

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : علوم إنسانية

الشعبة: علوم الإعلام و الاتصال

التخصص: الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

بعنوان :

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل المعرفي

دراسة مسحية لعينة من مستخدمي اليوتيوب من طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال
بجامعة ورقلة

من إعداد: منصوري إيمان

لجنة المناقشة:

رئيسا	(أستاذ محاضر أ، جامعة ورقلة)	د / حمادي محرز
مشرفا و مقررا	(أستاذ محاضر أ، جامعة ورقلة)	د/قندوز عبد القادر
مناقشا	(أستاذ محاضر أ، جامعة ورقلة)	د/ غوتي زباني

السنة الجامعية: 2025_2026

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : علوم إنسانية

الشعبة: علوم الإعلام و الاتصال

التخصص: الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

بعنوان :

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل المعرفي

دراسة مسحية لعينة من مستخدمي اليوتيوب من طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال
بجامعة ورقلة

من إعداد: منصوري إيمان

لجنة المناقشة:

رئيسا	(أستاذ محاضر أ، جامعة ورقلة)	د / حمامي محرز
مشرفا و مقررا	(أستاذ محاضر أ، جامعة ورقلة)	د/قندوز عبد القادر
مناقشا	(أستاذ محاضر أ، جامعة ورقلة)	د/ غوتي زياني

السنة الجامعية: 2025_2026

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر و تقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، نحمده سبحانه وتعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا العمل المتواضع.

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذ المشرف د/ قندوز عبد القادر على توجيهاته القيّمة، ونصائحه السديدة، وصبره ودعمه المتواصل طوال فترة إنجاز هذه المذكرة.

كما أتوجه بالشكر إلى كافة أساتذتنا الكرام الذين ساهموا في تكويننا العلمي والمعرفي طوال مشوارنا الدراسي.

ولا يفوتني أن أتقدم بجزيل الشكر إلى أفراد عائلتي الكريمة على دعمهم المعنوي والمادي وتشجيعهم الدائم، وإلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل.



إهداء

إلى من كان لهم الفضل بعد الله سبحانه وتعالى في وصولي إلى هذه المرحلة، إلى من غمروني بالمحبة والدعم والدعاء، أهدي ثمرة جهدي المتواضعة هذه إلى والديّ الكريمين، أطال الله في عمرهما، عرفاناً بما قدّماه لي من تضحيات وعطاء لا حدود له، فكانا النور الذي أضاء دربي، والسند الذي منحني القوة للاستمرار.

إلى عائلتي الكريمة، إخوتي و أختي زينب، وكل من شاركني لحظات التعب والأمل، وكان لي عوناً بكلمة طيبة أو دعاء صادق.

إلى عائلة زوجي الكريمة، تقديرًا لمساندتهم وتشجيعهم ودعمهم المتواصل، سائلةً الله أن يديم بينهم المحبة والمودة.

إلى زوجي العزيز، شريك دربي وسندي في هذه الحياة، الذي كان دعمه وصبره مصدر قوة لي طوال مسيرتي الدراسية، فله مني كل الامتنان والمحبة.

وإلى فلذة كبدي وابني الغالي اسماعيل، الذي كان أجمل هدية من الله، ومصدر سعادتي وأملّي، أهديك هذا النجاح ليكون يومًا فخرًا لك كما كنت دائمًا سببًا في عزيّمتي وإصراري.

إلى كل من أحبني ودعا لي بالخير، أهدي هذا العمل المتواضع راجيةً من الله التوفيق والسداد.

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى إسهام موقع اليوتيوب في تنمية التحصيل المعرفي لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، في ظل التحولات الرقمية التي جعلت من مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات معرفية فاعلة في دعم العملية التعليمية وتعزيز الوصول إلى المعلومات بمختلف أشكالها.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره الأنسب لطبيعة الموضوع، كما تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من أفراد العينة، التي شملت 50 طالبًا وطالبة تم اختيارهم بطريقة قصدية من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

واستندت الدراسة في جانبها النظري إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، لكونها تفسر دوافع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب والإشباع المعرفية المحققة من خلاله. كما تضمنت الدراسة جانبًا ميدانيًا خصص لاختبار الفرضيات وتحليل النتائج المتوصل إليها.

وقد أظهرت النتائج أن اليوتيوب يمثل وسيلة فعالة في دعم التحصيل العلمي لدى الطلبة، نظرًا لما يوفره من محتويات تعليمية متنوعة وسهلة الوصول، إضافة إلى كونه مجاني الاستخدام. كما بينت الدراسة أن الطلبة يوظفون اليوتيوب بدرجة متوسطة في المجال الدراسي.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، اليوتيوب، التحصيل المعرفي، الطلبة الجامعيون.

Abstract

This study seeks to reveal the extent to which YouTube contributes to the development of academic achievement among students of the Department of Media and Communication Sciences at Kasdi Merbah University Ouargla, in light of the digital transformations that have made social networking sites effective knowledge spaces in supporting the educational process and enhancing access to information in its various forms.

The study adopted the descriptive approach as the most suitable method for the nature of the topic. A questionnaire was also used as the main tool for collecting data from the sample members, which included 70 male and female students randomly selected from the Department of Media and Communication Sciences.

The theoretical framework of the study was based on the Uses and Gratifications Theory, as it explains students' motives for using YouTube and the cognitive gratifications achieved through it. The study also included a field aspect devoted to testing the hypotheses and analyzing the obtained results.

The findings showed that YouTube represents an effective tool in supporting students' academic achievement due to the diverse educational content it provides, its easy accessibility, in addition to being free of charge and widely available.

The study also revealed that students use YouTube moderately in the academic field.

Keywords: Social networking sites, YouTube, cognitive achievement, university students.

الفهرس

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
I	شكر و تقدير
II	الإهداء
III	ملخص الدراسة
IV	الفهرس
V	فهرس المحتويات
VI	فهرس الجداول
VIII	فهرس الأشكال
أ	المقدمة
2	الفصل الأول: الجانب المنهجي
3	أولاً: إشكالية الدراسة
4	ثانياً: فرضيات الدراسة
5	ثالثاً: أسباب إختيار الموضوع
6	رابعاً: أهداف الدراسة
6	خامساً: أهمية الدراسة
7	سادساً: مفاهيم الدراسة
9	سابعاً: منهج الدراسة
11	ثامناً: أدوات جمع البيانات
12	تاسعاً: مجتمع عينة البحث
13	عاشراً : مجالات الدراسة
14	الحادي عشر: الدراسات السابقة
17	الثاني عشر : المقتررب النظري
19	الفصل الثاني: الجانب التطبيقي
20	تمهيد

	أولاً: عرض و تحليل البيانات الميدانية
36	ثانياً: عرض النتائج العامة للدراسة
37	ثالثاً: مناقشة فرضيات الدراسة
40	خاتمة
42	قائمة المراجع
45	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	21
02	يبين توزيع العينة حسب السن	21
03	يبين توزيع العينة حسب المستوى	22
04	يبين توزيع العينة حسب الدافع لاستخدام اليوتيوب	23
05	يبين توزيع العينة حسب الوقت المفضل لاستخدام اليوتيوب	24
06	يبين توزيع العينة حسب لجوء الطلبة إلى اليوتيوب للحصول على المعلومات حول التخصص الجامعي	24
07	يبين توزيع العينة حسب الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعلومة	25
08	يبين توزيع العينة حسب المحتوى المتابع لأغراض معرفية:	26
09	يبين توزيع حسب اللغة المعتمدة للمحتوى المتابع	27
10	يبين توزيع العينة حسب مدى ارتباط المحتوى بتخصص علوم الاعلام و الاتصال	28
11	يبين توزيع العينة حسب مدى ارتباط المحتوى بتخصص علوم	29

	الاتصال	الاعلام و	
30	يبين توزيع العينة حسب اسهامات اليوتيوب في التحصيل المعرفي		12
31	يبين توزيع العينة حسب المراجع الجامعية مقابل اليوتيوب		13
32	يبين توزيع العينة حسب اسهام اليوتيوب بشكل عام في التحصيل المعرفي		14
33	يبين ابرز عائق يحد من الاستفادة من موقع اليوتيوب		15
34	لماذا لا يوظف اليوتيوب بفعالية فالجامعة		16
35	يبين توزيع العينة حسب اهم معيقات توظيف اليوتيوب كأداة معرفية فعالة في الوسط الجامعي		17

فهرس الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
رسم بياني 01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	21
رسم بياني 02	لتوزيع العينة حسب السن	22
رسم بياني 03	لتوزيع العينة حسب المستوى	22
رسم بياني 04	يبين توزيع العينة حسب الدافع لاستخدام اليوتيوب	23
رسم بياني 05	يبين توزيع العينة حسب الوقت المفضل لاستخدام اليوتيوب	24
رسم بياني 06	يبين توزيع العينة حسب لجوء الطلبة إلى اليوتيوب للحصول على المعلومات حول التخصص الجامعي:	25

25	يبين توزيع العينة حسب الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعلومة	رسم بياني 07
26	يبين توزيع العينة حسب المحتوى المتابع لأغراض معرفية:	رسم بياني 08
27	يبين توزيع حسب اللغة المعتمدة للمحتوى المتابع	رسم بياني 09
28	يبين توزيع العينة حسب مدى ارتباط المحتوى بتخصص علوم الاعلام و الاتصال:	رسم بياني 10
29	يبين توزيع العينة حسب مدى ارتباط المحتوى بتخصص علوم الاعلام و الاتصال	رسم بياني 11
30	يبين توزيع العينة حسب اسهامات اليوتيوب في التحصيل المعرفي	رسم بياني 12
31	يبين توزيع العينة حسب المراجع الجامعية مقابل اليوتيوب	رسم بياني 13
32	يبين توزيع العينة حسب اسهام اليوتيوب بشكل عام في التحصيل المعرفي	رسم بياني 14
33	يبين ابرز عائق يحد من الاستفادة من موقع اليوتيوب	رسم بياني 15
34	لماذا لا يوظف اليوتيوب بفعالية فالجامعة	رسم بياني 16
35	يبين توزيع العينة حسب اهم معيقات توظيف اليوتيوب كأداة معرفية فعالة في الوسط الجامعي	رسم بياني 17

مقدمة

مقدمة:

في ظل التحولات العميقة التي فرضتها البيئة الرقمية، لم يعد التحصيل المعرفي حكرًا على الفضاءات التعليمية التقليدية، بل أصبح يتشكل ضمن سياقات مفتوحة ومتعددة، تتداخل فيها الوسائط التكنولوجية مع الممارسات اليومية للأفراد. وفي هذا الإطار، برزت منصات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها اليوتيوب، كفضاءات بديلة لإنتاج المعرفة وتداولها، الأمر الذي يستدعي مساءلة دورها الفعلي في دعم التعلم لدى الطلبة الجامعيين، وكذا حدود هذا الدور وإشكالاته.

وتأسيسًا على ذلك، تنطلق هذه الدراسة من تصور منهجي يسعى إلى تفكيك العلاقة بين استخدام اليوتيوب والتحصيل المعرفي، من خلال مقارنة وصفية تحليلية لا تكتفي برصد الظاهرة في بعدها السطحي، بل تحاول النفاذ إلى بنيتها العميقة، عبر تحليل أنماط الاستخدام ودوافعها، واستكشاف ما إذا كان هذا الاستخدام يعكس تحولًا نوعيًا في طرق التعلم أم مجرد امتداد للأشكال التقليدية في سياق رقمي.

ويستند هذا الطرح إلى خلفية نظرية تتكامل فيها عدة مقاربات؛ حيث تتيح نظرية الاستخدامات والإشباع فهم منطق الاختيار الواعي للوسيلة الإعلامية من طرف الطلبة، في ضوء حاجاتهم المعرفية، بينما تبرز مقارنة التعلم الذاتي كإطار يفسر انتقال العملية التعليمية من نمط التلقين إلى نمط المبادرة الفردية.

و في الفصل الأول الذي يعتمد على الإطار العام أو الإطار المنهجي للدراسة، تم الاعتماد على المنهج المسحي بوصفه أداة منهجية قادرة على استيعاب أبعاد الظاهرة في سياقها الواقعي، من خلال جمع بيانات ميدانية من طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، الذين تم اختيارهم وفق عينة قصدية تراعي خصوصية الموضوع. كما تم توظيف الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات، مع الحرص على بنائه وفق معايير علمية دقيقة، تضمن صدقه وثباته، بما يسمح بالحصول على معطيات قابلة للتحليل والتفسير.

أما فيما يخص معالجة البيانات أي في الجانب التطبيقي، فقد تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية الوصفية، بهدف تنظيم النتائج واستخلاص دلالاتها، وربطها بالإطار النظري المعتمد، في مسعى لتقديم تفسير علمي متماسك للظاهرة المدروسة. وبذلك، تسعى هذه الدراسة إلى الإسهام في بناء فهم نقدي لدور الوسائط الرقمية في إعادة تشكيل التحصيل المعرفي داخل الجامعة، وفتح أفق للتفكير في كيفية توظيفها بشكل أكثر فاعلية في العملية التعليمية.

