

جامعة قاصدي مرباح-وقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم إنسانية

التخصص: اتصال جماهيري ووسائط جديدة

مقدمة من طرف الطالبين:

بن عمر سعيدة

خميسات ربيعة

العنوان:

عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديوهات القصيرة ريلز الفاييسوك
(نموذجاً)

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم اعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح -ورقلة

لجنة التقييم

الإسم واللقب	رتبة	صفة
قانة مسعود	أستاذ محاضر / أ	رئيس
بن غنيمة سعيد	أستاذ محاضر / أ	مقرر
قندوز عبد القادر	أستاذ محاضر / ب	مشرف

السنة الجامعة: 2022/2023



شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، وصلى الله على سيدنا محمد وعلى

أصحابه أجمعين

الشكر أولاً وأخيراً لله سبحانه وتعالى على نعمة التوفيق فمن

فضله علينا أن

تكون نفعاً لنا ولكل من اطلع عليها من القرآن الكريم.

ويسرنا أن نتقدم بجزيل الشكر والامتنان والتقدير إلى الأستاذ

المؤطر الفاضل

الدكتور "قندوز عبد القادر" الذي لم يبخل علينا بنصائحه

وإرشاداته من

خلال إشرافه على عملنا خطوة بخطوة وبكل جدية وتفاني،

وعلى ما قدمه لنا من ملاحظات

وتشجيعات ونشكر كل من قام بمساعدتنا ولو بكلمة طيبة، كما

نتقدم بجزيل الشكر إلى كل

من ساعدنا في انجاز هذا العمل والى كل أساتذة قسم علوم

الإعلام والاتصال

الإهداء

صدحت زغاريد النجاح ورفرفت في الأفق أفراحالدنا بتخرجي وتلألت كل العيون سعيدة
شوقا ليوم الهناء المبهج.

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من أبصرت بها طريق حياتي واستمدت منها قوتي
واعترازي بذاتي.... إلى الكفاح الذي لايتوقف، إلى الشامخة التي علمتني معنى الإصرار
وأن لاشئ مستحيل في الحياة مع قوة الإيمان والتخطيط السليم، إلى ينبوع العطاء المتفاني
مدى عمري.... إلى والدتي الغالية حفظها الله، وجزاها عني خير الجزاء.
إلى من عمل على تربيته.... وشجعني.... على الاستمرار أبي العزيز حفظه الله.

إلى المحبة التي لا تنضب.... والخير بلا حدود.... إلى من شاركتم كل حياتي.... أنتم
زهور حياتي أخواتي إخواني كل باسميه فظيمة، زهية، منال، وأزواجهم، بالقاسم، عبد
الجبار، هشام، وليد، علاء الدين، محمد فضل، وزوجاتهم.
إلى كل أحفاد العائلة حفظهم الله ورعاهم.

إلى كل الأهل والأقارب وكل من يحمل لقب "بن عمر"
إلى جميع أصدقائي الأعزاء الذين رافقوني.... وشجعوا خطواتي.... وأخص بالذكر من
تقاسم معي الليالي الطويلة في الإقامة.... سهام بن دلالي، نجاح، وإلي من شاء القدر أن
نلتقي بهم و تطبع بصماتهم في الأخير، وناسة، فردوس، هبة الرحمان.
وإلى كل جنود الخفاء.... والذين تركوا بصمة في عملنا.

سعيدة

الإهداء

الحمد للهوكفي والصلاة علي الحبيب المصطفى وأهله ومن وفي أما بعد :
الحمد لله الذي وفقني في تثمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة
الجهد والنجاح بفضلته تعالي مهداة إلي الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نورا
لدربي

إلي معني الحب والحنان والتفاني والي من له الفضل الكبير في تشجيعي وتحفيزي ويسر
لي الصعاب

زوجي الغالي

لكل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال من إخوة وأخوات
إلي كل من كان له الأثر في حياتي أبنائي احمد الوسيم ومحمد رفيق

ربيعة

الفهرس

	كلمة شكر وتقدير
	إهداء
	فهرسة الجداول
	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
2	المبحث الأول: موضوع الدراسة.
2	المطلب الأول: تحديد الإشكالية.
3	المطلب الثاني: أسباب اختيار الموضوع.
3	المطلب الثالث: أهداف الدراسة.
4	المطلب الرابع: أهمية الدراسة.
4	المطلب الخامس: مفاهيم ومصطلحات الدراسة.
7	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية لدراسة.
7	المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهج الدراسة.
9	المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات.
10	المطلب الثالث: صدق وثبات أدوات جمع البيانات.
11	المطلب الرابع: مجتمع البحث وعينة الدراسة.
12	المطلب الخامس: مجالات الدراسة.
13	المبحث الثالث: المدخل النظري.
13	المطلب الأول: البناء النظري.
15	المطلب الثاني: الدراسات السابقة.
الفصل الثاني: الجانب التطبيقي	
22	المطلب الأول: تعريف ميدان الدراسة.
22	المطلب الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية.
23	المطلب الثالث: عرض والتحليل والتفسير النتائج.
47	المطلب الرابع: استنتاجات الدراسة.
	خاتمة.
	قائمة المصادر والمراجع.
	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	23
2	جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	24
3	جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	25
4	جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الإقامة	26
5	جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الدراسي	27
6	جدول يبين متابعة الفيديوهات القصيرة ريلز	28
7	جدول يبين فترات مشاهدة الطلبة لمقاطع الريلز	29
8	جدول يبين الأماكن التي يشاهد فيها الطلبة مقاطع الريلز	30
9	جدول يبين الحجم الساعي لمشاهدة مقاطع الريلز	31
10	جدول يبين مستوى إقبال الطلبة على مقاطع الريلز	32
11	جدول يبين المشاركة من عدمه في مشاهدة مقاطع الفيديو القصير ريلز	33
12	جدول يبين دوافع استخدام الطلبة لمقاطع الفيديوهات القصيرة	34
13	جدول يبين طبيعة مواضيع الفيديوهات القصيرة التي يشاهدها الطلبة	35
14	جدول يبين طرق تفضيل مشاهدة مقاطع الفيديو	36
15	جدول يبين طبيعة التفاعل مع المقاطع التي يشاهدها الطلبة	37
16	جدول يبين طرق التفاعل مع الفيديوهات القصيرة ريلز	38
17	جدول يبين شعور الطالب عند استخدام مقاطع الريلز	39
18	جدول يبين مدى تحقيق الإشباعات من مقاطع الريلز	40
19	جدول يبين الإشباعات الاجتماعية المحققة لدى الطلبة عند استخدام الريلز	41
20	جدول يبين الإشباعات النفسية لدى الطلبة	42
21	جدول يبين الإشباعات العلمية المحققة لدى الطلبة	43
22	جدول يبين الإشباعات الدينية المحققة لدى الطلبة عند استخدام الريلز	44
23	جدول يبين الإشباعات الثقافية و الترفيهية المحققة لدى الطلبة	45
24	جدول يبين النقائص الموجودة في مقاطع الريلز	46

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
23	يمثل دائرة نسبية للجنس	1
24	يمثل دائرة نسبية للسن	2
25	يمثل دائرة نسبية للحالة الاجتماعية	3
26	يمثل دائرة نسبية للإقامة	4
27	يمثل دائرة نسبية للمستوى الدراسي	5
28	تمثل متابعة الفيديوهات القصيرة ريلز	6
29	تمثل فترات متابعة مقاطع الريلز	7
30	تمثل أماكن مشاهدة مقاطع الريلز	8
31	تمثل الحجم الساعي لمشاهدة مقاطع الريلز	9
32	تمثل مستوى إقبال الطلبة على مقاطع الريلز	10
33	تمثل المشاركة من عدمه في مشاهدة مقاطع الفيديو القصيرة ريلز	11
34	تمثل دوافع استخدام الطلبة لمقاطع الفيديوهات القصيرة ريلز	12
35	تمثل طبيعة مواضيع الفيديوهات القصيرة التي يشاهدها الطلبة	13
36	تمثل طرق تفضيل مشاهدة مقاطع الفيديو ريلز	14
37	تمثل طبيعة تفاعل الطلبة مع مقاطع الريلز	15
38	تمثل طرق التفاعل مع الفيديوهات القصيرة ريلز	16
39	تمثل شعور الطالب في مشاهدة مقاطع الفيديو ريلز	17
40	تمثل مدى تحقيق الإشباعات من مقاطع الريلز	18
41	تمثل الإشباعات الاجتماعية المحققة لدى الطلبة	19
42	تمثل الإشباعات النفسية لدى الطلبة عند استخدام الريلز	20
43	تمثل الإشباعات العلمية المحققة لدى الطلبة	21
44	تمثل الإشباعات الدينية المحققة لدى الطلبة	22
45	تمثل الترفيهية والثقافية المحققة لدى الطلبة	23
46	تمثل النقص الموجودة في مقاطع الريلز	24

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة للكشف عن عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة ريلز فايسبوك "نموذجاً"، من خلال طرح التساؤل الآتي: ماهي عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة ريلز؟ وقد تفرع عنه التساؤلات الفرعية التالية:

1- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة ريلز على موقع الفيسبوك؟

2- ماهي دوافع الطلبة لاستخدام مقاطع الفيديو القصيرة؟

3- ماهي الإشباعات المحققة لاستخدام الطلبة لمقاطع الفيديو القصيرة؟ وللإجابة عن هذه التساؤلات

فقد طبقنا المنهج الوصفي، من خلال استخدام استمارة استبيان ثم تصميمها بعناية، انطلاقاً من

المعارف الشخصية والاعتماد على ما توفر من دراسات سابقة وهذه الأخيرة التي كان عددها (4)

دراسات ثم الاستفادة منها في عدد وضع أسئلة هذا الاستبيان و تشابهها و تقاريرها مع إشكالية الدراسة

وتساؤلاتها، حيث تضمن هذا الاستبيان في صورته النهائية (24) سؤالاً موزعاً على أربعة (4)

محاور، ليتم توزيعها على عينة قدر عددها ب (51) مفردة من متابعي مقاطع الفيديو القصيرة ريلز

على موقع الفيسبوك (طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة)، حيث تم اختيارهم بطريقة قصدية.

لنصل من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: * أن أغلبية الطلبة المبحوثين يتابعون

مقاطع الفيديو أحياناً ويفضل متابعته ليلاً في المنزل حيث يستغرقون أقل من ساعة في الجلسة

الواحدة.

* أن أغلب الطلبة دافعهم الأول لمتابعة الفيديو هو الترفيه.

* توصلت كذلك الدراسة أن الطلبة يشعرون بالمتعة عند مشاهدة مقاطع الريلز وتحقق لهم أحياناً

إشباعاً متنوعة.

الكلمات المفتاحية:

عادات، أنماط، استخدام، مقاطع الفيديو القصيرة، ريلز، طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة.

Study summary:

The study aims to reveal the habits and patterns of university students' use of Reels Face book short video clips as a "model"، by asking the following

question: What are the habits and patterns of university students' use of Reels short video clips? The following sub-questions may arise from it

-1What are the habits and patterns of university students using Reels short videos on Face book?

-2What are the students' motives for using short video clips?

-3What are the satisfactions achieved by students using short video clips?

In order to answer these questions, we applied the descriptive approach, through the use of a questionnaire form and then carefully designed it, based on personal knowledge and relying on the availability of previous studies, the latter of which were (4) studies, and then benefiting from them in setting the questions of this questionnaire and their similarities and its closeness with the problem of the study and its questions, as this questionnaire in its final form included (24) questions distributed over four (4) axes, to be distributed to a sample of (51) single followers of short video clips Reels on Face book (media and communication science students University of Ouargla), where they were chosen intentionally.

Results, the The separation through This Study leads to a set of

Most important of which are: the majority of the respondents watch video clips sometimes, and it is preferable to watch them at night at home, as they spend less than an hour per session. Most of the students first motive for watching the video is entertainment. "the study also concluded that the boys they take pleasure in watching clubs of the rise and occasionally check them out for hangers.

Keywords:

Habits, patterns, use, short video clips, Reels, students of information and communication sciences, university of Ouargla.

