جامعة محمّد بوضياف المسيلة

كلّية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتّصال

دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثّقافي لدى طلبة الجامعة

دراسة ميدانية لعيّنة من الطّالبيات الجامعيات لقسم الإعلام والاتّصال بجامعة محمّد بوضياف المسيلة

مذكّرة مكمّلة لنيل شهادة اللّيسانس في علوم الإعلام والاتّصال

تخصّص:. اتّصال

إعداد الطلبة:

1 أحلام عواج

2 أميرة شنن

3 ياسمين بن عيسي

إشراف الدكتورة:

– فطّوم بلقبي

السّنة الدّراسية: 2019/ 2020م

جامعة محمّد بوضياف المسيلة

كلّية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتّصال

دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثّقافي لدى طلبة الجامعة

دراسة ميدانية لعيّنة من الطّالبيات الجامعيات لقسم الإعلام والاتّصال بجامعة محمّد بوضياف المسيلة

مذكّرة مكمّلة لنيل شهادة اللّيسانس في علوم الإعلام والاتّصال

تخصّص: اتّصال

إعداد الطلبة:

1 أحلام عواج

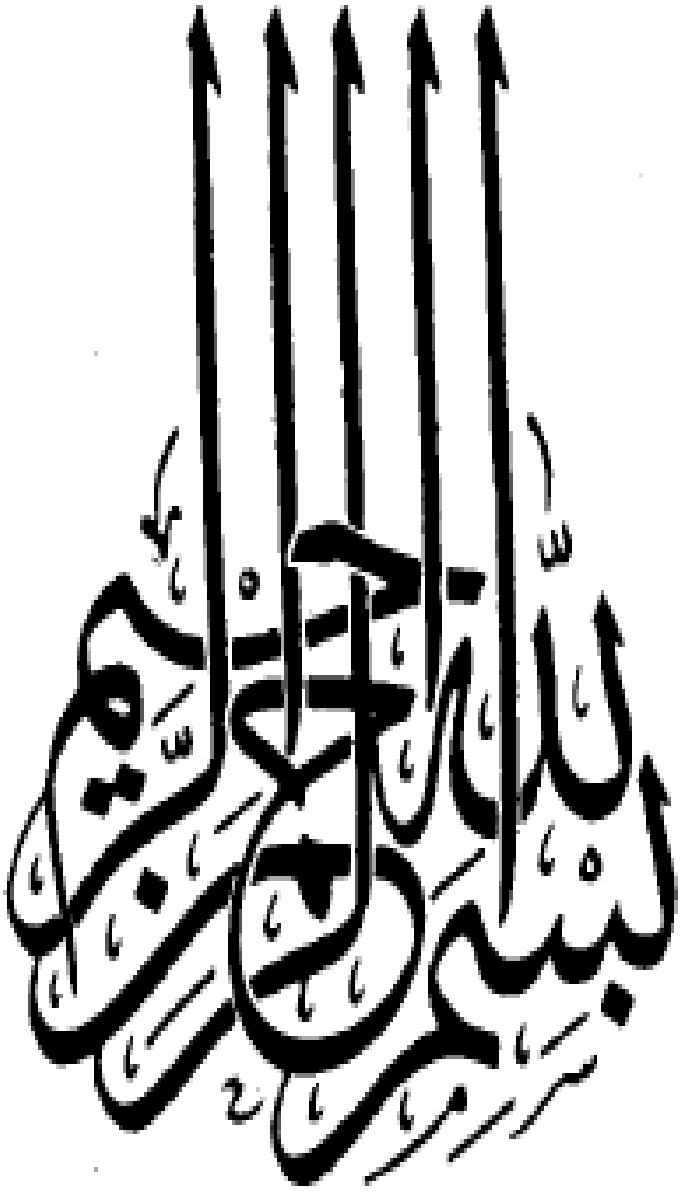
2 أميرة شنن

3 ياسمين بن عيسي

إشراف الدكتورة:

– فطوم بلقبي

السّنة الدّراسية: 2019/ 2020م


بسم الله الرحمن الرحيم

فهرس المحتويات

المحتويات

فهرس المحتويات .....أ

شكر وتقدير ..... خ

الإهداء ..... د

الملخص:.....أ

مقدّمة: .....أ

الفصل الأول: الإطار المنهجي: .....

