

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استخدامات الطلبة الجامعيين للميديا الجديدة

"اليوتيوب نمودجا"

"دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة مستغانم"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

إشراف الأساتذة:

- د: "حمداد صحبية"

إعداد الطالبة:

- فغول يسمة

لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الاصلية	الصفة
د : مجاهد حنان	استاذة محاضرة	جامعة مستغانم	رئيسا
د: حمداد صحبية	استاذة محاضرة	جامعة مستغانم	مشرفة مقررة
ا: رقاد حليلة	استاذة محاضرة	جامعة مستغانم	مناقشا

II

السنة الجامعية 2021/2020

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

العنوان:

استخدامات الطلبة الجامعيين للميديا الجديدة

"اليوتيوب نموذجا"

"دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة

مستغانم"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

إشراف الأستاذة:

- د: "حمداد صحبية"

إعداد الطالبة :

- فغول يسمة

السنة الجامعية 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# الشكر

بسم الله الرحمن الرحيم

"رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي و على والدي و أن أعمل صالحا ترضاه

و أدخلني برحمتك في عبادك الصالحين" النمل الآية 19.

الحمد لله ، أشكره تعالى و أحمده فهو المنعم و المتفضل قبل كل شيء أحمده و أشكره أن أمدني القوة و أنعم عليا من فضله و حقق لي ما أصبو إليه في استكمال هذه الرسالة، فهو القادر على كل شيء فله الحمد كما يليق بجلال وجهه و عظيم سلطانه.

شكري إلى " أمي و زوجي " الذين منحاني كل القوة و مدوا لي العون المادي و المعنوي حفظهما الله و بارك فيهما.

و أكبر شكر و تقدير مع فائق الإحترام إلى الأستاذة المحترمة و الفاضلة و المشرفة على رسالتي الدكتورة: " حمداد صحبية " على كل التوجيهات القيمة و المساعدة حفظها الله وبارك فيها.

أشكر كل من ساندني الأخت "دليلة" بقسم علوم الإعلام و الإتصال و الأخ " منصور" على مساعدتهم لي.

شكري لكل أساتذة الإعلام و الإتصال الذين درسوني خلال دراستي الجامعية نظام كلاسيكي و الماستر.

يسمة

## الاهداء

الحمد لله رب العالمين الذي وهبني من العلم ما وفقني به لإنجاز هذا العمل و الصلاة  
و السلام على خاتم الأنبياء والمرسلين محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم .  
أهدي ثمرة عملي إلى من أوصانا الله بهما خيرا " والديا العزيزين " إلى من اشتقت إليه تحت  
الشرى، إلى أغلى إنسان في الوجود الذي حبي له لا يزول و أغلى ما أعطاني الله، إلى الذي  
رباني أحسن تربية " أبي الغالي الحاج سي عابد " رحمه الله وغفر ذنبه وأدخله فسيح  
جناته ( اللهم امين ) .

إلى أعز انسانة في الوجود، إلى من حبي لها لا يزول ، الى من رضاها من رضى الله عز و جل .  
إلى التي لم تمل عينايا من رؤياها ، ولا لساني عن النطق باسمها ، و لا قلبي من الشوق  
لأحضانها، إلى رمز الحنان التي كان دعائها حتى في اللحظات الأخيرة " أمي الغالية  
و الحنونة " نسية " حفظها الله و أطال في عمرها .

إلى رفيق دربي زوجي الكريم و العزيز " شاكر محمد " الذي ساعدني في طلب العلم ورافقني  
في مشوار الحياة المليئة بالتطلعات و المتاعب حفظه الله و بارك فيه .  
و أهديه أيضا الى روح خالتي الحاجة محجوبة رحمها الله و جعلها مع الصديقين والصالحين "  
والى كل الشهداء رحمهم الله .

أهدي هذه الثمرة الى كل الإخوة " أخي محمد وبناته وزوجته و إلى توأم روحي " فاطمة  
" وبناتها روميساء و شيماء و زوجها الإمام الذي كان بمثابة أبي ، و زوليخة و مليكة و فوزية  
و كل عائلة فغول .

إلى عائلة زوجي " الأب و الأم و جميع الإخوة و إلى صديقات الدرب " أختي فايذة و أولادها  
حيزية و صديقات الدراسة في الماستر اتصال جماهيري : فيروز ، منال ، شاهيناز، إكرام ،  
هيام و خوخة " .

إلى كتاكت العائلة : " فردوس ، مريم ، ريتاج ، لؤي ، جيهان و ماريا " حفظهم الله .  
إلى من يعرف يسمة أو أسمة من قريب أو بعيد .

أسماء

يسمة

# الفهرس

## الفهرس:

\* البسملة

\* الشكر

\* الاهداء

~ فهرس المحتويات

~ فهرس الجداول

~ ملخص الدراسة باللغة العربية

~ ملخص الدراسة باللغة الانجليزية

### الجانب المنهجي :

مقدمة.....ا-ب

01 .....1- الاشكالية

02 .....2- التساؤلات

03 .....3- اسباب اختيار الموضوع

04 .....4- اهداف الدراسة

05 .....5- اهمية الدراسة

05 .....6- تحديد مفاهيم الدراسة

10 .....7- الدراسات السابقة

14.....8- منهج الدراسة

- 9- ادوات جمع البيانات.....15
- 10- مجتمع البحث.....16
- 11- عينة الدراسة.....17
- 12- مجالات الدراسة.....18
- 13- المقاربة النظرية للدراسة.....19
- 14- صعوبات الدراسة.....21

الجانب النظري:

### الفصل الأول : ماهية الميديا الجديدة

- تمهيد.....23
- 1- تعريف الميديا الجديدة او الاعلام الجديد.....24
- 2- نشأة وتطور الاعلام الجديد.....27
- 3- وسائل الاعلام الجديد.....29
- 4- خصائص الميديا الجديدة.....30
- 5- تصنيفات الميدا الجديدة او الاعلام الجديد.....32
- خلاصة.....35

### الفصل الثاني : ماهية الطالب الجامعي

- تمهيد:.....37
- 1- تعريف الطالب الجامعي.....38



39 . . . . .	2- خصائص الطالب الجامعي.....
43 . . . . .	3- صفات الطالب الجامعي.....
44... . . . . .	4- اساليب تطوير مقترحة لتنمية سمات العلمية في طلاب الجامعة.....
45 . . . . .	5- احتياجات الطالب الجامعي.....
49.....	6- القدرات الذهنية والمؤهلات المعرفية للطالب الجامعي واستخداماتهم لليوتيوب.....
52 . . . . .	خلاصة.....

### الفصل الثالث : ماهية اليوتيوب

54 . . . . .	تمهيد.....
55 . . . . .	1- تعريف اليوتيوب.....
57 . . . . .	2- نشأة وتأسيس اليوتيوب.....
59 . . . . .	3- خدمات اليوتيوب.....
60 . . . . .	4- مميزات اليوتوب التقنية.....
60 . . . . .	5- شروط استخدام الموقع.....
62 . . . . .	6- مبادئ نجاح اليوتيوب.....
64 . . . . .	7- مزايا وعيوب اليوتيوب.....
67 . . . . .	خلاصة.....

### الاطار التطبيقي للدراسة :

69.....	تمهيد.....
70 . . . . .	عرض وتحليل البيانات.....

94	..... عرض النتائج النهائية
97	..... الاستنتاج العام
98	..... خاتمة

قائمة المراجع والمصادر

الملاحق

فهرس الجداول :

<u>الصفحة</u>	<u>العنوان</u>	<u>الرقم</u>
70	يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس .	01
71	يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن .	02
72	يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي .	03
73	يمثل متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب .	04
74	يمثل المكان المفضل للطلبة لمشاهدة مضامين اليوتيوب .	05
75	يمثل الفترة المفضلة للطلبة لمتابعة مضامين قنوات اليوتيوب	06
76	يمثل المدة التي يقضيها الطلبة في متابعة قنوات اليوتيوب	07
77	يمثل الوسيلة التي يستخدمها الطلبة في شبكة اليوتيوب .	08
78	يمثل متابعة الطلبة لمضامين اليوتيوب .	09
79	يمثل اللغة التي يفضلها الطلبة في تصفح الفيديوهات .	10
80	يمثل امتلاك الطلبة لقناة على اليوتيوب .	11
81	يمثل المنتج الاعلامي الذي يبحث عنه المبحوثين على اليوتيوب .	12
82	يمثل درجة الثقة للطلبة في مضامين موقع اليوتيوب .	13
83	يمثل مساعدة اليوتيوب الطلبة في معرفة كل ما هو جديد .	14
84	يمثل الاسباب التي تجعل الطلبة يتفاعلون مع مضمون قنوات اليوتيوب .	15
85	يمثل الحالات التي يتفاعل فيها الطلبة عند مشاهدة فيديو اليوتيوب .	16

86	يمثل المواقع التي يشارك فيها الطلبة مقاطع الفيديو .	17
87	يمثل طبيعة المواضيع التي يهتم بها الطلبة من خلال مشاهدة الفيديو .	18
88	يمثل انواع الفيديوهات التي تستهوي الطلبة بكثرة .	19
89	يمثل المعارف التي يكتسبها الطلبة بعد متابعة قنوات اليوتيوب .	20
90	يمثل النقائص الموجودة في اليوتيوب بالنسبة للطلبة .	21
91	يمثل ايجابيات مواقع اليوتيوب بالنسبة للطلبة .	22
92	يمثل سلبيات مواقع اليوتيوب بالنسبة للطلبة .	23
93	يمثل تقييم الطلبة لمواقع اليوتيوب .	24

## ملخص الدراسة بالعربية :

تناولت هذه الدراسة موضوع استخدامات الطلبة الجامعيين للميديا الجديدة والذي كان اليوتيوب نموذجا وتهدف هذه الدراسة الى الكشف عن مدى كيفية استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب وبالتطبيق على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة مستغانم ، ومن اجل تحقيق هدف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى لمعرفة عادات وانماط استخدام موقع اليوتيوب ، حيث صممت الاستمارة لقياس عادات ودوافع وتفاعل استخدام الطلبة الجامعيين وتقييمهم لهذا الموقع، وتكونت عينة الدراسة من ( 94 ) مفردة من الطلبة .

### وتوصلت الى مجموعة من النتائج من اهمها :

- \* استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب وكان غرض المتابعة من حين الى اخر بنسبة 51,06 % واغلبهم يستخدمون هذا الموقع في المنزل بنسبة 69,14 %
- \* والوسيلة التي يستعملها الطلبة في تصفح الفيديوهات هي الهاتف الذكي بنسبة 91,48 % ويكون استخدامهم لليوتيوب يكون بمفردهم بنسبة 86,17 %
- \* اما دوافع الطلبة الجامعيين وراء مشاهدة موقع الفيديو هي الترفيه عن النفس ومعرفة الاخبار الجديدة بنسب متساوية 20,21 % في حين ان الطلبة يساعدهم اليوتيوب في معرفة كل ماهو جديد بنسبة 77,65 %
- \* اما عن الحالات التي تجعلهم يعلقون على الفيديوهات المنشورة عبر مواقع اليوتيوب هي اعطاء رأيهم حول موضوع اليوتيوب بنسبة 69,14 %
- \* اما فيما يخص تفاعل الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب كان هدفهم الاكثر هو تسجيل الاعجاب بنسبة 44,68 % وبعضهم يستفيدون منه ولا يتفاعلون معه بنسبة 24,46 %
- \* والمواقع التي يشاركون فيها مقاطع الفيديو هي الفايسبوك بنسبة 100 % ومن خلال المواضيع التي يهتمو بها الطلبة خلال المشاهدة هي المواضيع الاجتماعية بنسبة 78,72 % اما عن الفيديوهات التي تستهويهم اكثر هي هي الدينية والطبخ بنسب متساوية 15,95 %
- \* اما عن النقائص الموجودة في اليوتيوب بالنسبة للطلبة هي غياب المصادقية بنسبة 45,74 % تليها غياب الرقابة بنسبة 31,91 % ثم نقص الجودة بنسبة 22,34 % وتمثل برايمم ايجابيات اليوتيوب في فتح مجال للتفاعل الاجتماعي بنسبة 53,19 %، اما عن السلبيات تتمثل في ادمان الطلبة على موقع اليوتيوب بنسبة 51,06 % وفي الاخير كان تقييم اغلبية الطلبة لهذا الموقع بانه متوسط بنسبة 67,02 % والبعض الاخر كان تقييمهم جيد بنسبة 31,91 %.

### الكلمات المفتاحية :

الاستخدام ، الميديا الجديدة ، الطلبة الجامعيين ، اليوتيوب.

## Study summary :

Study in the study of the subject of study undergraduate university undergraduate about studying in the study program to obtain a comprehensive study to obtain a university study that seeks to know the habits and patterns of using the site YouTube, where the questionnaire was designed to measure the habits and motives of university students and their evaluation of this site, the study sample consisted of 94 individual students.

It reached a number of results, the most important of which are: Undergraduates use of the home page is 69,14 % and the means that students use to browse videos is the smartphone, with a percentage of 91,48 % and their use of YouTube is alone, with a percentage of 86,17 %.

As for the University students motives, watching the video sites for self-entertainment and knowledge of new news in a equal proportions 20,21 % while the students YouTube helps them to know what is new with a percentage of 67,65 %.

As for the cases that make them comment on the videos published on YouTube sites, their opinion on the subject of YouTube is 69,14 %.

As for the interaction of university students with YouTube, their goal was to score 44,68 % likes, and some of them satisfied with it and didn't interact with it at a rate of 24,46 %.

And the sites that share video sites is Facebook with a percentage of 100 %, and through the topics that students are interested in during watching are social topics by 78.72 %, as for the videos that attract

them with a lot of religious and cooking videos in equal proportions 15,95 % .

As for the shortcomings in YouTube for students, they are the absence of credibility with a percentage of 45,74 % , followed by the absence of censorship by 31,91 % , then the lack of quality by 22,34 %.

In their opinion, the positives of YouTube are represented in opening the space for social interaction with a percentage of 53,19 %.

As for the negatives, students are addicted to YouTube with a percentage of 51,06 % , and in the end, the evaluation of the majority fo the students for this site was average with apercentage of 67,02 % , and for some, their rating was good with a rate of 31,91%.

Keywords :

Usage, new media, university students, YouTube.

# مقدمة



## مقدمة :

لقد فرض التطور المتسارع الذي تشهده وسائل الإعلام والاتصال تغييرا واضحا في أساليب العمل الإعلامي حيث تعددت وسائل الإعلام التي تخاطب الجمهور في عصر تكنولوجيا الاتصال وأضحت أكثر حداثة وتطورا خاصة على المستوى الثقفي .

وفي خضم التحولات التكنولوجية التي طرأت على وسائل الإعلام المختلفة دخلت مايسمى بمواقع التواصل الاجتماعي وأخر تقنيات الإتصال والإعلام عبر الأنترنت على قطاع واسع من أفراد المجتمع بما في ذلك فئة الطلبة . إذ تشير العديد من الدراسات والبحوث العلمية في حقل الإعلام والاتصال إلى تعرض الطلبة في الكثير من دول العالم إلى وسائل الإعلام الجديد أو الميديا الجديدة بشكل مكثف . ومن الواضح أن التعرض المكثف مثلا للأنترنت – اليوتيوب – تحت طائل البحث عن المعلومة أو تحقيق المتعة والترفيه والميول نحو ماهو جديد والإستمتاع بما تحققه وسائل الإعلام الجديد من سرعة في الوصول إلى الأخبار ثم المشاركة في نشرها ليطلع عليها عدد هائل من مستخدمي اليوتيوب ، يشكل هذا أحد دواعي التعرض والإستخدام المكثف لهذه الوسائل الإعلامية الجديدة خاصة من قبل الطلبة .

وتمتاز الميديا الجديدة أو مايمصطلح عليه بالإعلام الجديد بقدرة الوسائل الإعلامية المتاحة على إشباع رغبات الجمهور وذلك إنطلاقا من ميزات الإعلام الذي تنفرد وسائله ببعض الخصائص الإعلامية كاسرعة في الوصول إلى المعلومات والأخبار والفرص التي يتيحها للمستخدمين للتعبير والمشاركة في صياغة الرسالة الإعلامية ونشر أي مضمون إعلامي يتلقاه المتصفحون لمواقع التواصل فيما بينهم .

\*يعتبر الطالب الجامعي أحد مدخلات إدارة البيئة للتعليم والتعلم بل أهم التدخلات العلمية التربوية فبدون الطالب لن يكون هناك فضل أو تعلم .

ولابد من الإشارة أن الشباب العربي من أكثر الفئات الاجتماعية تعرضا وإستخداما للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال خاصة تلك المرتبطة بالأنترنت وتقنيات الإتصال التي تطورت عبر الشبكة العنكبوتية وأصبحت متغيرا إجتماعيا هاما في حياة الشباب ستوجب الدراسة .

يتزايد الإهتمام اليوم بالطلبة خارجي الجامعة بزيادة دوره في الحياة الإقتصادية والإجتماعية ، فالطلبة الجامعيين اليوم أمامهم تحديات كبيرة تجعل منه يحظى بمكانة مرموقة ، خاصة وأن المجتمع اليوم أصبح ينظراليه كقطاع تنموي قادر على تقديم الحلول إذن هو بإعتباره أكثر لذا فهو قادر على القيام بالعمليات المختلفة من أدراك وتذكر وتفكير وإبتكار وهو بحاجة دائمة إلى إستخدام هذه القدرات .

ومن أبرز هذه المواقع موقع اليوتيوب الذي يتيح لنا مشاهدة مجموعة لا منتهية وغير محدودة من الفيديوهات العالمية والأقليمية والمحلية وغيرها أصبحت بمثابة فضاء رحب ، يحوي ملايين المواد العلمية والثقافية والترفيهية ، كما يضم مشاهد ومقاطع يختلف تقييمها بحسب الخلفية الثقافية لكل مجتمع ، بل لكل إنسان ، حيث أتاح الفرصة خاصة للطلبة الجامعيين لنشر إبداعاتهم وافكارهم كي تأخذ من الظهور والمتابعة .

ونظرا لأهمية مواقع التواصل اليوتيوب حاولت من خلال هذه الدراسة تم تسليط الضوء على إستخدام الطلبة الجامعيين لهذا الموقع والتي ستكون على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بمستغانم ، كنموذج هذا البحث لدراستي وذلك بغية التعرف على تفاعل الطلبة مع موقع اليوتيوب ، حيث تم تقسيم

هذا العمل الى **الجانب المنهجي** وأتبع أهم الخطوات ، حيث قمت بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها كذلك الأهمية والأهداف واسباب إختيار الموضوع ومصطلحات الدراسة والدرسات السابقة ومجتمع البحث وعينة الدراسة والمقاربة النظرية . و ثلاثة فصول كل فصل يخدم الآخر واخيرا الجانب الميداني ، تطرقت إلى الجانب المنهجي بتحديد الإشكالية وأتبع أهم الخطوات المنهجية لدراسة الموضوع ثم إنتقلت إلى **الفصل الأول** تطرقت فيه حول مفاهيم الإعلام الجديد ونشأته ووسائله وخصائصه وتصنيفاته ، أما

**الفصل الثاني** تطرقت إلى مفاهيم الطالب الجامعي وخصائصه وصفاته والأساليب المقترحة لتنمية السمات وإحتياجاته، ثم **الفصل الثالث** تطرقت إلى ماهية اليوتيوب ونشأته وخدمات والمميزات ومبادئ نجاحه ،

وأخيرا إنتقلت إلى **الجانب الميداني** في شكل عناصر أساسية تخدم الغرض العام للموضوع من تحليل وتفسير البيانات وتستجيب للسؤال الرئيسي والتساؤلات الفرعية المعروضة في الإشكالية وتوصلت إلى أهم النتائج العامة .

## 1 / الإشكالية :

يتعرض الجمهور دائما في كل مكان وزمان ، إلى وسائل إتصال مختلفة ومتنوعة ليشكل من خلالها دائرة معارفه ومعلوماته العامة بعد التوسع الكبير الذي طرأ على وسائل الاتصال في العقود الاخيرة .

وتعد وسائل التواصل الاجتماعي أحد أبرز الوسائل التي باتت جزء أساسي في حياة الانسان والتي مكنت الأفراد في الحصول على كامل الحرية في إنتقاء مايشاؤون بغية إباع رغباتهم ، فقد أستقطبت هذه الوسائل من الملايين من المستخدمين والمتصفحين حيث أصبحوا مدمنين على تطبيقاتها والمضامين التي تقدمها .

فموقع اليوتيوب مثلا هو أحد أكثر المواقع إستهلاكا من قبل المستخدمين والذي يقوم بنشر الفيديوهات وتحميلها أو مشاهدة أي منها بكتابة إسم الفيديو في المكان المحدد والبحث عليه ، بل حتى بإمكانك التعليق عليه وشاركته .

وأعطى اليوتيوب الحرية للمستخدم في مشاركة مايشاء من محتوى وأستغله أصحاب المواهب في نشر الموهبة التي يتميز بها عبر نشر فيديوهات لهم وهم يمارسون لعاداتهم المفضلة ، وذلك نجد التنوع والإختلاف في المحتويات التي تجدها على هذه الشبكة .

ولابد من أن الاعتراف أن الشباب يشكلو أحد الفئات الإجتماعية الأكثر تواجدا في الواقع الاجتماعي وخاصة في البلدان النامية التي يرتفع فيها عدد الشباب مما يفرض على الحكومات في هذه الدول تركيز مجهودها على شريحة الشباب وذلك بغية إستيعابها ودمجها في الحياة الاجتماعية .

وشكل الطالب الجامعي الجزء الأكبر من المستخدمين لهذه الشبكة حيث إستحوذت على إهتمامهم ووقتهم ، حيث يجد الطلبة مايهمه ومايخدم تطلعاته وحاجاته ، والتعبير عن إهتمامتهم في الحياة كما تمكنه وسائل الإعلام الجديد كالانترنيث ووسائل التواصل الاجتماعي من نقل مشاكله إلى بيئات إجتماعية أخرى ، ويشكل هذا بالنسبة للطلبة إشباعا لرغباته وإحتياجاته التي يبدو

أنها تتضح أكثر خلال مرحلة الشباب التي تحاول من خلالها الفئة الشبانية إثبات تواجدها في المجتمع بالتعبير عن أمالها وإنشغالها مما يشكل سلوكا إجتماعيا لدى الشباب، وهذا هو الجانب الذي سنعالجه في هذه الدراسة وهو إستخدامات الطلبة الجامعيين لليوتيوب .

ومن هذه الإشكالية نطرح التساؤل الرئيسي :

" مامدى إستخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال بمستغنام لموقع اليوتيوب " ؟

ومن أجل تبسيط الإشكالية الجوهرية لدراستنا ومن السؤال الرئيسي نطرح مجموعة من

التساؤلات الفرعية التالية :

## 2- التساؤلات الفرعية :

- 1- ماهي عادات وأنماط إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ؟
- 2- ماهي دوافع الطلبة الجامعيين من وراء مشاهدة اليوتيوب ؟
- 3- مامدى تفاعل طلبة علوم الإعلام والاتصال مع فيديوهات اليوتيوب ؟
- 4- كيف يكون تقييم الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ؟

3/ أسباب اختيار الموضوع : تتمحور جملة أسباب اختيار هذا الموضوع حول أسباب ذاتية وأسباب معنوية :

### 1- الأسباب الذاتية :

- الإهتمام الشخصي وكثرة متابعتي لها لموقع اليوتيوب وخاصة بالقنوات التعليمية والطبخ .
- الوصول إلى معرفة مدياستخدام موقع " اليوتيوب " من طرف الطلبة الجامعيين .
- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق كونه موضوع حديث .
- الفضول في معرفة مدى إستفادة الطلبة الجامعيين من القنوات والبرامج المتاحة على موقع اليوتيوب .
- إختيار فئة الطلبة بإعتبارهم الأكثر تعليما ووعيا لهذه الشريحة إضافة لحجم الكبير في الجزائر .