مقدمة

مقدمة:

ساهم التطور و التقدم الكبير في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال إلى إنتاج وسائل حديثة للتواصل الاجتماعي أدت إلى إحداث تغييرات جذرية في علاقات الناس الاجتماعية، وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم. فالانترنت عملت على إحداث تغييرات في بنية العلاقات الاجتماعية بالحديث عن هذه التطورات شهد العالم تطور مستمر وتسارع في التكنولوجيا أصبح العالم فجأة بين أيدينا نرى تفاصيله ونعيش أحداثه من خلال شاشتنا الصغيرة، أصبحت تلك الشاشة سجننا الكبير أصبحنا مدمنين قليلي التفاعل مع الآخرين وسطحيين الإدراك، فارجحين بسرعة الوصول لكننا لم نصل و اختزلنا مشاعرنا في رسالة وفرحتنا في إشارة، وهذا مايسمى بعصر الفيديوهات القصيرة،والهدف من كل هذا ذلك هو أن تشبع رغبتنا في مشاهدة مواد جديدة باستمرار خاصة بعد هذا النجاح الساحق الذي حققه منصة الريلز والذي طهر بشكل خاص في فترة الإغلاق خلال وباء كوفيد 19 وهو ما دفع الى أغلب منصات التواصل الاجتماعي إلى أن تحذو حذوها عبر تقديم مقاطع الفيديو القصيرة،ومن بينها الريلز. وفي السنوات الأخيرة طهر مدى ميل الطلبة والمتابعين إلى تلقي المعلومات بطريقة أسرع ومعرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة لهذه الفيديوهات، وعلى هذا الأساس جاءت دراستنا حول عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة حيث احتوت الدراسة على فصلين أين تناولته الفصل الأول: الإطار المنهجي لدراسة ويشمل تحديد الإشكالية،تحديد اختيار الموضوع،أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، تحديد المصطلحات والمفاهيم الأساسية للموضوع، إجراءات المنهجية ومجالها، وبعدها تطرقنا إلى أدوات جمع البيانات، عينة الدراسة المستخدمة، الدراسات السابقة حول الموضوع، ونختم هذا الإطار بالمقترح النظري. أما الفصل الثاني: تناول الجانب التطبيقي شمل التعرف على ميدان الدراسة، إجراءات الدراسة الميدانية، عرض وتفسير النتائج ومناقشتها، وانتهاء الفصل بعرض النتائج العامة، وأخيرا خاتمة الدراسة والمراجع والملاحق.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الأول :موضوع الدراسة

المطلب الأول : تحديد الإشكالية

المطلب الثاني :أسباب اختيار الموضوع

المطلب الثالث :أهداف الدراسة

المطلب الرابع : أهميه الدراسة

المطلب الخامس : تحديد المفاهيم والمصطلحات

المبحث الثاني : الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول : نوع الدراسة ومنهج البحث

المطلب الثاني : أدوات جمع البيانات

المطلب الثالث :إجراءات الصدق والثبات

المطلب الرابع :مجتمع البحث وعينة الدراسة

المطلب الخامس : مجالات الدراسة

المبحث الثالث :المدخل النظري للدراسة

المطلب الأول :البناء النظري

المطلب الثاني:الدراسات السابقة

المبحث الأول: موضوع الدراسة.

المطلب الأول: تحديد الإشكالية.

تغيرت ظروف وأساليب الحياة وتنوعت فيها الخيارات والضغوطات التي أفرزتها العولمة والتي أقلقنا الجميع سواء المؤيدين أو المعارضين لها، ففرضت نفسها كنمط سياسي لنموذج غربي متطور يسعى الى تجسيد ثقافة عالمية موحدة تحركها وتحافظ عليها وتتميزها ثروة الاتصالات و المعلومات وسلسلة الاكتشافات العلمية والتكنولوجية. كما شهدت التكنولوجيا الحديثة مواقع مختلفة عبر منصات التواصل الاجتماعي وهو ما يعرف بالفيسبوك حيث أصبح مصدر للأخبار و فرض نفسه نوعاً جديداً من الصحافة المرئية وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها إذ يتم الاعتماد على مقاطع الريلز (الفيديوهات القصيرة) مصدر للأخبار في العديد من الحالات الاجتماعية والدينية النفسية والثقافية و الترفيهية.

وصدرت في دراسة عن الجامعة النفسية للدنمارك وجدت أن التدفق المستمر للمعلومات يمكن أن يضيق نطاق اهتمامنا الجماعي بمرور الوقت هذا التسارع من وجهة نظر الدراسة جعلنا نحصل على المعلومات التي نحتاجها خلال ثواني معدودة نتجاهل التفاصيل ونبحث عن نظرة عامة سريعة ومعلومات مسلية لاتحتاج الى اهتمام أو تركيز حقيقي.

انتشرت الفيديوهات القصيرة على جميع منصات التواصل الاجتماعي، حيث شهدت هذه الأخيرة اهتمام الطلبة الجامعيين و أصبحت جزء لا يتجزأ من عادات المشاهدة عندهم بالضبط

مقطع الريلز على الفيسبوك والذي لايتعدى طوله دقيقة واحدة، بطريقة مسلية وجذابة وإبداعية تثير اهتمام الطالب وتعزز فرص الاكتشاف من قبل المشاهدين وتصبح جزءاً من

المناسبات الثقافية على الفيسبوك ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة؟

ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية كمايلي:

التساؤلات الفرعية:

1- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة ريلز على موقع الفايسبوك؟

2- ماهي دوافع الطلبة لاستخدام مقاطع الفيديو القصيرة؟

3- ماهي الإشباعات المحققة لاستخدام الطلبة لمقاطع الفيديو القصيرة؟

المطلب الثاني: أسباب اختيار الموضوع.

هناك عدة أسباب دفعتنا للغوص في دراسة هذا الموضوع:

أسباب ذاتية:

1- حب الاطلاع والمعرفة لدراسة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصير.

2- الرغبة في تقديم دراسة حول الفيديو القصير.

3- التحضير لدرجة علمية وهي الحصول على شهادة ماستر 2 اتصال جماهيري والوسائط الجديدة.

أسباب موضوعية:

1- يعتبر موضوع الدراسة حديث الساعة الى جانب قلة الدراسات العربية.

2- تعد دراسة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة جديدة لم تحضي باهتمام الباحثين من قبل.

المطلب الثالث: أهداف الدراسة.

- معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة باعتباره جمهور نشط.

- فهم ومعرفة الدوافع التي يتم إشباعها من خلال استخدام الطلبة للفيديوهات القصيرة.

- الحصول والاطلاع على النتائج التي تساعد في فهم عادات وأنماط استخدام الطلبة لمقاطع الفيديوهات القصيرة.

المطلب الرابع: أهمية الدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تعد أهمية الموضوع من أهمية الدراسة وذلك لإبراز عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة، فهذا الموضوع يعد بمثابة المفاتيح الأولية للاستخدام إذا أصبحت تشغل حيزا كبيرا من اهتمامات الطلبة وذلك لأنها مزودة بمقاطع فيديو قصيرة تسهل عملية الإدراك والمعرفة السطحية للموضوع ومنبئين هذه المقاطع فيسبوك ريلز الذي شهد إقبالا ملحوظا في أوساط الطلبة وهنا تكمن الأهمية العلمية التي تدرس عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة.

المطلب الخامس: مفاهيم ومصطلحات الدراسة.

تعتبر مرحلة تحديد المفاهيم والمصطلحات إحدى الخطوات الهامة في البحوث والدارسات العلمية، وذلك كي يتسنى للقارئ هذه الدراسة تحقيق التوافق بين ما ترمي إليه بعض المفاهيم ومعانيها المستخدمة كالاتي:

1- **عادات:** كلمة عادات هي جمع عادة وهي نمط من السلوك يقوم به الإنسان ويعود إلى فعله مرارا وتكراراً بشكل مستمر.

2- **أنماط:** كلمة أنماط هي جمع كلمة نمط والأسلوب أو الطريقة أو المذهب فهي تعني طرق وأساليب الاستخدام.¹

3- **استخدام: لغة:** استخدام استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً أي يخدمه فهو خادم وخادم له.²

اصطلاحاً: هو استعمال شيء ما، أداة أو وسيلة أو عدة أشياء، واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.

ويبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوماً واضحاً بسيطاً المعنى غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية، والتطبيقية له تصطدم بمفهوم ومعنى

¹ علاء الدين احمد خليفة :استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (المكان الثالث) وعلاقته بالعفة والهوية والخصوصية ،دراسة ميدانية لأثر هذه المواقع علي القيم الاجتماعية لطلبة الجامعات العراقية،الجامعة العراقية ،كلية الإعلام ، العدد3/36

² كاتب فارس و عقون دنيا: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال 2016 ص33

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

غامض، ومتنوع يحمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ماهو اجتماعي، ماهو تقني داخل تركيبة هذا الهجين الاتصالي الانترنتي في حد ذاته، فالغموض الذي يحيط بالفظ مرده إلى استعماله في تعيين، وتقدير، وتحليل مجموعة من والسلوكيات، والمظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال.¹

التعريف الاجرائي: هم الأفراد الذين يميلون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع رغباتهم وحاجاتهم وتحقيق أهدافهم وفي دراستنا نقصد به عملية المشاهدة والتصفح التي يقوم بها الطلبة الجامعيين في موقع الفاييس (الريلز) وعادات وأنماط هذا التصفح.

4- مفهوم الطالب:

لغة: في لسان العرب لابن منظور: جمع طلبة طلاب ويطلق على من يسعى في التحصيل على شيء.

اصطلاحا: الطالب هو ذلك الإنسان المستعد للدراسة يعمل على إعداد نفسه لمهنة ملائمة إذ يمثل العملية التعليمية، ويستلزم إعداد وتوفير له البرامج الأكاديمية المناسبة له ليتخصص في مجال معين من مجالات المعرفة ويكون ناجحا في عمله المستقبلي.²

مفهوم الطالب الجامعي:

تطلق لفظة طالب على كل متعلم مسجل في معهد أو جامعة أو كلية، على عكس كلمة تلميذ تطلق على المتعلم في صفوف مرحلة التعليم الأساسي.³

5- مفهوم الفيديو:

¹ بضياف سوهيلة: الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، دراسة في تمثلات واستخدامات

الشباب لشبكة الفاييس بوك، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة باتنة 1 ص 29

² مشطوب ريمة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الانخراط في العمل السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد لمين دباغين سطيف كلية العلوم الإنسانية والاجتماعي، 2017، ص 12 13.

³ لعبني هدى و جرفي عادل: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة

لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل 2020 ص 13

هو جهاز يستخدم في تصور الحفلات والاجتماعات واللقاءات حيث يمكن لاحقاً إعادة عرضها للاستفادة مما تم تسجيله أو يستخدم في مجال العلاقات العامة كوسيلة دعائية.¹

6- مفهوم الفيديو القصير:

هي تطبيقات مجانية للهواتف الذكية أو منصة اجتماعية التي يتطلب تثبيتها وتشغيلها الاتصال بشبكة الانترنت من المتاجر الالكترونية، وإمكانية الاشتراك بحساب أو دون ذلك ومشاركة المحتوى أو صناعة الاكتفاء بالمشاهدة فقط لأهداف متعددة وتمتاز بتنوع المحتوى لمقاطع الفيديو القصيرة التي تتراوح ما بين 15 ثانية لدقيقة واحدة.²

7- مفهوم الفايبيوك:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبيرة من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004، في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته الفايبي بوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج) الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، ليشمل طلبة الجامعات الأمريكية ثم خرج بعد ذلك إلى أوروبا والعالم ليصبح عدد أعضائه حالياً 350 مليون عضو.³

تعريف آخر للفايبيوك:

هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيسبوك محدود المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة إلى أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم و أيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم و يشير اسم الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات و المدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى

¹ محمد جمال الفار ، معجم المصطلحات الإعلامية ، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان ، 2013 ، ص 244

² محمد المحرصاوي، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 54.

³ كاتب فارس ، عقون دنيا ، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي سلوك الشباب الجزائري، ص 46.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.¹

8- ريلز:

ريلز فيس بوك face book réels، أو ما يعرف بمقاطع الفيديو القصيرة. وهي عبارة عن ميزة جديدة على منصة فيسبوك الاجتماعية تتيح إنشاء محتوى فيديو بمدة زمنية قصيرة، ومشاركته على المنصة سواء في موجز الأخبار أو مجموعات فيس بوك.²

إجرائياً:

يعتبر ريلز في دراستنا منصة قصيرة لمشاركة الفيديو مع الموسيقى والتأثيرات، ولا تتجاوز مدته أكثر من ثلاث دقائق، ويأخذ مواضيع مختلفة كمواضيع التعليمية، تثقيفية، رياضية، دينية وغيرها.

المبحث الثاني: إجراءات المنهجية لدراسة

المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهج الدراسة.

أ/نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين. حيث يغلب على الدراسة صفة التحرير فإن الدراسة الوصفية تقوم على وصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها وتبويبها وتفسير تلك البيانات واستخلاص التعميمات والاستنتاجات واعتمادنا على الدراسة الوصفية لأنها تتميز بالخصائص التالية:

-تبحث عن العلاقة بين أشياء مختلفة في طبيعة لم تسبق دراستها من قبل فيتخير الباحث المعلومات التي تخدم بدراسته لتحليل العلاقة بينها.

-استخدام الطريقة المنطقية الاستقرائية والاستنتاجية للوصول إلى القاعدة العامة .

-وصف النماذج المختلفة و الإجراءات بصورة دقيقة كاملة بقدر المستطاع بحيث تكون

مفيدة للباحث فيما بعد.¹

¹ قاسمي هناء وآخرين: استخدامات الفيديو في البيئة الإعلامية الرقمية مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة 8ماي

1945، قالمه كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية 2016، ص 92

² موقع تجارنتا، 03/04/2023، tijaratuna.com

ب/ منهج البحث:

المنهج هو الطريق أو الأسلوب الذي يعتمد عليه الباحث للوصول الى نتائجه.² وكذلك يعرف هويتي أن المنهج يرتبط بالعمليات العقلية نفسها، اللازمة لحل مشكلة من المشاكل.³ ويعرف كذلك المعجم الفلسفي تعريفاً للمنهج بأنه وسيلة محددة توصل الى غاية معينة.⁴

المنهج الوصفي:

يلجأ الباحث الى استخدام هذا الأسلوب حين يكون على علم بأبعاد أو جوانب الظاهرة التي يريد دراستها نظراً لتوفر المعرفة عليها من خلال بحوث استطلاعية أو وصفية عن هذه الظاهرة.

يعرف المنهج الوصفي على أنه رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات من اجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى و المضمون والوصول الى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطور.⁵

ويعرف أيضاً: هو وصف الظاهرة التي يريد دراستها وجمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها و المنهج الوصفي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً.⁶

المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات.

