



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - بالمسيلة

كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

تخصص: إدارة استراتيجية

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

بعنوان

أثر موقعي الفيس بوك واليوتيوب على التحصيل العلمي للطلبة

الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة

إشراف الأستاذ:

د/ عيسى قروش

إعداد الطلبة:

- عبد النور سباع

- فهد لعواس

لجنة المناقشة

رئيسيا	أستاذ محاضر (أ)	د/ رايح لوافي
مقررا ومشرفا	أستاذ محاضر (أ)	د/ عيسى قروش
ممتحنا	أستاذ محاضر (أ)	د/ أيمن زين

السنة الجامعية : 2023-2022



** شكر وتقدير **

الشكر والعرفان لله على نعمة الظاهرة والباطنة، ولرسوله صلى الله عليه وسلم الذي
وضح طريق المستقيم.

نتوجه بالشكر الجزيل والعرفان للأستاذ الفاضل الدكتور عيسى قروش عرفانا منا
بالمجهودات التي بذلها معنا لإتمام هذا العمل وما قدمه من نصائح وتوجيهات طيبة
مراحل إنجاز البحث.

والشكر موصول لكل من كان لنا عوناً لي في إتمام هذا العمل الجليل والى كل من
أشعل شمعة في دروب عملنا والى من وقف على المنابر وأعطى من حصيلة فكره
لينير دربنا

إلى الأساتذة الكرام في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

شكر وتقدير

فهرس المحتويات

مقدمة

أ

الفصل الأول: الإطار النظري لموقعي الفيسبوك واليوتيوب

- 05 المبحث الأول: الفيس بوك:
- 05 1-1- مفهوم منصات التواصل الاجتماعي
- 06 1-2- أهمية منصات التواصل الاجتماعي
- 07 1-3- نظريات منصات التواصل الاجتماعي
- 08 1-4- تعريف الفيس بوك
- 09 1-5- نشأة الفيس بوك
- 11 1-6- خصائص الفيس بوك
- 12 1-7- إيجابيات وسلبيات الفيس بوك
- 15 المبحث الثاني: اليوتيوب
- 15 2-1- تعريف اليوتيوب
- 15 2-2- نشأة و تطور اليوتيوب
- 16 2-3- خدمات اليوتيوب
- 19 2-4- مميزات اليوتوب
- 20 2-5- عيوب اليوتيوب
- 22 المبحث الثالث: أثر موقعي الفيس بوك واليوتيوب على التحصيل العلمي للطلاب الجامعي
- 22 3-1- المجموعات
- 23 3-2- تعزيز البحث العلمي
- 23 3-3- نشر استطلاعات الدراسات
- 23 3-4- دعم التعلم التعاوني
- 23 3-5- استضافة العديد من الاستراتيجيات في التدريس

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

27	المبحث الأول: عرض ميدان الدراسة والأدوات المنهجية للبحث
27	1- عرض ميدان الدراسة
31	2- بناء أدوات الدراسة
32	المبحث الثاني: التحليل الوصفي لعينة الدراسة وأدوات البحث
32	1-2- مجتمع وعينة الدراسة
34	2-2- التحليل الوصفي المحتوى الاستنباطي
45	المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة
50	خاتمة
52	قائمة المراجع
	الملاحق

مقدمة عامة





مقدمة عامة:

شهد العالم أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين تطورا وتغيرا سريعا في مجال التكنولوجيا والاتصال، حيث أحدث هذا التطور ثورة معلوماتية تكنولوجية ونقله نوعية ملحوظة في مجال التواصل والاتصال، تمثلت في نقل المعلومات وتبادل الأفكار والمعارف بين الأفراد، والتفاعل فيما بينهم في مختلف المجالات والبيئات سواء منها الاجتماعية أو الثقافية أو الفكرية... إلخ، وقد تجلت هذه التكنولوجيا في أنواع عديدة ومختلفة أدت إلى تغيير مضامين الإعلام الجديد منها المواقع الإلكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة أصبحت تلقى اهتماما كبيرا من قبل رواد الأنترنت بشتى فئاتهم ومختلف أعمارهم في مختلف أنحاء العالم لما تقدمه من إمكانية في توطيد علاقتنا مع الآخرين والتعبير عن آرائه وأفكاره وكذلك الحصول على المعرفة وتلقي المعلومات ونقلها ومشاركتها مع الآخرين والتفاعل معها بشتى الأجهزة والوسائل الإلكترونية الحديثة التي باتت منتشرة ومتوفرة في يد الجميع.

وبالرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع فيس بوك واليوتوب خاصة يعتبرها البعض وسيلة هدامة للشعوب فإن هناك من يرى فيها وسيلة مهمة للتطور في مجالات عديدة من بينها مجال التعليم والتقارب بين الأفراد لتبادل المعلومات التعليمية ولعل الطالب الجامعي أبرز عنصر يلجأ لهاته المواقع كوسيلة بديلة للحصول على المعارف وتبادلها مع زملائه.

فالطالب يسعى للبحث عن المعلومة عبر مختلف مراحل تعليمه وذلك لتحصيل أكبر قدر ممكن من العلم والمعرفة وفي ظل التغيرات والتطورات المعرفية التي فرضت عليه ضرورة الاعتماد عن طرق وأنظمة بحثية جديدة تكون مناسبة في مرحلة اكتساب المعلومة هذا ما أدى إلى الاستخدام اليومي والدائم لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة منها موقعي الفيس بوك واليوتوب.

ينظر إلى التحصيل العلمي على أنه العملية الفعلية ويصنف على أنه متغير معرفي واسع المجال، كما تعد فئة الطلبة من بين أكثر الفئات استخداما لهذين الموقعين نظرا لما يتوفر عليه من تطبيقات تلبي حاجاتهم في مختلف المجالات سواء كانت ترفيهية أو حتى في مجال التحصيل العلمي الذي يعد هدفا رئيسيا يسعى الطالب إلى تحقيقه بمختلف الوسائل التقليدية أو الحديثة.



إشكالية الدراسة

وانطلاقاً مما سبق طرحه جاءت دراستنا هذه تهدف إلى التعرف على أثر موقعي الفيس بوك واليوتيوب على التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين. وبناءً على ذلك تتلخص مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

ما هو أثر موقعي الفيسبوك واليوتيوب على التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين؟

هذه الإشكالية تقودنا بدورها إلى طرح جملة من التساؤلات الأخرى:

- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقعي الفيس بوك واليوتيوب؟
 - ما هي الإشباعات المعرفية المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لموقعي الفيس بوك واليوتيوب؟
 - كيف يمكن تفعيل خدمات موقعي الفيس بوك واليوتيوب في الدراسة الجامعية؟
 - ما التأثيرات التي يحدثها موقعي الفيس بوك واليوتيوب على التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين؟
- فرضيات الدراسة:**

الفرضية العامة: لموقعي الفيسبوك واليوتيوب أثر إيجابي على التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين.

الفرضيات الفرعية:

- للطلبة الجامعيين عادات وأنماط إيجابية في استخدام لموقعي الفيس بوك واليوتيوب
 - يحقق موقعي الفيس بوك واليوتيوب إشباعات معرفية للطلبة الجامعيين
 - يمكن تفعيل خدمات موقعي الفيس بوك واليوتيوب في الدراسة الجامعية
 - يحدث موقعي الفيس بوك واليوتيوب تأثيرات على التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين
- أسباب اختيار الموضوع:** ان اختيار موضوع الدراسة يرجع الى الأسباب التالية:

أ- الأسباب الذاتية:

- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق
- الرغبة الشخصية في الغوص في مجال مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقعي الفيس بوك واليوتيوب خاصة.
- قلة الدراسات في هذا الجانب.
- الاهتمام والميل الشخصي للموضوع الذي تأتي من الأثر الكبير الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك واليوتيوب) على الطلبة الجامعيين.