### 2- الأسباب الموضوعية :

- لأن تسليط الضوء على موقع اليوتيوب من خلال البحث العلمي له صلة وطيدة بتخصصي وهو " إتصال جماهيري والوسائط الجديدة " .
- إن إختيار الموضوع لم يكن عشوائيا وإنما نابع من قناعاتي الشخصية .
- الدور الذي يلعبه اليوتيوب من خلال معالجته لقضايا مختلفة .
- إنتشار مايعرف بقنوات اليوتيوب والإقبال المتزايد عليها .
- حداثة وجدة الموضوع اليوتيوب .

- التزايد الكبير والمستمر للجماهير المستخدمة لموقع اليوتيوب وإيجاد ما يتناسب مع إهتماماتهم وميولاتهم الشخصية .

- اليوتيوب أصبح وسيلة يفضلها الجميع على وسائل الإعلام التقليدية لأنها تسمح لهم بمشاهدة ما يريدونه في الوقت المحدد من قبلهم.

#### 4/ أهداف الدراسة :

- \* الكشف عن عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب .
- \* التعرف على مدى تفاعل الطلبة مع فيديوهات اليوتيوب .
- \* التعرف على دوافع الطلبة من محتويات اليوتيوب .
- \* معرفة المكانة التي يحتلها اليوتيوب في أوساط الطلبة في ظل وجود مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى .

#### 5/ أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تتناول موضوع مهم وهو استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب حيث يعد هذا الموقع حديث العهد وشديد الاستخدام نتيجة الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة مستخدميها خاصة موقع اليوتيوب بإعتباره أشهر موقع فيديو في العالم رغم حداثة نوعا ما وسهولة استخدامه من طرف الجميع وبصفة خاصة الطلبة الجامعيين وكثرة محتوياته في مختلف المجالات ومن هنا تكمن أهمية دراستي في التطرق إلى محتويات اليوتيوب التي تحمل في طياتها معارف ومعلومات في مختلف الحياة من خلال متابعتهم لهذه المحتويات ومعرفة مدى استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب وكيفية تعاملهم معه وتكمن الأهمية أيضا بتزويد المكتبة بقاعدة بيانات علمية جديدة عن اليوتيوب .

## 6/ تحديد مفاهيم الدراسة :

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية للدراسة أحد الطرق المنهجية الهامة في تصميم البحوث ، فالدقة والموضوعية من خصائص العلم التي تميزه عن غيره من ضروب المعرفة ، ومن مستلزمات الدقة في العلم وضع تعريفات واضحة محددة لكل مفهوم أو مصطلح يستخدمه العلماء والباحثون في كتاباتهم ودراساتهم <sup>1</sup>.

### 1/ تعريف الإستخدامات : ( الإستخدام )

**لغة :** من إستخدم إتحداً ، أيأخذ الشخص خادماً أي يخدمه فهو خادماً وخداً له <sup>2</sup>.

### إصطلاحاً :

يعرف الإستخدام بأنه ما يستخدمه الفرد فعلياً من معلومات أي أنه الإستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل إضافة إلى إستخدام ربما يرضي إحتياجات المستفيد أولاً يرضيها وذلك لا توجد المعلومات التي لا يحتاجها بالفعل .

\* وفي تعريف آخر " الاستخدام " : هو مفهوم غامض ومتنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة ماهو إجتماعي وماهو تقني ، الداخلى فى تركيبه تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة ، الغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى إستعماله فى تعيين وتقرير وتحليل مجموعة السلوكيات والمظاهر .

---

(1)- محي الدين محمد مسعد : كيفية كتابة الابحاث والاعداد للمحاضرات ، ط 2 ، المكتب العربي الحديث ، الاسكندرية ، 2000 ، ص 29 .

(2)- منال هلال المزاهرة : نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ط 1 ، 2012 .

## \* والإستخدام في مجال الأترنت يتخذ مفهومين هما :

- الإستخدام العام : وهو الدخول إلى الشبكة دون تحديد مسبق لعملية الإستخدام .

- الإستخدام الخاص : وهو الإستخدام المتخصص الذي يكون في غالب الأحيان في إطار عمل .<sup>1</sup>

### التعريف الإجرائي :

أقصد به الأفراد الذين يميلون لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لتحقيق أهدافهم وفي دراستي أقصد به عملية التصفح ، النشر والتحميل والتعليق والمشاركة التي يقوم بها الطلبة الجامعيين من عادات وأنماط في موقع اليوتيوب .

### 2/ الطالب الجامعي :

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

إصطلاحا : هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين مثل : المدرسة أو الجامعة أو الكلية أو المعهد والمركز ، وينتمي لها من أجل الحصول على العلم وإمتلاك شهادة معترف بها من ذلك المكان تى يستطيع ممارسة حياته العملية فيما بعد تبعا للشهادة التي حصل عليها .<sup>2</sup>

---

(1)- بورحلة سليمان : اثر استخدام الانترنت على الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر ، ص ص 24-25.

(2) - جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوبة : دراسة في استخدامات واشباكات - قسنطينة - خلاف بومخيلة ، 2006،2007 ،



## \* وفي تعريف آخر للطالب الجامعي :

هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة ، تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك ، ويعتبر الطالب أحد الناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي ، إذ انه يمثل عدديا النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية .<sup>1</sup>

## \* التعريف الإجرائي :

هو ذلك الشخص المسجل في الجامعة التي إلتحق بها بعد الحصول على البكالوريا والطالب الجامعي يمتاز بنوع من الحيوية والنشاط والمكتسب لمجموعة من المعارف العلمية خلال مشواره الدراسي تؤهله في الأخير لإكتساب شهادة علمية .

\* أما فيما يخص دراستنا نقصد بالطلبة الجامعيين طلبة علوم الإعلام والإتصال جامعة مستغانم الذين يتلقون الدروس والمحاضرات في جامعة التعليم العالي والبحث العلمي للحصول على شهادة جامعية.

---

(1) - شعباني مالك : دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية ( غير منشورة ) ، قسنطينة ، 2005 ، ص 41.

## 7/ تعريف الميديا الجديدة :

إصطلاحا :

**الميديا الجديدة:** مجال متعدد الأبعاد تشكله التكنولوجيات الجديدة من أنترنيت وهواتف وأجهزة ألعاب الفيديو ، فالميديا الجديدة تشمل كذلك في إحدى معانيها ذلك المجال الواسع المتشكل من تجارب جديدة وفي مجالات مختلفة في العلاقات بالأفراد على مستوى الهوية والجماعة وتحقيق الذات وقواعد جديدة في التنظيم والإنتاج في مجال صناعات الإعلام والثقافة .

\* وفي تعريف الصادق الحمامي: " فالميديا الجديدة من منظورها هي " تكنولوجيات المعلومات والاتصال والعوامل الإجتماعية المرتبطة بها " <sup>1</sup>.

**2- التعريف الإجرائي :** للميديا الجديدة : الميديا الجديدة : هي أساليب جديدة للتواصل في العالم الرقمي ، فهي في تجدد دائم بما أنها نتاج للفعل الإنساني الراهن ، إذ تخضع إستخدامات التكنولوجيا المتفاوت بين منطلق الإبتكار ومنطق الإستخدام ، فهناك دائما جديد في مواقع التواصل الاجتماعي لموقع اليوتيوب ، والفيسبوك .....الخ.

---

(1)- الصادق الحمامي : الميديا الجديدة ، الابستمولوجيا والاشكاليات والسياقات ، المنشورات الجامعية منوبة ، تونس ، ط1 ، 2012 ، ص 19.

## 8 / اليوتيوب :

**1- اليوتيوب لغة:** كلمة مشكلة من كلمتين " يو " تيوب " أي وعائك ..... أي مفرد لكلمة أوعية إلكترونية ، والضمير أنت هنا مخاطبة الفرد المتصفح ، والموقع عامة يعد كإعلام جديد وإلكتروني .

## **2- إصطلاحا :**

يقوم موقع اليوتيوب على فكرة مبدئية هي " بث لنفسك " أو " ذع لنفسك " يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى وهو مكان في شبكة الأنترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي ، يتضمن المواقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية .<sup>1</sup>

\* وفي تعريف آخر: " هو موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني .<sup>2</sup>

## **3- إجرائيا :**

هو موقع من مواقع التواصل الإجتماعي ينشر فيه أي شخص فيديوهات سياسية أو إجتماعية بغية مشاركتها مع الشباب وإيصال أفكار وإتجاهات سياسية وإجتماعية.

---

(1) - عباس مصطفى الصادق : الاعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ، 2008 ، ص 216.

(2) - خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية : ماهي مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها ، ط1 ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الاردن ، 203 ، ص 43.

## الدراسات السابقة :

يعتبر عرض الدراسات السابقة خطوة أساسية في مسار البحث العلمي ، لما تهيئه من تسهيلات منهجية لموضوع الدراسة ، فهي تعتبر بمثابة خبرات بحثية سابقة ، تناولت موضوع الدراسة سواء من جميع أبعادها أو من بعد واحد ، وأقدم في هذا المجال ثلاثة دراسات سابقة وهي :

### 1/ الدراسات في الجزائر :

**الدراسة الأولى :** دراسة عائشة ديس ، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات وهي مذكرة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع سنة 2017-2018.

وأعتمدت على الاشكالية التالية :

" **مادور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات ؟**

### وطرحت التساؤلات التالية :

- ماهي عادات وأنماط إستخدام طالبات علوم الإعلام والاتصال لموقع اليوتيوب ؟
  - ما مدى تفاعل طالبات علوم الإعلام والاتصال مع فيديوهات اليوتيوب ؟
  - ماعلاقة إستخدام اليوتيوب بتوسيع دائرة المعارف لدى الطالبات ؟
  - هل ساهم الوعي الثقافي للطالبات من تغيير مكانتهن الإجتماعية إلى الأفضل ؟
- وقد ساهمت الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام الطالبات لموقع اليوتيوب وتوسيع دائرة معارفهم .
- التعرف على مدى إستفادة الطالبات من المحتويات لتنمية وعيهن الثقافي ، ومدى مساهمة الوعي الثقافي للطالبات من تغيير مكانتهن العلمية ، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من تغيير (67) مفردة من طالبات الدارسين علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة .

\* وقد توصلت الدراسة إلى أن عادات وأنماط استخدام الطالبات لموقع " اليوتيوب " أكثر من الصفة النادرة ، وأن أغلب أفراد العينة يستخدمونه أكثر من ثلاث سنوات الشبيء الذي يدل على الإقبال المتزايد على هذه الشبكة و أن أغلب الطالبات تتفاعل مع موقع اليوتيوب بإستخدام في تصفح جهاز الهاتف الذكي ، وكما أظهرت الدراسة على أغلب الطالبات يستفدن من محتوى اليوتيوب ولايتفاعلن معه بتسجيل 'عجابهن أو الإشتراك في القناة وقد تمثلت دوافع إستخدام المبحوثات لليوتيوب هو تعلم الطبخ ، ويساعد محتوى اليوتيوب أفراد العينة في معرفة كل ماهو جديد ، وتمثلت في حصولهن على معلومات لم يعرفها من قبل ، وكما يساهم في إثراء رصيدهن المعرفي ، ومساهمة الوعي الثقافي للطالبات من تغيير مكانتهن الإجتماعي إلى الأفضل ، حيث يجعلهن يتميزن عن الآخرين ويظهر من خلال المناقشة والحديث <sup>1</sup>.

### \* الدراسة الثانية :

دراسة أشرف الدين بارش وصابر لعور لإستخدام طلبة الجزائريين لليوتيوب والإشباعات المحققة منه وهي رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة وإعلام إلكتروني بجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي سنة 2015-2016.

وأعتمدوا على الإشكالية التالية : " ماهي إستخدامات الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ؟

وماهي الإشباعات المحققة من ذلك ؟

وهدفت الدراسة الى معرفة عادات واماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ، ودوافع استخدام الطلبة لهذا الموقع ، والكشف عن الاشباعات المخففة من ذلك جراء استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب ، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (100) مفردة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي .

---

1- ديس عائشة : دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات ، دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم الاعلام والاتصال ، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع ، 2017-2018.

\* وقد توصلت الدراسة من النتائج أهمها :

- حددت الدراسة حول مكان إستخدام موقع اليوتيوب أن المنزل هو أكثر الأماكن التي يفضلها الطالب أثناء تصفحه للموقع ، وجاءت وسيلة الإستخدام أو التصفح هي الهاتف الذكي هو ما يفضله الطلبة .
- أن دوافع الطلبة الجامعيين في إستخدام اليوتيوب هي التسلية والترفيه في المقام الأول وتليها التعليم والتثقيف
- بينت الدراسة أن غالبية الطلاب أكدوا أن المضامين الإجتماعية هي الأولى في إستخدامهم للموقع وتوجههم له ثم المضامين العلمية ، ثم المضامين النفسية ، ثم الرياضية ، ثم الترفيهية السياسية ومضامين أخرى إنحصرت في المضمون الثقافي أو الديني .

### \* نتائج الدراسة :

أظهرت الدراسة أنه أثناء الإستخدام الطلبة لليوتيوب بأهم مايجوز على إهتمامهم بالإشباع الإجتماعي ، ثم الإشباع العلمي ، تليه الترفيهي ، ثم النفسي ، ثم الرياضي ، ثم السياسي وهنا اليوتيوب يقدم نمطا خاصا بالطلبة ألا وهو أولوية الإشباع الإجتماعي <sup>1</sup> .

---

(1) - بارش اشرف الدين ، لعور صابر : استخدام طلبة الجزائريين لليوتيوب والاشباع المحققة منه : دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي ، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص صحافة واعلام الكتروني ، 2015 -2016

**1 الدراسة الاولى :** دراسة قام بها الباحث : د : رضا عبد الواحد أمين جامعة المملكة – مملكة البحرين

– حول إستخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الأنترنت ، تهدف الدراسة إلى معرفة خصائص مستخدمي موقع اليوتيوب على الأنترنت من الشباب الجامعي ، ومعرفة أنماط الإستخدام وأساسه ومدى إنتشاره بين هذه الفئة العمرية الهامة ، وإسهاماتهم إنتاج الرسائل الإعلامية التي تبث من خلال الموقع . وأعتمدوا على الإشكالية التالية :

" إلى أي مدى تؤثر مشاهدة موقع اليوتيوب على العلاقات الإجتماعية للشباب الجامعي ؟

**وطرحت التساؤلات التالية :**

- ما طبيعة إستخدام الشباب الجامعي لليوتيوب ؟
- ما الإشباع المتحققة للشباب الجامعي من إستخداماتهم لموقع لقطات الفيديو وخاصة اليوتيوب ؟
- ما مستوى الثقة في هذا النوع من الإعلام الجديد الذي يمكن إدراجه تحت مسمى الإعلام الشعبي <sup>1</sup>

**\* وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :**

\* أن موقع يوتيوب يقدم نمطا جديدا من إعلام النحن أو الإعلام الشعبي الذي يقوم المستخدمون بإنتاجه وتحريره ، حيث يقوم على الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات فيديو على الموقع ليشاهده ملايين المستخدمين حول العالم وبدون أي تكلفة مالية .

\* توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي في مملكة البحرين يستخدمون الانترنت بشكل كثيف ، حيث يتصفح 76 % من مجموع عينة الدراسة للأنترنيت بشكل يومي ، وأن تفاوت المدة الزمنية التي يقضونها في شبكة الأنترنت ، وذلك تأكيدا على أهمية الأنترنت كمصدر للمعلومات لهذه الفئة العمرية في المجتمعات العربية .<sup>2</sup>

---

(1) - رضا عبد الواحد امين : الاعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة ، لعالم جديد ، اجاث مؤتمر البحرين ، جامعة البحرين ، 2009 ، ص 7-9 .

(2) - رضا عبد الواحد امين الاعلام الجديد : مرجع سابق ذكره ، 2009 ، ص 526 .

## 10/ منهج الدراسة وادواته :

وفي إطار الدراسة أستعرض في الجانب المنهجي منها عددا من المصطلحات الأساسية في منهجية إعداد البحوث العلمية

### المنهج :

هذا اللفظ ترجمة للكلمة methode الفرنسية ونظائرها في اللغات الأروبية الأخرى وهي كلمة نرى أفلاطون يستعملها بمعنى البحث أو النظر أو المعرفة كما نجدها عند أرسطو أحيانا كثيرة بمعنى بحث والمعنى الإشتقاقي الأصلي يدل على الطريق أو المنهج المؤدي للغرض المطلوب خلال المصاعب والعقبات.<sup>1</sup>

**تعريف المنهج :** مجموعة من القواعد العلمية والمنطقية بها يتمكن الباحث من تفكيك وتركيب وربط المعلومات بموضوعية وبه تنسج الأفكار وتعرض التصورات المجسدة لها في السلوك والفعل يتم إستنباط المنهج من المسموع والمقروء دون أن ينفصل عنه فالمنهج هو مجموعة الأفكار التي بها يتم تعلم الكيفية التي عليها الأمر أو التي سيؤول الأمر إليها بحثا وعلماء ومعرفة لذا فالمنهج بناء فكري على أسسه تبنى النظريات وتصاغ وبه يتم إظهار المتغيرات الصريحة والضمنية وتستمد الطرق التي تنتهج من أجل تحقيق الأهداف العلمية.<sup>2</sup> وفي دراستي هذه أعتمدت على " **المنهج الوصفي** " وهو الذي يوصف الظاهرة المدروسة في دراستي إستخدامات الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب .

**المنهج الوصفي :** هو ذلك المنهج الذي يشمل البحوث التي تستند على ما هو كائن الآن في حياة الانسان والمجتمع والمنهج الوصفي هو إستقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى .

---

(1) - عبد الرحمن بدوي : مناهج البحث العلمي ، وكالة المطبوعات ، شارع فهد السالم الكويت ، ط3 ، 1977 ، ص3.

(2) - عبد الرحمن بدوي : مناهج البحث العلمي ، نفس المرجع السابق ، ص 58



إن البحث الوصفي لا يقف عند حدود وصف الظاهرة وإنما يذهب لما هو أبعد من ذلك فيحلل ويفسر وقيم ويقارن بقصد الوصول إلى تقييمات ذات معنى بقصد التبصر بتلك الظاهرة فضلا على أن الأبحاث الوصفية لا تقتصر على التنبؤ بالمستقبل بل أنها تنفذ من الحاضر الى الماضي لكي تزداد تبصرا بالحاضر.<sup>1</sup>

## 11/ أداة البحث :

تعدد أدوات البحث التي يوظفها الباحث حسب طبيعة ونوع البحث المنجز ، وتحديد أداة البحث من الخطوات الأساسية التي يمر به الباحث في سياق إعداد بحثه العلمي أو الدراسة الميدانية ، في الغالب يستعين الباحثون في العلوم الاجتماعية والإنسانية بأداتي الإستمارة والمقابلة اللتان يوظفهما الباحث في إستخراج نتائج التحليل التي أستهدفت المتغيرات الأساسية لموضوع الدراسة .

\* **الإستمارة :** إستيضاح إستفساري لإستبيان المعلومات التي لدى المبحوث لأجل المعرفة عن كتب كل مايتعلق بالموضوع قيد البحث والدراسة وهو مجموعة من الأسئلة المعدة والمصاغة لمتغيرات الحالة وفقا لفروض موضوعية وقد تطرح الأسئلة أثناء إجراء مقابلات مهنية معه أو توزع في إستمارة مباشرة في إستمارة من الباحث الى المبحوثين أو عن طريق فريق من المساعدين أو عن طريق وسائل الاتصال المتعددة<sup>2</sup> .

تعتبر الإستمارة التي تعرف في شكلها الأكثر شيوعا بسير الأراء تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة حيث يضع الباحث أسئلة مسبقة عن موضوع دراسته وبجته العلمي ويستهدف الباحثون من وراء إستخدام الإستمارة أو الإستبيان إلى معالجة كمية العلاقات الموجودة بين إجابات المبحوثين وقد تكون هذه العلاقات مجالا للمقارنة ويدخل الباحث في إتصال مع المبحوثين من خلال طرح الأسئلة عليهم واحدا واحدا وبنفس الطريقة .

---

(1) - رحيم يونس ، كرو العزاوي : مقدمة في منهج البحث العلمي ، نفس المرجع السابق ، ص 98.

(2) - عقيل حسين عقيل : خطوات البحث العلمي ، نفس المرجع سبق ذكره ، ص 208.

ويرى الباحثون أن الاستمارة وسبر الأراء أيضا يمثلان وسيلة هامة للتقصي الأكثر إنتشارا في ميدان العلوم الإنسانية حيث تستطيع الإستمارة تناول موضوعات عدة أكثرها عمومية ومشتركة.<sup>1</sup>

وفيما يخص الإستمارة كان تصميمها من دد الأسئلة المطروحة 24 سؤال موزعة على 04 محاور ، قمت بتوزيعها على (100) عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال .

### تضم الاستمارة على مايلي :

**المحور الاول :** يخص عادات وأنماط إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب .  
\* إحتوى هذا المحور على 08 أسئلة ( 05 أسئلة مغلقة و03 أسئلة مفتوحة) .

**المحور الثاني :** دوافع الطلبة الجامعيين وراء مشاهدة موقع اليوتيوب  
\* إحتوى هذا المحور على 04 أسئلة (03 مغلقة وسؤال واحد مفتوح )

**المحور الثالث :** تفاعل الطلبة الجامعيين التي تشارك فيها مقاطع الفيديو  
\* إحتوى هذا المحور على 05 أسئلة (04 مغلقة وسؤال مفتوح ) .

**المحور الرابع :** تقييم الطلبة لموقع اليوتيوب  
\* إحتوى على 04 أسئلة ( 02 أسئلة مفتوحة و 02 مغلقة ) .

## 12/ مجتمع البحث وعينة الدراسة :

**مجتمع البحث :** هو جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث<sup>2</sup> .

يعتبر مجتمع البحث الخطوة الرئيسية التي يجب إتباعها قبل تحديد نوع العينة وسبب ذلك هو وجود فرق بين مجتمع البحث والعينة فهو يشمل جميع الوحدات أو المفردات التي تتوفر فيها الخصائص لدراستها .

---

(1) - موريس الجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف ، سعيد سبعون ، الجزائر ، دار القصة للنشر 2004 ، ص 204 .

(2) - عبد الكريم بوحفص : اسس ومناهج البحث في علم النفس ، ط1 ، ديوان مطبوعات الجامعة،الجزائر،2011،

وعليه فإن "مجتمع البحث" الذي أختارته في دراستي يتمثل في جمهور الطلبة الجامعيين بقسم علوم الاعلام والاتصال وقد قمت بإختيار (100) مفردة للطلبة من كلا الجنسين . وأصبح العدد (94) مفردة .

**العينة :** هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا<sup>1</sup>

وتعرف **العينة** أيضا "أنها جزء من مجتمع يتم اختيارها لدراستها والوصول إلى بعض الإستنتاجات عن المجتمع حيث يلجأ الباحث إلى العينة حين يكون من الصعب الوصول إلى كافة أفراد المجتمع ويكون فيه تبديد في المال والجهد"<sup>2</sup> .