¹ محمود حسن إسماعيل: مناهج البحث الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص69

² محمد جاسم العبيدي و آخرون: طرق البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار دبيونو، عمان، 2010، ص16.

³ أمين محمد سلام المناسية: قواعد البحث العلمي و مناهجه، دون ط، دار المكتبة الوطنية، عمان، 1995، ص44.

⁴ عبود عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، طبعة الأولى، دار المنير، دمشق، 2002، ص1.

⁵ ربحي مصطفى عليان وآخرون: مناهج وأساليب البحث العلمي، تطبيقاته في التخطيط والإدارة، دار

الصفاء، عمان، 2008، ص44.

⁶ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، دار المطبوعات الجامعية، بن

عكنون، ط6، 2011، ص 138.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تعد عملية جمع البيانات العامل الأساسي للإثراء البحث بمختلف المعلومات والحقائق التي يغفل عنها الباحث، وأكثر من هذا، قد تحدد الجمال الذي يجري فيه البحث، فأدوات جمع البيانات لا تخرج عن هذه القاعدة في البحوث الاجتماعية، لارتباطها الوثيق بخصائص الظواهر الاجتماعية،¹ وتعتمد هذه الدراسة على أداة الملاحظة و الاستبيان. وتعرف الملاحظة بأنها توجيه الحواس لمشاهدة ومراقبة سلوك معين أو ظاهرة معينة وتسجيل جوانب ذلك السلوك أو خصائصه. وتعرف كذلك بأنها توجيه الحواس والانتباه الى دائرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صفاتها أخصائص بهدف الوصول الى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر.²

تعريف الاستبيان:

يعرف الاستبيان بمفهومه العام هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل الى عدد كبير من أفراد المجتمع الذي يكونون العينة الخاصة بالبحث.³ وكذلك يعرف بأنه مجموعة من الأسئلة ترسل للمبحوثين بطريقة البريد أو تسليم باليد.¹

¹ ذهيبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2005، 145.

² عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 138.

³ د. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي للإعداد الرسائل الجامعية، طبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان

، 2000. 165

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وكما يعرفه "زياد علي الجرجاوي" انه أداة لجمع البيانات من أفراد أو جماعات كبيرة الحجم ذات كثافة سكانية عالية وعن طريق عمل استمارة تضم مجموعة من الأسئلة أو العبارات بغية الوصول الى معلومات كيفية أو كمية وقد تستخدم بمفردها أو مع غيرها أدوات البحث العلمي الأخرى وذلك للكشف عن الجوانب التي يحددها الباحث.²

المطلب الثالث: صدق وثبات أدوات جمع البيانات

اعددنا الاستمارة الخاصة بهذا الموضوع المكونة من مجموعة من الأسئلة، من اجل فحص صدق الأداة استخدمنا نوعين من الصدق وهما:

أ/ **صدق المحكمين:** تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين بلغ عددهم ثلاثة محكمين من ذوي الاختصاص في قسم الإعلام والاتصال بالكلية، المبيينين في الأخير كما في الملحق رقم واحد.

وانطلاقاً من ملاحظاتهم وتوجيهاتهم تم إعادة ضبط بعض الأسئلة وإجراء التعديلات المناسبة للوصول للاستمارة النهائية.

ب/ **الصدق الظاهري:** بتوزيع الاستبيان على المبحوثين الذين أجابوا عليها حيث كانت الأسئلة والفقرات واضحة بالنسبة لهم.

المطلب الرابع: مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث:

Population Study هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث، إذا هي كل الأفراد أو المشاهدات موضوع البحث أو الدراسة.³

عينة الدراسة:

¹د.محي محمد مسعد، كيفية كتابة الأبحاث والأعداد و المحاضرات، طبعة الثانية، مكتب العربي 2000، 38.

²د. زياد بن علي بن محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح بفلسطين، غزة، 2016، 109.

³د. نادية سعيد عيشور، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر، حي فلالي عمارة، 2017، 226.

العينة هي جزء من مجتمع البحث الأصلي بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الأصلي وتحقيق أغراض البحث وتغني الباحث من مشتقات دراسة المجتمع الأصلي.¹

العينة القصدية:

تعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة مثل العينة النمطية أو العمدية وهي أسماء تشير كلها الى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لامجال لها للصدفة بل يقوم هو شخصياً بإنتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها مما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيل صحيحاً وبالتالي لايجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.² وكذلك تعرف العينة القصدية: هي التي يتعمد الباحث فيها أن تتكون من وحدات معينة اعتقاداً منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيله للمجتمع وهذه تعطى نتائج أقرب ماتكون الى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث بمسح المجتمع كله.³

المطلب الخامس: مجالات الدراسة.

المجال الموضوعي:

تمثل متغيرات الدراسة في المتغير التابع الذي هو مقاطع الفيديو القصيرة والمتغير المستقل المتمثل في عادات وأنماط استخدام الطلبة.

المجال البشري:

يتمثل في طلبة جامعة ورقلة الذين يتابعون مقاطع الفيديو القصيرة "ريلز" بجامعة ورقلة من كلا الجنسين، وفئات عمرية متباينة وتخصصات مختلفة.

¹سارة بسباس، استخدام الطلبة الجامعيين للكتاب الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة البويرة،

²أحمد مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2003، 280-382.

³د. فطمة عوض صابر، وآخرون، أسس ومبادئ البحث العلمي، طبعة الأولى، مكتبة الإشعاع الفنية، بحري، 2002،

المجال الزمني:

زمن إجراء هو الموسم الجامعي 2023/2022 من شهر جانفي الى غاية جوان 2023.

المجال المكاني:

يتمثل المجال المكاني في البيئة التي يقوم الباحث بتحديدھا، والمجتمع المراد دراسته وعلى هذا الأساس اخترنا جامعة قاصدي مرياح ورقلة.

المبحث الثالث: المدخل النظري.

المطلب الأول: البناء النظري.

نظرية الاستخدامات والاشباعات: تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات من النظريات الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام، حيث تعتبر الحاجات و الدوافع من العوامل المحركة للاتصال.

مفهوم النظرية:

هي عبارة عن محاولة للنظر الى العلاقة بين وسائل الإعلام و الجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه حيث إن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقھا، بل إن

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام.¹

أهداف النظرية:

- محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض، و الإشباعات.
- تحديد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
- معرفة دور العوامل الوسيطة وتأثيرها في الاستخدامات والإشباعات.²

فروض النظرية:

- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية و عوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذي يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم.
- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد احتياجاتهم و دوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات.

¹ فطوم لطرش، استخدامات الطلبة للمواقع الالكترونية الرسمي للجامعة و الإشباعات المحققة منه، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة بسكرة، 2014، 75.

² بركبية أحلام سعدودي نسيمة، دور الفيديوهات مواقع التواصل الاجتماعي في تنامي ظاهرة الهجرة الغير شرعية جامعة قاصدي مرباح ورقلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، 2022/2021، ص 15.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.¹

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات:

وجه الباحثون مجموعة من الانتقادات لنظرية الاستخدامات و الإشباعات من

أبرزها:

- أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشي من المرونة، مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.

- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية نفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر ولتحقيق تلك الحوادث تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.

- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعدد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضاً استخدامات غير هادفة.

- تنظر البحوث التي نستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر.²

المطلب الثاني: الدراسات السابقة

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة حجر أساس البحث العلمي الذي لا ينطلق من العدم، وإنما هو تكملة لبحوث سابقة، وعليه فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من الدراسات السابقة التي تخدم موضوعنا في عدد من النقاط والإجراءات المنهجية.

¹ عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامي، 1433هـ، ص9.

² د، محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، دار العالمية لنشر والتوزيع، 2003، ص252.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- الدراسة الأولى: سمية مقنع- وهيبية بوعرعار، تحت عنوان تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وأثاره على انحراف القيم (الموضة) نموذجاً، في إطار نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2019/2018.
- ولقد انطلق الباحثين من التساؤل الرئيسي كيف يؤثر تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب على انحراف القيم (الموضة) نموذجاً؟ من خلال طرح عدد من التساؤلات الفرعية:
- _ ماهي عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب؟
 - _ ماالدافع لتعرض الشباب الجامعي لعروض الموضة عبراليوتيوب؟
 - _ فيما تتمثل الإشباعات المحققة من تعرض الشباب الجامعي لفيدويوهات الموضة عبر اليوتيوب؟
 - _ ماهي انعكاسات تعرض الشباب الجامعي لبرامج اليوتيوب على القيم المتعلقة بالموضة؟
 - _ وللإجابة عن هذه التساؤلات طبق الباحثين المنهج الوصفي التحليلي بإتباع طريقة علمية منظمة وهو أكثر المناهج ملائمة لاستكشاف ظاهرة ما أو مجموعة ظواهر وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع البيانات والمعلومات المحققة لذلك، كما استعانا بأدوات الدراسة الملاحظة والاستبيان.
- واعتمدت الباحثين على العينة القصدية وعليه قدر حجم عينة دراستهم ب 60 مفردة من الشباب الجامعي المتعرض لليوتيوب من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لجميع المستويات (ليسانس- ماستر) المسجلين لسنة الجامعية 2019/2018، لتتوصل الباحثين في الأخير على نتائج أهمها:
- _ تظهر نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين أفراد العينة كان سنهم يتراوح ما بين (22-25) بنسبة 54.9% .
 - _ كما تبين لنا النتائج طغيان عنصر الإناث في عينة الدراسة حيث بلغت نسبة 54.9% من الطلبة المبحوثين في مقابل نسبة الذكور التي قدرت ب 45.1%.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تناولت هذه الدراسة تعرض الشباب الجامعي لليوتيوب وأثاره على انحراف القيم بينما تناولت دراستنا عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة "ريلز" وهنا يكمن

على عادات وأنماط تعرض الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة "ريلز" كموضوع جديد.

الدراسة الثانية: بلعربي أمال، تحت عنوان تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين دراسة ميدانية بقسم علوم الإعلام والاتصال، في إطار نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع الموسومة جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم سنة 2018/2017.

-ولقد انطلقت الباحثة من التساؤل الرئيسي: إلى أي مدى يؤثر استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين؟ ومن خلال طرح عدد من التساؤلات الفرعية:

1- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب؟

2- ماهي دوافع الطلبة الجامعيين وراء مشاهدة اليوتيوب؟

3- فيما تتمثل الإشباعات التي يحققها الطلبة الجامعيين وراء استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب؟

-وللإجابة عن هذه التساؤلات طبقت الباحثة المنهج المسحي الذي يقوم بدراسة الطلبة المستخدمين لليوتيوب للتعرف على مدى استخدامهم لهذا الموقع الاجتماعي و الأسباب التي تدفعهم إلى الاشتراك في موقع اليوتيوب وكذا للتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر الموقع. كما استعانة بأدوات الدراسة و اعتمدت على أداة الاستبيان كأداة أساسية في هذه الدراسة لكونها الأكثر استخداما في العلوم الاجتماعية لما توفره من سهولة في جمع المعلومات حول الواقع.

واعتمدت الباحثة على العينة القصدية الذي يتم اختيارها عن عمد بما يتناسب مع تحقيق هدف بحث معين، وبالتالي العينة هي طلبة سنة أولى والسنة الثانية ماستر بجميع

تخصصاتها الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب"

لتنحصر الباحثة في الأخير على نتائج أهمها:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- أثبتت الدراسة بأن الطلاب الجامعيين يتابعون اليوتيوب بصفة منتظمة تمثلت نسبتهم 71.66% ويعود إلى اهتمام الطلبة بهذا الموقع وما يشبهه من برامج.
- بينت نتائج الدراسة بأن الحاجات الشخصية و الترفيهية هي التي يرغب الطالب بإشباع نفسه منها بدرجة كبيرة حيث أتت بنسبة 44.16% وأن نسبة الإناث هم من يرغبون أكثر بإشباع أنفسهم من حاجات شخصية وترفيهية بنسبة قدرت 46.66% مقارنة بالذكور نسبة 26.66% .
- كشفت الدراسة أن هناك 55% من أفراد العينة الذين يتفاعلون أحيانا مع محتوى برامج اليوتيوب خارج فضاء الانترنت.

تعقيب:

- تناولت هذه الدراسة تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين حيث اتفقت الدراسة كذلك في تساؤلات الدراسة وحيث يكمن الاختلاف في المتغير المستقل ويتفق معه في العينة وهي العينة القصدية.
- الدراسة الثالثة:** قاسمي هناء - دوالي ياسمين، تحت عنوان استخدامات الفيديو في البيئة الإعلامية الرقمية، في إطار نيل شهادة الماستر تخصص تكنولوجيا المعلومات و الاتصال والمجتمع، جامعة 8ماي 1945 قالمة سنة 2016/2015.
- ولقد انطلق الباحثين من التساؤل الرئيسي: كيف يتم توظيف تطبيقات الفيديو في البيئة الإعلامية الرقمية؟ ومن خلال طرح عدد من التساؤلات الفرعية:
- 1- كيف يوظف الفيديو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 2- ماهي التطبيقات الإعلامية الحديثة للفيديو في البيئة الإعلامية الرقمية؟
 - 3- كيف يتم استخدام تطبيقات الفيديو من خلال الواقع الافتراضي و الواقع المعزز في الإعلام الرقمي؟
 - 4- كيف توظف شبكة الجزيرة الفيديو عبر المنصات الرقمية؟
- وللإجابة عن هذه التساؤلات طبق الباحثين المنهج دراسة الحالة ويتمكن الباحث من خلالها دراسة ظواهر معاصرة في إطارها أو بيئتها الطبيعية، ورسم الحدود الفاصلة بين

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الظاهرة المراد دراستها من ناحية والبيئة التي توجد فيها الظاهرة محل الدراسة من ناحية أخرى.