ب- الأسباب الموضوعية:

- التعرف على أثر موقعي الفيس بوك واليوتيوب على الطلبة الجامعيين سواء السلبية منها أو الإيجابية.
- إعطاء صورة شاملة لهذا الموضوع.
- إمكانية البحث في الموضوع ككل باعتباره موضوعا جديدا وكذا فتح المجال للطلبة الجامعيين للبحث أكثر ومن زوايا أخرى.
- التوجه الكثيف والاهتمام المتزايد بمواقع التواصل الاجتماعي خاصة منها موقعي الفيس بوك واليوتيوب باعتبارها الأكثر استخداما خاصة فئة الطلبة الجامعيين.

أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوعها، بحيث نجد أن هناك تغلل كبير لمواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقعي الفيس بوك واليوتيوب خاصة بين أفراد المجتمع عامة والطلبة الجامعيين منهم بصفة خاصة انطلاقا من سهولة استخدامها دون بذل جهد، وهذا لا يتطلب سوى هاتف نقال أو جهاز كمبيوتر محمول بفتح هذه المواقع والاطلاع على محتوياتها.

كما أن دراستنا تكمن في معرفة الإشباع التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك واليوتيوب)، ومدى تأثيرها على أفراد المجتمع الجزائري خاصة فئة الطلبة الجامعيين منهم كون المرحلة الجامعية باعتبارها من أهم المراحل التي يمر بها الفرد ويكتسب فيها خبرات ومعارف جديدة وتتبلور فيها الاتجاهات والأفكار والقيم والمعتقدات التي تشكل وتوجه سلوك الشباب الذين يشعرون بواقعية المضمون المقدم لهم، وبالتالي فهم فئة مستهدفة لمثل هذه المواقع.

كما تظهر أهمية هذه الدراسة في:

- أهمية استخدام موقعي الفيس بوك واليوتيوب في هذا العصر ومدى انخراط الطلبة الجامعيين في التعامل بهذه المواقع في شتى المجالات.
- أهمية الفئة المستهدفة وهي فئة الطلبة الجامعيين
- تكشف الدراسة الحالية أثر موقعي الفيس بوك واليوتيوب على التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين وكيفية تأثيرها عليهم.



- تحاول هذه الدراسة من خلال النتائج التي تتوصل إليها من إعطاء اقتراحات توجيهية لطلبة الجامعة في الاستخدام الأمثل لهذه المواقع من أجل تحسين تحصيلهم العلمي والرفع من مستواهم الجامعي.

أهداف الدراسة:

تسعى هذا الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على حجم تعرض الطلبة الجامعيين بجامعة المسيلة لموقعي الفيس بوك واليوتيوب.
- التعرف على دوافع مشاهدة الطلبة الجامعيين بجامعة المسيلة لموقعي الفيس بوك واليوتيوب.
- التعرف على كيفية تفعيل خدمات موقعي الفيس بوك واليوتيوب في الدراسة الجامعية بجامعة المسيلة.
- التعرف على التأثيرات التي يحدثها موقعي الفيس بوك واليوتيوب على التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين بجامعة المسيلة.

منهج الدراسة

من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة في بداية البحث، اقتضت طبيعة الدراسة استعمال عدة مناهج أهمها ما يأتي:

- **المنهج الوصفي التحليلي:** وهذا المنهج هو أكثر استعمالا خاصة في الفصل الأول والثاني نظرا لتتبع التعريفات الواردة عن وصف وتحليل وتوضيح ماهية موقعي الفيس بوك واليوتيوب، التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين، ويظهر هذا المنهج خاصة في الفصل الثاني عند دراسة الجانب التطبيقي من خلال الدراسة الميدانية بجامعة المسيلة وتحليل المعطيات لربط الإطار النظري للدراسة بالجانب التطبيقي لها بهدف تحديد العلاقة بينها وبين الدراسة.