وهناك عدة أنواع من **المعاينة** يلجأ الباحث لتطبيقها على حسب المنهج المستخدم في الدراسة ومجتمع البحث ، وعليه قد اعتمدت في دراستي على العينة القصدية وهي :

**العينة القصدية :** وفيها يقصد الباحث إختيار عينته بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة ويعتقد الباحث عند إختياره هذه العينة أنها تمثل المجتمع خير تمثيل أي يختار الوحدة أو الوحدات التي تكون مقاييسها مماثلة أو مشابهة لمقياس المجتمع الاصيلي<sup>3</sup> .

وقد اعتمدنا في سياق الدراسة على " **عينة قصدية** " من الطلبة الجامعيين بجامعة عبد الحميد بن باديس بولاية مستغانم وهم من طلبة تخصص علوم الاعلام والاتصال إذ بلغ تعداد فئة المبحوثين (100) مبحوث تم استرجاع (94) إستمارة من التعداد الإجمالي بعد أن تضمنت إستمارة 06 مباحث لم ترجع .

---

1- رحيم يونس ، كرو العزاوي : مقدمة في منهج البحث العلمي ، ط 1 ، دار دجلة ، عمان ، الاردن ، 2008 ، ص161.

2- رحيم يونس ، كرو العزاوي مرجع سابق ، ص 182.

3- رحيم يونس ، كرو العزاوي مرجع سابق ، ص 173.

## 13/ مجالات الدراسة :

تتمثل حدود الدراسة في بعدين حيث يتمثل في المجالات المكانية والزمانية والبشرية المتمثلة في طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال وسوف أتطرق إلى أبعاد البحث في النقاط التالية :

### \* المجال المكاني :

إعتمدت الدراسة على جمع المعلومات ، حيث تقتصر الدراسة الميدانية على المعلومات المتحصل عليها من قوائم الاستمارة على عينة من الطلبة بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم .

### \* المجال الزمني :

فترة دراستي لهذا الموضوع ابتداء من 20 مارس 2021 الى نهاية شهر جوان 2021 .

### \* المجال البشري :

تتمثل في عينة من طلبة الجامعة من قسم علوم الاعلام والاتصال والمتكون عددهم ( 94 ) فرد من العدد (100) فرد .

## 14/ نظرية الاستخدامات والاشباع :

ظهرت هذه النظرية عام ( 1959 ) على يد إيهو كاتز لتشكل منحى جديد في نظرة منظري الاعلام للعملية برمتها حيث حولت الإنتباه من التركيز على الرسالة الإعلامية إلى التركيز على الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة <sup>1</sup>

وتعتبر النظرية من نظريات التأثير الإنتقائي ، التي تقدم شكلا جديدا لفهم علاقة الجمهور بوسائل الإعلام في ضوء علاقة هذا الجمهور بيئته الإجتماعية والظروف المحيطة ، وبحيث يركز هذا المدخل في فهم سلوك الجمهور على كونه يتمتع بسمات نفسية تجعله يتعرض ويدرك ويتذكر كل ماتقدمه وسائل الاعلام على نحو إنتقائي <sup>2</sup>

\* وتعد النظرية من النظريات المهمة في عالم للدراسات الإعلامية الحديثة على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام ، وكذلك تحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الاعلام ومادوافع تعرضهم التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون أو قراءة الصحف أو سماع برامج الإذاعة أو التفاعل مع مواقع التواصل الإجتماعي ، و أن محتوى هذه النظرية يسعى للإجابة عن أسئلة لماذا يتصل الناس بالاعلام وما الوظائف التي تقوم بها عند الناس ؟ وبعبارة أخرى ماذا يفعل الاعلام بالناس <sup>3</sup>.

\* وتعد أيضا نظرية الاستخدامات والاشباع ، مدخلا أتصاليا سيكولوجيا ظن بحيث يفترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية وإجتماعية ، تدفعه لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة تنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع إحتياجاته . <sup>4</sup>

---

1-العبد الله، مي ، الاتصال والديمقراطية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان 2005 ص 18

2- مكاوي والسيد ليلي حسين الاتصال ونظرياته المعاصرة ، دار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، مصر 2003 ص 227

3- الراوي ، بشرى ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، مدخل نظري ، مؤتمر فيلادلفيا الدولي السابع عشر ،

ثقافة التعبير ، جامعة فيلادلفيا ، عمان ، الاردن 2013 ص 5

4-الراوي ، بشرى : نفس المرجع السابق ، ص 6.

## فروض نظرية الإستخدامات والإشباع :

- هناك خمسة فرضيات رئيسية تعتمد عليها الإستخدامات والإشباع وهذه الفرضيات على النحو الآتي :
- 1 - يتسم جمهور وسائل الاتصال بالإيجابية والنشاط ، وأن إستخدامه لوسائل الاتصال يهدف إلى تحقيق أغراض معينة .<sup>1</sup>
  - 2- يمايز الجمهور بين وسائل إتصال محددة ويختار الأنسب لإشباع حاجاته .
  - 3- تتنوع درجات الإشباع بالنسبة للحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية ، وعوامل التفاعل الإجتماعي ، وتنوع الحاجات بإختلاف الأفراد .
  - 4- يعبر إستخدام وسائل الإتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاءها ، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية ، وعوامل التفاعل الإجتماعي ، وتنوع الحاجات بإختلاف الأفراد .
  - 5- تدل إستخدامات الجمهور لوسائل الاتصال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما .<sup>2</sup>
  - 6 - التأكيد على نتائج إستخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .<sup>3</sup>

## الأهداف التي تسعى نظرية الإستخدامات والإشباع لتحقيقها :

- تسعى نظرية الإستخدامات والإشباع إلى ترسيخ وشرح مفهوم " الجمهور النشط " الذي تقوم عليه في الأساس ، إضافة إلى أهداف أخرى منها :
- \* السعي إلى إكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال ، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته .
- \* شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإتصال ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة ذلك .

---

(1) - مي العبد الله : نظريات الاتصال ، ط2 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، ص 279.

(2) - ميرفت الطرايشي ، عبد العزيز السيد : نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 2006 ، ص 261.

(3) - عبد الحافظ عواجي صلوي ، اسامة بن مساعد الحيا : نظريات التأثير الاعلامية ، 2012 ، ص 9.

\* التأكيد على نتائج إستخدام وسائل الإصال بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري .

\* الكشف عن الإشباعات المختلفة من وراء هذا الإستخدام .<sup>1</sup>

## العلاقة بين نظرية الإستخدامات والإشباعات وموقع اليوتيوب :

فترى نظرية الإستخدامات والإشباعات أن ما تقدمه مواقع اليوتيوب والجماهير هو نتاج لما يتطلبه الناس حسب قيمهم وتقاليدهم حيث أن الافراد يقومون بتحديد نوعية المضامين الإعلامية التي يتلقاها لإشباع رغباته فالجماهير يتابع وسائل الاعلام بإعتبارها مصدرا يليي رغباته وحاجاته وفي هذا الصدد نجد أن اليوتيوب هو أحد المنصات القوية في وسائل الإعلام إذ تتيح للمستخدمين متابعة المضامين التي يريدونها والتي يرون أنها تشبع رغباتهم وميولاتهم وذلك بتنوع وإتلاف المضامين المعروضة عليه .

### **الصعوبات :**

في أغلب الدراسات التي يجريها الباحثون تظهر لهم بعض الصعوبات خاصة في مجال علوم الاعلام والاتصال ، وهذا راجع إلى طبيعة الظاهرة الاتصالية وعليه من بين الصعوبات التي واجهتها :

\* ضيق الوقت لإنجاز هذه الدراسة .

\* حداثة الموضوع وقلة المراجع العلمية المتخصصة في مجال مواقع الشبكات الاجتماعية .

\* قلة الدراسات السابقة خاصة في موقع اليوتيوب

---

(1) - حسن عماد مكاوي ، ليلي حسن السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط5، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ص239 ، ص37.

## الفصل الاول : ماهية الميديا الجديدة

### تمهيد

- 1- تعريف الميديا الجديدة او الاعلام الجديد
  - 2- نشأة وتطور الاعلام الجديد
  - 3- وسائل الاعلام الجديد
  - 4- خصائص الميديا الجديدة
  - 5- تصنيفات الميديا الجديدة او الاعلام الجديد
- خلاصة



## تمهيد :

نتناول في هذا الفصل مفاهيم أساسية عن الميديا الجديدة التي تتشكل وفق الدراسة ومتغيراتها الأساسية أحد المصطلحات الهامة والمفاهيم الأكثر حضورا في الدراسة أرجنا في هذا الفصل الهام مفاهيم عدة عن الميديا الجديدة والتصنيفات للإعلام والسماث ووسائل الاعلام ويعتبر مفهوم الميديا الجديدة من المفاهيم الاساسية الاكثر بروزا وأهمية في سياق العمل البحثي الذي ننجزه وذلك باعتبار المفهوم من مستجدات وتبعات الظاهرة الاعلامية بمعطائها التقني والتكنولوجي .

## الجانب النظري : ماهية الميديا الجديدة

### مفاهيم عن الميديا الجديدة او الاعلام الجديد :

تكتسي عملية توصيف الميديا الجديدة أهمية كبرى ، إذ تكشف لنا عن التمثلات الخفية التي تحرك رؤى الباحثين ، تمثلات أحادية وحتمية تنظر إلى الميديا الجديدة من منظور تعدد العوامل التي تشكلها ب إعتبارها إنتاجا مشتركا للتكنولوجيا وللسياق الاجتماعي والثقافي من جهة أخرى .

كما تتأني أهمية توصيف الميديا الجديدة من تعدد الظواهر المتصلة بها ، وتنوع المصطلحات التي تطمح إلى الأمام بها الماما شاملا ، فنحن أمام تحمة من المصطلحات المتداخلة والمتجاورة نتداولها في كثير من الأحيان دون وعي بمحملتها المفهومية وبخصوصيته الظواهر التي تحيل عنها .

ويعرف الإعلام الجديد أو الميديا الجديدة : على " أنها وسائل إتصال وإعلام حديثة لصيقة بأجهزة الاتصال الحديثة تقدم لمستخدميها خدمات عالية الجودة على مستوى تدفق المعلومات و إستخدام الإعلام الإلكتروني وإذاعة الويب والرقمنة التي مهدت لظهور صناعة جديدة في بث القنوات التلفزيونية . "

\* ويعرفه قاموس التكنولوجيا الرقمي بأنه : " إندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة . <sup>1</sup>

وفي تعريف ليستر : " الميديا الجديدة هي مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية لإعلام، الطباعة ، والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو .

---

(1)- عباس مصطفى صادق : الاعلام الجديد ، المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2008 ، صص 31-33.

\* وتقتصر الباحثان " ليفرو " و " ليفينقستون " تعريفا دقيقا للميديا الجديدة من منطلقات تقنية او  
تكنولوجية " التكنولوجيا الرقمية مقابل التكنولوجيا التناضرية ( أو حتى من منطلق الوسائل والمضامين  
(المضامين الشبكية مقابل المضامين الكلاسيكية ) فالميديا الجديدة " حسب الباحثين هي " تكنولوجيات  
المعلومات والاتصال والعولم الإتماعية المرتبطة بها .<sup>1</sup>

\* ويمكن القول أن الإعلام الجديد New Media كمصطلح واسع النطاق ، فهو في الجزء الأخير من  
القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل : الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة  
والمطبوعة ، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات ، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال  
الاتصال والاعلام ، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود  
السياسية والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الاعلام ، وتعني أيضا : " الميديا وسائل  
الاعلام ، وتعني أيضا : " الميديا وسائل الاعلام الرقمية Digital والشبكية والتفاعلية ( المطبوعة ، والمسموعة ،  
والمرئية...<sup>2</sup> .

---

(1) - الصادق الحمادي : الاعلام الجديد ، مقارنة تواصلية ، مسجلة الاذاعات العربية ، اتحادات اذاعات الدول العربية  
، ط4 ، 2006 ،

(2)- قينان عبدالله الغامدي : التوافق والتناظر بين الاعلام التقليدي والاعلام الالكتروني ، ورقة بحثية مقدمة الى ندوة  
الاعلام والامن الالكتروني ، جامعة الامير نايف العربية للعلوم الامنية ، المملكة العربية السعودية ، ماي 2012 ، ص07

وقد جاءت التعاريف المتشابهة للميديا الجديدة ولم تقف كذلك على إسم موحد ، ومن هذه

الأسماء :

**1- الإعلام الرقمي** : ويشير مفهوم الإعلام الرقمي Digital Communication إلى الإعلام المعتمد

على التكنولوجيا الرقمية ، مثل : مواقع الويب Web sites ، الفيديو والصوت والنصوص وغيرها ، وبالتالي: فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد ، بين أطراف يتبادلون الأدوار ، في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة ، وإستقبالها ، من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق الهدف .

**2- الإعلام الشبكي** : قدم بعض الباحثين أشكال الإعلام المتوفرة على الانترنت باعتباره اعلاما شبكيا

Network Communication او صحافة شبكية Online Journalisme ، وذلك نسبة الى

الوسيط الذي يحمل المضمون الاعلامي قياسا على الاعلام الاذاعي والتلفزيوني وغيرهما .

والإعلام الشبكي في تعريف قدمه محمد عبد الحميد هو : " العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة

التعريف على الشبكات ، لإتاحة المحتوى في روابط متعددة ، بعدد من الوسائل وفق اليات وأدوات معينة

تساعد القارئ في الوصول الى هذا المحتوى وتوفر له حرية التجول والاختيار والتفاعل مع عناصر هذه العمليات ، بما يتفق مع حاجات هذا القارئ واهتماماته ، وتفضيله ، ويحقق اهداف النشر والتوزيع على هذه المواقع .

**3- الاعلام الإلكتروني** :

يأتي مفهوم الاعلام الإلكتروني ELECTONCOMMUNICATION مراحل التطور التكنولوجي في

وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الالكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ، ويعبر عن

المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه اليه فهو يشترك مع الاعلام بشكل عام في الاهداف والمبادئ العامة ، بيد أنه

يتميز بإعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة المتمثلة في استخدام الحواسب الالية او الاجيال المتطورة من

الهواتف النقالة وتصفح شبكة الانترنت ، وهو يركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الاعلام<sup>1</sup> .

---

(1) - د : رضا عبد الواحد امين : الاعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة ، لعالمة جديد ، اجات مؤتمر البحرين ، جامعة البحرين ، 7-9

افريل 2009 ، منشورات جامعة البحرين 2009

## 2 - نشأة وتطور الاعلام الجديد :

ظهرت وسائل الاعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الاخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الاعلام التقليدية مثل : الافلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة ، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات ، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام حيث، ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية ، و التي احدثت New Media تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الاعلام والمقصود بوسائل الجديدة ببساطة هي وسائل الاعلام الرقمية وذلك لتفريقها عن interactive والتفاعلية internet والشبكة digital<sup>1</sup> .

لقد جاءت وسائل الاعلام الجديد لتحل السيطرة المركزية وسائل الاعلام التقليدية المركزية ، وأصبح بإمكان الافراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة.

ان قوة وسائل الاعلام الجديدة لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل ادوار العملية الاتصالية ، ولكن ايضا تلك الوسائل أحدثت ثورة نوعية في محتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشمل النصوص والصور وملفات الفيديو والصوت<sup>2</sup> .

الثورة المذهلة في عالم التقنية الرقمية وما افرزته من تطورات في وسائل الاعلام الجديد ادت الى تحوله من حقل للمعلومات يتيح حرية التعبير عن الرأي الى وسيلة للتفاعل والتواصل والمشاركة .

هذه الثورة التقنية لم تادن بولوج العالم إلى عصر المشاركة وقرب عصر الرقابة والتحكم بالمعلومات ، ولكنها أذنت ايضا بثورة من نوع اخر ، ثورة سياسية ضد كافة أشكال لتحكم والتسلط والاستبداد .

كما أن المشاركة هي مفهوم يعكس في بعض أبعاده لتمرد ورفض كثير من الأوضاع القائمة التي تستند إلى مبدأ التسلط في كثير من جوانب الحياة إنداء من التنظيم العائلي في كثير من المجتمعات إلى علاقات العمل في مجال الاقتصادي ، إلى البعد الانساني في النظم السياسية التسلطية ، وغير ذلك من الاوضاع التي تركز سلطة إتخاذ القرارات المؤثرة في الحياة ومصير الآخرين في أيدي فئة محدودة من الاشخاص .

---

1- مها فاتح سابق الله، تقرير عن: ماهية الاعلام الجديد (ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجيستر

الصحافة)، جامعة الاسلامية ، غزة، 2013، ص10.

2- كاتب سعود صالح : الاعلام الجديد وقضايا المجتمع ، المؤتمر العالمي الثاني للاعلام الاسلامي ، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011، ص05.

هذه التطورات في وسائل الاعلام الجديد وتحولها إلى حقل للمشاركة يقود بالصورة للحديث عن الثورة الاخيرة التي تجسد فيها مفهوم المشاركة كأحد عوامل رئيسية التي ساهمت في إسقاط ثلاث أنظمة رئيسية عربية خلال الثالث عشر أشهر الاولى من عام 2011<sup>1</sup> ، كما أن وراء ظاهرة الاعلام الجديد **عوامل تقنية وإقتصادية وسياسية يمكن اختصارها كالتالي :**

### **1- العامل التقني :** المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر وتجهيزاته وبيروميجياته ، وتكنولوجيا

الاتصالات ولاسيما مايتعلق بالقمار الصناعية وشبكات الالياف الضوئية ، فقد أندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات إتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة ( **الانترنت** ) لكي تصبح وسيطا يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الاخرى وقد إنعكست هذه التطورات على جميع قنوات الاعلام وإنكمش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز .

### **2- العامل الاقتصادي :** عولمة الإقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو مايتطلب

بدوره أسراع في تدفق المعلومات ، وليس هذا مجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون إستثناء ، لكونها أنها بل المعلومات ويعد موقع ( LINKEDIM أول شبكة إجتماعية مهنية تختص في البحث عن الوظائف وعرضها وتأسست الشبكة في عام 2000 وإنطلقت رسميا في عام 2003 وتتيح الشبكة التي تتوافر بأكثر من 24 لغة للمستخدم البحث عن الوظائف وتمتلك أكثر من 7 موظف في أكثر من 30 مكتب حول العالم وخلال الفترة ما بين 2002 و 2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع الاجتماعية تواصلية ، فكان أولها موقع friendster عام 2003 . ثم تلاه موقع my space وموقع عام 2005 حيث كان الأكثر شعبية من بينها ، كما يبرر موقع الفيسبوك الذي أنشاه مارك زوكمرج MARK ZUCKERPERG عام 2004 لجميع زملائه في جامعة هارفارد الامريكية أصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية لاسيما بعد إنفتاحه على الافراد خارج الولايات المتحدة .

---

(1) - مها فاتح ساق الله ، مرجع سبق ذكره ، ص 25.

وبهذا بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الإجتماعي مستفيدة من الاستراتيجية للانترنت حيث كان موقع أول المبادرين بإستغلال مواقع الشبكات الاجتماعية في إستراتيجية التجارية بإطلاق موقع 360 في مارس 2005. ربطها موقع الذي يبيع لشركة البريطانية في جانفي من العام نفسه وتم إطلاق وقع اليوتيوب في عام 2005 لتحميل وتنزيل الافلام المصورة وفي عام 2006 تم تأسيس موقع من طرف جاك دورسي وإيفيان وليامز ستون في مدينة سان فرانسيسكو ، لتستمر مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور <sup>1</sup>.

## وسائل الاعلام الجديد :<sup>2</sup>

تتمثلأهم الأشكال الرئيسية للإعلام الجديد :

1/ **الشبكات الاجتماعية** : هي التي تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه ، ومن ثمة التواصل مع الأصدقاء ومشاركة المحتويات والاتصالات ، ومن أشهرها الفيسبوك ....

2/ **الويكي** : وهي المواقع التي تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها ، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية ، أشهرها كيبديا الموسوعة التي تتضمن من ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.

3/ **المدونات** : التي تعتبر أشهر أوجه الاعلام الجديد ، وتتجسد من خلال مذكرات ترتب ، حيث توضع التدوينات الأحداث في أعلى الصفحة الرئيسية للمدونة ، تليها المدونات الأقدم ، وتتيح المدونات التعليق على ما يكتب فيها ، كما يمكن لصاحب المدونة التحكم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بواقع الويب التقليدية ومن أشهر منصات التدوين : اليوتيوب .

---

(1) - بارش اشرف الدين ، العور صابر : استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والاشباعات المحققة منه دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي .

(2) - دليلة عزوبة : الانترنت ، الشبكات الاجتماعية وثورة الاعلام الجديد ، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية ، العدد 15 ، 2013 ، ص 303.

## خصائص الميديا الجديدة : / الاعلام الجديد :

يتميز الإعلام الجديد من الخصائص نذكرها فيمايلي :<sup>1</sup>

1/ **التفاعلية** : وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها المشاركون في عملية الاتصال متأثرين في أدوار الأخرين وبإستطاعتهم تبادلها .

2/ **تفتيت الاتصال** : وتعني أن الرسالة الإتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي ، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الإتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكيها .

3/ **الاتزامية** : وتعني إمكانية إرسال الرسائل وإستقبالها في الوقت المناسب للفرد المستخدم ، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدمو النظام في الوقت نفسه .

4/ **قابلية التحرك أو الحركية** : تتجه وسائل الإتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الإستفادة منها في الإتصال من أي مكان إلى آخر أثناء تحرك مستخدميها .

5/ **قابلية التحويل** : وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط الى آخر ، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس .

6/ **قابلية التوصيل** : وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الإتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى ، وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها او البلد الذي تم فيه الصنع ، مثال ذلك : توصيل جهاز التلفاز بجهاز الفيديو .DVD

---

(1)- سميرة شيخاني : الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد 1 و2 ، 2010 ، صص 444-446.



**7/ الشبوع والانتشار :** ويعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع ، وكل وسيلة تظهر في البداية علناً مجرد تسلية وترف ثم تتحول إلى ضرورة .

**8/ الكونية :** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة ، تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية .

**9/ إعلام متعدد الوسائط :** تتميز وسائل الاعلام والاتصال الحديثة مقارنة بالوسائل التقليدية بكونها وسائل متعددة الوسائط، تجمع من الناحية الاتصالية بين المطبوع والصوت والصورة بنوعها الفيديو والفوتوغرافية والرسومات الرقمية ، وهكذا يستطيع المرء أن يشاهد ويسمع ويقرأ في أن واحد ، ولم تعد للوسائل الاعلامية التقليدية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون هوية مستقلة ، بل أندجت في الشبكة المعلوماتية العالمية ، حيث أنشأت لها مواقع إلكترونية وأصبحت جزءاً من الويب .

**10/ كثافة المعلومات :** أتاح الإعلام الجديد للمستخدم وفرة هامة من المعلومات على إختلافها ، وذلك بتعدد المواقع وتنوعها من المواقع العامة إلى المواقع المتخصصة ، إلى بنوك المعلومات ، وبالتالي أصبح أمام المستخدم مشكل وفرة المعلومات بعد ماكانت له مشكلة ندرة المعلومات في ظل الوسائل التقليدية .