كما استعانا بأدوات الدراسة الملاحظة والتحليل السينمائي للفيديو.

واعتمد الباحثين على العينة هي شبكة الجزيرة المتواجدة في البيئة الإعلامية الرقمية التي تعتبر من أهم المنصات الإخبارية في العالم العربي .

ليتحصل الباحثين في الأخير على نتائج أهمها:

ان هذا الموقع كانت له الزيادة في الالتحاق بأهم التحديثات من خلال تصميمه الجذاب والمبدع والمنظم.

يعتبر نموذجا عربيا رائدا في استغلال تطبيقات الفيديو في نقل القصص الخبرية وحتى المواد الإعلامية بمختلف تنوعها بطرق جديدة وذكية .

المحتوى الإعلامي الذي تقدمه AJ+ يبتعد عن التغطية النمطية للأحداث باستخدام قوالب جديدة بإيقاع سريع تلقى رواجاً لدى فئة واسعة من الشباب وذلك من خلال نسب

المشاهدة تفاعلية من خلال التعليقات ومشاركة الفيديو.

تناولت هذه الدراسة استخدامات الفيديو في البيئة الإعلامية الرقمية بينما تناولت دراستنا

عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصير "ريلز" وهنا يمكن الاتفاق في المتغير المستقل وهو الاستخدام للفيديو اختلف في عينة الدراسة القصصية دراسة شبكة

الجزيرة المتواجدة في البيئة الإعلامية بينما دراستنا كانت العينة القصصية الطلبة الجامعيين لقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة قاصدي مرياح ورقلة.

الدراسة الرابعة: بارش أشرف الدين، لعور صابر، تحت عنوان استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب و الإشباع المحققة منه، في إطار نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام

والإتصال تخصص صحافة وإعلام الكتروني، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، سنة 2016/2015.

ولقد انطلق الباحثين من التساؤل الرئيسي: ماهي استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع

اليوتيوب وماهي الإشباع المحققة من ذلك؟ من خلال طرح عدد من التساؤلات

الفرعية:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب؟

2- ماهي دوافع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب؟

3- ماهي الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام؟

-وللإجابة عن هذه التساؤلات طبق الباحثين منهج المسح بالعينة باعتباره أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك.

ومن خلال جمع البيانات الملاحظة والاستمارة، كما اعتمدت الدراسة على العينة العمدية والتي يتم انتقاء أفرادها بشكل عمدي من قبل الباحث نظراً لتوفر خصائص معينة في هذه العينة دون غيرها من العينات أو دون أن يكون هناك أية قيود. ليتحصل الباحثين على نتائج أهمها.

-أن عدد الطلبة مابعد التدرج قليل جداً مقارنة بعدد طلبة التدرج بالنسبة 18% لمستوى التدرج نسبة 82%

-الطلبة الجامعيين في جامعة العربي بن المهدي يستخدمون اليوتيوب بشكل دائم حيث يتصفح الطلبة الموقع بنسبة 43% بشكل يومي و أن الفترة المسائية هي أكثر الفترات تصفح للموقع.

-أن أغلبية الطلاب أكدوا في مجملهم أن المضامين الاجتماعية هي الأولى في استخدامها للمواقع وتوجههم له ثم المضامين العلمية ثم المضامين العلمية ثم المضامين النفسية والرياضية ثم الترفيهية و مضامين أخرى.

-جاءت الإشباعات من حيث الشعور النفسي أثناء استخدام الطالب لليوتيوب أن المتعة هي أول الأشياء التي يحصدها نفسياً بنسبة 65% وباقي الرغبات النفسية بعيدة كل البعد عن حاجاتهم.

التعليق:

تناولت هذه الدراسة استخدام الطلبة الجامعيين لليوتيوب و الإشباعات المحققة منه بينما تناولت دراستنا عادات وأنماط استخدام الطلبة لمقاطع الفيديو القصيرة ريلز حيث اتفقت

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير التابع وهي الإشباعات المحققة منه والاتفاق في التساؤلات الفرعية مع دراستنا و الاختلاف يمكن في المنهج.

الفصل الثاني

الإطار الميداني

المطلب الأول: تعريف الميدان الدراسة

المطلب الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية

المطلب الثالث: عرض والتحليل والتفسير النتائج

المطلب الرابع: الاستنتاجات الدراسة

تعريف ميدان الدراسة:

هو عبارة عن دراسة على عينة قدرت ب 51 مفردة من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة حيث تشمل كل من طلبة سنة الثانية ليسانس إعلام واتصال أكثر من 300 طالب وسنة الثالثة ليسانس إعلام واتصال أكثر 300 طالب، وسنة أولى ماستر اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة وزائد سمعي بصري أكثر من 350 طالب وسنة الثانية ماستر اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة أكثر من 350 طالب.

إجراءات الدراسة الميدانية:

سنحاول من خلال هذا الفصل الإطار الميداني لدراسة الذي سنتناول فيه نتائج الاستبيان ومناقشتها إلى تحصيل أهم النتائج المتوصل إليها لفهم دراستنا بشكل معمق وإعطاء أبعاد واضحة بشكل جديد وإضافة علمية جديدة كما سنعتمد في هذا الفصل على محاور الاستمارة وتحليلها عن طريق رسم جداول ودوائر نسبية وتصميم على برنامج SPSS وقد تمثلت محاور الاستمارة بما يلي: محور حول البيانات الشخصية ، ومحور حول عادات وأنماط استخدام الطلبة لمقاطع الفيديوهات القصيرة الريلز، ومحور حول دوافع استخدام الطلبة لمقاطع الفيديوهات القصيرة ريلز، ومحور حول الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعين لمقاطع الفيديو القصيرة ريلز. وقد كانت صياغة نهائية للأسئلة الاستبيان تمت عبر مراحل نذكر منها:

1- إعداد المسودة

2-مراجعتها أستاذ المشرف

3-تقديم الاستبيان الى الأساتذة المحكمين

*أستاذ قانة مسعود(أستاذ مساعد أ)

*الأستاذة بايوسف مسعودة (أستاذة محاضر ب)

*الأستاذة عساسي أمال (أستاذة محاضر ب)

4-الصياغة النهائية لوثيقة الاستبيان

5-توزيعها على أفراد العينة

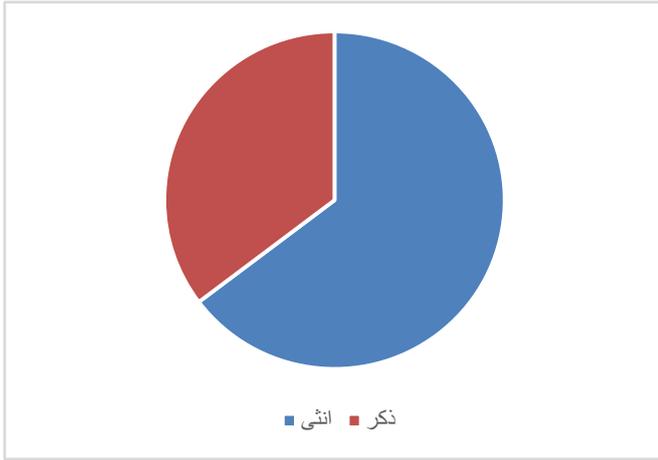
6-استرجاع الاستبانات:حيث تم استرجاعها كلها(51 استبانة)

7-تفريغ البيانات الأداة في نظام spss

عرض وتحليل وتفسير النتائج:

البيانات الشخصية

الجدول رقم (1): جدول يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس



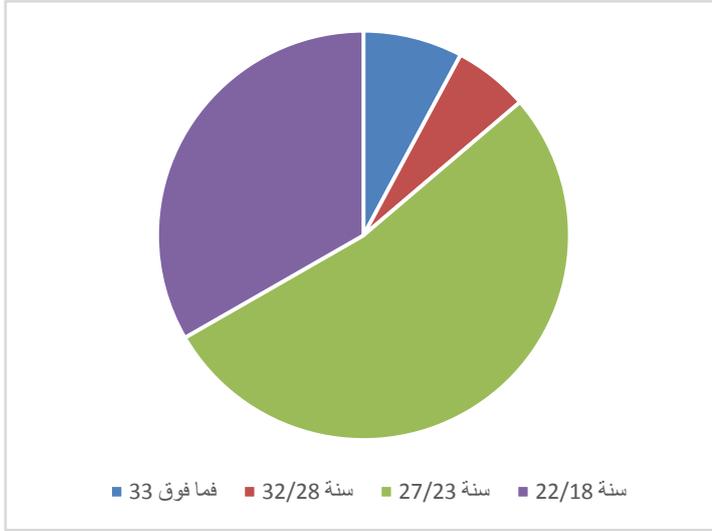
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	18	35.3%
أنثى	33	64.7%
المجموع	51	100%

الشكل رقم (1) دائرة نسبية تمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

يبين جدول رقم 1 توزيع العينة حسب متغير الجنس ونلاحظ من خلالها توفيق نسبة الإناث على الذكور حيث نسبة الإناث 64.7% وبلغت نسبة الذكور 35.3% .

وتنسب هذه النتيجة الى طريقة توزيع الاستبيان على الصدفة.

الجدول رقم(2): جدول يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



الشكل رقم:2 يمثل دائرة نسبية للسن

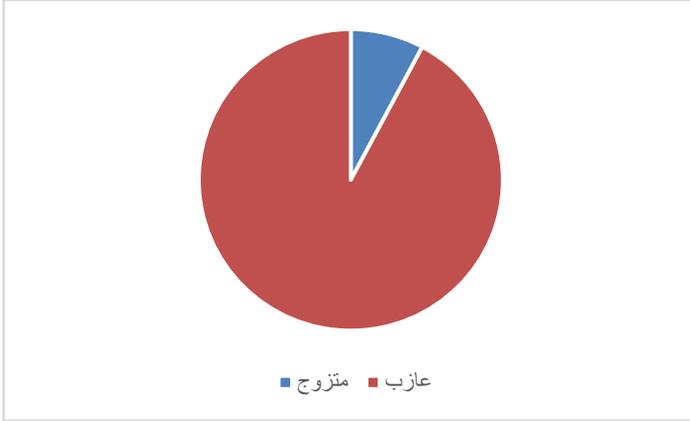
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
22/18 سنة	17	33.3%
27/23 سنة	27	52.9%
32/28 سنة	3	5.9%
33 فما فوق	4	7.8%
المجموع	51	100%

يبين جدول رقم 2 توزيع العينة حسب متغير السن ويلاحظ من خلاله ان نسبة الأكثر هي

27/23 قدرت ب 52.9%وبعدها 22/18 قدرت ب 33.3% وتليها 33 فما فوق قدرت ب 7.8% وفي الاخير 32/28 قدرت ب 5.9%.

وتعتبر هذه النتائج منطقية لأن الفئة العمرية التي تصدرت المركز الأول هي السن الطبيعي العادي للشباب في مرحلة الدراسات الجامعية.

الجدول رقم (3): جدول يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

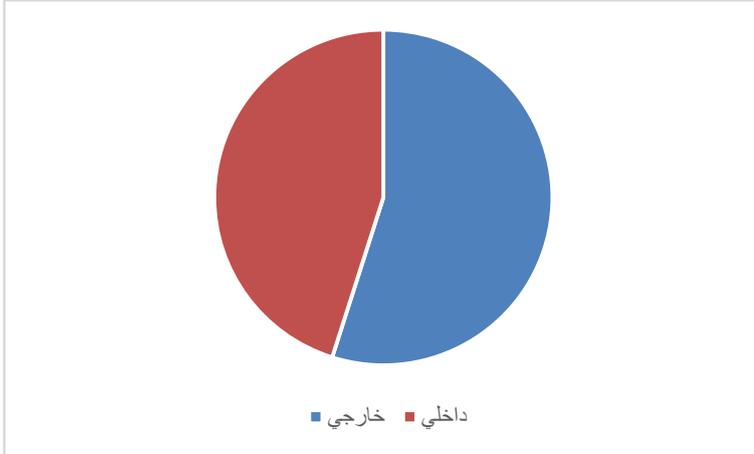


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
عازب	47	92.2%
متزوج	4	7.8%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 3 يمثل دائرة نسبية للحالة الاجتماعية.

يبين الجدول رقم 3 توزيع مفردات العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية حيث نلاحظ من خلاله ان الطلبة العزاب هي الأكثر التي قدرت ب نسبة 92.2% وتبقى نسبة 7.8% من الطلبة المتزوجين وهنا نستنتج أن الطلبة العزاب لديهم الوقت الكافي لمشاهدة الفيديوهات القصيرة وتصفح على الفيسبوك.

الجدول رقم (4) جدول يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة.