الجانب المنهجي للدراسة

الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة

- أولا : إشكالية الدراسة
- ثانيا : فرضيات الدراسة.
- ثالثا : أسباب اختيار الموضوع.
- رابعا : أهداف الدراسة.
- خامسا : أهمية الدراسة.
- سادسا : مفاهيم الدراسة.
- سابعا : منهج الدراسة.
- ثامنا : أدوات جمع البيانات.
- تاسعا : مجتمع البحث و عينة الدراسة.
- عاشرا: مجالات الدراسة.
- الحادي عشر : الدراسات السابقة.
- الثاني عشر : الاقتراب النظري.

أولا : إشكالية الدراسة :

في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال و المعرفة ، و الانفجار الرقمي الذي يعيشه العالم اليوم، برزت مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء معرفي تفرض نفسها كحتمية للتواصل بين أفراد المجتمع الذي جمع بين استخدام هذه المواقع و التبادل المعرفي ، وهنا يمكننا الحديث عن موقع يوتيوب كأحد المصادر الرقمية لتداول المعلومات و المعرفة لدى العديد من أفراد المجتمع و خاصة الطلبة الجامعيين الذين اعتمدوه كمجال لتبادل الأفكار و التطوير المعرفي و هذا ما أثبتته العديد من الدراسات الحديثة التي سلطت الضوء على الدور الذي أسهمت به هذه المواقع في البناء و التحصيل المعرفي.

حيث شهدت هذه المواقع إقبالا كبيرا من كافة الناس و الطلبة الجامعيين خاصة باعتبارها مصدرا مواز أو مكمل للمقررات الدراسية ، سواء لفهم المحاضرات ، أو تطوير المهارات التقنية ، أو الاطلاع على مستجدات المجال الاعلامي. غير أن هذا الاستخدام يطرح تساؤلات عديدة تتعلق بمدى فاعليته في تحقيق التحصيل المعرفي الحقيقي ، خاصة في ظل اشكالات تتعلق بمصداقية المحتوى ، و تشتت الانتباه ، و هيمنة الطابع الترفيهي على المنصة

و انطلاقا من ذلك فان موضوع دراستي في البحث يدور حول مدى استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب خاصة في تحصيله المعرفي، و عليه تتبلور إشكالية بحثي في التساؤل الآتي: كيف يساهم موقع اليوتيوب في التحصيل المعرفي لدى طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟

و يندرج عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية :

- (1) ما هي الدوافع لاستخدام مواقع اليوتيوب لدى طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟
- (2) ما هي طبيعة المحتوى الذي يهتم بيه طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة في تحصيلهم المعرفي عبر موقع اليوتيوب؟
- (3) كيف يساهم اليوتيوب في رفع مستوى التحصيل المعرفي لدى الطلبة؟
- (4) ما هي أبرز المعوقات التي تحد من توظيف اليوتيوب كأداة معرفية فعالة في الوسط الجامعي؟

ثانيا : فرضيات الدراسة :

الفرضية الرئيسية : تساهم منصة اليوتيوب بدرجة كبيرة في تعزيز التحصيل المعرفي لدى طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة ، من خلال توفير محتوى تعليمي و تطبيقي يساعد في فهم و استيعاب المفاهيم المرتبطة بتخصصهم.

الفرضيات الفرعية:

- (1) تختلف دوافع استخدام الطلبة لليوتيوب و تتنوع بين ما هو ترفيهي تعليمي ، إلا أن الدافع المعرفي يمثل أحد أهم الأسباب لاستخدام الموقع لدى طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟
- (2) يهتم طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة بمحتوى ذات طابع تعليمي كالمحاضرات المباشرة و المحتويات الثقافية و الدروس المشروحة
- (3) يسهم الاستخدام المنتظم و الهادف للمنصة في رفع مستوى تحصيلهم المعرفي.
- (4) ضعف جودة الانترنت تمثل أحد ابرز المعوقات التي تحد من الاستخدام الفعال لليوتيوب في الوسط الجامعي ، إضافة إلى نقص التوجه الأكاديمي حول كيفية اختيار المحتوى المناسب على الموقع يحد من فعاليته كأداة معرفية.

ثالثا : أسباب اختيار الموضوع :

أ/ أسباب ذاتية:

- ❖ الاهتمام بمجال الوسائط الجديدة و مواقع التواصل الاجتماعي لأنه من تخصصي.
- ❖ الرغبة في الربط بين تخصصي الدراسي و اهتمامات الحياة اليومية الرقمية بما يثري التجربة الشخصية و المعرفية للطالب.

ب/ أسباب موضوعية :

- ❖ الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، و مدى استخدامهم لها في تحصيلهم المعرفي.
- ❖ الحاجة إلى معرفة مدى فعالية هذه المنصات كاليوتيوب في تزويدهم بالمعلومات و المعرفة.

❖ معرفة الأهمية التعليمية لليوتيوب بوصفه أكبر منصة مرئية تقدم محتوى معرفيا متنوعا في مختلف المجالات.

❖ باعتبار هذا الموضوع من أهم المواضيع المطروحة في تخصصنا.

رابعاً : أهداف الدراسة :

- ✓ التعرف على دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة لموقع اليوتيوب.
- ✓ محاولة التعرف على طبيعة المحتوى المعرفي الذي يعتمد عليه الطلبة الجامعيين في اليوتيوب، و مدى ارتباطه بتخصصهم في الجامعة.
- ✓ التعرف على مدى اسهام موقع اليوتيوب في تطوير التحصيل المعرفي لدى الطالب الجامعي.
- ✓ معرفة التحديات التي قد تعيق من استفادة الطالب الجامعي من اليوتيوب كمصدر معرفي.

خامساً : أهمية الدراسة :

لكل دراسة علمية أهمية تكتسيها حسب موضوع كل دراسة، و من حلال ذلك تكمن أهمية موضوع دراستي في دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل المعرفي للطلاب الجامعي (موقع اليوتيوب)، حيث يوجد العديد من الدراسات التي اهتمت لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة كالفيسبوك ، التويتر...، إلا أن الدراسات لا تزال قليلة للمواقع الأخرى كاليوتيوب خاصة، من خلال هذه الدراسة تناولنا دور اليوتيوب و أهميته في التحصيل المعرفي لدى الطالب الجامعي.

سادساً : مفاهيم الدراسة :

■ استخدام :

لغة: استخدم استخداما: اتخذ الشخص خادما له، استخدم الآلة لصالحه، استخدمه اتخذ خادما وسأله أن يخدمه، استوهمه خادما و المستخدم من يؤدي عملا في الحكومة و نحوها بأجر.

اصطلاحا: إن مفهوم الاستخدام أخذ عدة اتجاهات أكثر مشكلا محورا مهما في سوسيولوجي الاستخدام حيث يؤكد "بيارشومبار" أن الاستخدام هو " تنظيم لممارسة الاتصال و التصورات كما أن الاستخدام

كمفهوم يختلف من وجهة نظر هذا الباحث حسب المتغيرات التالية، وحسب وظيفة الاستخدام (المنزلي أو المهني) حسب نوعية التكنولوجيا، حسب نوع الممارسة (عمل، لعب، تسيير منزلي، اتصال شخصي) حسب اتصال (فرد، آلة)⁽¹⁾.

التعريف الإجرائي للاستخدام :

يقصد بالاستخدام في هذه الدراسة هو الاستعمال الشخصي لطلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال لجامعة قاصدي مرباح ورقلة لواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) في تحصيلهم المعرفي .

■ **مواقع التواصل الاجتماعي :** ويقصد بمواقع التواصل الاجتماعي : هي منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمستخدم فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو غير ذلك .

وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني " الويب "، الذي تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهما ومعلوماتهم التي يتبعونها للعرض⁽²⁾.

التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي : هي عبارة عن منظومة من المواقع الإلكترونية التي تتيحها شبكة الانترنت ويستخدمها الطلبة الجامعيين من أجل التواصل والتفاعل مع مستخدمين آخرين سواء كانوا معروفين أو غير معروفين، وذلك لتبادل الآراء والأفكار و المعلومات في مواضيع مختلفة

■ **اليوتيوب YouTube:** هو موقع الكتروني تم تأسيسه سنة 2005 في شركة Paybal. ويسمح هذا الموقع بمشاهدة الفيديوهات و تنزيلها

¹ محمد لمين حياني، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة جيجل، 2018/2017، ص7.

² ليلة أحمد جرار ، الفايس بوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص37.

التعريف الإجرائي: هو أن يحصل الطالب على المعلومات والثقافات والمعارف.

سابعاً : منهج الدراسة:

المنهج العلمي أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة. ويمتاز هذا الأسلوب بالمرحلة بمعنى أنه يتكون من مجموعة من المراحل المتسلسلة والمتراصة التي يؤدي كل منها إلى المرحلة التالية، ويبدأ المنهج عادة بعد تحديد مشكلة الدراسة أو البحث مروراً بوضع وصياغة الفرضيات واختبارها وتحليلها ومن ثم عرض النتائج ووضع التوصيات، وهنا يمكن القول إن الفرق الوحيد بين المنهج والأسلوب هو أن الأول قد يقتصر على أسلوب واحد واضح ومميز وقد يشتمل على مجموعة من الأساليب ذات الخصائص المتشابهة.⁽⁶⁾

وقد تعدد تعريفات علماء المنهجية حول مفهومه، يمكن أن نسوق البعض منها في النقاط التالية :

يعرف المنهج الوصفي التحليلي بأنه: "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع المعلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة".⁽⁷⁾

⁵ وليد بن محمد العوض، دور استخدام شبكة الانترنت في التحصيل الدراسي لدى طلاب جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، رسالة منشورة، 2005، ص 8

⁶ ربحی مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه مناهجه أساليبيه إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن، ص 35.

⁷ عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2010 ص86.

و يعرف كذلك: "هو أسلوب للتفكير و العمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره و تحليلها و عرضها و بالتالي الوصول إلى نتائج و حقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة." (8)

و يعرفه ابن خلدون: "هو مجموعة من القواعد التي يعتمد عليها الباحث بغية الوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو المشكلة العلمية موضوع الدراسة و التحليل." (9)

و بما أن موضوع دراستي يهتم ب(استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل المعرفي لعينة من مستخدمي اليوتيوب من طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة)، فاعتمدت في دراستي هذه على المنهج الوصفي التحليلي لكونه الأنسب لدراسة الظواهر الاتصالية و الاجتماعية كما تتجلى على أرض الواقع، و لأنه يسمح بوصف كيفية استخدام طلبة علوم الإعلام و الاتصال لموقع اليوتيوب و تحليل مدى إسهامه في التحصيل المعرفي لديهم. كما تم تبني منهج المسح باعتباره المنهج الأكثر ملائمة لجمع البيانات الكمية من مجتمع الدراسة، الذي يتمثل في طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

و للإلمام أكثر بجميع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة و العمل على تحليلها و تفسيرها و استخلاص النتائج المطلوبة استلزم عليا الاعتماد على المنهج **المسحي التحليلي** و الذي يعرف كالتالي:

المسح التحليلي : و هو المسح الذي لا يقف على الوصف، و إنما يصل إلى إصدار الحكم و تقديم الحلول. (10)

و عليه فإن اعتمادي على هذا المنهج يسهم في وصف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (موقع اليوتيوب) في التحصيل المعرفي للطلاب الجامعي بقسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، و محاولة تفسير هذا الاستخدام كميًا و كيفيًا.

⁸ يحيى مصطفى العليان، عثمان محمد غنيم، مناهج و أساليب البحث العلمي (النظرية و التطبيق)، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2000، ص33.

⁹ أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2009، ص33.

¹⁰ محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية و الاجتماعية، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، ط1، 2002، ص78.

ثامنا : أدوات جمع البيانات :

و تعتبر هذه المرحلة واحدة من أهم خطوات تصميم البحث، حيث يقوم الباحث فيها بتحديد الأداة أو الأدوات المناسبة التي تساعد في عملية جمع البيانات حول موضوع الدراسة، لهذا فإن أدوات جمع البيانات متعددة و مختلفة حيث نجد: الملاحظة، المقابلة و الاستبيان.....و غيرها، و عليه فإن صدق أي بحث علمي يتوقف على اختيار الأداة المناسبة التي تناسب و تتماشى مع موضوع الدراسة بالإضافة إلى إمكانيات الباحث لحصوله على المعلومات و البيانات التي تخدم دراسته، و في دراستي اعتمدت على أداة الاستبيان لضبط الموضوع جيدا و الحصول على معلومات حقيقية و نعرف الاستبيان كالتالي:

الاستبيان: "مفهوم عام هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث".⁽¹¹⁾

يعرف أيضا: "أنه وسيلة من وسائل جمع البيانات، و تعتمد أساسا على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد، أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيها و إعادتها مرة ثانية".⁽¹²⁾ و في دراستي حاولت ربط استمارة الاستبيان الخاصة بي بإشكالية و تساؤلات الدراسة.....

المحور الأول : الدوافع التي تجعل الطلبة يلجؤون إلى اليوتيوب في المجال التعليمي.

المحور الثاني : طبيعة المحتوى المعرفي المتابع لدى الطلبة.

المحور الثالث : اسهام اليوتيوب في التحصيل المعرفي.

المحور الرابع : المعوقات التي تحد من توظيف اليوتيوب كمصدر معرفي

¹¹ مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان، ط1، 2000، ص65.

