات ومعارف جديدة			
2	مشاهدة قنوات اليوتيوب ساعدك في انتاج الجديد في مجال تخصصك			
3	ساهمت في زيادة التحصيل الدراسي			
4	ساهمت في رفع مستواك التعليمي			
5	ساهمت في فهم المواد التعليمية			
6	استخدامك لخدمات اليوتيوب ساعدك في تعلم لغات أجنبية			
7	مشاهدتك لقنوات اليوتيوب يشجعك للتفكير لإيجاد حلول لمشكلات تواجهك في حياتك العلمية			
الآثار السلبية لاستخدام قنوات يوتيوب على التحصيل الدراسي لطلبة قسم الإعلام والاتصال				
8	تضييع الوقت في متابعة برامج غير متعلقة الدراسة			
9	جعلك تهمل بعض واجباتك الدراسة			
10	تعدد المواضيع وتنوع خصائص اليوتيوب ساهم في تشتيت الانتباه و الإلهاء عن التعليم			
11	ساهمت في فقدان التركيز والانضباط في العملية التعليمية			
12	ساهمت في تدني مستواك الدراسي			
13	موقع اليوتيوب ينشر مفاهيم علمية ومصطلحات خاطئة			
14	قنوات اليوتيوب تعد بيئة خصبة لبث الأفكار الهدامة			

شكرا لتعاونكم.