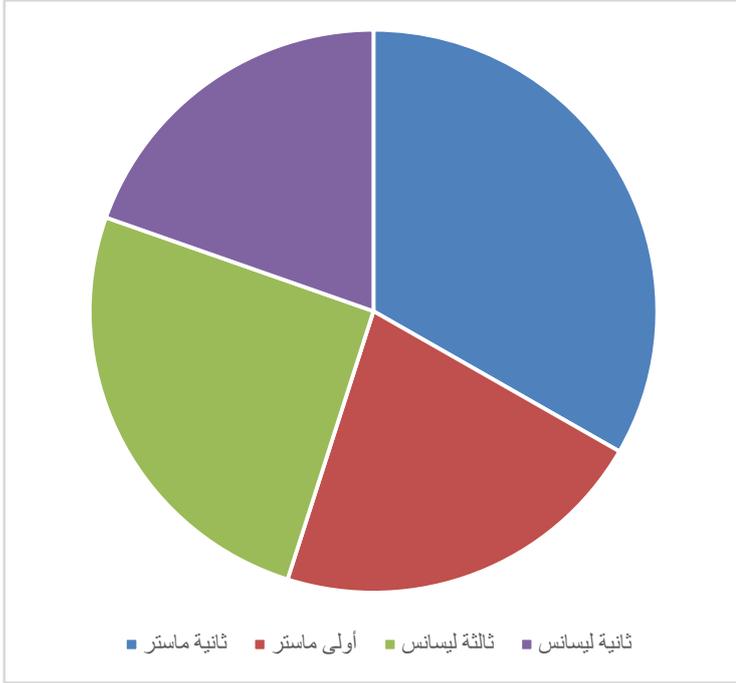


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
داخلي	23	45.1%
خارجي	28	54.9%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 4 يمثل دائرة نسبية لمتغير الإقامة

يبين الجدول رقم 4 توزيع مفردات العينة حسب متغير الإقامة وما يلاحظ من خلاله ان النسبة الأكبر قدرت ب 54.9% طلبة خارجيين وبعدها نسبة 45.1% طلبة داخليين نفسر هذه النتائج ان الطلبة الخارجيين أكثر استخداما للفيديوهات القصيرة وذلك لتوفر متطلبات تكنولوجيا الحديثة في المنزل، في حين صعوبة الاتصال المباشر و التواصل لطلبة الداخليين.

الجدول رقم (5) جدول يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ثانية ليسانس	10	19.6%
ثالثة ليسانس	13	25.5%
أولى ماستر	11	21.6%
ثانية ماستر	17	33.3%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 5 يمثل دائرة نسبية للمستوى الدراسي

يبين الجدول رقم 5 توزيع العينة حسب متغير

المستوى الدراسي نجد أن النسبة الكبير لدى ثانية ماستر قدرت ب 33.3% وبعدها

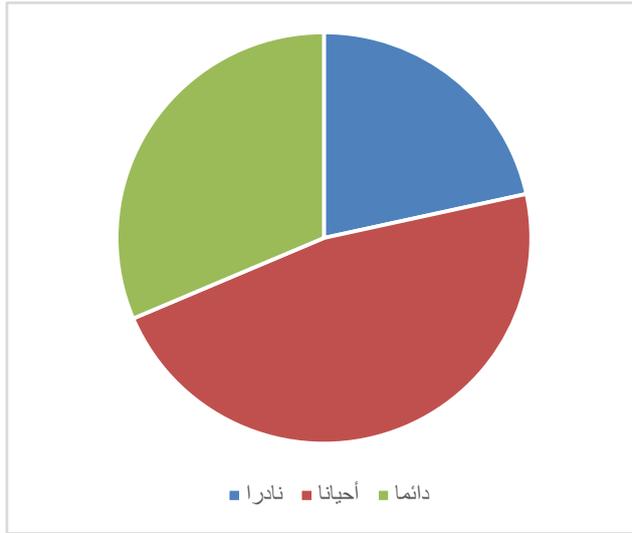
ثالثة ليسانس 25.5% وتليها أولى ماستر بنسبة 21.6% وفي الأخير ثانية ليسانس

بنسبة 19.6%

وتنسب هذه النتائج إلى طريقة توزيع الاستبيان وتوقيتته كان بصدفة

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة ريلز على موقع الفايسبوك.

الجدول رقم (6) جدول يبيّن متابعة الفيديوهات القصيرة ريلز.



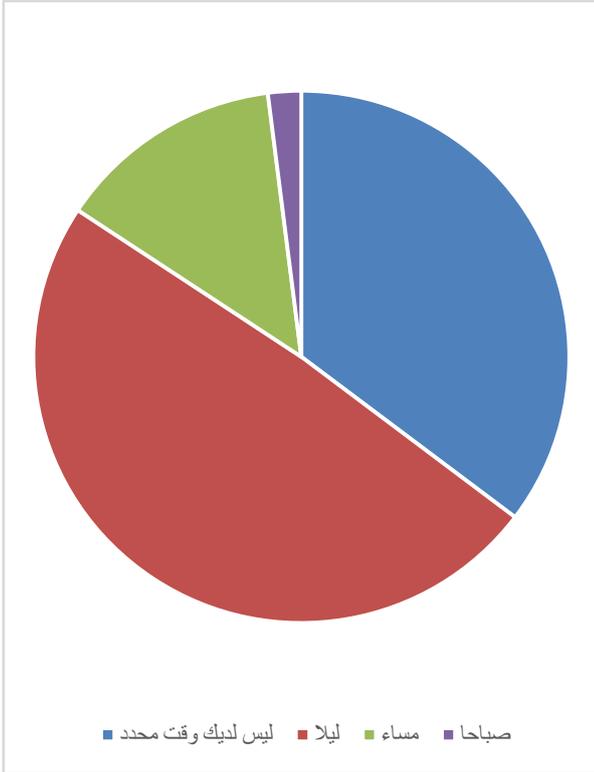
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	16	31.45%
أحيانا	24	47.1%
نادرا	11	21.6%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 6 دائرة نسبية تبين متابعة الفيديوهات القصيرة ريلز.

يبين الجدول رقم 6 متابعة الفيديوهات القصيرة ريلز حيث كانت الفئة التي تتابع أحيانا أكثر نسبة وقدرت ب 47.1% وتليها فئة دائما وتقدر بنسبة 31.45%

في حين كانت فئة الأقل متابعة نادرا تقدر بنسبة 21.6% وهذا يدل على أن مقاطع الفيديوهات القصيرة ريلز جديدة على موقع الفايسبوك من خلال متابعة الطلبة لها.

الجدول رقم (7): جدول يبين فترات مشاهدة الطلبة لمقاطع الريلز.



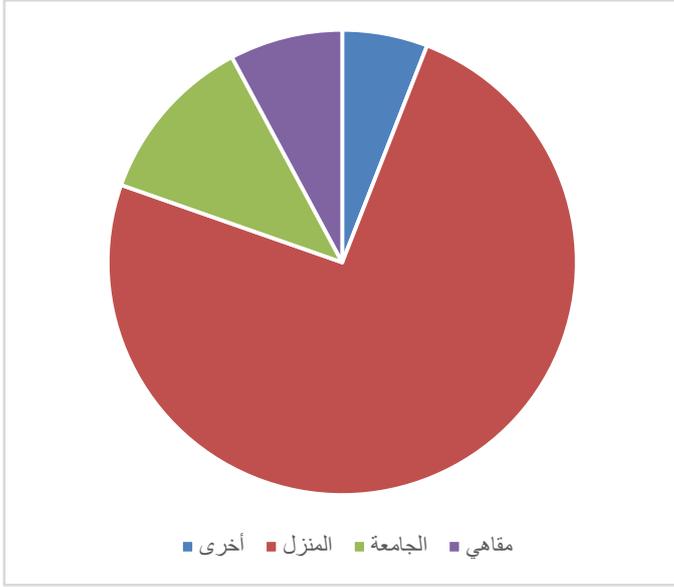
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	1	%2
مساء	7	%13.7
ليلا	25	%49
ليس لديك وقت محدد	18	%35.3
المجموع	51	%100

الشكل رقم 7 دائرة نسبية تمثل فترات متابعة مقاطع الريلز.

يبين الجدول رقم 7 أن النسبة الأكبر هي مشاهدة مقاطع الريلز ليلا التي قدرت ب نسبة 49% في حين الذين يشاهدون في أوقات غير محدودة قدرت النسبة ب 35.3% أما الذين يشاهدون في الفترة المسائية تقدر بنسبة 13.7% وفي الأخير قدرت نسبة المشاهدة في الصباح ب 2%.

ومن خلال هذا يتضح لنا أن العدد الأكبر من مفردات العينة يشاهدون مقاطع الريلز ليلا وهذا راجع إلى طبيعة أفراد العينة بأنهم طلبة جامعيين حيث يكون أغلبيتهم منشغلون بمتابعة دروسهم ومحاضراتهم في الصباح والمساء وبذلك يشاهدون مقاطع الريلز في الليل. وهناك من يشاهد مقاطع الريلز في أوقات غير محدودة عندما يكون في وقت فراغ. أما في الصباح والمساء فالنسب متقاربة وبنسب قليلة.

الجدول رقم(8): جدول يبين الأماكن التي يشاهد فيها الطلبة مقاطع الريلز.

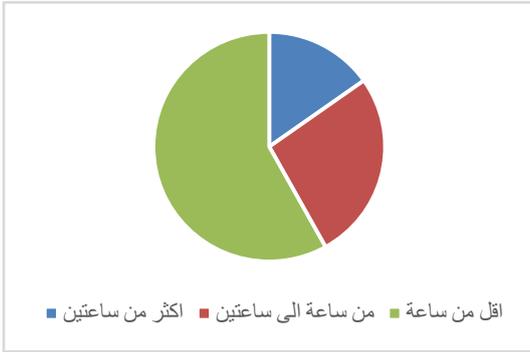


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
مقاهي	4	7.8%
الجامعة	6	11.8%
المنزل	38	74.5%
أخرى	3	5.9%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 8 دائرة نسبية توضح أماكن مشاهدة مقاطع الريلز

يبين الجدول رقم 8 أماكن مشاهدة مقاطع الريلز إذ نجد أن عدد الطلبة الذين يشاهدون في المنزل باعتباره مكان لراحة وتمضية الوقت خاصة في الفترة الليلية، كما أن المنزل غالبا ماتكون موصول بالشبكة العنكبوتية مما يسهل للطلبة الجامعيين مشاهدة مقاطع الريلز أما الأفراد الذين يشاهدون في الجامعة أو الإقامة الجامعية فيكون منشغولون بأمر أخرى، أما المقهى فغالبية الطلبة لديهم شريحة الانترنت يقومون بمشاهدة مقاطع الريلز من خلال هاتفهم فلا داعي للذهاب لمقهى الانترنت.

الجدول رقم (9) جدول يبين الحجم الساعي لمشاهدة مقاطع الريلز



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	29	56.9%
من ساعة إلى ساعتين	14	27.5%
أكثر من ساعتين	8	15.7%
المجموع	51	100%

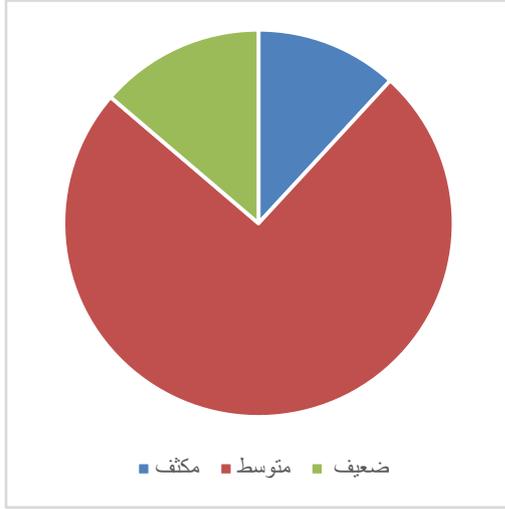
الشكل رقم 9 دائرة نسبية تمثل الحجم الساعي لمشاهدة مقاطع الريلز

يبين الجدول رقم 9 أن وقت مشاهدة الطلبة لمقاطع الفيديو ريلز بشكل غير كبير حيث أن نسبة 56.9% جاءت في حالة أقل من ساعة من المشاهدة ثم تليها نسبة

27.5% من ساعة إلى ساعتين من المشاهدة ثم نسبة 15.7% في حالة أكثر من

ساعتين ، وهذا راجع إلى أن مقاطع الفيديو ريلز جديد في موقع الفايسبوك ولم يتحصل على الحجم الأكبر من المشاهدة.

الجدول رقم (10) جدول يبين مستوى إقبال الطلبة على مقاطع الريلز



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ضعيف	7	13.7%
متوسط	38	74.5%
مكثف	6	11.8%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 10 دائرة نسبية تمثل مستوى إقبال الطلبة على مقاطع الريلز.

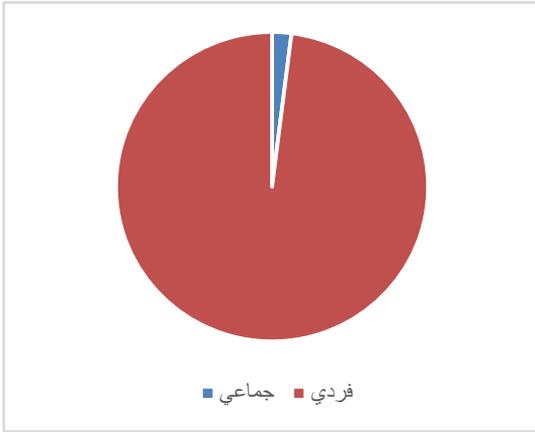
يبين جدول رقم 10 أنها بلغت نسبة متوسط لمشاهدة مقاطع الريلز بنسبة 74.4%

وتليها 13.7% و في الأخير 11.8% نسبة مكثف ومن هنا نستنتج أن مستوى إقبال

الطلبة الجامعيين على مقاطع الفيديو ريلز بصفة متوسطة وهذا يدل على أن الطلبة

لديهم اهتمامات أخرى على غرار الفيديوهات القصيرة.