¹² عبد الله الشريف، مناهج البحث العلمي، مكتبة الإشعاع للطباعة و النشر و التوزيع، الإسكندرية، ط1، 1996، ص123.

في بداية اعداد استمارة الاستبيان قمت بوضع مجموعة من الأسئلة الأولية ثم تم عرضها على الأستاذ المشرف لإعادة ضبطها و إبداء الملاحظات حولها، و بعد ادخال التعديلات المقترحة، و اعيد عرضها مرة أخرى إلى غاية المصادقة النهائية عليها. اثر ذلك عرضت الاستمارة على مجموعة من الاساتذة المتخصصين في علوم الاعلام و الاتصال لتحكيمها علميا، و البالغ عددهم ثلاثة اساتذة و هم: الاستاذ سرايا عبد الهادي ، الاستاذ عمر ناصر باي ، الاستاذة طرابلسي أمينة.

و بعد الاسترجاع الاستمارات من الاساتذة المحكمين ، تم الاخذ بملاحظاتهم و اجراء التعديلات اللازمة من حيث الصياغة و الدقة المنهجية ، مع تصحيح بعض الأخطاء وصولا إلى الصيغة النهائية للاداقن و بعد ذلك وزعت الاستمارة على أفراد العينة المتمثلين في طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة صادي مرباح ورقلة، و البالغ عددهم 50 طالبا وذلك خلال 03 مارس 2026 على غاية 10 مارس 2026.

تاسعا: مجتمع البحث و عينة الدراسة:

❖ مجتمع البحث:

يتعين على الباحث منذ البداية أن يوضح هدفه و يحدد بالضبط نوع الدراسة والأفراد اللذين تشملهم ومن لا تشملهم حتى تكون الصورة واضحة في ذهنه، حيث يعرف مجتمع الدراسة على أنه "جميع الأفراد والأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث." (13)

و يعرف أحمد بن مرسل في مجتمع البحث في البحث العلمي: "هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث". (14)

و يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة التي نقوم بها هم طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

❖ عينة الدراسة:

¹³ بوحفص، عبد الكريم، أسس ومناهج البحث في علم النفس، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2011، ص68.

¹⁴ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2010، ص166

تعرف العينة بأنها: "مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية، ويجب أن تكون ممثلة تمثيلاً صادقاً أو متكافئاً من المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليه، ويعد اختيار العينة هدفاً مهماً وواعياً لكل الدارسين والباحثين، ويتوقف عليه استخلاص النتائج، ومن ثم تعميم نتائج الظاهرة المقاسة لمجتمع الأصل الذي اشتقت منه الظاهرة العلمية موضوع الدراسة والبحث .

وهي جزء من المجتمع أو هي عدد من الحالات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي وتجمع منها بيانات بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي.⁽¹⁵⁾

و تعرف أيضاً: "أنها الجزء الممثل للكل يتم اختياره بطريقة علمية لدراسة بعض مفردات المجتمع بدل مسحه مسحاً شاملاً، وذلك لتوفير الجهد والوقت، بحيث نستطيع من خلاله تعميم هذه النتائج على كل مفردات المجتمع المدروس".⁽¹⁶⁾

اعتمدت دراستنا على العينة القصدية، وهي العينة التي يحددها الباحث بناءً على حكمه الشخصي باعتبارها الأنسب لتحقيق أهداف الدراسة. إذ يقوم الباحث باختيار أفراد العينة وفق معايير يراها ملائمة لطبيعة الموضوع استناداً إلى معرفته وخبرته، دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها، وفي دراستنا كان عدد مفردات العينة 50 مفردة.

أما بالنسبة لعينة دراستنا فتم اختيارها من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة من خلال نشر استبيان ورقي على مجموعة من الطلبة التي تدرس بالكلية على مختلف المستويات باستثناء حيث استثنينا طلبة السنة أولى علوم إنسانية لأنهم يدرسون جذع مشترك.

عاشرا: مجالات الدراسة:

1) **المجال البشري:** ويتمثل المجال البشري لهذه الدراسة في عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة للموسم الجامعي: 2025/2026، وتم أخذ منه 70 طالبا.

¹⁵ سعد سليمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2019، ص85.

¹⁶ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات الإعلام والرأي العام والأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكرة العربي، القاهرة، 2003، ص 07.

(2) المجال المكاني: تم إجراء هذه الدراسة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة تحديدا لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

(3) المجال الزمني: و يقصد بها الفترة التي استغرقتها الدراسة بمختلف مراحلها، و تمتد من نوفمبر 2025 إلى أبريل 2026.

الحادي عشر: الدراسات السابقة:

➤ الدراسة الأولى: دراسة الدكتور صانع رابح تحت عنوان (استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي) بكلية علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3. مشكلة الدراسة: متمثلة في كيف يستخدم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي وما هي الاشباكات المحققة؟ تساؤلات الدراسة:

- (1) ما هي عادات استخدام الطلبة لموقع التواصل الاجتماعي؟
 - (2) ما هي دوافع استخدام الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - (3) كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى الطلبة؟
- حيث استخدم منهج الوصفي التحليلي في دراسته، وطبقت الدراسة 474 طالبا جامعيًا من طلبة جامعة البويرة أكلي محند أولحاج، و تحصل الباحث على النتائج التالية:

1. بينت نتائج الدراسة أن إقبال الإناث على مواقع التواصل الاجتماعي في جامعة البويرة أكثر من الذكور بنسبة 63.3% ونسبة الذكور 36.7%.
2. كشفت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الأكثر شيوعا هي الفئة العمرية من 24 إلى 29 سنة، حيث بلغ عدد أفرادها 59% فردا، أي بنسبة 37.3% من إجمالي العينة.
3. توصلنا من خلال نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة لديهم مستوى ماستر حيث قدرت نسبتهم بـ 61.3%.
4. توصلنا من خلال نتائج الدراسة أن الشبكات الاجتماعية أكثر استخداما هو موقع اليوتيوب بنسبة 60.1% بتكرار 285 مفردة ويليه الفايسبوك بنسبة 51.3% بتكرار 243 مفردة وفي

الأخير نجد التوتير 34.2% بتكرار 162 مفردة، وهذا راجع أن موقع اليوتيوب يوفر للطلبة العديد من الفيديوهات التعليمية للتعليم الذاتي في جميع المجالات العلمية كما يتميز بإمكانية التفاعل مع المحتوى المنشور.

➤ **الدراسة الثانية:** دراسة (محمد بن سعدية، العيد بشوع) بعنوان: "دور اليوتيوب في التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين"، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام و الاتصال جامعة قاصدي مرباح ورقلة، بتاريخ 2023/2022.

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة.

و تمحورت إشكالية الدراسة في : كيف يساهم اليوتيوب في دعم التحصيل العلمي لطلبه علوم الإعلام والاتصال؟

و اندرجت تحته تساؤلات فرعية كالتالي:

- (1) هي عادات استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب؟
 - (2) ما هي الدوافع التي تجعل الطلبة يلجئون لموقع اليوتيوب في المجال التعليمي؟
 - (3) ما هي أبرز القنوات التعليمية على موقع اليوتيوب والأكثر تداولاً بين الطلبة؟
- أما في ما يخص مجتمع الدراسة فتمثل في طلبة الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- و كانت فترة الدراسة من منتصف شهر جانفي 2023 إلى غاية شهر ماي 2023، و قد استخدم الباحثين منهج المنهج الوصفي، و كانت نتائج الدراسة كالتالي:

1. أن أكثر من نصف العينة يستخدمون موقع اليوتيوب أحيانا فقط وليس بشكل مكثف
2. بينت النتائج أن أغلبية الطلبة الجامعيين في تخصص الإعلام والاتصال يستخدمون اليوتيوب في أقل من ساعة يوميا. كما أن أغلبهم يتصفحون هذه المنصة في الفترة الليلية. وأن أغلب الطلبة يتصفحون اليوتيوب منذ أكثر من سنة .
3. قامت هذه الدراسة بالكشف على أن الجهاز الأكثر استخدام الموقع اليوتيوب هو الهاتف الذكي.

4. يكمن السبب في تصفح طلبة الإعلام والاتصال لموقع اليوتيوب كونه منصة سهلة الاستخدام تعتمد على الصوت والصورة وأيضاً التكرار.

5. أشارت دراستنا أن أغلب الطلبة الجامعيين يحبذون المنزل كمكان مفضل لمشاهدة محتوى قنوات اليوتيوب، بينما القلة من يشاهد في الإقامة الجامعية والجامعة.

الدراسة الثالثة: دراسة (فرحات مريم، قفي نسيم) بعنوان: "دور اليوتيوب في التحصيل العلمي لدى الطلبة الجامعيين"، دراسة ميدانية من طلبة جامعة المسيلة، بتاريخ 2018/2017.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة.
و تمثلت إشكالية الدراسة في : إلى أي مدى تساهم القنوات التعليمية عبر اليوتيوب في دعم التحصيل العلمي لدى طلبة جامعة المسيلة؟
و تمخضت عنها تساؤلات فرعية:

- 1) هل يعتمد الطلبة على قنوات اليوتيوب التعليمية كمصدر للمعلومات؟
- 2) هل يعتمد الطلبة على الفيديوهات التعليمية لاستيعاب المقررات الدراسية؟
- 3) هل يعتمد الطلبة على الفيديوهات التعليمية في توفير المصادر والمعلومات لإنجاز البحوث العلمية؟

و استخدمت الطالبتين في دراستهما على منهج المسح الوصفي.
ويتمثل مجتمع دراستهم في طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية وطلبة الآداب واللغات بجامعة المسيلة. و قد تم اختيار 100 عينة من طلبة جامعة المسيلة.

و خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. الطلبة يهتمون بمتابعة القنوات التعليمية على اليوتيوب.
2. بينت الدراسة أن الطلبة يفضلون الفترة الليلية بنسبة في مشاهدة قنوات اليوتيوب التعليمية.
3. أظهرت الدراسة أن الطلبة ليس لديهم اشتراك في القنوات التعليمية عبر اليوتيوب.
4. الطلبة يفضلون مشاهدة بمفردهم القنوات التعليمية على اليوتيوب.

5. الطلبة يقضون من ساعة إلى ساعتين في متابعة قنوات اليوتيوب التعليمية.
6. كما أظهرت الدراسة أن لطلبة يعتمدون على قنوات اليوتيوب التعليمية للحصول على المعلومات.
7. أظهرت الدراسة أن الطلبة يستفيدون من الفيديوهات التعليمية في استيعاب المقررات الدراسية. يجد الطلبة الجامعيين محتوى الفيديوهات التعليمية تتناسب مع مقرراتهم الدراسية إلى حد ما.

الثانية عشر: الاقتراب النظرية:

يرى محمد منير حجاب في كتابه "نظريات الاتصال" أن نظرية الاستخدامات و الاشباعات تمثل تحولا نوعيا في دراسة الاتصال الجماهيري، حيث انتقلت هذه النظرية من منظور تقليدي يعتبر الجماهير سلبية وغير فاعلة، إلى تصور جديد يرى أن الجمهور يلعب دورا نشطا في اختيار و انتقاء الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها. فمنذ أربعينيات القرن العشرين، بدأ يتبلور وعي بحثي جديد يبرز أثر الفروق الفردية و التباين الاجتماعي في كيفية إدراك الأفراد لمضامين وسائل الإعلام ، وبالتالي تغيرت نظرة الباحثين إلى العلاقة بين الجماهير ووسائل الاتصال، من عالقة تأثير مباشر وخطي إلى عالقة تبادلية معقدة. ووفق هذا المنظور لا ينظر إلى الجمهور كمجرد متلق سلبي بل كمشارك فاعل يسعى لتحقيق اشباعات معينة استجابة لحاجياته و اهتماماته الخاصة.⁽¹⁷⁾

نظرية الاستخدامات و الاشباعات هي النظرية التي تلعب دور رئيسي في تفسير العلاقة بين المرسل(القائم على الوسيلة) والمستقبل (الجمهور أو المتلقي)، وتعد من أهم النظريات الإعلامية التي تهدف الدارسة إلى النظر إلى الجمهور باعتبارهم مشاركين ايجابيين ينتقون ما يريدون مشاهدته بناء على حاجتهم النفسية والاجتماعية، و ظهرت النظرية في عام 1974م، في كتاب (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي).⁽¹⁸⁾

الأسس التي تقوم عليها النظرية:

يتمثل الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات و الاشباعات في أن الجمهور نشط وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع احتياجاته وأنه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات و يختار من

¹⁷ محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص103.

¹⁸ مي عبد الله ، نظريات الاتصال(بيروت) دار النهضة العربية 2006.223.

