جامعة قاصدي مرباح – ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم :علوم الاعلام و الاتصال

الميدان : العلوم الإنسانية

الشعبة : علوم الاعلام و الاتصال

التخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

دور موقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) في تعلم اللغة الفرنسية

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الاعلام

من إعداد الطالبين: مداني الزاوي – عزوز طه

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

2023/06/14

أمام اللجنة المكونة من السادة:

د. الزاوي محمد الطيب	أستاذ محاضر-أ-	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	رئيسا
أ.د . قانة مسعود	أستاذ محاضر-أ-	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا
د. عساسي أمال	أستاذ مساعد -أ-	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

الشكر و العرفان

الحمد لله دائما وأبدا فبعد رحلة من البحث والجهد والاجتهاد تكللت بإنجاز هذا البحث فنحمد الله عز و جل على توفيقه لنا ،قال رسول الله صلى الله عليه وسلم من لا يشكر الناس لا يشكر الله ، إلى كل من علمني : مشايخنا في المساجد وأساتذتنا في طيلة مشوار مسارنا التعليمي فرحم الله من مات منهم وبارك في عمر من بقي .

من ربوع زهرائنا الغالية نرسل أشعة من النور ، لتخترق جدار التميز والإبداع ، أشعة لامعة نرسلها لصاحب التميز والعطاء الذي لا تكف هذه الكلمات لإيفائه حقه أستاذنا العزيز قانة مسعود فإن كان هناك أحد يستحق الشكر والعرفان بعد الله ورسوله فهو أنت يا أستاذنا العزيز، ونقول لك أنك صبرت معنا وأفدتنا بالتوجيه والتأطير والنصائح وآرائك السديدة في إنجاز هذا البحث المتواضع فلك منا كل الحب والتقدير والاحترام أستاذنا العزيز .

كما لا يفوتنا أن نتقدم بوافر التقدير والاحترام لأستاذنا الكريم الزاوي محمد الطيب على حسن التوجيه وصدق المعاملة ولجنة المناقشة كل باسمه و مقامه و أصدقائنا الأعزاء وكل من ساهم من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا البحث .

الإهداء

إلى كل من أضاء بعلمه عقل غيره أو هدى بالجواب الصحيح حيرة سائليه

وأظهر بسماحته تواضع العلماء وبرحابته سماحة العارفين

نهدي هذا العمل المتواضع إلى والدينا الأكارم الذين لم يبخلوا علينا يوما بشيء وكانوا دائما مصدر تحفيز وتشجيع لنا والدعاء لنا بالخير والسداد والنجاح ونقول لهم أنتم وهبتمونا الحياة والأمل والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة وإلى إخوتنا وأسرتنا جميعا.

إلى كل زملاء الدرب في المشوار الجامعي كل باسمه ومقامه ونخص بالذكر السعيد مداني - عبد الحفيظ عون الله وإلى من سقط سهوا من قلم ولم يسقط من قلبنا .

ثم إلى كل من علمنا حرفا أصبح سنا برقه يضيء الطريق أمامنا

ملخص الدراسة :

لقد أجرينا دراستنا على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال وهي استخدام موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية .

هدفت هذه الدراسة في الكشف عن استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة في تعلم اللغة الفرنسية وذلك من خلال محاولة الإجابة عن التساؤلات الفرعية التالية:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية؟.
2. ماهي دوافع استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية؟.
3. ماهي الإشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية ؟.

وقد استخدمنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبيان حيث وزعناها على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة وهم الطلبة الذين يستخدمون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية وبعد الدراسة الميدانية والحصول على البيانات من المبحوثين وتحليلها خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات نذكر منها :

1. أن موقع اليوتيوب لقي استحسانا كبيرا من طرف طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة .
2. من خلال توزيعنا لاستمارة الاستبانة توصلنا إلى أن المبحوثين يستخدمون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بدافع تعويض غلاء تكلفة الدروس الخصوصية .
3. لقد حقق موقع اليوتيوب الإشباعات اللازمة لدى أفراد العينة وهي زيادة الرصيد العلمي والمعرفي وتنمية القدرات لديهم .

الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعية ،اليوتيوب، التعلم ، اللغة ، اللغة الفرنسية ، طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة .

Résumé de l'étude:

Nous avons mené notre étude sur un échantillon d'étudiants en sciences des médias et de la communication utilisant YouTube pour apprendre la langue française.

Cette étude visait à révéler l'utilisation des étudiants en sciences des médias et de la communication de l'Université de Ouargla dans l'apprentissage de la langue française en essayant de répondre aux sous-questions suivantes:

-Quelles sont les habitudes et les habitudes d'utilisation des exemples de membres du site YouTube dans l'apprentissage de la langue française.

-Quelles sont les motivations des répondants à utiliser YouTube pour apprendre la langue française.

-Quelles sont les gratifications obtenues de l'utilisation de YouTube par les répondants dans l'apprentissage de la langue française.

Dans cette étude, nous avons utilisé la méthode descriptive et l'outil questionnaire, où nous l'avons distribué à un échantillon d'étudiants en sciences des médias et de la communication de l'Université d'Ouargla, qui sont des étudiants qui utilisent YouTube pour apprendre la langue française, et après l'étude sur le terrain et l'obtention des données des chercheurs et leur analyse: ,

-Que le site YouTube a été très bien accueilli par les étudiants en sciences des médias et de la communication de l'Université qasidi murbah

-Grâce à notre distribution du formulaire de questionnaire, nous avons constaté que les répondants utilisent YouTube pour apprendre la langue française en compensation du coût élevé des cours particuliers .

-YouTube a obtenu les gratifications nécessaires parmi les membres de l'échantillon, à savoir l'augmentation de l'équilibre scientifique et des connaissances et le développement de leurs capacités.

Mots clés::

-Sites de réseaux sociaux, YouTube, apprentissage, langue, langue française, étudiants en sciences des médias et de la communication, Université de warkala

.

الفهرس:

الاهداء..... **Erreur ! Signet non défini.**

الشكر والعرفان ..... **Erreur ! Signet non défini.**

ملخص الدراسة : VI

Résumé de l'étude :..... VII

الفهرس: VIII

قائمة الجداول والاشكال X

المقدمة..... أ

الفصل الأول: الإطار المنهجي 1

الاشكالية :..... 2

فرضيات الدراسة : 3

أسباب اختيار الموضوع :..... 4

أهمية الدراسة :..... 4

أهداف الدراسة :..... 5

المفاهيم الأساسية للدراسة : 6

المنهج المستخدم..... 17

الأدوات المستخدمة في الدراسة..... 19

حدود الدراسة :..... 20

مجتمع البحث : 20

عينة الدراسة :..... 21

الدراسات السابقة والمرتبطة و المشابهة : 22
الخلفية النظرية :.....30
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة.....34
عرض و تحليل و تفسير نتائج الدراسة.....36
خاتمة:.....61
قائمة المراجع والمصادر 23
الملاحق.....23

قائمة الجداول والاشكال

قائمة الأشكال:

الشكل رقم 1 يمثل توزيع العينة حسب الجنس 36

الشكل رقم 2 يمثل توزيع العينة حسب المستوى 37

الشكل رقم 3يمثل توزيع العينة حسب التخصص..... 38

الشكل رقم 4يمثل توزيع العينة حسب السن..... 39

الشكل رقم 5 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم موقع اليوتيوب لأغراض علمية 40

الشكل رقم 6 يمثل توزيع العينة حسب الفترات التي تستخدم فيها موقع اليوتيوب 41

الشكل رقم 7 يمثل توزيع العينة حسب الوقت المستغرق في الجلسة الواحدة لتصفح موقع اليوتيوب لتعلم الفرنسية 43

الشكل رقم 8 يمثل توزيع العينة حسب تفضل مشاهدة فيديوهات اليوتيوب الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في 44

الشكل رقم 9 يمثل توزيع العينة حسب الوسيلة المعتمدة في تصفح موقع اليوتيوب..... 45

الشكل رقم 10 يمثل توزيع العينة حسب تتفاعل مع مقاطع الفيديو الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في اليوتيوب..... 46

الشكل رقم 11 يمثل توزيع العينة حسب مع من تستخدم موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية..... 47

الشكل رقم 12 يمثل توزيع العينة حسب تتابع القنوات التعليمية بشكل متواصل على اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية 48

الشكل رقم 13 يمثل توزيع العينة حسب تقوم بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع الطلاب والأصدقاء 49

الشكل رقم 14 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم الفرنسية اثر على سلوكك مع الاخرين..... 50

الشكل رقم 15يمثل توزيع العينة حسب تتعلم اللغة الفرنسية من اليوتيوب اجل تواصل مع الاخرين 51

الشكل رقم 16 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم اليوتيوب في تعلم الفرنسية من اجل اكتساب مفردات جديدة..... 52

الشكل رقم 17 يمثل توزيع العينة حسب تفضل اليوتيوب عن المواقع الأخرى في تعلم الفرنسية .. 53

الشكل رقم 18 يمثل توزيع العينة حسب استخدام اليوتيوب في تعلم الفرنسية بسبب الاعتماد الموقع على تقنية الفيديو 54

الشكل رقم 19 يمثل توزيع العينة حسب استخدام اليوتيوب في تعلم الفرنسية بدافع تعويض الغلاء تكلفة الدروس الخصوصية..... 55

الشكل رقم 20 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب في تعلم الفرنسية بدافع زيادة الرصيد المعرفي 56

الشكل رقم21 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب لتعلم الفرنسية بسبب الحاجة الى العمل 57

الشكل رقم 22 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لموقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية من اجل السفر 58

الشكل رقم 23 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم اليوتيوب لتعلم الفرنسية بسبب انه يعتبر المصدر الرئيسي في تلقي الدروس..... 59

الشكل رقم 24 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية يدفعك لاكتشاف طرق وأساليب جديدة في تعلم 60

الشكل رقم25 يمثل توزيع العينة حسب افادتك متابعتك لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية في فهم الدروس المقدمة في المنصة..... 61

الشكل رقم26 يمثل توزيع العينة حسب يلبي لك اليوتيوب احتياجك العلمي عند تلقيك دروس الدعم لتعلم اللغة الفرنسية..... 62

الشكل رقم 27 يمثل توزيع العينة حسب افادك استخدامك لموقع اليوتيوب في تحقيق زيادة الرصيد العلمي 63

الشكل رقم 28 يمثل توزيع العينة حسب افادتك متابعتك لموقع اليوتيوب في المساهمة في إنجاز البحوث لأنه أحيانا ما يجد هؤلاء الطلبة أن بعض الدراسات و الأبحاث باللغات الأجنبية 64

الشكل رقم 29 يمثل توزيع العينة حسب افادك استخدامك لليوتيوب في اكتساب مهارات جديدة في التواصل 65

الشكل رقم 30 يمثل توزيع العينة حسب تشعر بالرضى من استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم لغة الفرنسية 66

الشكل رقم 31 يمثل توزيع العينة حسب تقييمك لدروس التي يقدمها صناع المحتوى عبر اليوتيوب 67

الشكل رقم 32 يمثل توزيع العينة حسب هل تساعدك مواقع التواصل الاجتماعي على تعلم لغة جديدة 68

قائمة الجداول:

الجدول رقم 1 : توزيع العينة حسب الجنس 36

الجدول رقم 2 توزيع العينة حسب المستوى 37

الجدول رقم 3 توزيع العينة حسب التخصص..... 38

الجدول رقم 4 يمثل توزيع العينة حسب السن..... 39

الجدول رقم 5 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم موقع اليوتيوب لأغراض علمية 40

الجدول رقم 6 يمثل توزيع العينة حسب الفترات التي تستخدم فيها موقع اليوتيوب..... 41

الجدول رقم 7 يمثل توزيع العينة حسب الوقت المستغرق في الجلسة الواحدة لتصفح موقع اليوتيوب لتعلم الفرنسية..... 42

الجدول رقم 8 يمثل توزيع العينة حسب تفضل مشاهدة فيديوهات اليوتيوب الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في..... 43

الجدول رقم 9 : توزيع العينة حسب الوسيلة المعتمدة في تصفح موقع اليوتيوب..... 44

الجدول رقم 10 يمثل توزيع العينة حسب تتفاعل مع مقاطع الفيديو الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في اليوتيوب..... 45

الجدول رقم 11 يمثل توزيع العينة حسب مع من تستخدم موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية..... 46

الجدول رقم 12 يمثل توزيع العينة حسب متابعة القنوات التعليمية بشكل متواصل على اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية 47

الجدول رقم 13 يمثل توزيع العينة حسب تقوم بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع الطلاب والأصدقاء 48

الجدول رقم 14 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم الفرنسية اثر على سلوكك مع الاخرين 49

الجدول رقم 15يمثل توزيع العينة حسب تتعلم اللغة الفرنسية من اليوتيوب اجل تواصل مع الاخرين 50

الجدول رقم 16 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم اليوتيوب في تعلم الفرنسية من اجل اكتساب مفردات جديدة 51

الجدول رقم 17 يمثل توزيع العينة حسب تفضل اليوتيوب عن المواقع الأخرى في تعلم الفرنسية.. 52

الجدول رقم 18 يمثل توزيع العينة حسب استخدام اليوتيوب في تعلم الفرنسية بسبب الاعتماد الموقع على تقنية الفيديو 53

الجدول رقم 19 يمثل توزيع العينة حسب استخدام اليوتيوب في تعلم الفرنسية بدافع تعويض غلاء تكلفة الدروس الخصوصية 54

الجدول رقم 20 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب في تعلم الفرنسية بدافع زيادة الرصيد المعرفي 55

الجدول رقم21 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب لتعلم الفرنسية بسبب الحاجة الى العمل 56

الجدول رقم22يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لموقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية من اجل السفر. 57

الجدول رقم 23 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم اليوتيوب لتعلم الفرنسية بسبب انه يعتبر المصدر الرئيسي في تلقي الدروس 58

الجدول رقم 24 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية يدفعك لاكتشاف طرق وأساليب جديدة في التعلم 59

الجدول رقم25 يمثل توزيع العينة حسب افادتك متابعتك لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية في فهم الدروس المقدمة في المنصة 60

الجدول رقم26 يمثل توزيع العينة حسب يلبي لك اليوتيوب احتياجك العلمي عند تلقيك دروس الدعم لتعلم اللغة الفرنسية 61

الجدول رقم 27 يمثل توزيع العينة حسب افادك استخدامك لموقع اليوتيوب في تحقيق زيادة الرصيد العلمي 62

الجدول رقم 28يمثل توزيع العينة حسب افادتك متابعتك لموقع اليوتيوب في المساهمة في إنجاز البحوث 63

الجدول رقم 29 يمثل توزيع العينة حسب افادك استخدامك لليوتيوب في اكتساب مهارات جديدة في التواصل 64

الجدول رقم 30 يمثل توزيع العينة حسب تشعر بالرضى من استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم لغة الفرنسية 65

الجدول رقم 31 يمثل توزيع العينة حسب تقييمك لدروس التي يقدمها صناع المحتوى عبر اليوتيوب 66

الجدول رقم 32 يمثل توزيع العينة حسب هل تساعدك مواقع التواصل الاجتماعي على تعلم لغات جديدة. 67

مقدمة

مقدمة:

إن ما تحتويه شبكة الأنترنت من مواقع قديمة وحديثة وتطبيقات متنوعة وفي شتى الميادين جعلت منها ذات أهمية بالغة في حياة الإنسان إذ أنه أصبح لا يستغني عنها في حياته اليومية لأنها تلبي له جميع حاجاته وخاصة الاحتياجات العلمية فبعد أن كان العالم يعتمد على التعليم التقليدي فبظهور شبكة الأنترنت وما تحتويه من مواقع متنوعة غير العالم وجهته من التعليم التقليدي إلى التعليم الافتراضي عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التطبيقات والمواقع التعليمية .

يعد التعليم الافتراضي كحل من الحلول للمحافظة على شغف الانسان في مواصلته للبحث في مختلف التطورات العلمية والبحث عن كل ما هو جديد فأصبح حتما على كل فرد أن يتعلم اللغات الأجنبية والتي تعد مواكبة لجميع التطورات التي تحصل في أنحاء العالم ومن اجل الحصول على هذا فإنه يتطلب دفع مبالغ طائلة لمختلف المؤسسات التعليمية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة المواقع التي تتميز بميزة نشر الفيديوهات أي صوتا وصورة وهذا ما يسهل على المتلقي اكتساب التحصيل العلمي بسهولة وخاصة موقع اليوتيوب الذي يعد من اكثر المواقع شهرة لما يتميز به هذا الموقع من ميزات متنوعة .

ويلجأ غالبية الأفراد إلى تعلم لغات عديدة لزيادة رصيديهم المعرفي فب التواصل ومنها اللغة الفرنسية والتي تعتبر اللغة الرابعة الأهم على موقع الأنترنت كلغة رسمية مكتسبة وهي اللغة الوحيدة الموجودة بالقارات الخمس بجانب اللغة الإنجليزية .

فأصبح التركيز عليها كلغة عمل وعلم من طرف الحكومات الأفراد وهذا ما يدفعهم إلى تعلمها وإضافتها إلى رصيدهم المعرفي عن طريق مصادر تعليمية تتميز بالآنية والسرعة والمجانية ومن بين هذه المصادر نجد موقع اليوتيوب الذي محور دراستنا وذلك من خلال

محاولة معرفة استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة لهذا الموقع في تعلم اللغة الفرنسية .

تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين أساسيين هما الفصل المنهجي والفصل الميداني المكون من استبيان وبرنامج تحليل بيانات الاستبانة (أس بي أس اس).

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

الاشكالية:

باتت التكنولوجيا أثرا كبيرا في حياة الفرد و المجتمع و ذلك من خلال ما تقدمه من خدمات سريعة مما يساهم في انجاز أعماله بشكل سريع بحيث أصبح الإنسان لا يستطيع الاستغناء عنها في معظم مجالات الحياة، كونها أصبحت متعلقة بحياته و هذا من خلال ما تقدمه من معطيات قد تنفعه أو تضره حسب استخدامه لها و أخدت دائرة التعليم تتسع و تتعقد شيئا فشيئا حتى أصبح التعليم ضرورة من ضروريات الحياة فهو وسيلة للتعبير عن مدى تطور المجتمعات و رقيها و التعليم هو بمثابة العيش و التقدم في مجالات الحياة.

لقد ساهمت التكنولوجيا في تطوير التعليم لما تقدمه من خدمات في هدا المجال مما أدى الى حرص الأسر على مستقبل أولادهم إذ يعتبر هذا الاخير هو المنطلق الأهم في اختيار المسار المهني ، و مع تطور العلم وجب على الأسر تعليم أولادهم على معظم اللغات الأجنبية و نخص بالذكر اللغة الفرنسية. و مع اختلاف سرعة الاستيعاب و لفهم لدى هؤلاء الأشخاص فنجد بعض الطلاب و التلاميذ ينخرطون الى تلقي دروس الدعم في اللغة الفرنسية التي يقدمها الأساتذة في هذه المادة داخل القسم و الدروس الخصوصية خارجا، ففي السنوات الأخيرة أصبحنا نشهد تزايدا و إقبالا كبيرا على دروس الدعم في مختلف الأطوار التعليمية إذ أصبح من اللازم على الطالب أو التلميذ تعلم اللغات الأجنبية (اللغة الفرنسية) لكونها تمكنه من التوصل لمختلف المعلومات و كل ما يحتاجه في مجاله التعليمي و لكن مع الإقبال عليها بشكل كبير في الآونة الأخيرة أضحت تدفع جراءها مبالغا كبيرة بغية تعلمها مما أدى الى لجوء الطالب للدروس

الافتراضية المجانية داخل مواقع التواصل الاجتماعي و عبر قنوات متعددة مثل اليوتيوب الذي يعتبر ملجأ لكل معلم و متعلم في تعلم اللغات من قبل أساتذة يقدمون دروسا مجانية عبر هذا الموقع.

و تتمحور دراستنا في هذا البحث عن استخدام طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة لليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية و من هنا نطرح التساؤل التالي: الى أي مدى ساهم موقع اليوتيوب للطلبة علوم الإعلام و الاتصال في اكتساب اللغة الفرنسية ؟

الأسئلة الفرعية :

1. ماهي عادات و أنماط استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية ؟
2. ماهي دوافع استخدام افراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية ؟
3. ماهي الإشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية ؟

فرضيات الدراسة :

_ استخدام أفراد العينة موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بشكل كثيف .

_ إن استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في أبحاثهم يدفعهم لتطوير و اكتساب مهارات و لغات جديدة منها اللغة الفرنسية .

_ يتيح موقع اليوتيوب اكتساب قاموس لغوي في اللغة الفرنسية لأفراد العينة .

أسباب اختيار الموضوع :

إن لكل موضوع أسبابه الخاصة و التي بموجبها يتم اختياره و تنقسم هده الأسباب إلى

أسباب ذاتية و موضوعية :

أ) الأسباب الذاتية :

1) ميول الباحثين إلى معرفة مدى تأثير التكنولوجيا في تعلم اللغات .
2) رغبة الباحثين في دراسة دور موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية .
3) الاهتمام الشخصي بهذا النوع من المواضيع كوننا ننتمي الى مجتمع البحث .