الجدول رقم (11) جدول يبين المشاركة من عدمه في مشاهدة مقاطع الفيديو القصيرة ريلز



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
فردى	50	98%
جماعى	1	2%
المجموع	51	100%

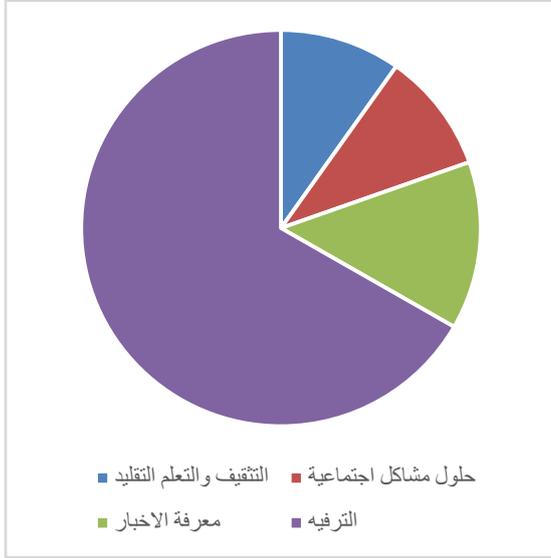
الشكل رقم 11 دائرة نسبية تمثلا لمشاركة من

عدمه في مشاهدة مقاطع الفيديو القصيرة ريلز

يبين جدول رقم 11 أن الطلبة يفضلون مشاهدة مقاطع الفيديو بشكل فردي بنسبة 98% ونسبة 2% بشكل جماعى ومن هنا نستنتج أن لكل طالب خصوصية المشاهدة والتفاعل

المحور الثاني : الدوافع المراد إشباعها عند استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة

الجدول رقم (12): يمثل دوافع استخدام الطلبة لمقاطع الفيديوهات القصيرة



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الترفيه	34	66.7%
معرفة الأخبار	7	13.7%
حلول مشاكل اجتماعية	5	9.8%
التثقيف والتعلم	5	9.8%
التقليد	5	9.8%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 12: دائرة نسبية تمثل دوافع استخدام

الطلبة لمقاطع الفيديوهات القصيرة

يبين الجدول أعلاه أنها تعددت وتنوعت الدوافع المراد إشباعها التي رغبة الطلبة

الجامعيين في تصفحها وقد خلصت نتائج الدراسة إلى أن نسبة الترفيه التي بلغت

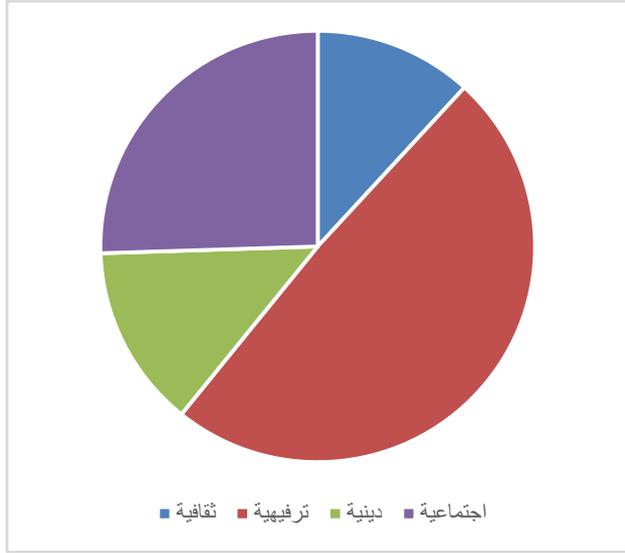
66.7% وهي أعلى مراتب وهي الأكثر تفضيلاً لدى الطلبة الجامعيين وتليها نسبة

13.7% لمعرفة الاخبار بينما تظهر نسبة حلول المشاكل الاجتماعية 9.8% والتثقيف

والتعليم بنفس النسبة وهي نسبة متساوية حيث يوضح هذا أن كل الطلبة يهتمون بجانب

الترفيه.

الجدول رقم(13): يمثل طبيعة مواضيع الفيديوهات القصيرة التي يشاهدها الطلبة

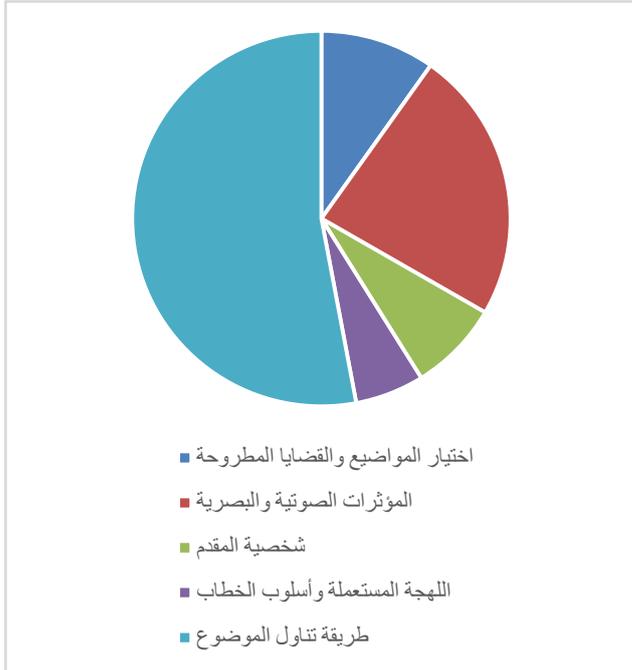


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
اجتماعية	13	25.5%
دينية	7	13.7%
ترفيهية	25	49%
ثقافية	6	11.8%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 13 دائرة نسبية تمثل طبيعة مواضيع الفيديوهات القصيرة التي يشاهدها الطلبة

يبين الجدول أعلاه أن نسبة المواضيع التي يشاهدها الطلبة المواضيع الترفيهية بنسبة 49% وهي الأعلى وهذا ما أراده الطالب الجامعي لتصفح الفيديوهات القصيرة ريلز وتليها نسبة المواضيع الاجتماعية بنسبة 25.5% أما المواضيع الدينية فتظهر بنسبة 13.7% وفي الأخير المواضيع الثقافية بنسبة 11.8% وهي النسبة الأقل في طبيعة المواضيع والفيديوهات المتناولة من قبل الطلبة.

الجدول رقم(14): يمثل طرق تفضيل مشاهدة مقاطع الفيديو

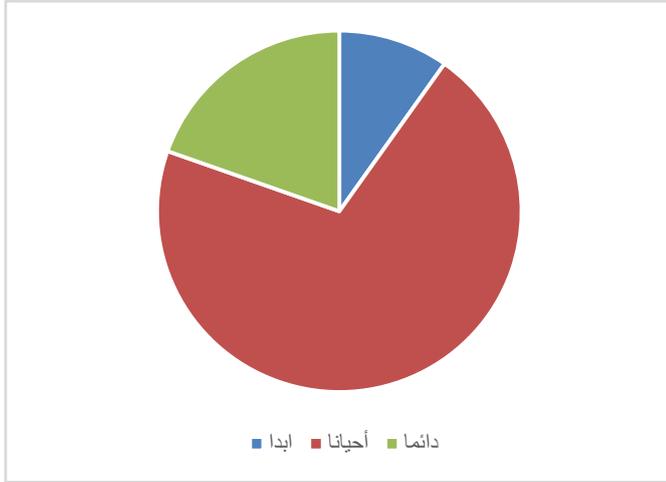


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
طريقة تناول الموضوع	27	52.9%
اللهاجة المستعملة وأسلوب الخطاب	3	5.9%
شخصية المقدم	4	7.8%
المؤثرات الصوتية والبصرية	12	23.5%
اختيار المواضيع والقضايا المطروحة	5	9.8%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 14 دائرة نسبية تمثل طرق تفضيل مشاهدة مقاطع الفيديو

يبين الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة يفضلون مشاهدة مقاطع الفيديو بطريقة تناول الموضوع وتظهر بنسبة 52.9 وتليها طريقة المؤثرات الصوتية والبصرية بنسبة 23.5 % وتظهر طريقة اختيار المواضيع والقضايا المطروحة بنسبة 9.8 % أما طريقة شخصية المقدم أحدث نسبة 7.8 % أما طريقة اللهجة المستعملة و أسلوب الخطاب بنسبة 5.8 % وعله فإن أغلبية الطلبة يشاهدون مقاطع الفيديو حسب طريقة تناول الموضوع مما يدل على أن الطالب يدرك جيدا المنهجية والأسلوب العلمي في طرح و اختيار الموضوع الجيد على غرار المواضيع الأخرى التي تقدم بطرق غير ممنهجة.

الجدول رقم (15): يمثل طبيعة تفاعل مع المقاطع التي يشاهدها الطلبة



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	10	19.6%
أحيانا	36	70.6%
أبدا	5	9.8%
المجموع	51	100%

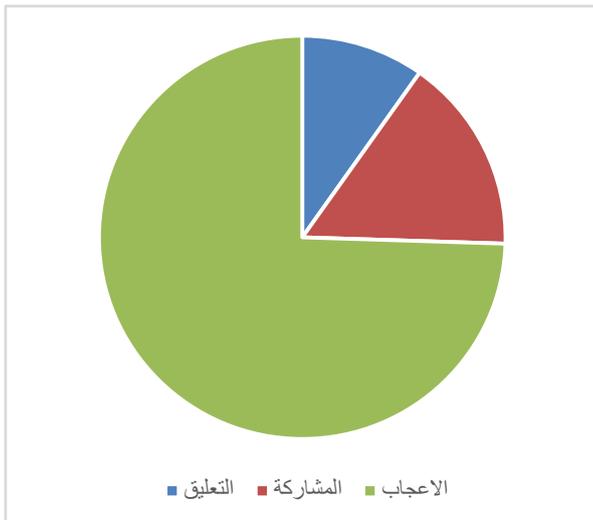
الشكل رقم 15 دائرة نسبية تمثل طبيعة تفاعل الطلبة مع مقاطع الفيديو

يبين الجدول أعلاه متابعي فيديوهات مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل معها حيث

كانت نسبة أحيانا 70.6% وتليها التفاعل بدائما بنسبة 19.6% أما التفاعل بأبدا بنسبة

9.8% وعليه نستنتج أن أغلبية الطلبة يقومون بتفاعل أحيانا وهذا يدل على أن

الفيديوهات القصيرة وسيلة إعلامية لتفاعل.



الجدول رقم (16): يمثل طرق التفاعل مع الفيديوهات

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الإعجاب	38	74.5%
المشاركة	8	15.7%
التعليق	5	9.8%
المجموع	50%	100%

الشكل رقم 16 دائرة نسبية تمثل طرق التفاعل مع الفيديوهات

يبين الجدول أعلاه طرق التفاعل مع الفيديوهات حيث يظهر التفاعل بالإعجاب بنسبة 74.5% وتليها نسبة التفاعل بمشاركة الفيديو بنسبة 15.7% والتفاعل بتعليق على الفيديو بنسبة 9.8% وهذا يدل على أن أغلبية الطلبة تعجبهم الفيديوهات و المشاركة بالإعجاب لسهولة الضغط على زر الإعجاب وهذا لا يكلف جهد ولا وقت بالإضافة إلى أن التفاعل بالإعجاب يجعل المنشور يظهر بسرعة وترتفع نسبة المشاهدة أما بنسبة لتفاعل بتعليق أخذت أقل وهذا يعود بأن الطلبة لا يميلون إلى ذلك.