بين أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية المضمون الذي يناسبه و ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموغرافية.⁽¹⁹⁾

أهداف نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

1. تسعى هذه النظرية إلى فهم كيف يتعامل الجمهور مع وسائل الإعلام انطلاقاً من اعتباره جمهوراً نشطاً و واعياً يختار الوسيلة القادرة على تلبية احتياجاته المختلفة.
2. تهدف إلى تحديد الحاجات و الرغبات التي يسعى الأفراد إلى اشباعها من خلال التعرض لمختلف وسائل الاعلام و وسائل الاتصال الأخرى.
3. المساعدة في تقديم نتائج تساهم في تفسير عملية الاتصال و فهم طبيعة العلاقة بين الجمهور و وسائل الإعلام⁽²⁰⁾

فروض النظرية:

1. يفترض هذا الاتجاه أن الجمهور عنصر فعال في العملية والاتصالية وأن استخدامه لوسائل الاعلام يكون بدافع تحقيق أهداف و اشباعات معينة .
2. الربط بين الرغبة في اشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع الى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
3. يمتلك الجمهور الوعي الكافي بدوافعه و اهتماماته مما يجعله قادراً على توضيح أسباب استخدامه لوسائل الإعلام.
4. تؤكد النظرية أن الجمهور هو المسؤول عن تحديد الوسيلة و المضمون المناسب لإشباع حاجياتهم أي أن الفرد هو من يستخدم وسيلة الاتصال لتحقيق هدفه و ليس العكس .
5. الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها هذه الوسائل.⁽²¹⁾

¹⁹ ابتهام رايس، نظرية الاستخدامات و الاشباعات وتطبيقها على الاعلام الجديد، مجلة دراسات وأبحاث العدد 25، ديسمبر 2016، ص503.

²⁰ حسن عماد المكاي، إيلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط10، الدار اللبنانية، د. ب. ط ص239.

²¹ عبد النبي الطيب. فلسفة ونظريات الإعلام ط. ل. الدار العالمية. القاهرة. 2014. ص136.

الجانِب التَطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد

أولا : عرض و تحليل البيانات الميدانية.

ثانيا : عرض النتائج العامة للدراسة.

ثالثا : مناقشة فرضيات الدراسة.

الفصل الثاني : الجانب التطبيقي للدراسة.

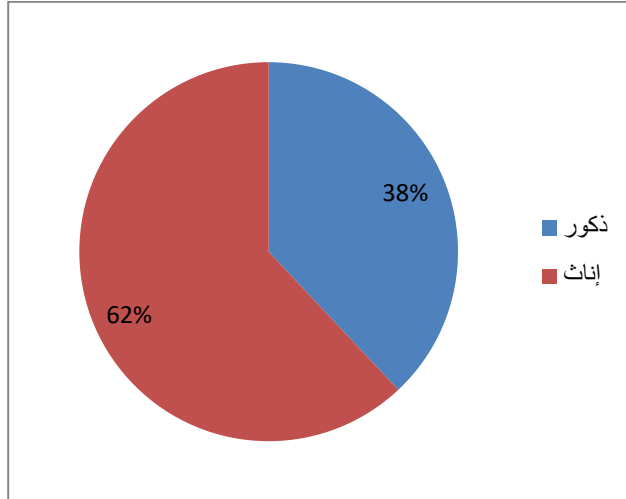
تمهيد:

بعد عرض الإطار المنهجي للدراسة ننتقل في هذا الفصل التطبيقي إلى مرحلة معالجة البيانات و تحليلها، بهدف اختبار مدى صحة الفرضيات و الكشف عن طبيعة العلاقة بين لمتغيرات الدراسة . و يتم ذلك من خلال تحويل المعطيات النظرية إلى مؤشرات و بيانات إحصائية قابلة للتحليل ، بما يسمح بالتوصل غلى نتائج دقيقة و موضوعية تساعد على إصدار احكام علمية مدعمة بالأدلة. و في ختام هذا الفصل . سيتم عرض أهم النتائج المتوصل إليها و ربطها بإشكالية الدراسة و تساؤلاتها الرئيسية.

أولاً : عرض و تحليل البيانات الميدانية.

1_ عرض و تحليل البيانات الشخصية:

■ جدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:



البدايل	التكرارات	النسبة %
ذكر	19	38%
أنثى	31	62%
المجموع	50	100%

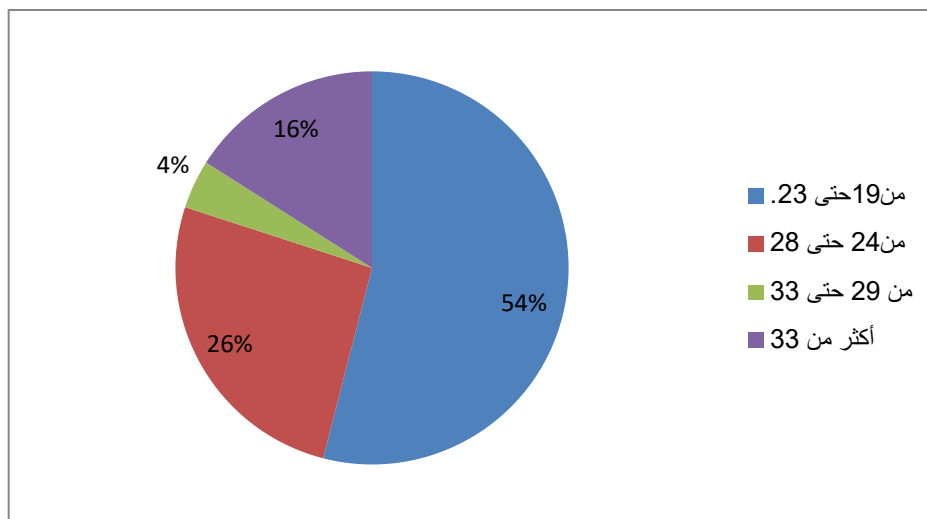
الشكل رقم (01) تبين توزيع العينة حسب متغير الجنس

يبين الجدول التالي توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ ان الإناث تحصلت على أعلى نسبة قدرت بـ 62% بتكرار 31 مفردة، والذكور بـ 38% بتكرار 19 مفردة.

■ جدول رقم (02) لتوزيع العينة حسب السن:

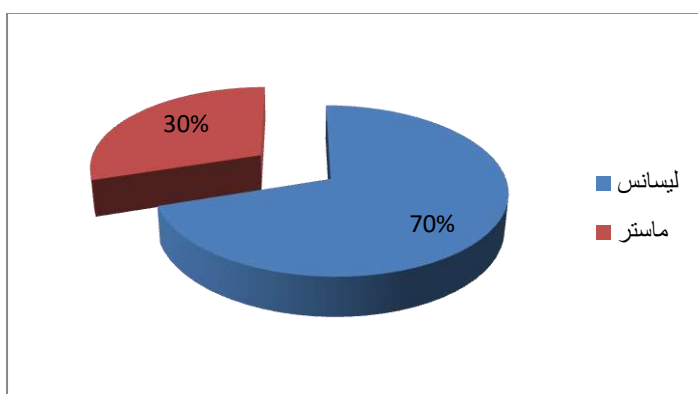
الخيارات	التكرارات	النسبة %
من 19 حتى 23	27	54%
من 24 حتى 28	13	26%
من 29 حتى 33	2	4%
أكثر من 33	8	16%
المجموع	50	100%

يظهر الجدول رقم 02 أن أكبر نسبة هي 54% حيث تعود للفئة العمرية من 19 حتى 23، ثم تليها الفئة من 24 حتى 28 بنسبة 26% ، بعدها الفئة العمرية من أكثر من 33 بنسبة 16% ، و أقل نسبة كانت للفئة العمرية من 29 حتى 33 بنسبة مؤوية 4%.



شكل (02) توزيع العينة حسب السن

■ جدول رقم (03) لتوزيع العينة حسب المستوى:



الخيارات	التكرار	النسبة %
ليسانس	35	70%
ماستر	15	30%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (03) يبين توزيع العينة حسب المستوى

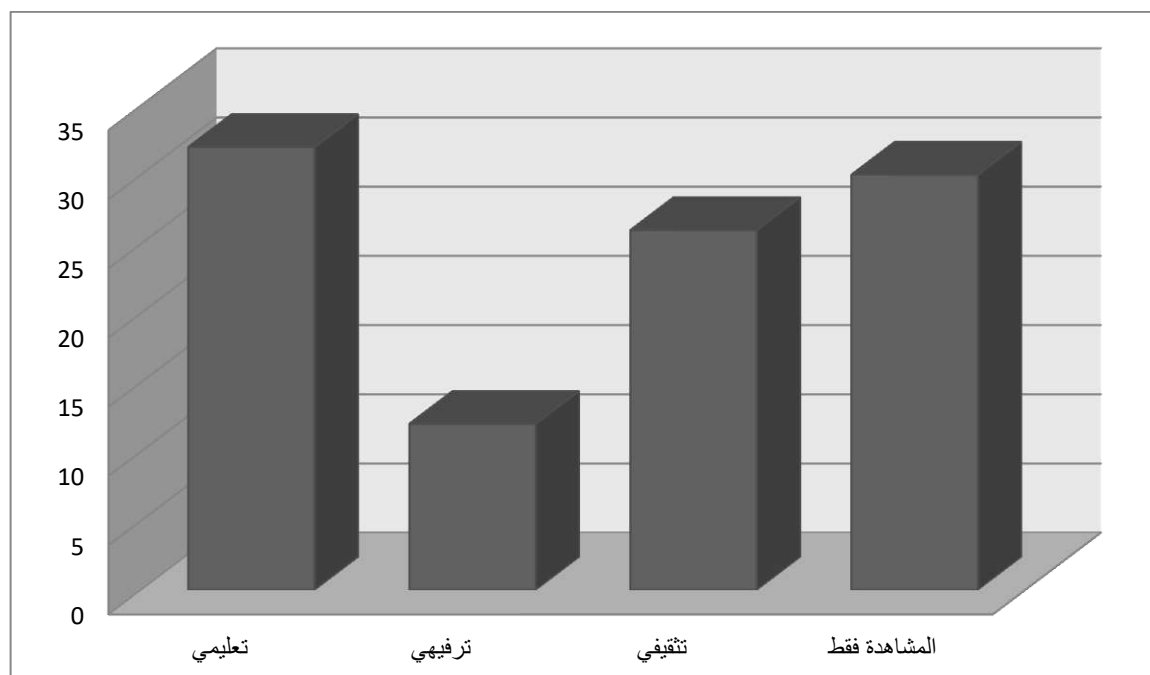
يشير الجدول رقم (03) والذي يوضح المستويات الدراسية للعينة إذ أنه أكبر نسبة تعود لطلبة ليسانس و التي قدرت ب 70%، ثم تليه نسبة 30% لديهم مستوى ماستر و هذا يدل على أن أغلب المشاركين في الاستبيان لديهم مستوى ليسانس.

2_ عرض و تحليل بيانات الدوافع التي تجعل الطلبة يلجؤون إلى اليوتيوب في المجال التعليمي:

■ جدول رقم(04) يبين توزيع العينة حسب الدافع لاستخدام اليوتيوب:

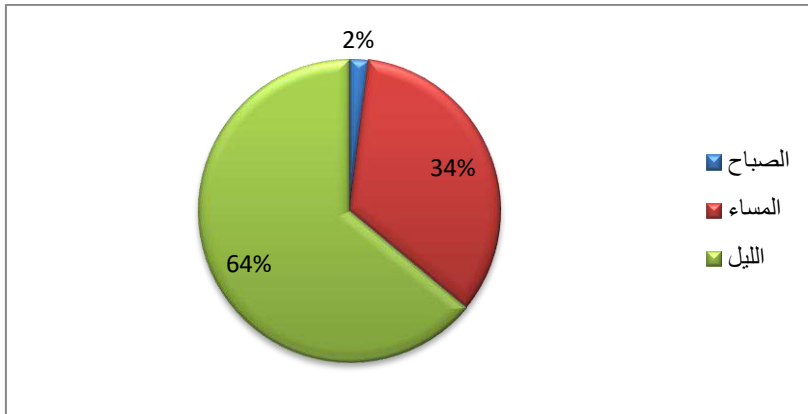
الخيارات	التكرارات	النسبة%
تعليمي	16	32%
ترفيهي	6	12%
تثقيفي	13	26%
المشاهدة فقط	15	30%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (04) توزيع العينة حسب الدافع من الاستخدام لموقع اليوتيوب، حيث اختار أغلب الطلبة اجابة تعليمي و قدرت هاته الاجابة بنسبة 32%، و تليها اجابة المشاهدة فقط بنسبة متقاربة بـ 30% ، بعدها تأتي اجابة تثقيفي بنسبة 26% و بعدها الاجابة ترفيهي بنسبة 12% ، و هنا نرى ان اغلبية الطلبة تستخدم اليوتيوب بهدف التعلم.