ب) الأسباب الموضوعية :

1) أهمية موقع اليوتيوب كمصدر في تلقي المعلومات .
2) انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي من بينها اليوتيوب في تعلم اللغات
3) قابلية الموضوع للدراسة .
4) تدخل هده الدراسة ضمن التخصص (الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة) .

أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة في صياغ التقدم التكنولوجي و الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي إد أضحى الأفراد يميلون اليها و الاستعانة بها في عدة مجالات و هدا لما تحتويه من مواضيع عديدة و كذلك دور اليوتيوب في تعلم اللغات . حيث يعتبر اليوتيوب من أهم المواقع التي يسمح لأفراد العينة المستخدمين له في تداول المعلومات .

حيث نحاول في هده الدراسة الكشف عن الأنماط و العادات المتعلقة باستخدام أفراد العينة لموقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب لتعلم اللغات الأجنبية من خلال معرفة مدى الحرية المتاحة في تعلم اللغة الفرنسية و دلك لمجانية الاستخدام حيث يلجأ الكثيرون إلى دورات تدريبية في هدا المجال و ينفقون عليها أموالا طائلة و قد تكون دون جدوى .

أهداف الدراسة :

تسعى هده الدراسة الى رصد و قياس مدى استخدام طلبة الاعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية و الإشباعات المحققة منه و من الأهداف التي تطرقنا إليها ما يلي :

1. التعرف على عادات و أنماط أفراد العينة في استخدام موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية .
2. التعرف على مدى فاعلية اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية.
3. التعرف على دوافع استخدام اليوتيوب من طرف أفراد العينة في تعلم اللغة الفرنسية.
4. التعرف على الإشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية .

المفاهيم الأساسية للدراسة :

مواقع التواصل الاجتماعي :

هي كل الأجهزة و المواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالميا و تستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع و طرح و مشاركة المعلومات أما الأجهزة فهي تكنولوجيا التي تستخدم للدخول لتلك المواقع . [1]

التعريف الإجرائي :

مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت على الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم مجموعات ذات اهتمام وانتماء مشترك تسمح لهم بإجراء نوع من المشاركة النصية والسمعية البصرية .

و نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في بحثنا هذا و موقع اليوتيوب الذي تتركز عليه دراستنا و الذي يستخدم من طرف طلبة علوم الاعلام و الاتصال في تعلم اللغة الفرنسية و مدى استفادتهم منه .

[1] رافي غوبتا – هيو بروكس ، وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على المجتمع ، المجموعة العربية للتدريب و النشر ، القاهرة – مصر ، الطبعة الأولى ، 2017 . ص 56

اليوتيوب :

هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت وعنوانه :

WWW.YOUTUBE.COM

وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الأنترنت دون أي تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم ، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة .[2]

يعتبر موقع اليوتيوب من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية المتخصصة في مشاركة ونشر الفيديو وبالنسبة للزائر يتطلب تشغيل الفيديو الموقع تقنية أدوبي فلاش فيديو ليعرض الفيديوهات الموجودة

على صفحاته ،لذلك لن تستطيع تشغيل الفيديوهات على موقع اليوتيوب إذا لم يتواجد على جهازك إصدار فلاش بلاير FLASH PLAYER[3] .

---

[2] محمد سيد ريان ، الإعلام الجديد ، مركز الأهرام للنشر و الترجمة و التوزيع ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2012 . ص 53

1) [3] بلعرابي أمال ، تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، دراسة ميدانية بقسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة مستغانم ، 2017 / 2018 . ص 59

تأسيس موقع اليوتيوب :

في فيبراير سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال هم :

" تشاد هيرلي " و " ستيف تشين " و " جاود كريم " في مدينة كاليفورنيا ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة حيث أن المحتوى يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقاطع الموسيقى والفيديو المنتجة من قبل الهواة وغيرها .

ويعد الفيديو المرفوع من قبل " جاود كريم " بعنوان (أنا في حديقة الحيوان) يعد أول فيديو يتم رفعه على الموقع وكان بتاريخ 23 أفريل 2005 وتبلغ مدته 19 ثانية ومنذ ذلك الوقت تم رفع مليارات من الأفلام القصيرة ، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الأنترنت .

اشترت شركة جوجل هذا الموقع في عام 2006 بحوالي مليار وستمائة وخمسون مليون دولار ، وقد انتشر استخدام هذا الموقع (اليوتيوب) انتشارا مذهلا في شتى بقاع العالم بسبب ميزة قصر مدة الفيديو على هذا الموقع مقابل المادة التلفزيونية الطويلة نسبيا والتي قد لا تتناسب مع السرعة التي هي سمة هذا العصر .[4]

[4] بلعرابي أمال ، مرجع سبق ذكره ، صفحة 60

الخدمات والمميزات :

أضاف اليوتيوب الكثير من المميزات والخواص في وسط جو حافل بالمنافسة بعد أن أصبح المجال مفتوحا أمام الكثير من الشركات المماثلة والتي اقتبست نفس الفكرة ولكن بتطبيقات مختلفة ومن هذه الخواص والمميزات التي تميز اليوتيوب هي :

يقدم اليوتيوب خدماته بشكل مجاني بحيث يعتمد على مصادر دخل أخرى تتمثل في الإعلانات والدعاية إضافة إلى الإعلانات النصية كما يقوم بدور رائد في تقديم إعلانات الفيديو كمجال جديد وعملي لإعلانات الويب .

ويتمتع موقع الفيديو فيه بشعبية كبيرة في الأنترنت ، وأصبح بإمكان أي شخص في العالم رفع ما يريد من ملفات الفيديو الخاصة به على الأنترنت وبالمجان إضافة إلى حفظ كل ما يحتاجه المتصفح من ملفات الفيديو واللقاء والندوات والأفلام والمسرحيات القديمة والجديدة والموقع يعرض تقنية الفيديو عن طريق تقنية أدوبي فلاش ويحسب موقع " ألكسو " لإحصائيات مواقع الأنترنت فإن موقع اليوتيوب هو ثالث أكثر مواقع الأنترنت شعبية بعد موقعي جوجل وياهو وصرح المسؤولون عن الموقع أن عدد مشاهدة الأفلام ممكن زوار الموقع عبر العالم يصل إلى 100 مليون في شهر يناير 2008 فقط .[5]

[5] بلعرابي أمال ، مرجع سبق ذكره ، صفحة 62

مميزات اليوتيوب التقنية :

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

1) عام ومجاني :

فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل و تنزيل ما تشاء و تحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية ، و كل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط .

2) داعم لتحميل الأفلام :

فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع.

3) سهل الاستعمال :

من قبل العامة : فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل و تنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع و أدوات داعمة لذلك .

4) سهل المشاهدة :

فبمجرد ضغطك على وصلة الفلم فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا و مباشرة من الموقع .

5) سهل البحث :

فالموقع يوفر محرك بحث خاص به يمكنك أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث و من ثم مشاهدته.

6) الرقابة :

فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين ، أو العامة و كل ذلك يظهر بمحركات البحث كجوجل .

7) أداة رائعة للترويج :

فأفلام اليوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة و شرحها للمهتمين من العامة ، فهو لا يكلفك شيئا من الحملات الترويجية و التقليدية .[6]

شروط خدمة الموقع :

3) أن لا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل .

4) لا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية .

[6] خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، الأردن ، الطبعة الأولى ، 2013 .

صفحة 44

5) لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو الأفلام الفاضحة أو الإعلانات

6) التجارية .

لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تشجع على الإجرام .[7]

مفهوم التعلم:

لغة : جاء في لسان العرب لابن منظور التعلم يعني :

– الاتقان و الاحكام و التفقه ، علم الأمر و تعلمه .

– تعلم الأمر ، أتقنه و عرفه و المعلم يتخذ مهنة التعليم ، و من له الحق في ممارسة إحدى المهن استقلالا ، و كان هذا اللقب أرفع الدرجات في نظام الصناع ، كالتجاريين و الحدادين و المعلم الملهم للصواب والخير.[8]

اصطلاحا : يمكن تناوله من خلال تعدد وجهات النظر بالنسبة له ، من مجالات مختلفة

مفهوم التعلم عند علماء النفس :

ذكر الباحثون في علم النفس جملة من التعاريف منها :

– خبرة إنسانية شافعة ، أو تعديل السلوك ، أو تغير في الأداء نتيجة الخبر و التدريب .

[7] بلعرابي أمال ، مرجع سبق ذكره ، صفحة 65

[8] عبد الرحمان عبد الحي ، نظريات التعلم و تطبيقها في تعليم اللغة العربية في المدرسة الجزائرية ، مذكرة معدة لنيل شهادة الماجستير في اللغة العربية تخصص تعليمية اللغة العربية و تعلمها المرحلة الابتدائية عينة ، بجامعة ورقلة ، 2010 / 2011 . ص 11

– العملية الحيوية الديناميكية التي التي تتجلى في جميع التغيرات الثابتة نسبيا في الأنماط السلوكية و العمليات المعرفية ، التي تحدث لدى الأفراد لتفاعله مع البيئة المادية و الاجتماعية.

– تعديل أو تغيير يطرأ على السلوك الإنساني سواء كان انفعاليا ، مثل اكتساب قيم ، اتجاهات عواطف ، ميول جديدة – أو عقليا – مثل اكتساب المعلومات و المهارات و الاستعانة بها في التفكير في مواقف حقيقية لغرض الوصول إلى هدف أو حل بعض المشكلات .[9]

و يعرف التعلم كذلك عبر خصائص متعددة :

فالتعلم يسفر عنه تغير السلوك و يحدث التعلم كنتيجة للممارسة أو الخبرة و التعلم تغير ثابت نسبيا ، و التعلم لا يمكن ملاحظته بشكل مباشر .

يمكن القول أن التعلم هو اكتساب الإنسان لسلوك جديد استجابة للعلاقة التي تربطه بمحيطه الطبيعي و الاجتماعي .[10]

[9] عبد الرحمان عبد الحي ، مرجع سبق ذكره ، ص 11

[10] سارنوف أ – مدنيك – هواردر – بوليو – أليزابيث – لوفتس ، التعلم ، دار الشروق ، القاهرة ، الطبعة الثالثة ، 1409 ه / 1989 م صفحة 35

مفهوم اللغة :

لغة :

من لغا يلغو لغوا أي قال باطلا لغوت باليمين و اللغا الصوت و اللغة أصلها لغي أو لغو و الهاء عوض ، وجمها لغى مثل برة ، برى ، و لغات أيضا ، و في اللسان اللغو ة اللغا السقط و نا لا يعتد به من الكلام و غير و لا يحصل منه على فائدة و لا نفع و أما تصريفا ومعرفة حروفها فإنها فعلة من لغوت أي تكلمت و أصلها لغوة ككرة و قلة و ثبة كلها لاماتها واوات فالمحذوف منها اللام دون الفاء و العين فاللام فاء الفعل و الغين عينه و لام الفعل محذوفة هي الواو و ذلك أن أكثر ما حذفت لامه إنما هو من الواو.

نحو : (أب) ، و (أخ) و (غد)و (هن) و (هم) و (سنة) و في من يقول سنوات و غيرها كثير ، و التاء للتأنيث و سبب حدف لام الفعل من (لغة) على وزن (فعلة) أن لا التقاء لساكنين في كلمة واحدة مع علة لام الفعل ، فكان الحذف أنسب درءا للثقل .[11]

اصطلاحا :

[11] إبراهيم اشعيل ، لغة التعريف و تعريف اللغة ، بحث مقدم لنيل شهادة الماستر ، جامعة سيدي محمد بن عبد الله ، ظهر المهراز ، فاس ، 2012 / 2013 . ص64

اللغة تعريفاتها متعددة ، أشهر هذه التعريفات على ما قيل قبل ، ما عرفها به ابن جني قائلا :

أما حدها فإنها أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم فهي بهذا المعنى ذات طبيعة صوتية سمعية فابن جني عندما وصفها بأنها أصوات أخرج ما جاء على شاكلتها من كتابة و خط و إشارة و غيرها من الرموز التي تخالف الأصوات .

من أجل معرفة مدى صحة هذا التعريف لابد لنا من التدقيق في مجموعة من المصطلحات التي تدور في الحقل المفهومي لمصطلح اللغة (الصوت ، اللفظ ، القول ، الكلمة ، الجملة ، الكلام ، الكلم ، اللسان) .

و مقارنة بعضها ببعض حتى نصل إلى حقيقة كل مصطلح على حدة ، و تكون تلك الحقائق مساعدة لمعرفة حقيقة مصطلح اللغة ، كما أنه بواسطة هذا الحقل المفهومي يمكن معرفة مدى انصهار مفهوم اللغة مع باقي المصطلحات الدائرة معه في نفس الحقل و بواسطة تعريف هذا المصطلح كذلك يمكن تحديد مدى دقة ابن جني في اختيار أجزاء و مكونات مصطلح اللغة و مدى التزامه بقواعد التعريف المنطقي .[12]

التعريف الإجرائي :

هي أداة للتواصل بين بني الشعوب وهي نسق من الإشارات والرموز التي يستخدمها الإنسان للتفاهم والاحتكاك بين أفراد المجتمع في جميع ميادين ومجالات الحيثية.

[12] إبراهيم اشعيل ، مرجع سابق ذكره ، ص66

مفهوم اللغة الفرنسية:

تعرف المنظمة الدولية للفرانكفونية اللغة الفرنسية بأنها اللغة الخامسة الأكثر محكية في العالم مع 274 مليون ناطق في عام 2014 موزعين على 102 دولة وتتمتع بازدياد سكاني في دول إفريقيا حيث تمنحها الأنظمة التربوية باستمرار مركزا امتيازيا .

كما أمن الفرنسية هي احدى اللغات الرومانسية التي يتكلم بها نحو 80 مليون شخصا في أنحاء العالم ،كلغة رسمية مكتسبة وهي اللغة الوحيدة الموجودة بالقارات الخمس بجانب اللغة الإنجليزية ، وتشكل بذلك اللغة الفرنسية ورقة رابحة للذين يتقنونها لأنها اللغة الرابعة الأهم على الأنترنت الثالثة الأهم في الأعمال الثانية الأهم في الأخبار الدولية في الإعلام الثانية الأهم كلفة عمل في أكثرية المنظمات الدولية والثانية الأهم المعلمة في العالم كوسيلة نجاح ، واللغة الفرنسية لغة متجددة متعددة تتكيف مع الحقائق الثقافية والتكنولوجيات الحديثة فقد ازداد عدد كلمات قاموس الأكاديمية الفرنسية من 40000 إلى 60000 كلمة خلال 50 سنة .[13]

التعريف الإجرائي :

[13] فتيحة زياني ، الأصل الاجتماعي و تعلم اللغة الفرنسية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الأصل الاجتماعي و تعلم اللغة الفرنسية ، دراسة ميدانية لعينة تلاميذ من متوسطات بلدية الجلفة ، 2019/2018 . ص126

هي لغة فرنسا الوطنية ولغة رسمية في عدة بلدان وخاصة البلدان التي كانت فرنسا قد استعمرتها وهي لغة من أصل لاتيني وهي من اهم اللغات المنتشرة في عصرنا الحالي في عدد من مناطق العالم كما أنها تعد لغة عظيمة ارتبطت بها أعداد من الانتاجات الأدبية والعلمية والبحوث.

المنهج المستخدم : [14]

مفهوم المنهج :

لغة : منهج أو منهاج و هو لغة الطريق الواضح و منه نهج الطريق بمعنى أبانه و أوضحه و سلكه و منه قول الله تعالى " لكل منكم جعلنا شرعة و منهاجا " .

اصطلاحا : فقد عرفه بعضهم بأنه الطريق المؤدي إلى كشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل و تحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة . كما عرفه البعض الآخر بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا ، و من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون [15].

ويعرف منهج البحث العلمي بأنه :

أسلوب للتفكير والعمل يعتمده الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة .[16]

---

[15] سعد الدين السيد صالح ، البحث العلمي و مناهجه النظرية ، مؤسسة الأهرام للنشر و التوزيع ، الطبعة الثانية ، 1414 ه – 1993 م ص10

[16] سعد سلمان المشهداني ، منهجية البحث العلمي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الأردن – عمان الطبعة 1 ، 2019 . ص114

المنهج المستخدم في الدراسة :

لقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي إذ يتم من خلاله وصف عادات و أنماط استخدام طلبة علوم الاعلام و الاتصال لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية و دوافع استخدامهم لهذا الموقع و الإشباعات التي يمكن أن يحققها استخدامهم لهذا الموقع في تعلم اللغة الفرنسية نظرا لأهميتها إذ تعتبر اللغة الأجنبية المعمول بها في التخصص في جامعة ورقلة .

تعريف المنهج المستخدم :

المنهج الوصفي هو المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كيفيا أو كميا فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى وكما يخبرنا البحث التاريخي عن ما جرى في الماضي فإمن البحث الوصفي يخبرنا عن ما هو موجود حاليا ولذلك يعنى المنهج الوصفي بتحديد ووصف الحقائق المتعلقة بالموقف الراهن من أي ظاهرة أو مشكلة وذلك لتوضيح جوانب الأمر الواقع بمسحها ووصفها تفسيريا بدلالة الحقائق المتوفرة وللمنهج الوصفي وظيفته في وصف الظاهرة التي يدرسها من خلال جمع المعلومات عنها ووصفها بدقة ويقدمها بتعابير كيفية أو كمية .[17]

و يهتم المنهج الوصفي بدراسة المشكلات التي لها علاقة بالأنشطة الإنسانية ، و تبرز أهميتها كونها الطريقة المثلى لدراسة الظواهر الإنسانية ، و ذلك لصعوبة استخدام الطرق

[17] سعد سلمان المشهداني ، مرجع سابق ذكره ، ص 126

التجريبية ، إضافة إلى إمكانية استخدامها في دراسة الظواهر الطبيعية، من خلال جمع البيانات و المعلومات و تصنيفها و تنظيمها، و التعبير عنها بطريقة كمية و كيفية.[18]

الأدوات المستخدمة في الدراسة

مفهوم أدوات جمع البيانات :

يعرف زيمون بودون التحقيقات أي البحوث الكمية بأنها تلك التي تسمح بجمع معلومات متشابهة من عنصر لآخر من مجموعة العناصر فيما تسمح هذه المتشابهة بين المعلومات بقيام الإحصاءات وتشكل أهم التحليل الكمي للمعطيات ولا يمكن إدراج المنهج الإحصائي كمنهج بل هو وسيلة تساعد الباحث في جمع البيانات وتحليلها ولقد تطور علم الإحصاء وتنوعت طرائقه الإحصائية فأصبح له من القواعد ما يمكنه القيام كعلم مستقل يمكن الاستعانة به في رسم السياسات الاجتماعية التي ينتهجها المجتمع .[19]

الأداة المستخدمة في الدراسة :

لقد اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان .

سبب اختيار الأداة :

---

[18] أحمد راجح حيدر العبدلي ، أساسيات البحث العلمي ، بصمة للطباعة ، الجمهورية اليمنية – صنعاء 2022 . ص26

[19] مجموعة مؤلفين ، منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الاجتماعية ، المركز الديموقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية ، برلين / ألمانيا ، الطبعة الأولى ، 2019 . ص66

لأن موضوع دراستنا يقوم على دراسة إحصائية على عينة من طلبة علوم الاعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة .

مفهوم الاستبيان :

يعد الاستبيان أحد أدوات البحث العلمي وكثيرا ما يستخدم في البحوث الكمية وعادة ما تكون البيانات التي يتم الحصول عليها بيانات كمية تبين مدى انتشار الظاهرة أو معرفة اتجاه فئة ما نحو قضية ما ، وللاستبيان صور حسب طبيعة البيانات المطلوبة فمنها الاستبيان المغلق ومنها المفتوح ،وأخرى تجمع بين المغلقة والمفتوحة .[20]

حدود الدراسة :

الإطار الزماني :

يمثل الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة

من 13 مارس 2023 حيث أخدنا بالإجراءات الأولية في بداية انجاز المذكرة و ذلك بتجميع المعلومات و البيانات الأولية الخاصة بالدراسة .

الإطار البشري :

هو المجتمع الذي ستقوم عليه الدراسة ألا و هو عينة من طلبة علوم الاعلام و الاتصال.

مجتمع البحث :

مفهوم مجتمع البحث : إن أول عنصر يخص بالإطار المرجعي يخص مجتمع البحث و الذي سيكون محل الدراسة ، إن مصطلح مجتمع البحث له هنا معنا واسعا من الممكن أن تكون وحدات هذا المجتمع أفرادا (أشخاصا) أو كتابات ، أو وثائق سمعية بصرية أو أشياء

[20] سعد سلمان المشهداني ، مرجع سبق ذكره ، ص170

أخرى لضبط المجموعة المراد الوصول إليها لابدا من طرح سؤالين إثنين ، ماهي خصائص مجتمع البحث المستهدف ؟ ماهي الفترة من حياة الأفراد المطلوب ملاحظتها ؟

مجتمع البحث المعني بالدراسة : يتمثل مجتمع البحث على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة .[21]

عينة الدراسة :

تعريف العينة : يعتبر اختيار الباحث للعينة من الخطوات و المراحل المهمة للبحث و لا شك أن الباحث يفكر في عينة البحث مند أن يبدأ في تحديد مشكلة البحث و أهدافه لأن طبيعة البحث و فروضه و خطته تتحكم في خطوات تنفيذه و اختيار أدواته مثل العينة و الاستبيانات و الاختبارات اللازمة .

