

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



الميدان :العلوم الإنسانية
الشعبة :علوم الإعلام والاتصال
التخصص :اتصال جماهيري والوسائط الجديدة
من إعداد : إسماعيل بوشنافة
حسان بن شناف

بعنوان :

إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب والإشباعات المحققة منه

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في اتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

تاريخ المناقشة 2019-06-22

د.حرفوش ايمنرئيسا

د.صالح عبد الرحمان.....مشرفا

أ.جيتي ناديةمناقشا

الموسم الجامعي : 2018/ 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرافان

الحمد والشكر لله الواحد القهار على فضله وسائر نعمه التي منّا بها
علينا ووفقنا إلى إنجاز هذا العمل المتواضع وبعد

نتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى الأستاذ الفاضل المحترم الذي
تكرم بالإشراف على هذا العمل الأستاذ صالح عبد الرحمان

كما نشكر الأساتذة الذين لم يخلوا علينا بالتوجيه و المساعدة

وإلى كافة أساتذة القسم علوم الإعلام والاتصال

كما لا ننسى أن نتقدم بالشكر والتقدير إلى كل من ساهم من قريب أو
بعيد في إنجاز هذا العمل

ملخص الدراسة :

تناولت الدراسة موضوع تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضمون الإعلام البديل والذي كان اليوتيوب نموذجا لهاته الدراسة إذ تهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى وكيفية تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين قنوات اليوتيوب وقد ركزنا في عينتنا على طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة , وتدرج الدراسة التي بين أيدينا ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى لمعرفة عادات وأنماط استخدام موقع اليوتيوب وكذلك الكيفية التي يتفاعل بها الطلبة مع مضامين قنوات اليوتيوب .

ولتحقيق أهداف الدراسة قمنا بتصميم استمارة لمعرفة وجمع المعلومات التي توطر استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب والمكون من جزئين , جزء يتناول المتغيرات الديمغرافية والجزء الثاني يتناول أسئلة الاستمارة .

وبعد النتائج المتوصل إليها يمكننا القول بأن طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال يتفاعلون بشكل كبير مع مضامين قنوات اليوتيوب وخاصة المضامين التثقيفية والتعليمية كما أنه تختلف طرق التفاعل من طالب إلى آخر .

Study Summary :

The study deals with the interaction of university students with the content of alternative media, which was a model for this study .

The study aims to reveal the extent and how university students interact with the content of YouTube channels.

We focused on the students of the Master(finl year) in the Department of Information Sciences and Communication at UKMO ,

In our hands as descriptive studies to know the habits and patterns of use of the site YouTube as well as how students interact with the contents of YouTube channels.

In order to achieve the objectives of the study, we designed a form to collect and collect information that frame the use of the sample for the YouTube site ,

which consists of two parts, a section dealing with the demographic variables, and the second part dealing with the questions of the questionnaire.

,After the results reached

we can say that the students in the Department of Information and Communication Sciences ,interact greatly with the contents of YouTube channels

especially the educational and educational content, and the methods of interaction vary from .student to student

فهرس المحتويات :

1	شكر وعرهان
2	الملخص بالعربية
3	الملخص بالانجليزية
5-4	فهرس المحتويات
7-6	فهرس الجداول
8	فهرس الأشكال
10	مقدمة
الفصل الأول : الجانب المنهجي	
13	تحديد الإشكالية
14	تساؤلات الدراسة
14	أهمية الدراسة
14	أهداف الدراسة
15	أسباب اختيار الموضوع
18-15	مصطلحات ومفاهيم الدراسة
21-18	الدراسات السابقة
23-21	منهج الدراسة وأدوت جمع البيانات
23	مجتمع وعينة الدراسة
24	حدود الدراسة أومجالات الدراسة
25-24	المقاربة النظرية

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي	
29	عرض محاور الاستبيان
53-30	تحليل الجداول الإحصائية البسيطة
58-54	تحليل الجداول الإحصائية المركبة
60-59	الاستنتاجات العامة

62	خاتمة
66-64	قائمة المراجع
73-67	الملاحق

فهرس الجداول :

الصفحة	العنوان	الرقم
30	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .	01
31	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن .	02
32	توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص .	03
المحور الأول : عادات وأنماط الطلبة الجامعيين في متابعة مضامين اليوتيوب .		
33	متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب .	04
34	الفترة المفضلة لطلبة لمتابعة مضامين قنوات اليوتيوب .	05
35	المدة التي يقضيها الطلبة في متابعة قنوات اليوتيوب .	06
36	مكان مشاهدة الطلبة لمضامين اليوتيوب.	07
37	الوسيلة التي يستخدمها الطلبة لمشاهدة مضامين اليوتيوب .	08
38	متابعة الطلبة لمضامين اليوتيوب .	09
39	امتلاك الطلبة لقناة اليوتيوب	10
40	نشر الطلبة على قناة اليوتيوب .	11
المحور الثاني : دوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين قنوات اليوتيوب		
41	دوافع متابعة قنوات اليوتيوب	12
42	شعور الطلبة أثناء متابعة مضمون قنوات اليوتيوب.	13
43	الشعور النفسي لطلبة بعد متابعة مضامين قنوات اليوتيوب .	14
44	متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب من أجل زيادة رصيد المعرفي	15
45	المعارف التي اكتسبها الطلبة بعد متابعة قنوات اليوتيوب	16
المحور الثالث : تفاعل الطلبة الجامعيين مع موضوعات قنوات اليوتيوب		
46	الموضوعات التي يتفاعل معها الطلبة أثناء متابعة قنوات اليوتيوب	17
47	المضامين التي يهتم بها الطلبة في اليوتيوب .	18

	المحور الرابع : كيفية تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين قنوات اليوتيوب	
50	الحالات التي تجعل الطلبة يتفاعلون مع مضمون قنوات اليوتيوب	19
51	تفاعل الطلبة مع مضمون قنوات اليوتيوب	20
52	الحالات التي تجعل الطلبة تشترك في قنوات اليوتيوب	21
53	المواقع التي يشارك فيها الطلبة مقاطع الفيديو	22
54	العلاقة بين متغير الجنس ومدة متابعة قنوات اليوتيوب	23
55	العلاقة بين متغير الجنس ونشر الطلبة على قناة اليوتيوب	24
56	العلاقة بين متغير الجنس ودوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين اليوتيوب	25
57	العلاقة بين متغير الجنس والمعارف المكتسبة	26
58	العلاقة بين متغير الجنس والموضوعات التي يتفاعل معها الطلبة الجامعيين	27

فهرس الأشكال :

الصفحة	العنوان	الرقم
30	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .	28
31	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن .	29
32	توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص .	30
المحور الأول : عادات وأنماط الطلبة الجامعيين في متابعة مضامين اليوتيوب .		
33	متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب .	31
35	المدة التي يقضيها الطلبة في متابعة قنوات اليوتيوب .	32
36	مكان مشاهدة الطلبة لمضامين اليوتيوب.	33
37	الوسيلة التي يستخدمها الطلبة لمشاهدة مضامين اليوتيوب .	34
38	متابعة الطلبة لمضامين اليوتيوب .	35
39	امتلاك الطلبة لقناة اليوتيوب .	36
40	نشر الطلبة على قناة اليوتيوب .	37
المحور الثاني : دوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين قنوات اليوتيوب		
41	دوافع متابعة قنوات اليوتيوب .	38
42	شعور الطلبة أثناء متابعة مضمون قنوات اليوتيوب.	39
43	الشعور النفسي لطلبة بعد متابعة مضامين قنوات اليوتيوب .	40
44	متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب من أجل زيادة رصيد المعرفي	41
45	المعارف التي اكتسبها الطلبة بعد متابعة قنوات اليوتيوب	42
المحور الرابع : كيفية تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين قنوات اليوتيوب		
50	الحالات التي تجعل الطلبة يتفاعلون مع مضمون قنوات اليوتيوب	43
51	تفاعل الطلبة مع مضمون قنوات اليوتيوب	44
52	الحالات التي تجعل الطلبة تشترك في قنوات اليوتيوب	45
53	المواقع التي يشارك فيها الطلبة مقاطع الفيديو	46

مقدمة

مقدمة :

ابتكر الإنسان وسائل الاتصال ليبي حاجته في التعبير عن أفكاره ومشاعره وليتبادل الأخبار مع أقرانه , ويتركها لمن بعده ,شاهدة على أفعاله وأثاره وقد وظف كل وسيلة ممكنة ,وكل تطور حاصل لتحديث تلك الوسائل سعيا لتحسين عملية الاتصال جيلا بعد جيل ,ولا يزال التطور يرافق وسائل الإعلام والتواصل ومزال العلم يمضي قدما في دعم هذا المجال بحيث تتقدم جودته وسرعته وأشكاله والإعلام البديل يعتبر شكلا من هذه الأشكال والذي يعرف على أنه إعلام رقمي تفاعلي وتشعبي وغيرها من المسميات حيث تتخذ وسائل الإعلام البديل شكلا تفاعليا أكثر وضوحا مع مرور الأيام لما تتمتع به من إمكانيات في سهولة المعالجة والتعديل والتخزين وإمكانية الاسترجاع ,أو البحث مجددا ,فبتعدد هذه الإمكانيات ,تعددت وسائل الإعلام البديل ويعد الإعلام البديل هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائل المتعددة وتعتمد وسائل الإعلام على الحاسب الآلي والهاتف الذكي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض ،والإعلام الجديد بوصفه بديلا يعتبر إعلاما يتجاوز سيطرة المؤسسة الإعلامية التقليدية المتحكم فيها السلطة الحاكمة في البلاد .

حاولنا في دراستنا هذه تسليط الضوء على استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب والإشباعات المحققة منه كنموذج بحثي لدراستنا حيث تم تقسيم هذا العمل إلى فصلين بحيث كل فصل يخدم الفصل الآخر .

الفصل الأول الذي تضمن الإطار المنهجي ,حيث تطرقنا في هذا الفصل إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها كذلك أهمية وأهداف الدراسة ،أسباب اختيار الموضوع ,مجتمع البحث وعينة الدراسة ,أدوات الدراسة ,مصطلحات الدراسة ,الدراسات السابقة والمقاربة النظرية .

أما الفصل الثاني الذي تطرقنا فيه إلى عرض محاور الاستبيان ومن ثم عرض وتحليل نتائج الاستبيان وفي الأخير الاستنتاجات العامة .

الجانب المنهجي

الفصل الأول : الجانب المنهجي

- ❖ تحديد الإشكالية
- ❖ تساؤلات الدراسة
- ❖ أهمية الدراسة
- ❖ أهداف الدراسة
- ❖ أسباب اختيار الموضوع
- ❖ مصطلحات ومفاهيم الدراسة
- ❖ الدراسات السابقة
- ❖ منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
- ❖ مجتمع وعينة الدراسة
- ❖ حدود الدراسة أو مجالات الدراسة
- ❖ المقاربة النظرية

1- تحديد الإشكالية :

مع ظهور شبكتي الويب والانترنت وفي ظل التطورات المتسارعة ازداد مؤخرًا الاهتمام بالتكنولوجيا بجميع أشكالها وفي جميع الميادين سواء الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية وهذا لما تلعبه من دور هام في حياة الأفراد خاصة من الناحية الاجتماعية والعلمية وقد ظهر هذا جليًا في منصات الإعلام البديل، والذي يعد الجوهر الاتصالي فيه هو المشاركة في الأفكار والمعاني بين المجتمعات باعتباره نشاطًا يستهدف تحقيق العمومية والذيع والانتشار لفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقال المعلومات والأفكار من المرسل إلى المستقبل باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل الأطراف وتولد من ذلك مفهوم التفاعلية التي عرفت بأنها مفهوم ابتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين السمعى البصري والمشاهد ويهدف إلى تحويل المشاهد الساكن والسلبى إلى عنصر فعال ونشط وقد ظهر هذا التفاعل بالخصوص في مواقع التواصل الاجتماعى ومن أبرز هذه المواقع موقع اليوتيوب الذي يعتبر أحد أهم فضاءات تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي ساعدت الإنسان في توطيد علاقاته مع غيره وتوسيع دائرة معارفه ومشاركتهم بأرائه حيث أحدث هذا الأخير نقلة نوعية في حياة الناس و الذي يتيح لنا مشاهدة مجموعة لا متناهية وغير محدودة من الفيديوهات العالمية والإقليمية والمحلية فهو بمثابة فضاء رحب يتواصل فيه الأفراد من خلال التبادل الحر للآراء دون تدخل أو تأثير من مصادر وقوى خارجية أخرى .

وهذا هو الجانب الذي سنعالجه في هذه الدراسة وهو استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب والأشباعات المحققة منه وستتركز دراستنا هذه بالخصوص على موقع اليوتيوب والتي ستكون على عينة من طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح بورقلة، وذلك بغية التعرف على كيفية تفاعل الطلبة مع مضمون الإعلام البديل، و اليوتيوب خاصة، وهذا من خلال طرح التساؤل التالي :

هل يتفاعل طلبة الماستر بقسم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة مع مضامين اليوتيوب ؟

يتفرع من السؤال الرئيسي مجموعة التساؤلات الفرعية التالية :

2- التساؤلات الفرعية :

- 1) ماهي عادات و أنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين لمضمون قنوات اليوتيوب ؟
- 2) ماهي دوافع إستخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال في متابعتهم لمضمون قنوات اليوتيوب؟
- 3) ما طبيعة الموضوعات التي يتفاعل معها طلبة ماستر إعلام والاتصال أثناء استخدام اليوتيوب؟
- 4) كيف يتفاعل الطلبة الجامعيون مع قنوات اليوتيوب ؟

3- أهمية الدراسة :

جاءت الدراسة بعد الدور الفاعل الذي يلعبه الإعلام البديل وقنوات اليوتيوب خاصة في وقتنا الحالي ،إذ أن الإعلام البديل أصبح ملاذا للكثير من الناشطين لنشر أنشطتهم ،وآراءهم ومواقفهم بسبب التضييق المسلط من طرف الأنظمة الحاكمة ،وكذلك مع الازدياد المضطرد والمتسارع في عدد المشاركين والزوار ،كما تكمن أهمية الدراسة في دراسة كل من الطلبة الجامعيين وفضاءات الإعلام البديل والعمل على الربط بينهما وذلك من خلال العلاقة القائمة على أساس التأثير في سلوك الطلبة عن طريق التفاعل القائم بينهما .