هيكل الدراسة: لتشخيص هذه الإشكالية تم تقسيم الدراسات الى ثلاث مفاصل:

- الفصل الأول: الإطار النظري لموقعي الفيس بوك واليوتيوب والتحصيل العلمي للطلبة الجامعيين.** تناولنا فيه ثلاث مباحث في المبحث الأول ماهية موقع الفيس بوك واليوتيوب المبحث الثاني ماهية موقع اليوتيوب وفي المبحث الثالث أثر موقعي الفيس بوك واليوتيوب على التحصيل العلمي للطلبة الجامعي.
- أما الفصل الثاني: دراسة ميدانية بجامعة المسيلة** وتعرضنا فيه إلى مبحثين في المبحث الأول أما المبحث الثاني فعرضنا فيه نتائج الدراسة ومناقشتها وتفسيرها.

الفصل الأول

الإطار النظري لموقعي
الفييس بوك واليوتيوب

المبحث الأول: ماهية موقع الفيسبوك

1- مفهوم منصات التواصل الاجتماعي:

مفهوم "منصات التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. عكس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

فالإعلام الاجتماعي: "وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، عبر وسيلة/شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل".

ويعرف زاهر راضي منصات التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" (زاهر راضي، 2003، ص 23).

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً إجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كألية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي اهم سماته" (عباس مصطفى صادق، 2011م، ص9).

ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على التعريفات السابقة إلى الأقسام

الآتية:

- شبكة الأنترنت Online وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الإلكتروني... فهي بالنسبة للإعلام، تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث.

- تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتعدّ الأجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.

- أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون "مواقع التواصل الاجتماعي للفتوات والإذاعات والبرامج" التي أضيفت إليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب. (عباس مصطفى صادق، 2011، ص10).

ويمكن أن نخلص إلى شبه اتفاق، أن منصات التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد. وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلاي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي. فضلا عن تبني هذه المنصات تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية (عباس مصطفى صادق، 2008، ص17).

2- أهمية منصات التواصل الاجتماعي:

- يمكن إيجاز الأهمية الكامنة لمنصات التواصل الاجتماعي فيما يلي:
- أن منصات التواصل الاجتماعي شبكات عالمية؛
 - أن منصات التواصل الاجتماعي قد فرضت نفسها بقوة داخل المجتمعات العربية خلال العشر سنوات الأخيرة؛
 - أغلب المواقع متاحة للجميع وبالمجان؛
 - صممت أساسا لتكون سهلة الاستخدام وبدون تعقيدات؛
 - عملت على تكوين مجتمعات افتراضية جديدة؛
 - أنها عملت على تحويل المستخدم لها من متلق للمعلومات كما في وسائل الإعلام التقليدية إلى منتج للمعلومات ومشارك فيها؛
 - أنها مصدر جديد وجيد للحصول على المعلومات؛
 - أن الكثير من الشباب يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحنات العاطفية، ومن ثم أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية عبر تلك المواقع؛
 - منصات التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها من يشاء لنشر الأخبار والآراء بحرية للتعبير عن وجهات نظره؛
 - أنه يمكن الاستفادة منها في العديد من الخدمات التعليمية والثقافية والإخبارية.