يستخدم الباحث بالإضافة إلى الأدوات اخرى لجمع البيانات ، حيث يشير مصطلح العينة في علم الإحصاء إلى أنها في جزء من المجتمع حيث تتوافر في هذا الجزء خصائص المجتمع نفسها ، والحكمة من إجراء الدراسة على العينة هي أنه في كثير من الأحيان يستحيل إجراء الدراسة على المجتمع ، فيكون اختيار العينة ، بهدف التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع ويصبح ذلك ممكنا إذا كانت خصائص العينة تمثل خصائص المجتمع من حيث أكبر عدد ممكن من المتغيرات .[22]

العينة المعنية بالدراسة :

تتمثل في عينة من طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة و الذين يستخدمون اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية إذ تم اختيارهم بطريقة قصدية .

---

[21] موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار القصبة للنشر ، الجزائر ، الطبعة الثانية ، 2004 / 2006 ص173

[22] ذوقان عبيدات – كايد عبد الحق – عبد الرحمان عدس ، البحث العلمي و أدواته و أساليبه ، دار الفكر ناشرون و موزعون ، عمان ، طبعة 17 ، 2015 .ص96

سبب اختيار العينة :

بما أن العينة المعنية بالدراسة قصدية و التي تشمل طلبة علوم الاعلام و الاتصال و الذين يستخدمون موقع اليوتيوب و هدا من أجل الاطلاع على مدى الإشباعات المحققة من اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية .

تعريف العينة القصدية : يقوم الباحث باختيار هذه العينة اختيارا حرا على أساس أنها تحقق أغراضه الدراسية التي يقوم بها ، فإذا أراد الباحث أن يدرس تاريخ التربية في الأردن فإنه يختار عددا من المربين كبار السن كعينة قصدية تحقق أغراض دراسته إنه يريد معلومات عن التربية القديمة في الأردن و هؤلاء الأشخاص يحققون له هذا الغرض فلماذا لا يأخذهم كعينة ؟ إذ ليس من الضروري أن تكون العينة ممثلة لأحد .

يختار الباحث هذا النوع من العينات لتحقيق غرضه بحيث يقدر حاجته من المعلومات ،ويقوم باختيار عينة الدراسة اختيارا حرا ، على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة من خلال توفر البيانات اللازمة للباحث في أفراد هذه العينة ،أي أن هذا النوع من العينات لا يكون ممثلا لأحد بل توفر للباحث البيانات اللازمة لدراسته.[23]

الدراسات السابقة والمرتبطة و المشابهة :

الدراسة الأولى :

دور استخدام موقع اليوتيوب في دعم التحصيل الدراسي لدى تلاميذ الطور الثانوي النهائي

- من إعداد الطالبة : وجدان رحماني .

- السنة الجامعية : 2019 – 2020

---

1) [23] رجاء وحيد دويدري ، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية ، دار الفكر المعاصر ، دار الفكر ، لبنان – سوريا ، 2000 م . ص315

- جامعة قاصدي مرباح ورقلة

- التساؤل الرئيسي للدراسة :

ما هو دور موقع اليوتيوب في دعم التحصيل العلمي لدى تلاميذ الطور الثانوي النهائي ؟

- التساؤلات الفرعية :

1) ما هي عادات استخدام التلاميذ لموقع اليوتيوب ؟

2) ما هي درجة استخدام التلاميذ لليوتيوب في المجال العلمي ؟

3) لماذا يعتمد التلاميذ على اليوتيوب للمراجعة ؟

4) ما هي أهم القنوات التعليمية على الموقع الأكثر تداولا بين التلاميذ ؟

- فرضيات الدراسة لا توجد

- المنهج المستخدم : المنهج الوصفي

- الأداة المستخدمة : الاستبيان

- مجتمع البحث : جميع تلاميذ الطور النهائي الثانوي الذين يستخدمون اليوتيوب و المعني في الدراسة طلبة الباكالوريا الذين يستخدمون اليوتيوب .

- عينة الدراسة : التلاميذ الذين يستخدمون موقع اليوتيوب لأغراض تعليمية .

- الخلفية النظرية : نظرية الاستخدامات و الاشباعات .

- أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

بينت نتائج الدراسة أن غالبية تلاميذ الطور الثانوي النهائي يستخدمون موقع اليوتيوب بشكل مكثف .

أشارت النتائج أن تلاميذ الطور الثانوي النهائي يستخدمون موقع اليوتيوب لمدة ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا كما أوضحت النتائج أن أغلبيتهم يتصفحون موقع اليوتيوب في الفترة الليلية .

تمثل الدافع وراء استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب في اعتماد اليوتيوب على تقنية الفيديو أي ميزة الصوت و الصورة .

بينت الدراسة أن موقع اليوتيوب دائما ما يزيد من الرصيد المعرفي و العلمي لتلاميذ الطور النهائي .

أظهرت النتائج أن موقع اليوتيوب يساعد تلاميذ الطور النهائي في تعلم اللغات الأجنبية كما أشارت النتائج أن أكثر لغة ساعد موقع اليوتيوب في تعلمها و اتقانها من طرف المبحوثين هي اللغة الإنجليزية .

الدراسة الثانية :

- عنوان الدراسة :مهارات تدريس اللغة الفرنسية دراسة ميدانية في متوسطات وثانويات ورقلة

- صاحب الدراسة : دغة محمد

- سنة الدراسة : 2009

- جامعة :قاصدي مرباح ورقلة

- تساؤلات الدراسة :

هل يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات و ثانويات ورقلة للمهار التدريسية عن مستوى الاتقان 85 بالمئة ؟

هل يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة لمهارة التخطيط عن مستوى الإتقان 85 في المئة ؟

هل يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية متوسطات ثانويات ورقلة لمهارة التنفيذ عن مستوى الإتقان 85 بالمئة ؟

هل يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات لمهارة التقويم عن مستوى الإتقان

85 بالمئة ؟

هل يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة لمهارة إدارة الصف عن مستوى الإتقان 85 بالمئة ؟

هل يختلف مستوى أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة عن مستوى الإتقان 85 بالمئة باختلاف الوضعية المهنية ؟

هل يختلف مستوى أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة عن مستوى الإتقان 85 بالمئة باختلاف الأقدمية ؟

- فرضيات الدراسة :

يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة للمهارة التدريسية عن مستوى الإتقان 85 بالمئة .

يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة لمهارة التخطيط على مستوى الإتقان 85 بالمئة .

يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة لمهارة التنفيذ عن مستوى الإتقان 85 بالمئة .

يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة لمهارة التقويم عن مستوى الإتقان 85 بالمئة .

يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة لمهارة إدارة الصف عن مستوى الإتقان 85 بالمئة .

يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة عن مستوى الإتقان 85 بالمئة باختلاف التكوين .

يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة عن مستوى الإتقان 85 بالمئة باختلاف الوضعية المهنية .

يختلف أداء مدرسي اللغة الفرنسية في متوسطات وثانويات ورقلة عن مستوى الإتقان 85 بالمئة باختلاف الأقدمية .

المنهج المستخدم في الدراسة : المنهج الوصفي

الأداة المستخدمة في الدراسة : الملاحظة

مجتمع البحث : مدرسو اللغة الفرنسية بمتوسطات ورقلة و ثانوياتها مرسمون و متربصون و متعاقدون.

عينة الدراسة : تم اختيار مدرسي اللغة الفرنسية بمتوسطات ورقلة و ثانوياتها .

نتائج الدراسة :

دلت النتائج المتحصل عليها على أن أداء المدرسين في عمومهم دون مستوى الإتقان ويفسر هذا بأن اللغة الفرنسية كمادة تدرس أصابها الضعف لأسباب منها تغير نظرة المجتمع لمهنة التعليم وكان التعليم لا يلجأ إليه إلا الفاشلون .

وكذلك بينت النتائج أن السبب يعود إلى أن من المدرسين من لا يعير اهتماما كبيرا للتخطيط للدرس وأن طلبة المعلمين لا يعيرون اهتماما كافيا بالتخطيط .

وتوصلت النتائج أن مدرس اللغة الفرنسية وهو يحمل شهادة جامعية ليسانس فرنسية أو ماجيستير ولكنه في الواقع لم يتلقى التكوين التربوي والتعليمي الديداكتيكي المطلوب في التدريس .

وأوضحت النتائج أن المدرسين اعتادوا على الاختبارات الدورية الفعلية فقط مما يجعلهم لا يهتمون كثيرا بالتقويم المستمر والتقويم التشخيصي والتكويني والتحصيلي المستمر .

افتقار المدرسين إلى التكوين البيداغوجي ونقص الزاد التربوي والتجربة الممارسة لديهم خاصة الجدد مع إهمالهم لقواعد الاتصال الجيد .

وتبين أيضا أنه لا توجد فروق بين المدرسين من حيث التكوين ونجد فروقا ذات دلالة إحصائية بين مدرسي اللغة الفرنسية من حيث الوضعية المهنية ، وكذلك نجد فروقا ذات دلالة إحصائية بين مدرسي اللغة الفرنسية من حيث الأقدمية .

الدراسة الثالثة :

عنوان الدراسة : تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين دراسة ميدانية بقسم علوم الاعلام و الاتصال

صاحب الدراسة : بالعرابي أمال

سنة الدراسة : 2017-2018

جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم

التساؤل الرئيسي للدراسة : إلى أي مدى يأثر استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين ؟

التساؤلات الفرعية :

1) ما هي عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ؟

2) ماهي دوافع الطلبة الجامعيين وراء مشاهدة اليوتيوب ؟

3) فيما تتمثل الاشباعات التي يحققها الطلبة الجامعيين وراء استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب ؟

فرضيات الدراسة : لا توجد

المنهج المستخدم : المنهج المسحي .

أداة المستخدمة في الدراسة : الاستبيان

مجتمع البحث : طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة مستغانم

عينة الدراسة : السنة أولى و السنة الثانية ماستر بجميع تخصصاتها الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب .

نتائج الدراسة :

أثبتت نتائج الدراسة بأن الطلاب الجامعيين يتابعون اليوتيوب بصفة منتظمة ، و يعود هذا إلى اهتمام الطلبة بهذا الموقع و ما يبثه من برامج .

كشفت الدراسة بأن معظم أفراد العينة من طلاب يمتلكون خبرة عن هذا الموقع تتجاوز 3 سنوات و بالتالي هناك إدمان على الموقع بحث كانت نسبة كبيرة لاستخدام الموقع لأكثر من ثلاث سنوات .

تبين من إجابات بعض أفراد العينة دافعهم الأول لمتابعة صفحات اليوتيوب هو معرفة الأخبار ، دافع التسلية ، وحب الاستطلاع ، و بين تمضية الوقت و الترفيه .

بينت نتائج الدراسة أن الحاجات الشخصية والترفيهية التي يرغب الطالب في إشباع نفسه منها بدرجة كبيرة وقد تبين من خلال البيانات الإحصائية أن نسبة الإناث هم من يرغبون أكثر بإشباع أنفسهن من حاجات شخصية وترفيهية مقارنة مع نسبة الذكور وأتت في المرتبة الثانية الحاجات العلمية التي مالت الكفة هنا إلى نسبة الذكور على عكس فئة الإناث .

الدراسة الرابعة :

عنوان الدراسة : أثر استخدام اليوتيوب في تعلم مهارة النطق الصحيح للغة الإنجليزية لدى أطفال الروضة في المدارس الخاصة بمحافظة عمان .

صاحب الدراسة : أحلام فليح حسن العطيات

- جامعة : الشرق الأوسط عمان

- التساؤل الرئيسي : ما أثر استخدام اليوتيوب في تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الإنجلزية لدى أطفال الروضة مقارنة بالطريقة الاعتيادية ؟

الأسئلة الفرعية : لا توجد

- فرضيات الدراسة :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة في تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الإنجليزية لدى أطفال الروضة تغزى لاستخدام اليوتيوب مقارنة بالطريقة الاعتيادية .

- منهج الدراسة : المنهج الشبه التجريبي لملائمته أغراض الدراسة .

- أداة الدراسة : الملاحظة .

- مجتمع البحث : تكون مجتمع البحث من أطفال الروضة في المدارس الخاصة لمحافظة العاصمة عمان .

– عينة الدراسة : تم اختيار شعبتين من شعب الروضة المدرسة قرطاج الدولية التابعة لمديرية التعليم الخاص العاصمة عمان بالطريقة القصدية .

نتائج الدراسة : لا توجد .

الخلفية النظرية :

النظرية المستخدمة : لقد اعتمدنا في دراستنا على نظرية الاستخدامات و الإشباعات وهذا في كيفية استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب و الإشباعات المحققة منه في تعلم اللغة الفرنسية

مفهوم نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

يأخذ منظور الاستخدامات و الإشباعات وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام ويبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الاعلام و الإشباعات التي يحققونها من استخدامهم لتلك الوسائل ، حيث تهتم نظرية الاستخدامات و الإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة ، وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الاعلام ، خلافا للنظريات المبكرة مثل نظريات الآثار الموحدة والرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية منفصلة ، وتتصرف بناء على نسق واحد ، وبذلك يهتم مدحل الاستخدامات و الإشباعات بالسمات الفردية ، علاقتها بالرضى والإشباع وأنماط الدوافع والحاجات الفردية والمدخل السلوكي الذي تعتمد عليه الدراسات لرصد عادات وكثافة التعرض وذلك في إطار مدخل الاستخدامات و الإشباعات ، ووفقا لنظرية الاستخدامات و الإشباعات فإن وسائل الإعلام تشكل موردا وتلبية احتياجات الجمهور المختلفة ، وتحول السؤال من ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الإعلام ؟ ، حيث يبنى مدخل الاستخدامات و الإشباعات على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال ، التي تنشأ في ضل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الاتصال ، فضلا عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال ، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعات لهذه الحاجات ، وقد تنجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات وقد لا تنجح في ذلك ، وهي أكثر النظريات اختبارا وتطبيقا في المجتمعات العربية من قبل الباحثين ، وتمكننا من التعرف على أهداف أفراد الجمهور

من استخدامهم لوسائل الاعلام ، وذلك من خلال سؤالهم عن هذه الأهداف ودوافعهم واحتياجاتهم التي يعون وجودها .[24]

نشأة النظرية :

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري " تأليف كاتز و بلوملر 1974 " و دار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام و محتواها من جانب ، و دوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر .[25]

فروض النظرية :

– أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال و استخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .

– الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة ، و اختيار وسيلة إلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه و تحدده الفروق الفردية .

– التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال و ليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد .

[24] المجلة الرسمية للدراسات المتخصصة ، العدد (24) يوليو 2019 ص41
[25] محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ، دار العالمية للنشر و توزيع ، ط 1 ، 2003 ص252

– يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه ، و بدوافعه و اهتماماته ، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام .

– الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال .[26]

الانتقادات الموجهة النظرية :

1) أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة ، مثل الدافع ، الإشباع ، الهدف ، الوظيفة ، و هذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة ، و بالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات .

2) أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية و نفسية و اجتماعية ، و تختلف أهميتها من فرد لآخر ، و لتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام و اختيار المحتوى .

3) تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد و مقصود و هادف، و الواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك ، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة

4) تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات و الاشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية ، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد و تحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر .[27]

[26] محمود حسن إسماعيل ، مرجع سابق ذكره ، ص 254 - 255
[27] محمود حسن إسماعيل ، مرجع سابق ذكره ، ص257

علاقة الخلفية النظرية بموضوع الدراسة :

تهتم نظرية الاستخدامات و الإشباعات بعادات و أنماط استخدام الجمهور لوسيلة إعلامية معينة و دوافع هذا الاستخدام و الإشباعات الذي يمكن تحقيقها منه إذ ترتكز على الاختيار الذي يبديه الجمهور من مضمون الوسائل الإعلامية المختلفة و هو محور دراستنا إذ تهتم بعادات و أنماط استخدام طلبة علوم الإعلام و الاتصال لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية و الدوافع التي أدت إلى هذا الاستخدام و الإشباعات التي يمكن أن يحققها هذا المضمون الذي يختاره الطلبة من بين المضامين العديدة المتوفرة في هذا الموقع ألا و هو تعلم اللغة الفرنسية.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

- التعريف بميدان الدراسة

- إجراءات الدراسة الميدانية

- عرض و تحليل و تفسير نتائج الدراسة

التعريف بميدان الدراسة : قسم علوم الإعلام و الاتصال

التأسيس :

تم افتتاح شعبة علوم الإعلام و الاتصال على مستوى جامعة قاصدي مرباح ورقلة في الموسم الدراسي 2012 / 2011 بتعداد 249 طالبا و 15 أستاذ ، منهم سبعة دائمين و الباقي مؤقتين .

قسم علوم الإعلام و الاتصال :

يتكون قسم علوم الإعلام و الاتصال من عدة تخصصات حسب التفرع ثانية ليسانس **اعلام و اتصال** و ثالثة ليسانس تنقسم إلى تخصصين **اعلام – اتصال** أما في طور الماستر يتكون على تخصصين **السمعي البصري – اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة** ، بتعداد 1223 طالب على مختلف الأطوار من ثانية ليسانس إلى الثانية ماستر .

إجراءات الدراسة الميدانية :

انطلاقا من الأسئلة الفرعية و اختيار زاوية تناول الموضوع تبينت لنا الأداة المستخدمة في الجانب الميداني و هي أداة الاستبيان حيث تعتبر الأداة الأنسب لدراسة هذا الموضوع و تماشيا مع الأسئلة الفرعية تم الإعداد لمسودة تتضمن مجموعة من المؤشرات التي يمكن أن تجيب عن هذه التساؤلات عند قياسها من خلال البيانات المتحصل عليها من المبحوثين بعد إعداد هذه المسودة مع الأستاذ المشرف تم توزيعها على ثلاثة أساتذة محكمين و هم :

– الأستاذ الزاوي محمد الطيب ، أستاذ مساعد (أ) بقسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة ورقلة.

– الأستاذة فضيلة التومي ، أستاذة التعليم العالي بقسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة ورقلة .

– الأستاذ قندوز عبد القادر، أستاذ محاضر بقسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة ورقلة .

بعد استرجاع الاستبانات من المحكمين و تعديل ما يمكن تعديله وفقا للملاحظات المقدمة من طرف الأساتذة المذكورين سابقا قمنا بإعداد 60 وثيقة استبانة و تم توزيعها إلكترونيا على العينة المتمثلة في طلبة علوم الإعلام و الاتصال جامعة ورقلة و الذين يستخدمون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية

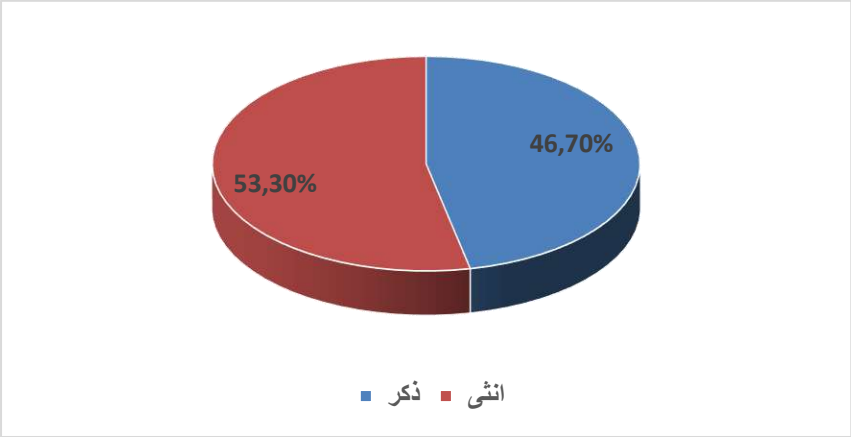
، تم استرجاع جميع الاستبانات بطريقة إلكترونية و تم تفريغ بياناتها عن طريق (أس بي أس أس) و نتائجها نعرضها في المحور التالي .

عرض و تحليل و تفسير نتائج الدراسة

الجدول رقم 1 : توزيع العينة حسب الجنس

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	28	46.7%
انثى	32	53.3%
مجموع	60	100%

يبين الجدول رقم (1) أفراد العينة حسب الجنس أن نسبة الإناث قدرت ب 53.3 % بينما بلغت نسبة الذكور 46.7% من المجموع الكلي لمجتمع البحث .