1. الإشكالية:.....1

1. أسباب اختيار الموضوع: 2

2. أهمية الدّراسة:.....3

3. أهداف الدراسة: 4

4. مفاهيم ومصطلحات الدراسة:.....4

5. الدراسات السابقة:.....7

6. منهج الدراسة:.....9

7. مجتمع وعيّنة الدّراسة:.....10

8. أدوات جمع البيانات: 11

9. الخلفية النظرية للدراسة: 11

10. مجالات الدراسة: 12

الفصل الثاني: الإطار النّظري 13

1. مدخل عام إلى شبكات التواصل: 11

1.1. تعريف مواقع التواصل: 11

2.1. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها: 11

3.1. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي: 13

4.1. أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي: 14

5.1. استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي: 16

6.1. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي: 17

2. موقع اليوتيوب: 18

1.2. النشأة والتّطور: 18

2.2. مزايا موقع اليوتيوب: 18

3.2. إيجابيات وسلبيات اليوتيوب: 19

3. سمات الوعي الثّقافي: 20

4. مظاهر انتشار الوعي الثّقافي في المجتمع: 21

5. أهمية الوعي الثّقافي ودوره في التّنمية: 21

6. الوعي الثّقافي والتّكنولوجي: 21

7. الوعي وتنمية الوعي الثّقافي لدى الطّلبة:..... 22

الفصل الثالث: الإطار التّطبيقي..... 52

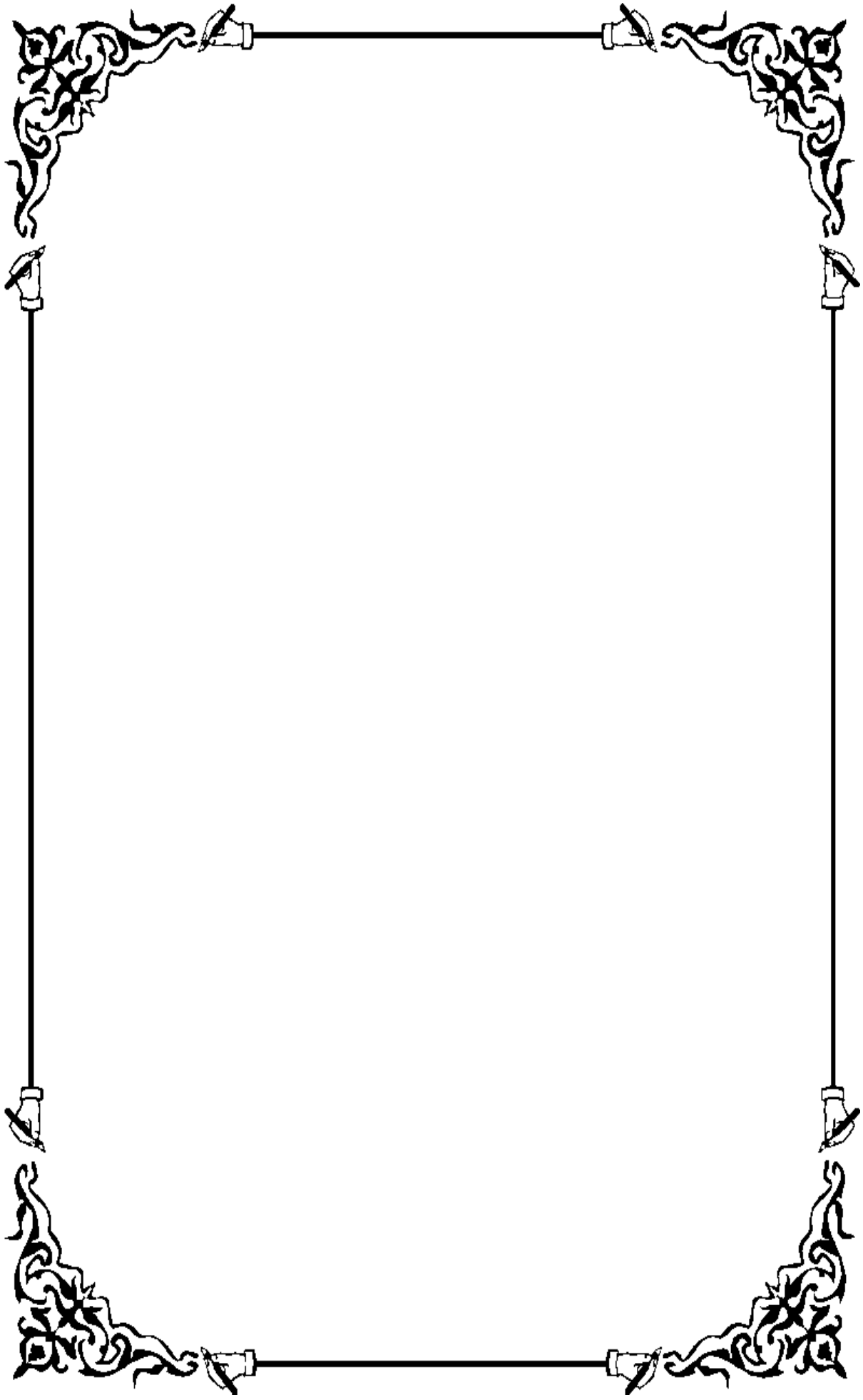
تمهيد: 25

1. تفريغ وتحليل البيانات: 25

خاتمة: 32

الملاحق:.....

المراجع .....



المحتويات

1. تفريغ وتحليل البيانات: 25

محور البيانات الشخصية..... 25

جدول 1: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن 25

جدول 2: استخدام الطالبات لموقع اليوتيوب:..... 26

الجدول 3: يبيّن استخدام المبحوثات لموقع اليوتيوب..... 26

الجدول 4: يبيّن الوقت الذي تقضيه الطالبات في استخدام اليويتيوب. 27

الجدول 5: يوضح مكان استخدام الطالبات لموقع اليوتيوب..... 28

جدول6: يوضح مكان استخدام الطالبات بموقع اليوتيوب. 28

المحور الثالث: تفاعل الطلبة مع فيديوهات اليوتيوب. 29

جدول 7: يوضح طريقة تفاعل الطالبات مع فيديوهات اليوتيوب..... 29

شكر وتقدير

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال صلّى الله عليه وسلّم:

" من لم يشكر النّاس، لم يشكر الله"

الشّكر أوّلا وأخيرا للّه وحده العلي القدير على منّه وكرمه وتوفيقه، الّذي رفع العلم والعلماء، الّذي أنعم علينا بنعمة العقل والدّين، الّذي وفّقنا لإتمام هذه المذكّرة.

ثمّ نتقدّم بالشّكر والتّقدير للأستاذة الفاضلة " فطوم قبي" الّتي علّمتنا وأزالت غيمة جهل مررنا بها برياح العلم الطّيبة.

إلى من أعاد رسم ملامحنا وتصحيح عثراتنا، إلى أصحاب الفضل في توجيهنا ومساعدتنا، إلى كل من زرع بذرة الاجتهاد فينا وروح المثابرة أساتذتنا الكرام.

وأخيرا أتقدّم بالشّكر إلى من مدّ لنا يد العون والمساعدة في إخراج هذه الدّراسة على أكمل وجه.

الإهداء

أحمد الله عزّ وجلّ على منّه وعونه وتوفيقه لنا لإتمام هذا البحث.

إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها.....

إلى كلّ من في الوجود بعد الله ورسوله....

أطال الله في عمرها والدتي العزيزة

إلى سندي وقوّتي وملاذي بعد الله...

إلى من أحمل اسمه بكلّ افتخار...

أرجو من الله أن يمدّ في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها

بعد طول انتظار والدي العزيز

إلى أقمار حياتي.... إلى من حبّهم يجري في عروقي ويلهج

إلى القلوب الطّاهرة والنّفوس البريئة...

إخوتي وأخواتي

إلى رفيقات دربي وكلّ الزملاء والزّميلات

إلى كلّ هؤلاء أهدي ثمرة جهدي

الطالبة: أميرة شنن

إهداء

الحمد لله ربّ العالمين والصّلاة والسّلام على خاتم الأنبياء والمرسلين.

أهدي هذا العمل إلى:

أمّي الّتي ربّتني وأنارت دربي وأعانتني بالصّلوات والدّعوات.

إلى أغلى إنسان في هذا الوجود أبي الغالي حفظه الله.

إلى من عليهم اعتمدت واكتسبت بوجودهم قوّة ومحبّة إخوتي وأخواتي.

إلى أحلى ما منحتني الدّنيا صديقاتي وزميلاتي.

الطّالبة: ياسمين بن عيسى

إهداء

الحمد لله ربّ العالمين والصّلاة والسّلام على خاتم

الأنبياء والمرسلين.

أهدي هذا العمل إلى:

أمّي الّتي ربّتني وأنارت دربي وأعانتني بالصّلوات

والدّعوات.

إلى أغلى إنسان في هذا الوجود أبي الغالي حفظه الله.

إلى من عليهم اعتمدت واكتسبت بوجودهم قوّة ومحبّة

إخوتي وأخواتي.

إلى أحلى ما منحتني الدّنيا صديقاتي وزميلاتي.

الطالبة: أحلام عواج

الملخص

الملخص:

تهدف الدراسة الى الكشف عن مدى مساهمة محتويات موقع اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي من خلال دراسة عينة من طالبات قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف- المسيلة والتي تم اختيارها بصفة قصدية .وقد انطلقت الدراسة من الاشكالية التالية: ما هو دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف- المسيلة.

ويتفرع هذا التساؤل الى مجموعة من التساؤلات الفرعية.

-ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبات لموقع اليوتيوب؟

-ما هي طريقة تفاعل طالبات عموم الاعلام والاتصال مع فيديوهات اليوتيوب؟

و من اجل تحقيق أهداف البحث للوصول إلى النتائج المرغوبة لقد اعتمدت دراستنا على المنهج الوصفي للتأكد من تساؤلات الدراسة ومن ثم الاعتماد على أداة الملاحظة ا ولاستبيان لجمع البيانات من المبحوثات حيث قسمنا استمارة الاستبيان إلى أربعة محاور، ومن خلال النتائج التي تحصلنا عليها يمكننا القول أن مضامين اليوتيوب لعبت دورا مهما في زيادة وتنمية

الوعي الثقافي لدى طالبات وكذا مساهمتها في اكسابهن معلومات وخيارات مختلفة في شتى المجالات

الكلمات المفتاحية : اليوتيوب -الوعي الثقافي - الطالبات

Summary :

The study aims to reveal the contribution of the contents of YouTube in the development of cultural awareness through the study of a sample of students of information sciences and communication at the University of

Mohamed Boudiaf msila, which was chosen deliberately. The study started from the following issues: What is the role of YouTube in the development of cultural awareness? The students of i University Mohamed Boudiaf of msila, and this question is divided into a series of sub-inquiries

1- What are the habits and patterns of student's use of YouTube?

2- What is the extent of interaction of students in the information sciences and contact with YouTube videos?