الشكل رقم (04) يبين توزيع العينة حسب الدافع من استخدام اليوتيوب

■ جدول رقم (05) يبين توزيع العينة حسب الوقت المفضل لاستخدام اليوتيوب:



الخيارات	التكرارات	النسبة%
الصباح	1	2%
المساء	17	34%
الليل	32	64%
المجموع	50	100%

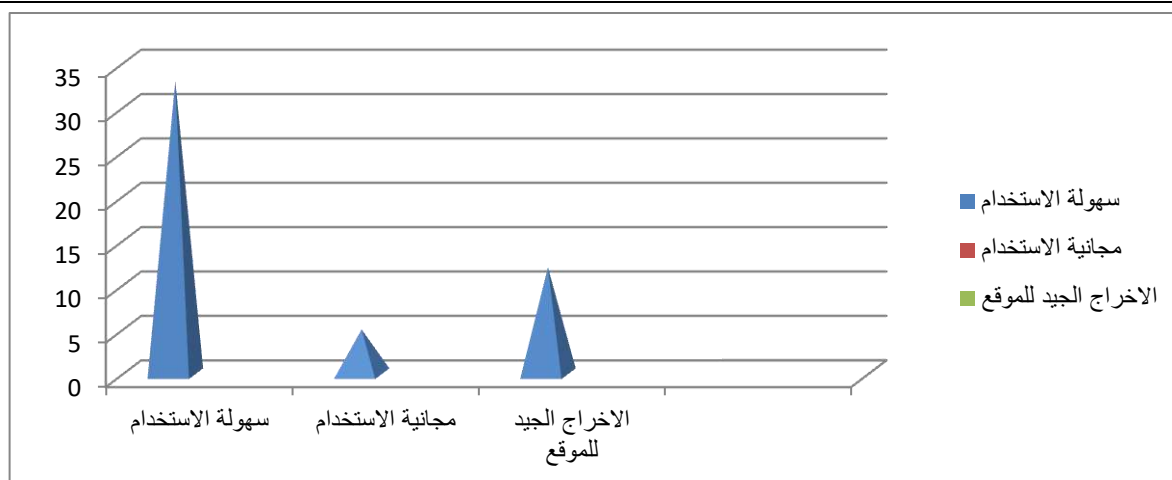
الشكل رقم (05) يبين توزيع العينة حسب الفترة المفضلة

يشير الجدول رقم (05) إلى الأوقات المفضلة لاستخدام الطلبة لليوتيوب حيث نرى أن أغلب الطلبة يميلون إلى استخدام الموقع في الليل و قدرت نسبة الاجابة بـ 64% ، تليها الفترة المسائية بنسبة 34% ، و الفترة الاقل استخداما هي الصباح بنسبة 2%.

■ جدول رقم (06) يبين توزيع العينة حسب الاسباب للجوء إلى اليوتيوب:

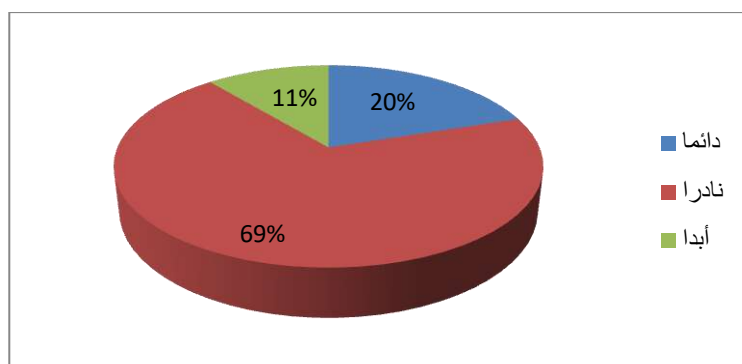
الخيارات	التكرارات	النسبة%
سهولة الاستخدام	33	66%
مجانية الاستخدام	5	10%
الاخراج الجيد للموقع	12	24%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (06) أسباب لجوء الطلبة إلى موقع اليوتيوب في المجال التعليمي ، حيث أن نسبة 66% يستخدمون اليوتيوب في الدراسة من أجل سهولة الاستخدام وبينما نسبة 24% يستخدمون اليوتيوب في الدراسة بسبب اخراجه الجيد، بينما اختار بعض الطلبة موقع اليوتيوب من اجل الدراسة لمجانية استخدامه و كانت بنسبة 10%.



الشكل رقم (06) يبين توزيع العينة حسب الاسباب استخدام اليوتيوب في المجال العلمي

■ الجدول رقم (07) يبين توزيع العينة حسب لجوء الطلبة إلى اليوتيوب للحصول على المعلومات حول التخصص الجامعي:



الخيارات	التكرارات	النسبة %
دائما	9	18%
نادرا	31	62%
ابدا	10	20%
المجموع	50	100%

شكل (07) يبين توزيع العينة حسب لجوء الطلبة لموقع اليوتيوب

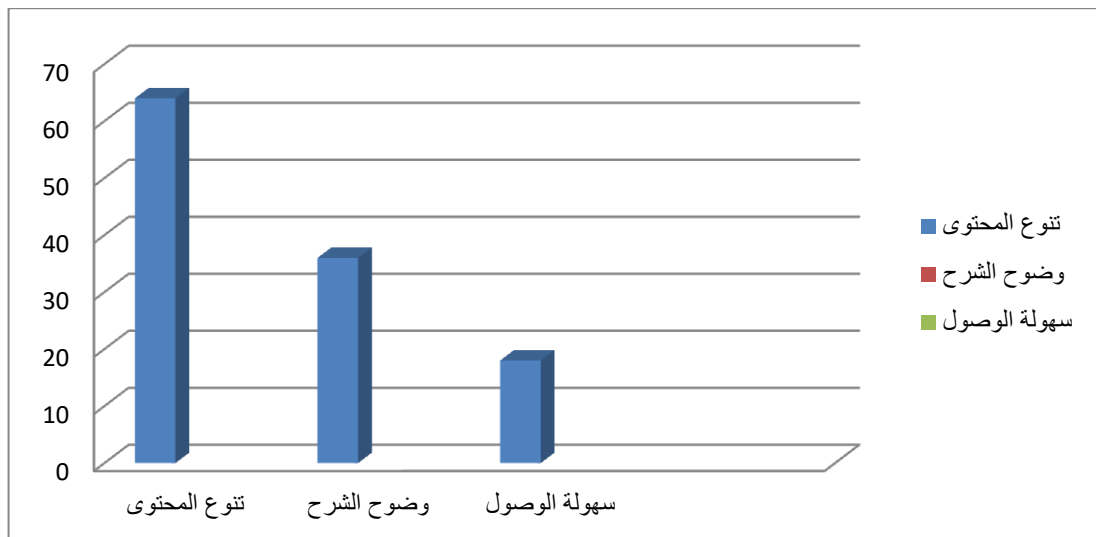
للحصول على معلومات حول التخصص الجامعي

جدول رقم (07) يوضح لجوء الطلبة لموقع اليوتيوب للحصول على معلومات حول تخصصهم الجامعي ، و نرى أن أكبر نسبة كانت نادرا بـ 62% اي ان الطلبة لا يعتمدون على اليوتيوب بصفة دائمة، تليها نسبة الاجابة أبدا بـ 20% ، بعدها الاجابة دائما بنسبة 18%.

■ الجدول رقم (08) يبين توزيع العينة حسب الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعلومة:

الخيارات	التكرارات	النسبة %
سهولة الوصول	9	18%
وضوح الشرح	18	36%
تنوع المحتوى	23	46%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (08) أسباب اعتماد الطلبة على موقع اليوتيوب كمصدر للمعلومة إذ كانت نسبة 64% من اجمالي عينة الدراسة اختاروا اجابة تنوع المحتوى على الموقع ، تليها اجابة وضوح الشرح بنسبة 36% بعدها سهولة الوصول بنسبة 18%.



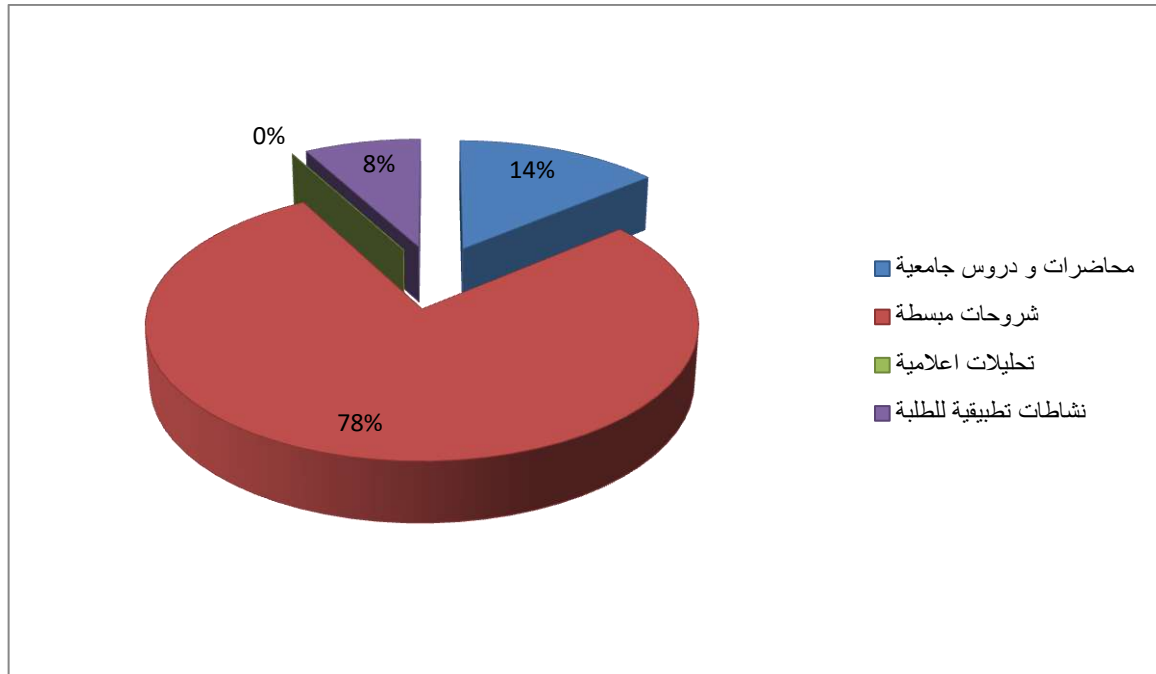
الشكل رقم (08) يبين توزيع العينة حسب الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعلومة

3_ عرض و تحليل بيانات طبيعة المحتوى المعرفي المتابع:

■ جدول رقم (09) يبين توزيع العينة حسب المحتوى المتابع لأغراض معرفية:

الخيارات	التكرارات	النسبة %
محاضرات ودروس جامعية	7	14%
شروحات مبسطة	39	78%
تحليلات اعلامية	0	0%
نشاطات تطبيقية للطلبة	4	8%
المجموع	50	100%

يمثل الجدول رقم (09) توزيع العينة حسب المحتوى المتابع لأغراض معرفية حيث أن أغلب الطلبة اختاروا اجابة شروحات مبسطة بنسبة 78%، بعدها نسبة 14% لاجابة محاضرات و دروس جامعية، و اختار بعض الطلبة اجابة نشاطات تطبيقية على الموقع بـ8%، و هذا يعني أن أغلب الطلبة يلجؤون لموقع اليوتيوب لتوفره على شروحاته المبسطة.

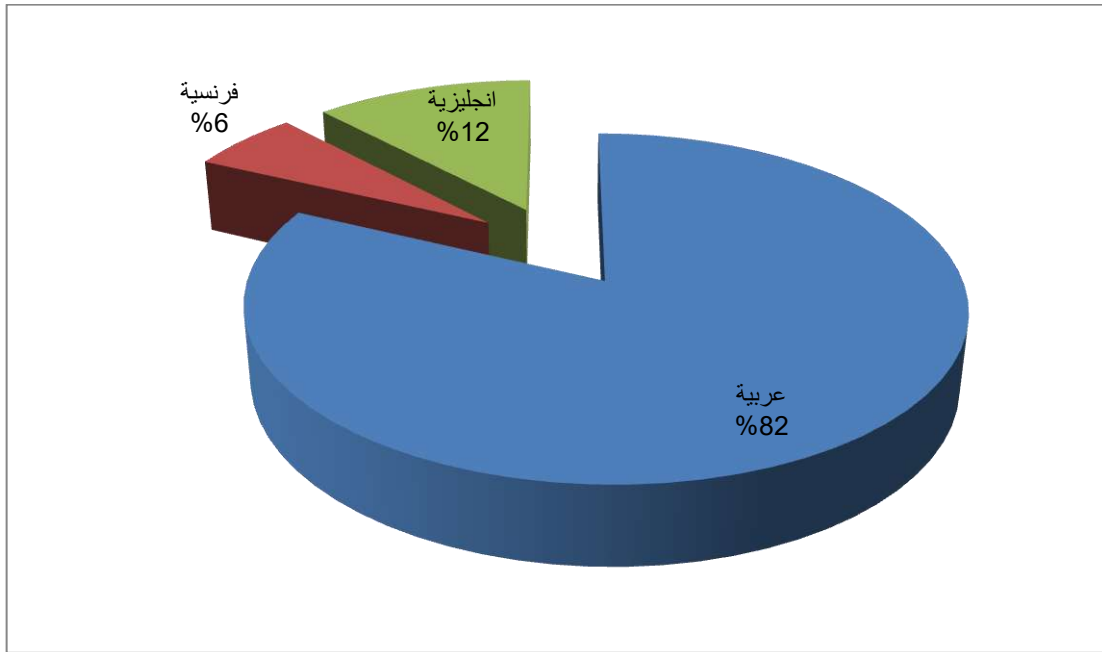


الشكل رقم (09) يبين توزيع العينة حسب المحتوى المتابع لأغراض معرفية

■ جدول رقم (10) يبين توزيع حسب اللغة المعتمدة للمحتوى المتابع:

الخيارات	التكرارات	النسبة %
العربية	41	82%
الفرنسية	3	6%
الانجليزية	6	12%
المجموع	50	100%

يبين الجدول رقم (10) أن أغلب الطلبة يستخدمون اللغة العربية في متابعة محتوهم المعرفي حيث كانت نسبة الاجابة بـ82% ، في حين يستخدم 3 ثلاث طلبة اللغة الفرنسية، و أعتمد 12% من الطلبة على اللغة الانجليزية.