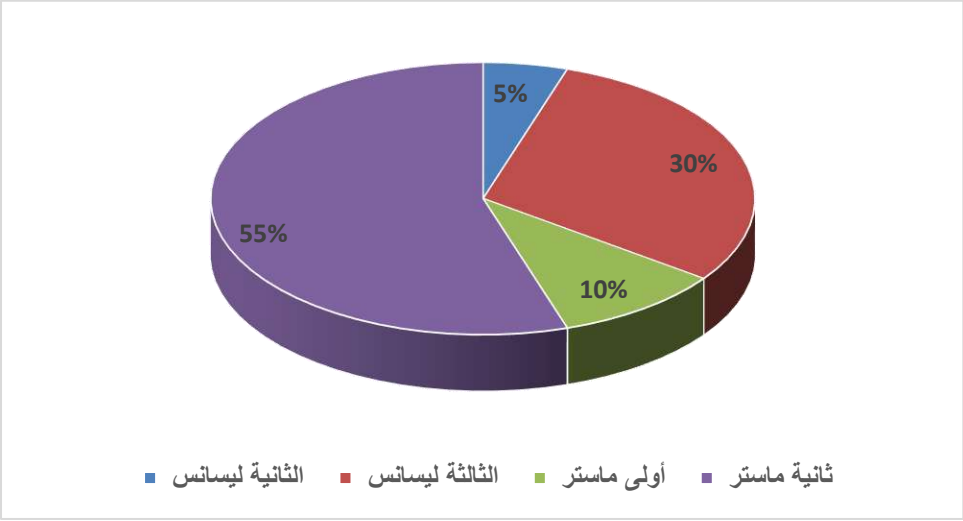


الشكل رقم 1 يمثل توزيع العينة حسب الجنس

الجدول رقم 2 توزيع العينة حسب المستوى

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الثانية ليسانس	3	5%
الثالثة ليسانس	18	30%
أولى ماستر	6	10%
ثانية ماستر	33	55%
مجموع	60	100%

يمثل الجدول رقم (2) توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي لطلبة علوم الإعلام و الاتصال حيث قدرت أعلى نسبة للسنة الثانية ماستر بنسبة 55% ثم تليها الثالثة ليسانس بنسبة 30% و يليها الأولى ماستر بنسبة10% وكانت النسبة الأقل لسنة الثانية ليسانس بنسبة 5% .

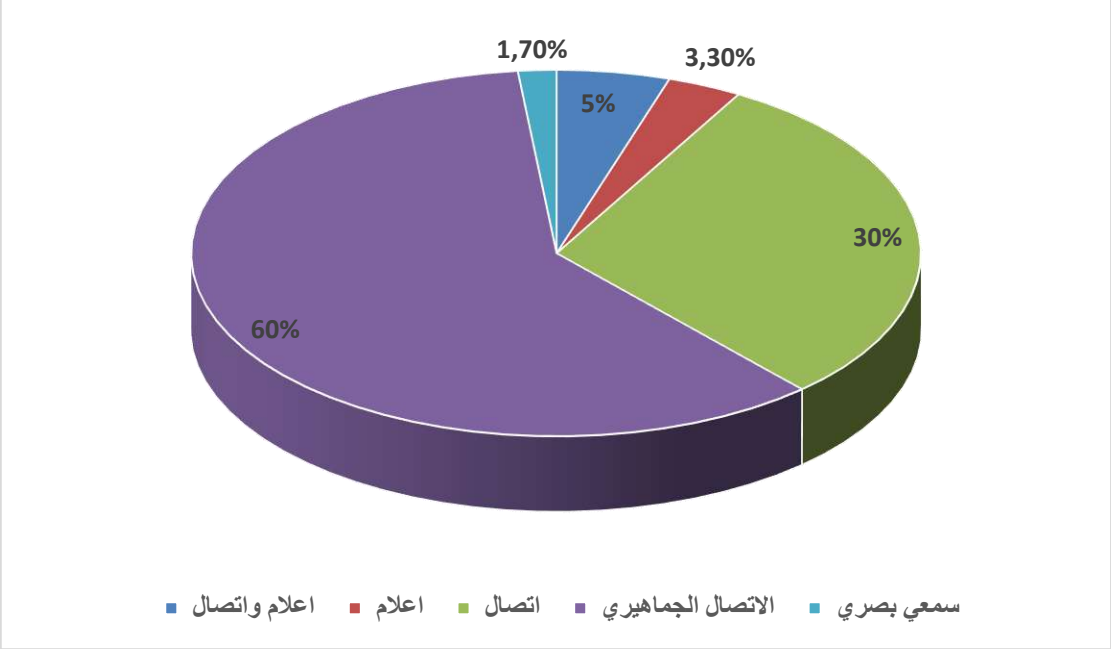


الشكل رقم 2 يمثل توزيع العينة حسب المستوى

الجدول رقم 3 توزيع العينة حسب التخصص

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
اعلام واتصال	3	5%
اعلام	2	3.3%
اتصال	18	30%
الاتصال الجماهيري	36	60%
سمعي بصري	1	1.7%
مجموع	60	100

يمثل الجدول رقم (3) توزيع حسب التخصص حيث كانت النسبة الأكبر لطلبة تخصص الاتصال الجماهيري بنسبة 60% ثم يليها تخصص الاتصال بنسبة 30% و يليها تخصص الإعلام و الاتصال بنسبة 5% و تخصص الإعلام ب 3.3% و في الأخير تخصص السمعي البصري ب 1.7% .

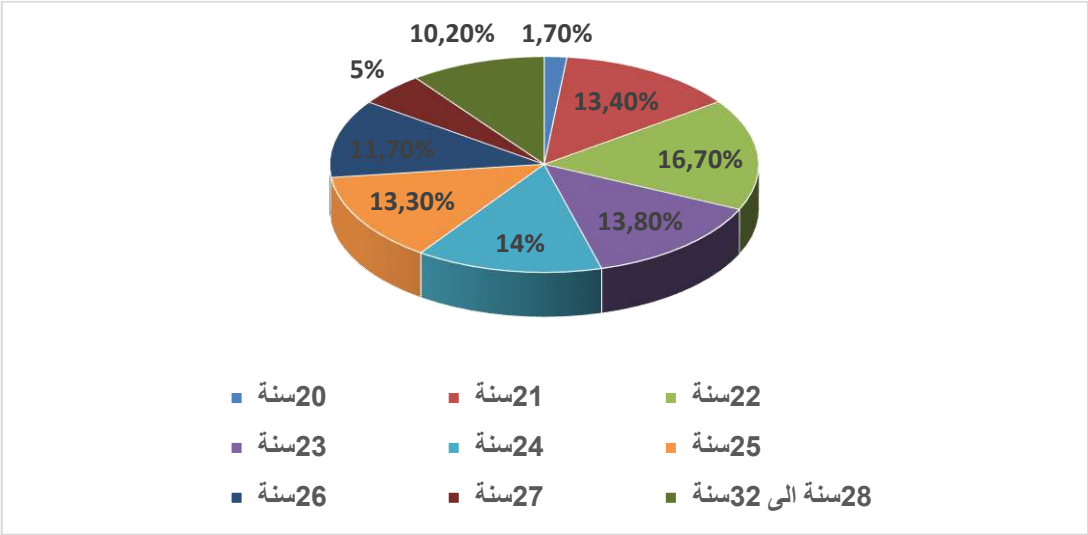


الشكل رقم 3يمثل توزيع العينة حسب التخصص

الجدول رقم 4 يمثل توزيع العينة حسب السن

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
20سنة	1	1.7%
21سنة	8	13.4%
22سنة	10	16.7%
23سنة	8	13.8%
24سنة	9	14%
25سنة	8	13.3%
26سنة	7	11.7%
27سنة	3	5%
28سنة الى 32سنة	6	10.4%
المجموع	60	100

الجدول رقم (4) يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن حيث قدرت الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 25 سنة) ب 72.9% و كانت نسبة أكبر من المجموع الكلي لأفراد العينة و قدرت الفئة العمرية (من 26 سنة إلى 32 سنة) ب 27.1% و كانت نسبة مقبولة نوعا ما من المجموع الكلي لأفراد العينة .

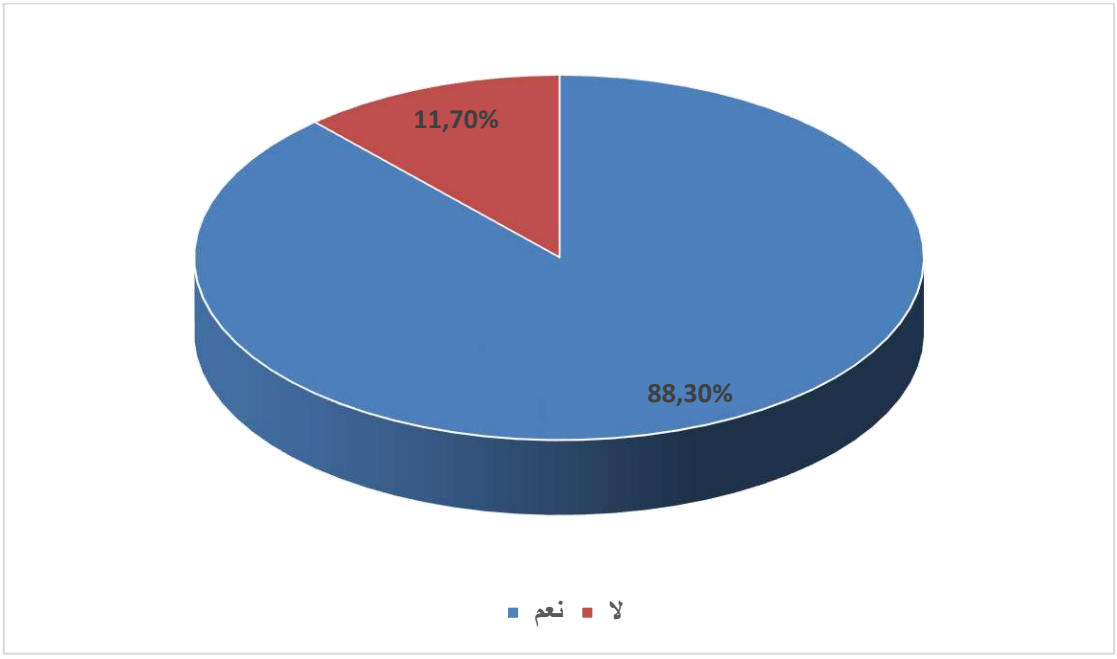


الشكل رقم 4يمثل توزيع العينة حسب السن

الجدول رقم 5 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم موقع اليوتيوب لأغراض علمية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	53	88.3%
لا	7	11.7%
المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم (5) توزيع أفراد العينة الذين يستخدمون موقع اليوتيوب لأغراض علمية و قدرت نسبة الذين أجابوا بنعم ب 88.3% و هي نسبة كبيرة مقارنة مع الذين أجابوا بلا حيث قدرت نسبتهم ب 11.7% و بناء على بيانات الجدول اتضح لنا أن غالبية أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب لأغراضهم العلمية و ذلك يعود إلى اهتمام أفراد العينة بهذا الموقع و ما يقدمه من محتويات علمية .

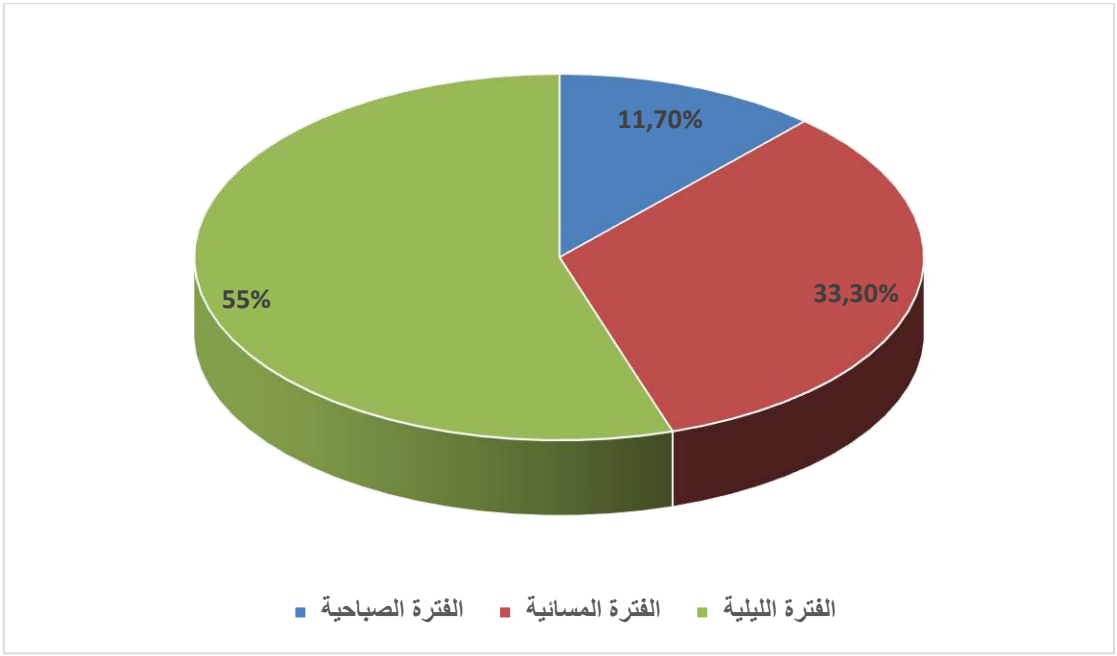


الشكل رقم 5 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم موقع اليوتيوب لأغراض علمية

الجدول رقم 6 يمثل توزيع العينة حسب الفترات التي تستخدم فيها موقع اليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الفترة الصباحية	7	11.7%
الفترة المسائية	20	33.3%
الفترة الليلية	33	55%
المجموع	60	100

يشير الجدول رقم (6) توزيع أفراد العينة حسب الفترات التي يستخدم فيها موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية و أوضحت النسب أن الفترة الليلية هي أكثر فترة يستخدم فيها موقع اليوتيوب حيث قدرت ب 55% و تليها الفترة المسائية بنسبة 33.3% و تليها الفترة الصباحية و قدرت بنسبة أقل ب 11.7% و بناء على هاته الإحصائيات تبين لنا أن بعد جمع إحصائيات الفترة الليلية و المسائية و هي على الأغلب الفترة التي يتفرغ لها أفراد العينة عكس الفترة الصباحية التي يكون فيها أفراد العينة ملتحقين بالدراسة أو أمور أخرى .



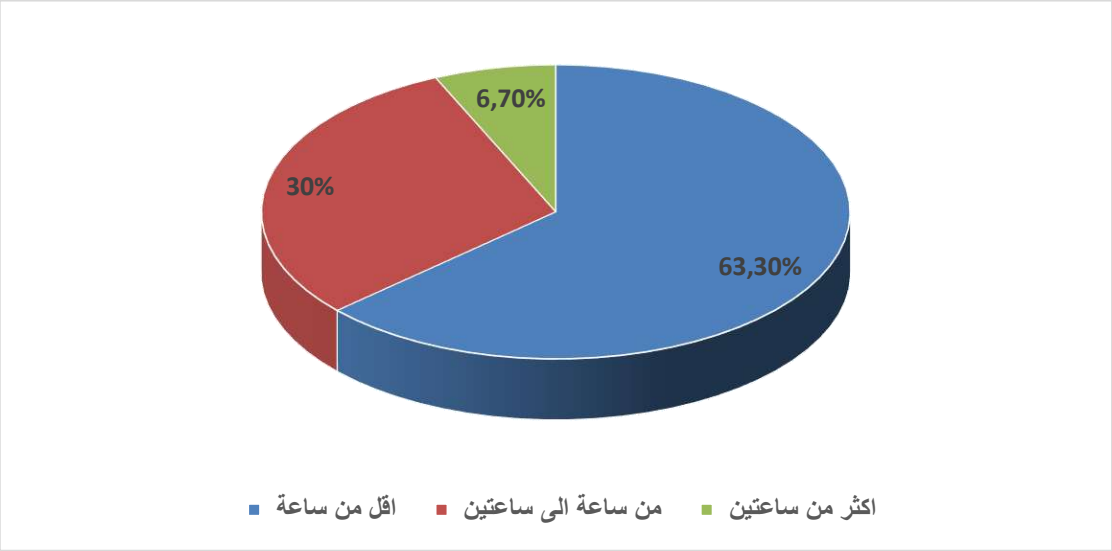
الشكل رقم 6 يمثل توزيع العينة حسب الفترات التي تستخدم فيها موقع اليوتيوب

الجدول رقم 7 يمثل توزيع العينة حسب الوقت المستغرق في الجلسة الواحدة لتصفح موقع اليوتيوب لتعلم الفرنسية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
اقل من ساعة	38	63.3%
من ساعة الى ساعتين	18	30%
اكثر من ساعتين	4	6.7%
المجموع	60	100

يوضح الجدول رقم 7 توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في الجلسة الواحدة بتصفح موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية اتضح لنا في الجدول أعلاه أن الوقت المستغرق من طرف أفراد العينة لتعلم اللغة الفرنسية قدر في الخيار الأول (أقل من ساعة) بنسبة 63.3% وتليها المدة (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة 30% وتليها المدة (أكثر من ساعتين) في الجلسة بنسبة

6.7% واتضح لنا من خلال النتائج أن غالبية أفراد العينة يتصفحون الدروس التي مدتها أقل من ساعة أو الدروس التي لا تتجاوز ساعتين على الأغلب وهذا راجع حسب الاستخدام فقد تكون في إطار علمي أو ترفيهي أو مراسلة شخصية أو الاطلاع على الأخبار أو الميول إلى الشخصية الأخرى .....الخ .

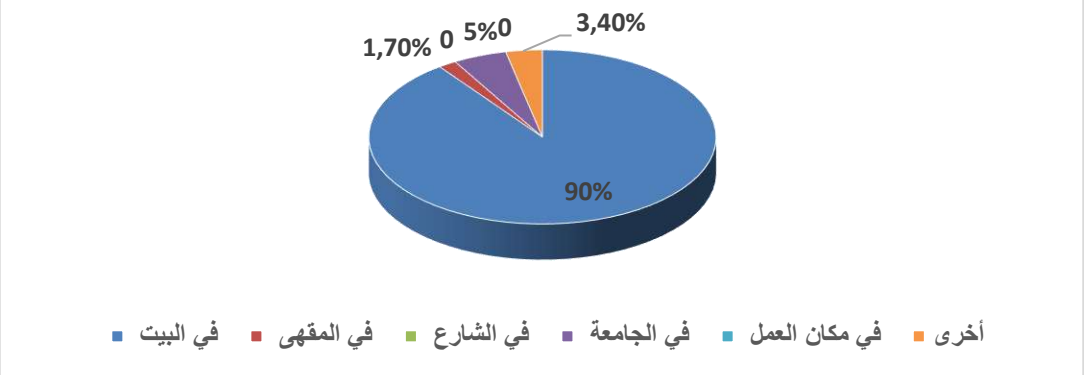


الشكل رقم 7 يمثل توزيع العينة حسب الوقت المستغرق في الجلسة الواحدة لتصفح موقع اليوتيوب لتعلم الفرنسية

الجدول رقم 8 يمثل توزيع العينة حسب تفضل مشاهدة فيديوهات اليوتيوب الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
في البيت	54	90%
في المقهى	1	1.7%
في الشارع	0	0
في الجامعة	3	5%
في مكان العمل	0	0
أخرى	2	3.4%
المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم 8 الأماكن التي يفضلها أفراد العينة في مشاهدة فيديوهات اليوتيوب الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية واتضح من خلال الاحصائيات في الجدول أن غالبية أفراد العينة يفضلون مشاهدة فيديوهات اليوتيوب الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في البيت بنسبة 90% وتعتبر نسبة كبيرة وتليها في الجامعة بنسبة 5% ثم تليها أماكن أخرى متعددة بنسبة 3.4% وتليها أخيرا نسبة المشاهدة في المقهى ب 1.7% أما في الشارع ومكان العمل فكان نسبة صفرية وبناء على هاته النتائج تبين لنا أن غالبية أفراد العينة يفضلون مشاهدة فيديوهات موقع اليوتيوب الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في البيت وهذا راجع حسب فترة التفرغ وتكون غالبا في الفترات المسائية والليلية.



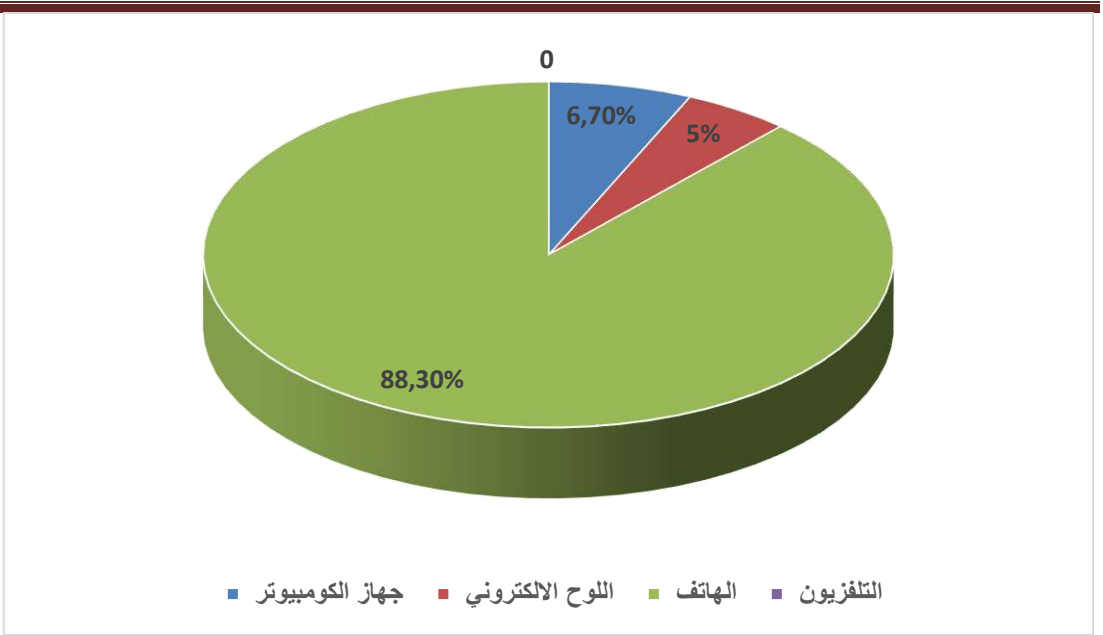
الشكل رقم 8 يمثل توزيع العينة حسب تفضل مشاهدة فيديوهات اليوتيوب الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في .