In order to achieve the objectives of the research and to reach the results, our study was based on a descriptive approach to ascertain the questions of the study and therefore rely on the observation tool and questionnaire to collect the data from the respondents, where we divided the questionnaire into four axes, and through the results we obtained The contents of YouTube played an important role in increasing and developing the cultural awareness of students as well as their contribution in providing them with different information and experiences in various fields.
Keywords: Youtube – Cultural Awareness – Students

مقدّمة

مقدّمة:

تحتلّ التّكنولوجيا اليوم أهمية بالغة في حياة الفرد والمجتمع وذلك راجع لما تنتجه من خدمات متنوّعة في شتّى الميادين والمجالات، والّتي ساهمت بدورها في تطوير وتنمية المجتمعات وعلى سبيل الحصر نجد مجال الاتّصال من أكثر المجالات الّتي تترك فيه التّكنولوجيا بصمة ملحوظة باعتباره القاعدة الأساسية في العلاقات الاجتماعية حيث يتمّ من خلالها تداول المعلومات والمعارف والآراء والأفكار المختلفة عن طريق الوسائل الاتّصالية بمختلف أنواعها.

تعدّ شبكة الانترنت من أبرز مظاهر تكنولوجيا الاتّصال فهي عبارة عن تقنية استطاعت فرض نفسها في أوساط الأفراد والمجتمعات، وتشغل حيّزا كبيرا من تفكيرهم ومجالا واسعا من اهتماماتهم، إضافة إلى قدرتها على تمكين الأفراد من التّواصل فيما بينهم ومشاركة خبراتهم ومعارفهم عبر شبكات التّواصل الاجتماعي الّتي أحدثت ثورة في عالم التّواصل بكافة أنواعه. وأصبحت ميدانا تفاعليا خصبا يترجم خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتّصال ومزاياها، ولعلّ من أبرز هذه المواقع وأشهرها موقع اليوتيوب فهو أحد المواقع الّتي تتيح لنا مشاهدة مجموعة لامتناهية من الفيديوهات الّتي ينشرها مستخدموه عبر قنواتهم الخاصّة، وهي فيديوهات علمية ثقافية تعمل على تزويد الأفراد بالمعلومات والمعارف المختلفة في كافة الميادين بطريقة مشوّقة تساعد على استقاء أكبر عدد ممكن من المعارف لتنمية الوعي وتجسيده في خلق وابتكار ما هو جديد ومع هذا المنطلق تحاول دراستنا معرفة دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثّقافي لدى طالبات قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمّد بوضياف بولاية المسيلة، وللإحاطة بهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدّراسة إلى خمسة فصول نلخّصها كالآتي:

- الفصل الأوّل: قمنا فيه بالتّعريف بموضوع الدّراسة من حيث مشكلة الدّراسة وطرح تساؤلاتها وأهدافها، وأسباب اختيارها، وتحديد المفاهيم وعرض الدّراسات السّابقة

وجوانب الاستفادة منها، ثمّ قمنا بتحديد النّظرية المناسبة للدّراسة والمتمثّلة في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كما قمنا في هذا الفصل بعرض المنهجية المتّبعة في هذه الدّراسة من حيث المنهج وأداة جمع البيانات ثمّ تعرّضنا لمجتمع وعيّنة الدّراسة.

- الفصل الثّاني: تعرّضنا فيه لمواقع التّواصل الاجتماعي حيث قدّمنا مجموعة من التّعريفات المختلفة لهذه المواقع وصولا إلى استخداماتها. كما تطرّقنا من خلاله إلى موقع اليوتيوب، نشأته وتطوّره، خصائصه، إضافة إلى إيجابياته وسلبياته. وعالجنا فيه الوعي الثّقافي سماته، مظاهره وأهميته.

- الفصل الثالث: يشمل عرض نتائج الدّراسة الميدانية من خلال تفسير وتحليل إجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة، كما عرضنا فيه النّتائج العامّة للدّراسة والّتي جاءت في ضوء التّساؤلات والدّراسات السّابقة.

الإطار المنهجي:

1. الإشكالية

2. أسباب اختيار الموضوع

3. أهمية الدّراسة

4. أهداف الدّراسة

5. مفاهيم ومصطلحات الدّراسة

6. الدّراسات السّابقة

7. منهج الدّراسة

8. مجتمع وعيّنة الدّراسة

9. أدوات جمع البيانات

10. الخلفية النّظرية للدّراسة

11. مجالات الدّراسة

1. الإشكالية:

تُعتبر شبكات التّواصل الاجتماعي من أهمّ ما أنتجته الثّورة الاتصالية باعتبارها وسيلة فرضت سيطرتها على جميع مناحي الحياة بتوغّلها الضيّق داخل المجتمع مما جعلها مرتبطة أو جزءا لا يتجزّأ من حياة الأفراد اليومية وذلك من خلال افرازها لمعطيات جديدة انعكست عليهم ماديا وفكريا ومعنويا ولعلّ من أبرز هذه الشّبكات موقع اليوتيوب الّذي يُعدّ أحد وسائل التّواصل الاجتماعي الأكثر شهرة وارتيادا في العالم. حيث أصبح متاحا للجميع بغضّ النّظر على المرحلة العمرية أو المهنية أو الدّراسية. فهو بمثابة فضاء رحب يحوي ملايين المواد العلمية والتّرفيهية والثّقافية الّتي تعمل على رفع مستوى الادراك لديه وجعله في بحث دائم عن كلّ ما هو جديد لزيادة وعيه في شتّى المجالات وعلى رأسها وعيه الثّقافي. فالثّقافة ضرورية لمواجهة تحدّيات العصر الّذي نعيش فيه ومشاكله المختلفة فهي تلعب دورا جوهريا في بناء الفرد وبلورة الوعي الانساني فكلّما كان أكثر ثقافة ووعيا كانت حياته أرقى.

ونظرا للأهمية الكبيرة الّتي يتميّز بها اليوتيوب وكذا الدّور الّذي يلعبه في تنمية الوعي، أصبح جليا بالدّراسات الاكاديمية مواكبة التّغيرات النّاجمة عن النظم التكنولوجي الحاصل في كافة المجالات وخاصّة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وذلك من خلال دراسة ورصد اليوتيوب في تنمية الوعي الثّقافي لدى الطّلبة الجامعيين، ومن هنا فرضت علينا طبيعة الدّراسة طرح التّساؤل التّالية:

- ما هو دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثّقافي لدى طالبات جامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟
- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب؟
- ماهي طريقة تفاعل طالبات الإعلام والاتصال مع فيديوهات اليوتيوب؟
- ما هي درجة اسهام اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات الاعلام والاتصال؟

1. أسباب اختيار الموضوع:

تتمحور مجموعة الأسباب الّتي دفعتنا لاختيار موضوع الدّراسة إلى أسباب \اتية وأسباب موضوعية تتمثّل في:

- **الأسباب الذّاتية:**

– توافق الموضوع مع طبيعة التّخصّص الّذي سرى على نحو اتّصال جماهيري ووسائط متعدّدة.

– الاهتمام الشّخصي بموقع اليوتيوب وكثرة متابعتي له

– الرّغبة في دراسة موضوع اليوتيوب نظرا لاستخدامه الكثير من ق}بَل الطّلبة.

- **الأسباب الموضوعية:**

حيث قسّمناها كالآتي:

- **الأسباب العلمية:**

– قابلية الموضوع للدراسة.

- اثراء المكتبة وفتح المجال أمام الطلبة للبحث أكثر حول الموضوع.

- **الأسباب الاكاديمية:**

- زيادة التّعرّف والتّحكّم في الاجراءات المنهجية للتّخرّج ومتطلّباته لنيل شهادة ليسانس.

- **الأسباب الاجتماعية:**

- الاقبال على اليوتيوب لاستقاء المعلومات واكتساب الخبرات في مختلف المجالات كلّ حسب اهتماماته وما يناسبها.