4- أهداف الدراسة :

لكل بحث علمي أهداف ،يسعى الباحث إلى تحقيقها حتى تكون لبحثه فعالية أكثر ،ومن أهم الأهداف التي نطمح إلى تحقيقها من خلال هذه الدراسة ما يلي :

- 1) التعرف على دوافع الطلبة الجامعيين في متابعتهم لمضمون قنوات اليوتيوب .
- 2) معرفة أهم الموضوعات التي يتفاعل معها طلبة ماستر إعلام واتصال .
- 3) التعرف على أهم عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين لمضمون قنوات اليوتيوب .
- 4) تقديم رؤية علمية عن واقع تفاعل طلبة الماستر مع مضمون قنوات اليوتيوب .

5- أسباب اختيار الموضوع :

1/ - الأسباب الذاتية :

- 1) الميل الشخصي لدراسة هذا النوع من المواضيع .
- 2) اهتمامنا بالتكنولوجيات الحديثة واستخداماتها خاصة موقع اليوتيوب .
- 3) الرغبة في معرفة مدى تفاعل الطلبة الماستر مع مضمون اليوتيوب .

2/ - الأسباب الموضوعية :

- 1) الدور الفعال الذي يلعبه الإعلام البديل عامة وقنوات اليوتيوب خاصة في التأثير على الأفراد .
- 2) صلة الموضوع بتخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة وتناسب الموضوع مع القدرات التي إكتسبناها خلال سنوات الدراسة .
- 3) الاستحواذ الكبير الذي صار يلعبه الإعلام البديل من حيث استقطاب الجماهير .

6- مصطلحات و مفاهيم الدراسة :

يعتبر تحديد المفاهيم خطوة أساسية في البحث العلمي ،فالمفاهيم هي لغة الباحث في تناول المتغيرات الأساسية في بحثه ،وهي مفاتيح الدراسة ،بحيث عن طريقها يمكن طرح مختلف الأفكار المتعلقة بالدراسة ،حتى تصل إلى الجميع بنفس المستوى من الفهم .

1- التفاعل :

❖ لغة : تفاعل يتفاعل، تفاعلاً، فهو مُتفاعل¹.

اصطلاحاً : يستخدم للإشارة إلى التأثير المتبادل بين طرفين (فردين، أو جماعتين صغيرتين، أو فرد و جماعة صغيرة أو كبيرة) يؤثر كل منهما في سلوك الآخر..²

¹ عبد الغني أبوالعزم ،المعجم الوسيط،مجمع اللغة العربية بالقاهرة، 2013 .

عبد الرحيم طلعت حسن، علم النفس الاجتماعي، دار الثقافة للنشر، القاهرة، مصر، 1981 ، ص 16 .²

والتفاعل يمكن أن يتم من خلال استخدام الانترنت بهدف التعلم أو الترفيه والترفيه، بناء على خاصية الاستجابة كأبرز سمات خاصية التفاعل، مما يجعل الشبكة وسيلة جماهيرية أكثر تميزاً عن باقي أشكال الاتصال الأخرى، إذ تشمل خصائص الاتصال الشخصي والجماهيري معا " 1.

❖ **المفهوم الإجرائي:** هي الأفعال والاستجابات التي يعبر بها الجمهور عن قبوله أو رفضه لمحاولات التأثير الموجهة إليه من طرف وسائل الإعلام البديل .

(2)- الطالب :

❖ **لغة:** ورد في المنجد في اللغة والأعلام، الطالب: طَلَبَ وطلاب وطلب وطلب وهو التلميذ. 2.

والطالب من يطلب العلم، ويطلق عليه التلميذ في المرحلتين الثانوية والعالية. 3.

❖ **اصطلاحاً:** هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين، مثل: المدرسة، أو الجامعة، أو الكلية، أو المعهد والمركز، وينتمي لها من أجل الحصول على العلم وامتلاك شهادة معترف بها من ذلك المكان حتى يستطيع ممارسة حياته العملية فيما بعد تبعاً للشهادة التي حصل عليها. 4.

1 اسما حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني ألعوماتي الرقمي، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع ط 1، 2005، ص15 .

2 المنجد في اللغة والأعلام: ط40، دار الشروق بيروت، لبنان، 2003، ص762 .

3 أبي العقل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، دار صادر بيروت، مجلد 7، 2004، ص239 .

4 الموقع: <http://wiki.kololk.com/wiki17559-ta3leem->

http://www.kololk.com/wiki17559-ta3leem-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D9%88%D9%85%D8%B9%D9%86%D9

http://www.kololk.com/wiki17559-ta3leem-%89_%D8%A7%D9%84%D8%B7%D8%A7%D9%84%D8%A8 يوم: 2019-02-11 الساعة

❖ **المفهوم الإجرائي:** هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية إلى الجامعة لیتابع دراسة تخصص علمي ما .

(3)- الطالب الجامعي :

❖ **المفهوم الإجرائي:** وهو ذلك الشخص الذي سمحت له قدراته العلمية ،أن يواصل تعليمه في الجامعة ،وهو يعيش جزء من من حياته اليومية في الجامعة كمؤسسة تعليمية رسمية ،يعتبر العلم أسمى أهدافها ،وهو في تفاعل يومي مباشر مع أقرانه من الطلبة ،وكذا كل المحيطين به داخل الجامعة ،ويتبادل معهم أحاديث ،تشكل خطاب حياته اليومية ،سواء كان هذا الخطاب كتابي أو شفوي ،وبشكل مباشر وجه لوجه .

(4)-الإعلام الجديد :

❖ يعرف قاموس تكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصف بأنه اندماج الكمبيوتر و شبكات الكمبيوتر و الوسائط المتعددة ،وبحسب ليستر Lester "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو .¹

❖ إن مصطلح الإعلام الجديد يشير إلى جملة من التطبيقات، الاتصال الرقمي و تطبيقات النشر الالكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة و التلفزيون الرقمي و الانترنت و هو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية.²

❖ **المفهوم الإجرائي:** هو الإعلام الذي نشأ في ظل تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال يتميز بالتفاعلية و التنوع في الأشكال ،التكنولوجيا و تنوع أشكاله و مواقع التواصل الاجتماعي كالمدونات و الصحافة الالكترونية و الفيسبوك و غيرها .

¹ أحمد شريف بسام ،"التحولات الاجتماعية و الشباب" ، مداخلة بعنوان: الشباب العربي والإعلام الجديد في رسم

خارطة طريق لعملية التغيير السياسي ، المؤتمر الشمال إفريقي التركي للعلوم الإنسانية و الاجتماعية ،2012 - 2013 ،ص4.

² بشرى جميل إسماعيل ،مدخل الإعلام الجديد المفهوم والنماذج ،كلية الإعلام جامعة بغداد ،العدد 14، 2011،ص10.

(5) - اليوتيوب :

❖ اليوتيوب شبكة مخصصة للتواصل من خلال ملفات الفيديو والمدونات المكتوبة للتعليق عليها، مع إتاحة خدمة قنوات اليوتيوب لعرض مجموعة الملفات المتجددة لكل مشترك، مع إتاحة الفرصة للمشاركين لمشاهدة كل ما هو جديد من تلك القنوات، والموقع عامة يعد كإعلام جديد وإلكتروني.¹

المفهوم الإجرائي :

هو موقع مشاركة ملفات الفيديو ويحتوي على مجموعة متنوعة من ملفات الفيديو المقدمة من المستخدمين بما في ذلك عروض المستخدمين للمنتجات ومقاطع فيديو أصلية قصيرة يحتوي اليوتيوب أيضا على مجموعة من المحتويات المكونة بشكل احترافي من مقاطع من عروض تليفزيونية وإعلانات تجارية ولقطات من أفلام وأشرطة فيديو موسيقية يمكن للمستخدمين عند زيارة الموقع الإلكتروني "اليوتيوب" مشاهدة هذه الملفات ولكن الأشخاص المسجلين فقط مع الموقع الإلكتروني يمكنهم وضع أشرطة فيديو على الإنترنت.

7- الدراسات السابقة :

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

الدراسة الأولى : دراسة عائشة ديس ،دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات وهي مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع سنة 2017-2018 واعتمدت على الإشكالية التالية :

ما دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات؟

الموقع:¹http://azhar2015.blogspot.com/p/blog-page_66.html يوم: 2019-02-11 الساعة 14:15

وهدفت الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام الطالبات لموقع اليوتيوب ومدى تفاعل الطالبات مع فيديوهات ،والعلاقة بين استخدام الطالبات لليوتيوب وتوسيع دائرة معارفهم ، التعرف على مدى استفادة الطالبات من المحتويات لتنمية وعيهن الثقافي ،ومدى مساهمة الوعي الثقافي للطالبات من تغيير مكانتهن العلمية ،وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (67) مفردة من طالبات الدارسين علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة .

وقد توصلت الدراسة إلى أن عادات وأنماط استخدام الطالبات لموقع اليوتيوب أكثر من الصفة النادرة ، وأن أغلب أفراد العينة يستخدمونه أكثر من ثلاثة سنوات الشيء الذي يدل على الإقبال المتزايد على هذه الشبكة ،و إن اغلب الطالبات تتفاعل مع موقع اليوتيوب باستخدام في تصفح جهاز الهاتف الذكي ، وكما أظهرت الدراسة أن أغلب الطالبات يستفدن من محتوى اليوتيوب ولا يتفاعلهن معه بتسجيل إعجابهن أو الاشتراك في القناة وقد تمثلت دوافع استخدام المبحوثات لليوتيوب هو :تعلم الطبخ، ويساعد محتوى اليوتيوب أفراد العينة في معرفة كل ما هو جديد ، وتمثلت في حصولهن على معلومات لم يعرفنها من قبل وكما يساهم في إثراء رصيدهن المعرفي ،ومساهمة الوعي الثقافي للطالبات من تغيير مكانتهن الاجتماعية إلى الأفضل حيث يجعلهن يتميزن عن الآخرين ويظهر من خلال المناقشة والحديث ¹.

الدراسة الثانية : دراسة حسبية حميتي وأم كلثوم نوحه ،اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الإعلامية في اليوتيوب وهي مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في تكنولوجيا الاتصال الحديثة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة سنة 2016-2017 واعتمدت على الإشكالية التالية :

ماهي اتجاهات طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة نحو المضامين الإعلامية في اليوتيوب؟

¹ ديس عائشة ، **دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات** ،دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم إعلام واتصال بجامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر ،قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ،2017- 2018 .

وقد هدفت الدراسة إلى معرفة طبيعة الاتجاه الذي يسعى إليه الطلبة الجامعيين في ظل استخدام موقع اليوتيوب على شبكة الانترنت ،وتحديد نوعية المضامين الإعلامية التي تحظى بمشاهدة كبيرة من طرف الطلبة ،ومدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من المضامين الإعلامية على اليوتيوب ،والتوصل إلى نتائج توضح اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الإعلامية في اليوتيوب، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (50) مفردة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة .

و توصلت الدراسة إلى أن أغلب دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للمضامين الإعلامية في اليوتيوب هي دوافع تعليمية ،وأغلب الإشباعات التي حققها الطلبة الجامعيين من مشاهدة المضامين الإعلامية في اليوتيوب هي إشباعات خاصة بالتسلية والترفيه عن أنفسهم ،أما المضامين الإعلامية الأكثر مشاهدة في اليوتيوب من طرف الطلبة هي المواد الفلمية المأخوذة من القنوات التلفزيونية ،حيث تتوافق أغلب اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الإعلامية المعروضة على اليوتيوب .¹

الدراسة الثالثة : دراسة أشرف الدين بارش وصابر لعور لاستخدام طلبة الجزائريين لليوتيوب والإشباعات المحققة منه وهي رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة وإعلام الكتروني بجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي سنة 2015-2016 واعتمدت على الإشكالية التالية :

ما هي استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب وما هي الإشباعات المحققة من ذلك؟
وهدفت الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ،ودوافع استخدام الطلبة لهذا الموقع ،والكشف عن الإشباعات المحققة من ذلك جراء استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب ،وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (100) مفردة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي .

¹ حميتي حسبية ،نوحه أم كلثوم ، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الإعلامية في اليوتيوب ،دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، 2016-2017 .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- حددت الدراسة حول مكان استخدام موقع اليوتيوب أن المنزل هو أكثر الأماكن التي يفضلها الطالب أثناء تصفحه للموقع ،وجاءت وسيلة الاستخدام أو التصفح هي الهاتف الذكي هو ما يفضله الطلبة .
- أن دوافع الطلبة الجامعيين في استخدام اليوتيوب هي التسلية و الترفيه في المقام الأول و تليها التعليم و التنقيف .
- بينت الدراسة أن غالبية الطلاب أكدوا أن المضامين الاجتماعية هي الأولى في استخدامهم للموقع وتوجههم له ثم المضامين العلمية ثم المضامين النفسية ثم الرياضية ثم الترفيهية السياسية ومضامين أخرى انحصرت في المضمون الثقافي أو الديني .
- أظهرت نتائج الدراسة أنه أثناء استخدام الطالب اليوتيوب أهم ما يجوز على إهتمامهم الإشباع الاجتماعي ثم الإشباع العلمي تلاه الترفيهي ثم النفسي ثم الرياضي ثم السياسي وهنا اليوتيوب يقدم نمطا خاصا بالطلبة ألا وهو أولوية الإشباع الاجتماعي.¹

8- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات :

يعتبر المنهج الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم ، بواسطة طائفة من القواعد

العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.²

أ /- **منهج الدراسة** : إن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج الواجب إتباعه قصد الإحاطة بأهم جوانبه وعلى ذلك نعتمد في دراستنا على المنهج المسحي وهو البحث الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة ، أو تحديد المشكلة أو تبرير الظروف والممارسات ،

¹ بارش أشرف الدين ،لعور صابر ،استخدام طلبة الجزائريين لليوتيوب والإشباع المحققة منه ،دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ،رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام الكتروني ، 2015-2016 .

² محمد خان ،**منهجية البحث العلمي** ،ط1،جامعة محمد خيضر بسكرة ، كلية الآداب واللغات، 2011 ،ص 16 .

أو التقييم والمقارنة ، أو التعرف على ما يعمله الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية.¹

ويتميز بجمع المعلومات وتحليلها وذلك من خلال استمارة استبيان موجهة لعينة اختيرت لتمثل مجموع لطلبة ماستر قسم إعلام و اتصال جامعة قاصدي مرباح ورقلة .