الجدول رقم 9 : توزيع العينة حسب الوسيلة المعتمدة في تصفح موقع اليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
جهاز الكومبيوتر	4	6.7%
اللوح الالكتروني	3	5%
الهاتف	53	88.3%
التلفزيون	0	0
المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم 9 توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المعتمدة في تصفح موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية حيث تبين لنا أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي بأعلى نسبة والتي قدرت ب 88.3% ويليها جهاز الكمبيوتر بنسبة 6.7% ثم يليه اللوح الإلكتروني 5% .

وتبين لنا من خلال النتائج أن أفراد العينة لا يستخدمون التلفزيون كوسيلة في تصفح موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية وبناء على هاته النتائج اتضح لنا أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على الهاتف كوسيلة لتصفح موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية وهذا لسهولة استخدامه والمميزات التي يحتويها وكونه متاحا لدى أغلب أفراد العينة.



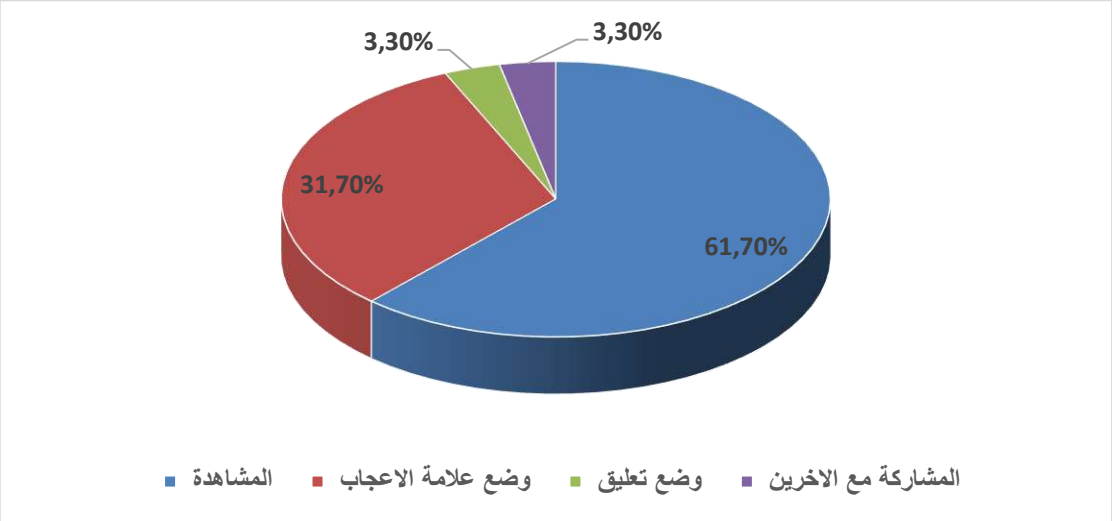
الشكل رقم 9 يمثل توزيع العينة حسب الوسيلة المعتمدة في تصفح موقع اليوتيوب

الجدول رقم 10 يمثل توزيع العينة حسب تتفاعل مع مقاطع الفيديو الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في اليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
المشاهدة	37	61.7%
وضع علامة الاعجاب	19	31.7%
وضع تعليق	2	3.3%
المشاركة مع الاخرين	2	3.3%
المجموع	60	100%

يمثل الجدول رقم 10 توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع مقاطع الفيديو الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في اليوتيوب وتبين لنا أن أفراد العينة الذين يكتفون بالمشاهدة قدرت بنسبة 61.7% ثم يليها الذين يتفاعلون بوضع علامة الاعجاب بنسبة 31.7% بينما كانت نسبة الذين يضعون التعليق والمشاركة مع الآخرين متساوية بنسبة 3.3% وبناء على هاته الاحصائيات اتضح لنا أن ثلث أفراد العينة يمكن تصنيفهم ضمن الجمهور النشط أما البقية فهو جمهور بين الفعلي والمتعرض.

الجمهور النشط : وهو الجزء الذي يتفاعل أي يستجيب للرسائل الإعلامية سواء بالإيجاب وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية والدعوات الانتخابية أو بالسلب وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو على الأقل ضمان حياده .[28]



الشكل رقم 10 يمثل توزيع العينة حسب تتفاعل مع مقاطع الفيديو الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في اليوتيوب

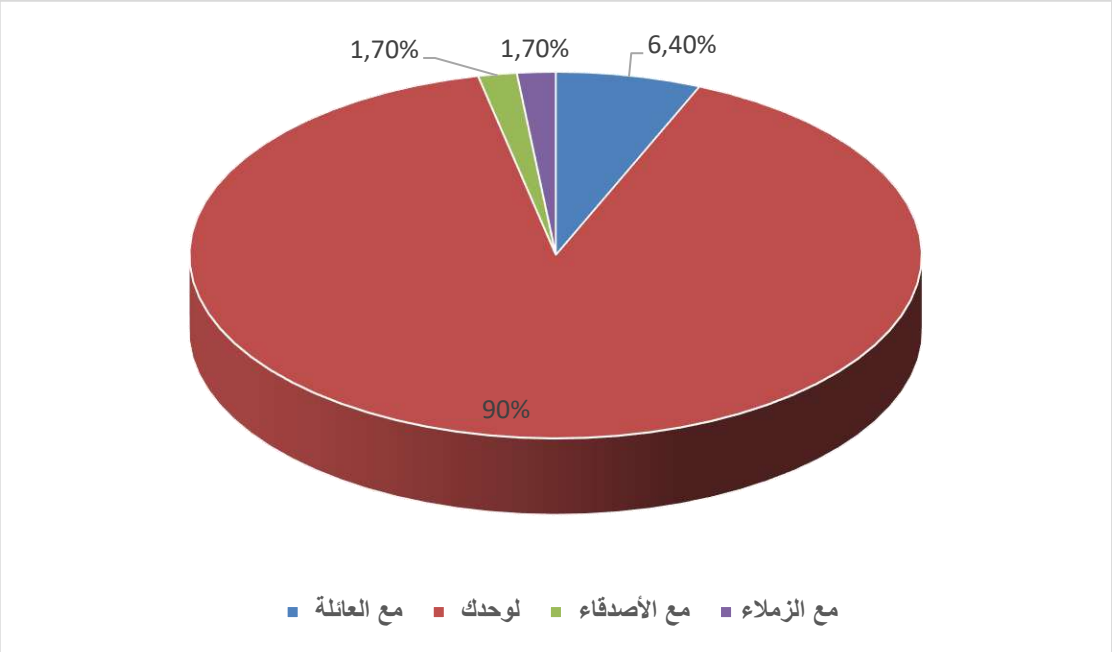
الجدول رقم 11 يمثل توزيع العينة حسب مع من تستخدم موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
مع العائلة	4	6.4%
لوحدك	54	90%
مع الأصدقاء	1	1.7%
مع الزملاء	1	1.7%

[28] علي قسايسية ، النظرية و المنهجية لدراسات التلقي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال ، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر ، جامعة الجزائر ، 2006 – 2007 . ص71

المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم 11 توزيع أفراد العينة حسب مع من يستخدمون موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية وتنبين لنا مكن خلال الجدول أن أفراد العينة يفضلون استخدام موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية بوحدهم حيث بلغ خيار استخدام موقع اليوتيوب لوحدك نسبة 90% في حين بلغت نسبة استخدام موقع اليوتيوب مع العائلة ب 6.4% وكانت نسبة استخدام موقع اليوتيوب مع الأصدقاء والزملاء متساوية ب1.7% وبناء على هاته النتائج تبين لنا أن أفراد العينة يفضلون استخدام موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية لوحدهم .



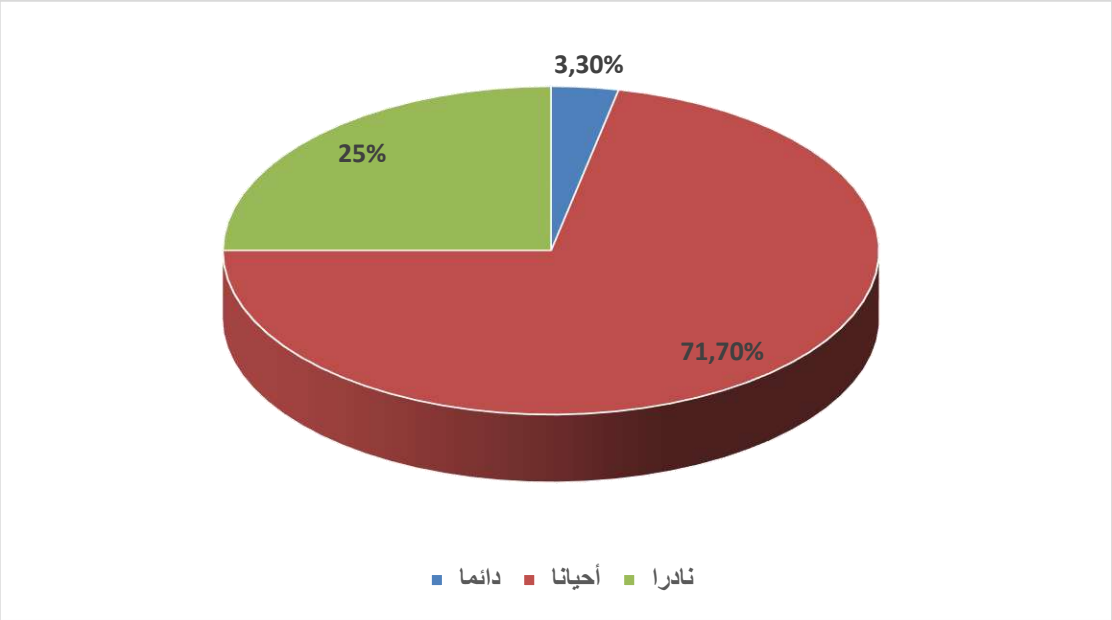
الشكل رقم 11 يمثل توزيع العينة حسب مع من تستخدم موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية

الجدول رقم 12 يمثل توزيع العينة حسب متابعة القنوات التعليمية بشكل متواصل على اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	2	3.3%
أحيانا	43	71.7%
نادرا	15	25%

المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم 12 التوزيع حسب متابعة أفراد العينة للقنوات التعليمية على موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية حيث صرح أفراد العينة أنهم أحيانا ما يتابعون القنوات التعليمية لتعلم اللغة الفرنسية بنسبة 71.7% وصرح البعض أنهم نادرا ما يتابعون القنوات التعليمية على موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية بنسبة25% في حين صرح بعض الأفراد أنهم دائما ما يتابعون القنوات التعليمية بنسبة 3.3% وبناء على هاته النتائج المتحصل عليها تبين لنا أن غالبية ألأفراد العينة أحيانا ما يتابعون القنوات التعليمية بشكل متواصل على موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية وذلك حسب الاهتمام والحاجة.



الشكل رقم 12 يمثل توزيع العينة حسب تتابع القنوات التعليمية بشكل متواصل على اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية

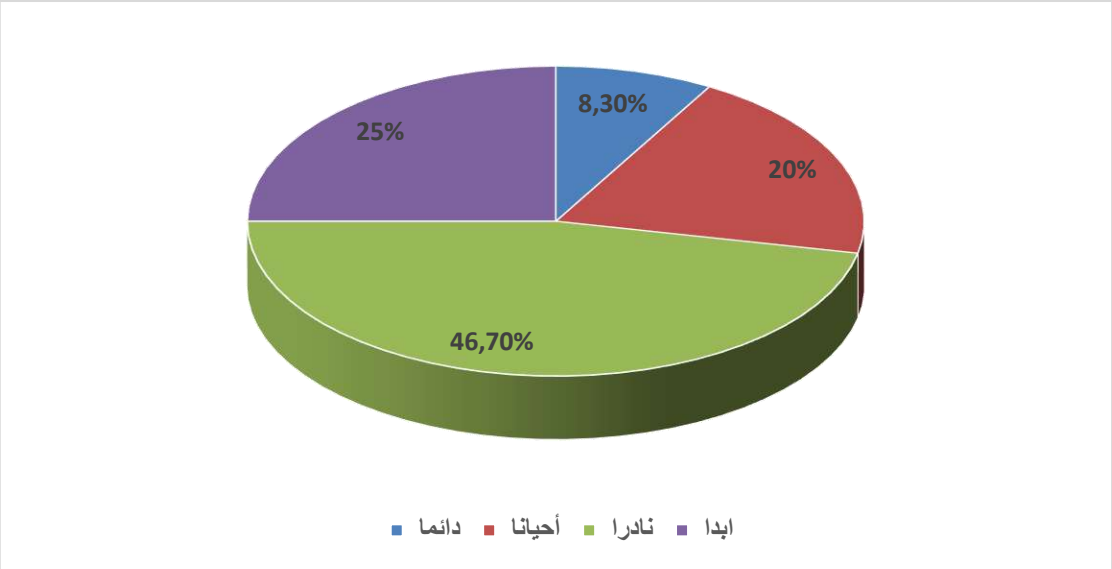
الجدول رقم 13 يمثل توزيع العينة حسب تقوم بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع الطلاب والأصدقاء

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	5	8.3%
أحيانا	28	46.7%
نادرا	12	20%
ابدا	15	25%

المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم 13 توزيع أفراد العينة حسب القيام بمشاركة مقاطع الفيديو مع الطلاب و الأصدقاء حيث اتضح لنا أن أفراد العينة بنسبة 46.7% من المجموع الكلي لمجتمع البحث أحيانا ما يقومون بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع الطلاب و الأصدقاء و تبين أن بعض الأفراد بنسبة 8.3% دائما ما يقومون بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمية بينما صرح بعض الأفراد أنهم نادرا ما يقومون بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمية بنسبة 20% بينما صرح البعض أنهم لا يقومون أبدا بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمية بنسبة 25%

من خلال نتائج هذا الجدول تبين لنا أن المبحوثين يكتفون بمشاهدة هذه المقاطع دون مشاركتها مع أصدقائهم إلا في حالات نادرة أو إذا ما تبين أن بعضها يستحق مشاركته مع الآخرين الذين لهم نفس الاهتمامات معهم .



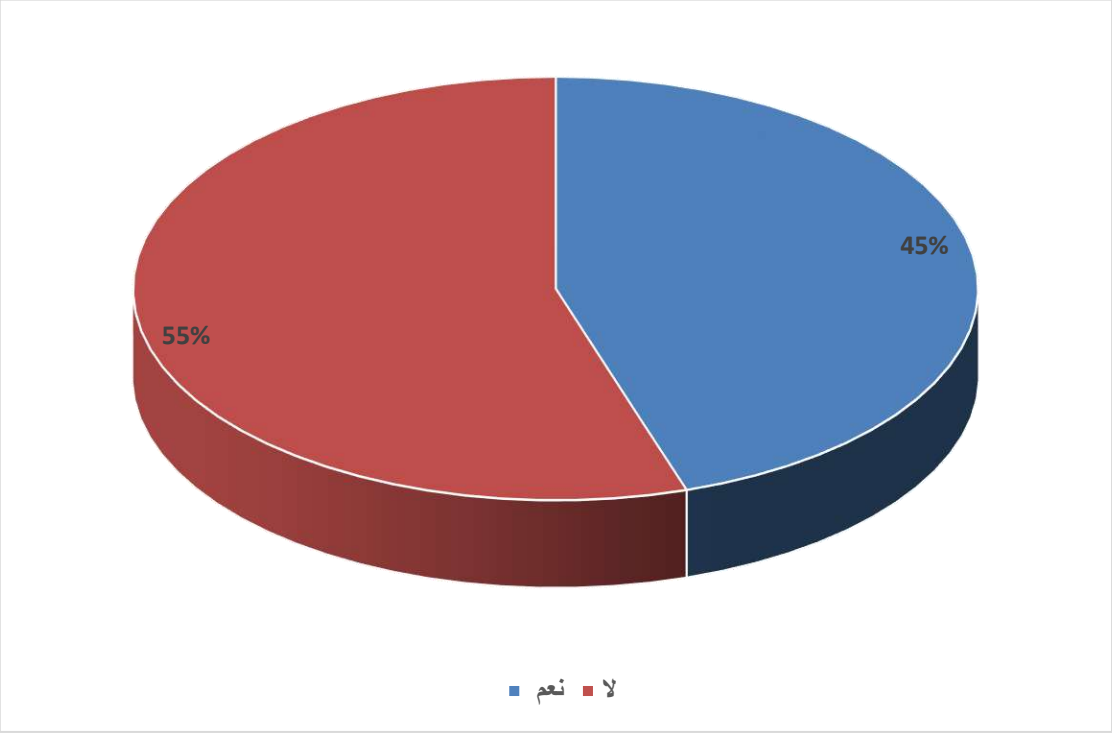
الشكل رقم 13 يمثل توزيع العينة حسب تقوم بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع الطلاب والأصدقاء

الجدول رقم 14 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم الفرنسية اثر على سلوكك مع الاخرين

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية

نعم	27	45%
لا	33	55%
المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم (14) تأثير استخدام موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية على سلوك أفراد العينة مع الآخرين حيث تبين لنا من خلال الإحصائيات نسبة 45% من المجموع الكلي لمجتمع البحث أجابوا بنعم بينما نسبة 55% من المجموع الكلي لمجتمع البحث أجابوا بلا و يوضح لنا هذا أن تأثير استخدام موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية على سلوك أفراد العينة مع الآخرين بشكل متقارب حسب القدرة الاستيعابية للفرد .



الشكل رقم 14 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم الفرنسية اثر على سلوكك مع الاخرين

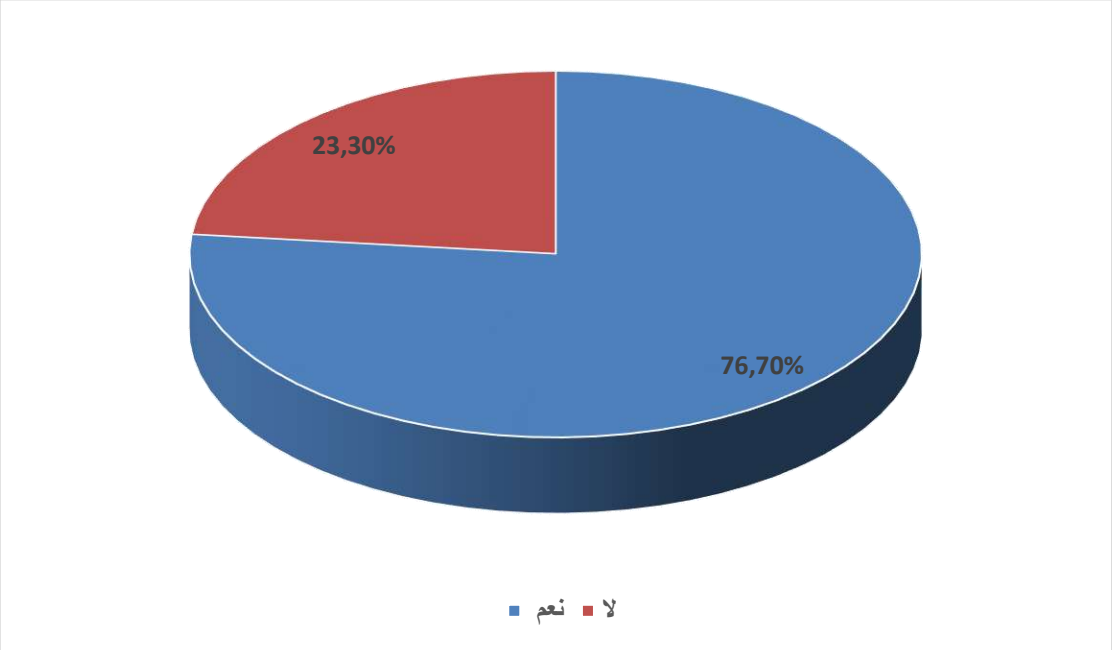
الجدول رقم 15يمثل توزيع العينة حسب تتعلم اللغة الفرنسية من اليوتيوب اجل تواصل مع الاخرين

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية

نعم	46	76.7%
لا	14	23.3%
المجموع	60	100

يبين الجدول رقم 15 توزيع تعلم أفراد العينة للغة الفرنسية من اليوتيوب من أجل التواصل مع الأخرين و اتضحت لنا أن غالبية أفراد العينة قد أجابوا بنعم بنسبة 76.7% بينما أجاب الباقي بلا بنسبة 23.3% .

فمن خلال هذه الإحصائيات تبين لنا أن أفراد العينة يتعلمون اللغة الفرنسية من أجل التواصل مع الآخرين كونها ضرورة حتمية نظرا لأهمية اللغات الأجنبية في الدراسة أو في المجالات الأخرى مثل لغة الحاسوب .