2. أهمية الدّراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية موضوعها الذي يساير الواقع المحلي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في ظل تطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة ونخص بهذا موقع الفيديو (اليوتيوب) الذي اكتسته سهولة استخدامه وتنوع محتوياته شهرة عالمية كبيرة وإقبالا من طرف جميع الأفراد عامة والطلبة الجامعيين خاصة.

ونلمس أهمية الدراسة من خلال إلقائنا الضوء على مدى إسهام موقع اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي الذي يخدم كل منها الآخر لدى الطلبة الجامعيين من خلال متابعة محتوياته وبالتّالي فالوعي الثقافي يزيد من قيمة موقع اليوتيوب وسط الشبكات الاجتماعية مما يجعله أكثر رواجا واستخداما.

3. أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في:

- الكشف عن عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب.
- التعرف على مدى تفاعل الطلبة مع فيديوهات اليوتيوب.
- محاولة رصد إسهام اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة الاعلام والاتصال وتخصصنا في فئة الإناث(طالبات قسم الإعلام والاتصال).
- الكشف عن أوجه استفادة الطلبة من مضامين موقع اليوتيوب في تنمية وعيهم الثقافي.

4. مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

لكل دراسة مفاهيم خاصة بها تميزها عن غيرها من الدراسات يلجأ الباحث لتوضيح هاته المصطلحات من خلال تعريفها ، وعليه نعرف مفاهيم دراستنا كالتالي:

ا: الدور:

- **لغة:** من الفعل" دار يدور، أي تحرك باتجاهات متعددة"[1].
- **اصطلاحا:** " هو وظيفة أو مكانة الفرد "[2]

[1] : محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، ط1، مصر، 1995م، ص 395

[2] : خضير شعبان: مصطلحات في الاعلام والاتصال، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، ط1، الجزائر، 2001م، ص 93

- **إجرائيا:** هو الأداء الوظيفي الذي أُسند لليوتيوب من أجل المساهمة في تنمية الثقافة لدى الطلبة الجامعيين.

ب: اليوتيوب:

- **اصطلاحا:** " هو أكثر المواقع مشاركة للفيديو، والذي تجعل بمقدور أي شخص تحميل مقاطع فيديو قصيرة لمعاينتها بشكل خاص أو عام"[1]
- **إجرائيا:** اليوتيوب عبارة عن موقع من المواقع الاجتماعية المشهورة، يتم فيه نشر فيديوهات متنوعة ومتعددة، ويستخدمه الطلبة الجامعيين لمتابعة وتحميل المضامين التي تساعدهم في اكتساب المعارف المختلفة، وتنمية ثقافاتهم في شتى الميادين.

ج: الوعي:

- **لغة:** الوعي يعني" الفهم وسلامة الوعي"[2]
- **اصطلاحا:** الوعي عبارة عن درجات ومستويات مختلفة من المعرفة.
- **اجرائيا:** الوعي هو مدى إدراك الطلبة لأهمية الثقافة والحصول على المعارف في مختلف الميادين للاستفادة منها واستغلالها في حياتهم.

[1] : أكرم عبد القادر فراونة: فاعلية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرّقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في المناهج وطرق التدريس، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين، 2012م، ص40

[2] : اسماعيل سلمان أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012م، ص14

د: الثقافة:

- **لغة:** قال ابن منظور:" ثقف الشيء ثقفا وثقوفة: حذقه، ورجل ثقف حاذق الفهم"[1]
- **اصطلاحا:** هي " القيم والمعايير والأفكار التي يشترك فيها الناس وتحدد سلوكهم"[2].
- **إجرائيا:** الثقافة هي اكتساب الطلبة لجملة من المعارف والخبرات التي تشمل مختلف المجالات والميادين، بعيدا عما يدرسونه في الجامعة.

هـ: الوعي الثقافي:

- **اصطلاحا:** يقصد به " المستوى الملائم الذي ينبغي أن يصل إليه الإنسان بتوسيع معارفه حتى يقف على أحداث التطورات العالمية في العلم والفن"[3]
- **إجرائيا:** نقصد بالوعي الثقافي إدراك الطلبة الجامعيين واستيعابهم لكل ما يحيط بهم من مستجدات في كافة الميادين.

و: الطلبة الجامعيين:

- **اصطلاحا:** هم أولئك الأشخاص الذين سمحت لهم كفاءاتهم العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى الجامعة.

[1] : عزام أبو الحمام: الإعلام الثقافي(جدليات وتحديات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010م، ص72

[2] : محمد جمال الغر: المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2006م، ص82

[3] : إيمان شكري، إبراهيم أحمد القطان: الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مركز الاسكندرية للكتاب ، مصر، 2009، ص 111

- **إجرائيا:** وهم الطلبة ال\ين جاؤوا للدراسة في الجامعة للتحصل على شهادة جامعية أو دبلوم في تخصص معين.

وفي دراستنا هذه نُعْنَى بالطلبة الذين ينتمون إلى جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، ونحصرهم في الطالبات اللواتي ينتمين إلى قسم علوم الإعلام والاتصال، واللواتي يتابعن اليوتيوب لتنمية وعيهن الثّقافي عن طريق الفيديوهات المنشورة فيه.

5. الدراسات السابقة:

انطلقنا في بحثنا هذا من مجموعة من الدراسات السابقة. ومن بين هذه الدراسات وجدنا:

– الدراسة الأولى:

دراسة هيا علي الفهد الموسومة ب: " دور الصفحات الثقافية في الصحف الخليجية بزيادة الوعي الثقافي للقراء" مذكرة مكملة لنيل ماجستير في الإعلام والعلاقات العامة الجامعة الأهلية المنامة، مملكة البحرين، 2012م. وقد عالجت إشكالية مفادها: هل ما زال للصفحات الثقافية في الصحف المحلية دور في زيادة وتعميق الوعي الثقافي للقراء في منطقة الخليج العربي؟

وقد اعتمدت على المنهج الوصفي، مستخدمة في الاستبيان كأداة لجمع البيانات. ومن أهم النتائج التي توصلت لها:

– أن الجمهور حريص جدا على متابعة الصفحات الثقافية رغم بعض العقبات مثل تكرار الموضوعات....

- أوضحت الدراسة مدى مناسبة الصفحات تاثقافية العربية للأفراد والتي توضح الدور التبادلي بينهما.

- **الدراسة الثانية:**

وكذلك نجد دراسة أكرم عبد القادر عبد الله فروانة تحت عنوا" فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الاسلامية بغزة، مذكرة مكملة لنيل ماجستير في المناهج وطرق التدريس، الجامعة الاسلامية غزة، فلسطين 2016م. محاولا الإجابة على الإشكالية الآتية: ما فاعلية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة، وقد اعتمد في ذلك على المنهج التجريبي، وتوصل إلى أن استخدام الباحث لموقع الفيديو العالمي اليوتيوب في نشر تسجيلات الفيديو التي قام بإعدادها لإكساب الطالب مهارات تصميم الصور الرقمية.

- **الدراسة الثالثة:**

أيضا دراسة رضا عبد الواجد أمين المعنونة ب" استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب" دراسة منشور ضمن وقائع مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لواقع جديد بجامعة البحرين 7-9 أبريل 2009م. محاولا الإجابة على التساؤل الرئيس المتمثل في: ما مدى استخدام الشباب لهذا الموقع ومعرفتهم به؟ وقد اعتمد على المنهج المسحي، مستخدما الاستبيان كأداة

رئيسية لجمع البيانات، وقد توصل إلى أن استخدام كل الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب بشكل كثيف بغرض التزود بالأخبار الهامة المصورة واللقطات النادرة.