- ينظر البعض إلى منصات التواصل الاجتماعي على أنها بمثابة سجل أرشيفي موثق عبر شبكة الأنترنت يمكن الاستفادة منه في توثيق المعلومات بالصوت والصورة. (إسماعيل عبد الفتاح، 2016، ص 84-85)

3-نظريات منصات التواصل الاجتماعي:

من بين النماذج النظرية التي يتم الاستناد إليها في وضع المؤشرات النظرية لمنصات التواصل الاجتماعي ما يلي:

3-1- منظور التفاعلية الرمزية:

تهتم التفاعلية الرمزية بالديناميات النفسية والاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة ويركز على المفاهيم والمعاني، والتي وجدت وتم المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد، ويرى أن هويتنا أو إحساسنا بالذات يتشكل أيضا مفهوم الذات من خلال كيفية تفاعل الآخرين وعنونتهم لنا وهو يعد من بين الإطارات النظرية المناسبة الدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص، الصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية وهذه الوسائل تمثل معاني ورموز لهم، فالمستخدمون يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات إلكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين. (مشرى مرسي، جانفي 2012، ص17)

3-2- نظرية ثراء وسائل الإعلام:

والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وهي ترى أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة

وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى لكون أكثر ثراء فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثا وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور المستقبل للرسالة، وثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة. (إسماعيل محمود علي، 2015، ص 14)

3-3- نظرية الشأن العام:

يعتبر هابرماس Habermas هو مؤسس هذه النظرية عام 1089 حيث يرى أن الشأن العام هو شبكة اتصالية من الشبكات القائمة في المجتمعات المدنية ترتبط ارتباطا عميقا بالحياة العامة أو الخبرات اليومية للأفراد، ويتحقق مفهوم الشأن العام عندما يتوجه الأفراد نحو ممارسة حقهم في المجتمع والاتصال والاشتراك في مناقشة قضاياهم العامة، وتفترض هذه النظرية أربع سمات رئيسية تميز الاتصال وهي، القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال، والحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة وبنية المنافسة، وطرح خطاب مبرر بأدلة إقناعية محددة، ويمكن توظيف هذه النظرية في دراسة أشكال التواصل عبر الشبكات الاجتماعية نظرا للسمات التفاعلية التي تتسم بها، والتي يمكن أن تقود إلى مزيد من ديمقراطية المجتمع من خلال إمكانية الوصول غير المحدد للمعلومات والمشاركة المتساوية في المناقشات من خلال الديمقراطية الالكترونية، ومعرفة إلى أي مدى يدعم الاتصال التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي فكرة ساحات النقاش وتبادل الرأي والمعلومات حول مجمل القضايا المختلفة (إسماعيل محمود علي، 2015، ص 15)

4- تعريف الفيس بوك:

يعتبر الفيس بوك أحد مواقع التواصل الاجتماعي، والذي من خلاله يساعد الأشخاص على تكوين علاقات بين المستخدمين من خلال تبادل المعلومات أو نقاشات أو حوار بين الأفراد وقد يتجاوز هذا التبادل إلى مقاطع فيديو والصور، كما يمنح المستخدمين إمكانية التعليق، ورغم أن هذا كله يتم في عالم افتراضي، فهو إذا موقع يستخدمه الأفراد مجانا يمكن من خلاله إضافة أصدقاء والتعرف عليهم بعد الموافقة على طلب الصداقة وحينها يمكن إرسال إليهم. وعلى الرغم من أن موقع الفيس بوك بدأ بسيطا إلا أنه اليوم أصبح من أكثر المواقع الالكترونية زيارة.

يعرف موقع الفيس بوك على أنه موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين. (محمد منتصر، 2013، ص 20).

كما يعرف موقع الفيس بوك أيضا أنه "موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي انه يتيح عبه الأشخاص العاديين أو الاعتباريين كالشركات إبراز أنفسهم أو تعزيز مكانتهم عبر أدوات المواقع

الفصل الأول _____ الإطار النظري لموقعي الفيس بوك واليوتيوب

للتواصل مع الأشخاص آخرين ضمن نطاق هذا الموقع أو عبر التواصل مع التواصل الأخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين". (عباس مصطفى، 2008، ص 20).

وموقع فيسبوك هو واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعي وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء (خالد غسان يوسف، 2013، ص34).