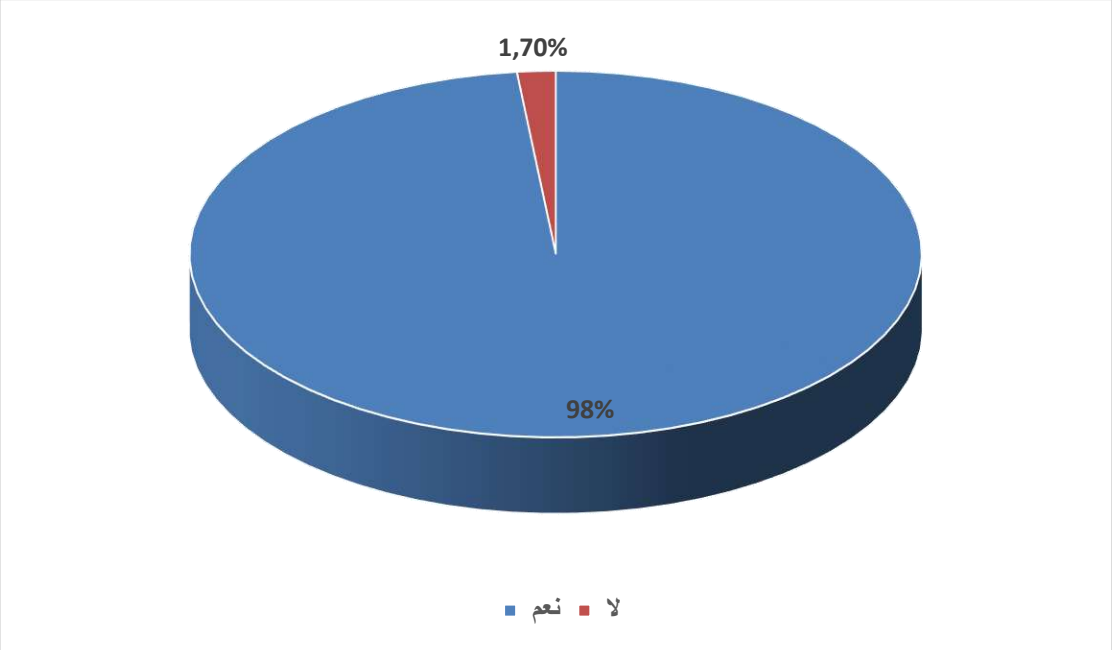
الشكل رقم 15يمثل توزيع العينة حسب تتعلم اللغة الفرنسية من اليوتيوب اجل تواصل مع الاخرين

الجدول رقم 16 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم اليوتيوب في تعلم الفرنسية من اجل اكتساب مفردات جديدة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	59	98.3%

لا	1	1.7%
المجموع	60	100

يبين الجدول رقم 16 توزيع حسب استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية من أجل اكتساب مهارات جديدة و تبين لنا أن غالبية أفراد العينة أجابوا بنعم بنسبة 98.3% بنما أجاب الباقي بلا بنسبة 1.7% و تبين لنا من خلال هاته الإحصائيات أن أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية من أجل اكتساب و مفردات جديدة تساعدهم في عمليات التواصل و أمور أخرى ، فالتواصل مع الآخرين بأريحية راجع إلى القاموس اللغوي الذي يملكه كل فرد و كيفية الاستخدام الأنسب له .



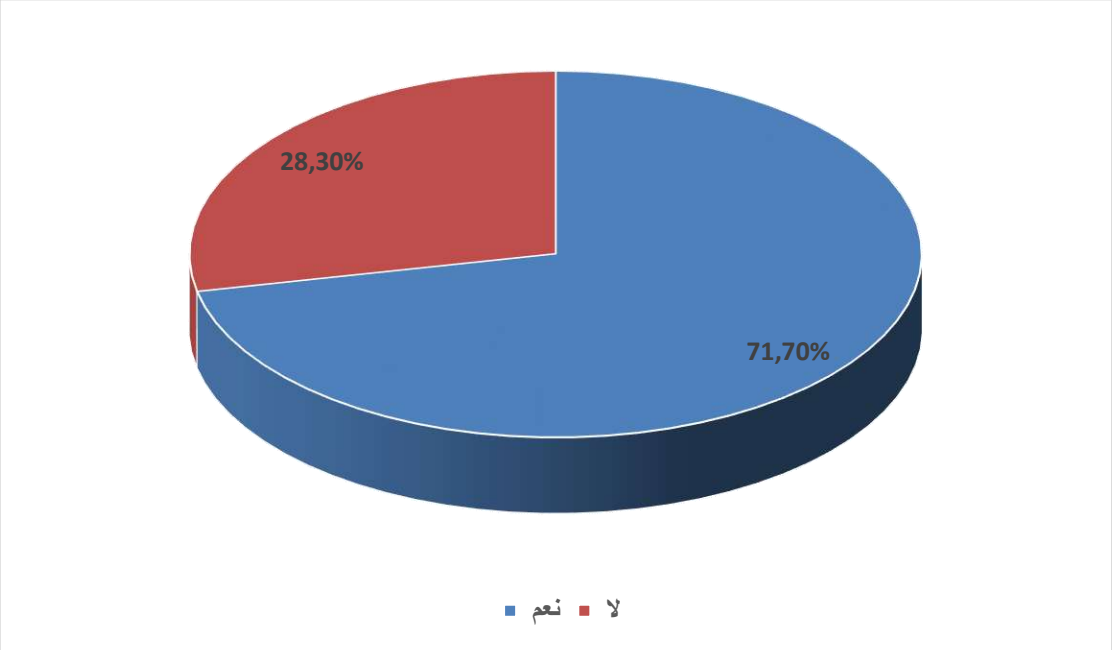
الشكل رقم 16 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم اليوتيوب في تعلم الفرنسية من اجل اكتساب مفردات جديدة

الجدول رقم 17 يمثل توزيع العينة حسب تفضل اليوتيوب عن المواقع الأخرى في تعلم الفرنسية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	71.7%

لا	17	28.3%
المجموع	60	100

يشير الجدول رقم 17 إلى تفضيل أفراد العينة لموقع اليوتيوب عن المواقع الأخرى في تعلم اللغة الفرنسية و تبين لنا أن غالبية أفراد العينة أجابوا بنعم بنسبة 71.7% بينما أجاب البعض بلا بنسبة 28.3% و من خلال هاته النتائج اتضح لنا أن الغالبية يفضلون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية عن المواقع الأخرى بينما يفضل البعض مواقع أخرى ، وذلك لأن اليوتيوب يعتمد على الفيديوهات القصيرة من جهة أي أنها لا تحدث مللا لدى المتابع و معلوماتها مركزة من جهة أخرى .



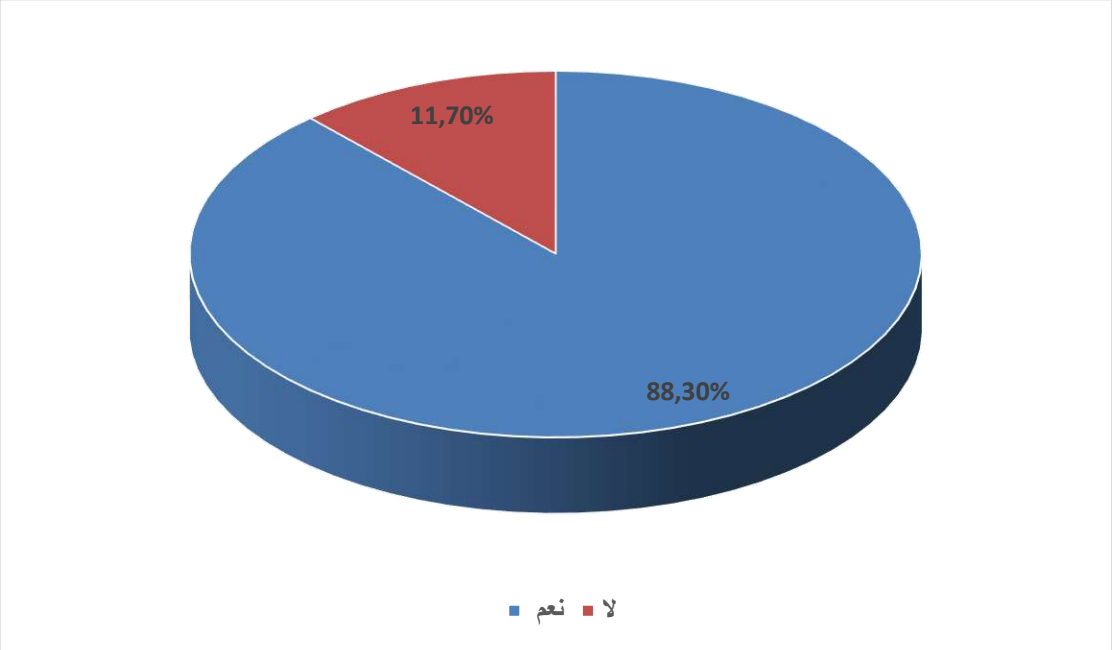
الشكل رقم 17 يمثل توزيع العينة حسب تفضل اليوتيوب عن المواقع الأخرى في تعلم الفرنسية

الجدول رقم 18 يمثل توزيع العينة حسب استخدام اليوتيوب في تعلم الفرنسية بسبب الاعتماد الموقع على تقنية الفيديو

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	53	88.3%

لا	7	11.7%
المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم 18 توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بسبب اعتماد الموقع على تقنية الفيديو كانت إجابة الغالبية بنعم بنسبة 88.3% بينما كانت إجابة الباقي بلا بنسبة 11.7% و من خلال هذا تبين لنا أن معظم أفراد العينة يفضلون موقع اليوتيوب لاعتماده على تقنية الفيديو و لأن الفيديوهات تساعد على التذكر و تستخدم أكثر من حاسة فتعدد استخدام الحواس في اكتشاف المحيط يساعد أكثر على فهم ما يجري فيه .



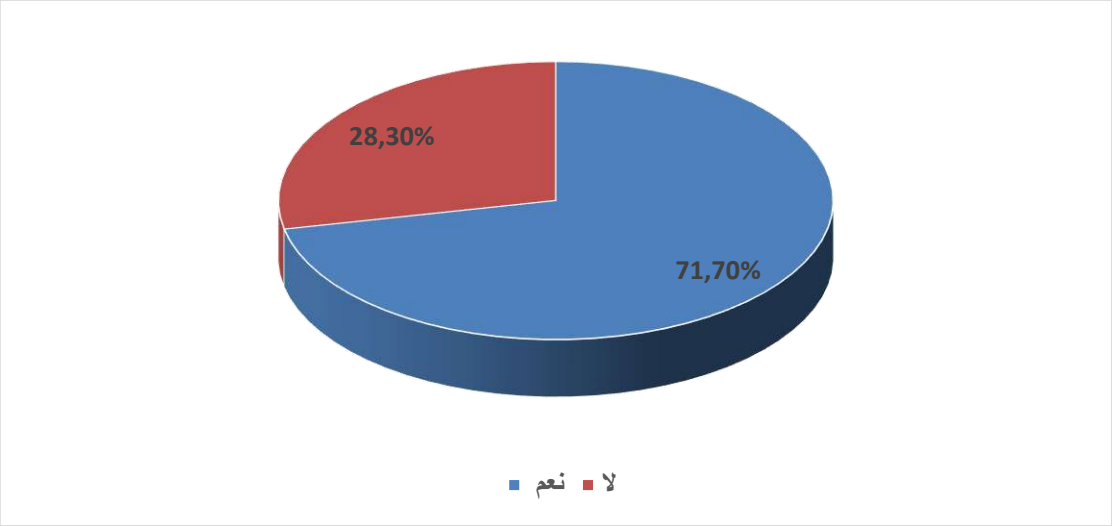
الشكل رقم 18 يمثل توزيع العينة حسب استخدام اليوتيوب في تعلم الفرنسية بسبب الاعتماد الموقع على تقنية الفيديو

الجدول رقم 19 يمثل توزيع العينة حسب استخدام اليوتيوب في تعلم الفرنسية بدافع تعويض غلاء تكلفة الدروس الخصوصية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	71.7%

لا	17	28.3%
المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم 19 توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بدافع تعويض غلاء تكلفة الدروس الخصوصية و كانت إجابة غالبية أفراد العينة بنعم بنسبة 71.7% بينما كانت إجابة الباقي بلا و بنسبة 28.3% و بناء على هذا اتضح لنا أن أفراد العينة غالبيتهم يستخدمون اليوتيوب بدافع تعويض غلاء تكلفة الدروس الخصوصية و هذا لسهولة استخدامه و الدروس و توفر الدروس المجانية ، و هذا قد يرجع أيضا إلى الحالة الاجتماعية لأغلب أفراد العينة بينما يفضل الآخرون الدروس الخصوصية الحضورية لما فيها من تفاعل بين القائم بالاتصال و المتلقي و الشرح المبهم و هذا ما يكون أدعى إلى الفهم .



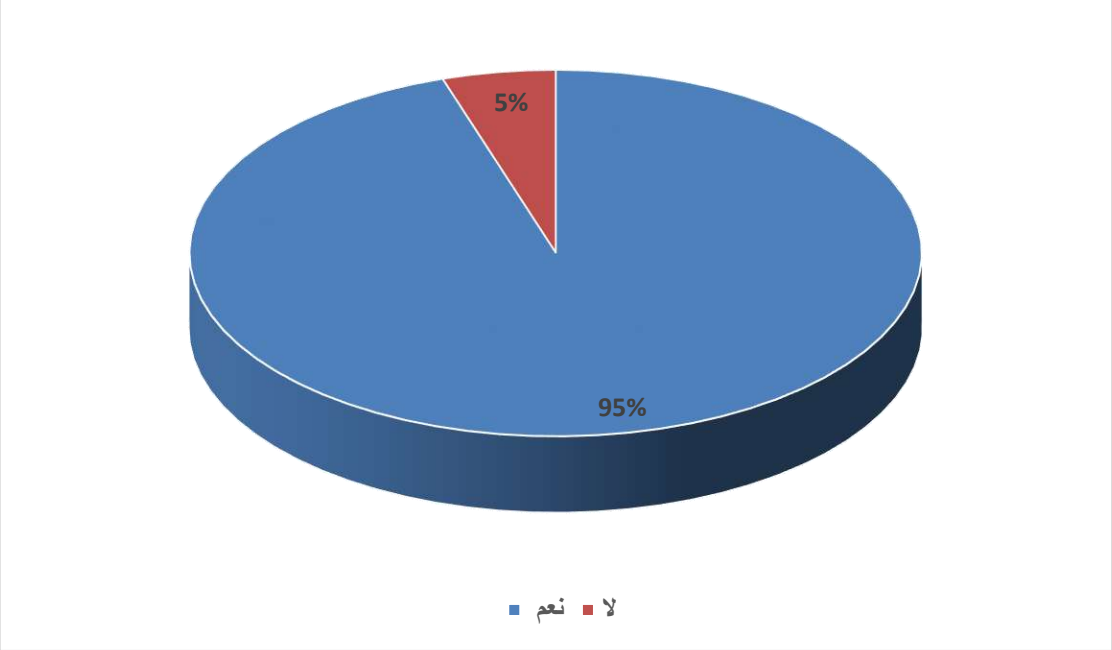
الشكل رقم 19 يمثل توزيع العينة حسب استخدام اليوتيوب في تعلم الفرنسية بدافع تعويض الغلاء تكلفة الدروس الخصوصية

الجدول رقم 20 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب في تعلم الفرنسية بدافع زيادة الرصيد المعرفي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	57	95%

لا	3	5%
المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم 20 توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بدافع زيادة الرصيد المعرفي و اتضح لنا من خلال الجدول أن النسبة كانت كبيرة للدين أجابوا بنعم حيث قدرت بنسبة 95% بينما كانت نسبة الدين أجابوا بلا ضئيلة جدا بنسبة 5% و بناء على هذا فإن جل أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بدافع زيادة الرصيد المعرفي ، و لأن المضامين المستخدمة تعليمية و ليست للتسلية و هذا ما يفسر زيادة الرصيد المعرفي لمستخدمها مع عدم نسي عنصر التشويق الذي قد يعتري هذه المضامين من أجل الفهم الأكثر لمحتوى هذا المضمون .



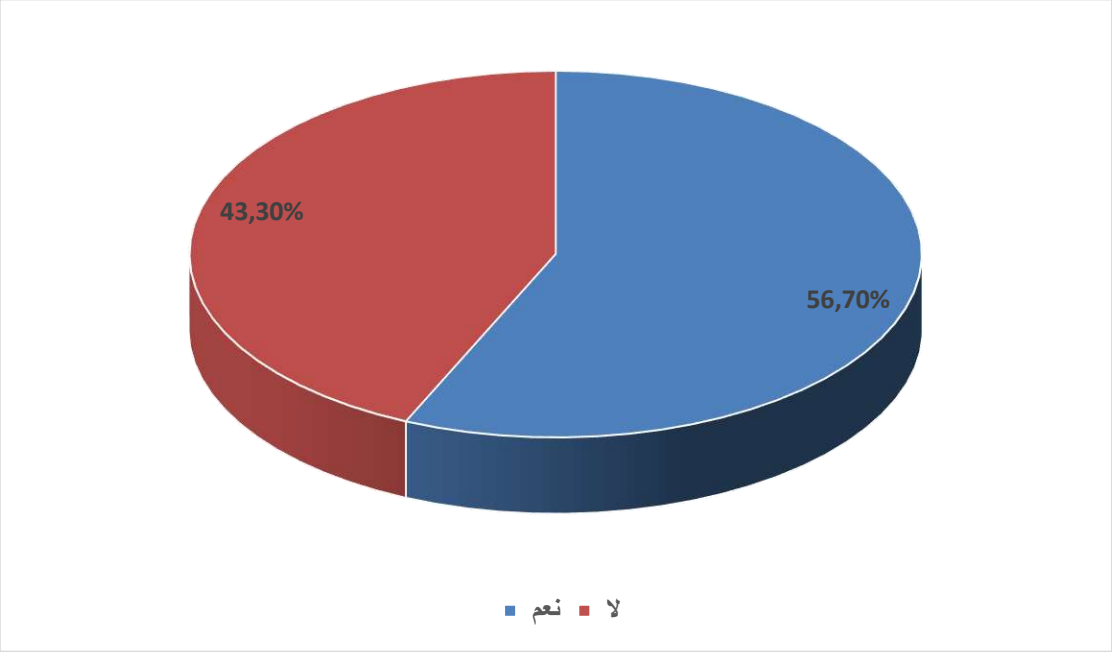
الشكل رقم 20 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب في تعلم الفرنسية بدافع زيادة الرصيد المعرفي

الجدول رقم21 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب لتعلم الفرنسية بسبب الحاجة الى العمل

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	56.7%

لا	26	43.3%
المجموع	60	100

يمثل الجدول رقم 21 توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع اليوتيوب بسبب الحاجة إلى العمل ،و تبين لنا أن إجابة أفراد العينة بنعم بنسبة 56.7% بينما أجاب البعض بلا و كانت نسبتهم 43.3% و بناء على هذا نستنتج أن البعض من أفراد العينة قد يحتاج اللغة الفرنسية من أجل اجتياز امتحان يؤهله للعمل فقد أضحت بعض الشركات و المؤسسات التوظيفية تشترط اللغة الفرنسية كشرط أساسي للالتحاق بالعمل ، بينما يحتاجها البعض في أمور أخرى .



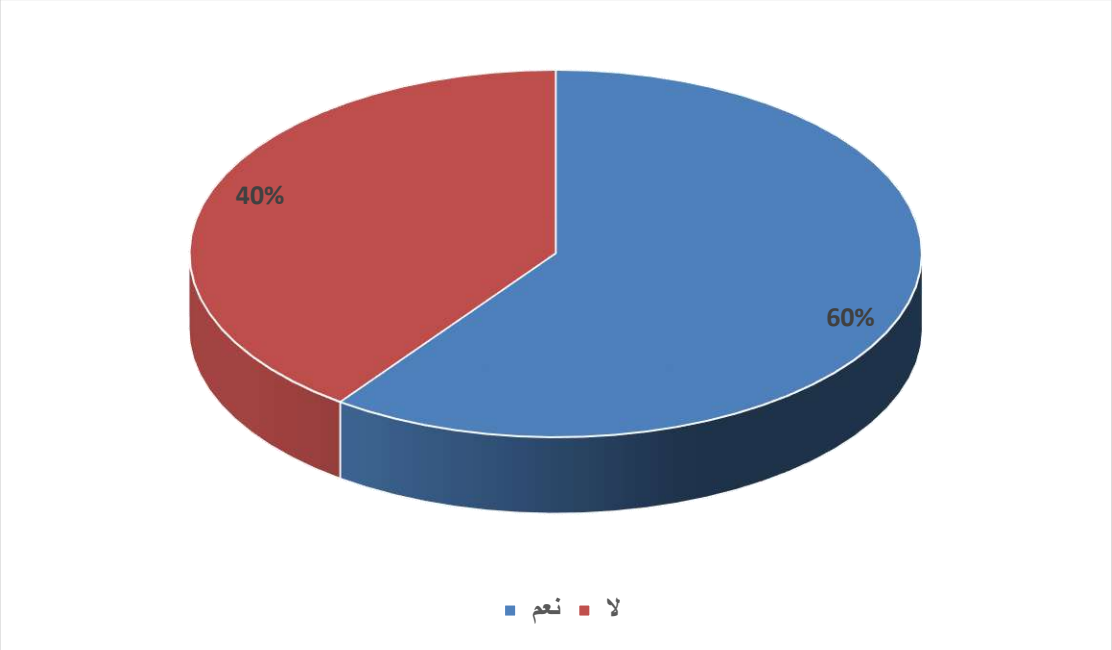
الشكل رقم21 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب لتعلم الفرنسية بسبب الحاجة الى العمل

الجدول رقم 22يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لموقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية من اجل السفر.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	60%
لا	24	40%

المجموع	60	100%

يمثل الجدول رقم 22 توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية من أجل السفر ، و أوضح لنا الجدول أعلاه أن الدين أجابوا بنعم بلغت نسبتهم 60% بينما بلغت نسبة الدين أجابوا بلا 40% و من خلال الإحصائيات تبين أن معظم أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية من أجل السفر و هذا حسب الاحتياجات فمنهم من يريد إكمال دراسته في الخارج أو اطار عملي لأنه يحتاجها للتواصل من أجل تسهيل الأمور .