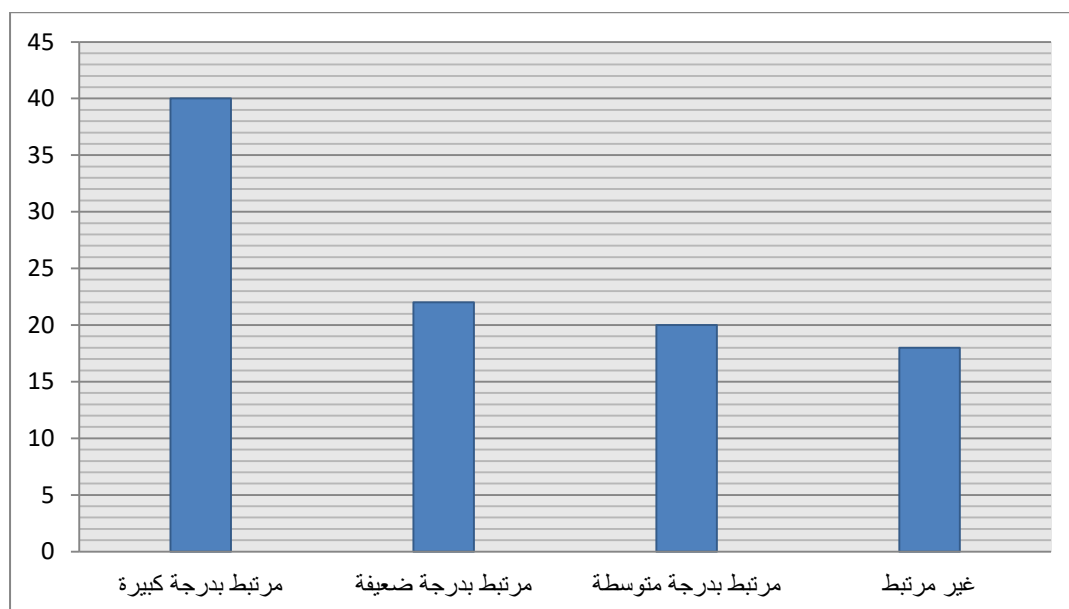


الشكل رقم (10) يبين توزيع العينة حسب اللغة المعتمدة للمحتوى المتابع

■ الجدول رقم (11) يبين توزيع العينة حسب مدى ارتباط المحتوى بتخصص علوم الاعلام و الاتصال:

الخيارات	التكرارات	النسبة%
مرتبط بدرجة كبيرة	11	22%
مرتبط بدرجة ضعيفة	9	18%
مرتبط بدرجة متوسطة	20	40%
غير مرتبط	10	20%
المجموع	50	100%

يمثل الجدول (11) توزيع العينة حسب مدى ارتباط المحتوى المتابع على موقع اليوتيوب بتخصص علوم الاعلام و الاتصال حيث نلاحظ أن اغلب الطلبة كانت اجابتهم أن ارتباطهم بدرجة متوسطة و بلغت نسبتها 40%، بينما الذين كانت اجابتهم مرتبط بدرجة كبيرة نسبتهم 22%، تليها الاجابة غير مرتبط بنسبة 20%، و بعدها الاجابة مرتبط بدرجة ضعيفة بنسبة 18%.



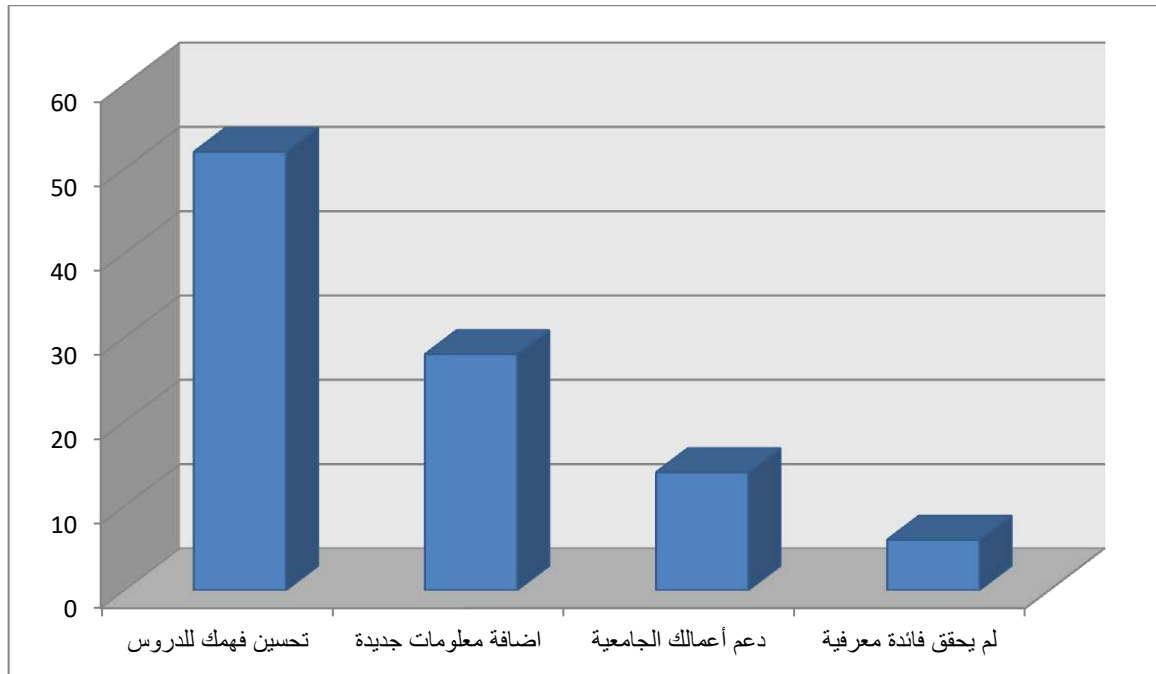
الشكل رقم (11) يبين توزيع العينة حسب مدى ارتباط المحتوى بتخصص علوم الاعلام و الاتصال

4_ عرض و تحليل بيانات اسهام اليوتيوب في التحصيل المعرفي:

■ الجدول رقم (12) يبين توزيع العينة حسب اسهامات اليوتيوب في التحصيل المعرفي:

الخيارات	التكرارات	النسبة %
تحسين فهمك للدروس	14	28%
إضافة معلومات جديدة	26	52%
دعم أعمالك الجامعية	3	6%
لم يحقق فائدة معرفية	7	14%
المجموع	50	100%

يبين الجدول (12) توزيع العينة حسب اسهامات اليوتيوب في التحصيل المعرفي لدى الطلبة حيث أغلب الطلبة اختاروا إجابة إضافة المعلومات الجديدة لديهم بنسبة 52%، تليها الاجابة تحسين فهم الدروس بنسبة 28% ، بعدها بعض الطلبة كانت اجابتهم انهم لم يحقق أي فائدة معرفية بنسبة 14%، بينما كان اختيار ثلاث طلبة أنه يساعدهم في دعم أعمالهم الجامعية.

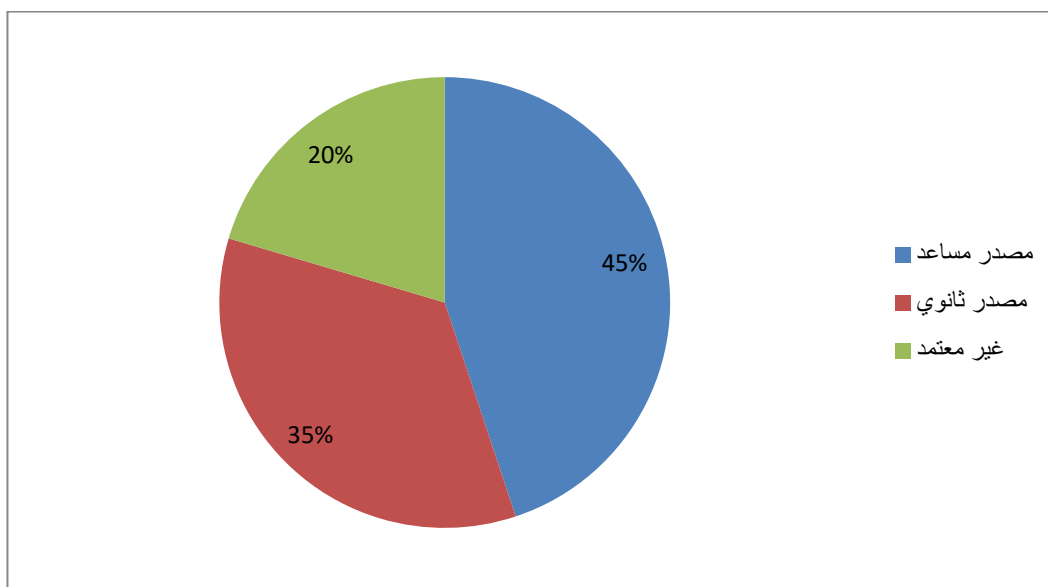


الشكل رقم (12) يبين توزيع العينة حسب اسهامات اليوتيوب في التحصيل المعرفي

■ جدول رقم (13) يبين توزيع العينة حسب المراجع الجامعية مقابل اليوتيوب:

الخيارات	التكرارات	النسبة %
مصدر مساعد	22	44%
مصدر ثانوي	17	34%
غير معتمد	10	20%
المجموع	50	100%

يبين الجدول رقم (13) توزيع العينة حسب المراجع الجامعية مقابل اليوتيوب حيث اعتبر اغلب الطلبة كمصدر مساعد بنسبة 44%، تليها كمصدر ثانوي بنسبة 34%، و اعتبره بعض الطلبة كمصدر غير معتمد بنسبة 20%.

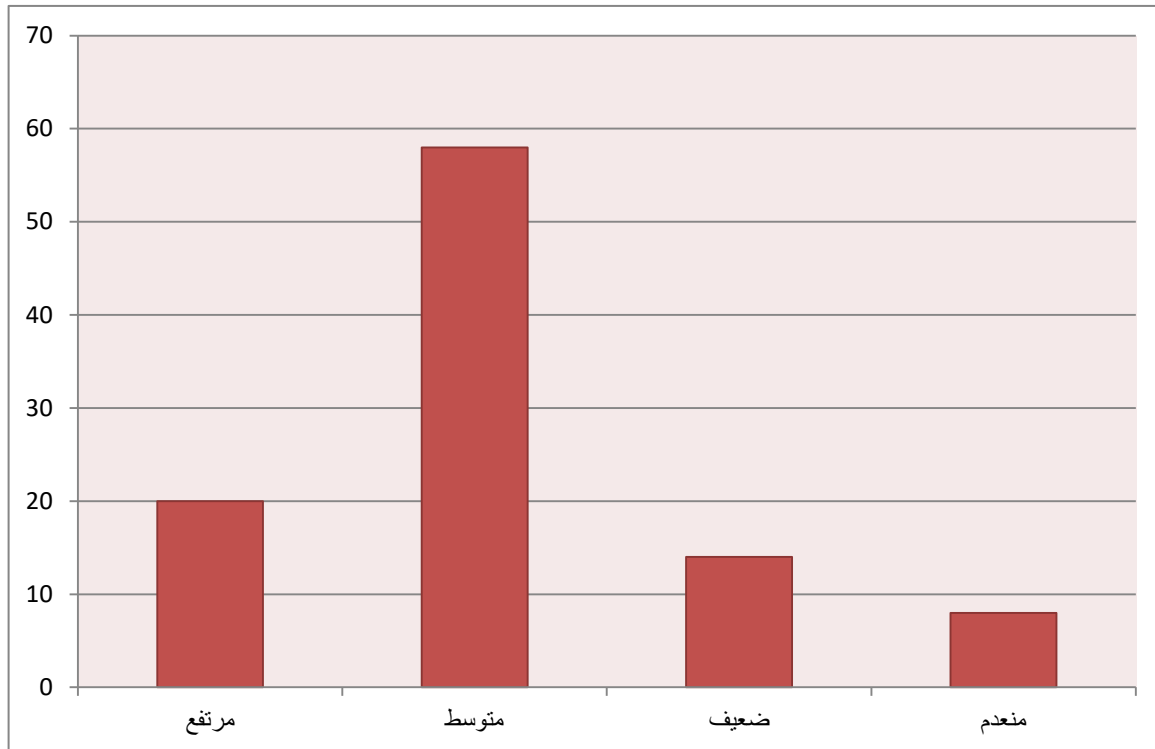


الشكل رقم (13) يبين توزيع العينة حسب المراجع الجامعية مقابل اليوتيوب

■ جدول رقم (14) يبين توزيع العينة حسب اسهام اليوتيوب بشكل عام في التحصيل المعرفي:

الخيارات	التكرارات	%100
مرتفع	10	%20
متوسط	29	%58
ضعيف	7	%14
منعدم	4	%8
المجموع	50	100%

يمثل الجدول (14) توزيع العينة حسب اسهام اليوتيوب بشكل عام في تحصيل المعرفي، حيث اعتبر أغلب الطلبة اجابة متوسط بنسبة %58، أي ان اليوتيوب اسهامه متوسط في تحصيلهم المعرفي، و تليها اجابة مرتفع بنسبة %20، و بعدها الاجابة ضعيف بـ %14، و في الاخير الاجابة منعدم بنسبة %8.