**11/ الفورية :** ألغت تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحواجز الزمنية ، كما ألغت الحواجز المكانية ، إذ يتم الإتصال بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل ، بحيث لا تلحظ عند إتصالك بحاسب في الصين أنك إستغرقت وقتاً أطول مما لو كان الإتصال بحاسب في مدينتك

## تصنيفات الميديا الجديدة : أو الأنواع

يوحي مسمى الإعلام الجديد منذ الوهلة الأولى إلى إمكانية تصنيف الإعلام إلى جديد مقابل قديم أو تبنى الرقمية مقابل التماثلية كميّار للتمييز بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وهو تصنيف يظل غير واقعي طالما ، أنه لم يستصحب حالة التماهي بين الإعلام الجديد والقديم ، والأشكال المتقاربة في التعبير في كليهما والتكنولوجيات المستخدمة فيهما وطالما ظلت مجموعة الوسائل الرئيسية التقليدية هي ذاتها كوسائل رئيسية في الفضاء الاعلامي خاصة وأن بعضها أصبح يحمل صفات الإعلام الجديد تكنولوجيا ووظائيا .<sup>1</sup>

فبالإضافة إلى تبنيها الكمبيوتر كمنصة للإنتاج والتحرير والتوزيع حجرت لنفسها مكانا في المشهد الاعلامي الالكتروني من خلال إنشاء مواقع لها وتوظيف منصات الإعلام الجديد المختلفة ( الشبكات الإجتماعية والوسائط الاجتماعية ) ، إلى درجة أنه أصبح من النادر اليوم أن نجد صحيفة ولم تنشأ لها صفحة على الفاييس بوك ، أو حسابا على تويتر أو على اليوتيوب .

\*وفي تصنيف الإعلام الجديد يضع " ريتارد ديفز " RICHARD DAVIS و "ديانا اوين " DIANA OWEN في كتابهما للإعلام الجديد والسياسة الامريكية تصنيفا للإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع في ربط الاعلام الحديث مع التكنولوجيا القديمة وهي :<sup>2</sup>

\* الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة .

\* الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة .

\* الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة .

---

(1)- عباس مصطفى صادق : الاعلام الجديد ،دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، مرجع سابق .

2- Richar Davis Diana Owen New Media and American Politics Oxford

University Press New York 1998 P9.

## 1/ النوع الاول : إعلام جديد بتكنولوجيا قديمة :

يرى الباحثان المذكورين سابقا ، أن نموذج الإعلام الجديد وفق هذا التصنيف يتمثل في بعض الأشكال الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون والصحف ، مثل : برامج الحوارات الحية TALK SHOU " في الإذاعة والمجالات الاخبارية TELEVISION NEWS MAGAZINE مثل : DATE LINE وMINUTES60 ، وبرامج الاخبار الحية LIVE SHOWS والبرامج المسائية مثل : NIGHT LINE ، وبرامج الصباح المعروفة مثل : صباح الخير امريكا GOOD MORNING AMERICA ، وقد يشمل التجديد في آلات أخرى نموذج برنامج أوبرا WINFREZ OPRAH وقد بادرت معظم هذه البرامج في تطبيق أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتها وتقديمها ، كما مثلت بعض التغطيات علامة فارقة للانتقال إلى المرحلة الجديدة مثل : تغطية قضية الرياضي المشهور او حي سيمبسون SIMPSON.

## 2/ النوع الثاني : اعلام جديد بتكنولوجيا جديدة .

يتمثل هذا النوع من الاعلام جميع الوسائل التي نعايشها الآن والتي تعمل على منصة الكمبيوتر وهي تشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة وعلى رأسها شبكة الانترنت ، وقد مكنت هذه الوسائل من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ، ومن التواصل بين الطرفين ، وحققت للمواطنين إسماع صوتهم للعالم . ومكنت دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها البعض مما سهل التفاعل الجماهيري وقدم مجالا واسعا من الأشكال والتطبيقات الاتصالية .<sup>1</sup>

## 3/ النوع الثالث : اعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة :

تتجسد من خلال هذا النوع من الاعلام حالة التداخل وحيث تزول الهوة والفوارق بين الاعلام القديم والإعلام الجديد ، اذ توظف وسائل الإعلام المتعددة للإعلام الجديد ، فمعظم هاته الوسائل تمتلك مواقع لها على الويب وصفحات فايسبوك في محاولة جادة للالتحاق بتكنولوجيات وتطبيقات الإعلام الجديد المختلفة ، كما لا يتوانى الممارسين للعمل الاعلامي الذين يعملون في هاته الوسائل من إستعمال الإمكانيات والأدوات التي تتيحها تكنولوجيا الإعلام الجديد .

---

(1) - عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد ، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة " ، مرجع سابق .

يستبطن الإعلام الجديد عددا من التكنولوجيات الإتصالية التي ظهرت بعد أول تطبيق للنشر الإلكتروني ، ولا يقتصر على شبكة الأترنت مما دفع " عباس مصطفى صادق " الى تبني تقسيما آخر للإعلام الجديد على أساس المنصات التي يقوم عليها هذا الإعلام<sup>1</sup> .

-\* وبالتالي : يمكن تقسيم الإعلام الجديد الى أربعة اقسام وهي :

- 1- الإعلام الجديد القائم شبكة الانترنت وتطبيقاتها وهو جديد كليا بصفات وميزات غير مسبوقه وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لاحصر لها فهو بالنسبة للإعلام يمثل المنظومة الرابعة مثلا : مواقع الصحافة الإلكترونية ، الوسائط الإجتماعية والشبكات الإجتماعية .<sup>2</sup>
- 2- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة : بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف ، وهو أيضا ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها ، وتعد المنظومة الخامسة في طور التشكل مثلا : التطبيقات التي تتيح للمؤسسات الإعلامية توزيع المضامين الإخبارية على الهواتف المحمولة واللوحات .
- 3- إعلام جديد قائم على منصة الوسائل التقليدية : مثل : الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل : التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب ، كالبرامج الإذاعية والتلفزيونية القائمة على المشاركة والتفاعل كبرامج الحوارات الحية .
- 4- الإعلام الجديد القائم على الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع أما شبكيا ، أو بوسائل الحفظ المختلفة ، مثل : الاسطوانات الضوئية ، وما شابهها ، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها .

---

(1) - عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، مرجع سابق ، ص 33.

(2) - بشرى جميل اسماعيل : مدخل الاعلام الجديد : المفهوم والنماذج ، مجلة الباحث الاعلامي ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ط1 ، 2012 ، ص 17.

## خلاصة:

ان الاعلام الجديد هو من اهم وسائل الاعلام والاتصال الجديدة في المجتمع ، واثبتت هذه الوسيلة جدارتها باحتلال هذا الموقع نتيجة لما قدمته من ادوار ووظائف للمجتمعات بصفة عامة ولافراد المستخدمين لها بصفة خاصة .

عملت هذه الوسيلة على قلب موازين وعملت على تغيير مجرى وادوار العملية الاتصالية ، فتحول المستقبل الى مرسل ومستقبل في ان واحد ، كما خلقت مجالات جديدة للحوار ، بحيث يمكن الافراد من المشاركة بارائهم ومقترحاتهم في شتى المجالات المتعلقة بالميادين الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية .

## الفصل الثاني : الطالب الجامعي

تمهيد :

- 1- تعريف الطالب الجامعي .
- 2- خصائص الطالب الجامعي .
- 3- صفات الطالب الجامعي .
- 4- اساليب تطوير مقترحة لتنمية سمات العلمية في طلاب الجامعة .
- 5- احتياجات الطالب الجامعي .
- 6 - القدرات المعرفية والمؤهلات للطال الجامعي.

خلاصة

## تمهيد :

ان المرحلة الجامعية من اهم المراحل في حياة الطالب الجامعي بسبب ماتضيفه من فرص النمو الشخصي والتعلم الاكاديمي ، غير ان هذه المرحلة كاي مرحلة يمر بها الانسان ، ومن خلال هذا الفصل سنتعرف على تعريف الطالب الجامعي واهم الصفات للطالب و اساليب تطوير مقترحة لتنمية سمات العلمية في طلاب الجامعة واحتياجاتهم والقدرات الذهنية والمؤهلات المعرفية لهم

## الطالب الجامعي :

يعد الطالب أحد مداخلات الإدارة البيئية لتعليم والتعلم بل أهم التدخلات العلمية التربوية فبدون الطالب أن يكون هناك فضل او تعلم<sup>1</sup>

**ويعرف أيضا :** " بأنه الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من الثانوية أو المرحلة التكوينية المهني الثقي العال إلى جامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك "

**ويعرف الطالب :** " على أنه الفرد الذي أختار مواصلة الدراسة الأكاديمية والمهنية ، ويأتي إلى الجامعة محملا معه جملة قيم وتوجهات صقلتها المؤسسات التربوية الأخرى . والجامعة من المفروض تحضره للحياة العليا"<sup>2</sup> .

**\*اما في تعريف العبادي واخرون :** " ان الطالب هو حجر الزاوية في العملية التعليمية التي من أجله أنشئت ، ويقصد بها مدى تأهيله علميا وصحيا ونفسيا ، حتى يتمكن من إستيعاب دقائق المعرفة وتكتمل متطلبات تأهيله ، وبذلك تضمن أن يكون هذا الطالب من صفوة الخريجين القادين على الإبتكار والخلق وتفهم وسائل العلم وأدواته ، ويعتبر محور العملية التربوية والغاية التي تتطلبها عملية التعلم والتعليم.

**\* أما عبد الله محمد عبد الرحمن** فقد عرف " الطالب الجامعي " بقوله الطلاب هم مداخلات ومخرجات العملية التعليمية الجامعية"<sup>3</sup> .

---

(1) - طريق التدريس التعليم العالي بين التلقين والتواصل ، مجلة اتحاد الجامعات العربية ، عدد 18 ، الرياض ، 1982 ، ص 49 .

(2) - محمد ابراهيم عبده : الهوية والقلق والابداع ، دار القاهرة ، ب ط ، القاهرة ، 2002 ، صص 222-223 .

(3) - عبد الله محمد عبد الرحمن ، سوسيولوجيا التعليم الجامعي ، دراسة في علم الاجتماع التربوي ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 1991 ، ص 26 .



## 2- خصائص الطالب الجامعي :

الطالب الجامعي هو كائن بشري يقترب شيئاً فشيئاً من النضج الجسمي والنفسي والعقلي والاجتماعي ، يتلقى تعليمه ، وتكوينه في مؤسسات التعليم العالي او الجامعي ، حيث لا تختلف خصائصه ومميزاته ، عن تلك الخصائص التي تنفرد بها مرحلة الشباب سواء النفسية والفيزيولوجية والعقلية والاجتماعية ، إذ يطرأ عليه في هذه المرحلة العديد من التغيرات على عاداته وقيمه وإتجاهاته الاجتماعية ، وعلى علاقاته وتصرفاته مع الآخرين تتصل هذه التغيرات مع التغيرات الجسمية والعقلية والإنفعالية، فهو بهذا يتأثر بمجموعة من العوامل الذاتية كالحالة الصحية والبدنية والعيوب الجسمية وحالته النفسية ومستوى ذكائه وتعليمه ، فالخصائص التي يتميز بها الطالب الجامعي يمكن إيجازها فيما يلي :<sup>1</sup>

### 1- الخصائص الفيزيولوجية والجسمية :

تتصف هذه المرحلة بظهور معالم جسمية وفيزيولوجية سواء عند الإناث أو الذكور ، فمن الناحية الجسمية تتميز بالإستمرار في النمو نحو النضج الكامل مع التخلص ضد الأمراض العضوية الخطيرة في هذه الفترة أقوى منها في المراحل السابقة<sup>2</sup>.

كما تبدو عليه مظاهر النمو الجسمي في النمو الغدائي والوظيفي ونمو الأعضاء الداخلية و إكتمال الجهاز العظمي والقوة العضلية ، ويزداد في الوزن والطول وتتغير العلاقات ونسبها بين أجزاء الجسم المختلفة سواء عند البنين أو البنات<sup>3</sup>.

---

(1)- سميرة منصورى : اتجاه الطلبة الجامعيين نحو مكانة المرأة العاملة ، رسالة ماجستير ، علم اجتماع التنمية ، معهد علم الاجتماع ، جامعة قسنطينة ، 2001 ، ص 36.

(2)- نورهان منير حسن فهمي : القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، 1999 ، ص ص 243-244 .

(3)- احد محمد موسى : الشباب بين التهميش والتشخيص (رؤية انسانية ) ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ، ط 1 ، مصر ، مرجع سابق ذكره ، 2009 ، ص 17.

\* أما من الناحية الفيزيولوجية :

فتظهر بعض الخصائص الجنسية الأولية والثانوية ويصبح الشباب قادرا على التناسل ، وتغيرات في الشكل والصوت وتلاشي الرهافة ودقة القسما ت المميزة للطفولة وتحل محلها الفظاظة النسبية الناتجة عن إختلاف نسب أعضاء الجسم وأطرافه <sup>1</sup> .

## 2- الخصائص النفسية والانفعالية :

تتميز مرحلة الشباب بالتوتر والقلق ويشوبها الكثير من المشكلات سواء بالنسبة للشباب أو أهله أو المجتمع ، فبعد فترة طويلة ، نسبيا من النمو الهادئ غير الملحوظ والإستقرار الإنفعالي يصبح الفرد غير متزن وغير مستقر ، ولا يمكن التنبؤ بإتجاهات تصرفاته ، فهو غير قابل للإنضباع ، متمردا وغير متأكد من حقيقة ذاته ، ويتعامل مع الكبار بشئ من الحساسية والعناد <sup>2</sup> .

\* كما أن النمو النفسي في هذه المرحلة يكون متسم بإضطراب 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 <sup>3</sup> .

## \*أما الخصائص الإنفعالية : فمن بينها :

~ إهتمامه بمظهره وشعبيته ومستقبله وميله للجنس الأخر ، ويحس بأهمية المجتمع الذي يعيش فيه ، حيث يسعى إلى الإشتراك في تقديم الخدمات العامة التي يحتاجها المجتمع والميل إلى إكتشاف البيئة والمخاطرة ولهذا فهو يهوى الرحلات والمعسكرات أو التنظيمات الإجتماعية والرياضية المختلفة <sup>4</sup> .

~ الرفاهة التي شدت حساسية الشاب الإنفعالية وشدة تاثره بالميزات الإنفعالية وذلك نتيجة للتغيرات الجسمية السريعة التي يمر في أول هذه المرحلة .

---

(1) - محمد سيد فهمي : العولمة والشباب من منظور اجتماعي ، دار دار الوفاء الطباعة والنشر ، ط 1 ، مصر ، 2008 ، 94 ص2.

(2) - محمد سيد فهمي : مرجع سبق ذكره صص 95-96 .

(3) - احمد محمد موسى ، مرجع سابق ، 2009 ، ص 19 .

(4) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 99 .

~ التهور الانطلاق ، حيث يندفع الشاب وراء إنفعالاته بسلوكيات 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 المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية

~ التقلب والتدبدب ويظهر عندما يقع الشاب في موقف إختيار ، نجده في مدى قصير يتقلب في إنفعالاته بين الغضب والإستسلام ، وبين السخط والرضا والإثار والأناية وبين التهور والجن وهي كلها مظاهر لقلقه وعدم إستقرار النفسي ، ومايصاحبها من تغيرات في النواحي الفسيولوجية<sup>1</sup>.

### 3- الخصائص العقلية والاجتماعية :

وتتميز هذه المرحلة من الناحية العقلية بيقظة عقلية كبيرة فالشباب يحتاج إلى حرية عقلية ، وهو يميل إلى المعلومات الدقيقة التي تحاول الحصول عليها من المصادر الموثوق بها ، ويبدأ في التساؤل والتشكك وبوصوله إلى ما يحتاجه من معلومات يكون ويشكل فلسفة حياته .<sup>2</sup>

بحيث لاتنحصر حاجة الطالب الجامعي في إستخدام مالمديه من طاقة عقلية في العلوم فقط التي يدرسها ، بل يتحظى ذلك إلى حياته العلمية والتفكير بها والرغبة في التوصل إلى أسلوب حياة يرضيه والرغبة في وجود رفاق يناقش معهم قضايا مشتركة كالمستقبل<sup>3</sup>.

---

(1) - مشطوب ريمة : اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الانخراط في العمل السياسي ، رسالة لنيل شهادة الماجستير ، مذكرة مقدمة لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة احمد ملين دباغين ، سطيف 2- ، 2017 ، ص 125 .

(2) - احمد محمد موسى : مرجع سابق ، ص 19 .

(3) - منى عتيق : الطلبة الجامعيون : تصوراتهم للمستقبل وعلاقتهم بالمعرفة ، دراسة ميدانية بجامعة باجي مختار ، عنابة ، رسالة دكتوراه ، علم النفس التربوي ، كلية علم النفس والعلوم التربوية ، جامعة قسنطينة -2- ، 2013 ، ص 30.

\* **فالتطلب الجامعي** له الرغبة في التوصل لإيجاد معنى لحياته ، معنى لما يعيشه يوميا ، فهو يسعى إلى إدراك أهداف حياته ودوره في المجتمع ، إدراكا تاما ، وهذا تفاديا للعبس والتعاسة أو الثوزان أو الإستلام لصعوبات الواقع المعاش<sup>1</sup>

### \* أما الخصائص الاجتماعية :

فهي تمز بأنهم يميلون إلى الإرتباط بالشباب الأخر الممتني إلى كيانات اجتماعية وثقافية ومغايرة لهم ، من الخطأ النظر إلى الشباب بوصفه مرحلة عمرية تزيد من خلالها أهمية التضامن في الجماعات والمنظمات الشبانية الأخرى ، سواء كان التضامن محققا في جماعات صغيرة أم تنظيمات رسمية .<sup>2</sup>

\* كما يحس الشاب في مرحلة الشباب بذاتيته ولا يميل إلى الأخذ بالتوجيه إلا إذا إقتنع بعد مناقشة غير قصيرة ، كما يحتاج إلى تكوين صداقات مع من يختارهم هو ويحس معهم بالراحة والاتصال معهم يشعره بأثر مرغوب فيه معهم وبوجه عام ، يتميز سلوكه نحو الجماعة بالولاء لها والتضحية في سبيلها كما ينصرف بعض الشيء عن أسوته لا زدياد ولائه لجماعة التي يشعر أنها أداة هامة لتحقيق أغلب رغباته عن طريقه .<sup>3</sup>

\* ويتصف الشباب بالقابلية والقدرة الكبيرة على التغير والنمو والرغبة في التحرر ، وأكثر تجاوبا مع مستلزمات التغير ، وأكثر فئات المجتمع قدرة على العطاء السخي بهدف تحقيق الذات وإثبات القدرة على تحمل المسؤولية ، ويرى " كولنز " ان الشباب يواجه الكثير من صور الحراك حتى يصبح مواطنا مندجا في مجتمعه ، حيث ينتقل من حالة للإعتماد على الغير إلى حالة الإستقلال النسبي فالشباب الجامعي طموح للتغيير قادر على الحركة والتظاهر ويرغب في التمييز ، ويواصل النقد ويبحث له عن مكان مناسب على خريطة الدولة .<sup>4</sup>

---

(1) - علي راشد : الجامعة والتدريس الجامعي ، لبنان ، دار مكتبة الهلال ، 2007 ، ص 55

(2) - احمد موسى 2009 ، مرجع سبق ذكره ، ص 19 .

(3) - محمد سيد فهمي سبق ذكره ، 2008 ، ص 98 .

(4) - نورهان منير حسن فهمي ، مرجع سابق ، ص 245 .

## صفات الطالب الجامعي :

لقد حلل بعض المربين الصفات التي ينبغي أن يتزود بها طلبة التعليم العالي إلى خمسة عناصر هي :

\* أن يشعر الطالب بالمسؤولية إتجاه الرقي الإجتماعي للأمة .

\* أن يكون له من العلم والخبرة مايمكنه من العمل على هذا الرقي .

\* أن يكون قادرا على الفكر الثاقب والحكم الصائب .

\* أن يكون له من قوة المبادرة مايقويه من شر الخمول والامبالاة .

\* أن يكون قادرا على العمل بما يعمل أو قادرا على تطبيق النظريات في مجال الواقع<sup>1</sup>

**وكذلك استطاع الباحثون تصنيف الصفات السلبية للطلبة الجامعيين اهمها مايلي :**

- يظهر الطالب تعاونا اقل مما هو مطلوب ولا يقبل دائما تحمل المسؤولية الكافية وانضباطه الذاتي متذبذب .
- نادرا مايتعاون في الصف ويفتقرون الى النضج .
- ضعف القدرة على المخاطرة والاقدار . الامبالاة والاهمال الدراسي .
- ضعف النشاط وضعف الثقة بالنفس .<sup>2</sup>

---

(1) - تركي رابح : اصول التربية والتعليم ، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية للجزائر ، 1990 . ص72.

(2) - لعروسي فاطمة وهجام زينب : الدافعية للتعلم عند الطلبة الجامعيين ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سعيدة ، مذكرة لنيل شهادة ليسانس ل م د سعيدة ، تخصص تكنولوجيا التربية ، 2016.

## أساليب تطوير مقترحة لتنمية السمات العلمية في طلاب الجامعة :

- الإكثار من المناقشات في قاعة الدراسة وتصويب آراء الطلاب .
- عرض الدروس على شكل مشكلات تتحدى ذكاء الطالب .
- إدخال مادة مناهج البحث العلمي ضمن المقررات الدراسية لكل الطلاب .
- توفير المراجع العلمية الحديثة .
- تكليف الطلاب بإعداد التجارب والبحوث والمقالات والمطالعات والمشاريع .
- تدعيم المعامل والمختبرات بالمعدات اللازمة .
- توفير الأعداد الكافية من أعضاء هيئة التدريس في التخصصات المختلفة .
- عقد الندوات والمؤتمرات العلمية وإشراك الطلاب فيها .
- ضرورة إعتناء الطالب على التعبير على آرائهم ووجهة نظرهم وإحترام هذه الآراء .
- تشجيع الطلاب على التعبير على آرائهم ووجهة نظرهم وإحترام هذه الآراء .
- التركيز على التعليم عن طريق الجهد الذاتي للطلاب الجامعي .
- تحديد عدد الطلاب الذين تقبلهم الجامعة بقصد التدقيق في إختبار أصحاب الإستعدادات المناسبة للتخصصات المختلفة<sup>1</sup> .

---

(1) - الاستاذ الدكتور سعيد جاسم الاسدي : فلسفة التربية في التعليم الجامعي والعالي ، ط 1 ، عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، العراق ، مكتبة العلامة الحلي للنشر والتوزيع ، 2014.

## إحتياجات الطالب الجامعي :

لكل حاجات أساسية لايمكن أن يعيش دون إشباعها وهي تنبع من تكوينه البيولوجي والنفسي والإجتماعي وتأتي أهمية إشباع الحاجات في المقام الأول لدى العلماء في أنها تؤثر على تحقيق التكيف النفسي للفرد الذي يؤدي بدوره إلى التكيف النفسي للفرد الذي يؤدي بدوره إلى التكيف الإجتماعي ، فإذا نجح الفرد في إشباع حاجاته وتحقيق أغراضه ، أصبح سويا نفسيا وإجتماعيا منتجا إيجابيا في مجتمعه . ويمكن تصنيف الحاجات لدى الشباب في شكل ثلاثي :

\* الحاجات الفيزيولوجية العضوية التي تنبع من طبيعة التكوين الجسمي و ما يتطلبها نمو الجسم وتوازنه وصحته ( الحاجة الى الطعام - الهواء الحاجة - الجنسية - النشاط ) .

\* الحاجات النفسية المتصلة بتنظيم الفرد النفسي ويتطلب إرضاءها تكامل شخصيته وتوازنه

النفسي ( الحاجة الى الحب ، الاستجابة العاطفية الرضا ) .