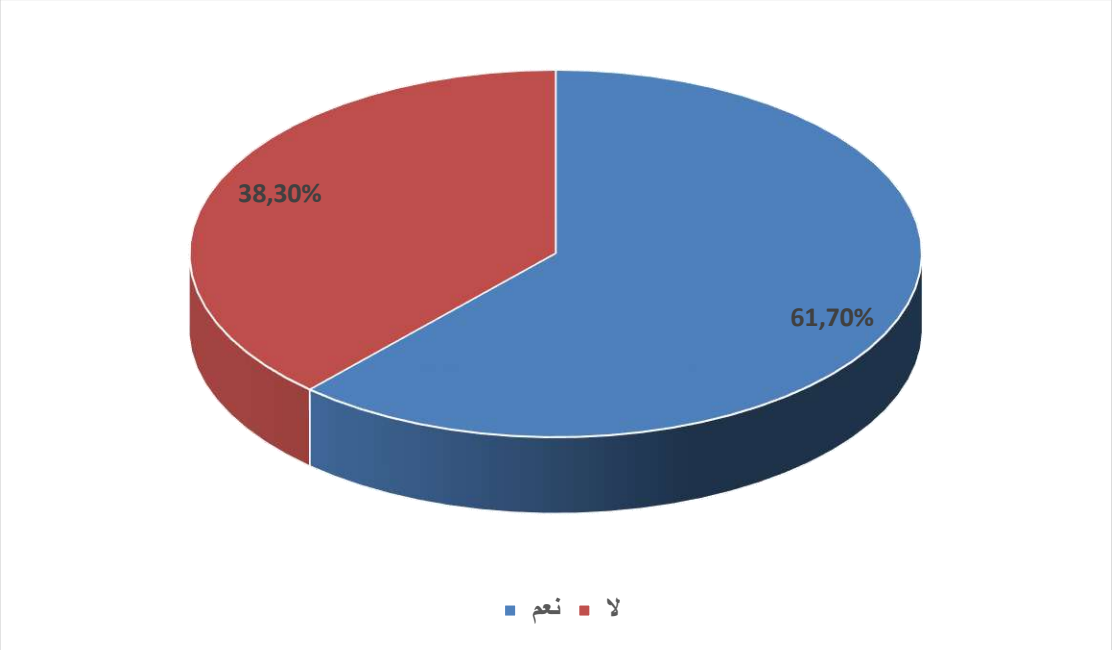
الشكل رقم 22 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لموقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية من اجل السفر

الجدول رقم 23 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم اليوتيوب لتعلم الفرنسية بسبب انه يعتبر المصدر الرئيسي في تلقي الدروس

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	61.7%
لا	23	38.3%

المجموع	60	100%

يوضح الجدول رقم 23 التوزيع حسب استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية بسبب أنه يعتبر المصدر الرئيسي في تلقي الدروس ، و قدرت نسبة الدين أجابوا بنعم بنسبة 61.7% من مجتمع البحث الكلي و قدرت نسبة الدين أجابوا بلا بنسبة 38.3% و تبين لنا من خلال النتائج أن غالبية أفراد العينة يعتبرون موقع اليوتيوب مصدرا رئيسيا في تلقي الدروس بينما يرى الآخرون أنه قد يكون معوضا فقط أو مساعدا و لا يمكن الاعتماد عليه كمصدر رئيسي للتعلم .



الشكل رقم 23 يمثل توزيع العينة حسب تستخدم اليوتيوب لتعلم الفرنسية بسبب انه يعتبر المصدر الرئيسي في تلقي الدروس

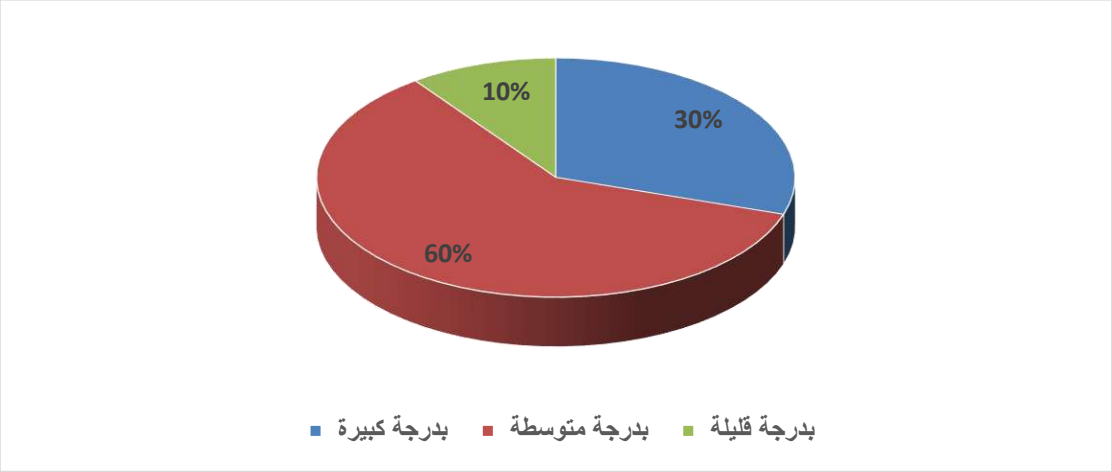
الجدول رقم 24 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية يدفعك لاكتشاف طرق وأساليب جديدة في التعلم

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
بدرجة كبيرة	18	30%
بدرجة متوسطة	36	60%
بدرجة قليلة	6	10%

المجموع	60	100%

يشير الجدول رقم 24 توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية و أنه يدفعهم لاكتشاف طرق و أساليب جديدة في التعلم . صرح البعض من أفراد العينة من مجتمع البحث الكلي بدرجة كبيرة بنسبة 30% بينما صرح البعض بدرجة متوسطة بنسبة 60% و تعتبر نسبة كبيرة و صرح البعض بدرجة قليلة 10% .

و بناء على هذه الإحصائيات تبين أن أفراد العينة من استخدامهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية يدفعهم لاكتشاف طرق و أساليب جديدة بدرجات متفاوتة حسب الاهتمام فمنهم من يدفعه بدرجة كبيرة و منهم من يدفعهم بدرجة متوسطة و منهم من يدفعه بدرجة قليلة .



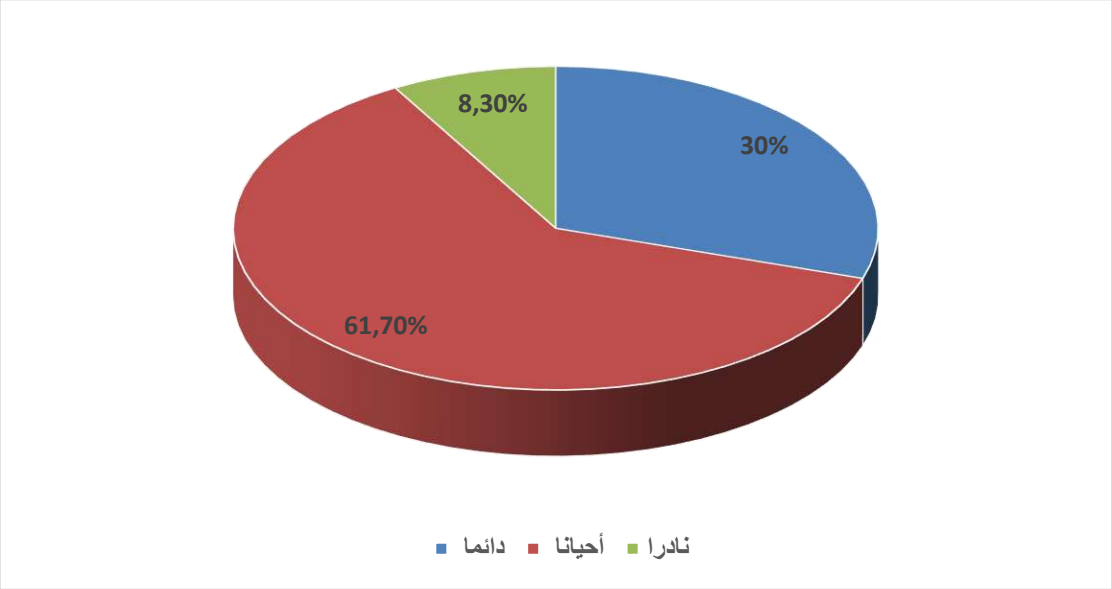
الشكل رقم 24 يمثل توزيع العينة حسب استخدامك لليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية يدفعك لاكتشاف طرق وأساليب جديدة في تعلم

الجدول رقم25 يمثل توزيع العينة حسب افادتك متابعتك لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية في فهم الدروس المقدمة في المنصة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	18	30%
أحيانا	37	61.7%

نادرا	5	8.3%
المجموع	60	100

يوضح الجدول رقم 25 توزيع أفراد العينة حسب الإفادة من متابعتهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية في فهم الدروس المقدمة في المنصة ، و كانت الغالبية للذين صرحوا ب أحيانا بنسبة 61.7% بينما صرح الأخرون ب دائما بنسبة 30% كما صرح آخرون ب نادرا بنسبة 8.3% . و منه نستنتج أن أفراد العينة أحيانا ما يستفيدون من الدروس المقدمة في المنصة على الأغلب و ذلك حسب الدروس المقدمة من طرف صناع المحتوى .



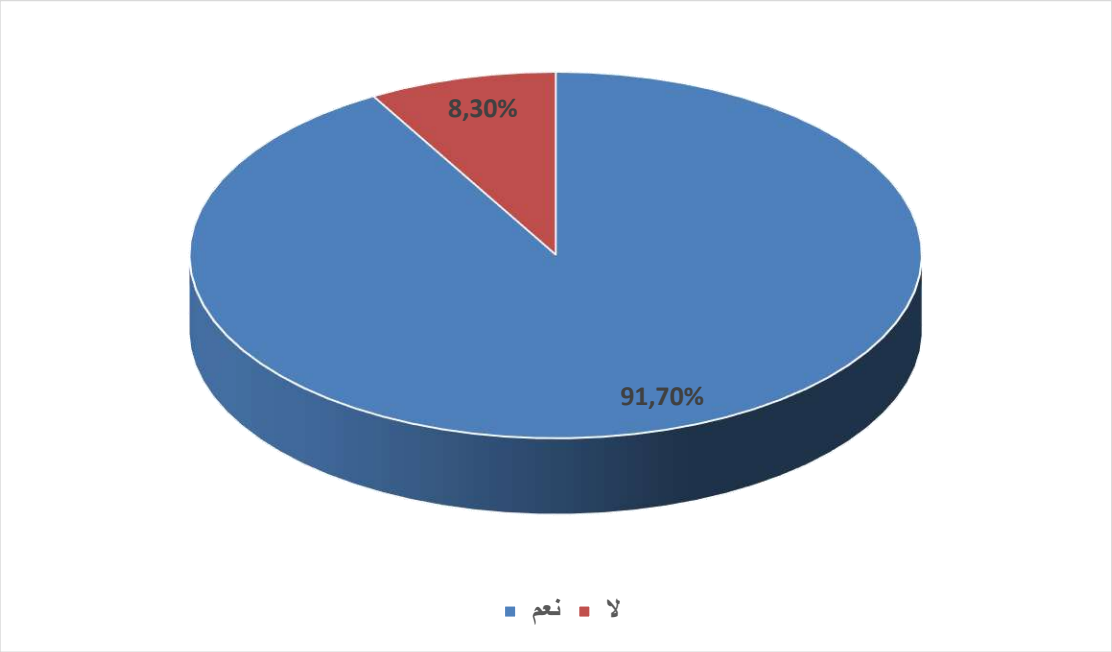
الشكل رقم25 يمثل توزيع العينة حسب افادتك متابعتك لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية في فهم الدروس المقدمة في المنصة

الجدول رقم26 يمثل توزيع العينة حسب يلبي لك اليوتيوب احتياجك العلمي عند تلقيك دروس الدعم لتعلم اللغة الفرنسية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	55	91.7%

لا	5	8.3%
المجموع	60	100%

يبين الجدول رقم 26 توزيع أفراد العينة حسب تلبية احتياجاتهم العلمية من موقع اليوتيوب عند تلقي دروس الدعم لنعلم اللغة الفرنسية و قد صرح أغلبية أفراد العينة بنسبة 91.7% الذين أجابوا بنعم في حين صرح الباقي بلا بنسبة 8.3% ، و تبين لنا من خلال هاته الإحصائيات أن غالبية أفراد العينة الذين يستخدمون موقع اليوتيوب يلبي احتياجاتهم العلمية في تلقي دروس الدعم لتعلم اللغة الفرنسية .



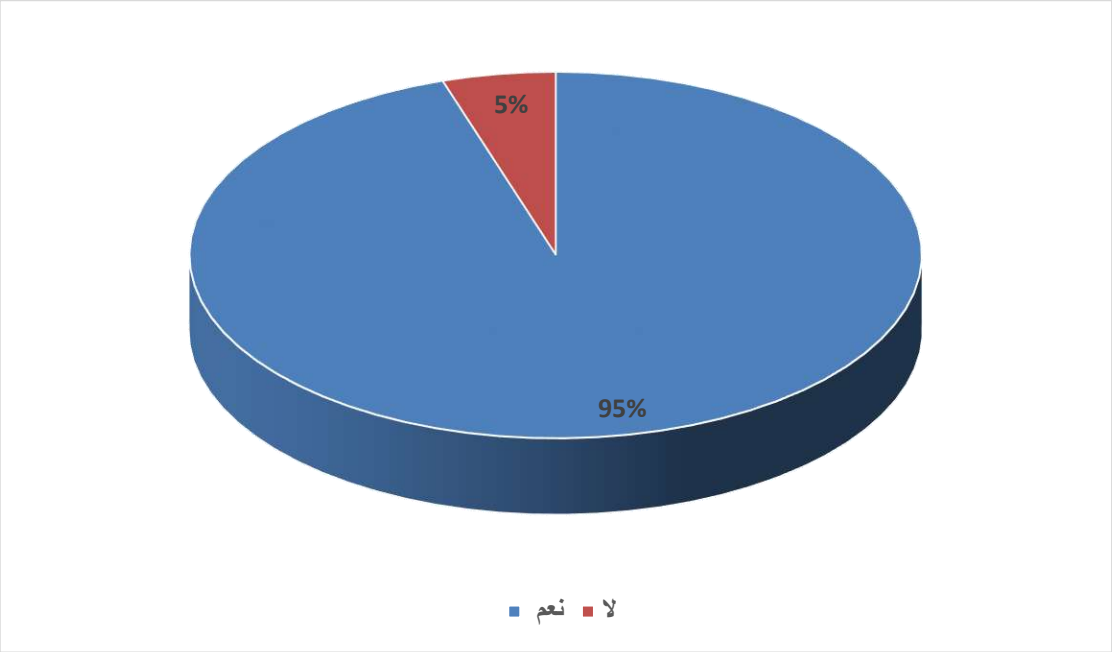
الشكل رقم26 يمثل توزيع العينة حسب يلبي لك اليوتيوب احتياجك العلمي عند تلقيك دروس الدعم لتعلم اللغة الفرنسية

الجدول رقم 27 يمثل توزيع العينة حسب افادك استخدامك لموقع اليوتيوب في تحقيق زيادة الرصيد العلمي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	57	95%

لا	3	5%
المجموع	60	100%

يشير الجدول رقم 27 توزيع أفراد العينة حسب الاستفادة من استخدامهم لموقع اليوتيوب في تحقيق زيادة الرصيد العلمي . و كانت إجابة الغالبية بنعم بنسبة 95% و تعتبر نسبة كبيرة مقارنة بالذين أجابوا بلا بنسبة 5% من المجموع الكلي لمجتمع البحث ، و منه نستنتج أن معظم أفراد العينة أفادهم استخدامهم لموقع اليوتيوب في تحقيق زيادة الرصيد العلمي .



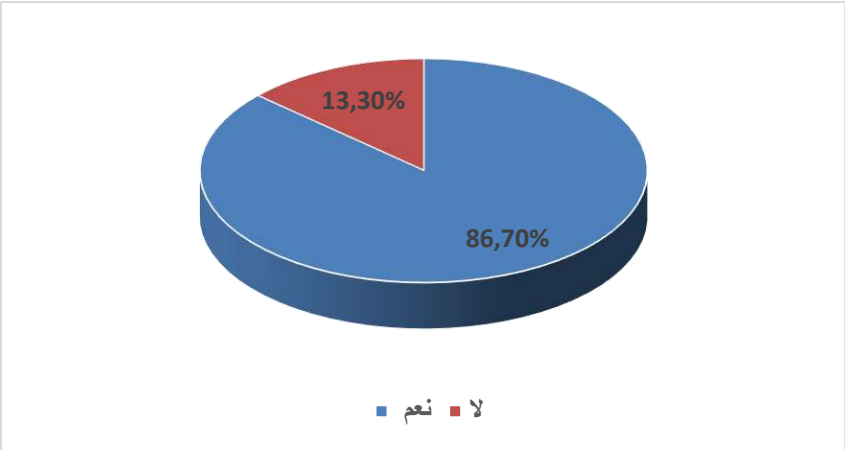
الشكل رقم 27 يمثل توزيع العينة حسب افادك استخدامك لموقع اليوتيوب في تحقيق زيادة الرصيد العلمي

الجدول رقم 28يمثل توزيع العينة حسب افادتك متابعتك لموقع اليوتيوب في المساهمة في إنجاز البحوث

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	52	86.7%
لا	8	13.3%

المجموع	60	100

يشير الجدول رقم 28 إلى توزيع أفراد العينة حسب استفادتهم من متابعة موقع اليوتيوب في المساهمة في انجاز البحوث و تبين في الجدول أن الذين أجابوا بنعم كانت نسبتهم كبيرة حيث بلغت 86.7% و صرح الآخرون بلا بنسبة 13.3% . و منه نستنتج أن غالبية أفراد العينة متابعتهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية أفادتهم في انجاز البحوث .



الشكل رقم 28 يمثل توزيع العينة حسب افادتك متابعتك لموقع اليوتيوب في المساهمة في إنجاز البحوث لأنه أحيانا ما يجد هؤلاء الطلبة أن بعض الدراسات و الأبحاث باللغات الأجنبية .

الجدول رقم 29 يمثل توزيع العينة حسب افادك استخدامك لليوتيوب في اكتساب مهارات جديدة في التواصل

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	57	95%
لا	3	5%
المجموع	60	100

يشير الجدول رقم 29 إلى توزيع أفراد العينة حسب افادتهم من استخدام موقع اليوتيوب في اكتساب مهارات جديدة في التواصل ، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا بنعم 95% و هي نسبة كبيرة من مجتمع

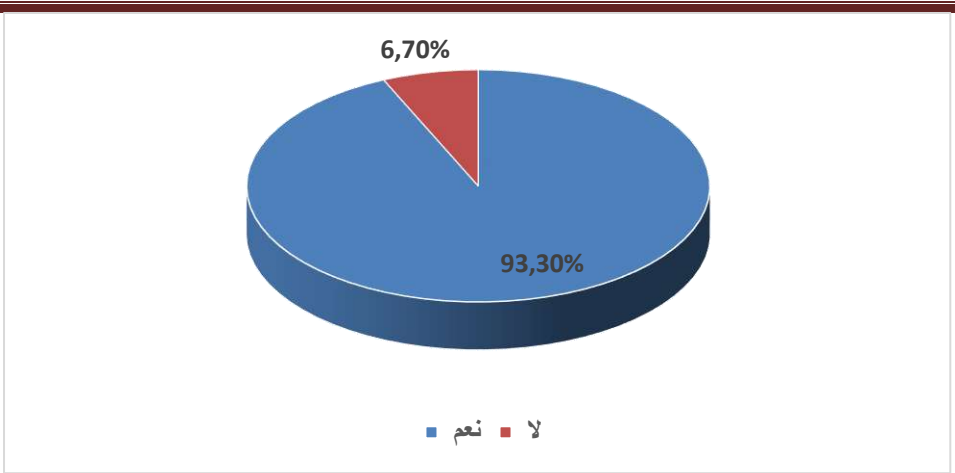
البحث الكلي مقارنة بالذين أجابوا بلا بنسبة 5% ، وتبين من خلال الجدول أن استخدام موقع اليوتيوب أفاد أفراد العينة بنسبة أكبر في اكتساب مهارات جديدة في التواصل .