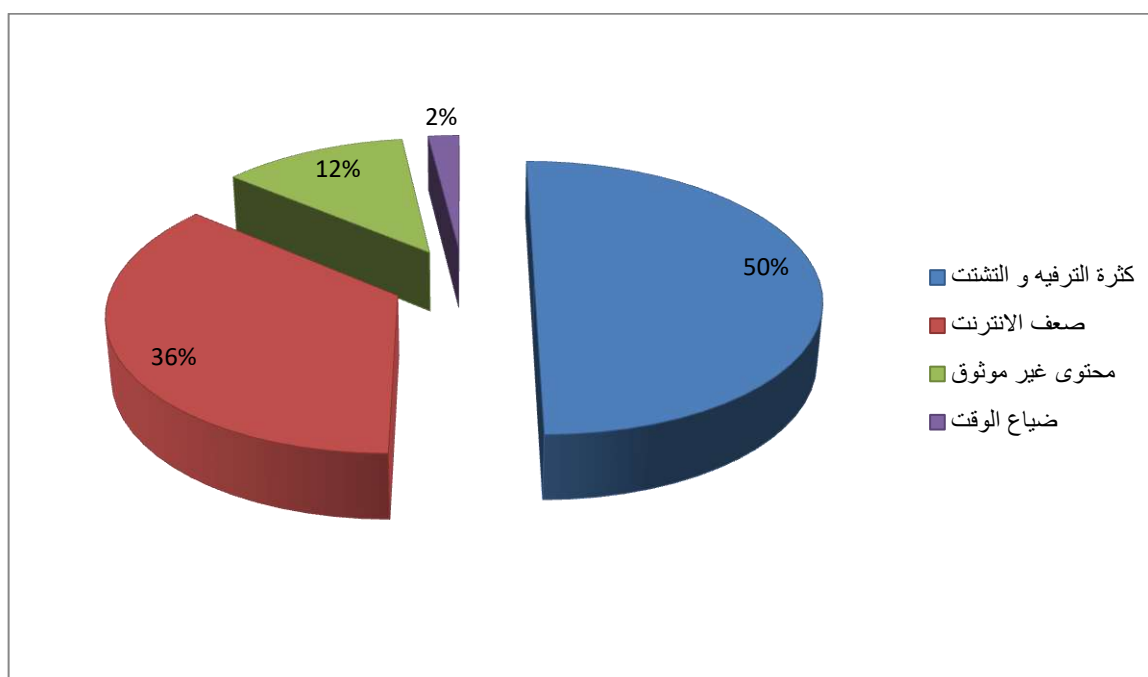
الشكل رقم (14) يبين توزيع العينة حسب اسهام اليوتيوب بشكل عام في التحصيل المعرفي

4_ عرض و تحليل بيانات المعينات التي تحد من توظيف اليوتيوب:

■ جدول رقم (15) يبين ابرز عائق يحد من الاستفادة من موقع اليوتيوب:

الخيارات	التكرارات	النسبة %
محتوى غير موثوق	6	12%
كثرة الترفيه و التشتت	25	50%
ضياع الوقت	1	2%
ضعف الانترنت	18	36%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول (15) ابرز عائق يحد من استفادة الطلبة من اليوتيوب كمصدر معرفي حيث كانت اكبر نسبة لاجابة كثرة الترفيه و التشتت بنسبة 50% ، و تليها اجابة ضعف الانترنت بنسبة 36%، بعدها محتوى غير موثوق بـ 12%، بينما اختار طالب واحد اجابة ضياع الوقت.

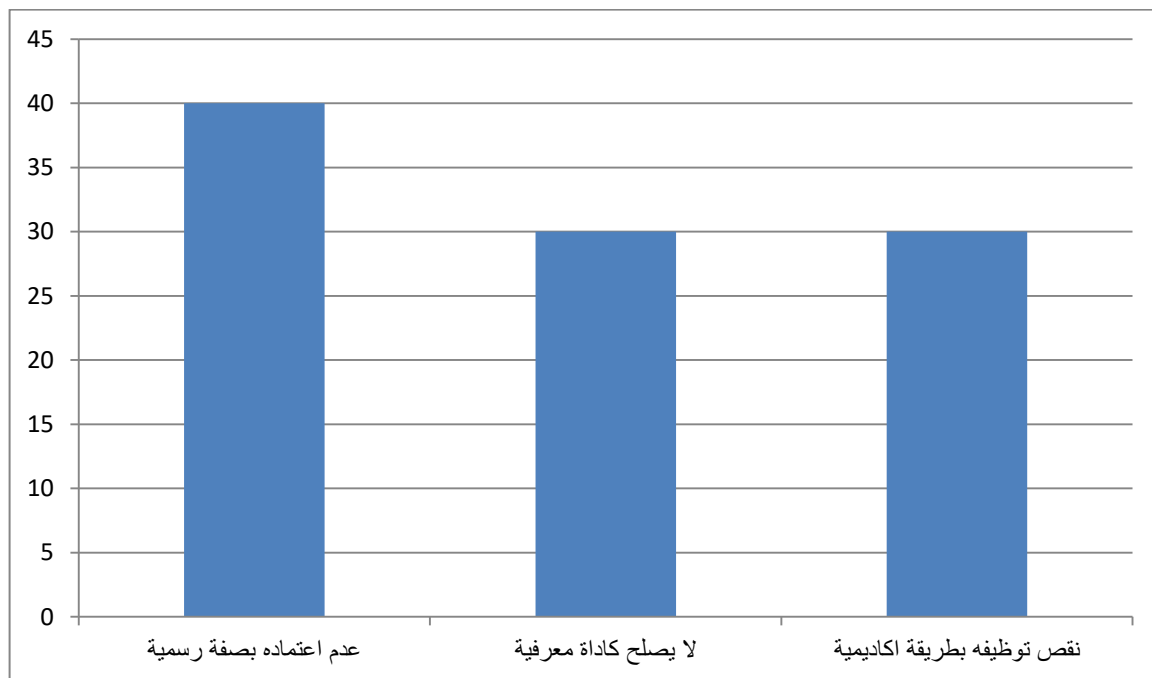


الشكل رقم (15) يبين ابرز عائق يحد من الاستفادة من موقع اليوتيوب

■ الجدول رقم (16) لماذا لا يوظف اليوتيوب بفعالية فالجامعة:

الخيارات	التكرارات	النسبة%
عدم اعتماده بصفة رسمية	15	30%
نقص توظيفه بطريقة اكاديمية	20	40%
لا يصلح كأداة تعليمية	15	30%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول (16) سبب عدم توظيف اليوتيوب بفعالية في الوسط الجامعي حيث اعتبره الأغلبية بأن نقص توظيفه بطريقة اكاديمية هو السبب بنسبة 40%، و تساوت الاجابتين لا يصلح كأداة معرفية و عدم اعتماده بصفة رسمية بنسبة 30%.

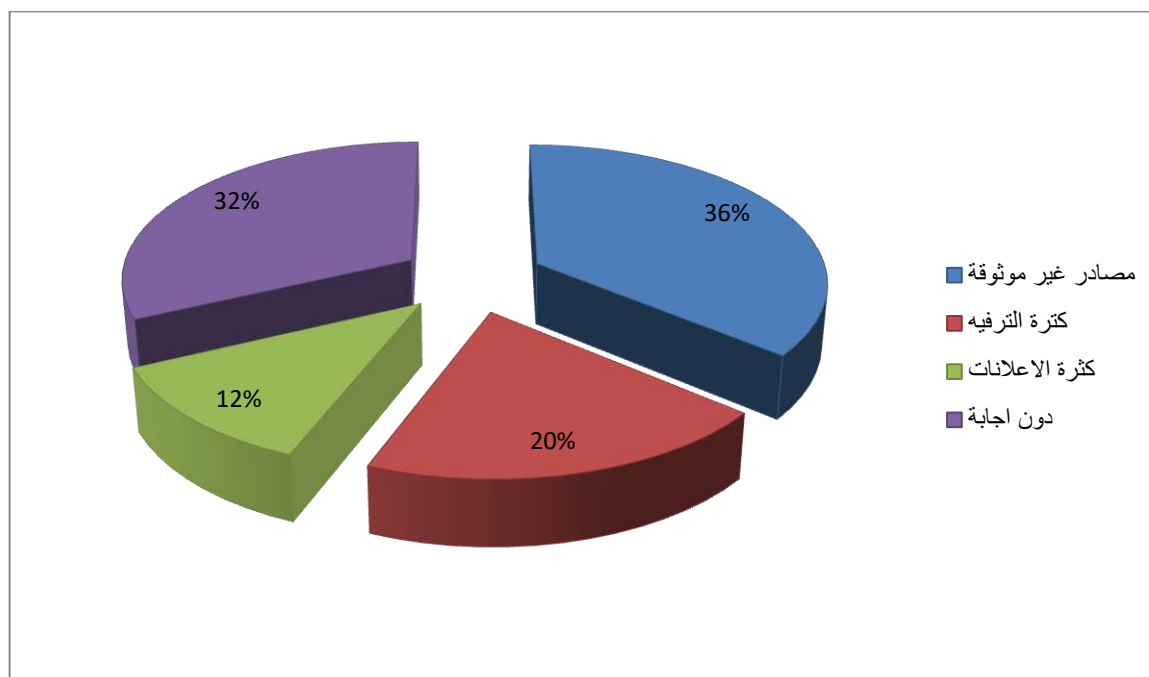


الشكل الجدول (16) سبب عدم توظيف اليوتيوب بفعالية في الوسط الجامعي

- جدول رقم (17) يبين توزيع العينة حسب اهم معيقات توظيف اليوتيوب كأداة معرفية فعالة في الوسط الجامعي (سؤال مفتوح):

الخيارات	التكرارات	النسبة%
مصادر غير موثوقة	18	36%
كثرة الترفيه و الملهيات	10	20%
كثرة الاعلانات	6	12%
دون اجابة	16	32%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول (17) توزيع العينة حسب أهم معيقات توظيف اليوتيوب كأداة معرفية فعالة حيث كان السؤال مفتوح و أجاب أغلب الطلبة باجابات متقاربة حيث كانت أكبر نسبة لعدم مصداقية المحتوى على الموقع بنسبة 36%، بينما امتنع أغلب الطلبة عن الاجابة و قدرت بنسبة 32%، تليها اجابة كثرة الترفيه على الموقع بنسبة 20%، و في الاخير الاجابة كثرة الاعلانات بنسبة 12%.



ثانياً: عرض النتائج العامة للدراسة

❖ عرض نتائج البيانات الشخصية:

✓ نستنتج أن أكبر نسبة لأفراد العينة حسب متغير الجنس تعود للإناث بنسبة 62%، بعدها الذكور بنسبة 38%.

✓ بينت النتائج أن أكثر نسبة استخداماً لليوتيوب حسب متغير الجنس هي الفئة العمرية ما بين (19 إلى 23) بنسبة 54% .

✓ نستنتج أن الأكثر استخداماً لليوتيوب حسب متغير التخصص هو مستوى ليسانس بنسبة 70%، يليها مستوى الماستر بنسبة 30%.

❖ عرض نتائج بيانات الدوافع التي تجعل الطلبة يلجؤون إلى اليوتيوب في المجال التعليمي:

✓ وضحت دراستنا أن الدافع الأكبر للجوء الطلبة إلى موقع اليوتيوب بهدف التعلم في المقام الأول بنسبة 32%، ثم تليها الفئة التي تتعرض للموقع بدون هدف أي للمشاهدة فقط بنسبة 30%.

✓ من النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة أن أغلب الطلبة يفضلون مشاهدة موقع اليوتيوب ليلاً بنسبة 64%.

✓ وضحت دراستنا أن سهولة استخدام موقع اليوتيوب هي ما تجعل الطالب يفضلها على المواقع الأخرى في مجال التحصيل المعرفي.

✓ أظهرت دراستنا أن نادراً ما يلجأ الطالب الجامعي إلى موقع اليوتيوب للحصول على معلومات مرتبطة بتخصصه الجامعي وهذا يدل على أن الموقع يحقق لهم اشباعاً جيدة لكن ليس بالقدر الكافي لهم.

✓ كشفت دراستنا أن السبب الذي يجعل الطلبة يعتمدون على موقع اليوتيوب كمصدر للمعلومة هو في تنوع المحتوى على الموقع و ذلك بنسبة 46% بالإضافة الى وضوح الشرح المتواجد على الموقع بنسبة 36% .

❖ عرض بيانات طبيعة المحتوى المعرفي المتابع لدى الطلبة:

✓ كما اتضح لنا في دراستنا أن نوع المحتوى الذي يتم متابعته على موقع اليوتيوب لأغراض معرفية من قبل أغلب الطلبة هو الشروحات المبسطة التي تكون على شكل فيديوهات بنسبة 78%.

✓ أظهرت نتائج دراستنا أن اللغة المعتمدة عند أغلب الطلبة على موقع اليوتيوب هي اللغة الأم (اللغة العربية).

✓ بينت النتائج أن أغلب طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال يتابعون محتوى مرتبط بدرجة متوسطة على على موقع اليوتيوب لتخصصهم.