\* الحاجات الإجتماعية التي تنبع من الحياة في مجتمع وثقافة معينين لهما مطالبها الخاصة من الفرد الذي يعي فيها إذا ما أراد أن يكون عنصرا متكيفا معهما ، أيا كان عدد هذه التصنيفات والأنواع المستخدمة في تقسيم الحاجات الإنسانية إليها ليس تقسيما خاليا من التداخل أو بالتأثير المتبادل بين الفصائل المختلفة<sup>1</sup> .

---

(1)- وفاء محمد البردعي ، شبل بدران : دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري ، دار المعرفة الجامعية ، ط 1 ، الاسكندرية ، 2002 ، ص 331 .

1/ أهم الحاجات النفسية :

### 1- الحاجة الى التعبير لإبتكار والحركة والنشاط :

حيث يحتاج الطالب إلى فرص المناسبة للتعبير عن قدراته ، فمن خلال الأنشطة الثقافية مثل : كتابة المسرحيات أو القصص أو عن طريق الفنون البيديوية ..... الخ حيث يجد الشباب العديد من الفرص لإشمار قدراتهم وإمكانيتهم والتعبير عن آرائهم و أنفسهم وبذلك يشبعون حاجتهم إلى الإبداع والإبتكار ، وباعتبار أن الطالب ينتمي إلى فئة الشباب فهم في المرحلة مشحونون بشحنة كبيرة من الطاقة التي لا بد من إفراغها ، والأنشطة المختلفة تتيح لهم الفرص المناسبة لإفراغ تلك الطاقة عن طريق الحركة والنشاط وجميع أنشطة رعاية الشباب تخطط وتصمم لتحقيق هذا الهدف .

### 2- الحاجة الى الإنتماء :

وهذه الحاجة يتم إشباع عن طريق الجماعات المختلفة التي ينتسب إليها الإنسان ، ومؤسسات رعاية الشباب

### 3- الحاجة الى المنافسة :

ويتم إشباع هذه الحاجة من خلال جماعات الأنشطة ، فالأنشطة الرياضية والثقافية والفنية يتنافس فيها الشباب من خلال الميول والهويات المختلفة .

### 4- الحاجة إلى خدمة الآخرين :

إن الإنسان خير بقطرته يحب الناس ويسعى إلى خدمتهم لذلك نجد الشباب يشتركون في جماعات الخدمة العامة التي يضحون فيها بوقتهم وجهدهم في سبيل خدمة الآخرين.

### 5- الحاجة الى الحركة والنشاط :

إن الشباب في هذه المرحلة مشحون بشحنة كبيرة من الطاقة التي لا بد من إفراغها والأنشطة المختلفة تتيح لهم الفرص المناسبة لإفراغ تلك الطاقة عن طريق الحركة والنشاط ، وجميع أنشطة رعاية الشباب تخطط وتصمم لهذا الهدف .



## 6- الحاجة الى الشعور بالاهمية :

وهي من أهم الحاجات الإنسانية للشباب في تلك المرحلة التي يشعرون في بدايتها بمشكلات أزمة الهوية التي يسأل فيها كل شاب من أنا ؟ ويتم إشباع تلك الحاجة من خلال الأنشطة التي يأخذ الشاب دورا فيها ، يشعر الشاب من خلالها بأنه هام وذو قيمة .

## 7- الحاجة الى ممارسة خبرات جديدة :

يرى " ناش nash " أن هناك خبرات جديدة يجب على الإنسان أن يتعلمها ، ويمارسها ويبحث عنها لكي يملأ حياته بالإشراق والسعادة التي هي بمثابة صمام الأمان الذي يخلص الإنسان من الضغوط العصبية والنفسية التي صاحبت التطور الحضاري .

في حين أن جون johnes يرى أن الباب في حاجة الآن وأكثر من أي وقت مضى لكي يكون لديهم أدوار لها معنى في المجتمع حتى يرتبطوا بصورة قوية بالمؤسسات الإجتماعية القائمة وأن يتوفر لديهم حرية الإدارة والثقة بالذات التي تساعدهم على خلق قاعدة مستقرة لنموهم السيكولوجي والتعليمي والذاتي<sup>1</sup> .

## ب / بعض العضوية :

1- الحاجة إلى تكوين جسم سليم ولياقة بدنية جيدة ، ويمكن لمؤسسات التربية المساهمة في إرضاء هذه الحاجات عن طريق التعليم الصحي بين الباب .

2- الحاجة الى قبول التغيرات الجسمية والفيزيولوجية السريعة الطارئة في الفترة الأولى من بلوغه ، إلى تحقيق التكيف مع هذه التغيرات .

---

(1) - وفاء محمد البردعي : مرجع سابق ذكره ، ص331.

## ج/ الحاجات الاجتماعية :

**1- الحاجة إلى تأمين المستقبل :** وهذه الحاجة تتطلب الحصول على ما يأتي :

- \* الحصول على منصب عمل مناسب .
- \* تسير التعليم وتخطيطه بحيث يوفق بين حاجات الشباب نفسه .
- \* لا يكفي كي نمم الشباب على مستقبله أن نجد له أي عمل من الأعمال ولكن يجب أن يسبق قدر كافيا من التوجيه المهني بحيث يشعر كل شاب عامل بالتوفيق التام مع مهنته وزملائه في المهنة .
- \* تحقيق مبدا تكافؤ الفرص .
- \* التأمينات المختلفة في حالات المرض أو العجز عن العمل .

**2- الحاجة إلى الزواج وتكوين أسرة :** إشباع هذه الحاجة يتم بالطرق التالية :

- ~ تشجيع الدولة للمتزوجين بالوسائل المادية والمعنوية .
- ~ توفير التربية الجنسية للشباب وتبصيرهم بحقائق الحياة الروحية .
- ~ محاربة التقاليد إلى تفرق بين الجنسين ودعم التضامن وتهيئة فرص التفاهم بينهما .

**3- الحاجة إلى مثل عليا واضحة وقيادية واعية :** وتتضمن ما يأتي :

- ~ الحاجة إلى أن تتضح أهداف الدولة أهداف خدماتها التعليمية والإقتصادية والسياسية ..... الخ
- ~ الحاجة إلى توجيه الواعي من طرف وسائل الاعلام و أجهزة الثقافة والتعليم .
- ~ الحاجة إلى الإرتباط القوي بالتراث القومي وبالمستقبل الذي نتقدم نحوه .
- ~ الحاجة إلى قادة متخصص في كل الميادين .

**4- الحاجة إلى دعم الشخصية وإستغلال الإستعدادات الخاصة :**

- ~ توفير وسائل التثقيف .
- ~ تهيئة وسائل إستثمار وقت الفراغ .
- ~ توقت الفراغ كاف تستغل فيه المواهب الخاصة وتزاول فيه الهوايات الشخصية ، الأمر الذي لا يتوفر أبدا في جو المهنة .
- ~ حماية الشباب من حملات الإفساد والتفاهة والتعصب .

5- أن قوة الشباب ينبغي ألا تنعزل عن قوى الشعب الأخرى بل ينبغي أن تلتحم معها وهذا يحقق أمرين :

- ~ إتخاذ الشباب لمكانة في القضايا الاجتماعية وهو ما يطلب به الشباب وظهر في نتائج البحوث .
- ~ المشاركة الفعالة في مشروعات الخدمة العامة أمر عام وضروري في هذه المرحلة التي يمر بها مجتمعنا .
- ~ الإفادة العامة من الشباب في معارك النضال البناء وهذا يقتضي أن تفتح المؤسسات الشبابية على المجتمع في جميع مجالاته مع حركة الجماهير الشبابية ، وبالتالي تكتسب قوتها من تأكيد هذه الجماهير لها .

### القدرات الذهنية والمؤهلات المعرفية والعلمية للطالب الجامعي .:

يتباين الشباب وتختلف إمكانياتهم في الاستفادة من خبراتهم ومعارفهم وهم يختلفون أيضا في قدراتهم على التأقلم مع الظروف والحالات الجديدة ، فكل موظف يحتاج إلى التطوير من قدراته من وقت إلى آخر أثناء عمله الوظيفي حتى يكون أكثر كفاءة وإتقان لمهام عمله .

#### \* القدرات المعرفية العامة هي :

هي عبارة عن مجموعة من القدرات المعرفية والقدرات والإمكانيات يمتلكها الشباب حتى يتمكن من إدراك وفهم ما يدور حوله من أحداث وأشياء وفهم العلاقة بينهم ، وكذلك إصدار الأحكام على المواقف ، وتقييم المواقف الحياتية التي يمر بها .

#### \* أهمية قياس القدرة المعرفية :

يرى العلماء أن " القدرات المعرفية التي يمتلكها الفرد هي الوسائل التي تمكن الفرد من إكتساب المعرفة والخبرة والتعلم ، وهي القدرات التي يتمكن بها الفرد من حل المشاكل التي تواجهه بشكل عام والتحكم البيئة التي يعيش فيها ، وهي التي تساعد على التكيف في كافة الأحوال والظروف التي تفرضها البيئة عليه والشروط التي تملئها عليه هذه البيئة " .

## \* قدرات الطلبة الجامعيين :

هي القدرات التي يكتسبها الطلاب الجامعيين لإثراء فترة دراستهم في الجامعة سواء القدرات العلمية في التخصص الذي تم دراسته ، أو القدرات التي تعلمها الطالب من العملية التعليمية في الجامعات بشكل عام ، مثل : القدرة على البحث والقدرة على إنشاء التقارير أو الأبحاث العلمية والقدرة على الإستنتاج والتعلم وغيرها من القدرات الأخرى .

## \* أهداف إختبار القدرات للطلبة الجامعيين:

من الممكن أن نلخص أهداف إختبار قدرات الطلبة على أنها تقدير أو معيار عادل لقبول الشخص في الجهات المختلفة التي يقدم عليها ، وذلك عن طريق تحديد الطلاب الذين يملكون المهارات والقدرات اللازمة لإجتياز الدراسات العليا ، وهذا عن طريق مجموعة من الإختبارات التي تختبر التالي :

- القدرات والمهارات البحثية لدى الطلبة .
- القدرة على إستخدام التفكير المنطقي وفهم العلاقات المنطقية .
- قدرة إستنباط المعاني وفهمها من سياق الكلام .
- قدرة الخريج على التفرقة بين الإشكال والنماذج المختلفة ، وقدرته على تحديد أوجه الإختلاف بينهم .
- قدرة المتقدم على إيجاد العلاقات المنطقية وأوجه الترابط بينهم .
- قدرة المتقدم إلى إستخدام مهارات التفكير الناقد.

\* تمييز الطلبة عن باقي فئة الشباب و \_ خاصة فيما يخص إستخدامات اليوتيوب من حيث إختيارهم لجودة المضمون.:

## \* تحقيق تعلم ذو جودة عالية :

يتيح موقع اليوتيوب خبرات تعليمية متنوعة وتنمي للطالب مهارات التعليم كما يتحول الشباب إلى المشاهد الفيديوهات مما يؤدي إلى تحقيق المهارات ذات النوعية الجيدة .

ولإستخدام مواقع التواصل إجتماعي كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل للطلبة لإشباع إحتياجاتهم.

1- **المنفعة** : التي تستهدف التعرف إلى الذات وإكتساب المعرفة والحصول على المعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام ، والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية .

2- **الطقوس** : التي تستهدف تمضية الوقت وتحقيق المتعة والإسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة ، والهروب من المشكلات ، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل : المسلسلات والافلام والمنوعات وبرامج الترفيه المختلفة.

ومن بين هذه الإشباعات لإستخدام الطلبة لمواقع اليوتيوب :

1- **الإشباع التوجيهية** : ويقصد بها إكتساب الطالب معلومات جديدة أو مهارات عامة أو متخصصة ، أو تأكيد الذات والإستفادة من بعض المعلومات من موقع اليوتيوب..

1- **الإشباع الاجتماعية** : وترتبط بين المعلومات التي يحصل عليها الطلبة شبكة علاقاتهم الإجتماع مثل : التحدث مع الآخرين ، والإحساس بالتميز ، والقدرة على حل المشكلات

2- **الإشباع شبه توجيهية** : وهي مكملة للإشباع التوجيهية وتمثل في الشعور بالراحة والإسترخاء والمتعة وتجدد النشاط.

- **إشباع شبه إجتماعية** : وتكمل الإشباع الاجتماعية مثل : إستخدام للتخلص من الإحساس بالوحدة والضعف والضيق والإنطلاق العاطفي والشخصيات التي تعكسها وسائل الإعلام .

---

(1) - حسن همت : دراسات في نظريات الاعلام ، مصر العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر ، 2010

## خلاصة :

من خلال هذا الفصل نستنتج أن الطالب الجامعي يعد اساس العملية التربوية فيها ، حيث تهتم جميع أطراف الجامعة بخدمته وتحرص على توفير حاجاته ، وذلك بالموازاة مع خصائصه المختلفة من حيث نضجه العقلي والعاطفي والنفسي ، كما تعمل الجامعة على تلبية حاجياته حرصا منها على تحقيق الصحة النفسية للطالب الجامعي ، وتلبي قدراته الذهنية ومؤهلاته المعرفية

## الفصل الثالث : ماهية اليوتيوب

تمهيد:

- 1- تعريف اليوتيوب
  - 2- نشأة وتأسيس اليوتيوب
  - 3- خدمات اليوتيوب
  - 4- مميزات اليوتيوب التقنية
  - 5- شروط خدمة الموقع
  - 6 - مبادئ نجاح اليوتيوب
  - 7- مزايا وعيوب اليوتيوب
- خلاصة

## تمهيد

يعتبر اليوتيوب من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الذي ينشر مقاطع فيديو غير محدودة نشأ من خلال الانترنت والذي يجمع الملايين من المشتركين من مختلف أنحاء العالم .

يبث اليوتيوب العديد من الفيديوهات وفي مختلف المجالات سواء دينية ، فكاوية ، علمية ، إجتماعية ، سياسية ....والخ .

بحيث تخص فئات المجتمع ، وهذا مايجذب الطلاب الجامعيين لإستخدامهم لهذا الموقع .



## ماهية اليوتيوب :

يختلف المختصون في تصنيف موقع اليوتيوب ضمن مواقع الشبكات الإجتماعية حيث أن الموقع بالأساس لايقوم على تكوين الأصدقاء ، إلى إن في الوقت نفسه لايجلو من التعليقات والتقييم وأشكال التفاعل الأخرى كمشاركة مقاطع الفيديو على مختلف مواقع الأنترنت على إختلاف أنواعها .

## 1- مفهوم اليوتيوب :

من خلال بحثنا حول مصطلح اليوتيوب صدفنا عدة تعاريف إتخذنا عدة باحثين نذكر منها :  
" اليوتيوب " : هو أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية ، فمجرد أن يكون المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن المشاهد من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة ، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من جهة نظر مستخدم الموقع وطبق لموقع أليكس العالمي فإن موقع اليوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث تصنيف أكثر المواقع مشاهدة<sup>1</sup> .

\* كما يعرف أيضا عل أنه "من المواقع العالمية التي تقدم خدمات الفيديو بالصوت والصورة في مختلف المجالات ، ويعد أكبر المواقع على شبكة الانترنت ، ويسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني لكونهم مستخدميين عاديين<sup>2</sup> .

---

(1) - يوسف خال غسان ، مرجع سابق ، ص160.

(2) - حصة بنت عبدالكريم الزيد : اثر استخدام الانترنت على الفتيات في مجال " موقع اليوتيوب نموذجاً " دراسة

ميدانية ، منطقة البحرين ، مجلة الجامعة الاسلامية ، العدد 166 ، ص 258

وفي تعريف آخر : " هو أحد المواقع الإجتماعية الشهيرة والذي إستطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الإجتماعي ، وخصوصا في دوره التميز في الأحداث الأخيرة التي جوت ووقعت في مختلف أنحاء العالم منها : الكوارث الطبيعية والتحركات والإنتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية".  
إدن\_ : هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من " جوجل " يتيح إمكانية لتحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو ، التي تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها ، كما يستفيد مرتادي الفيسبوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالإنتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط عرضها على صفحات الفيسبوك ، ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الإجتماعي الهامة <sup>1</sup> .

---

(1) - هبة محمد خليفة: ماهي مواقع الشبكات الاجتماعية؟، منتديا اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات ، اطع عليها

بتاريخ 2019/01/19 ، سا 15:45 http //www.alyaser.

## 2 - تأسيس ونشأة موقع اليوتيوب :

تأسس موقع اليوتيوب في فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين قي شركة " باي بال " هم " تشاد هيرلي " و " ستيف تشين " و " جاود كريم " ، في مدينة كاليفورنيا ، ويستخدم الموقع تقنية الأديوي فلاش لعرض المقاطع المتحركة ، حيث أن محتوى يتنوع بين مقاطع الأفلام ، والتلفزيون ، ومقاطع الموسيقى ، والفيديو المنتج من قبل الهواة ، وغيرها .

ويعد الفيديو المرفوع من قبل " جاود كريم " بعنوان " انا في حديقة الحيوان) يعد أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب ، وكان بتاريخ أبريل ثانية ومنذ ذلك الأكثر مشاهدة على الأنترنت .<sup>1</sup>

إشترت شركة google هذا الموقع في العام 2006 بحوالي مليار وستمائة وخمسون مليون دولار .<sup>2</sup>

وقد إنتشر استخدام هذا الموقع youtube إنتشارا مذهلا في شتى بقاع العالم بسبب ميزة قصيرة مدة الفيديو على هذا الموقع مقابل المادة التلفزيونية الطويلة نسبيا التي قد لا تتناسب مع السرعة التي هي سمة هذا العصر.<sup>3</sup>

---

(1)- محمد المنصور : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع

الالكترونية العربية نموذجا ، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، مجلس كلية الاداب والتربية / الاكاديمية العربية في الدانمارك ، 2012 ، ص 94 .

(2) - محمد المنصور : المرجع السابق ذكره ، ص 94 .

(3) - ياسر خضير البياني : الاعلام الجديد ، الدولة الافتراضية الجديدة ، ط 1 ، دار البداية ناشرون وموزعون ، عمان ، 2014 ، ص 339 .

وقبل تأسيس موقع اليوتيوب كان نشر مقاطع الفيديو لا يتم إلا عبر البريد الإلكتروني والذي لا يتم مشاهدته إلا لثوان معدودة ، وأعلنت شركة مالكة موقع اليوتيوب أن مستخدمي الموقع يحملون ما مقداره خمسة وثلاثون ساعة فيديو كل دقيقة ، وهذا يعني ألفان ومائة وثلاثون ساعة فيديو في كل ساعة وخمسون ألفاً وأربعمائة ساعة في اليوم ، وهذا ما يفوق ما تقوم ببثه أكبر ثلاث محطات تلفزيونية أمريكية مجتمعة في ستين عاماً لو واصلت الليل والنهار دون إنقطاع .<sup>1</sup>

بلغ في العام 2010 عدد الساعات التي رفعت إلى الموقع ثلاث عشر مليون ساعة ، ووصل عدد مشاهدات الفيديو عليه سبعمائة مليار مشاهدة ، وبلغ عدد الشركات والأفراد المنضمين إلى برنامج الشراكة في الموقع والذين يمتلكون قنوات خاصة بهم خمسة عشر ألفاً في العالم<sup>2</sup>

بلغ عدد زوار هذا الموقع في العام ثمانمائة مليون زائر شاهدو تسعين مليار مشاهدة ، وتم تحميل ستين ساعة فيديو كل دقيقة ، أي ما يعادل ثماني سنوات من العرض المستمر حمل يومياً<sup>3</sup> .

وقد إستعملت 45 لغة في اليوتيوب ، وكانت نسبة المشاهدين لليوتيوب من خارج الولايات المتحدة من إجمالي المشاهدين ، وكانت مانسبته من المحتوى واضح بصفة ذات تقنية hd ، وقد دخل مانسبته 13 من الزوار إلى اليوتيوب عبر الأجهزة الذكية .

وفي عام 2012 بلغ عدد الساعات المحملة على اليوتيوب كل دقيقة إثنين وسبعين ساعة ، وبلغ عدد المشاهدات عبر الهواتف الجواله ستمائة مليون مشاهدة ، إضافة إلى أربع مليارات وقد دخل مانسبته 13 من الزوار إلى اليوتيوب عبر الأجهزة الذكية .

---

(1) - ياسر خضير البياتي : المرجع السابق ذكره ، ص 340.

(2) - علي خليل شقرة : الاعلام الجديد : شبكات التواصل الاجتماعي ، داراسامة للنشر والتوزيع ، عمان، ص 90-91.

(3) - علي خليل شقرة : المرجع السابق ذكره ، ص 91.

وفي عام 2012 بلغ عدد الساعات المحملة على اليوتيوب كل دقيقة إثنين وسبعين ساعة .  
وبلغ عدد المشاهدات عبر الهواتف الجواله ستمائة مليون مشاهدة ، إضافة إلى أربع مليارات مقطع مشاهد  
يوميًا ، ويتم مشاهدة ثلاث مليار ساعة شهريًا .<sup>1</sup>

### 3- خدمات اليوتيوب:

أضاف اليوتيوب الكثير من المميزات والخواص في وسط جو حافل بالمنافسة بعد أن أصبح المجال مفتوحا أمام  
الكثير من الشركات المماثلة والتي أقتبست نفس الفكرة و لكن بتطبيقات مختلفة ، و من هذه الخواص التي تميز  
اليوتيوب هي:

\* يقدم اليوتيوب خدماته بشكل مجاني بحيث يعتمد على مصادر دخل أخرى تتمثل في الإعلانات و  
الدعايات إضافي إلى الإعلانات النصية، كما تقوم حاليا بدور رائد في تقديم إعلانات للفيديو كمجال جديد  
و عملي لإعلانات الويب.  
\* و يتمتع موقع الفيديو فيه بشعبية كبيرة في الأنترنت ، و أصبح بإمكان أي شخص في العالم رفع ما يريد  
من ملفات الفيديو الخاصة به على الانترنت و بالجان، إضافة إلى حفظ كل<sup>2</sup> ما يحتاجه المتصفح من ملفات  
الفيديو واللقاءات والندوات والأفلام والمسرحيات القديمة والجديدة والموقع يعرض تقنيات الفيديو عن تقنية  
Adobe Flash بحسب موقع alexa لإحصائيات مواقع الأنترنت فإن موقع يوتيوب هو ثالث أكثر  
المواقع الانترنت شعبية بعد موقع google و yahoo و صرح أبريل ثانياً ومنذ ذلك الوقت تم رفع  
المليارات من الأفلام القصيرة ، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات ، ليصبح الموقع الأكثر  
مشاهدة على الانترنت .

---

(1)- علي خليل شقرة : مرجع نفسه ، ص ، 91.

(2) - عبد الرزاق محمد الدليمي : المرجع السابق ذكره ، ص ، 194-195

#### 4 - مميزات اليوتيوب التقنية :

- يعتبر اليوتيوب من أروع إبتكارات مواقع التواصل الإجتماعي وذلك بسبب مزاياه المتعددة وأهمها :
- \* **عام ومجاني** : فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية ، وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط ، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل كان لا تحمل أفلاماً لها حقوق نشر خاصة بدون إذن ، أو أفلام إباحية .
  - \* **داعم لتحميل الأفلام** : فالموقع يوفر مجاناً خادماً ذا مساحي غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع .
  - \* **سهل الاستعمال** : من قبل العامة فالموقع سهل الإستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك .
  - \* **سهل المشاهدة** : فبمجرد ضغطك على وصلة القلم فإنك تستطيع مشاهدة بثه حياً ومباشرة من الموقع بل وتستطيع أن تحتفظ به أن أردت ذلك .
  - \* **سهل البحث** : فللموقع محرك بحث خاص به، يمكنك أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث و مشاهدته.
  - \* **الرقابة** : فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم ، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصراً على مجموعة خاصة من المشتركين أو العامة وكل ذلك يظهر بمحركات البحث كغوغل .
  - \* **أداة رائعة للترويج** : فأفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة ، فهو لا يكلفك شيئاً مثل : الحملات الترويجية التقليدية ، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجاناً من خلال الموقع وهو مناسب للجميع أفراد كانوا أم شركات .
  - \* **ميزة البث المباشر** : لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل القلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول ان كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام ، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما إعتبر طفرة في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر <sup>1</sup>.