الشكل رقم 29 يمثل توزيع العينة حسب افادك استخدامك لليوتيوب في اكتساب مهارات جديدة في التواصل

الجدول رقم 30 يمثل توزيع العينة حسب تشعر بالرضى من استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم لغة الفرنسية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	56	93.3%
لا	4	6.7%
المجموع	60	100

يبين الجدول رقم 30 توزيع أفراد العينة حسب شعورهم بالرضى من استخدامهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية . حيث بلغت نسبة الذين أجابوا بنعم 93.3% من المجموع الكلي للبحث بينما صرح البعض بلا بنسبة 6.7% ، ومن خلال هاته النتائج اتضح لنا أن معظم أفراد العينة يشعرون بالرضى من استخدامهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية .



الشكل رقم 30 يمثل توزيع العينة حسب تشعر بالرضى من استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم لغة الفرنسية

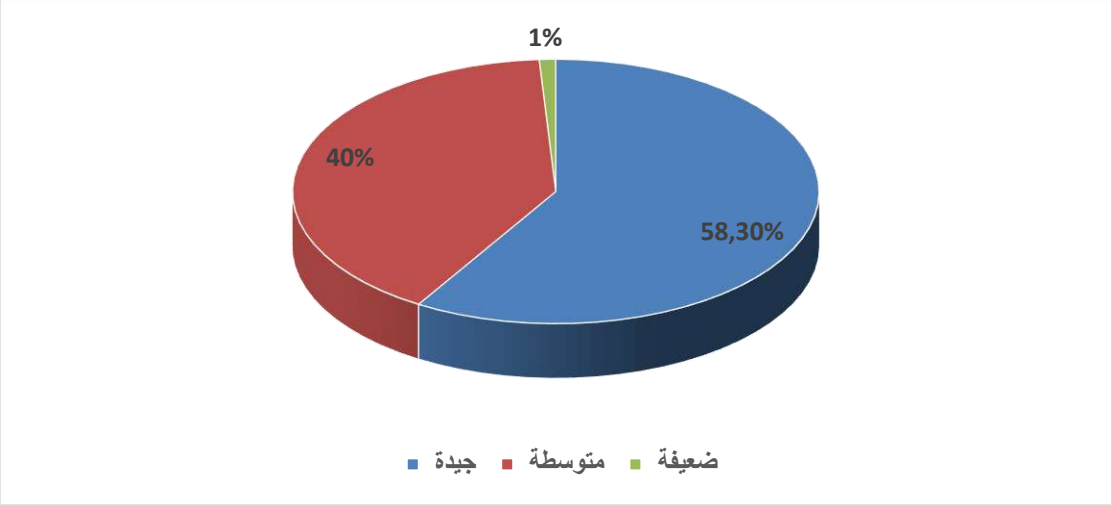
الجدول رقم 31 يمثل توزيع العينة حسب تقييمك لدروس التي يقدمها صناع المحتوى عبر اليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
جيدة	35	58.3%
متوسطة	24	40%
ضعيفة	1	1.7%
المجموع	60	100%

يمثل الجدول رقم 31 توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم للدروس التي يقدمها صناع المحتوى عبر موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية ، و كانت إجابة البعض بخيار جيدة بنسبة 58.3% و كان تقييم البعض بخيار متوسطة بنسبة 40% في حين كان التقييم بخيار ضعيفة بنسبة 1.7% .

و من خلال هاته النتائج تبين لنا أن أفراد العينة بعضهم استحسن الدروس التي يقدمها صناع المحتوى باعتبارها جيدة في حين قيمها البعض بمستوى متوسط كما قيمها البعض أنها ضعيفة و هذا يعود إلى الطريقة التي يقدم بها صناع هذا المحتوى الدروس عبر المنصة ، و ذلك لأن هذا المحتوى يتسم بالسهولة

في الطرح و التدريج في الصعود إلى مستويات أعلى و هذا ما يتيح الفرصة حتى للمبتدئين أن يتعلمو الكثير و بطريقة سهلة .

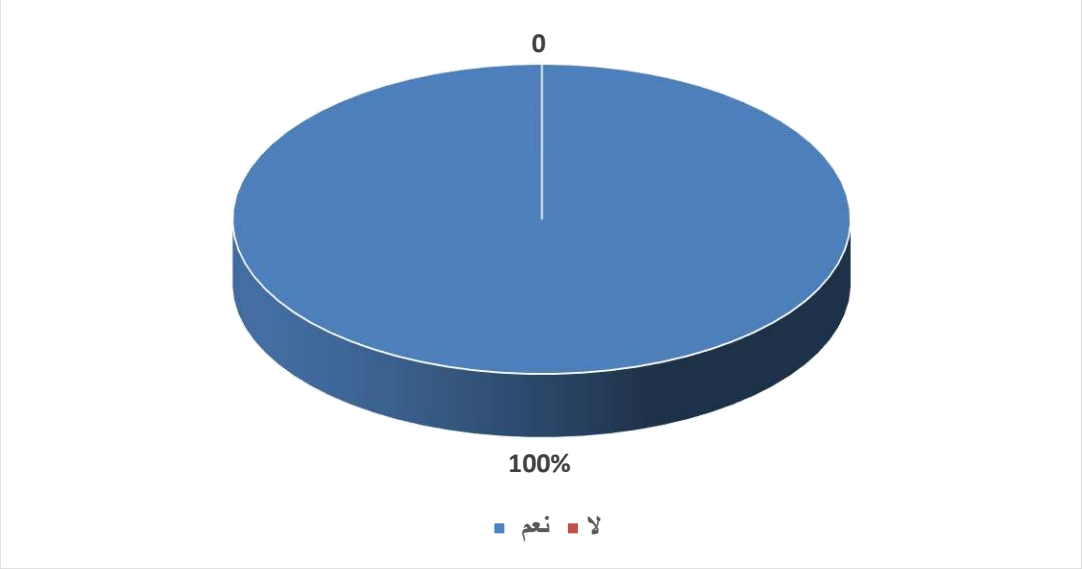


الشكل رقم 31 يمثل توزيع العينة حسب تقييمك لدروس التي يقدمها صناع المحتوى عبر اليوتيوب

الجدول رقم 32 يمثل توزيع العينة حسب هل تساعدك مواقع التواصل الاجتماعي على تعلم لغات جديدة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	60	100%
لا	0	0
المجموع	60	100%

يمثل الجدول رقم 32 توزيع أفراد العينة حسب مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي على تعلم لغات جديدة و كانت إجابة كل أفراد العينة بنعم بنسبة 100% و هي النسبة الكلية لمجتمع البحث ، و تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي عامة تساعد و تساهم في تعلم و اكتساب لغات جديدة .



الشكل رقم 32 يمثل توزيع العينة حسب هل تساعدك مواقع التواصل الاجتماعي على تعلم لغة جديدة.

مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الأسئلة الفرعية

محور البيانات الشخصية :

تبين من خلال الدراسة أن أغلب أفراد العينة يستخدمون اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية تراوحوا ما بين الذكور والإناث وكان الأغلب إناثا .

كانت النسبة الأكبر لطلبة السنة الثانية ماستر في تخصص الاتصال الجماهيري من المجموع الكلي لأفراد العينة .

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية .

بناء على نتائج المحور الأول المتعلق بعادات وأنماط استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية تبين لنا أن أغلبية العينة يستخدمون موقع اليوتيوب لأغراضهم العلمية .

– تبين لنا كذلك أن غالبية أفراد العينة يتصفحون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية .

– تبين لنا كذلك أن غالبية أفراد العينة يتصفحون الدروس التي مدتها أقل من ساعة أو الدروس التي لا تتجاوز ساعتين على الأغلب ويرجع هذا حسب الاستخدام والحاجة .

– تبين من خلال نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يفضلون مشاهدة فيديوهات موقع اليوتيوب الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في البيت وهذا راجع حسب فترات الفراغ وتكون غالب في الفترات المسائية والليلية ويعتمدون على الهاتف كوسيلة لتصفح موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية وهذا لسهولة استخدامه كونه متاحا لهم وتبين لنا أيضا أن أفراد العينة يختلفون في التفاعل مع مقاطع الفيديو الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية يمكن تصنيفهم ضمن الجمهور النشط والجمهور بين الفعلي و المتعرض .

ويفضل أغلب أفراد العينة استخدام موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بشكل فردي ، كما أنهم أحيانهم على الأغلب ما يتابعون القنوات التعليمية الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية بشكل متواصل ، وتبين لنا في النتائج أن معظم أفراد العينة يكتفون بمشاهدة فقط دون مشاركتها إلا نادرا أو إذا ما تبين أن بعضها يستحق المشاركة مع الآخرين .

وفي آخر المحور اتضح أن استخدام موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية تأثيرها على سلوك أفراد العينة مع الآخرين بشكل متقارب حسب القدرة الاستيعابية للفرد .

المحور الثاني : دوافع استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية

بناء على نتائج المحور الثاني المتعلق بدوافع استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية اتضح لنا أن أفراد العينة يتعلمون اللغة الفرنسية من اجل التواصل كونها ضرورة حتمية نظرا لأهمية اللغات الأجنبية والتواصل مع الآخرين بأريحية راجع إلى القاموس اللغوي الذي يملكه كل فرد وكيفية الاستخدام الأنسب له ، خاصة و أن أفراد العينة يفضلون موقع اليوتيوب عن المواقع الأخرى في تعلم اللغة الفرنسية كونه يعتمد على الفيديوهات القصيرة لأنها لا تحدث مللا لدى المتابع ومعظم معلوماتها مركزة ، ويفضل أفراد العينة موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية لاعتماده على تقنية الفيديو نظرا للميزات التي يحتويها الموقع.

وتبين لنا كذلك من خلال النتائج أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بدافع تعويض غلاء تكلفة الدروس الخصوصية في تعلم اللغة الفرنسية وتوفر الدروس المجانية على المنصة وهذا راجع إلى الحالة الاجتماعية لأغلب أفراد العينة .

وكذلك تبين من خلال المحور أن جل أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بدافع زيادة الرصيد المعرفي ولأن المضامين المستخدمة تعليمية وليست للتسلية ومنهم من يتعلم اللغة الفرنسية من موقع اليوتيوب في إطار العمل أو من اجل السفر، كما يعتبر أغلبية أفراد العينة موقع اليوتيوب مصدرا رئيسيا في تلقي الدروس وبينما يرى البعض أن يكون معوضا أو مساعدا فقط وتبين لنا أفراد العينة يدفعهم موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية لاكتشاف طرائف وأساليب جديدة بدرجات متفاوتة حسب الاهتمام .

المحور الثالث : الإشباعات المحققة من استخدام اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية

بناء على نتائج المحور الثالث المتعلق بالإشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية .

وتبين لنا أن أفراد العينة بين الحين و الآخر ما يستفيدون من الدروس المقدمة في تعلم اللغة الفرنسية على المنصة وهذا راجع إلى الدروس المقدمة من طرف صناع هذا المحتوى وتبين كذلك أن غالبية أفراد العينة الذين يستخدمون موقع اليوتيوب تلبى احتياجاتهم العلمية في تلقي دروس الدعم وكما أوضحت النتائج أن جل أفراد العينة أفادهم استخدامهم لموقع اليوتيوب في تحقيق زيادة الرصيد العلمي ومنهم من أفادهم في إنجاز البحوث ومنهم من أفادهم في اكتساب مهارات جديدة في التواصل وتبين من خلال الدراسة أن معظم أفراد العينة يشعرون بالرضا من استخدامهم لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية وأعربوا عن تقييمهم لهاته الدروس باستحسانهم للدروس التي يقدمها صناع المحتوى لاعتبارها جيدة وذلك لأن هذا المحتوى يتسم بالسهولة في الطرح والتدريج في الصعود إلى مستويات أعلى واتضح في آخر هذا المحور أن مواقع التواصل الاجتماعي عامة تساعد في تعلم واكتساب لغات جديدة .

خاتمة

خاتمة:

وعلى ضوء ما تطرقنا إليه في دراستنا هاته والتي أجريناها على عينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال بخصوص استخدام موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية تبين لنا أن للغات الأجنبية أهمية بالغة في حياة الطالب الجامعي إذ أنها تعتبر ضرورة حتمية في حياته فمعظم الطلاب الجامعيين يستخدمون موقع اليوتيوب في تعلم اللغات الأجنبية واتضح لنا ذلك من خلال دراستنا التي أجرينها على العينة المبحوثة إذ أنهم يستخدمون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية وذلك بمشاهدة الفيديوهات التعليمية عن طريق صناع المحتوى حيث يعتبر هذا حافزا لأفراد العينة وللطلبة عامة بدافع تعويض غلاء تكلفة الدروس الخصوصية واختصار الوقت وقد حقق استخدام اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية نتائجا جيدة من حيث الوقت والتحصيل العلمي وفي وقت وجيز وهذا يبرز من خلاله أهمية مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع اليوتيوب خاصة من خلال ما يقدمه صناع المحتوى من دروس تعليمية في اللغات الأجنبية ونخص بالذكر اللغة الفرنسية التي يحتاجها أفراد العينة التي أجريت عليهم دراستنا .

واتضح لنا من خلال هذا أنهم يستخدمون موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية وبشكل وهذا ما حقق لهم الرغبات و الإشباعات اللازمة .

قائمة المراجع والمصادر

قائمة المراجع:

1) إبراهيم اشعيل ، لغة التعريف و تعريف اللغة ، بحث مقدم لنيل شهادة الماستر ، جامعة سيدي محمد بن عبد الله ، ظهر المهراز ، فاس ، 2012 / 2013 .

2) أحلام فليح حسن العطيات ، أثر استخدام اليوتيوب في تعلم مهارة النطق الصحيح للغة الإنجلزية لدى أطفال الروضة في المدارس الخاصة بمحافظة عمان ،قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجيستير، جامعة الشرق الأوسط عمان ، 2018 .

3) أحمد راجح حيدر العبدلي ، أساسيات البحث العلمي ، بصمة للطباعة ، الجمهورية اليمنية – صنعاء 2022 .

4) بلعرابي أمال ، تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، دراسة ميدانية بقسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة مستغانم ، 2017 / 2018 .

5) خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، الأردن ، الطبعة الأولى ، 2013 .

6) دغة محمد ، مهارات تدريس اللغة الفرنسية دراسة ميدانية في متوسطات وثانويات ورقلة ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2019 .

7) ذوقان عبيدات – كايد عبد الحق – عبد الرحمان عدس ، البحث العلمي و أدواته و أساليبه ، دار الفكر ناشرون و موزعون ، عمان ، طبعة 17 ، 2015 .

8) رافي غوبتا – هيو بروكس ، وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على المجتمع ، المجموعة العربية للتدريب و النشر ، القاهرة – مصر ، الطبعة الأولى ، 2017 .

9) رجاء وحيد دويدري ، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية ، دار الفكر المعاصر ، دار الفكر ، لبنان – سوريا ، 2000 م .

10) سارنوف أ – مدنيك – هواردر – بوليو – أليزابيث – لوفتس ، التعلم ، دار الشروق ، القاهرة ، الطبعة الثالثة ، 1409 ه / 1989 م .

11) سعد الدين السيد صالح ، البحث العلمي و مناهجه النظرية ، مؤسسة الأهرام للنشر و التوزيع ، الطبعة الثانية ، 1414 ه – 1993 م .

12) سعد سلمان المشهداني ، منهجية البحث العلمي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الأردن – عمان الطبعة 1 ، 2019 .

13) عبد الرحمان عبد الحي ، نظريات التعلم و تطبيقها في تعليم اللغة العربية في المدرسة الجزائرية ، مذكرة معدة لنيل شهادة الماجستير في اللغة العربية تخصص تعليمية اللغة العربية و تعلمها المرحلة الابتدائية عينة ، بجامعة ورقلة ، 2010 / 2011 .

14) علي قسايسية ، النظرية و المنهجية لدراسات التلقي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال ، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر ، جامعة الجزائر ، 2006 – 2007 .

15) فتيحة زياني ، الأصل الاجتماعي و تعلم اللغة الفرنسية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الأصل الاجتماعي و تعلم اللغة الفرنسية ، دراسة ميدانية لعينة تلاميذ من متوسطات بلدية الجلفة ، 2019/2018 .

16) المجلة المصرية للدراسات المتخصصة ، العدد (24) ، يوليو 2019

17) مجموعة مؤلفين ، منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الاجتماعية ، المركز الديموقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية ، برلين / ألمانيا ، الطبعة الأولى ، 2019 .

18) محمد سيد ريان ، الإعلام الجديد ، مركز الأهرام للنشر و الترجمة و التوزيع ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2012 .

19) محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ، دار العالمية للنشر و التوزيع ، طبعة 1 ، 2003 .

20) موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار القصبة للنشر ، الجزائر ، الطبعة الثانية ، 2004 / 2006 .

21) وجدان رحماني ، دور استخدام موقع اليوتيوب في دعم التحصيل الدراسي لدى تلاميذ الطور الثانوي النهائي ، عينة الدراسة طلبة الباكالوريا الذين يستخدمون اليوتيوب جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2019 – 2020 .

الملاحق

الملحق رقم (1) الاستبيان

البيانات الشخصية :

الجنس :

ذكر : ☐ أنثى : ☐

المستوى الجامعي :

الثانية ليسانس ☐

الثالثة ليسانس ☐

أولى ماستر ☐

الثانية ماستر ☐

التخصص :

اعلام واتصال ☐

اعلام ☐

اتصال ☐

الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة ☐

سمعي بصري ☐

السن : .....

المحور الأول :عادات وأنماط استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية

1- هل تستخدم موقع اليوتيوب لأغراضك العلمية ؟

نعم ☐ لا ☐

2- ماهي الفترات التي تستخدم فيها موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية ؟

الفترة الصباحية ☐ الفترة المسائية ☐ الفترة الليلية ☐

3- كم تستغرق من الوقت في الجلسة الواحدة لتصفح موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية ؟

اقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐ من ساعتين ☐

4- أين تفضل مشاهدة فيديوهات اليوتيوب الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية ؟

في البيت ☐ في المقهى ☐ في الشارع ☐ في الجامعة ☐ في مكان العمل ☐ اماكن اخرى اذكرها .....

5- ماهي الوسيلة التي تعتمدها في استخدام موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية ؟

جهاز الكمبيوتر ☐ الالكتروني ☐ الهاتف ☐ التلفزيون ☐

6- كيف تتفاعل مع مقاطع الفيديو الخاصة بتعلم اللغة الفرنسية في اليوتيوب ؟

المشاهدة ☐ علامة إعجاب ☐ مع تعليق ☐ المشاركة مع الأخرين ☐

7- مع من تستخدم موقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية ؟

مع العائلة ☐ الأصدقاء ☐ مع الزملاء ☐

8- هل تتابع القنوات التعليمية بشكل متواصل على اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

9- هل تقوم بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع الطلاب والأصدقاء ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

- هل استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية أثر على سلوكك مع الأخرين ؟

نعم لا

المحور الثاني :دوافع استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تغلم اللغة الفرنسية

10- هل تتعلم اللغة الفرنسية من اليوتيوب من أجل التواصل مع الأخرين ؟

نعم ☐ ☐

هل تستخدم موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية من أجل اكتساب مفردات جديدة ؟

نعم ☐ ☐

11- هل تفضل موقع اليوتيوب عن المواقع الأخرى في تعلم اللغة الفرنسية ؟

نعم ☐ لا ☐

12- هل استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بسبب اعتماد الموقع على تقنية الفيديو؟

نعم ☐ ☐

13- هل استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بدافع تعويض غلاء تكلفة الدروس الخصوصية ؟

نعم ☐ ☐ لا

14- هل استخدامك لموقع اليوتيوب في تغلم اللغة الفرنسية بدافع زيادة الرصيد المعرفي ؟

نعم ☐ ☐ لا

- هل استخدامك لموقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية بسبب الحاجة إلى العمل ؟

نعم ☐ ☐ لا

هل استخدامك لموقع اليوتيوب لتعلم اللغة الفرنسية من أجل السفر ؟

نعم ☐ ☐

15- تستخدم موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية بسبب أنه يعتبر المصدر الرئيسي في تلقي الدروس ؟

نعم ☐ ☐ لا

16- استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية يدفعك لاكتشاف طرق وأساليب جديدة في التعلم ؟

بدرجة كبيرة ☐ جة متوسطة ☐ جة قليلة ☐

المحور الثالث : الاشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية

17- أفادتك متابعتك لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية في فهم الدروس المقدمة في المنصة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

18- هل يلبي لك اليوتيوب احتياجك العلمي عند تلقيك دروس الدعم لتعلم اللغة الفرنسية ؟

نعم ☐ لا ☐

19- أفادك استخدامك لموقع اليوتيوب في تحقيق زيادة الرصيد العلمي ؟

نعم ☐ لا ☐

20- أفادتك متابعتك لموقع اليوتيوب في المساهمة في إنجاز البحوث؟

نعم ☐ لا ☐

- أفادك استخدامك لموقع اليوتيوب في اكتساب مهارات جديدة في التواصل ؟

نعم ☐ لا ☐

22- هل تشعر بالرضى من استخدامك لموقع اليوتيوب في تعلم اللغة الفرنسية ؟

نعم ☐ لا ☐

2

☐ ☐ ☐ ☐

24- ما هو تقييمك لهذه الدروس التي يقدمها صناع هذا المحتوى عبر موقع اليوتيوب ؟

جيدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

- هل مواقع التواصل الاجتماعي تساعدك على تعلم لغات جديدة ؟

نعم لا