ب/- أدوات الدراسة :يحتاج كل بحث علمي هادف إلى الإجابة على التساؤلات المتعلقة بالظاهرة أو المشكلة إلى جمع معلومات وبيانات معينة, وذلك بهدف التعرف على كل الحقائق المرتبطة بموضوع الدراسة ثم معالجة هذه الحقائق والمعلومات بأسلوب علمي للخروج بنتائج منطقية ومحددة للمشكلة التي ينوي الباحث دراستها وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على الأدوات التالية :

- استمارة الاستبيان :وتعرف أنها تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة.²

صدق الاستبيان:

تم التحقق من صدق أداة الدراسة عن طريق إجراء الصدق الظاهري وهو صدق المحكمين فقد تم عبارات الاستبيان على مجموعة من المحكمين من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال من بينهم:

الأستاذ : زاوي محمد الطيب

الأستاذة :سويقات لبنى

الأستاذة :طرابلسي أمينة

¹ رحيم يونس كرو العزاوي ،مقدمة في منهج البحث العلمي ،دار دجلة ، عمان ،الأردن ،ط1 ،2008، ص 99.

² سهيل رزق دياب ،منهج البحث العلمي ،جامعة القدس المفتوحة،فلسطين ،2003 ، ص 52 .

وبناء على آراء السادة المحكمين تم إجراء التعديلات المناسبة المقترحة لفقرات الاستبيان ودمج بعض الفقرات وحذف بعضها الآخر والتي اجمع على تغييرها، واعتبرنا موافقة المحكمين على صورة الاستبيان في وضعها النهائي بمثابة تحقيق الصدق للأدات.

- **عينة الدراسة:** العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي¹، ويعتبر اختيار العينة من الخطوات الأساسية في البحث العلمي وفي دراستنا هذه اعتمدنا على اختيار العينة العمدية القصدية والذي يشير مفهومها على انتقاء مفردات العينة بطريقة متعمدة من طرف الباحث ويتدخل مباشرة في تحديد الأفراد الذين ستشملهم عينة الدراسة ومتوقع أنهم يزودونه بالبيانات التي تخدم أغراض بحثه².

9- مجتمع وعينة الدراسة :

يعتبر تحديد مجتمع البحث الخطوة الرئيسية التي يجب إتباعها قبل تحديد نوع العينة وسبب ذلك هو وجود فرق بين مجتمع البحث والعينة فهو يشمل جميع الوحدات أو المفردات التي تتوفر فيها الخصائص لدارستها أما العينة فأنها ببساطة جزء من المجتمع يتم اختيارها لغرض دراستها والوصول إلى بعض الاستنتاجات عن المجتمع³، وعليه فإن مجتمع البحث الذي اخترناه في دراستنا يتمثل في جمهور طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال وقد قمنا باختيار 58 مفردة من المجتمع الكلي لطلبة الماستر قسم علوم الإعلام والاتصال ومن كلا الجنسين وقد أخذنا نسبة 15 بالمئة من مجموع طلبة الماستر والمقدر عددهم ب387 طالب .

¹ ماثيو جيدير ، ترجمة ملكة أبيض، منهجية البحث، دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه ، ص 28 .

² رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، نفس المرجع السابق، ص 173 .

³ رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص 182 .

10- حدود أو مجالات دراسة :

تتمثل حدود الدراسة في بعدين حيث يتمثل في الحدود المكانية و الزمنية إضافة إلى الحدود البشرية المتمثلة في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال وسوف نتطرق إلى أبعاد البحث في النقاط التالية :

(أ) - **الحدود المكانية** : اعتمدت الدراسة على جمع المعلومات، حيث تقتصر الدراسة الميدانية على المعلومات المتحصل عليها من قوائم الاستبيان على عينة من طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة .

(ب) **الحدود الزمنية** : فترة دراستنا لهذا الموضوع ابتداء من شهر يناير 2018 إلى شهر مايو 2019 .

(ج) **الحدود البشرية** : تتمثل الحدود البشرية في عينة من طلبة الماستر من قسم علوم الإعلام والاتصال والمتكون عددهم 58 فرد من مجموع 387 العدد الكلي لطلبة الماستر .

11- المقاربة النظرية :

نظرية الاستخدامات والإشباع والتي تعني تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغباتهم كأمينة معينة واستجابة لدوافع الحاجات الفردية .¹

ومن بين الفرضيات التي تقوم عليها أن الجمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام ومن ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجياته .²

إذا من هذا المنطلق فإن نظرية الاستخدامات والإشباع تنطبق وبشكل كبير على الدراسة التي نحن بصدد القيام بها وذلك من خلال استخدام الجمهور لليوتيوب كوسيلة تلبي رغباته

¹ عبد الحافظ عواجي صلوي ، أسامة بن مساعد المحيا ، **نظريات التأثير الإعلامية** ، 2012 ، ص 9 .

² حميدة سميسم ، أحمد عريقات ، نظريات الاتصال ، جامعة الدراسات العليا ، كلية العلوم الانسانية ، قسم الاعلام ، عبد الرحيم درويش ، مقدمة إلى علم الاتصال ، مكتبة نانسي ، دمايط ، 2005 ، ص 27 .

وحاجياته والتفاعل من جهة أخرى مع مضمون اليوتيوب الذي يحقق له الاشباعات التي يبحث عنها ،فوفق نظرية الاستخدامات والاشباعات يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات .

وللنظرية مجموعة من الأهداف يمكن تحديدها فيما يلي :

1. محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلهى الجمهور النشاط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته .
2. شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والاشباعات المتحققة من هذا التعرض .
3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.¹

أما العلاقة بين النظرية والدراسة فترى نظرية الاستخدامات والاشباعات أن تقدمه مواقع اليوتيوب والجمهور هو نتاج لما يتطلبه الناس حسب قيمهم وتقاليدهم حيث أن الأفراد يقومون بتحديد نوعية المضامين الإعلامية التي يتلقاها لإشباع رغباته فالجمهور يتابع وسائل علام باعتبارها مصدرا يلبي رغباته وحاجاته وفي هذا الصدد نجد اليوتيوب أحد المنصات القوية في وسائل الإعلام إذ تتيح للمستخدمين متابعة المضامين التي يريدونها والتي يرون أنها تشبع رغباتهم وميولاتهم وذلك بتنوع واختلاف المضامين المعروضة عليه .

¹ عبد الحافظ عواجي صلوي ،أسامة بن مساعد المحيا ،نظريات التأثير الإعلامية ،نفس المرجع السابق ،ص10.

الجانب التطبيقي

الجانب التطبيقي : دراسة تطبيقية لإستخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب
والإشباعات المحققة منه

❖ عرض محاور الاستبيان

❖ تحليل الجداول الإحصائية البسيطة

❖ تحليل الجداول الإحصائية المركبة

❖ الاستنتاجات العامة

سنحاول في هذا الفصل معرفة اتجاهات طلبة ماستر قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة من خلال الاستعانة باستبيان يحوي مجموعة من المعلومات والمؤشرات التي تساعدنا في الدراسة الميدانية والتي يتم من خلالها طرح أسئلة على الطلبة محل الدراسة للإحاطة بأبعاد هذه الدراسة واستكمال وتفسير ما نحصل عليه من خلاله. كما سنستعرض في هذا الفصل، النتائج التي خلصت إليها الدراسة الميدانية بعد توزيع الاستمارة على أفراد عينة الدراسة .

1- عرض محاور الاستبيان :

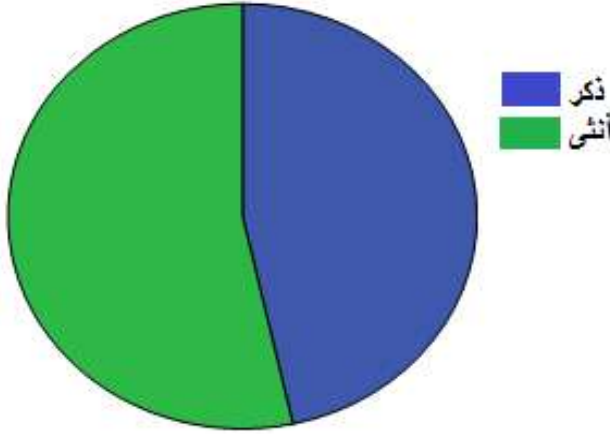
قمنا باعتماد على استبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة حيث اشتمل الاستبيان على 18 سؤالاً موزعين على مختلف محاوره :

- الجزء المتمثل في البيانات الشخصية : (الجنس ,السن ,التخصص) .
- المحور الأول : يتضمن 8 أسئلة تتعلق حول عادات وأنماط الطلبة الجامعيين في متابعة مضامين اليوتيوب.
- المحور الثاني : يتضمن 4 أسئلة حول دوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين قنوات اليوتيوب .
- المحور الثالث : خصصناه حول تفاعل الطلبة الجامعيين مع موضوعات قنوات اليوتيوب.
- المحور الرابع : يتضمن 4 أسئلة حول كيفية تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين قنوات اليوتيوب .

2- تحليل الجداول الإحصائية البسيطة:

البيانات الشخصية :

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .



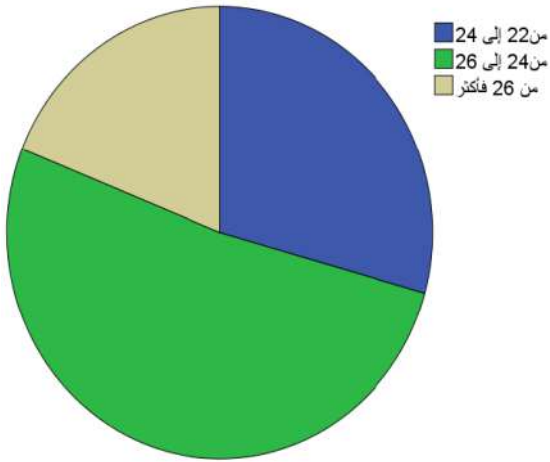
النسبة	التكرار	العينة / الإجابة
46.6%	27	ذكر
53.4%	31	أنثى
100%	58	المجموع

الشكل رقم (01) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .

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

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن نسبة المبحوثين الذكور قدرت بـ 46,6% من مجموع النسبة الكلية، في حين نجد أن نسبة المبحوثين إناث قدرت بـ 53,4% من مجموع النسبة الإجمالية، وعليه نستنتج أن نسبة الإناث أكثر من الذكور ونفس ذلك على العدد الكبير للإناث بقسم علوم الإعلام والاتصال مقارنة بالذكور .

2 - توزيع أفراد العينة حسب متغير السن .



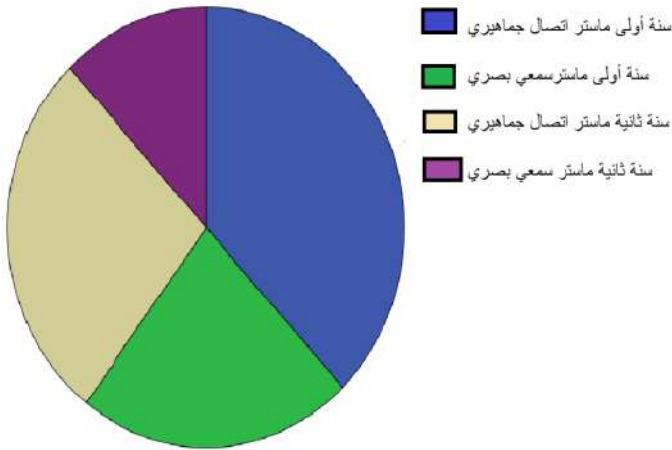
النسبة	التكرار	العينة
		الإجابة
29.3%	17	من 22 إلى 24 سنة
51.7%	30	من 24 إلى 26 سنة
19%	11	أكثر من 26 سنة
100%	58	المجموع

الشكل رقم (02) :يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن .

الشكل رقم (02) :يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن .

من خلال الجدول رقم (02) نلاحظ أن معظم أفراد العينة شباب تتراوح أعمارهم من 24 إلى 26 سنة ،وذلك بنسبة 51.7 % من مجموع النسبة الكلية ، تليها الفئة العمرية من 22 إلى 24 سنة بنسبة تقدر بـ 29.3 %، ثم تأتي بعدها الفئة العمرية أكثر من 26 سنة بنسبة 19% من مجموع النسبة الكلية وعليه نستنتج أن الطلبة الذين تتراوح أعمارهم من سن 24 سنة إلى 26 سنة و من 22 إلى 24 سنة هم الأكثر متابعة لمضامين قنوات اليوتيوب وهذا راجع لكون هذه الفئة العمرية من الطلبة لتزال في مرحلة المراهقة المتأخرة وكذا في مرحلة التحصيل العلمي وإن كان هذا لا ينفي أن البعض منهم قد ولج عالم العمل أما الفئة العمرية التي تمتد من 26 سنة فأكثر و التي تكون مرحلة الدراسة فيها قد انتهت بالنسبة للغالبية القصوى، و دخلوا عالم الشغل وبالتالي لا يكون عندهم الوقت الكافي لمتابعة مضامين قنوات اليوتيوب و يمكن أن يكون الشاب مستقل ماديا و لا يعيش مع الأسرة و هذا ما يؤثر على عملية التعرض لمضامين قنوات اليوتيوب .

3 - توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص .



الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص .

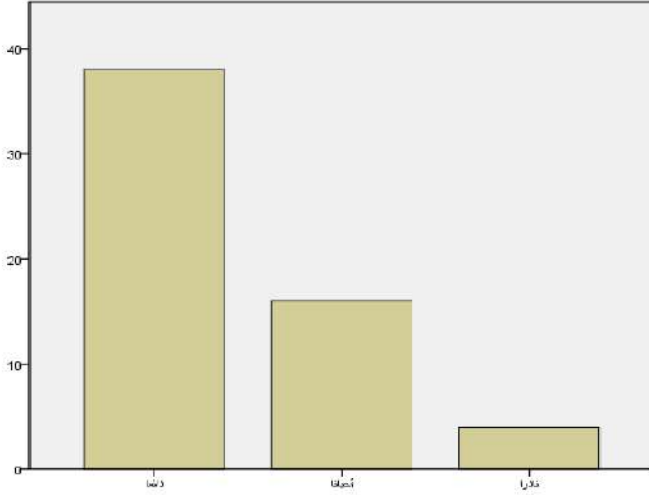
النسبة	التكرار	العينة / الإجابة
37.9%	22	سنة أولى ماستر اتصال جماهيري
22.4%	13	سنة أولى ماستر سمعي بصري
27.6%	16	سنة ثانية ماستر اتصال جماهيري
12.1%	7	سنة ثانية ماستر سمعي بصري
100%	58	المجموع

الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص .

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أن نسبة 37.9% من أفراد العينة سنة أولى ماستر اتصال جماهيري ، و 27.6% سنة ثانية ماستر اتصال جماهيري ، ونسبة 22.4% من أفراد العينة سنة أولى ماستر سمعي بصري ، ونسبة 12.1% سنة ثانية ماستر سمعي بصري وهذا راجع لكون عدد طلبة سنة أولى ماستر اتصال جماهيري في قسم علوم الإعلام أكثر من بقية السنوات .

المحور الأول : عادات وأنماط الطلبة الجامعيين في متابعة مضامين اليوتيوب

4- متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب .



الشكل رقم (04) :يوضح متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب

النسبة	التكرار	العينة الإجابة
65.5%	38	دائما
27.6%	16	أحيانا
6.9%	4	نادرا
100%	58	المجموع

الجدول رقم (04) :يوضح متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب

من خلال الجدول رقم (04) نلاحظ أن أفراد العينة يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب بشكل دائم وذلك بنسبة 65.5% أما الذين يتابعون من حين لآخر فقد بلغت نسبتهم بـ 27.6% أما الذين يتابعون بصفة نادرة فقد بلغت نسبتهم 6.9% وهذا يدل على أن طلبة الماستر على دراية ووعي تام لأهمية اليوتيوب البالغة بالنسبة لهم كطلبة وباحثين خاصة في مجال التحصيل العلمي كما أنهم وجدوا ما يتوافق مع رغباتهم مواكبة كل ما هو جديد وخاصة بما أنهم في تخصص علوم الإعلام والاتصال. أما نسبة 27.6% ممن أجابوا بأحيانا فهذا مرده إلى كونهم لا يملكون الوقت الكافي وانشغالهم ببعض الأمور الأخرى غير متابعة مضامين اليوتيوب أما نسبة 6,9% أجابوا بنادرا ويمكن تفسير هذا كون هؤلاء الطلبة لا يملكون الرغبة في متابعة مضامين قنوات اليوتيوب وتصفح بعض المواقع الأخرى .

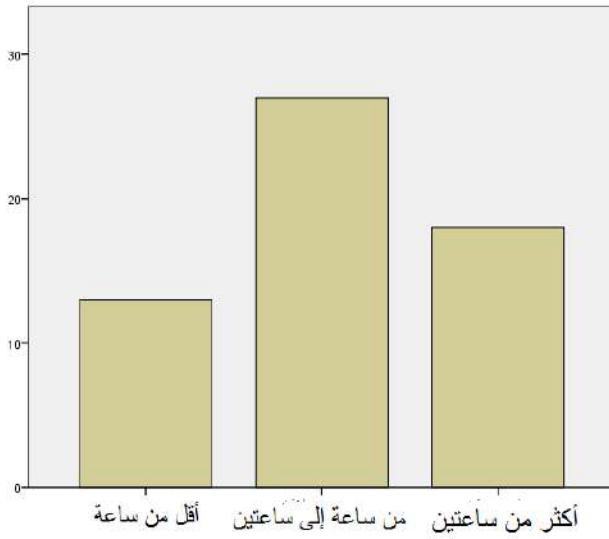
5- الفترة المفضلة لطلبة لمتابعة مضامين قنوات اليوتيوب .

النسبة	التكرار	العينة الإجابة
%14.8	12	الفترة الصباحية
%29.6	24	الفترة المسائية
%55.6	45	الفترة الليلية
%100	81	المجموع

الجدول رقم (05) : يوضح الفترة المفضلة لطلبة لمتابعة مضامين قنوات اليوتيوب .

يبين الجدول رقم (05) تعرض الطلبة لمضامين قنوات اليوتيوب في الفترة الليلية بدرجة أكبر وذلك بنسبة %55.6 تليها الفترة المسائية بنسبة %29.6 ثم الفترة الصباحية بنسبة %14.8 وهذا يدل على أن الطلبة في الفترة الليلية يكونون متفرغين للانترنت أما الفترة المسائية فقد يتفرغ البعض لممارسة أنشطة أخرى كالرياضة أو تصفح مواقع اجتماعية أخرى أما الفترة الصباحية فمعظم الطلبة يكونون في مقاعد الدراسة أو في العمل .

6- المدة التي يقضيها الطلبة في متابعة قنوات اليوتيوب .



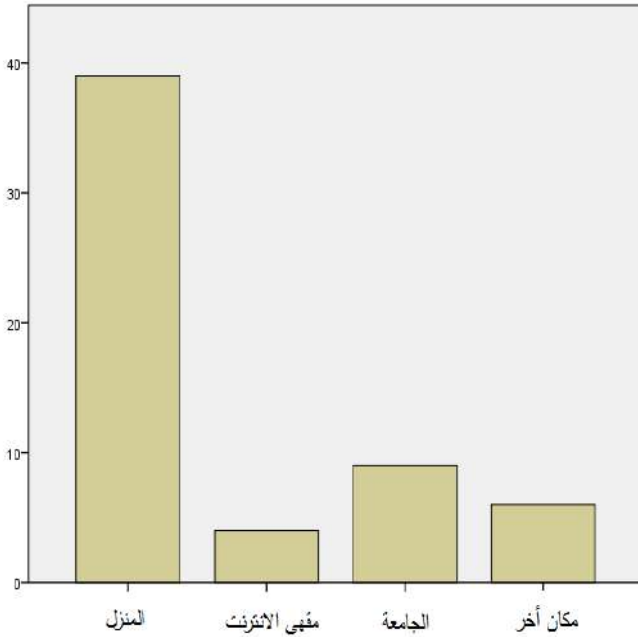
النسبة	التكرار	العينة
%22.4	13	الإجابة أقل من ساعة
%46.6	27	من ساعة إلى ساعتين
%31	18	أكثر من ساعتين
%100	58	المجموع

الشكل رقم (06) :يوضح مدة متابعة قنوات اليوتيوب

الجدول رقم (06) :يوضح مدة متابعة قنوات اليوتيوب

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب عبر فترات زمنية معتبرة حيث أن نسبة 46.6% من أفراد العينة يتابعون من ساعة إلى ساعتين وتعتبر فترة معقولة وهذا راجع كون الطلبة لديهم التزامات وأشياء أخرى يقومون بها خاصة الالتزامات الدراسية كذلك تصفح موقع التواصل الاجتماعي الأخرى تليها نسبة 31% بأكثر من ساعتين وهذا يدل على أن هؤلاء يجدون ما يبحثون عنه في متابعة مضامين قنوات اليوتيوب وأن اليوتيوب يعتبر الموقع الأفضل بالنسبة لهم ثم نسبة 22.4% بأقل من ساعة والتي تعتبر نسبة ضعيفة وهذا يعود كون بعض الطلبة يحبذون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى غير اليوتيوب .

7- المكان المفضل لطلبة لمشاهدة مضامين اليوتيوب .



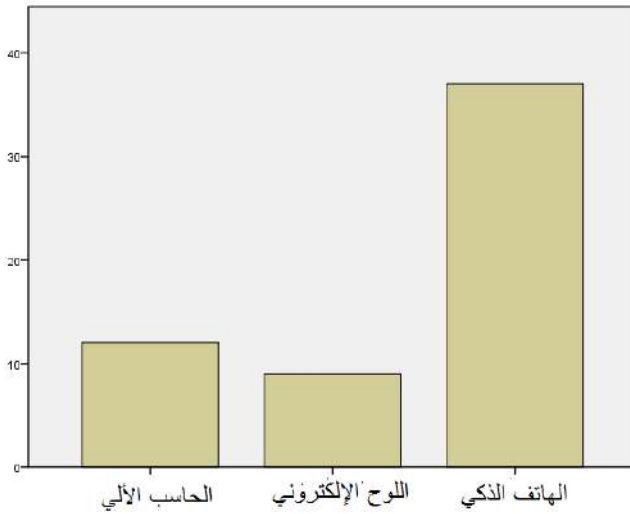
النسبة	التكرار	العينة / الإجابة
67.2%	39	المنزل
6.9%	4	مقهى الانترنت
15.5%	9	الجامعة
10.3%	6	مكان آخر
100%	58	المجموع

الشكل رقم (07) : يوضح المكان المفضل لطلبة لمشاهدة مضامين اليوتيوب.

الجدول رقم (07) : يوضح المكان المفضل لطلبة لمشاهدة مضامين اليوتيوب.

من خلال الجدول رقم (07) نلاحظ أن المكان المفضل لطلبة لمشاهدة مضامين اليوتيوب يكون في المنزل وذلك بنسبة قدرت بـ 67.2% ويمكن تفسير هذا على أن الطلبة يكون لديهم الوقت الكافي ولا يتفرغون للمتابعة إلا في المنزل حيث يرتاح الطالب ويكون في وضع يسمح له بمشاهدة قنوات اليوتيوب تلتها نسبة 15.5% من الذين يتابعون في الجامعة ويعود ذلك إلى أن الطلبة يتصفحون الانترنت في المكتبات الجامعية والنوادي العلمية أما أفراد العينة الذين أجابوا بأخرى فقد كانت نسبتهم 10.3% وقد كانت معظم الإجابات في مكان العمل وذلك يعود إلى أن بعض الطلبة تكون الانترنت متوفرة لديهم بتدفق جيد في أماكن العمل تلتها نسبة 6.9% من الذين يتابعون في مقهى الانترنت وهذا مرده الى أن هؤلاء لا يمتلكون انترنت على هواتفهم أو يفضلون متابعة قنوات اليوتيوب بشكل أفضل حيث يوجد الحاسوب وسرعة انترنت قوية .

8- الوسيلة التي يستخدمها الطلبة لمشاهدة مضامين اليوتيوب .



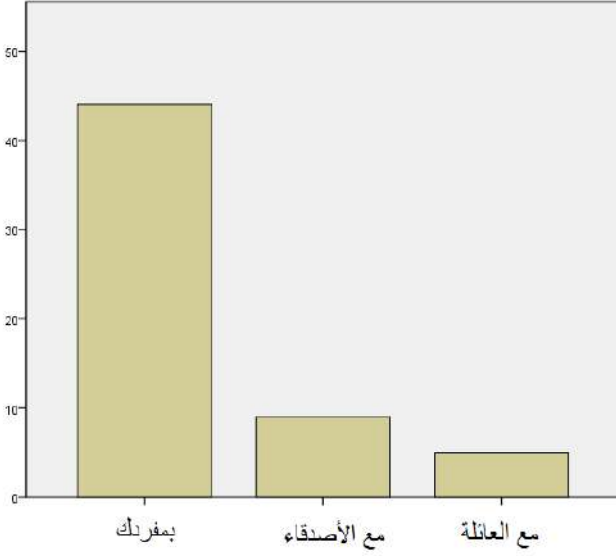
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
20.7%	12	الحاسب الآلي
15.5%	9	اللوحة الإلكترونية
63.8%	37	الهاتف الذكي
100%	58	المجموع

الشكل رقم (08): يوضح الوسيلة المستخدمة لمشاهدة مضامين اليوتيوب

الجدول رقم (08): يوضح الوسيلة المستخدمة لمشاهدة مضامين اليوتيوب

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن معظم الطلبة يتابعون مضمون قنوات اليوتيوب عبر الهاتف الذكي وذلك بنسبة 63.8% من المجموع الكلي لأفراد العينة تلتا نسبة 20.7% من الذين يتابعون عبر الحاسب الآلي ثم نسبة 15.5% من الذين يتابعون عبر اللوحة الإلكترونية وعليه نستنتج أن هذه النتائج طبيعية لأفراد العينة وذلك حسب الفروقات الشخصية في الإمكانيات المادية، وكما نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن أغلب أفراد العينة يتابعون اليوتيوب بواسطة الهاتف الذكي وهذا ما يفسر على أنه أحد وسائل تكنولوجيات الاتصال الأكثر انتشارا بين أفراد العينة كما أنه يوفر قسط كبير من الخصوصية وهذا ما يفضله الطلبة في هذه المرحلة العمرية، كما أنه وسيلة تصفح سهلة ومباشرة مع تقنية الجيل الثالث والرابع على شرائح بطاقات المكالمات .

9- متابعة الطلبة لمضامين اليوتيوب .



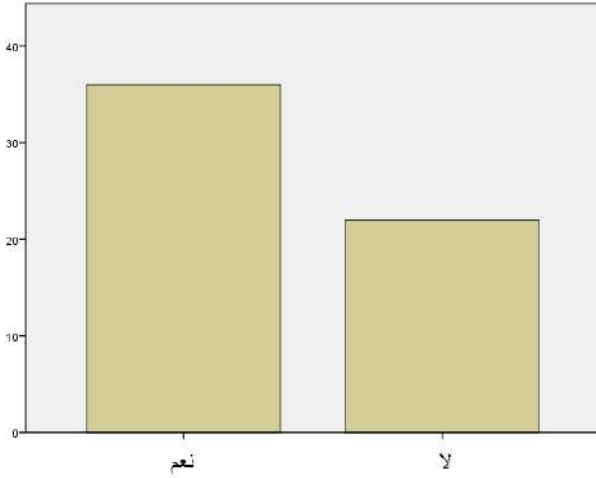
النسبة	التكرار	العينة
75.9%	44	الإجابة بمفردك
15.5%	9	مع الأصدقاء
8.6%	5	مع العائلة
100%	58	المجموع

الشكل رقم (09) : يوضح متابعة الطلبة لمضامين اليوتيوب

الجدول رقم (09) : يوضح متابعة الطلبة لمضامين اليوتيوب

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن متابعة قنوات اليوتيوب من طرف الطلبة بمفردهم كانت بنسبة 75.9% وهذا يدل على أن الطالب يحب أن يتابع مضمون اليوتيوب حسب أدواقه وميولاته ثم تلتها نسبة 15.5% من الذين يتابعون مع أصدقائهم والذين بدورهم يحبون مشاركتهم في المضامين التي يتابعونها ثم تلتها نسبة 8.6% من الطلبة الذين يتابعون مع العائلة وهذه نسبة ضعيفة وهذا مرده إلى المحتوى الغير لائق أحيانا والمنافي للعادات والتقاليد لبعض الأسر لهذا تفاديا للإحراج يتجنب الكثير من الطلبة متابعة قنوات اليوتيوب مع العائلة كذلك يتحكم في ذلك الوسيلة التي يتابع من خلالها الطالب والتي في الغالب تكون الهاتف الذكي والذي يكون استعماله بشكل فردي .