في حين ترى أمال عساني أن موقع الفيس بوك يعتبر من أحد المواقع الافتراضية أو التخيلية التي نشأت على الانترنت والذي يجمع الملايين من المشتركين من مختلف بلدان العالم والفيس بوك يعد عالم تخيلي بحق فهو يحتوي على الدردشة إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وان يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم، كذلك يمكنه أن يضع صورته وصورة أفراد عائلته (أمال عساني، 2015، ص47).

كما يعرفه محمد السيد حلاوة على أنه "يعتبر من أشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها شيوعا في الوقت الحالي ويعتبر أداة لتوصيل فهو لا يمثل منتدى اجتماعي وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتهم ما يشاء (محمد السيد حلاوة ورجاء عبد العالي، 2011، ص 113).

وفي تعريف آخر فإن موقع الفيس بوك هو أحد مواقع الشبكات الاجتماعية أي انه يتيح عبره الأشخاص العاديين أو الاعتباريين كالشركات إبراز أنفسهم أو تعزيز مكانتهم عبر أدوات المواقع للتواصل مع الأشخاص آخرين ضمن نطاق هذا الموقع أو عبر التواصل مع التواصل الأخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين (عباس مصطفى، 2008، ص 20).

5- نشأة الفيس بوك:

نشأ موقع الفيس بوك في 04 فيفري 2004 من قبل "مارك زوكربورغ" بمساعدة "أنزروما كلوم" و"إدوارد سفارين"، (وسيم شفيق الحجار، 2017، ص 19) وكانت فكرة إنشائه انطلاقا من الكتاب الذي يعطى للطلبة في بداية العام الدراسي من قبل إدارات الجامعات بنية أن يكون الطلبة متآلفين مع بعضهم وهو دليل متعارف عليه لدى جامعات أخرى باسم كتاب وجوه الطلبة (Face book) ومنه نبع اسم الفيس بوك (بن جديدي سعاد، 2016، ص 131)

وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد ونظرا للإقبال الشديد من قبل الطلاب قرر مارك توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات

الفصل الأول _____ الإطار النظري لموقعي الفيس بوك واليوتيوب

أخرى وطلبة الثانوية الذين يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية وفي أيلول 2006 قرر مارك أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه من الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فما أكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح (طاهر حسن، 2012، ص 28)

تحول موقع الفيس بوك إلى أحد أشهر المواقع العالمية ونجده منذ منتصف عام 2007 من بين المواقع الأكثر شعبية في معظم الدول العربية ويقدر عدد المشتركين فيه حوالي 60 مليون مستخدم حول العالم خلال تلك الفترة ويحتل الموقع المراتب الأولى في كثير من الدول العربية ويأتي أحيانا في المرتبة الأولى (أحمد المهدي الزواوي، خيرة الزواوي، 2018، ص 181)

في أوت 2007 طلب فيسبوك من مستخدميه وضع هوياتهم الحقيقية ومعلوماتهم الشخصية الصحيحة وعدم إنشاء حسابات وهمية، وهو ما يعرف بمبدأ التعريف، ويبقى المحتوى الموضوع من المستخدم على الفيس بوك موجود في حين إزالته من قلب المستخدم نفسه أو من قبل المسؤول عن الفيس بوك. وهو ما يعرف بمبدأ الدوام ويلتزم فيسبوك إلى شركة خاصة هي (Odesk) مهمته إدارة المحتوى المنشور عليه وتقوم الشركة المذكورة عبر العاملين لديها بمراجعة يومية للمحتوى على الفيس بوك وللتأكد من عدم وجود انتهاك للسياسات ومعايير الموقع ويتبين أن هناك قواعد مفصلة للعاملين على إدارة المحتوى. (وسيم شفيق الحجار، 2017، ص 20)

وفي تشرين أكتوبر من عام 2008م انتقل مقر الفيس بوك إلى دبلن عاصمة أيرلندا مع أنه أنشئ في كاليفورنيا الأمريكية. (سعد بن محارب المحارب، 2011، ص 116)

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الأصدقاء و العائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية و منبر لعرض الأفكار السياسية و تكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، و كذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد عليها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، و ليصبح مستقبلا أكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض. (حنان، شعشوع الشهري، 2014، ص 31-32)

6- خصائص استخدام الفيس بوك:

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي عديدة ومختلفة ومع ذلك فقد تميز الفيس بوك على غيره بعدة خصائص ومميزات ومن بينها:

6-1- خصائص الفيس بوك:

- **الملف الشخصي Profile:** وعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك عن سلعتها بالتحديد.