---

(1) - غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013 ، ص 44-45.

\* يمكن إجمال خصائص موقع اليوتيوب فيما يلي :

- يضم الموقع مجموعة واسعة من محتوى الفيديو بما في ذلك الافلام ومقاطع تلفزيونية واشرطة الفيديو والموسيقى ، بالإضافة إلى مهارات المحتوى كالمدينين و أشرطة الفيديو القصيرة<sup>1</sup> .
- 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 التصنيف .
- يمكن إنشاء قنوات منفصلة لكل مستخدم .
- إحتواء مواقع على مقاطع فيديو ذات صلة بمحتوى الفيديو .
- يمكن الإشتراك و التسجيل في قناة معينة لتصل الرسالة الالكترونية إلى البريد المسجل في هذه القناة تخبره بجديد مقاطع الفيديو التي تم حملها .

## 5 - شروط خدمة الموقع :

- \* ألا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل .
- \* لا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية .
- \* لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو الأفلام الفاضحة أو الإعلانات التجارية .
- \* لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تشجع على الإجرام<sup>2</sup> .

---

(1) - أكرم عبد القادر عبد الله فروانة : فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الرقمية

لدى طلبات كلية التربية في الجامعة الاسلامية ، غزة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في المناهج وطرق التدريس ، جامعة القاهرة، ص 49.

(2) - عبد الرزاق محمد الدليمي : الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية ، ط 1 ، دار وائل للنشر والتوزيع، 2001، ص 196.

## 6 - مبادئ نجاح اليوتيوب :

لكي تتمكن من الاستفادة من اليوتيوب بنجاح و الحصول على أكثر قدر من الزوار المنتمين إلى الشريحة المستهدفة لموقعك ، عليك أن تأسس مبادئ لهذا الغرض ، و إليك بعض النصائح الكيفية للحصول شريحة التي استهدفتها ومنح الحرية للزائر في التنقل من اليوتيوب إلى موقعك .

\* مشاركة **أشرطة الفيديو الفيروسية**: هناك الملايين من أشرطة الفيديو على اليوتيوب ، و التي لا تأخذ قدرا من الاهتمام ، وأن هذا الفيديو لم يسبق لحد الآن أن شاهده ماعدى أصحاب الفيديو المتلهف ، و في الجانب الآخر نلاحظ أن بعض الفيديوهات لم تتعدى 15 دقيقة حتى ترى تحافت الزوار عليها إذ ما عليك سوى أن تقوم بتقديم مثل : هذه الفيديوهات كمثال فيديوهات التي تشرح فيها منتجات حيث نلاحظ زيارات بمئات الألاف وشريجات الربح من الانترنت و التي تفوق الألف وبعض الفيديوهات الوثائقية و التي تتساوى في المرتبة إضافة إلى جانب المواد التعليمية والمدرسية إضافة سوى 15 دقيقة و المهم هو أن ترى آخر المستجندات الأخبار ومن ثم طرح الخبر الساخن والذي يتلهف المشاهدون عليه ، ويمكن رفعه مرفقا بشعار شبكتك ، و إرفاقه برابط شبكتك في ملفك الشخصي .

\* **إنشاء ملف للاهتمام**: كتويتز وغيرها من الشبكات الاجتماعية الأخرى والتي لاحصر لها وركز القول حول ملف التعريف والذي يكثر البعض في زحرفته (و كأنه مهرجان ) مما يدفع الزائر الى السأم وانزعاجه في المقابل يمكنك أن تضع تعريفا بسيطا خاصا بك وتجعله غير رسمي لتثير حماسة الزائر ودفعه لاكتشاف المزيد<sup>1</sup>

\* **تضمين الشعار و رابط الموقع في شريط الفيديو** :

شعارك و عنوان موقعك الخاص هما أسلحة العلامات التجارية الرئيسية ، وهذا هو السبب الذي يجب أن تدرجهما في شريط الفيديو ، يمكنك إدراجهما في بداية الفيديو وفي نهايته ، فمن الأفضل أن يتم إدراجهم على طول الفيديو ، مع توخي الحذر من أن يكون هناك تعارض ، و إذا لاحظت بعض التعارض فما عليك سوى أن تدرج الشعار و الرابط في بداية ونهاية الفيديو تكفي .

---

(1) - مدونة دابرا المجانية : [www.earns.blogspot.com](http://www.earns.blogspot.com) p03



\* **أشرطة الفيديو ذات الجودة العالية:** كلما ذكرنا في البداية أن اليوتيوب يعاني من نقائص في الفيديوهات في مختلف المجالات للأسف وهذا يعني أيضا أنه لا يوجد نقص في الفيديو مع النوعية الرديئة لا يجذب أشرطة الفيديو هذه من قبل المشاهدين ، لذلك إذا كنت تريد للمشاهدين مشاهدة أشرطة الفيديو الخاصة بك ، تأكد من أن هذه الأشرطة ليس لها صوت متقطع أو صور ذات جودة ضعيفة أو عدم وضوح صور ، و تذكر أن اليوتيوب ليس لوحة فنية لمصوري الفيديو المهنية ، حتى تتمكن من نشر الفيديو للهواة ولكي تتأكد من جودتها اللائقة .

\* **جعل أشرطة الفيديو الخاصة بك صديقة للبحث :** واحدة من طرف المشاهدين للعثور على أشرطة الفيديو الخاصة بك هو من خلال البحث على حد سواء محليا على اليوتيوب وعلى محركات البحث ، هذا هو السبب الذي جعل الحاجة إلى أشرطة الفيديو الخاصة بك صديقة للبحث للقيام بذلك وتشمل كلماتك الرئيسية في العنوان و الوصف، وكذلك الاهتمام بقائمة الكلمات المفتاحية المتعلقة بها و المصطلحات ذات الصلة و لكن حذاري من أن تحصل على السبام.

\* **تأطير الفيديوهات في سلسلة :** أشرطة الفيديوهات يمكن أن تصبح مستقلة ، بذاتها وستجلب الزوار لكن من الأفضل إذا قمت بإنشاء الفيديوهات الأخرى بحيث عند إيجاد الزائر أحد الفيديوهات سيلاحظ شعار قناتك على اليوتيوب مما سيدفعه إلى النقر على الشعار و من ثم تحويله إلى قناة مما يكسبك زوار الفيين وحاول تأطير هذه السلسلة في موعد محدد أي كل أسبوع مثلا مما سيبيني ولاء للقناة من قبل الجمهور.

\* **مشاركة بالتعليقات في الفيديوهات :** ردود الفيديو هي واحدة من الأشياء المميزة لليوتيوب ، ويجب الاستفادة الكاملة منها ، إختيار أشرطة الفيديوهات شعبيه الجارفة و إضافة تعليقات عليها مصحوبة برابط القناة و الشبكة الخاصة بك .

\* **إختيار الوقت المناسب لنشر الأشرطة الخاصة بك :**

يلعب التوقيت دورا مهما جدا لمعرفة الأوقات التي توجد بها عدد كبير من الزوار و الأوقات التي لا يوجد هذا العدد الكبير حيث أن الولايات المتحدة الأمريكية الوقت الأنسب لديها هو بعد الظهر بالخصوص هو أفضل وقت لنشر شريط الفيديو.

\* **حافظ على أشرطة الفيديو الخاص بك :** اليوتيوب لا تفرض قيود على طول أشرطة الفيديو التي ينشرها، حيث من خلال تجربتي فمن 3-5 دقائق هي أفضل فترة لشريط فيديو ، و لكن إذا لزم الأمر يمكنك أن تزيد على خمسة دقائق ما بين 1-6 دقائق و إذا كان لديك فيديو من 6-7 دقائق فهي كفيلة لا يصل الفكرة و لمزيد من التفاصيل أطلب من المشاهد أن يتابع معرفتك ( على الرابط التالي مثلا )<sup>1</sup>.

## 7 - مزايا و عيوب اليوتيوب :

مع كون موقع اليوتيوب أشهر المواقع على شبكة الانترنت ، بحيث ما يقارب 60 % من حصيلة زيارات مستخدمي الانترنت للمواقع الالكترونية ، فإنه كذلك إلى جانب إيجابياته لا يخلو من المشاكل و العيوب و السلبيات .

### 1- مزايا اليوتيوب:

لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدمه مهما كان موقعه ومهما تمددت اهتماماته :

~ جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة: فلا يكاد يحدث حدث إلا و يصوره و يسجله في نفس اللحظة.

~ يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة و حسب الطلب ، و لذلك نفس الحدث ما جعل عن اي حدث الساعة في كل حين مهما بعد الزمن ، وهذا يحدث أكبر أثر في ترسيخ أدق المشاهد في ذهن ويؤثر في الآراء بشكل كبير .

كما أن تكرار عرض المشاهد قد يوفر إمكانية إكتشاف جوانب من الأحداث و حقائق يمكن أن لا يتم ملاحظتها في مشاهدة أو مشاهدين .

~ إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة تتيح للمستخدم أن يدخل على كثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين و يتمكن من رؤيتها من مدركاته و يزيد من رصيده المعرفي.

~ سهولة الإستعمال و المشاهدة: خدمة اليوتيوب نظيفة، واضحة و سهلة الاستعمال و الاشتراك.

---

(1) - علي خليل شقرة : مرجع سابق ذكره ، ص ص 92-95.

~ توفير إمكانية الترجمة ما ينشر على اليوتيوب: من محاضرات و خطابات و معلومات إلى عدة لغات ترجمة فورية، بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة.

~ إعطاء إمكانية للمستخدمين الذين يعرفون مقاطع الفيديو على اليوتيوب: و ذلك بإجراء تعديل على هذه المقاطع و التأكيد من اعتماد التعديل فوراً.

بالإضافة إلى كل هذه المزايا نجد هناك بعض الإيجابيات السريعة التي يوفرها اليوتيوب من بينها:

\* أن استخدام خدمة اليوتيوب للوصول إلى وسائل الإعلام هي رخيصة وسهلة.

\* اليوتيوب لديه مجموعة واسعة من أشرطة الفيديو الجديدة التي يتم إضافتها دائماً إلى اليوتيوب.

\* يمكنك التعرف على الناس من خلال اليوتيوب.

\* يمكن عرض إبداعك ومهارتك من خلال اليوتيوب ولهذا فائدة كبيرة عليك .

\* يمكنك التعلم من خلال اليوتيوب والحصول على قدر كبير من المعلومات لكثير من الناس في فترة قصيرة

من الوقت.

\* يوفر المال و الجهد: لاجابة لظن من المعدات والكمبيوتر وأجهزة الفيديو وميكروفون وبرامج تحرير الفيديو .

\* يمكنك من ربح المال و ذلك ما يربط حساب ادسنس بقناة اليوتيوب الخاصة بك وبأفلام الموجودة فيها

أو عبر أي عملية تشويق الكتروني<sup>1</sup>

---

(1) - منقول من موقع تسعة : مراجعة عن يوتيوب : ماهي مميزات وعيوب اليوتيوب 22:00 YOUTUP

http:// www.ts3a.com p194 :cit 2021/04/10 H

## عيوب اليوتيوب: youtube

على الرغم من أن اليوتيوب وضعت بنود للخدمة بحيث تمنع عرض المقاطع التي تحتوي أشياء غير لائقة إلا أن الخدمة واجهت نقدا كبيرا، بحيث أن الموقع ليس لديه القدرة على مراجعة جميع المحتويات قبل النشر، و ذلك يعني وجود العديد من المقاطع غير اللائقة و المثيرة للجدل ، حيث تم عرض بعض المقاطع التي تنفي وجود الهولوكوست و هو حرق اليهود من قبل هتلر النازي و أيضا بعض مقاطع الأفلام المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم و للدين الإسلامي و غيرها.

و بسبب ذلك قامت العديد من البلدان بمنع الوصول إلى اليوتيوب مثل: المغرب و الصين و إيران و تركيا و باكستان.

و قامت لجنة الثقافة و الإعلام بمجلس العموم في بريطانيا بتسجيل عدم رضاها عن خدمة اليوتيوب و سياستها اتجاه مقاطع الفيديو بسبب عدم قدرة الموقع على مراقبة كل ما يتم نشره، لذلك كان رد فعل الشركة هو التصريح بأنها قامت بوضع ضوابط مشددة في هذا الشأن، و اتخاذ الإجراءات اللازمة و بالفعل قام الموقع مؤخرا بحذف العديد من مقاطع الفيديو التي لا تتوافق مع شروط و سياسة الموقع.

### بعض السلبيات السريعة لليوتيوب:

أي شخص يمكنه مشاركة فيديو خاص به مهما كان محتواه.

\* هناك نوع من العنف على بعض أشرطة الفيديو على الموقع يسجلها المراهقين و غيرهم لنشره و التفاخر بالاعتماد على البشر و الحيوان.

\* هناك أشرطة فيديو مخلة بالآداب العامة.

\* قد يؤدي استخدام الخدمة إلى التعدي على الحقوق المؤلف بها <sup>1</sup> .

---

(1) 20: 04 h 2021/04/10 cit op 5194: p www. ts3a. com // https:

## خلاصة :

أن اليوتيوب هو موقع عملاق للتواصل الاجتماعي يقدم مجموعة كبيرة ومتنوعة من الخدمات والمميزات كما يعد منبرا لطرح الأفكار والإبداع عن طريق نشر الفيديوهات لشريحة كبيرة من الطلبة، فأصبح من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في اكتساب العادات و السلوكيات ومقترب الاستخدامات مفيد لفهم موضوع دراسي كالاستعمال و الدوافع و التفاعل التي قد يحصل عليها الطلبة الجامعيين عند استعمالهم لموقع اليوتيوب.

## الإطار التطبيقي للدراسة :

تمهيد:

عرض وتحليل البيانات

عرض النتائج النهائية

الاستنتاج العام

خاتمة

قائمة المراجع والمصادر

الملاحق

## تمهيد:

يكتسي تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها اهمية كبيرة في البحث العلمي ، لانه يوجه فضلا للباحث ويسلط الضوء على بعض الحقائق والمعالم المبهمة عن موضوع الدراسة ، كما يثري حلقة النقاش ويحقق الترابط والتجانس مع الاطار النظري للبحث .

وضمن هذا الاطار سنعمد الى تفسير وتحليل البيانات المراد الحصول عليها ميدانيا لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة مستغانم.

**جدول رقم 01: يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس .**

النسبة %	التكرار	الجنس
25,53	24	الذكور
74,46	70	الاناث
100	94	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم ( 01) أن أكبر نسبة للمبحوثين للإناث بلغت 74,45 % ممثلة في 70 مفردة ، وتليها نسبة المبحوثين الذكور بنسبة 25,53 % ممثلة في 24 مفردة . وعليه نستنتج أن نسبة الإناث أكثر من الذكور و يفسر ذلك إلى طبيعة المجتمع الجزائري الذي يعرف زيادة معتبرة في عدد الإناث في مواصلة دراستها سواء في الليسانس أو الدراسات العليا ، عكس الذكور الذين قد تدفع بهم ظروفهم الاقتصادية و الاجتماعية الصعبة إلى البحث عن عمل و من المتعارف عليه أيضا أن فئة الإناث أكثر تواجدا و انتشارا في الوسط الجامعي .



جدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن .

النسبة	التكرار	السن
35,10	33	21 – 19
51,06	48	24 – 22
07,44	07	30 – 25
06,38	06	30 فاكثر
100	94	المجموع

يوضح الجدول رقم 02 أن أفراد العينة حسب السن معظمهم شباب تتراوح أعمارهم من 22 إلى 24 سنة بتعداد 48 مفردة ، وذلك بنسبة 51,06 % من مجموع النسبة الكلية ، تليها الفئة العمرية من 19 إلى 21 سنة بتعداد 33 مبحوث يشكلون ما نسبته 35,10 %، ثم تأتي بعدها الفئة العمرية من 25 الى 30 سنة بتعداد 07 يشكلون نسبة 07,44 %، و أخيرا الفئة العمرية أكثر من 30 سنة بتعداد 06 مبحوث أي ما يعادل نسبة 06,38 % من مجموع النسبة الكلية.

و عليه نستنتج أن الطلبة الذين تتراوح أعمارهم من 22 إلى 24 سنة و من 19 إلى 21 سنة هم الأكثر متابعة لمضامين قنوات اليوتيوب و هذا راجع لكون هذه الفئة العمرية من الطلبة تصدرت المركز الأول هي السن الطبيعي العادي للطلبة في مرحلة الدراسات الجامعية .

جدول رقم 03 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي :

النسبة	التكرار	المستوى الجامعي
01,06	1	السنة الاولى
31,91	30	السنة الثانية
23,40	22	السنة الثالثة
34,04	32	ماستر 01
09,57	9	ماستر 02
100	94	المجموع

من خلال الجدول رقم 03 نلاحظ أن أفراد العينة حسب المستوى الدراسي أن السنة الأولى ماستر هي أكبر فئة بتعداد 32 مبحوث، ما يشكل ما نسبته 34,04 % ، و تليها فئة السنة الثانية ليسانس ممثلة في 30 مبحوث اي بنسبة 31,91 %، وتأتي بعدها فئة السنة الثالثة ليسانس ممثلة في 22 مبحوث بنسبة 23,40 % و تليها السنة الثانية ماستر بتعداد 09 مبحوثين اي مايعادل نسبة 09,57 % وهي نسبة ضئيلة و أخيرا السنة الأولى ليسانس ممثلة في 01 مبحوث بنسبة 01,06 % وهي نسبة شبه منعدمة. هذا راجع لكون عدد طلبة السنة الأولى ماستر في قسم علوم الإعلام و الإتصال أكثر من بقية السنوات نظرا للتقدم الذي تعرفه جامعة مستغانم في توفر تخصصات الماستر للإعلام و الإتصال .

المحور الأول : عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب.

جدول رقم 04: يمثل متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب.

المتابعة	التكرار	النسبة
دائما	39	41,48
احيانا	48	51,06
نادرا	7	07,44
المجموع	94	100

من خلال الجدول رقم 04 نلاحظ أن أفراد العينة يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب من حين إلى آخر مثلت 48 مبحوث بنسبة 51,06 % ، والذين يتابعون قنوات اليوتيوب بشكل دائم بتعداد 39 مبحوث أي مايعادل نسبة 41,48 % أما الذين يتابعون بصفة نادرة بتعداد 07 بنسبة 07,44 % وهذا يدل أن طلبة الإعلام و الإتصال على دراية و وعي تام لأهمية اليوتيوب البالغة بالنسبة لهم كطلبة و باحثين خاصة في مجال التحصيل العلمي كما أنهم وجدوا ما يتوافق مع رغباتهم مواكبة كل ماهو جديد و خاصة بما أنهم في تخصص علوم الإعلام و الإتصال أما من أجابوا بأحيانا فهذا مرده إلى كونهم لا يملكون الوقت الكافي و انشغالهم ببعض الأمور الأخرى غير متابعة مضامين اليوتيوب أما الذين أجابوا بنادرا يمكن تفسير هذا كون هؤلاء الطلبة لا يملكون الرغبة في متابعة مضامين قنوات اليوتيوب و تصفح بعض المواقع الأخرى.

جدول رقم 05: يمثل المكان المفضل للطلبة لمشاهدة مضامين اليوتيوب .

النسبة	التكرار	المكان
69,14	65	المنزل
13,82	13	الجامعة
03,19	03	المكتبة
12,76	12	اماكن عامة
01,06	01	مقاهي الانترنت
/	/	مكان العمل
100	100	المجموع

من خلال الجدول رقم 05 نلاحظ أن أغلبية الطلبة الذين يتابعون اليوتيوب يفضلون المنزل تمثلت في 65 مبحوث أي مايعادل نسبة 69,14 % و يمكن تفسير هذا على أن الطلبة يكون لديهم الوقت الكافي و لا يتفرغون إلا في المنزل حيث يرتاح الطلبة و يكونوا في وضع يسمح لهم بمشاهدة اليوتيوب ، تليها الذين يتابعون في الجامعة بتعداد 13 مبحوث بنسبة 13,82 %، لتليها متابعة اليوتيوب في الأماكن العامة تمثلت في 12 مبحوث أي مايعادل نسبة 12,76 % ثم نسبة ضئيلة في المكتبات تمثلت في 03 مبحوثين بنسبة 03,19 % و تليها من يتابع في مقاهي الانترنت بنسبة شبه منعدمة بنسبة 01,19 % وهذا يدل على أن هؤلاء لا يمتلكون انترنت على هواتفهم أو يفضلون متابعة قنوات اليوتيوب بشكل أفضل حيث يوجد الحاسوب وسرعة الانترنت قوية أما عن مكان العمل فلم يختارها أي طالب .

جدول رقم 06 : يمثل الفترة المفضلة للطلبة لمتابعة مضامين قنوات اليوتيوب

النسبة	التكرار	الفترات
03,19	03	الفترة الصباحية
14,89	14	الفترة المسائية
30,85	29	في الليل
51,06	48	حسب الظروف
100	94	المجموع

يبين الجدول رقم 06 أن معظم الطلبة يتابعون قنوات اليوتيوب حسب الظروف بتعداد 48 مبحوث بنسبة 51,06 %، تم تليها الفترة الليلية بتعداد 29 مبحوث أي ما يشكل 30,85 % وهذا راجع إلى أن الليل هو وقت الذروة و الهدوء و اعتبارها وسيلة مساعدة للخلود إلى النوم بعد العمل و التعب في النهار ثم تأتي الفترة المسائية وتمثلت في 14 مفردة بنسبة 14,89 % وهي فترة الرجوع من الدراسة أو العمل و أخيرا الفترة الصباحية بتعداد 03 بنسبة 03,19 % وهي نسبة ضعيلة وهذا كون معظم المبحوثين في فترة الصبيحة يتهيؤون للذهاب إلى الجامعة أو للعمل و من هنا نستنتج بأن كل من فترة الصباح و المساء تكون نسبة المتابعة فيها قليلة و هذا راجع الى الأسباب التي ذكرناها سابقا .

جدول رقم 07 : يمثل المدة التي يقضيها الطلبة في متابعة قنوات اليوتيوب .

النسبة	التكرار	المدة
34,04	32	اقل من ساعة
39,36	37	ساعة الى ساعتين
26,59	25	أكثر من ساعتين
100	94	المجموع

من خلال الجدول رقم 07 نلاحظ أن الطلبة خلال متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب فإن معظم إجاباتهم كانت من ساعة الى ساعتين بتعداد 37 مبحوث بنسبة 39,36 % تعتبر فترة معقولة وهذا راجع كون الطلبة لديهم التزامات واشياء اخرى يقومون بها خاصة الالتزامات الدراسية و كذا تصفح مواقع التواصل الاجتماعي الاخرى ، ثم متابعة اليوتيوب كانت الإجابات بأقل من ساعة بتعداد 32 أي ما يعادل نسبة 34,04 % و يدل هذا أن موقع اليوتيوب يلعب دورا مهما في حياتهم اليومية و يأتي في الاخير من يتابع اليوتيوب أكثر من ساعتين تمثلت بـ 25 مبحوث أي بنسبة 26,59 % و تعتبر نسبة ضعيفة وهذا يعود إلى كون بعض الطلبة يجذبون تصفح مواقع التواصل الاخرى غير اليوتيوب.