10- امتلاك الطلبة لقناة على اليوتيوب



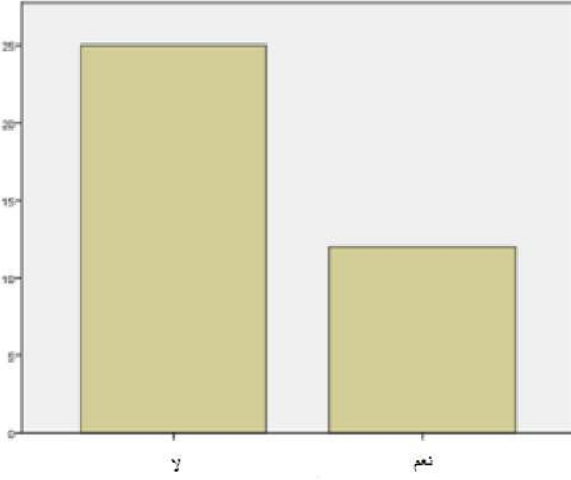
النسبة	التكرار	العينة
62.1%	36	الإجابة نعم
37.9%	22	لا
100%	58	المجموع

الشكل رقم (10) : يوضح امتلاك قناة يوتيوب

الجدول رقم (10) : يوضح امتلاك قناة يوتيوب

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن أغلب الطلبة أجابوا بنعم يمتلكون قنوات على اليوتيوب وذلك بنسبة 62.1% وهذا مرده إلى أن معظم الطلبة الذين يتعرضون لمضامين قنوات اليوتيوب يتفاعلون مع المحتوى المعروض لأنه وكما نعلم أنه ليس باستطاعة أحد التعليق أو الإعجاب دون امتلاك قناة على اليوتيوب كذلك البعض الآخر ممن يحبون نشر بعض الفيديوهات عبر قنواتهم في اليوتيوب ثم تلتها نسبة 37.9% ممن أجابوا ب لا وهذا مرده إلى أن بعض الطلبة يكتفون فقط بالمتابعة والاستفادة دون تفاعل .

11- نشر الطلبة على قناة اليوتيوب .



النسبة	التكرار	العينة
32.5%	12	الإجابة
67.5%	24	نعم
100%	36	لا
		المجموع

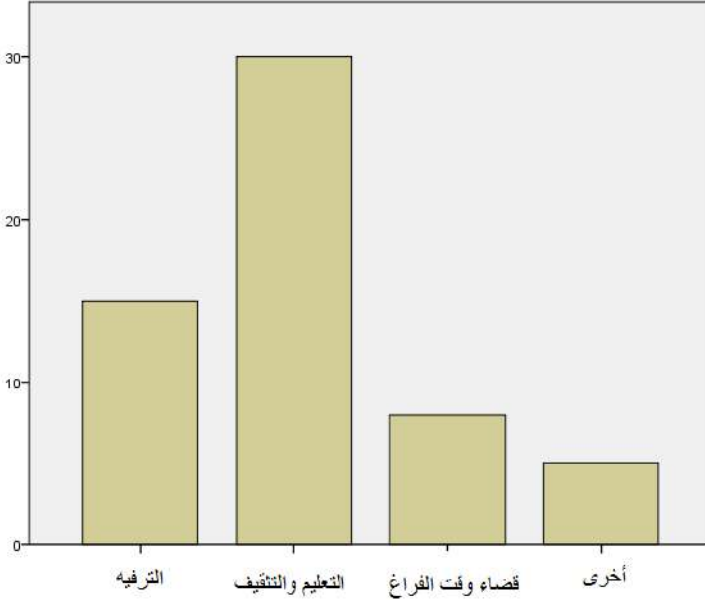
الشكل رقم (11) : يوضح نشر الطلبة على قناة اليوتيوب

الجدول رقم (11) : يوضح نشر الطلبة على قناة اليوتيوب

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن نشر الطلبة على قنواتهم في اليوتيوب أو لا حيث أظهرت النتائج بأن نسبة 67.5% لا ينشرون على قنواتهم ونسبة 32.5% يقومون بالنشر وهذا ما يفسر بأن طلبة الماجستير بقسم علوم الإعلام والاتصال غير نشطون على موقع اليوتيوب وهذا بعدم نشرهم ومشاركتهم لمقاطع الفيديو على قنواتهم. ويكتفون فقط بالمتابعة وأن معظم الطلبة لا يتوفر لديهم الوقت الكافي للنشر على اليوتيوب فكما نعلم بأن النشر على اليوتيوب يتطلب صناعة محتوى جيد ملكي وحصري الشيء الذي يميزه عن بقية مواقع التواصل الاجتماعي هذا الأمر يتطلب وقت وجهد كافي لعرض محتوى جيد على اليوتيوب لهذا نجد أن معظم الطلبة يكتفون فقط بالمتابعة أما عن نسبة 32.5% الذين ينشرون على قنواتهم في اليوتيوب فغالبا ما يتوفر لديهم تدفق انترنت جيد الأمر الذي يساعدهم في نشر بث مباشر على قنواتهم حيث أن البث المباشر وكما نعلم لا يتطلب وقت ولا جهد فقط يكتفي الطالب بالتحدث إلى جمهوره مباشرة أو تصوير حدث مهم وقع في تلك اللحظة .

المحور الثاني : دوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين قنوات اليوتيوب

12 - دوافع متابعة قنوات اليوتيوب



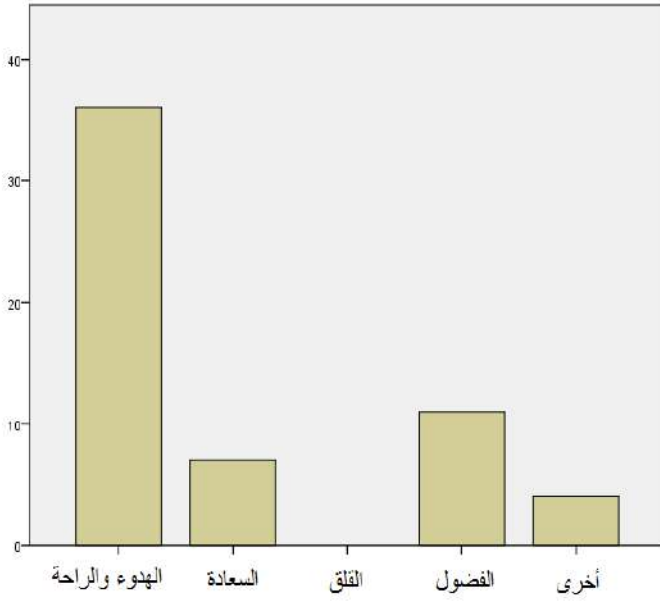
النسبة	التكرار	العينة
25.9%	15	الإجابة الترفيه
51.7%	30	التعليم والتنقيف
13.8%	8	قضاء وقت الفراغ
8.6%	5	أخرى
100%	58	المجموع

الشكل رقم (12) : يوضح دوافع متابعة قنوات

الجدول رقم (12) : يوضح دوافع متابعة

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن دوافع متابعة قنوات اليوتيوب بالنسبة للطلبة تمثلت في النسب التالية حيث حاز التعليم والتنقيف النسبة الأكبر وذلك بنسبة 51.7% ثم تلتها الترفيه بنسبة 25.9% ثم قضاء وقت الفراغ بنسبة 13.8% ثم تلتها إجابات أخرى والتي كانت أغلبها متابعة كل جديد بنسبة 8.6% وعليه نستنتج أن أغلب الطلبة يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب من أجل التنقيف والتعليم وهذا لكون الطلبة في مرحلة التحصيل العلمي كذلك التخصص الذي يدرسونه والذي يتطلب كم وزاد معلوماتي كبير للذهاب بعيدا في مجالهم العلمي أما عن نسبة 25.9% الذين يتابعون من أجل الترفيه فهؤلاء الطلبة يرون بأن اليوتيوب يقدم محتوى ترفيهي جيد مقارنة بغيره من منصات الإعلام البديل مما يجعلهم يفضلون متابعة المضمون الترفيهي عبر قنوات اليوتيوب .

13- شعور الطلبة أثناء متابعة مضمون قنوات اليوتيوب.



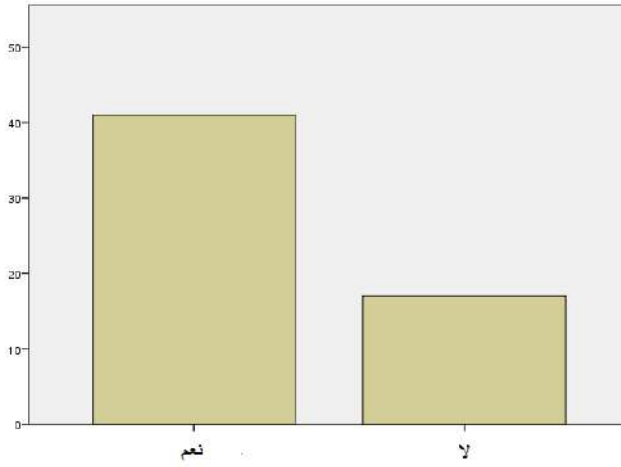
العينة	التكرار	النسبة
الهدوء والراحة	36	62.1%
السعادة	7	12%
الفضول	11	19%
أخرى	4	6.9%
القلق	0	0%
المجموع	58	100%

الشكل رقم (13) : توضح شعور أثناء متابعة مضمون قنوات اليوتيوب.

الجدول رقم (13) : توضح شعور أثناء متابعة مضمون قنوات اليوتيوب.

من خلال الجدول رقم (13) الذي يوضح شعور الطلبة أثناء متابعتهم لمضمون قنوات اليوتيوب فقد تباينت إجاباتهم كالتالي إذ نجد في المرتبة الأولى الهدوء والراحة بنسبة 62.1% يليها الفضول بنسبة 19% وباقي الإجابات كانت حسب المضمون الذي يتابعه بنسبة 6.9% ويمكن تفسير هذه النتائج على أن الطالب عند مشاهدته يكون في حالة هدوء وراحة ومع مرور الوقت أثناء المتابعة يتغير شعور وهذا ما لاحظناه في الإجابات حيث جاء الفضول مباشرة وراء الهدوء والراحة ثم السعادة .

14 - الشعور النفسي لطلبة بعد متابعة مضامين قنوات اليوتيوب .



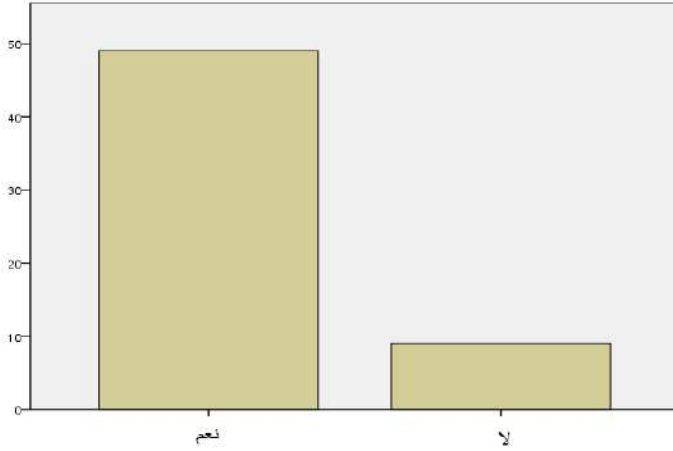
النسبة	التكرار	العينة الإجابة
70.7%	41	نعم
29.3%	17	لا
100%	58	المجموع

الشكل رقم (14) : يوضح شعور الطلبة بعد متابعة مضامين قنوات اليوتيوب

الجدول رقم (14) : يوضح شعور الطلبة بعد متابعة مضامين قنوات اليوتيوب

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن أغلب الطلبة أجابوا بنعم أي أن شعورهم النفسي يتغير بعد متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب وذلك بنسبة 70.7% أما البقية فأجابوا بلا وقدرت نسبتهم بـ 29.3% وهذا إن دل فإنه يدل على أن مضامين قنوات اليوتيوب لها تأثير كبير في طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال .

15- متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب من أجل زيادة الرصيد المعرفي



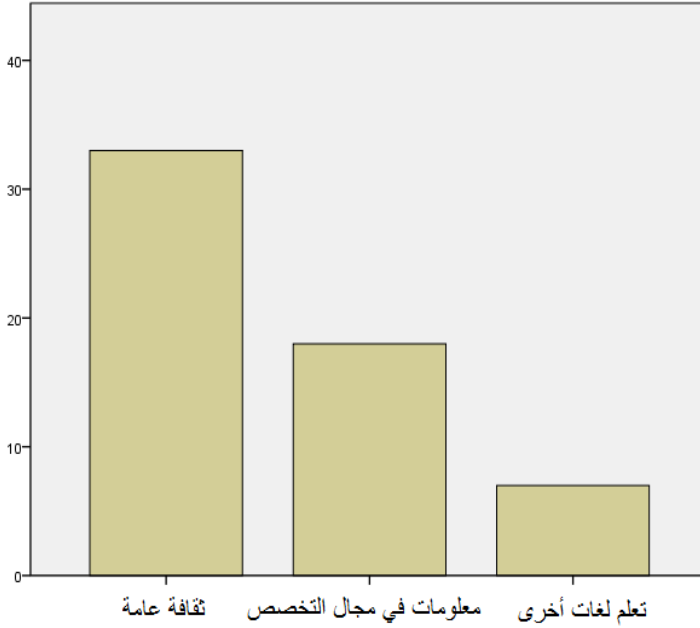
النسبة	التكرار	العينة / الإجابة
84.5%	49	نعم
15.5%	9	لا
100%	58	المجموع

الشكل رقم (15) : يوضح متابعة مضمون قنوات اليوتيوب من أجل زيادة رصيد المعرفي

الجدول رقم (15) : يوضح متابعة مضمون قنوات اليوتيوب من أجل زيادة رصيد المعرفي

من خلال الجدول رقم (15) الذي يوضح متابعة الطلبة لمضمون قنوات اليوتيوب إن كان من أجل زيادة الرصيد المعرفي أولاً فقد جاءت النتائج كالتالي ، نسبة 84.5% أجابوا بنعم ونسبة 15.5% أجابوا بلا وعليه نستنتج أن أغلب الطلبة يتابعون مضمون قنوات اليوتيوب من أجل زيادة رصيدهم المعرفي وهذا أمر طبيعي بما أنهم طلبة وفي مرحلة التحصيل العلمي والذي يستوجب عليهم .