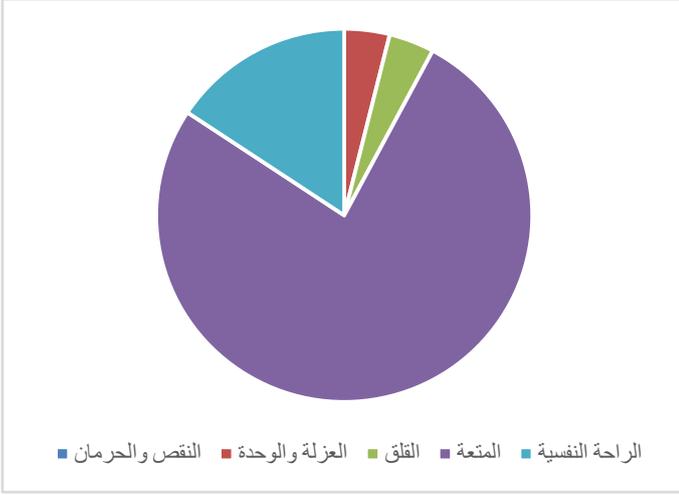
المحور الثالث: الإشباع المحققة لاستخدام الطلبة لمقاطع الفيديو القصيرة

الجدول رقم (17) جدول يبين شعور الطالب عند استخدام مقاطع الريلز

الشكل رقم 17 دائرة نسبية تمثل شعور الطالب في مشاهدة مقاطع الفيديو ريلز

يبين الجدول أعلاه مدى شعور الطالب

عند استخدامه لمقاطع الريلز حيث



يظهر شعور المتعة بنسبة 76.5% وتليها

نسبة 15.7% وهي نسبة الشعور بالراحة

وتتساوى نسبة 3.9% شعور بالقلق والعزلة

والوحدة وتتعدم النسبة في النقص والحرمان

وهنا نستنتج أن أغلبية الطلبة يستمتعون

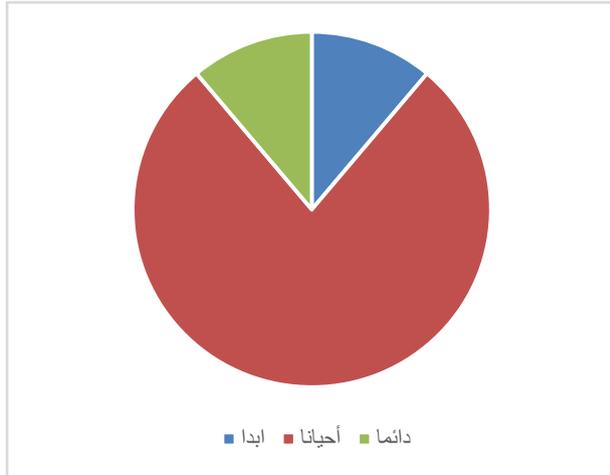
بمشاهدة الفيديوهات ويبعث لهم نوع من

الاستقرار النفسي الداخلي الجيد فهي توفر

لهم سبل المتعة والرفاهية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الراحة	8	15.7%
المتعة	39	76.5%
القلق	2	3.9%
العزلة والوحدة	2	3.9%
النقص والحرمان	0	0%
المجموع	51	100%

الجدول رقم (18) جدول يبين مدى تحقق الإشباع من مقاطع الريلز



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	6	%11.8
أحيانا	42	%82.4
أبدا	3	%5.9
المجموع	51	%100

الشكل رقم 18 دائرة نسبية تمثل مدى

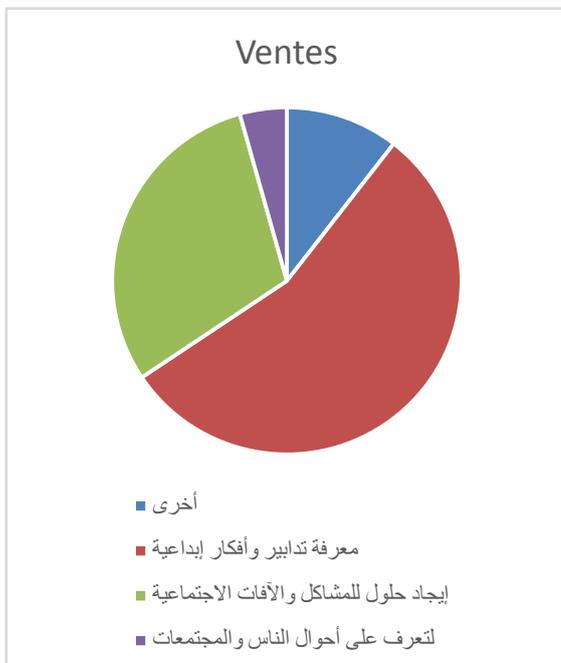
تحقق الإشباع من مقاطع الريلز

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الإشباع المحققة تكون نسبة أحيانا بنسبة %82.4 وهي

النسبة الأكبر وتليها نسبة % 11.8 في دائما وفي الأخير نسبة % 5.9 في أبدا ومن

هنا نستنتج أن أغلبية الطلبة تحقق لهم الفيديوهات القصيرة اشباعا في بعض

الأحيان.



الجدول رقم(19): جدول يبين الإشباعا

الاجتماعية المحققة لدى الطلبة عن استخدام الريلز

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
لتعرف على أحوال الناس والمجتمعات	16	31.4%
إيجاد حلول للمشاكل والآفات الاجتماعية	12	23.5%
معرفة تدابير وأفكار إبداعية	22	43.1%
أخرى	1	2%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 19 دائرة نسبية تمثل الإشباعات الاجتماعية المحققة لدى الطلبة

يبين الجدول أعلاه أن معرفة التدابير والأفكار الإبداعية بنسبة 43.1% وهي النسبة الأكبر وتليها التعرف على أحوال الناس والمجتمعات بنسبة 31.4% وتظهر نسبة إيجاد الحلول

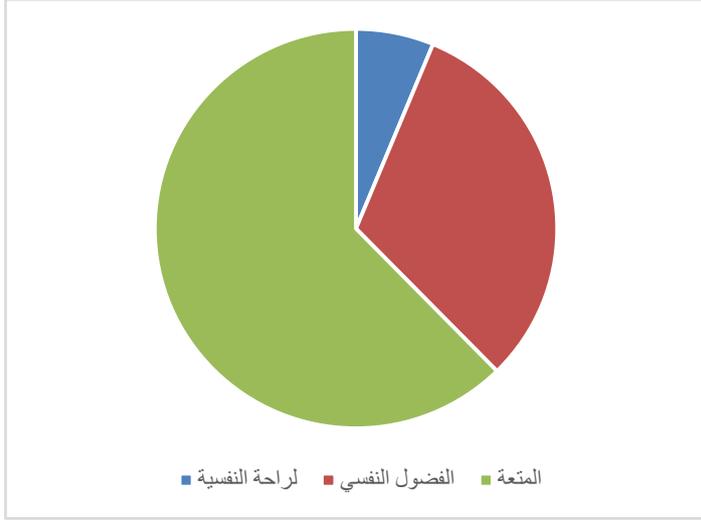
2 والمشاكل و الآفات الاجتماعية بنسبة 23.5% وفي الأخير نسبة خيارات أخرى

% ومن هنا نستنتج أن أغلبية الطلبة لديهم اشباعات اجتماعية محققة للبحث عن

الأفكار الجديدة والطرق الإبداعية للموضوع فهم يميلون إلى الابتكار وحب الاكتشاف.

الجدول رقم(20): جدول يبينالإشباعات النفسية لدى الطلبة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
المتعة	30	58.8%
الفضول النفسي	15	29.6%



الراحة النفسية	6	5.9%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 20 دائرة نسبية تمثل

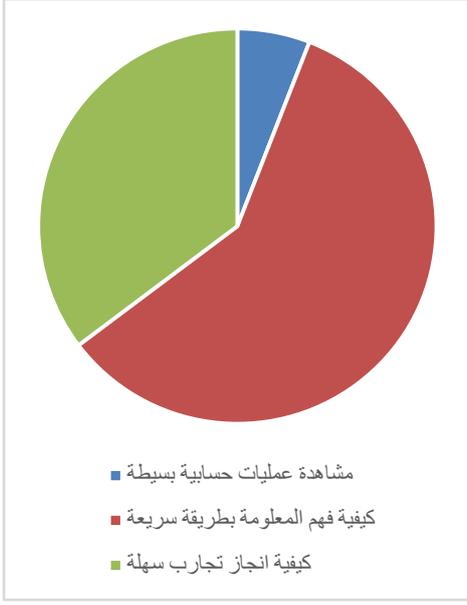
الإشباعات النفسية لدى الطلبة عند

استخدام الريلز

يبين الجدول أعلاه أن نسبة 58.8% إشباعات نفسية من ناحية المتعة وتليها نسبة الفضول النفسي بنسبة 29.6% وتليها نسبة 5.9% وهي الراحة النفسية ومن هنا نستنتج أن الإشباعات النفسية بالمتعة هي الأعلى وهذا يدل على أن الطلبة لديهم قلق داخلي يبحثون على تغيير المجاز النفسي لهم حيث يجدونها في الفيديوهات فيشبعون المتعة النفسية لديهم.

الجدول رقم (21): جدول يمثل الإشباعات العلمية المحققة لدى الطلبة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
كيفية انجاز تجارب سهلة	18	35.3%



كيفية فهم المعلومة بطريقة سريعة	30	58.8%
مشاهدة عمليات حسابية بسيطة	3	5.9%
المجموع	51	100%

الشكل رقم 21 دائرة نسبية تمثالاإشباعات العلمية المحققة لدى الطلبة

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الإشباعات العلمية المحققة لدى الطلبة وهي كيفية فهم المعلومة بطرق سريعة بنسبة 58.8% وتليها كيفية إنجاز تجارب سهلة بنسبة 35.3% وفي الأخير مشاهدة العمليات الحسابية البسيطة بنسبة 5.9% ومن هنا نستنتج أن الطلبة لديهم الميول العلمي والتكنولوجي لفهم المعلومات وتطوير المعارف العلمية.



الجدول رقم(22): الدينية المحققة لدى الطلبة عند استخدام الريلز

الخيارات	التكرار	النسبة
----------	---------	--------

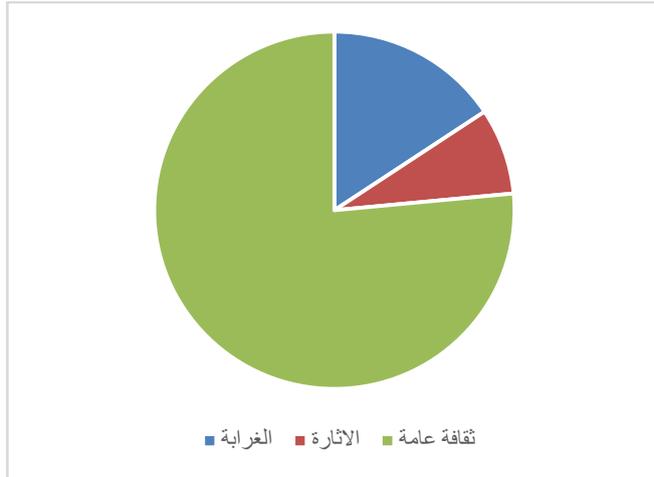
الشكل رقم 22 دائرة نسبية تمثل الإشباعات الدينية المحققة لدى الطلبة

المئوية		
51%	26	التعمق والتفقه في الدين
11.8%	6	الاطلاع على الفتاوى المختلفة
29.4%	15	الاستزادة بمعلومات دينية مختلفة
7.8%	4	فهم ومعرفة التاريخ الإسلامي والشخصيات الإسلامية
100%	51	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الإشباعات الدينية المحققة لدى الطلبة وهي التعمق والتفقه في الدين بنسبة 51% وتليها الاستزادة بالمعلومات الدينية المختلفة بنسبة 29.4% وتليها الاطلاع على الفتاوى المختلفة وفي الأخير فهم ومعرفة التاريخ الإسلامي والشخصيات الإسلامية 7.8% ومن هنا نستنتج أن الطلبة لديهم الشغف الديني لتصحيح ذاتهم والتعمق في العقيدة الإسلامية وفهم ركائز الدين الإسلامي.

الجدول رقم (23): جدول يمثل الإشباعات الثقافية والترفيهية المحققة لدى الطلبة

الخيارات	التكرار	النسبة
----------	---------	--------

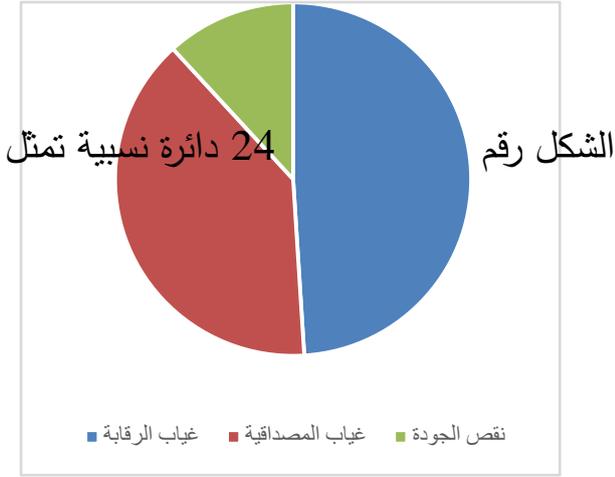


المئوية	العدد	التصنيف
76.5%	39	ثقافة عامة
15.7%	8	الغربة
7.8%	4	الإثارة
100%	51	المجموع

الشكل رقم 23 دائرة نسبية يمثل الإشباعا والترفيهية والثقافية المحققة لدى الطلبة

يبين الجدول أعلاه أن الطلبة لديهم اشباعا الثقافة العامة بنسبة 76.5% وتليها الغربة بنسبة 15.7% وتليها الإثارة بنسبة 7.8% وعليه يمكن القول أن أفراد العينة لديهم اهتمامات مختلفة متنوعة ومما يجعل متابعتهم لمحتوى إشاعاتهم الثقافية تتوافق مع رغباتهم كون العينة من الشباب يهتم بترفيه وقتل الفراغ.

الجدول رقم(24): جدول يمثل النقائص الموجودة في مقاطع الريلز



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نقص الجودة	6	%11.8
غياب المصدقية	20	%39.2
غياب الرقابة	25	49
المجموع	51	%100

النقائص الموجودة في مقاطع الريلز

يبين الجدول أعلاه أن غياب الرقابة لمقاطع الريلز من النقائص الموجودة وهي الدرجة الأعلى بنسبة 49 % وتليها غياب المصدقية بنسبة 39.2 % وتظهر نقص الجودة بدرجة أقل بنسبة 11.8 % وعليه يمكن القول أن مقاطع الريلز تتعدم إلى الرقابة من قبل المسؤولين ليجعلها ذات مصداقية ضعيفة بالإضافة إلى نقص وتيرة التطور و الجودة.

النتائج العامة للدراسة:

استهدفت هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديوهات القصيرة ريلز وبعد الدراسة الميدانية التي تم إجرائها على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة تم التوصل إلى مجموعة النتائج أهمها:

1- جاءت النتائج من حيث متغير الجنس ثلث أفراد العينة ذكور وأغلب أفراد العينة للطالبات

حيث فاق عدد الطالبات الإناث عدد طالبات الذكور.