جدول رقم 08 : يمثل الوسيلة التي يستخدمها الطلبة في شبكة اليوتيوب .

الوسيلة	التكرارات	النسبة
الهاتف الذكي	86	91,48
حاسوب محمول	07	07,44
الجهاز اللوحي	01	01,06
حاسوب مكتبي	/	/
المجموع	94	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معظم الطلبة يتابعون مضمون قنوات اليوتيوب عبر الهاتف الذكي بتعداد 86 مبحوث وذلك بنسبة 91,48 % ثم تليها الذين يتابعونه عبر الحاسوب المحمول بتعداد 07 مبحوثين بنسبة 07,44 % نسبة ضئيلة ثم الجهاز اللوحي بنسبة 01,06 % فهي نسبة شبه منعدمة أما الحاسوب المكتبي فلم يختره الطلبة.

من خلال المعطيات نستنتج أن أغلب أفراد العينة يتابعون اليوتيوب بواسطة الهاتف الذكي و هذا ما يفسر أنه من وسائل تكنولوجيا الاتصال الأكثر انتشارا بين أفراد العينة كما أنه يوفر قسط كبير من الخصوصية و هذا مايفضله الطلبة في هذه المرحلة كما أنه وسيلة تصفح سهلة و مباشرة مع تقنية الجيل الثالث و الرابع على شرائح بطاقات المكالمات .

جدول رقم 09 : يمثل متابعة الطلبة لمضامين اليوتيوب

المتابعة	التكرار	النسبة
بمفردك	81	86,17
مع الاصدقاء	04	04,25
مع العائلة	09	09,57
المجموع	94	100

من خلال الجدول رقم 09 نلاحظ أن متابعة اليوتيوب من طرف الطلبة بمفردهم كانت بتعداد 81 مبحوث بنسبة 86,17 % وهذا يدل على أن الطالب يجب متابعة مضمون اليوتيوب حسب أذواقه و ميولاته ، ثم تليها الذين يتابعون اليوتيوب مع العائلة تمثلت بـ 09 من افراد العينة أي مايعادل نسبة 09,57 % و الذين بدورهم يجنون مشاركة العائلة معهم ، و أخيرا تأتي متابعة اليوتيوب مع الأصدقاء بتعداد 04 مفردات ما يشكل نسبة 04,25 % و هذه نسبة ضعيفة و هذا مرده الحيتوى غير اللائق أحيانا وتفاديا للإحراج يتجنب الكثير من الطلبة متابعة قنوات اليوتيوب مع الأصدقاء كذلك يتحكم في ذلك الوسيلة التي يتابع من خلالها الطالب و التي في الغالب تكون الهاتف الذكي و الذي يكون إستعماله بشكل فردي.



جدول رقم 10 : يمثل اللغة التي يفضلها الطلبة في تصفح الفيديوهات .

اللغات	التكرار	النسبة
العربية	50	53,19
الانجليزية	08	08,51
الفرنسية	22	23,40
العامية ( الدارجة )	14	14,89
المجموع	94	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 أن اللغة التي يفضلها الطلبة في تصفح فيديوهات اليوتيوب هي اللغة العربية بنسبة عالية متمثلة في 53,19 % وتعدادها 50 مبحوث من العدد الكلي ، و تليها اللغة الفرنسية بـ 22 مبحوث أي بنسبة 23,40 % ثم تأتي اللغة العامية ( الدارجة ) التي تمثلت في 14 مبحوث أي مايعادل 14,89 % ، و أخيرا اللغة الانجليزية بتعداد 08 مبحوثين بنسبة ضئيلة تمثلت في 08,51 % و من هنا نستنتج أن اللغة التي يفضلها الطلبة الأكثر استعمالا هي اللغة العربية لأنها سهلة الاستعمال باعتبارها لغة وطنية و رسمية و تليها اللغة الفرنسية باعتبارها اللغة الثانية في مجال الدراسة.

جدول رقم 11 : يمثل امتلاك الطلبة لقناة على اليوتيوب .

المتلاك قناة	التكرار	النسبة
نعم	11	11,70
لا	83	88,29
المجموع	94	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة أجابوا بلا يمتلكون قنوات على اليوتيوب و ذلك بتعداد 83 مبحوث أي بنسبة 88,29 % وهذا أن معظم الطلبة الذين لا يتعرضون لمضامين قنوات اليوتيوب لا يتفاعلون مع المحتوى المعروض و كما نعلم أن الطلبة بإمكانهم الإعجاب أو التعليق دون امتلاك قناة على اليوتيوب، ثم تليها من أجابوا بنعم بتعداد 11 مبحوث أي ما يعادل نسبة 11,70 % و هذا أن بعض الطلبة يكتفون فقط بالمتابعة و الاستفادة دون تفاعل.

جدول رقم 12 : يمثل المنشور الاعلامي الذي يبحث عنه المبحوثين على اليوتيوب .

النسبة	التكرار	نشر قنوات
19,14	18	التسلية والمتعة
12,76	12	تمضية الوقت
20,21	19	الترفيه عن النفس
20,21	19	معرفة الاخبار الجديدة
11,70	11	حب الاطلاع
15,95	15	اكتساب مهارات جديدة
100	94	المجموع

يوضح الجدول رقم 12 أن الدافع الأول لمتابعة صفحات اليوتيوب هو الترفيه عن النفس و معرفة الأخبار الجديدة بنسب متساوية تمثلت في 20,21 % و بتعداد 19 مبحوث ، و يليها دافع التسلية و المتعة بتعداد 18 مفردة بنسبة 19,14 % ، ثم دافع اكتساب مهارات جديدة تمثل بـ 15 مبحوث أي ما يعادل 15,95 % ثم تمضية الوقت تمثلت بـ 12 مبحوث بنسبة 12,76 % و أخيرا دافع حب الإطلاع بتعداد 11 مفردة أي ما يعادل نسبة 11,70 %.

نستنتج من خلال قراءة الجدول أن العدد الأكبر من مفردات العينة كان الدافع الرئيسي هو الترفيه عن النفس و معرفة الأخبار الجديدة بنسب متساوية بحيث أتاحت تكنولوجيا الاتصال عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي معرفة الاخبار الجديدة وهنا نستطيع أن نقول بأن موقع اليوتيوب يعد وسيلة إعلامية تنقل الأخبار الجديدة و محتوى ترفيهي جيد مقارنة بالإجابات الأخرى مما يجعلهم يفضلون متابعة المضامين الترفيهية عبر قنوات اليوتيوب الذي أصبح الطالب الجامعي يركز عليها .

جدول رقم 13 : يمثل درجة الثقة للطلبة في مضامين موقع اليوتيوب.

النسبة	التكرار	درجة الثقة
14,89	14	عالية
85,10	80	متوسطة
100	94	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة تكون درجة الثقة لهم في مضامين موقع اليوتيوب متوسطة بتعداد 80 مبحوث بنسبة 85,10 % ، تليها درجة عالية تمثلت في 14 مبحوث أي مايعادل نسبة 14,89 % ومن هنا نستنتج أن درجة الثقة للطلبة في مضامين موقع اليوتيوب أغلبهم أجابوا بدرجة متوسطة لأن بعضهم يرى في بعض الأحيان أن الأخبار لها مصداقية و أحيانا لا تكون المصدقية و هذا يرجع لكثرة الدعايات أحيانا ويدعوا لفساد الأخلاق.

جدول رقم 14 : يمثل مساعدة اليوتيوب الطلبة في معرفة كل ما هو جديد.

النسبة	التكرار	المساعدة
77,65	73	نعم
22,34	21	لا
100	94	المجموع

من خلال الجدول رقم 14 نلاحظ أن أغلب الطلبة أجابوا بنعم أي أن اليوتيوب يساعدهم في معرفة كل ما هو جديد وذلك بنسبة 77,65 % بتعداد 73 مبحوث ، في حين بلغ عدد الذين أجابوا بلا بنسبة 22,34 % بتعداد 21 مبحوث ، و من هنا نستنتج من معطيات الجدول أن غالبية الطلبة يساعدهم اليوتيوب على معرفة كل ما هو جديد و هذا يعود الى اهتمام الطلبة بهذا الموقع و بما يبثه من أخبار جديدة .

جدول رقم 15 : يمثل الاسباب التي تجعل الطلبة يتفاعلون مع مضمون قنوات اليوتيوب .

النسبة	التكرار	الحالات
69,14	65	إعطاء رأيك حول موضوع اليوتيوب
14,89	14	عدم فهم جزء من الفيديو
15,95	15	تقديم انتقاد لموضوع الفيديو
100	94	المجموع

يوضح الجدول رقم 15 الأسباب التي تجعل الطلبة يعلقون على مواقع اليوتيوب و هي أن إجابة معظمهم كانت في إعطاء الرأي حول موضوع اليوتيوب بتعداد 65 مبحوث بنسبة 69,14 %، تليها نسبة 14,89 % من عدم فهم جزء من الفيديو ثم أخيرا نسبة 15,96 % من تقديم انتقاد لموضوع الفيديو بتعداد 15 مبحوث .

ومن هنا نستنتج أن العدد الأكبر من الطلبة يعلقون على الفيديو المنشور عبر مواقع اليوتيوب بإعطاء رأيهم حول موضوع اليوتيوب وهذا راجع إلى المضمون الجيد للفيديو .

جدول رقم 16 : يمثل الحالات التي يتفاعل فيها الطلبة عند مشاهدة فيديو اليوتيوب .

التفاعل	التكرار	النسبة
المشاركة في القناة	18	19,68
اسجل اعجابي	42	44,68
استفيد ولا اتفاعل	23	24,46
التعليق وابداء الراي	11	11,70
المجموع	94	100

من خلال الجدول رقم 16 نلاحظ أن الحالات التي يتفاعل فيها الطلبة عند مشاهدة فيديوهات اليوتيوب كانت أكبر نسبة في تسجيل الاعجاب تمثلت في 44,68 % بتعداد 42 مبحوث من العدد الكلي ، وتليها نسبة 24,46 % من استفيد و لا اتفاعل بتعداد 23 بحوث من العدد الاجمالي ، ثم نسبة 19,68 % من المشاركة في القناة بتعداد 18 مبحوث ، واخيرا التعليق ة إبداء الرأي بنسبة ضئيلة 11,70 % مكونة من 11 مبحوث من عدد أفراد العينة.

نستنتج من خلال المعطيات أن الطلبة يقومون بتسجيل إعجابهم على ما يشاهدون من برامج اليوتيوبز بنسبة كبيرة و أيضا يستفيدون و لا يتفاعلون و هذا راجع إلى كون الإعجاب لا يأخذ الوقت الكثير.

جدول رقم 17 : يمثل المواقع التي يشارك فيها الطلبة مقاطع الفيديو .

النسبة	التكرار	المواقع
100	94	الفايسبوك
/	/	التويتر
/	/	لينكدان
100	94	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 أن مشاركة الطلبة لمقاطع الفيديو على الفايسبوك يحتل المرتبة الأولى من بين المواقع الاجتماعية الأخرى، كانت كل الاجابات في الفايسبوك بنسبة 100 % من مجموع المبحوثين وتنعدم الإجابات الأخرى كون الطالب لا يميل إليها .

و من هنا نستنتج من المعطيات أعلاه أن الفايسبوك هو أحد أكبر التجمعات الافتراضية حتى الآن باعتباره أكبر مجمع شبكي على الانترنت ، و كون تطبيق الفايسبوك متاح على جميع الهواتف الذكية بصفة مجانية عبر شريحة بطاقات المكالمات.



جدول رقم 18 : يمثل طبيعة المواضيع التي يهتم بها الطلبة من خلال مشاهدة الفيديو.

النسبة	التكرار	طبيعة المواضيع
78,72	74	اجتماعية
03,19	03	سياسية
01,06	01	اقتصادية
17,02	16	رياضية
100	94	المجموع

من خلال الجدول رقم 18 نلاحظ طبيعة الموضوعات التي يتفاعل معها الطلبة أثناء متابعتهم لقنوات اليوتيوب حيث كانت المواضيع الاجتماعية هي الأكثر متابعة من طرف الطلبة و ذلك بنسبة 78,72 % بتعداد 74 مبحوث من العدد الكلي ، و تليها المواضيع الرياضية بنسبة 17,02 مكونة من 16 مبحوث ثم تأتي المواضيع السياسية بنسبة ضئيلة 03,19 %مكونة من 03 مبحوثين و أخيرا الموضوعات الاقتصادية بنسبة شبه منعدمة 01,06 % مكونة من مبحوث واحد، و عليه نستنتج أن طلبة الاعلام و الاتصال يتفاعلون مع المواضيع الاجتماعية و يرجع هذا إلى طبيعة هذه المواضيع التي تجعل الطالب يتفاعل معها عكس المواضيع الجامدة إن صح القول لذلك نجد أن الطالب يتفاعل سواء بالتعليق أو المشاركة إلى آخره إضافة إلى أن المواضيع تحاكي الوضع الاجتماعي الحالي للطلاب الجامعي.

**جدول رقم 19 : يمثل انواع الفيديوهات التي تستهوي الطلبة بكثرة.**

النسبة	التكرارات	انواع الفيديوهات
14,89	14	تثقيفية
04,25	04	علمية
04,25	04	معرفية
04,25	04	اجتماعية سياسية
15,95	15	دينية
09,57	09	رياضية
12,76	12	موسيقية
15,95	15	طبخ
14,89	14	تدابير منزلية
03,19	03	اخرى
100	94	المجموع

من خلال الجدول رقم 19 نلاحظ أن الفيديوهات التي تستهوي الطلبة بكثرة هي الفيديوهات الدينية والطبخ بنسب متساوية بتعداد 15 مبحوث من العدد الاجمالي، أي مايعادل نسبة 15,95 % ، وتليها الفيديوهات التثقيفية و التدابير منزلية بتعداد 14 مبحوث بنسبة 14,89 % ثم الفيديوهات الموسيقية بنسبة 12,76 % بتعداد 12 مبحوث ، ثم الفيديوهات الرياضية بنسبة 09,57 % بتعداد 09 مبحوثين وتليها الفيديوهات العلمية والمعرفية والاجتماعية السياسية بنسب متساوية 04,25 % بتعداد 04 مبحوثين ، ثم أخيرا تأتي فيديوهات أخرى بتعداد 03 مبحوثين أي مايعادل نسبة 03,19 % و من معطيات الجدول نستنتج أن الفيديوهات التي تستهوي الطلبة بكثرة هي الفيديوهات الدينية لانه يستفيد منها الطلبة لما فيها من ارشادات ونصائح وتوجيهات من طرف بعض العلماء لتعليمهم وتوسيع ثقافتهم الدينية ، وهذا راجع أن الطلبة يميلون إلى الوازع الديني أكثر من الفيديوهات الاخرى التي لاجدوى منها بالنسبة لهم و يميلون أيضا إلى الطبخ من خلال تعلمهم الوصفات الجديدة .

جدول رقم 20: يمثل المعارف التي يكتسبها الطلبة بعد متابعة قنوات اليوتيوب

النسبة	التكرار	المعارف
28,72	27	لتعلم اللغات الاجنبية
38,29	36	لتعلم الطبخ
32,97	31	لمتابعة البرامج التلفزيونية
100	94	المجموع

من خلال الجدول رقم 20 نلاحظ أن من بين المعارف التي يكتسبها الطلبة بعد متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب بنسبة عالية هي تعلم الطبخ 38,29 % بتعداد 36 مبحوث من العدد الكلي ، وتليها نسبة متابعة البرامج التلفزيونية تمثلت في 32,97 % و أخيرا نسبة تعلم اللغات الأجنبية ممثلة في 28,72 % بتعداد 27 مبحوث و عليه نستنتج من معطيات الجدول أن المعارف التي يكتسبها الطلبة بعد متابعة قنوات اليوتيوب هي تعلم الطبخ و أكثرهم إناث بحيث يمضين أوقات فراغهم في متابعة محتويات الطبخ وهذا راجع الى رغبتهم في تعلمهم كيفية تحضير المأكولات بوصفات و لمسات جديدة و هذا يزيد من تعليمهم و رفع ثقافتهم لمستوى أفضل في الطبخ مما يؤدي الى تفنن المرأة في طبخها.

جدول رقم 21 : يمثل النقائص الموجودة في موقع اليوتيوب من وجهة نظر الطلبة أفراد العينة  
المبحوثة.

النقائص	التكرارات	النسبة
غياب الرقابة	30	31,91
نقص الجودة	21	22,34
غياب المصدقية	43	45,74
المجموع	94	100

يتضح من خلال الجدول رقم 21 أن النقائص الموجودة في اليوتيوب هي غياب المصدقية بتعداد 43 مبحوث أي بنسبة 45,74 % ، ثم تليها غياب الرقابة بـ 30 مبحوث أي مايعادل 31,91 % و أخيرا نقص الجودة بنسبة 22,34 % أي ما يعادل 21 مبحوث من العدد الاجمالي .  
ومن هنا يمكن تفسير هذه النتائج نتيجة تعرض الطلبة للجريمة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وغياب المصدقية نتيجة توفر البحوث عبر الانترنت وأخذها جاهزة دون بذل أي جهد و نقص الجودة راجع إلى غياب التجدد في المعلومة المتوفرة أحيانا عبر مواقع الانترنت.

جدول رقم 22: يمثل الإيجابيات التي يراها الطلبة المبحوثين في موقع اليوتيوب.

النسبة	التكرارات	الايجابيات
53,19	50	فتح مجال للتفاعل الاجتماعي
30,85	29	فتح مجال المعرفة بمستجدات القضايا
09,57	09	تشجيع الطلبة ان يصبحوا يوتيوبرز
06,38	06	تقديم الانتقادات لجهات معينة
100	94	المجموع

من خلال الجدول رقم 22 نلاحظ أن الإيجابيات التي يراها طلبة الإعلام و الاتصال في موقع اليوتيوب أنه يتيح لهم فتح مجال للتفاعل الاجتماعي بحيث بلغت نسبة 53,19 % أي مايعادل 50 مبحوث من العدد الاجمالي ، تليها فتح مجال المعرفة بمستجدات القضايا بنسبة 30,85 % بتعداد 29 مبحوث ، ليأتي بعدها تشجيع الطلبة أن يصبحوا يوتيوبرز بنسبة 09,57 % ممثلة في 09 مبحوثين ، و أخيرا جاءت تقديم الانتقادات لجهات معينة بنسبة 06,38 % بتعداد 06 مفردات من العدد الاجمالي .

نستنتج من هذه المعطيات أن غالبية الطلبة يرون بأن متابعتهم لموقع اليوتيوب يفتح لهم مجال للتفاعل الاجتماعي و هذا ما تقدمه برامج اليوتيوب من أحداث جديدة و مختلفة و أصبح مصدر بديل الطلبة الجامعيين مقارنة بمصادر أخرى كانوا يعتمدون عليها و لكن بأسلوب جديد يمكنهم من استيعابها.

جدول رقم 23 : يمثل سلبيات التي يراها الطلبة المبحوثين في موقع اليوتيوب .

النسبة	التكرارات	السلبيات
51,06	48	الادمان على موقع اليوتيوب
14,89	14	التشجيع على العنف والفوضى في المجتمع
34,04	32	المساهمة في نشر الثقافة الهابطة
100	94	المجموع

من خلال الجدول رقم 23 نلاحظ أن السلبيات التي يراها طلبة الاعلام و الاتصال في موقع اليوتيوب بحيث بلغت أعلى نسبة هو الادمان على موقع اليوتيوب بنسبة 51,06 % بتعداد 48 من العدد الاجمالي ، وتليها المساهمة في نشر الثقافة الهابطة بنسبة 34,04 % أي مايعادل 32 مفردة من العدد الكلي ، و في الأخير التشجيع على العنف و الفوضى في المجتمع بنسبة 14,89% مكونة من 14 مبحوث .  
و عليه نستنتج من معطيات الجدول أن النسبة الاكبر للسلبيات هو الادمان على موقع اليوتيوب يقدم نمطا خاصا للطلبة فيصبحوا مدمنين على صفحات اليوتيوب ألا وهي أولوية الاشباع الاجتماعي لهم.

جدول رقم 24 : يمثل تقييم الطلبة لمواقع اليوتيوب .

التقييم	التكرارات	النسبة
- جيد	30	31,91
- متوسط	63	67,02
- ضعيف	01	01,06
المجموع	94	100

من خلال الجدول رقم 24 حاولنا فتح المجال للمبحوثين حتى يقيموا مستوى الموقع من خلال استخدامهم الشخصي لليوتيوب ، حيث تبين من خلال الجدول اختلاف تقييمهم فمعظم الطلبة يرون أن اليوتيوب هو متوسط بنسبة 67,02 % بتعداد 63 مبحوث من العدد الكلي وتليها من يرونه جيد بنسبة 31,91 % مكونة من 30 من مجموع المفردات ، أما في الأخير تكون إجابة واحدة فقط بأنه ضعيف بنسبة شبه منعدمة 01,06 %.

و من هنا يمكن تفسير هذه النتائج بأن أغلب الطلبة يعكسون نظرة إيجابية ناتجة عن رضاهم الكامل عن مستوى موقع اليوتيوب ، و مدى تمكنهم من استخدامه بدون عوائق.

## نتائج الدراسة :

من خلال الدراسة التي قمت بها وبعد تحليلي للجداول توصلت الى جملة من النتائج وتمثلت فيمايلي :

\* جاءت اولى النتائج من حيث عدد الطلبة والطالبات ، اي متغير الجنس حيث فاق عدد الطالبات الاناث على الذكور بنسبة 47,45 % والذكور بنسبة 25,53 % وهذا راجع ان العدد الكبير للاناث في قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة مستغانم .

\* اكدت الدراسة ان طلبة الاعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم المتابعين الاكثر لمضامين قنوات اليوتيوب تتراوح اعمارهم ما بين ( 22 الى 24 ) بنسبة 51,24 %، وهذا راجع لكون هذه الفئة العمرية من الطلبة تصدر المركز الاول في السن الطبيعي للطلبة في مرحلته الجامعية .

\* كشفت الدراسة ان طلبة الاعلام والاتصال تخصص مستار 01 هم الاكثر متابعة بنسبة 34,04 % وهذا راجع الى ان السنة الاولى ماستر اكثر من بقية السنوات نظرا للتقدم الذي تعرفه جامعة مستغانم في تخصصات الماستر للاعلام والاتصال .

\* اظهرت النتائج ان معظم الطلبة لعلوم الاعلام والاتصال يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب من حين الى اخر بنسبة 51,06 %

\* حددت الدراسة في نتائجها النهائية حول مكان متابعة مضامين قنوات اليوتيوب ان المنزل هو اكثر الاماكن التي يتابع فيها الطالب مضامين اليوتيوب بنسبة 69,14 % وهذا يدل على ان الطلبة في المنزل لديهم الوقت الكافي ولا يتفرغون الا في المنزل .

\* في حين اكدت الدراسة ان الفترة المفضلة للطلبة لمتابعة مضامين قنوات اليوتيوب هي معظم الاجابات كانت حسب الظروف بنسبة 51,06 %

\* اشارت الدراسة ان المدة التي يقضيها الطلبة في متابعتهم لقنوات اليوتيوب هو من ساعة الى ساعتين اي بنسبة 93,36 % وهذا راجع الى ان موقع اليوتيوب يلعب دورا مهما في حياتهم اليومية .

\* وتشير ايضا ان الوسيلة التي يستخدمها الطلبة في شبكة اليوتيوب هو الهاتف الذكي الاكثر استعمالا بنسبة 91,48 % وهو مايفضله الطلبة عموما لسهولة وخصوصية الاستخدام.