وتعد هذه الدراسات التي اعتمدنا عليها مساعدة لنا ومشابهة لدراستنا وذلك لاشتراكها معها في متغيرين أساسين هما الوعي الثقافي واليوتيوب. وعملنا على استيفاء ولو جزء بسيط مما تغاضت عنه الدراسات السابقة أو لم يقوموا بالتطرق إليها على وجه الدقة، فمثلا ركزت الباحثة هيا علي الفهد على الصفحات الثقافية في تنمية الوعي الثقافي بينما اعتمدنا نحن على موقع اليوتيوب وهو الأمر نفسه مع الباحث أكرم عبد القادر عبد الله فروانة فاعتمدت دراسته على مواقع الفيديو الالكترونية.

6. منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي باعتباره أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم.

و يتجلى استخدامنا لهذا المنهج في دراستنا من خلال وظيفة اليوتيوب وصفا دقيقا للوصول إلى نتائج حقيقية حول الموضوع المدروس، مركزين على وظيفة اليوتيوب والوعي الثقافي فندرس كلّ منهما من خلال وصف علاقتهما مع بعضهما البعض.

7. مجتمع وعيّنة الدّراسة:

أ: مجتمع البحث:

" ويقصد به المجموعة الكلية التي يسعى الباحث إلى تعميم نتائج بحثه عليها"[1].

وعليه فإنّ مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في جميع طالبات شعبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة خلال الفترة الممتدّة بين (2019/ 2020م)

ب: عينة البحث:

" العينة عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء دراسة عليها ومن ثمّ استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي".[2]

وعليه مثلت العينة القصدية في دراستنا من قبل طالبات السنة الثالثة ليسانس قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

[1] : يوسف لازم كماش: البحث العلمي ومناهجه، أقسامه، أساليب إحصائية، دليل في إعداد رسائل الماجستير والدكتوراه، دار دجلة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016م، ص 145

[2] : محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 1999م، ص 84

8. أدوات جمع البيانات:

نظرا لطبيعة موضوعنا والمنهج المستخدم اعتمدنا في دراستنا على الملاحظة كأداة ثانوية باعتبارها" تشير إلى أنها مشاهدة للظواهر في أحوالها المختلفة وأوضاعها المتعددة لجمع البيانات وتسجيلها وتحليلها والتعبير عنها بأرقام"[1] وهذا ما قمنا به في دراستنا حيث عملنا على ملاحظة وجمع البيانات اللازمة فيما يتعلق باليوتيوب ومدى فعاليته و تأثيره على الوعي الثقافي لدى الطالبات في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف في المسيلة.

إضافة إلى الاستمارة: " التي تعتبر أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، عن طريق صياغة مجموعة من الفقرات بطريقة علمية مناسبة يتم توزيعها على عيّنة الدراسة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمشكلة الدراسة".[2]

9. الخلفية النظرية للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

النظرية هي:" المفاهيم التي يتوصل إليها الباحث بناء على ملاحظة أو مجموعة تجارب أو حدث أو مجموعة أحداث".[3]

[1] : مروان عبد المجيد ابراهيم: نصوص البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2000م، ص 174

[2] : ماجدة محمد الخياط: أساسيات البحوث الكمية، والنوعية، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009م، ص109

[3] : مي عبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2006م، ص14

وقد اعتمدنا في دراسة موضوع" دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة مسيلة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

10. مجالات الدراسة:

أ: المجال المكاني:

أجريت الدراسة بجامعة محمد بوضياف بكلية العلوم الانسانية قسم علوم الإعلام والاتصال بالمسيلة.

ب: المجال الزمني:

يمثل المجال الزمني الفترة التي استغرقها البحث من مرحلة جمع وفرز البيانات المتعلقة بكل فصل والبحث عن المراجع والكتب، والبحث عن الدراسات السابقة وغيرها، إلى غاية الوصول بهذا البحث إلى شكله النهائي.

ج: المجال البشري:

تتمثل مجتمع بحثنا في الطالبات الجامعيات بجامعة محمد بوضياف، كلية العلوم الانسانية قسم علوم الإعلام والاتصال اللواتي يستخدمن اليوتيوب لتن.

الإطار النّظري

1. مدخل عام إلى شبكات التواصل:

1.1. تعريف مواقع التواصل:

مواقع التواصل الاجتماعي" مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني(الويب) التي تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي"[1]

2.1. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها:

يرجع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي إلى عالم الاجتماع **جون بارنز** في عام 1954م، فالشبكات الاجتماعية بشكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة. وساهم ظهور شبكة الانترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي، وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها التي تسمى شبكات التواصل عبر الانترنت المبنية على التطبيقات التي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر.

ظهرت أول شبكات التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الانترنت في شكل تجمعات(The globe com) عام 1994م، ثم موقع(Geocities) بعام بعده،

[1] : خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013م، ص24

وفي نفس السنة ظهر موقع آخر اسمه(Tripod). حيث عملت على ربط لقاءات بين الأفراد من خلال غرف الدردشة. وتشارك المعلومات والأفكار المختلفة"[1]

وخلال الفترة ما بين 2002 و2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاث مواقع تواصلية، وهي(Frindster) عام 2003، ثم (My Space) وموقع(Bedo) سنة 2005م، وكان(My Space) الأكثر شعبية بينهما.

كما برز موقع الفايسبوك الذي أنشأه **مارك زوكر برج** عام 2004م، وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية لا سيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة.

وبعد هذا بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي مستفيدة من الاستراتيجية التجارية للأنترنت حيث كان موقع(Yahoo) اول الميادين باستغلال مواقع الشبكات الاجتماعية التجارية بإطلاق موقع(Yahoo360) في مارس 2005م، كما تم شراء موقع(My Space) من ق}بل مجموعة **روبرت مردوخ** في جويلية 2005م، تلاها موقع(Frindster) الذي بيع لشركة(ITV) البريطانية في جانفي 2005م"[2]

[1] : محمد فلاق: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر(المنظور التحليلي)، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية، والانسانية قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 18، جوان 2017م، ص18

[2] : محمد فلاق: دور شبكات التواصل في التسويق المعاصر، مرجع سابق، ص 19

وتم اطلاق موقع اليوتيوب في عام 2005م، لتحميل وتنزيل الأفلام المصوّرة، وفي عام 2006م تم تأسيس موقع(Twitter) من طرف **جاك دورسي** و**إيفيان ويليامز** و**بيز ستون** في مدينة فرانسيسكو. لتستمر مواقع التواصل الاجتماعي في التّنوع والتّطور."[1]

3.1. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

- **المشاركة:** حيث تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين.
- **الانفتاح:** تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات[2]
- **التفاعلية:** تعمل على تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.
- **الترابط:** تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة ببعضها البعض من خلال الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع.

  (حيث يسهّل ويسرّع عملية انتقال المعلومات).
- **سهولة الاستخدام:** حيث تستخدم إضافة إلى الحروف السّهلة الرّموز والصور.
- **التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والمال والوقت في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل."[1]

[1] : خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سابق، ص 21-22

[2] : مصعب حسام الدين قتلومي: ثورات الفيسبوك، مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، شركة المعلومات للتوزيع والنشر، ط1، ص26

- **التنـوع وتعـدد الاسـتعمال:** حيـث يسـتخدمها الطالـب للـتعلّم، والعـالم لنشـر علمـه، و الكاتب للتواصل مع القراء... الخ.

4.1. أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

- **موقع الفايسبوك:**

"يعتبر موقع الفايسبوك واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي"[2]. ظهر في 04 فيفري 2004م على يد **مارك زوكر بيرج**. لقي نجاحا كبير حيث بلغ عدد مستخدميه سنة 2012 ما يقارب 901 مليون مستخدم.

من أهم ما يتميز به موقع الفايسبوك هو إتاحة المجال لإنشاء صفحات ومجموعات تجمع المهتمين بأي شيء مشترك في أي مجال دون تحديد"[3].