❖ عرض بيانات إسهام اليوتيوب في التحصيل المعرفي:

✓ أشارت نتائج الدراسة أن موقع اليوتيوب ساهم في إضافة معلومات جديدة لدى العديد من الطلبة بنسبة 52%، و اثراء رصيدهم المعرفي في مشوارهم الدراسي.

✓ كما تبين لنا أيضا في دراستنا أن الطلبة يعتبرون موقع اليوتيوب مصدر مساعد مقارنة بالمراجع الجامعية الأخرى بنسبة 44%.

✓ كشفت لنا دراستنا أن إسهام موقع اليوتيوب لدى الطلبة متوسط بنسبة 58% في تحصيلهم المعرفي.

❖ عرض بيانات المعوقات التي تحد من توظيف اليوتيوب في الوسط الجامعي:

✓ نستنتج من دراستنا ان ابرز عائق يحد من استفادة الطلبة من موقع اليوتيوب هو كثرة التششت و الترفيه.

✓ كشفت لنا دراستنا أن السبب في عدم توظيف موقع اليوتيوب بفعالية في الجامعة بالنسبة لأغلبية الطلبة هو نقص توظيفه بطريقة أكاديمية.

✓ ومن النتائج المتوصل إليها على حسب عينتنا أن اهم المعوقات التي تمنع من توظيف موقع اليوتيوب كأداة معرفية فعالة في الوسط الجامعي حسب اجابة أغلب الطلبة هي انه لا يعتبر مصدر موثوق بنسبة 36% بالإضافة إلى كثرة الترفيه و الملهييات فيه بنسبة 32%.

ثالثا: مناقشة فرضيات الدراسة:

❖ الفرضية الرئيسية التي تقول بأن: "تساهم منصة اليوتيوب بدرجة كبيرة في تعزيز التحصيل

المعرفي لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، من خلال توفير محتوى تعليمي و تطبيقي يساعد في فهم و استيعاب المفاهيم المرتبطة بتخصصهم " تحققت حيث ان أغلب الطلبة يستخدمون اليوتيوب بهدف تعليمي بنسبة 32%، اضافة إلى لجوئهم للمنصة بدرجة متوسطة بنسبة 40% من اجل متابعة محتوى مرتبط بتخصص علوم الاعلام و الاتصال.

❖ الفرضية الفرعية الأولى التي تقول بأن: "تختلف دوافع الطلبة لليوتيوب و تتنوع بين ما هو

ترفيهي و تعليمي إلا ان الدافع المعرفي يمثل أحد اهم الأسباب لاستخدام اليوتيوب لدى طلبة

قسم علوم الإعلام و الاتصال " قد تحققت و هذا لأن دوافع الطلبة اختلفت بين الدافع التعليمي بنسبة 32%، و الدافع الترفيهي بنسبة 26%.

- ❖ الفرضية الفرعية الثانية التي تقول بأن: " يهتم طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة بمحتوى ذات طابع تعليمي كالمحاضرات المباشرة و الدروس المشروحة " قد تم إثباتها و هذا لأن أغلب الطلبة يتابعون موقع اليوتيوب لتوفره على الشروحات المبسطة بنسبة كبيرة قدرت بـ 78%، و متابعة المحاضرات و الدروس الجامعية بنسبة 14%.
- ❖ الفرضية الثالثة التي تقول بأن: "يسهم الاستخدام المنتظم و الهادف للمنصة في رفع مستوى تحصيلهم المعرفي" قد تم التحقق منها أيضا و ذلك بأن أغلبية الطلبة قد أجابوا بأن موقع اليوتيوب يساهم في اضافة معلومات جديدة في رصيدهم المعرفي بنسبة 52%.
- ❖ الفرضية الفرعية الرابعة التي تقول بأن: "ضعف جودة الانترنت تمثل أحد ابرز المعوقات التي تحد من الاستخدام الفعال لليوتيوب في الوسط الجامعي إضافة إلى النقص التوجيه الأكاديمي حول كيفية اختيار المحتوى المناسب على الموقع يحد من فعاليته كأداة معرفية" تحققت و هذا بإجابة الأغلبية بأن نقص التوظيف بطريقة أكاديمية بنسبة 40% تحد من توظيف اليوتيوب فاعالية في الوسط الجامعي اضافة إلى ضعف جودة الانترنت بنسبة 36%.

خاتمة

خاتمة:

عرفت شبكة الإنترنت في الفترة الأخيرة تطوراً سريعاً ساهم في بروز العديد من المنصات الرقمية خاصة منصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تؤدي أدواراً عديدة و مختلفة في مجالات الحياة، و قد ركزت هذه الدراسة على أحد أهم هذه المنصات " منصة اليوتيوب " باعتبارها واحدة من أبرز الوسائط الرقمية التي كان لها دور كبير في توفير المعلومات و المعارف للمستخدمين خاصة الطلبة الجامعيين، حيث أتاحت لهم إمكانية الوصول إلى المحتوى التعليمي في كل وقت و مكان وفق احتياجاتهم المعرفية.

و يعتبر اليوتيوب واحد من أهم الوسائل الداعمة للتحصيل المعرفي لدى الطلبة الجامعيين، إذ يعتمد عليه الكثير منهم في إعداد بحوثهم و استكمال معارفهم الأكاديمية، لما يوفره من محتويات تعليمية متنوعة و متاحة بسهولة.

و عليه يمكن القول أن منصة اليوتيوب أصبحت واحدة من أهم الأدوات الرقمية الحديثة التي تلعب دوراً فعالاً في مساعدة الطلبة الجامعيين على تنمية معارفهم العلمية و تسهيل عملية التعلم الذاتي.

حيث أظهرت نتائج الدراسة أن طلبة علوم الإعلام و لاتصال بجامعة ورقلة يشاهدون اليوتيوب بدافع تعليمي و تثقيفي، لما يميزه من سهولة الاستخدام و تنوع المحتوى فيه، كما أظهرت النتائج أن الطلبة يوظفون اليوتيوب بدرجة متوسطة في المجال الدراسة بالإضافة إلى المعلومات الجديدة التي يزودهم بها.

وفي ضوء النتائج المتوصل إليها، يمكن القول أن اليوتيوب لم يعد مجرد منصة ترفيهية، بل أصبح أداة تعليمية فعالة لها دور بارز في دعم التحصيل المعرفي لدى الطلبة الجامعيين، الأمر الذي يستدعي ضرورة توجيه استخدامه بصورة إيجابية وواعية، وتشجيع إنتاج محتوى أكاديمي هادف يواكب احتياجات الطلبة ومتطلبات التعليم الجامعي الحديث.

و في الختام تبقى دراستنا حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاكتشاف دوافع استخدام الطلبة لمنصة اليوتيوب، إذ لا ندعي بأننا وصلنا إلى النتائج التي تتعلق بدوافع الاستخدام في مجال التحصيل المعرفي، و إنما حاولنا فقط الإلمام ببعض الجوانب الممهدين السبل لباحثين آخرين لاكتشاف مقاربات أخرى لم تتعرض لها دراستنا.

قائمة المصادر و المراجع

- الشريف، عبد الله. (1996). مناهج البحث العلمي. مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر.
- العليان، يحي مصطفى. (2000). مناهج وأساليب العلمي (النظرية والتطبيق). دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- الطيب، عبد النبي. (2014). فلسفة ونظريات الإعلام. الدار العالمية.
- العوض، وليد بن محمد. (2005). دور استخدام شبكة الانترنت في التحصيل الدراسي. جامعة نايف العربية.
- المشهداني، سعد سليمان. (2019). منهجية البحث العلمي. دار أسامة للنشر والتوزيع.
- المقدادي، خالد. (2011). ثورة الشبكات الاجتماعية. دار النفائس.
- المكاوي، حسن عماد. حسين السيد، ليلي. الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار اللبنانية.
- بن مرسل، أحمد. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية.
- بوحفص، عبد الكريم. (2011). أسس ومناهج البحث في علم النفس. ديوان المطبوعات الجامعية.
- جرار، ليلة أحمد. (2012). الفايسبوك والشباب العربي. مكتبة الفلاح.
- حجاب، محمد منير. (2002). أساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية. دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حجاب، محمد منير. (2010). نظريات الاتصال. دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حياني، محمد لمين. (2018/2017)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين. جامعة جيجل،

- راييس، ابتسام. (2016). نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقها على الاعلام الجديد.
- عبد الله، مي. (2006). نظريات الاتصال. دار النهضة العربية.
- عبد المجيد ابراهيم، مروان. (2000). أسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية. مؤسسة الوراق.
- عدلي العبد، عاطف. (2003). تصميم وتنفيذ استطلاعات الاعلام والرأي العام والأسس النظرية والنماذج التطبيقية. دار الفكرة العربي.
- عظيمي، أحمد. (2009). منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية.
- عليان، ربحي مصطفى. البحث العلمي أسسه مناهجه أساليبه وإجراءاته. بيت الأفكار الدولية.
- مصباح، عامر. (2010). منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام. ديوان المطبوعات الجامعية.
- ونجن، سميرة. (2014). التحصيل الدراسي بين التأثيرات الصفية ومتغيرات الوسط الاجتماعي. مجلة الدراسات والبحوث بجامعة الوادي.

الملاحق

الملحق رقم (01)



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال
تخصص: الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة



استبيان في إطار مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل المعرفي
دراسة مسحية لعينة من مستخدمي اليوتيوب من طلبة قسم علوم الإعلام
و الاتصال بجامعة ورقلة

تحت إشراف:

د/ قندوز عبد القادر

من إعداد:

منصوري إيمان

نضع بين يديك هذا الاستبيان فنرجو مساعدتنا بملئه بعد قراءته بتمعن و تقديم الإجابة التي تعبر عن رأيك بصدق مع العلم أن البيانات التي ستقدمها سرية تتعلق بإنجاز بحث علمي لا غير.

السنة الجامعية: 2026/2025

المحور الأول: البيانات الشخصية.

1_ الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2_ السن:

من 19 حتى 23 ☐ من 24 حتى 28 ☐
من 29 حتى 33 ☐ أكثر من 33 ☐

3_ المستوى:

ليسانس ☐ ماستر ☐

المحور الثاني: الدوافع التي تجعل الطلبة يلجؤون إلى اليوتيوب في المجال التعليمي:

4_ ما هو الدافع من استخدامك لموقع اليوتيوب:

تعليمي ☐ ترفيهي ☐
تنقيفي ☐ المشاهدة فقط ☐

5_ ما هو الوقت الذي تفضل استخدام اليوتيوب فيه؟

الصباح ☐ المساء ☐ الليل ☐

6_ ما الذي يجعلك تفضل اليوتيوب على المواقع الأخرى:

سهولة الاستخدام ☐ مجانية الاستخدام ☐ الإخراج الجيد للموقع ☐

7_ هل تلجأ إلى اليوتيوب للحصول على معلومات مرتبطة بتخصصك الجامعي؟

دائماً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

8_ السبب الذي يجعلك تعتمد على اليوتيوب كمصدر للمعلومة هو:

سهولة الوصول ☐ وضوح الشرح ☐ تنوع المحتوى ☐
عامل الوقت ☐ اعتبره مصدراً معرفياً ☐

المحور الثالث: طبيعة المحتوى المعرفي المتابع

9_ ما نوع المحتوى الذي تتابعه على اليوتيوب لأغراض معرفية؟

☐

محاضرات ودروس جامعية ☐ شروحات مبسطة

تحليلات إعلامية ☐ نشاطات تطبيقية للطلبة ☐

9_ اللغة الغالبة للمحتوى الذي تعتمد عليه:

العربية ☐ الفرنسية ☐ الإنجليزية ☐

10_ مدى ارتباط المحتوى الذي تتابعه بتخصص علوم الإعلام والاتصال:

مرتبط بدرجة كبيرة ☐ مرتبط بدرجة ضعيفة ☐
مرتبط بدرجة متوسطة ☐ غير مرتبط ☐

المحور الرابع: إسهام اليوتيوب في التحصيل المعرفي

11_ هل ساهم استخدامك لليوتيوب في:

تحسين فهمك للدروس ☐ إضافة معلومات جديدة ☐
دعم أعمالك الجامعية ☐ لم يحقق فائدة معرفية ☐

12_ مقارنة بالمراجع الجامعية، ترى أن اليوتيوب:

مصدر مساعد ☐ مصدر ثانوي ☐ غير معتمد ☐

13_ بشكل عام مستوى إسهام اليوتيوب في تحصيلك المعرفي هو:

مرتفع ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐ منعدم ☐

المحور الخامس: المعوقات التي تحد من توظيف اليوتيوب

14_ أبرز عائق يحد من استفادتك المعرفية من اليوتيوب:

محتوى غير موثوق ☐ كثرة الترفيه والتشتت ☐
ضياع الوقت ☐ ضعف الإنترنت ☐

16_ برأيك، لماذا لا يُوظف اليوتيوب بفعالية في الجامعة؟

عدم اعتماده بصفة رسمية ☐ نقص توظيفه بطريقة أكاديمية ☐
لا يصلح كأداة تعليمية ☐

في رأيك ما أهم معوقات توظيف اليوتيوب كأداة معرفية فعالة في الوسط الجامعي؟ اذكرها:

.....

.....