2- تظهر نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين كان سنهم يتراوح ما بين (23-27) بنسبة نصف عينة الدراسة.

3- أكدت نتائج الدراسة أن الحالة الاجتماعية أغلبهم عزاب وجزء من عينة الدراسة متزوجين.

4- أظهرت نتائج الدراسة أن نصف الطلبة الخارجيين تفوق نسبة الداخلين.

5- يتبين من هذه الدراسة أن ثلث متغير المستوى الجامعي لطلبة ثانية ماستر وبيق جزء من العينة ثانية ليسانس.

بالنسبة للأسئلة المحور الأول المتمثل في عادات وأنماط استخدام الطلبة في مقاطع الفيديوهات القصيرة ريلز.

*فقد تبين لنا أن نصف الطلبة المبحوثين يتابعون مقاطع الفيديو أحيانا.

*ويفضل نصف الطلبة متابعته مقاطع الفيديو في الفترة الليلية.

*أن أغلب أفراد العينة يفضلون المنزل لمشاهدة هذه المقاطع عبر الفايسبوك.

* يقضي نصف الطلبة أقل من ساعة في استخدام مقاطع الفيديو القصيرة في الجلسة الواحدة.

* كما يقبل أغلبية الطلبة في مشاهدة مقاطع الفيديو بمستوى متوسط.

* يفضل أغلبية أفراد العينة مشاهدة الفيديوهات القصيرة بمفردهم.

بالنسبة للمحور الثاني المتمثل في الدوافع المراد إشباعها عند استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة.

* فقد تبينا لنا أن نصف الطلبة المبحوثين دافعهم الأول لمتابعة الفيديو هو الترفيه.

* أن ما يثير انتباههم الطلبة عند متابعة طبيعة الموضوع الترفيهية.

* حيث أن نصف الطلبة تفضل مشاهدة الفيديو حسب طريقة تناول الموضوع.

* فقد أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة يتفاعلون أحيانا مع المقاطع الذي يشاهدونها.

* كشفت الدراسة أن أغلب الطلبة يتفاعلون بطريقة الإعجاب وهذا دليل على سرعة إيصال المعلومات.

أما بالنسبة للمحور الثالث المتمثل في الإشباعات المحققة لاستخدام الطلبة لمقاطع الفيديو القصيرة.

* فقد توصلنا إلى أن أغلب المبحوثين يشعرون بالمتعة وتحقق لهم أحيانا اشباعا عند استخدامهم لمقاطع الريلز.

* أشارت نتائج الدراسة أن نصف الإشباعات الاجتماعية المحققة لمعرفة التدابير والأفكار الإبداعية.

* أما الإشباعات النفسية تفوق في المتعة عند استخدام مقاطع الريلز.

* كما أشارت الدراسة أن الإشباعات العلمية ككيفية فهم المعلومة بطريقة سريعة أكثر من نصف العينة. * حيث تظهر لنا أن نصف الإشباعات التي تحققها مقاطع الريلز دينية وهي التعمق وتفقه في الدين.

* أغلب الإشباعات التي تحققها مقاطع الريلز اشباعات الثقافة العامة مما يدل على أن الطالب يبحث عن التجديد في المعلومات وجمع الرصيد اللغوي و الفكري.

* وقد خلصت نتائج الدراسة على حسب نصف أفراد العينة أن مقاطع الريلز ينقصها غياب الرقابة.

خاتمة

خاتمة:

إن التقدم الهائل في تكنولوجيات الإعلام و الاتصال أفض إلى إنتاج وسائل جديدة وتغير العلاقات الاجتماعية حيث أصبح الطالب الجامعي لا يستطيع الاستغناء عنها.

حيث كشفت الدراسة حول عادات وأنماط الاستخدام الفيديوهات القصيرة وسيلة هامة في حياة الطالب من حيث أنماط تصفحه للفيديوهات والحجم الساعي له في المكان واليوم الذي يقصده من أجل الاستخدام و المشاهدة حيث خلصت النتائج على أن الطلبة يستخدمون الفيديوهات القصيرة في الليل لأن هذه الفترة تعد بمثابة أوقات الفراغ لدى الطلبة.

كما بينت الدراسة أن الطلبة يستخدمون الفيديوهات لغرض الترفيه والمتعة.

كما كشفت الدراسة أن أغلب الطلبة يتفاعلون مع مقاطع الفيديو بطريقة الإعجابوهو دليل على سرعة إيصال المعلوم وسهولة توصيل آرائهم حول مشاهدة الفيديو.

كما بينت الدراسة أن المضامين المتناولة أثناء استخدام الفيديوهات انحصرت على المضامين الترفيهية.

وتليها المضامين الاجتماعية وبعدها الدينية، كما توصلنا في دراستنا إلى أن الإشباع المحققة كانت في المتعة أثناء استخدام الفيديو، كما أشارت نتائج الدراسة أن الإشباع النفسية المحققة تظهر في المتعة عند استخدام مقاطع الريلز. وفي النتيجة الأخيرة أكد الطالب أن غياب المصادقية على الريلز هو ما توصلت إليه الدراسة ونستنتج من كل ماتقدم أن الشبكة العنكبوتية والانترنت عامة و الريلز خاصة هو فضاء معلوماتي ترفيه مفتوح يشعر الطالب بيه بالمتعة وهذا الفضاء لا يخضع لضوابط والرقابة حيث لاحظنا أغلب الطلبة يتصفحون الفيديوهات في المنزل وهي النسبة الأكبر دليل على المتعة في المشاهدة.

ومن خلال هذه الدراسة، خرجنا بجملة من التوصيات يمكن أن تعتبر منبرا ومنطلقا لدراسة أخرى، نلخصها فيما يلي:

*استمرار متابعة مقاطع الفيديوهات القصيرة ريلز في المواضيع الثقافية والإبداعية التي تعمل على تطوير الذات.

*مواصلة متابعة مقاطع الفيديوهات القصيرة ريلز بشكل متوسط.

*يجب أن تكون متابعة مقاطع الفيديوهات القصيرة ريلز بحذر لأن هناك غياب المصداقية و الرقابة.

قائمة المصادر و المراجع:

1/الكتب:

1. أحمد مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
2. أمين محمد سلام المناسية، قواعد البحث العلمي ومناهجه، دار المكتبة الوطنية، عمان 1995.
3. ربحي مصطفى عليان وآخرون، مناهج و أساليب البحث العلمي، تطبيقات في التخطيط والإدارة، دار الصفاء، عمان، 2008.
4. ريار بن على بن محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح بفلسطين غزة 2016.
5. عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط الأول، دار المنير، دمشق، 2002.
6. عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامي، 1433هـ.
7. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، دار المطبوعات الجامعية، بن عكنون، ط 6، 2011.
8. فطمة عوض صابر، وآخرون، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط الأول، مكتبة الإشعاع الفنية بحري، 2002.
9. محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر و التوزيع الأردن عمان، 2013.
10. محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة 2011.
11. محمد جاسم العبيدي وآخرون، طرق البحث العلمي، ط الأول، دار دبيونو، عمان، 2010.
12. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي للإعداد الرسائل الجامعية، ط الأول، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع عمان، 2000.
13. محي محمد مسعد، كيفية كتابة الأبحاث والأعداد والمحاضرات، ط الثانية، مكتب العربي، 2000.

14. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط الأول. دار العالمية لنشر والتوزيع، 2003.

15. نادية سعيد عيشور، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر، حي فلالي عمارة، 2017.

2/ المذكرات:

1. بضياف سهلية، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايسبوك، أطروحة مكملة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة باتنة 1.

2. بركبية أحلام وسعدودي نسيمه، دور فيديوهات مواقع التواصل الاجتماعي في تنامي ظاهرة الهجرة الغير شرعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، 2022.

3. ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوب دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاجتماع تخصص تنمية، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2005.

4. سارة بسباس، استخدام الطلبة الجامعيين للكتاب الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة البويرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2008.

5. قاسمي هناء و آخرون، استخدامات الفيديو في البيئة الإعلامية، مذكرة لنيل

الماستر، جامعة 8 ماي 1945، قائمة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 2016.

6. فطوم لطرش، استخدامات الطلبة للمواقع الالكترونية الرسمي للجامعة والاشباعات المحققة منه، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة بسكرة، 2014.

7. مشطوب ريمة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الانخراط في العمل السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017.

8. كاتب فارس وعقون دنيا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، 2016.

9. لعبني هدى وجرفي عادلة، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2020.

3/ المجلات:

1. محمد المحرصاوي، البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر، العدد 54.
2. علاء الدين أحمد خليفة، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (المكان الثالث) وعلاقته بالعفة والهوية والخصوصية، دراسة ميدانية لأثر هذه المواقع على القيم الاجتماعية لطلبة الجامعات العرقية، كلية الإعلام، العدد (3/36).

4/ الموقع:

1. موقع تجارتنا، 03/04/2023، tjjaratuna.com.

الملاحق

الملحق رقم (1)

اسم واللقب الأستاذ المحكم	الرتبة العلمية	مؤسسة الانتماء
أستاذة قانة مسعود	أستاذ مساعد أ	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
أستاذة بايوسف مسعودة	أستاذة محاضرة ب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
أستاذة أمال عساسي	أستاذة محاضرة ب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة

جامعة قاصدي مرباح

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة استبيان

في إطار مذكرة تخرج ماستر أكاديمي تحت عنوان:

عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو ريلز
الفايسبوك نموذجا

ميدانية لعينة من طلبة قسم دراسة علوم الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة

من إعداد الطالبتين: تحت إشراف الأستاذ

بن عمر سعيدة قندوز عبد القادر

خمسبات ربيعة

2023/2022

السنة الجامعية:

-البيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى

السن: 22/18 سنة 27/23 سنة 32/28 سنة 33 فما فوق

الحالة الاجتماعية: عازب متزوج

الإقامة: داخلي خارجي

المستوى الجامعي: ثانية ليسانس ثالثة ليسانس أولى ماستر ثانية ماستر

1- المحور الأولي: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصيرة ريلز على موقع الفايسبوك.

1- هل تتابع مقاطع الفيديو القصيرة ريلز عبر الفايسبوك؟

دائما أحيانا نادرا

2- هل متابعتك لهذه المقاطع تكون

صباحا مساء ليلا

ليس لديك وقت محدد

3- ماهي الأماكن التي تشاهد فيها مقاطع الفيديو القصيرة؟

مقاهي الجامعة المنزل

أخرى.....

4- كم تستغرق عند استخدامك لمقاطع الفيديو في الجلسة الواحدة؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين

5- هل إقبالك على مقاطع الفيديو يكون بشكل؟

ضعيف متوسط مكثف

6- هل تفضل مشاهدة المقاطع بشكل فردي جماعي المحور الثاني: الدوافع المراد إشباعها لاستخدام الطلبة الجامعيين لمقاطع الفيديو القصير؟

1- ما الذي يدفعك إلى استخدام مقاطع الفيديو ريلز؟
الترفيه معرفة الأخبار حلول مشاكل اجتماعية التثقف والتعلم التقليدي

أخرى.....

2- ماهي طبيعة الموضوع التي تهتمك في مقاطع الفيديوهات القصيرة ريلز؟
اجتماعية دينية ترفيهية ثقافية

أخرى.....

3- ما الذي يجعلك تفضل مشاهدة مقاطع الفيديو ريلز على الفايسبوك؟
- طريقة تناول الموضوع اللهجة المستعملة وأسلوب الخطاب
- شخصية المقدم - المؤثرات الصوتية والبصرية
- اختيار المواضيع والقضايا المطروحة
- أخرى.....

4- هل تتفاعل مع المقاطع التي تشاهدها ؟ دائما أحيانا أبدا

5- اذا كان الجواب (دائما) أو (أحيانا) فما هي أكثر الطرق التفاعل الإعجاب المشاركة التعليق

المحور الثالث: الإشباع المحققة لاستخدام الطلبة لمقاطع الفيديو القصيرة؟

1-بماذا تشعر عند استخدامك لمقاطع ريلز عبر الفايسبوك؟

الراحة النفسية المتعة القلق العزلة والوحدة النقص والحر

2-هل تحقق لك مقاطع ريلز اشباعا؟

دائما أحيانا أبدا

3- إذا كانت إجابتك ب (دائما)أو(أحيانا) فما هي الإشباعا المحققة من استخدامك

لمقاطع ريلز

اشباعات اجتماعية

التعرف على أحوال الناس والمجتمعات

إيجاد حلول للمشاكل والآفات الاجتماعية

معرفة تدابير وأفكار إبداعية

أخرى.....

اشباعات نفسية:

المتعة الفضول النفسي الراحة النفسية

أخرى.....

اشباعات علمية

كيفية انجاز تجارب سهلة كيفية فهم معلومة بطريقة سريعة

مشاهدة عمليات حسابية بسيطة

أخرى.....

اشباعات دينية

التعمق والتفقه في الدين الاطلاع على فتاوى مختلفة

الاستزادة بمعلومات دينية مختلفة فهم ومعرفة التاريخ الإسلامي والشخصيات الإسلامية

أخرى.....

اشباعات ثقافية ترفيهية

ثقافة عامة الإثارة الغرابة والطرافة

أخرى.....

4- ماهي النقائص الموجودة في مقاطع ريلز؟

نقص الجودة

غياب المصداقية

غياب الرقابة

أخرى.....