- **موقع التويتر:**

هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتّصال مع أصدقائهم وأقاربهم من خلال اجهزة الكمبيوتر الخاصة والهاتف النقال"[4].

---

[1] : نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة جامعة الجلفة، الجزائر، ص 04

[2] :السّابق: ص 06

[3] : سعد بن محارب: الإعلام الجديد، جداول للنشر والتوزيع، الكويت، 2011، ص 117

[4] : نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي، مرجع سابق، ص 04

ويعتبر تويتر الرابع من حيث شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما [1]، ويوفّر التعامل بعدّة لغات، كما يتيح إمكانية الرّد والتعليق على الرسائل الواردة[2].

- **موقع لينكدن:**

هي شبكة اجتماعية خاصة بالعمل والتجارة، تضمّ العديد من المجالات ويتشاركون مجموعة اهتمامات.

يُعرف بكونه موقع يصنع فيه المستخدمون معلومات مهنية شخصية تتضمّن تفاصيل مثل: الخلفية التعلمية، التاريخ الوظيفي وكذا المشاريع المهنية الكبرى إلى جانب الشهادات المهنية....

وفي سنة 2012م بلغ عدد المسجلين في هذا الموقع أكثر من 175 مليون عضو[3]

- **موقع فليكر:**

موقع فليكر هو موقع اجتماعي خاص بتبادل الصور ومقاطع الفيديو على الأنترنت بين الأصدقاء والهواة الذين يرغبون في نقل الصور التي التقطوها إلى العالم، حيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها كما يستطيع محمّل الصور جعلها خاصة فلا تتوفر إلا لصاحب الحساب أو من يسمح لهم بمشاهدتها، إضافة إلى استطاعته تحميل الصور

[1] : سعد بن محارب: الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 117

[2] : علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية، الجامعة الإسلامية، السعودية، ص 60

[3] : https:// araby.com 18:20 l 30/03/2019

وحسب احصائيات 2010 يضم موقع فليكر ما يقارب 05 مليار صورة ويحظى الموقع بأكثر من 3000 صورة يتم رفعها في الدقيقة الواحدة، مما يجعله المخزن الأول للصورة في شبكة الأنترنت.

5.1. استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي:

عرفت شبكات التواصل الاجتماعي استخداما واسعا منذ ظهورها، ونجحت في كسب المزيد من المستخدمين من خلال تنوع الخدمات التي تنتجها، وتتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة منها:

- **الممارسات السياسية:** حيث يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه السياسية وتوجهاته.
- **تكوين العديد من الصداقات:** فيستطيع من خلالها المستخدم تكوين مجموعة من الصداقات وفقا للمعايير التي يختارها.
- **التسلية وممارسة الهوايات:** فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي المتنفس الذي يقضي فيه المستخدم أوقات فراغه في مختلف مواقع التسلية والألعاب.
- **التنسيق والإعلان:** فقد مكّنت مختلف المؤسسات من العمل على الترويج ونشر الدعايات لمختلف منتجاتها.

- **الجانب التعليمي**: فهي أداة تعليمية مبهرة إذا تمّ استغلالها بفاعلية، ومورد مهم للمعلومات.

6.1. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- **الإيجابيات**: نلخصها في العناصر التالية:

- نقل الأفكار والآراء حول موضوع ما لعدد كبير من الأشخاص وبطريقة سهلة.
- توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية، وتسهيل التواصل بين الأصدقاء.
- وسيلة فعالة للترويج، حيث تُستخدم الشبكات الاجتماعية من أجل الترويج للسلع الجديدة.
- معرفة أحدث الأخبار والمستجدات حول العالم.
- توفير الوقت والجهد وتسهيل الكثير من الأمور.

- **السلبيات**:

- تسبب مواقع التواصل الاجتماعي الإدمان للعديد من المستخدمين.
- غياب رقابة الأهل عن هذه المواقع وبالتالي دخول الأطفال والمراهقين إلى مواع غير أخلاقية.

- تسبب انتهاكا للخصوصية للكثير من الأفراد خاصة المشاهير بسبب نشر صورهم وأخبارهم دون مراقبة.

2. موقع اليوتيوب:

1.2. النشأة والتّطور:

اليوتيوب هو موقع خاص بمقاطع الفيديو متفرّع من غوغل، تأسّس كموقع مستقلّ في الرّابع عشر من فبراير من عام 2005م، من طرف ثلاث موظّفين في شركة متخصّصة في التجارة الالكترونية هم: هيرلي، و تشين، و جاودكريم.

يتيح هذا الموقع إمكانية التّحميل علي أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة من المشاركين فيه، ويزوره الملايين يوميا، كما تستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو الّتي لم تتمكّن شبكات مراسليها من الحصول عليها. وهو أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشّعبي إذ يحتوي على أفلام من صنع الهواة من حول العالم بعضها تمّ تصويرها بكاميرا الهاتف النّقال لنقل الاحداث الغريبة والمضحكة أو المثيرة.

2.2. مزايا موقع اليوتيوب:

- عام ومجاني فمن خلاله يستطيع المستخدم تحميل وتنزيل ما يشاء ويحتاج من الأفلام والفيديوهات.

- سهولة استعماله من قِبل العامة مقارنة بغيره من المواقع.
- سهولة المشاهدة على موقع اليوتيوب وذلك بمجرّد الضّغط على الفيلم.
- سهولة البحث حيث أنّه مزوّد بمحرّكات بحث تسهّل عمليات البحث عن الفيلم أو الحدث.
- يُعتبر أداة رائعة للتّرويج لمختلف السّلع والبضائع عن طريق الإعلانات والدّعايات.
- ميزة البثّ المباشر فلا تحتاج إلى تنزيل الفيلم الّذي تشاهده بل بمجرّد النّقر عليه فقط.[1]

3.2. إيجابيات وسلبيات اليوتيوب:

أ: إيجابيات اليوتيوب:

- خدماته نظيفة وواضحة وسهلة الاستعمال.
- لديه مجموعة واسعة من أشرطة الفيديو في مختلف الفئات.
- يمكنك من عرض إبداعاتك ومهاراتك من خلال اليوتيوب.
- يمكنك التّعلّم منه، والحصول على قدر كبير من المعلومات بوقت قصير.
- يوفّر الجهد والمال.

ب: سلبيات اليوتيوب:

- أي شخص يمكنه مشاركة فيديو خاص به مهما كان محتواه.

[1] : خالد غسّان يوسف المقدادي: ثورة الشّبكات الاجتماعية، مرجع سابق، ص44

- هناك بعض الأشرطة المخلّة بالآداب العامّة على موقع اليوتيوب.
- قد يؤدّي استخدام الخدمة إلى غزو الخصوصية.
- قد يؤدّي استخدام الخدمة إلى التّعدي على حقّ المؤلّف.
- اليوتيوب والوعي الثّقافي لدى الطّلبة الجامعيين:

3. سمات الوعي الثّقافي:

- **الأصالة:** الأصالة لا تعني الغياب عن إنسان العصر وهمومه بل تعرض عليه الانخراط في المجتمع وتحمّل المسؤولية بشكل واعٍ وفعّال بحيث يُصبح غرضة للتّهميش والتّعليق على تراث السّابقين وكتابة الحواشي على تصنيفاتهم.
- **الجرأة والشّجاعة:** نقد العقل ونقد المحتوى النّفسي ونقد الفعل يتطلّب ثمن يجعل الوعي الثّقافي عاملا له، وعليه أن يمتلك الجرأة والشّجاعة وروح الاقتحام لاختراق المحظور والجهر بالخطأ المسكوت عنه وإيقاظ الوعي.
- **الإيمان بالحوار:** طغى على تراثنا الفكري طابعا جدليا اسندت معه فترات مظلمة من التّخلّف الثّقافي والحضاري كلّ قنوات التواصل، ليترك مكانه لمنطق التّعصّب الأعمى الّذي أغنى قاموس الشّتم والقذف، فالوعي الثّقافي المعاصر لابدّ أن يغيّر بنفسه هذه المتابعات ويؤسّس لتوسيع حالات اللّقاءات الثّقافية لتطوير الفكرة وتعميق الأطروحة.