16 - المعارف التي أكتسبها الطلبة بعد متابعة قنوات اليوتيوب



النسبة	التكرار	العينة
56.9%	33	ثقافة عامة
31%	18	معلومات في مجال التخصص
12.1%	7	تعلم لغات أخرى
100%	58	المجموع

الشكل رقم (16) : يوضح المعارف التي اكتسبها الطلبة بعد متابعة قنوات اليوتيوب

الجدول رقم (16) : يوضح المعارف التي اكتسبها الطلبة بعد متابعة قنوات اليوتيوب

من الجدول رقم (16) نلاحظ أن المعارف التي أكتسبها الطلبة بعد متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب حيث جاءت بنسبة 56.9% كثقافة عامة ثم تليها معلومات في مجال التخصص بنسبة 31% ثم تعلم لغات أخرى بنسبة 12.1% وعليه نستنتج أن طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال أن المعارف التي يكتسبونها بعد متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب هي التعليم والتنقيف ومرد هذا للمحتوى الكبير والمتنوع المعروض على قنوات اليوتيوب كما أن اكتساب ثقافة عامة كان نتيجة لإقبالهم على اليوتيوب من أجل التنقيف والتعليم الأمر الذي يجعلهم يتعرضون لأنواع مختلفة من المواضيع والتي بدورها تنمي مهاراتهم الاتصالية والعلمية والبحثية على حد سواء .

المحور الثالث : تفاعل الطلبة الجامعيين مع موضوعات قنوات اليوتيوب

17 - الموضوعات التي يتفاعل معها الطلبة أثناء متابعة قنوات اليوتيوب

النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
26.8%	37	موضوعات اجتماعية
14.5%	20	موضوعات سياسية
15.9%	22	موضوعات رياضية
23.2%	32	موضوعات ترفيهية
17.4%	24	موضوعات علمية
2.2%	3	أخرى
100%	138	المجموع

الجدول رقم (17) : يوضح الموضوعات التي يتفاعل معها الطلبة أثناء متابعة قنوات اليوتيوب

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ الموضوعات التي يتفاعل معها الطلبة أثناء متابعتهم لقنوات اليوتيوب حيث كانت الموضوعات الاجتماعية هي الأكثر متابعة من طرف الطلبة وذلك بنسبة 26.8% تليها الموضوعات الترفيهية بنسبة 23.2% ثم الموضوعات العلمية بنسبة 17.4% بعدها الموضوعات الرياضية بنسبة 15.9% ثم الموضوعات السياسية بنسبة 14.5% ونسبة 2.2% أجابوا بأخرى وكانت تتمحور إجاباتهم حول موضوعات الطبخ وعليه نستنتج أن طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال يتفاعلون مع الموضوعات الاجتماعية والترفيهية ومرد هذا إلى طبيعة هذه الموضوعات التي تجعل الطالب يتفاعل معها عكس بعض الموضوعات الجامدة إن صح القول لذلك نجد الطالب يتفاعل سواء بالتعليق والمشاركة إلى آخره إضافة إلى أن هذه المواضيع تحاكي الوضع الاجتماعي الحالي للطلاب .

18 - المضامين التي يهتم بها الطلبة في اليوتيوب .

النسبة	التكرار	العينة	
		الإجابة	
%32.8	21	أحوال الناس والمجتمعات	
%25	16	الآفات و المشاكل الاجتماعية	
%31.3	20	إعادة مشاهدة حصص وبرامج اجتماعية	
%10.9	7	التكافل الاجتماعي	
%100	64	المجموع	
%24.1	7	متابعة كل القضايا السياسية	
%20.7	6	تصريحات المسؤولين	
%44.8	13	الحراك الشعبي في الجزائر	
%10.3	3	السياسة الدولية	
%100	29	المجموع	
%21.4	9	الاطلاع على تقنيات ممارسة الرياضة	
%11.9	5	البطولات الجزائرية	
%31	13	البطولات الأوربية	
%35.7	15	كرة القدم	
%100	42	المجموع	
%31.1	19	الإثارة والغموض	
%23	14	الغربة والطرفة	
%13.1	8	الألعاب الالكترونية	
%32.8	20	الأغاني والأناشيد	
%100	61	المجموع	
%33.3	14	انجاز البحوث العلمية	
%35.7	15	التعرض للمحاضرات العلمية	
%31	13	متابعة التطورات التكنولوجية	
%100	42	المجموع	

الجدول رقم (18) : يوضح المضامين التي يهتم بها الطلاب

الموضوعات الاجتماعية: من خلال الجدول نلاحظ المضامين التي يهتم بها الطالب المندرجة ضمن المواضيع الاجتماعية كانت كالأتي حيث كانت مضامين أحوال الناس والمجتمعات في المرتبة الأولى بنسبة 32.8% ثم مضامين الحصص والبرامج الاجتماعية بنسبة 31.3% ثم مضامين الآفات والمشاكل الاجتماعية بنسبة 25% وأخيرا مضامين التكافل الاجتماعي بنسبة 10.9% وعليه نستنتج أن الطلبة يحبذون متابعة المضامين التي تتحدث عن أحوال الناس والمجتمعات وهذا مرده إلى الكم الهائل من هذه المضامين التي تكون معروضة بشكل كبير على قنوات اليوتيوب خاصة مما يجد الطالب نفسه في حالة فضول كذلك كون الموضوعات الاجتماعية موضوعات حية نابغة من صميم الواقع .

أما عن الموضوعات السياسية: ومن خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الطلبة يتابعون المضامين التي تتحدث عن الحراك الشعبي في الجزائر وذلك بنسبة 44.8% ثم متابعة كل القضايا السياسية بنسبة 24.1% ثم تليها تصريحات المسؤولين بنسبة 20.7% وأخيرا السياسة الدولية بنسبة 10.3% وعليه نستنتج أن طلبة الماستر خلال متابعتهم للموضوعات السياسية فإنهم يهتمون بشكل كبير بالمضامين التي تتحدث عن الحراك الشعبي في الجزائر وهذا مرده للأوضاع الراهنة التي تعيشها الجزائر حيث أنهم يفضلون متابعة كل الأخبار المتعلقة بالحراك وكل المستجدات حول الأوضاع في الجزائر .

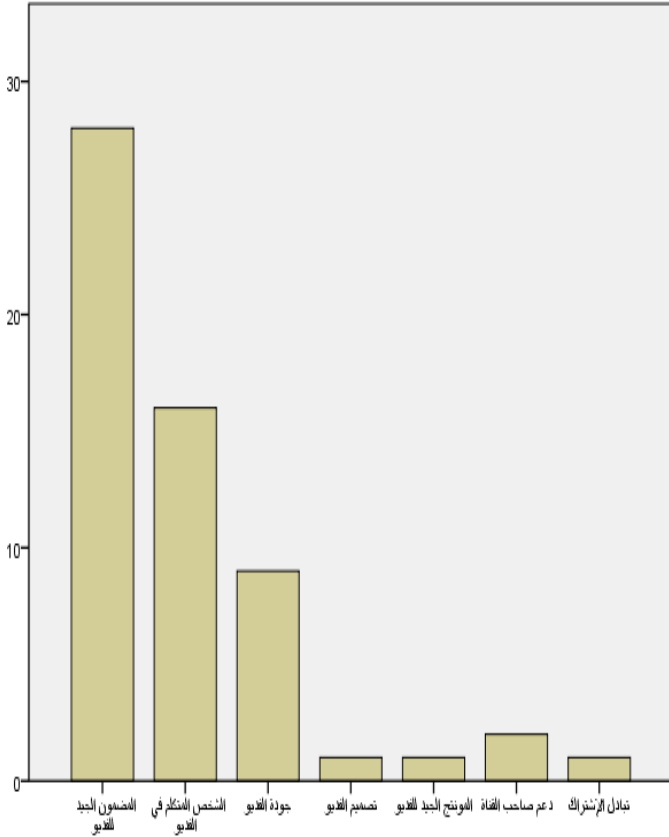
وبالنسبة للموضوعات الرياضية: فمن خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الطلبة يتابعون مضامين كرة القدم بدرجة أكبر مقارنة بباقي المضامين وذلك بنسبة 35.7% من المجموع الكلي لأفراد العينة ثم مضامين البطولات الأوربية بنسبة 31% ثم الإطلاع على تقنيات ممارسة الرياضة بنسبة 21.4% وأخيرا البطولات الجزائرية بنسبة 11.9% وعليه نستنتج أن الطلبة يهتمون بمتابعة مضامين كرة القدم والبطولات الأوربية وهذا مرده للانتشار والذيع الواسع لكرة القدم والتي هي الرياضة الأولى عالميا والأكثر شعبية .

أما عن الموضوعات الترفيهية: فمن خلال نتائج الجدول نلاحظ المضامين التي يتفاعل معها الطلبة والتي كانت بالشكل الآتي حيث كان في المرتبة الأولى الأغاني والأناشيد وذلك بنسبة 32.8% ويليها مباشرة وبفارق بسيط الإثارة والغموض بنسبة 31.1% ثم الغرابة والطرافة بنسبة 23% ثم أخيرا الألعاب الإلكترونية بنسبة 13.1% وعليه نستنتج أن طلبة الماجستير بقسم علوم الإعلام والاتصال خلال متابعتهم للموضوعات الترفيهية فإنهم يهتمون بالمضامين التي تحتوي على الأغاني والأناشيد ويمكن تفسير هذا على أن كل مستجدات الغناء والأناشيد تظهر أولا عبر منصة اليوتيوب مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى التي قد ينشر في وقت لاحق كذلك إمكانية البحث عن أي أغنية أو أنشودة وبالتالي ستظهر في نتائج البحث بشكل أفضل وبصيغة فيديو كليب عبر اليوتيوب .

أما فيما يخص الموضوعات العلمية : فمن خلال نتائج الجدول نلاحظ أن النتائج كانت متقاربة نوعا ما وجاء خيار التعرض للبرامج والمحاضرات العلمية في المرتبة الأولى بنسبة 35.7% ثم إنجاز البحوث العلمية بنسبة 33.3% ثم متابعة التطورات التكنولوجية بنسبة 31% وعليه نستنتج أن الطلبة في متابعتهم للموضوعات العلمية لا يفضلون مضامين على حسب مضامين أخرى وهذا ما أكدته نتائج الاستبيان والتي جاءت نتائجها متقاربة جدا وهذا مرده إلى التنوع الهائل للمضامين العلمية ودليل على أهمية كل المضامين العلمية بالنسبة للطلبة دون استثناء .

المحور الرابع : كيفية تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين قنوات اليوتيوب

19 - الحالات التي تجعل الطلبة يتفاعلون مع مضمون قنوات اليوتيوب



النسبة	التكرار	العينة / الإجابة
45.9%	28	المضمون الجيد للفيديو
26.2%	16	الشخص المتكلم في الفيديو
14.8%	9	جودة الفيديو
1.6%	1	تصميم الفيديو
1.6%	1	المونتاج الجيد للفيديو
3.3%	2	دعم صاحب القناة
1.6%	1	تبادل الاشتراك
0%	0	أخرى
100%	58	المجموع

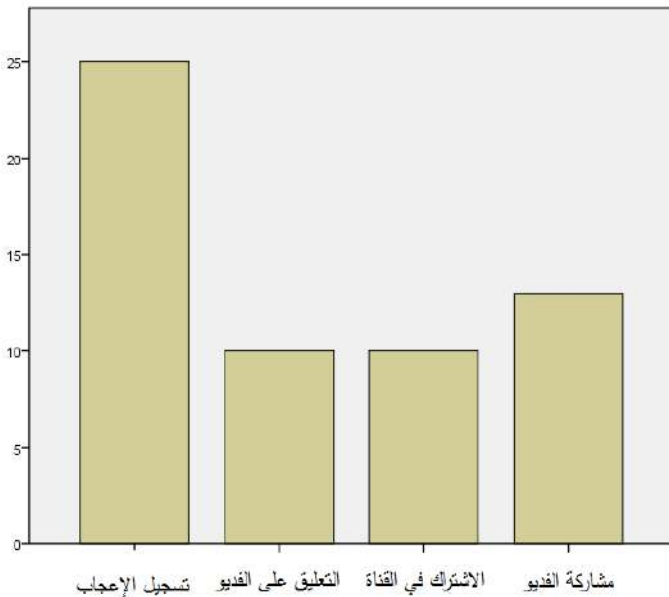
الشكل رقم (19) : يوضح الحالات التي تجعل الطلبة يتفاعلون مع مضمون قنوات اليوتيوب

الجدول رقم (19) : يوضح الحالات التي تجعل الطلبة يتفاعلون مع مضمون قنوات اليوتيوب

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ إجابات الطلبة على الحالات التي تجعهم يتفاعلون مع مضامين قنوات اليوتيوب حيث يتبين لنا من خلال النتائج أن أغلب الطلبة يتفاعلون عندما يكون مضمون الفيديو جيد وذلك بنسبة 45.9% ثم يأتي في المرتبة الثانية الشخص المتكلم في الفيديو بنسبة 26.2% ثم نلاحظ أن باقي لحالات كانت نسبتها ضعيفة جدا حيث تم اختيار دعم صاحب القناة بنسبة 3.3% ثم تصميم الفيديو والمونتاج الجيد وتبادل الاشتراك

كل بالتساوي بنسبة 1.6% وعليه نستنتج أن الطلبة يتفاعلون مع محتوى قنوات اليوتيوب عندما يكون جيدا كذلك الشخص المتكلم في الفيديو بنسبة أقل ومرد ذلك أن الطلبة يبحثون عن الفائدة أكثر من شيء آخر. أما نسبة 26.2% الذين أجابوا الشخص المتكلم في الفيديو فمرده إلى الحضور والطريقة والإلقاء الجيد للموضوع المطروح وأحيانا يكون أحد الأصدقاء الذين يتفاعل معهم من باب التعاطف والدعم أما عن جودة الفيديو والتي كانت نسبته 14.8% حيث أنهم يرون بأن جودة الفيديو ضرورية خاصة مع توفر تدفق انترنت قوي لدى بعضهم الأمر الذي يجعلهم يفضلون الفيديوهات ذات الجودة العالية أما عن بقية النسب في ضعيفة ومتقاربة ومرد ذلك كونها تفاصيل صغيرة لا تؤثر على الفيديو بشكل عام .