\* أكدت الدراسة ان متابعة الطلبة لمضامين اليوتيوب كانت معظم الاجابات كانت بمفردهم بنسبة 86,17% وهذا يدل على ان الطالب الجامعي يجب متابعة مضامين اليوتيوب لوحده حسب اذواقه وميولاته

\* وأشارت ايضا ان اللغة التي يفضلها الطلبة في تصفح الفيديوهات هي الاكثر استعمالا هي اللغة العربية بنسبة 53,19% وهذا كونها سهلة الاستعمال وهي لغة وطنية ورسمية .

\* اظهرت النتيجة النهائية حول امكانية الطلبة لقناة على اليوتيوب بان اغلب الطلبة لا يملكون قنوات على اليوتيوب بنسبة 88,29% وهذا راجع الى ان الطلبة لا يتفاعلن مع المحتوى المعروض ليس باستطاعتهم التعليق او الاعجاب دون امتلاك قناة يوتيوب .

\* وأشارت الدراسة النهائية حول دوافع متابعة الطالب لمضامين قنوات اليوتيوب هو الترفيه عن النفس وفي نفس الصدد معرفة الاخبار الجديدة بنسب متساوية اي 20,21% وهذا راجع الى دافع التطلع لمعرفة الاخبار الجديدة يؤدي بهم حتما الى اشباع معرفتهم بالاحداث الوطنية

\* في حين أشارت أن درجة الثقة للطلبة في مضامين قنوات اليوتيوب معظم الاجابات كانت متوسطة بنسبة 85,10%.

\* أكدت الدراسة أن اليوتيوب يساعد طلبة الاعلام والاتصال في معرفة كل ماهو جديد بنسبة 77,65% وهذا راجع تتبعهم الشديد لهذه البرامج و مدى تطلعهم لكل ماهو جديد.

\* أشارت أيضا أن الاسباب التي تجعل الطلبة تعلق على الفيديوهات المنشورة عبر مواقع اليوتيوب معظم الإجابات هي إعطاء الرأي حول موضوع اليوتيوب بنسبة 69,14% وذلك هو المضمون الجيد لليوتيوب.

\* أشارت الدراسة أن الحالات التي يتفاعل فيها الطلبة عند مشاهدة فيديو اليوتيوب كانت أغلب الاجابات حول تسجيل الاعجاب بنسبة 44,68% وهذا راجع ان كون الاعجاب لا يأخذ الوقت الكثير .

\* أظهرت نتائج الدراسة أن المواقع الاجتماعية التي يشارك فيها الطلبة مقاطع الفيديوهات كانت كل الاجابات هي الفايسبوك بنسبة 100% ، وهذا راجع الى ان الفايسبوك هو اكبر مجمع شبكي على الانترنت وكون تطبيق الفايسبوك متاح على جميع الهواتف الذكية بصفة مجانية .

\* توصلت الدراسة الى أن طبيعة المواضيع الاجتماعية هي من يهتم بها الطلبة من خلال مشاهدتهم لليوتيوب الموضوعات الاجتماعية بنسبة 78,72% وهذا يدل على ان طبيعة المواضيع تجعل الطالب يتفاعل معها لانها تحاكي الازواض الاجتماعية الحالية للطلبة .

\* و أشارت أيضا أنواع الفيديوهات التي تستهوي الطلبة بكثرة لمشاهدتها هي الدين و كذا الطبخ ايضا بنسب متساوية بنسبة 15,95 % وهذا راجع إلى أن فيديوهات البرامج الدينية ترفع ثقافتهم و يدل على أن الطلبة يميلون الى الوازع الديني أكثر من فيديوهات الاخرى التي لاجدوى لها بالنسبة لهم .  
و يميلون ايضا الى الطبخ وهذا يدل على رغبتهم في تعلم شؤون الطبخ وتعلمهم الوصفات الجديدة .  
\* في حين اشارت الدراسة أن مدى تتبعهم لاستخدام اليوتيوب كانت أكبر نسبة حول الطبخ بنسبة 38,29 % ، وهذا راجع ان هذا يرفع من تعلمهم وثقافتهم للمستوى الافضل للطبخ مما يؤدي الى تفنن المراءة في طبخها .  
\* وأكدت الدراسة أن النقائص الموجودة في اليوتيوب للطلبة هي غياب المصداقية بنسبة 45,74 % ، نتيجة توفر البحوث عبر الانترنت واحداها جاهزة دون بذل أي جهد .  
\* رأي الطلبة حول ايجابيات مضامين اليوتيوب هي فتح مجال للتفاعل الاجتماعي بنسبة 53,19 % وهذا لما تقدمه برامج اليوتيوب من جديد و أحداث مختلفة .  
\* و أشارت الدراسة أيضا حول رأي الطلبة لسلبيات مضامين اليوتيوب هو الادمان على موقع اليوتيوب 51,06 % وهذا راجع على ان موقع اليوتيوب يقدم نمطا خاصا للطلبة فيصبحوا مدمنين على صفحات اليوتيوب ألا و هي أولوية الاشباع الاجتماعي لهم .  
\* توصلت الدراسة أخيرا إلى تقييم الطلبة لمواقع اليوتيوب كان تقييمهم متوسط بنسبة 67,02 % وهذا راجع أن الطلبة يعكسون نظرة ايجابية ناتجة عن رضاهم الكامل عن مستوى موقع اليوتيوب ومدى تمكنهم من استخدامهم دون عوائق .

## الاستنتاج العام :

وفي الأخير أستنتج أن متابعة الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب وأغلبهم يتابعون في المنازل حسب ظروفهم بحيث أن تتبعهم يكون من ساعة إلى ساعتين لمعرفة مايجري من أحداث وطنية و الدافع وراء مشاهدة هذا الموقع هو الترفيه عن النفس ومعرفة الأخبار الجديدة والتسلية والمتعة ويهتموا أيضا بالمواضيع الإجتماعية لأنها تحاكي واقعهم ومن هنا أن الدافع الأكبر يكمن في تحقيق إشباع حاجاتهم التي يوفرها لهم هذا الموقع.

وفي النهاية أقول بأن كشفنا عن كل أسباب استخدام هذا الموقع وأن الطلبة علوم الإعلام والاتصال يتفاعلون بشكل كبير مع مضامين قنوات اليوتيوب وخاصة المضامين الثقيفية والتعليمية كما أنه تختلف طرق التفاعل من طالب إلى آخر .

## خاتمة

## خاتمة:

من خلال دراستي حاولت تقديم دراسة الإعلام الجديد والتطرق إلى بعض الأطر النظرية المتعلقة بهذا الموضوع ويعد الإعلام الجديد أو الميديا الجديدة أحد أهم الظواهر الحديثة التي عرفها الإعلام بعد الحداثة التقنية والحداثة الفكرية على مختلف الأصعدة.

والإعلام الجديد يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس إمكانية الإلتقاء والتجمع على الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات ، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بأسماع صوتهم وصوت مجتمعهم إلى العالم أجمع .

فيتميز بخصائص وسمات إتصالية عديدة ، ميزته عن الإعلام القديم ، حيث يجمع وبشكل تكاملي بين العديد من الخدمات والوظائف ويجمع بين أكثر من وسيلة وهذا ما جعله مفضلا عند كثير من الناس خاصة الشباب ومن البديهي والمتعارف عليه أن بدايات مواقع التواصل كان غرضها التواصل الإجتماعي وربط المجتمعات ببعضها البعض إلا أنه ومع إحتياجاتها زادت أهمية مواقع التواصل بما فيهم " اليوتيوب " ، بحيث أصبح يوظف في المجال الإقتصادي والسياسي والإجتماعي وأصبح يحظى بملايين المتابعة من طرف الشباب عامة والطلاب الجامعيين بمستغانم خاصة ، المواكبين لكل جديد ، بحيث يتيح لهم الموقع متابعة صفحات الشخصيات المشهورة والصفحات العامة والتفاعل معها من خلال التعليق والمشاركة حيث أن من خصائص الطلبة الجامعيين أنهم يسعون دائما إلى البحث والمعرفة ومتابعة كل الأخبار الجديدة في شتى مجالات الحياة ومن خلال هذه الدراسة أن تناول موضوع " إستخدامات الطلبة الجامعيين للميديا الجديدة " اليوتيوب نموذجا حاولت الكشف عن هذه الإستخدامات وإنطلاقا من مجموعة من التساؤلات والمتمثلة في عادات وأنماط إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ، ودوافعهم وراء مشاهدة هذا البرامج ، حيث أصبح المستخدم يحس بشيء قوي يربطه بالموقع ويمنعه من الإستغناء عن إستخدامه فالعديد من الطلبة صرحو بأنهم لا يستطيعون التخلي عن موقع اليوتيوب وهذا دافع واضح عن تعلق الطلبة الجامعيين بهذا الموقع وخدماته .

وكشفت الدراسة أيضا إلى أن الحاجات الشخصية الترفيهية هي من يرغب الطلبة إشباع أنفسهم منها من وراء استخدامهم لموقع اليوتيوب إلى جانب الحاجات العلمية والإعلامية ، وتبين أن استخدام الطلبة لليوتيوب ساعدهم في معرفة كل ما هو جديد .

وفي النهاية لا يمكنني القول أن استخدام موقع التواصل الإجتماعي اليوتيوب يلبي كل الإستخدامات والإشباع التي يسعى الطالب إلى تحقيقها وتبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة، فهي تعبر عن كل ما يتعلق بمستخدمي اليوتيوب ولقد حاولت خلال هذه الدراسة معرفة بعض جوانب هذا الإستخدام ممهدة السبيل لباحثين آخرين لإستكشاف مقاربات أخرى لم تتعرض هذه الدراسة.



## قائمة المراجع

## قائمة المراجع :

- 1 - محي الدين محمد مسعد : كيفية كتابة الابحاث والاعداد للمحاضرات ، ط 2 ، المكتب العربي الحديث ، الاسكندرية ، 2000
- 2 - منال هلال المزاهرة : نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ط 1 ، 2012
- 3 - الصادق الحمامي : الميديا الجديدة ، الاستمولوجيا والاشكاليات والسياقات ، المنشورات الجامعية منوبة ، تونس ، ط 1 ، 2012 .
- 4 - عباس مصطفى الصادق : الاعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، ط 1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ، 2008 .
- 5 - خالد غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية : ماهي مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها ، ط 1 ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الاردن ، 203 .
- 6 - عبد الرحمن بدوي : مناهج البحث العلمي ، وكالة المطبوعات ، شارع فهد السالم الكويت ، ط 3 ، 1977 ، ص 3.
- 7 - موريس انجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف ، سعيد سبعون ، الجزائر ، دار القصة للنشر 2004 .
- 8 - عبد الكريم بوحفص : اسس ومناهج البحث في علم النفس ، ط 1 ، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011،
- 9 - رحيم يونس ، كرو العزاوي : مقدمة في منهج البحث العلمي ، ط 1 ، دار دجلة ، عمان ، الاردن ، 2008 .
- 10- العبد الله، مي : الاتصال والديمقراطية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان 2005 .
- 11- حسن عماد مكايوي ، ليلي حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط 5، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، مصر ، 2003.
- 12- مها فاتح سابق الله ، تقرير عن : ماهية الاعلام الجديد (ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجيستر الصحافة )، جامعة الاسلامية ، غزة ، 2013، ص 10.



- 13- كاتب سعود صالح : الاعلام الجديد وقضايا المجتمع ، المؤتمر العالمي الثاني للاعلام الاسلامي ، جامعة الملك عبد الهزير، جدة، 2011، ص05.
- 14- الراوي ، بشرى ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، مدخل نظري ، مؤتمر فيلادلفيا الدولي السابع عشر ، ثقافة التعبير ، جامعة فيلادلفيا ، عمان ، الاردن 2013 .
- 15 - مي عبد الله : نظريات الاتصال ، ط2 ، دار النهضة العربية ، بيروت .
- 16- ميرفت الطرايشي ، عبد العزيز السيد : نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 2006 .
- 17 - عبد الحافظ عواجي صلوي ، اسامة بن مساعد الحيا : نظريات التاثير الاعلامية .
- 18 - حسن عماد مكاوي ، ليلي حسن السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط5، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ،
- 19- عباس مصطفى صادق : الاعلام الجديد ، المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2008 .
- 20 - الصادق الحمامي : الاعلام الجديد ، مقارنة تواصلية ، مسجلة الاذاعات العربية ، اتحادات اذاعات الدول العربية ، ط4 ، 2006 ،
- 21 - بشرى جميل اسماعيل : مدخل الاعلام الجديد : المفهوم والنماذج ، مجلة الباحث الاعلامي ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ط1 ، 2012 ، .
- 22- محمد ابراهيم عبده : الهوية والقلق والابداع ، دار القاهرة ، ب ط ، القاهرة ، 2002
- 23- عبدالله محمد عبد الرحمن ، سوسيولوجيا التعليم الجامعي ، دراسة في علم الاجتماع التربوي ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 1991.
- 24- نورهان منير حسن فهمي : القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، 1999 .
- 25- احد محمد موسى : الشباب بين التهميش والتشخيص (رؤية انسانية ) ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ، ط1 ، مصر ، مرجع سابق ذكره ، 2009 .
- 26 - محمد سيد فهمي : العولمة والشباب من منظور اجتماعي ، دار دار الوفاء للطباعة والنشر ، ط 1 ، مصر ، 2008
- 27 - علي راشد : الجامعة والتدريس الجامعي ، لبنان ، دار مكتبة الهلال ، 2007

- 28 - تركي رابح : اصول التربية والتعليم ، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية للجزائر ، 1990.
- 29 - الاستاذ الدكتور سعيد جاسم الاسدي : فلسفة التربية في التعليم الجامعي والعالي ، ط1 ، عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، العراق ، مكتبة العلامة الحلي للنشر والتوزيع ، 2014.
- 30- وفاء محمد البردعي ، شبل بدران : دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري ، دار المعرفة الجامعية ، ط 1 ، الاسكندرية، 2002 .
- 31- حسن همت : دراسات في نظريات الاعلام ، مصر العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر ، 2010
- 32 - ياسر خضير البياني : الاعلام الجديد ، الدولة الافتراضية الجديدة ، ط 1 ، دار البداية ناشرون وموزعون ، عمان ، 2014 .
- 33 - علي خليل شقرة : الاعلام الجديد : شبكات التواصل الاجتماعي ، داراسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، .
- 34- غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013 .
- 35 - عبد الرزاق محمد الدليمي : الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية ، ط1 ، دار وائل للنشر والتوزيع، 2001 .

### المجلات والدوريات :

- 1 - دليلة عزوبة : الانترنت ، الشبكات الاجتماعية وثورة الاعلام الجديد ، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية ، العدد 15 ، 2013
- 2 - د : رضا عبد الواحد امين : الاعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة ، لعالم جديد ، اجاث مؤتمر البحرين ، جامعة البحرين ، 7-9 افريل 2009 ، منشورات جامعة البحرين 2009.
- 3 - سميرة شيخاني : الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد 1 و2 ، 2010 ، .
- 4 - حصة بنت عبدالكريم الزيد : اثر استخدام الانترنت على الفتيات في محال " موقع اليوتيوب نموذجاً " دراسة ميدانية ، منطقة البحرين ، مجلة الجامعة الاسلامية ، العدد 166

5 - طريق التدريس التعليم العالي بين التلقين والتواصل ، مجلة اتحاد الجامعات العربية ، عدد 18 ، الرياض ، 1982 .

### المذكرات والرسائل :

1- ديس عائشة : دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات ، دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم الاعلام والاتصال ، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع ، 2017-2018.

2- بارش اشرف الدين ، العور صابر : استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والاشباعات المحققة منه دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي .

3- محمد المنصور : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا ، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، مجلس كلية الاداب والتربية / الاكاديمية العربية في الدانمارك ، 2012 ،

4 - منى عتيق : الطلبة الجامعيون : تصوراتهم للمستقبل وعلاقتهم بالمعرفة ، دراسة ميدانية بجامعة باجي مختار ، عنابة ، رسالة دكتوراه ، علم النفس التربوي ، كلية علم النفس والعلوم التربوية ، جامعة قسنطينة -2- ، 2013 .

5 - شعباني مالك : دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية ( غير منشورة ) ، قسنطينة ، 2005

6- جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوبة : دراسة في استخدامات واشباعات - قسنطينة - خلاف بونخيلة ، 2006،2007

7- مشطوب رمة : اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الانخراط في العمل السياسي ، رسالة لنيل شهادة الماجستير ، مذكرة مقدمة لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة احمد لمين دباغين سطيف 2- ، 2017

8- سميرة منصوري : اتجاه الطلبة الجامعيين نحو مكانة المرأة العاملة ، رسالة ماجستير ، علم اجتماع التنمية ، معهد علم الاجتماع ، جامعة قسنطينة ، 2001 .

- 9- لعروسي فاطمة وهجاء زينب : الدافعية للتعلم عند الطلبة الجامعيين ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سعيدة ، مذكرة لنيل شهادة ليسانس ل م د سعيدة ، تخصص تكنولوجيا التربية ، 2016.
- 10 - شعباي مالك : دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية ( غير منشورة ) ، قسنطينة ، 2005 .
- 11- بورحلة سليمان : اثر استخدام الانترنت على الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر .
- 12- اكرم عبد القادر عبد الله فروانة : فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الرقمية لدى طلبة كلية التربية في الجامعة الاسلامية ، غزة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في المناهج وطرق التدريس ، جامعة القاهرة .

### - المراجع باللغة الفرنسية :

1- Richar Davis Diana Owen New Media and American Politics Oxford University Press New York 1998 P9.

### - مواقع الانترنت :

- 1 - مدونة دابرا المجانية : www earns blogspat com p03
- 2 - منقول من موقع تسعة : مراجعة عن يوتيوب : ماهي مميزات وعيوب اليوتيوب  
[http:// www.ts3a.com](http://www.ts3a.com) p194 :cit 2021/04/10 H 22:00YOUTUP
- 3 [https:// www. ts3a. com](https://www.ts3a.com) p5194: op cit 2021/04/10 h 04: 20
- 4 - هبة محمد خليفة: ماهي مواقع الشبكات الاجتماعية؟، منتدى اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات  
، اطلع عليها بتاريخ 2021/03/25 ، سا 15:45 [http //www.alyaser.](http://www.alyaser)

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

### العنوان:

استخدامات الطلبة الجامعيين للميديا الجديدة

"اليوتيوب نموذجا"

"دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة مستغانم"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

اخوتي الطلبة اخواتي الطالبات :

في اطار التحضير لنيل شهادة الماستر " تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة " ، يسرني ان  
اضع بين ايديكم مجموعة من الاسئلة وأرجو منكم التفضيل بالإجابة بكل صدق وقراءة الاسئلة بكل  
عناية والتأكد من اجابتكم عليها جميعا بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة واختيار اجابة واحدة  
فقط وللعلم ان الاجابة ستحضى بالسرية التامة ويتم استخدامها لغرض البحث العلمي ونشكركم على  
هذا التعاون معنا .

اشراف الاستادة :

اعداد الطالبة

د : " حمداد صحبية "

- فغول يسمة

السنة الجامعية 2021/2020

## البيانات الشخصية :

- 1- الجنس : ذكر  انثى
- 2- فئة العمر : من 19-21  من 22-24
- 30-25  30 فأكثر

## 3- المستوى الجامعي :

- السنة الأولى  السنة الثانية  السنة الثالثة  السنة الرابعة
- ماستر 1  ماستر 2

## المحور الاول : عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ؟

### 4- هل تستخدم موقع اليوتيوب ؟

- دائماً  احيانا  نادراً

### 5- اين تستخدم موقع اليوتيوب ؟

- المنزل  الجامعة  المكتبة
- اماكن عامة  قهاهي الانترنت  مكان العمل

مكان اخر .....  
.....

### 6- ماهي الفترات التي تستخدم فيها اليوتيوب ؟

- الفترة الصباحية  لفترة المسائية  الليل  ، سب الظروف

### 7- عادة كم يستغرق وقتك في استخدام اليوتيوب ؟

- اقل من ساعة  ساعة الى ساعتين  اكثر من ساعتين

### 8- ماهي الوسيلة التي تستخدمها في شبكة اليوتيوب ؟

- الهاتف الذكي  ، حاسوب محمول  ، الجهاز اللوحي  ، حاسوب مكتبي

اخرى .....  
.....

### 9- مع من تستخدم اليوتيوب ؟

- بمفردك  مع الاصدقاء  مع العائلة

### 10- ماهي اللغة التي تفضلها في تصفح فيديوهات اليوتيوب ؟

- العربية  الانجليزية  الفرنسية  العامية ( الدارجة )

11- هل تمتلك قناة يوتيوب خاصة بك ؟

نعم  ، لا

اذا كانت اجابتك نعم ما نوعها ؟ مامضمونها ؟

## المحور الثاني : دوافع الطلبة الجامعيين وراء مشاهدة موقع اليوتيوب ؟

12- مالذي يدفعك الى متابعة صفحات اليوتيوب ؟

التسلية والمتعة  ، تمضية الوقت  ، ترفيه عن النفس

معرفة الاخبار الجديدة  ، حب الاطلاع  ، اكتساب مهارات جديدة

اجابة اخرى اذكرها .....

13- مادرجة ثقتك في مضامين موقع اليوتيوب ؟

عالية  ، متوسطة

14- هل يساعد اليوتيوب في معرفة كل ماهو جديد ؟

نعم  ، لا

15- ماهي الحالات التي تجعلك تعلق على الفيديو المنشور عبر مواقع اليوتيوب ؟

اعطاء رايك حول موضوع اليوتيوب  ، عدم فهم جزء من موضوع الفيديو

تقديم انتقاد لموضوع الفيديو

## المحور الثالث : تفاعل الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ؟

16- كيف تتفاعل مع فيديو اليوتيوب عند مشاهدتك ؟

المشاركة في القناة  اسجل اعجابي  استفيد منه ولا اتفاعل

التعليق وإبداء الرأي

17- ماهي المواقع الاجتماعية التي تشارك فيها مقطع الفيديو ؟

الفيسبوك  ، التويتر  لينكدان



18- ماهي طبيعة المواضيع التي تهتم بها من خلال مشاهدتك لليوتيوب ؟

اجتماعية  ، سياسية  ، اقتصادية  ، رياضية

19- بصفتك طالب جامعي ماهي انواع الفيديوهات الاتية التي تستهويك بكثرة ؟

تثقيفية  علمية  معرفية  اجتماعية سياسية  دينية

رياضية  موسيقية  طبخ  تدابير منزلية  اخرى

20- لماذا تستخدم موقع اليوتيوب ؟

لتعلم اللغات الاجنبية  لتعلم الطبخ  لمتابعة البرامج التلفزيونية

..... اخرى

المحور الرابع : ماهو تقييمك لموقع اليوتيوب؟

21- من وجهة نظرك ماهي النقص الموجودة في اليوتيوب ؟

غياب الرقابة  نقص الجودة  غياب المصداقية

22- فيما تتمثل برأيك ايجابيات اليوتيوب ؟

فتح مجال للتفاعل الاجتماعي  فتح مجال المعرفة بمستجدات القضايا

تشجيع الطلبة ان يصبحو يوتيوز  تقديم الانتقادات لجهات معينة

23- فيما تتمثل برأيك سلبيات اليوتيوب ؟

الادمان على موقع اليوتيوب  التشجيع على العنف والفوضى في المجتمع

مساهمة في نشر الثقافة الهابطة

..... قضايا اخرى اذكرها.

24- ماهو تقييمك لموقع اليوتيوب ؟ مع تعليل الاجابة ؟

جيد  متوسط  ضعيف

..... التعليل

بِسْمِ اللَّهِ

وَعِظْمَا الصَّلَاةِ وَالسَّلَامِ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ

صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