1.3. مظاهر انتشار الوعي الثّقافي في المجتمع:

- الاهتمام بالقراءة والتّشجيع عليها لدى طلاّب العلم.
- إقامة حلقات القراءة الجماعية وحملات تبادل الكتب.
- الحصول السّريع على المعلومة في ظلّ التّطوّر التكنولوجي.
- انتشار المؤسسات التّعليمية الخاصّة بتعليم اللّغات.
- انتشار ثقافة العمل التّطوّعي على الصّعيد المحلي أو الدّولي.
- ظهور المحطّات الفضائية الّتي تُعنى بنشر الثّقافة.

2.3. أهمية الوعي الثّقافي ودوره في التّنمية:

- محو الأمية الوظيفية بين مختلف فئات الشّعب.
- فهم القوانين والقواعد العليا للمجتمع وتاريخه.
- المشاركة بوعي في تشكيل مصير الفرد عبر تقدّم المجتمع.

3.3. الوعي الثّقافي والتّكنولوجي:

إنّ التكنولوجيا العصرية وثورة الاتصالات السّريعة والرّاقية وسّعت نظرة الإنسان ورفعت مستوى الوعي لديه، فالبحث الدّائم عن كلّ ما هو جديد هو الطّريق الصّحيح لرفع مستوى الوعي لدى الإنسان في شتى المجالات. وعلى رأسها وعيه الثّقافي، فالفن واللّغة لا ينتقلان بشكل

ميكانيكي للجيل القادم، حيث إنّها من أهمّ عوامل تعميق وزيادة الوعي الثّقافي ونشره خاصّة عبر الوسائل المتطوّرة المواكبة لتكنولوجيا العصر الحديث، حينها يكون الإنسان صانعا ومبدعا للثّقافة ويتجسّد عنصر الوعي لديه في خلق وابتكار كلّ ما هو جديد.

4.3. الوعي وتنمية الوعي الثّقافي لدى الطّلبة:

لم يعد الحصول على المعرفة صعب كما كان في السّابق، فالمعرفة حاليا أصبحت في متناول اليد فقط جهاز كمبيوتر واتّصال بشبكة الأنترنت وسوف تصل فورا إلى ملايين الصّفحات المرئية الّتي تُعتبر صفحات اليوتيوب أفضل وأسهل وأكثر جاذبية من المعرفة المقروءة. فعن طريق الفيديوهات المميّزة يمكن أن تحصل على الخلاصة وتشاهد بعينيك الوقائع والنتائج، وتكون المعرفة المرئية أفضل من المقروءة في جوانب معيّنة.

كما هناك العديد من القنوات على اليوتيوب تنتج المحتوى الأصلي(غير منسوخ) والمميّز في العديد من المجالات منها المجالات المعرفية، فهنالك قنوات الإعلام الوثائقية الّتي تقدّم أفلاما قصيرة أو طويلة تختصر لك الكثير من المعارف والعلوم في أسلوب مشوّق وممتع.

الإطار التّطبيقي

تمهيد:

يعتبر الجانب التطبيقي من أهم جوانب البحث في شتى العلوم لأنه يعمل على ربط الجانب النظري بالواقع الحقيقي للدراسة، وفي هذا الجزء قمنا بتحليل بيانات الدراسة الميدانية، وذلك استنادا إلى المعطيات المتحصل عليها من استمارة الاستبيان التي قمنا بتوزيعها على الطالبات، وقد قمنا بتبويب تلك الاجابات في جداول وارفقنا كلّ جدول بتعليق مناسب لنتائجه.

1. تفريغ وتحليل البيانات:

محور البيانات الشخصية:

جدول 1: يبين توزيع المبحوثات حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة
19 -21	30	37.5
22-24	40	50
من 25 فأكثر	10	12.5

يوضح الجدول أعلاه توزيع المبحوثات حسب متغير السن حيث نجد ثلاث فئات عمرية حيث سجلت فئة (22-24) أعلى نسبة لدى المبحوثات بنسبة 50 لتليها فئة (19- 21) بنسبة 37.5، ونلاحظ أن فئة(أكثر من 25 سنة) تمثل أدنى نسبة من عدد المبحوثات بنسبة 12.5.

ومنه نستنتج أن فئة(22- 24) تمثل أعلى نسبة من الفئات العمرية استخداما لموقع اليوتيوب وذلك لتلبية رغباتهم وحاجاتهم مقارنة مع الفئات الأخرى.

المحور الثاني: بيانات عادات وأنماط استخدام الطالبات لموقع اليوتيوب.

جدول 2: استخدام الطالبات لموقع اليوتيوب:

استخدامات اليوتيوب	التكرار	النسبة
دائما	45	%56.25
أحيانا	26	%32.5
نادرا	09	%11.25
المجموع	80	%100

يبيّن الجدول أعلاه أنّ المبحوثات يستخدمن اليوتيوب بصفة دائمة بنسبة بلغت 56.25 لتأتي بعدها نسبة المبحوثات اللّاتي يستخدمن اليوتيوب أحيانا بنسبة 32.5 ، لتأتي في الأخير نسبة المبحوثات اللّواتي يستخدمن اليوتيوب بشكل دائم لأنّهن متعوّدات عليه وذلك لمرونته وتوفّره على كلّ ما يحتجنه وذلك يعود لتميّزه بالتنوّع في المضامين المنشورة حيث يوفّر لكل طالبة ما تبحث عنه.

الجدول 3: يبيّن استخدام المبحوثات لموقع اليوتيوب

الفترات	التكرار	النسبة
الفترة الصباحية	03	%3.75
الفترة المسائية	21	%26.25
الفترة الليلية	39	%48.75
حسب الظروف	17	%21.25
المجموع	80	%100

يتّضح لنا من خلال الجدول أنّ هناك تقارب في النّسب والطّالبات يستخدمن موقع اليوتيوب في الفترة الليلية بنسبة 48.75 كأعلى نسبة، لتليها الفترة المسائية بنسبة 26.25 أمّا اللّواتي يستخدمنه في فترة الصباح فيمثلن أقلّ نسبة ب 3.75.

ومن خلال هاته النتائج نستنتج أنّ الطالبات يستخدمن موقع اليوتيوب في الفترة الليلية وهذا راجع إلى كونهن طالبات جامعيات يستغل أغلبهن في الفترات الأخرى لما لديهن من التزامات بيداغوجية.

الجدول 4: يبيّن الوقت الذي تقضيه الطالبات في استخدام اليويتيوب.

الوقت	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	38	%47.5
أكثر من ساعتين	26	%32.5
اكثر من ثلاث ساعات	16	%20
المجموع	80	%100

من خلال نتائج الجدول لنا أنّ 47.5 من الطلبة يتعرّضون لموقع اليوتيوب بمعدّل(أقل من ساعة) بأكبر نسبة مسجّلة، لتليها نسبة 32.5 في(أكثر من ساعتين) ثمّ 20 في حالة(أكثر من ثلاث ساعات) كأدنى نسبة.

حيث نستنتج أنّ استخدام لموقع اليوتيوب بنسبة أكبر جاء بمعدّل أقل من ساعة بنسبة 47.5 وهذا يفسّر أنّ الطالبات باعتبارهن طالبات ليس لديهنّ القت الكافي للتّصفح والمتابعة لكلّ ما ينشره الموقع فهم في الأغلب يبحثن عن ما يحتجنه فقط.