20 - تفاعل الطلبة مع مضمون قنوات اليوتيوب



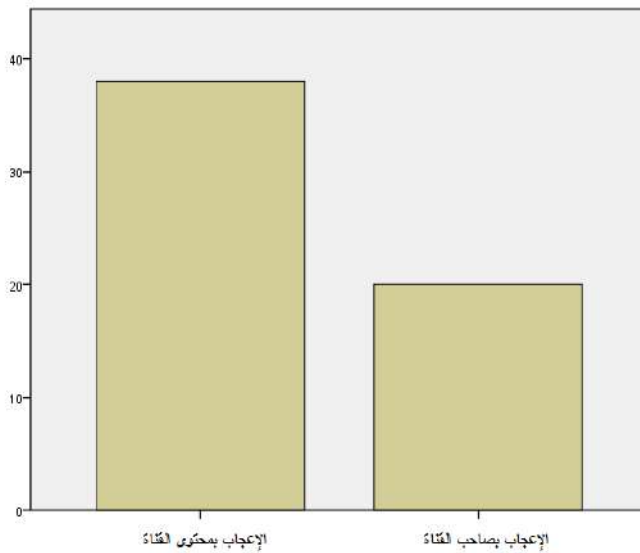
النسبة	التكرار	العينة الإجابة
41%	25	تسجيل الإعجاب
16.4%	10	الاشتراك في القناة
16.4%	10	التعليق على الفيديو
21.3%	13	مشاركة الفيديو
100%	58	المجموع

الجدول رقم (20) : يوضح تفاعل الطلبة مع مضمون قنوات اليوتيوب

الجدول رقم (20) : يوضح تفاعل الطلبة مع مضمون قنوات اليوتيوب

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ كيفية تفاعل الطلبة مع مضامين قنوات اليوتيوب حيث كانت النتائج كالتالي تسجيل الإعجاب في المرتبة الأولى بنسبة %41 ثم مشاركة الفيديو بنسبة %21.3 يليها الاشتراك في القناة والتعليق على الفيديو بنسبة %16.4 وعليه نستنتج أن طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال يقومون بالتفاعل مع مضامين قنوات اليوتيوب من خلال تسجيل الإعجاب وهذا مرده إلى أنهم يفضلون ترك إعجاب لأنه لا يأخذ من وقتهم كذلك وربما دعم لصاحب القناة أما عن مشاركة الفيديوهات الأكيد أن هناك بعض الطلبة يريدون إفادة الآخرين بما شاهدوه .

21 - الحالات التي تجعل الطلبة تشترك في قنوات اليوتيوب



النسبة	التكرار	العينة / الإجابة
%62.3	38	الإعجاب بمحتوى القناة
%32.8	20	الإعجاب بصاحب القناة
%100	58	المجموع

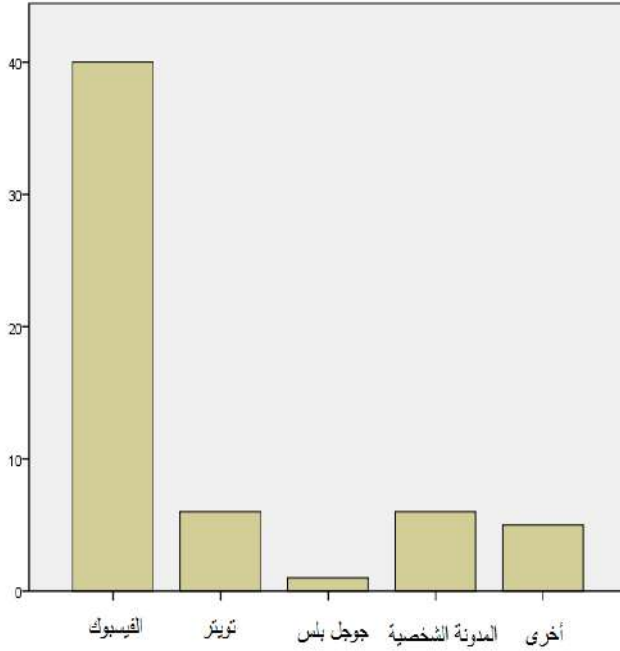
الشكل رقم (21) : يوضح الحالات التي تجعل الطلبة تشترك في قنوات اليوتيوب

الجدول رقم (21) : يوضح الحالات التي تجعل الطلبة تشترك في قنوات اليوتيوب

من خلال الجدول رقم (21) نلاحظ الحالات التي تجعل الطلبة تشترك في قنوات اليوتيوب حيث كانت النتائج كالتالي الإعجاب بمحتوى القناة في المرتبة الأولى بنسبة %62.3 يليها الإعجاب بصاحب القناة بنسبة %32.8 وعليه نستنتج أن ما يدفع طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال إلى الاشتراك في قناة اليوتيوب هو الإعجاب بمحتوى القناة ومرد ذلك أن

الطلبة يبحثون عن المضمون أكثر من شيء آخر . أما نسبة 32.8% الذين يشتركون من أجل صاحب القناة يكون في الغالب من أجل الدعم أو من باب التعاطف والذي قد يكون من الأقراب والأصدقاء أو يكون شخصية مشهورة في مواقع التواصل المختلفة .

22 - المواقع التي يشارك فيها الطلبة مقاطع الفيديو



النسبة	التكرار	العينة الإجابة
65.6%	40	الفيس بوك
9.8%	6	تويتر
1.6%	1	جوجل بلس
9.8%	6	المدونة الشخصية
8.2%	5	أخرى
100%	58	المجموع

الشكل رقم (22) : يوضح المواقع التي يشارك فيها الطلبة مقاطع الفيديو

الجدول رقم (22) : يوضح المواقع التي يشارك فيها الطلبة مقاطع الفيديو

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ المواقع التي يشارك فيها الطلبة مقاطع اليوتيوب حيث كانت النتائج كالتالي الفيسبوك في المرتبة الأولى بنسبة 65.6% ثم تويتر والمدونات الشخصية مناصفة بنسبة 9.8% ونسبة 8.2% ممن أجابوا بأخرى وكانت إجاباتهم الانستغرام ثم جوجل بلس بنسبة 1.6% وعليه نستنتج أن طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال يقومون بمشاركة مقاطع اليوتيوب في الفيسبوك وهذا ما يفسر شعبية الموقع وانتشاره بين أفراد العينة ونظرا لحكم تواجد تطبيق الفيسبوك على هواتفهم الذكية أما النسب الأخرى كانت ضعيفة وهذا يعود لعدم تمكنهم من استخدامه خاصة التويتر الذي يرى البعض

صعوبة في استخدامه أما بقية المواقع كجوجل بلس الكثير منهم يجهلها وعدم معرفتهم بوجودها .

3- تحليل الجداول الإحصائية المركبة:

23- العلاقة بين متغير الجنس ومدة متابعة قنوات اليوتيوب

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		النسبة
		مدة المتابعة					
		قل من ساعة					
%22.7	13	%12.4	7	%10.3	6		
		من ساعة إلى ساعتين					
%46.4	27	%20.6	12	%25.8	15		
		أكثر من ساعتين					
%30.9	18	%20.6	12	%10.3	6		
		المجموع					
%100	58	%53.6	31	%46.4	27		

الجدول رقم (23) : يوضح مدة متابعة قنوات اليوتيوب مع متغير الجنس

من خلال الجدول رقم(23) الذي يوضح مدة متابعة قنوات اليوتيوب من طرف الطلبة من خلال متغير الجنس نلاحظ أن أغلب الذكور يقضون فترة ساعة إلى ساعتين في متابعة قنوات اليوتيوب وذلك بنسبة 25.8% ثم نسبة 10.3% أقل من ساعة ومن ساعتين فأكثر بالتساوي أما بالنسبة للإناث فقد كانت نسبة من ساعة إلى أكثر من ساعتين بنسبة 20.6% ثم أقل من ساعة بنسبة 12.4% وعليه نستنتج أن الإناث يتابعون قنوات اليوتيوب أكثر من الذكور ونفسر هذا على أن الإناث لديهم أوقات فراغ أكثر كما أنهن يقضين أوقات فراغهن في البيت مما يجعلهن أكثر عرضة لمتابعة قنوات اليوتيوب إضافة إلى وجود محتوى كبير يهتم بالموضة والطبخ والأزياء .. الخ وهذه المحتويات منتشرة بكثرة في اليوتيوب مقارنة ببعض المحتويات الأخرى التي يهتم بها الذكور مما يولد رغبة أكثر وأكبر عند الإناث

لمتابعة عدد كبير من هذه المحتويات كذلك مؤخرا نلاحظ تزايد عدد كبير من صانعي المحتوى إناث مما يجعل المتابعين الإناث أكثر في قنواتهم عكس الذكور كل هذه العوامل ساهمت في ارتفاع نسبة مشاهدة الإناث لمضامين قنوات اليوتيوب .

24- العلاقة بين متغير الجنس ونشر الطلبة على قناة اليوتيوب

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						مدة المتابعة
						نعم
						لا
						المجموع

الجدول رقم (24) : يوضح نشر الطلبة على قناة اليوتيوب من خلال متغير الجنس

من خلال الجدول رقم (24) الذي يوضح نشر الطلبة على قنواتهم في اليوتيوب حيث نلاحظ أن أغلب الطلبة الذين يملكون قنوات على اليوتيوب أجابوا بنعم بأنهم ينشرون على قنواتهم وذلك بنسبة 40.5% تليها نسبة 16.2% ممن أجابوا بلا أما بالنسبة للإناث فقد كانت نسبة 27.1% بنعم ونسبة 16.2% أجابوا بلا وعليه نستنتج أن الذكور ينشرون على قنواتهم في اليوتيوب أكثر من الإناث وهذا مرده أولا إلى عدد الذكور الذين يمتلكون قنوات على اليوتيوب أكثر من الإناث كذلك طبيعة المجتمع الذي نعيش فيه وبحكم عادات وتقاليده بعض الأسر التي لا تسمح بظهور المرأة شخصا على منصة اليوتيوب ومواجهة الآلاف من المتابعين والتحدث إليهم .

25- العلاقة بين متغير الجنس ودوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين اليوتيوب

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس مدة المتابعة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%25.8	15	%13.7	8	%12.1	7	الترفيه
%51.6	30	%27.5	16	%24.1	14	التعليم والتثقيف
%13.7	8	%8.6	5	%5.1	3	قضاء وقت الفراغ
%8.5	5	%3.4	2	%5.1	3	أخرى
%100	58	%53.4	31	%46.6	27	المجموع

الجدول رقم (25) : يوضح دوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين اليوتيوب من خلال متغير

من خلال الجدول رقم (25) الذي يوضح دوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين قنوات اليوتيوب نلاحظ أن نسبة 24.1% من الذكور يتابعون قنوات اليوتيوب من أجل التعليم والتثقيف تليها نسبة 12.1% من أجل الترفيه ثم قضاء وقت الفراغ ومتابعة كل جديد بالتساوي بنسبة 5.1% أما الإناث فقد كانت نسبة 27.5% يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب من أجل التعليم والتثقيف تلتها نسبة 13.7% من أجل الترفيه ثم نسبة 8.6% من أجل قضاء وقت الفراغ ثم نسبة 3.4% متابعة كل ما هو جديد وعليه نستنتج أن الطلبة ذكورا وإناثا يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب من أجل التعليم والتثقيف بدرجة أكبر ثم الترفيه بدرجة أقل وهذا مرده للوضع الذي يعيش فيه الطالب في هذه المرحلة من العمر وبالنظر للمستوى التعليمي الذي هم فيه والتخصص الذي يدرسونه والذي يتطلب كما عرفنا ومعلوماتيا هائلا يسمح لهم بمواجهة التحديات العلمية والصعوبات البحثية التي قد يواجهونها في مشوارهم الدراسي مما يجعلهم أكثر إقبالا على منصة اليوتيوب من أجل التعليم والتثقيف .

26- العلاقة بين متغير الجنس والمعارف المكتسبة

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مدة المتابعة
%56.8	33	%32.7	19	%24.1	14	ثقافة عامة
%30.9	18	%13.7	8	%17.2	10	معلومات في مجال التخصص
%12	7	%6.9	4	%5.1	3	تعلم لغات أخرى
%100	58	%53.5	31	%46.5	27	المجموع

الجدول رقم (26) : يوضح المعارف المكتسبة من خلال متغير الجنس

الجدول رقم (26) الذي يوضح المعارف المكتسبة من خلال متغير الجنس حيث أن أغلب الطلبة الذكور كانت معارفهم المكتسبة متمثلة في ثقافة عامة بنسبة 24.1% ثم معلومات في مجال التخصص بنسبة 17.2% ثم تعلم لغات أخرى بنسبة 5.1% أما بالنسبة للإناث فكانت الإجابة بثقافة عامة بنسبة 32.7% ثم معلومات في مجال التخصص بنسبة 13.7% ثم تعلم لغات أخرى بنسبة 6.9% وعليه نستنتج أن المعارف المكتسبة لدى الطلبة وراء متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب هو ثقافة عامة وهذه نتيجة طبيعة بما أن الطلبة يتابعون في الأساس مضامين اليوتيوب من أجل التعليم والتثقيف كما رأينا في الجدول السابق حيث أنهم يكونون عرضة لمختلف المضامين المعروضة على اليوتيوب أما البعض يتابعون من أجل اكتساب معلومات في مجال تخصصهم وهذا لزيادة معارفهم ومساعدتهم على انجاز لبحوث والدراسات التي هم مقبلون عليها .

27- العلاقة بين متغير الجنس والموضوعات التي يتفاعل معها الطلبة الجامعيين

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس مدة المتابعة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%23.6	37	%14.4	20	%9.2	17	اجتماعية
%14.4	20	%10.1	14	%4.3	6	سياسية
%15.9	22	%8.7	12	%7.2	10	رياضية
%23.1	32	%15.2	21	%7.9	11	ترفيهية
%17.3	24	%10.1	14	%7.2	10	علمية
%2.1	3	%1.4	2	%0.7	1	أخرى
%100	138	%60.2	83	%39.8	55	المجموع

الجدول رقم (27) : يوضح والموضوعات التي يتفاعل معها الطلبة من خلال متغير الجنس

يظهر لنا من الجدول رقم (27) الذي يوضح الموضوعات التي يتفاعل معها الطلبة نلاحظ أن أغلب الذكور يتفاعلون مع الموضوعات الاجتماعية وذلك بنسبة 9.2% ثم المواضيع الترفيهية بنسبة 7.9% تليها المواضيع العلمية والرياضية بالتساوي بنسبة 7.2% ثم المواضيع السياسية بنسبة 4.3% أما بالنسبة للإناث فكانت نسبة 14.4% يتفاعلون مع الموضوعات الاجتماعية تلتها نسبة 15.2% المواضيع الترفيهية ثم المواضيع العلمية والسياسية بالتساوي بنسبة 10.1% ثم المواضيع الرياضية بنسبة 8.7% وعليه نستنتج أن الطلبة ذكورا كانوا أو إناثا يتفاعلون مع المواضيع الاجتماعية وهذا مرده كون الموضوعات الاجتماعية المعروضة على قنوات اليوتيوب موضوعات حيوية وحية وآنية نابغة من عمق المجتمع والواقع والتي تثير فضول المشاهد لمتابعة الموضوع والاستفسار عنه والتعمق فيه أكثر سواء بمشاركة الموضوع مع أشخاص آخرين أو التعليق على الفيديو لإبداء رأيه أو طلب توضيحات أكثر حول الموضوع .

4- الاستنتاجات العامة للدراسة :

من خلال الدراسة التي قمنا بها وبعد تحليلنا للجداول توصلنا إلى جملة من النتائج وتمثلت في مايلي :

_ جاءت أولى النتائج من حيث عدد الطلبة والطالبات أي متغير الجنس حيث فاق عدد الطالبات الإناث عدد الطلبة الذكور بنسبة 53.6 % للإناث و46.6 % للذكور .وهذا مرده للعدد الكبير للإناث في قسم علوم الإعلام والاتصال .

_ أكدت الدراسة أن طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة المتابعين لمضامين قنوات اليوتيوب تتراوح أعمارهم ما بين 24 إلى 26 سنة .

_ إن طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب بشكل دائم حيث أظهرت النتائج أن الطلبة يتابعون مضامين قنوات اليوتيوب بشكل دائم وأن الفترة الليلية هي أكثر الفترات تصفحاً .ومرد ذلك كون الطلبة يتفرغون في الفترة الليلية .

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

_ حددت الدراسة في نتائجها النهائية حول مكان متابعة مضامين قنوات اليوتيوب أن المنزل هو أكثر الأماكن التي يتابع فيها الطالب مضامين اليوتيوب .

_ أظهرت النتائج أن الوسيلة المستخدمة أثناء متابعة الطلبة لمضامين قنوات اليوتيوب هو الهاتف الذكي وهو ما يفضله الطلبة عموماً لسهولة وخصوصية الاستخدام .

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

_ أظهرت النتيجة النهائية حول إمكانية امتلاك الطلبة لقناة على اليوتيوب بأن أغلب الطلبة يملكون قنوات على اليوتيوب في نفس الوقت أغلب هؤلاء الطلبة لا يقومون بالنشر على قنواتهم وهذا راجع كون الطلبة لا يملكون الوقت الكافي لصناعة محتوى حصري وملكي

ونشره على قنواتهم كما لا توجد الرغبة في النشر لدى بعضهم إنما الاكتفاء بالمتابعة والاستفادة من مضامين اليوتيوب .

_ كانت النتيجة النهائية حول دوافع متابعة الطالب لمضامين قنوات اليوتيوب هو التعليم والتثقيف في المقام الأول وهذا راجع كون الطلبة في مرحلة التحصيل العلمي والذي يتوجب عليهم الإلمام بأكبر قدر ممكن من المعلومات .

_ بينت الدراسة أن شعور الطلبة أثناء متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب يكون الهدوء والراحة كما بينت في نفس الصدد أن شعورهم يتغير بعد متابعتهم لهاته المضامين .

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

_ توصلت الدراسة أن المعرفة التي اكتسبها الطلبة بعد متابعتهم لمضامين قنوات اليوتيوب هي ثقافة عامة .

_ كان رأي الطلبة حول المواضيع التي يتفاعلون معها أثناء متابعتهم قنوات اليوتيوب هو المواضيع الاجتماعية بدرجة أولى كون هذه المواضيع نابغة من الواقع .

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

_ يكتفي الطلبة في تفاعلهم مع مضمون قنوات اليوتيوب بتسجيل الإعجاب فقط كون الإعجاب لا يأخذ الوقت الكثير .

_ أكدت الدراسة أن الحالات التي تجعل الطلبة تشترك في قنوات اليوتيوب الإعجاب بمحتوى القناة ما يدل القيمة العلمية التي يتابع الطالب من أجلها مضامين اليوتيوب .

خاتمة

خاتمة :

من خلال ما سبق من دراستنا هذه نفضي إلى القول بأن الإعلام البديل يمثل مظهرا جديدا كليا كمفهوم ليس في إطار دلالات علوم الإعلام والاتصال فقط ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم خاصة كونه مزال في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور خصائصه الكاملة بعد , كل هذا لا يخفي بأن الإعلام البديل كمضمون أفضى إلى نتائج ايجابية بين جميع أصناف المجتمعات , بنشر الوعي الثقافي والسياسي... الخ كذلك خاصية التفاعلية التي أضفت عليه طابعا خاصا والتي غابت عن الإعلام التقليدي , وفي هذا الخصوص كان محور دراستنا والذي ركز حول تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضمون الإعلام البديل والذي كان اليوتيوب نموذجا لها وطلبة ماستر قسم علوم الإعلام والاتصال كعينة , فقد أظهرت الدراسة إلى أن هناك ترابط وثيق بين تخصص الطلبة وبين مضامين قنوات اليوتيوب التي يتفاعلون معها هذا الأخير أحدث نقلة نوعية في مجال التعليم الذاتي والتحصيل الدراسي بالنسبة للطلبة وهذا من خلال التفاعل مع كل ما هو محتوى قريب من مجال التخصص بالنسبة للطلبة .

وهذا ويمكن القول بأن الإعلام البديل أصبح ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها بحكم التطور السريع لوسائل العلام والاتصال والتقنيات التكنولوجية التي أصبحت تلعب دورا كبيرا في حياة المجتمعات والأفراد .

قائمة المراجع

المراجع

أولاً : القواميس والموسوعات

1. أبي العقل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور ،لسان العرب ،دار صادر بيروت ،مجلد 7 ،2004.
2. عبد الغني أبو العزم ،المعجم الوسيط ،مجمع اللغة العربية بالقاهرة ،2013 .
3. المنجد في اللغة والأعلام :ط40 ،دار الشروق بيروت ،لبنان ،2003.

ثانياً : الكتب

1. اسما حسين حافظ ،تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي الرقمي ،القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع ط 1 ،2005.
2. بشرى جميل إسماعيل ،مدخل الإعلام الجديد المفهوم والنماذج ،كلية الإعلام جامعة بغداد ،العدد 14 ،2011.
3. رحيم يونس كرو العزاوي ،مقدمة في منهج البحث العلمي ،دار دجلة ، عمان ،الأردن ،ط1 ،2008 .
4. سهيل رزق دياب ،مناهج البحث العلمي ،جامعة القدس المفتوحة،فلسطين ،2003.
5. عبد الحافظ عواجي صلوي ،أسامة بن مساعد المحيا ،نظريات التأثير الإعلامية ،2012.
6. عبد الرحيم درويش ،مقدمة إلى علم الاتصال ،مكتبة نانسي ،دمياط ،2005 .
7. عبد الرحيم طلعت حسن ،علم النفس الاجتماعي، دار الثقافة للنشر ، القاهرة، مصر ،1981
8. محمد خان ،منهجية البحث العلمي ،ط1،جامعة محمد خيضر بسكرة ، كلية الآداب واللغات، 2011 .
9. ماثيو جيدير ، ترجمة ملكة أبيض ،منهجية البحث ،دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه.

ثالث: المذكرات

1. أشرف الدين بارش ، صابر لعور ، استخدام طلبة الجزائريين لليوتيوب والاشباعات المحققة منه ،دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي أم البواقي ،رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام الكتروني ، 2015-2016 .
2. حسبية حميتي ، أم كلثوم نوحه ، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الإعلامية في اليوتيوب ،دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، 2016-2017 .
3. عائشة ديس ، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات ،دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم إعلام واتصال بجامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر ،قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ،2017-2018 .

رابعاً: المؤتمرات والملتقيات

1. أحمد شريف بسام ، "التحولات الاجتماعية و الشباب" ، مداخلة بعنوان: الشباب العربي والإعلام الجديد في رسم خارطة طريق لعملية التغيير السياسي ، المؤتمر الشمال إفريقي التركي للعلوم الإنسانية و الاجتماعية ،2012 - 2013 .

خامسا: المواقع الإلكترونية

1.الموقع: http://azhar2015.blogspot.com/p/blog-page_66.html

يوم: 2019-02-11 الساعة: 15:14

2.الموقع: <http://wiki.kololk.com/wiki17559-ta3leem->

[%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D9%88%D9%85](#)

[%D8%B9%D9%86%D9%89_%D8%A7%D9%84%D8%B7%D8%A7](#)

يوم: [%D9%84%D8%A8](#) 2019-02-11 الساعة: 16:23

الملاحق

الملحق رقم (01)

جامعة قاصدي مرياح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة استبيان حول :

تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضمون وسائل الإعلام البديل

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع اليوتيوب من طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام

والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة

أخي الطالب (أختي الطالبة) ، في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر ، نأمل منكم أن تتفضلوا بالإجابة عن الإستبانة ، تهدف هذه الاستمارة إلى التعرف على تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضمون الإعلام البديل ، ونرجوا منكم مراعاة الدقة والوضوح والصراحة في الإجابة عن الأسئلة حتى تتمكن من الوصول إلى هدف الدراسة ، ونؤكد على المحافظة على سرية المعلومات والبيانات المتضمنة في الإستبانة والتي لن تستخدم سوى في البحث العلمي .

- ملاحظة : ضع علامة (X) في الخانة المناسبة للإجابة

- إشراف الأستاذ :

صالح عبد الرحمان

- من إعداد :

بوشنافة إسماعيل

بن شناف حسان

الموسم الجامعي : 2018 - 2019

البيانات الشخصية :

1- الجنس : ذكر أنثى

2- السن : من 22 إلى 24 من 24 إلى 26 من 26 فأكثر

3- التخصص :

سنة أولى ماستر اتصال جماهيري سنة ثانية ماستر اتصال جماهيري
سنة أولى ماستر سمعي بصري سنة ثانية ماستر سمعي بصري

المحور الأول : عادات وأنماط الطلبة الجامعيين في متابعة مضامين اليوتيوب

1- هل تتابع مضمون قنوات اليوتيوب ؟

دائماً أحيانا نادرا

2- ماهي الفترة التي تتابع فيها قنوات اليوتيوب بكثرة ؟

الفترة الصباحية الفترة المسائية الفترة الليلية

3- ماهي المدة الذي تقضيها في متابعة قنوات اليوتيوب في كل مرة تستخدم فيها هذه القنوات ؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين

4- أين تتابع مضمون قنوات اليوتيوب ؟

المنزل مقهى الإنترنت الجامعة

مكان آخر أنكره

5- تستخدم اليوتيوب عن طريق :

الحاسب الآلي اللوح الإلكتروني الهاتف الذكي

6- هل تتابع قنوات اليوتيوب ؟

بمفردك مع الأصدقاء مع العائلة

7- هل تمتلك قناة يوتيوب ؟

نعم لا

8- إذا كانت إجابتك بنعم هل تنشر على هذه القناة ؟

نعم لا

المحور الثاني : دوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين قنوات اليوتيوب

9- تتابع قنوات اليوتيوب من أجل :

الترفيه التعليم والتثقيف قضاء وقت الفراغ
أخرى أذكرها...

10- كيف يكون شعورك أثناء متابعتك لمضمون قنوات اليوتيوب ؟

الهدوء والراحة السعادة القلق الفضول
أخرى أذكرها

11- يتغير شعورك بعد متابعتك لمضامين قنوات اليوتيوب ؟

نعم لا

12- تابع مضمون قنوات اليوتيوب من أجل زيادة رصيدك المعرفي ؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم ماهي المعارف التي اكتسبتها من خلال متابعتك لقنوات اليوتيوب ؟

معلومات في مجال التخصص

ثقافة عامة

تعلم لغات أخرى

المحور الثالث : تفاعل الطلبة الجامعيين مع موضوعات قنوات اليوتيوب

13- ماهي الموضوعات التي تتفاعل معها أثناء متابعتك لقنوات اليوتيوب ؟

رياضية

علمية

سياسية

اجتماعية

ترفيهية

أخرى أذكرها

14- أجب على هذا السؤال بحسب خياراتك في السؤال رقم 13

إذا كانت إجابتك ب **موضوعات اجتماعية** فما هي المضامين التي تهتم بها ؟

أحوال الناس والمجتمعات

الآفات و المشاكل الاجتماعية

إعادة مشاهدة حصص وبرامج اجتماعية

التكافل الاجتماعي

أخرى أذكرها.....

إذا كانت إجابتك ب موضوعات سياسية فما هي المضامين التي تهتم بها ؟

متابعة كل القضايا السياسية

تصريحات المسؤولين

الحراك الشعبي في الجزائر

السياسة الدولية

أخرى أذكرها.....

إذا كانت إجابتك ب موضوعات رياضية فما هي المضامين التي تهتم بها ؟

الاطلاع على تقنيات ممارسة الرياضة

البطولات الجزائرية

البطولات الأوروبية

كرة القدم

فنون قتالية

أخرى أذكرها.....

إذا كانت إجابتك ب موضوعات ترفيهية فما هي المضامين التي تهتم بها ؟

الإثارة

الغرابة والطرافة

الألعاب الالكترونية

الأغاني

أخرى أذكرها.....

إذا كانت إجابتك ب موضوعات علمية فما هي المضامين التي تهتم بها ؟

انجاز البحوث العلمية

التعرض للمحاضرات العلمية

التطورات التكنولوجية

المحور الرابع : كيفية تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين قنوات اليوتيوب

15- ماهي الحالات التي تجعلك تتفاعل مع مضمون قنوات اليوتيوب ؟

الشخص المتكلم في الفيديو

المضمون الجيد للفيديو

المونتاج الجيد للفيديو

تصميم الفيديو

جودة الفيديو

تبادل الاشتراك

دعم صاحب القناة

أخرى أذكرها

16- كيف تتفاعل مع مضمون قنوات اليوتيوب ؟

التعليق على الفيديو

الاشتراك في القناة

تسجيل الإعجاب

مشاركة الفيديو

17- ماهي الحالات التي تجعلك تشترك في القناة عبر اليوتيوب ؟

الإعجاب بصاحب القناة

الإعجاب بمحتوى القناة

18- ماهي المواقع التي تشارك فيها مقاطع الفيديو ؟

جوجل بلس

تويتر

الفيسبوك

أخرى أذكرها

المدونة الشخصية

الملحق رقم (02)

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة	تاريخ التحكيم
01	محمد الطيب زاوي	أستاذ محاضر	2019-03-11
02	لبنى سويقات	أستاذ محاضر	2019-03-13
03	أمينة طرابلسي	أستاذ محاضر	2019-03-14