الجدول 5: يوضح مكان استخدام الطالبات لموقع اليوتيوب

المكان	التكرار	النسبة
المنزل	49	%61.25
الجامعة	1	%16.25
مقهى الانترنات	15	%18.75
غير محدد	03	%3.75
المجموع	80	%100

يوضّح الجدول التالي أن أغلبية الطالبات يستخدمن اليوتيوب في المنزل بأكبر نسبة بلغت 61.25 لتأتي الجامعة في المرتبة الثالثة 16.25.

ومنه نستنتج أن أغلبية الطالبات يستخدمن اليوتيوب في المنزل بنسب 61.25 وهذا يفسر ارتباط وفرة الانترنت بمكان الإقامة وتوفرها الدائم مما يجعل الطالبات الطّالبات يستخدمنها في تصفّح ومتابعة اليوتيوب بشكل أكبر باعتبار المنزل مكان للرّاحة وتمضية الوقت.

جدول6: يوضح مكان استخدام الطالبات بموقع اليوتيوب.

الوسيلة	التكرار	النسبة
الهاتف الذكي	44	%55
اللوحة الالكترونية	10	%12.5
الحاسوب العادي	05	%6.25
الحاسوب المحمول	21	%26.25
المجموع	80	%100

يتّضح من خلال الجدول الوسائل الّتي يستخدمها الطّالبات لمتابعة مضامين اليوتيوب حيث بلغ الهاتف الّذكي أغلى نسبة مقدّرة بـ 55، يليه الحاسوب المحمول بنسبة 26.25، وفي الأخير نجد الحاسوب العادي.

ومن خلال هذه النتائج نستنتج أنّ أغلبية الطالبات تستخدمن الهاتف الذكي لمتابعة مضامين اليوتيوب وذلك باعتباره جهاز شخصي يُحمل في كلّ مكان، إضافة إلى سهولة استخدامه لذلك تفضّله أغلب الطالبات.

المحور الثالث: تفاعل الطلبة مع فيديوهات اليوتيوب.

جدول 7: يوضح طريقة تفاعل الطالبات مع فيديوهات اليوتيوب.

طريقة التفاعل	التكرار	النسبة
تسجيل الاعجاب	20	%25
الاشتراك في القنا ة	30	%37.5
التعليق	04	%5
مشاركة الفيديو	15	%18.75
تحميل الفيديو	11	%13.75
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول أنّ الطالبات يتفاعلن مع فيديوهات اليوتيوب بشكل أكبر عن طريق الاشتراك بالقناة وذلك بنسبة 37.5 ثمّ يليها تسجيل الاعجاب بنسبة 25 وفي الأخير نجد التعليق بنسبة 5.

ومنه نستنتج أنّ أكثر الطالبات يتفاعلون مع فيديوهات اليوتيوب عبر الاشتراك في القناة وذلك راجع لحبّ الاطّلاع على كل جديد تقوم بنشره تلك القناة من معلومات متنوعة تلبي اهماماتهم واحتياجاتهم الخاصّة.

الاقتراحات: :

–توعية الطالبات بأهمية وضرورة الاستخدام العقلاني لموقع اليوتيوب فيما ينفعهم في تطوير أنفسهم.

–يجب عمى الجامعة إنشاء قنوات تعميمية تابعة ليا تعمل عمى زيادة وتنمية الوعي لدى الطالبات من خلال تفاعلهم مع الأساتذة المختصين.

–لابد من توفير كافة التقنيات التكنولوجية الحديثة في الجامعة من أجل رفع المستوى العلمي للطلبة

–ضرورة إقرار الطالبات بأهمية زيادة وتنمية وعيهم الثقافي في شتى المجالات.

الخاتمة

خاتمة:

ومن هنا نستنتج أن اليوتيوب له دور كبير وفعال في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات علوم الإعلام والاتّصال، وذلك من خلال ما ينشره هذا الموقع من مضامين ومحتويات تضمّ كمّا هائلا من المعلومات المتنوّعة وفي مختلف المجالات، حيث أصبح اليوتيوب الوجهة الأولى لأغلب الطّالبات، كما نال أهمية بالغة فهمن لا يقدرن على الاستغناء عنه فهو يمثّل بوابة معرفية متفتّحة على جميع العالم ويعمل على نشر الثقافات من خلال ما ينشره من فيديوهات متاحة في أي زمان ومكان.

وعليه فإنّ له دور كبير في تنمية الثقافة لدى الطّالبات اللّواتي يطمحن دائما لمواكبة ما هو جديد في كافة الميادين.

الملاحق

التساؤل الرئيسي :

- ما دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات جامعة محمد بوضياف- المسيلة؟

الأسئلة الفرعية:

1) ماهي عادات وانماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب ؟
2) ما هي طريقة تفاعل طلبة علوم الإعلام والإتصال مع فيديوهات اليوتيوب؟
3) ماهي درجة إسهام اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة علوم الإعلام والإتصال؟
4) فيما تتمثل أوجه إستفادة الطلبة من مضامين موقع اليوتيوب في تنمية وعيهم الثقافي ؟

جامعة محمّد بوضياف المسيلة

كلّية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتّصال

استمارة الاستبيان

دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثّقافي لدى طلبة الجامعة

دراسة ميدانية لعيّنة من الطّالبيات الجامعيات لقسم الإعلام والاتّصال بجامعة محمّد بوضياف المسيلة

مذكّرة مكمّلة لنيل شهادة اللّيسانس في علوم الإعلام والاتّصال

تخصّص:. اتّصال وعلاقات عامّة

إعداد الطلبة:

4 أحلام عواج

5 أميرة شنن

6 ياسمين بن عيسي

إشراف:

– فطّوم بلقبي

السّنة الدّراسية: 2019/ 2020م

ملاحظة : إن معلومات هده الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا في أي غرض البحث تعليمي لذا نرجو منكم التعاون معنا بوضع علامة (X) في المكان المناسب , شكرا على تعاونكم.

المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع:

1. اسماعيل سلمان أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012م
2. إيمان شكري، إبراهيم أحمد القطان: الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مركز الاسكندرية للكتاب ، مصر، 2009
3. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013م
4. خضير شعبان: مصطلحات في الاعلام والاتصال، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، ط1، الجزائر، 2001م
5. سعد بن محارب: الإعلام الجديد، جداول للنشر والتوزيع، الكويت، 2011
6. عزام أبو الحمام: الإعلام الثقافي(جدليات وتحديات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010م
7. علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية، الجامعة الإسلامية، السعودية
8. ماجدة محمد الخياط: أساسيات البحوث الكمية، والنوعية، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009م، ص109
9. محمد جمال الغر: المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2006م
10. محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، ط1، مصر، 1995م

11. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 1999م
12. محمد فلاق: دور شبكات التواصل في التسويق المعاصر، مرجع سابق، ص 19
13. مروان عبد المجيد ابراهيم: نصوص البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2000م
14. مصعب حسام الدين قتلومي: ثورات الفيسبوك، مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، شركة المعلومات للتوزيع والنشر، ط1
15. مي عبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2006م
16. يوسف لازم كماش: البحث العلمي ومناهجه، أقسامه، أساليب إحصائية، دليل في إعداد رسائل الماجستير والدكتوراه، دار دجلة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016م

الأطروحات والرسائل الجامعية:

1. أكرم عبد القادر فراونة: فاعلية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرّقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في المناهج وطرق التدريس، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين، 2012م

المجلات:

1. محمد فلاق: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر(المنظور التحليلي)، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية، والانسانية قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 18، جوان 2017م
2. نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة جامعة الجلفة، الجزائر

المواقع الالكترونية:

1. https:// araby.com 18:20 l 30/03/2019