إضافة صديق Add Friend: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريد الكتروني.

- **إنشاء مجموعة Groupes:** يستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشأ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية... الخ، ويستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصري للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

- **الحالة Status:** التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بإمكانهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- **الصور Photos:** تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع

- **لوحة الحائط Wall:** وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم (كاظم المقدادي، 2013، ص 35-36)

- **التغذية الإخبارية news feed:** التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين وحيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

- **السوق market place:** وهو المكان أو الفسحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات ميوية مجانية. (حسنين شفيق، 2014، ص 95-96)

الفصل الأول _____ الإطار النظري لموقعي الفيس بوك واليوتيوب

-**التعليقات:** هذه الخاصية تسمح لمستخدمي الفيس بوك بإضافة الصور والعلامات التي يمكن تضمينها بحيث يمكن أن نكتب أي تعليق في مساحة التعليقات أو إضافة تعليق مع إمكانية إضافة اربط أو صورة.

- **الإعجاب:** يمكن الفيس بوك مستخدميه بالقيام بعمل معجب لأي نص أو صورة أو فيديو لأحد الأصدقاء وهي عملية متاحة، بين الأصدقاء.

- **خاصية نكزه:** وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به. كما لا يمكننا أن نغفل عن الخدمات التي يقدمها الفيس بوك وهذا في صورة خدمة الرسائل والرددشة وارسال الهدايا الافتراضية وهي الأكثر شيوعا واستخداما من طرف المستخدمين. (وائل مبارك، خضر فضل الله، 2010، ص 30)

6-2- مميزات الفيس بوك:

يعتبر الفيس بوك من أهم أنواع الشبكات الاجتماعية وأكثرها انتشارا وهذا راجع إلى مميزاته المختلفة مما جعله الأكثر استخداما عن باقي المواقع الأخرى، ومن أهم هذه المميزات نذكر:

- **التفاعلية:** إن الفرد في الفيس بوك يرسل، يكتب، يستقبل، ويقراً ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات، فهو في عملية أخذ ورد مستمرة. ويعتبر "الفيس بوك" من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات، فبعدها كانت اتصالات خطية مباشرة، مرسل متلقي، أحدثت الوسائل التفاعلية ومنها الفيس بوك ثورة غيرت مسار الاتصالات. إن هذه التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل أكبر على أن يشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليلا، نقدا أو تعليقا.

-**العالمية:** استطاع الفيس بوك بحركتيه إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن لأفراد في الشرق التواصل مع أفراد في الغرب، ببساطة وسهولة، وبتنا نسمع بمصطلحات كالسيولة وغيرها وهو حينما وفر مجموعة إضافية من التطبيقات سمح بالتواصل المقروء والمسموع والمرئي (بدر الدين بن بلعباس، 2011، ص 65-66)

- **التنوع وسهولة الاستخدام:** أتاحت التحديثات العديدة التي قام بها موقع "الفيس بوك" الفرصة أمام المشتركين فيه الكثير من الفرص والأنشطة، و"الفيس بوك" أحد البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة، اللغة، الرموز والصور التي تيسر للمستخدم التفاعل هذا هو الفرق الأساسي الذي فهمه الفريق الإداري المسير للفيس بوك"، البساطة السهولة وهي رأس المال الحقيقي في مواجهة المد التقني الكبير، فكل لحظة تمر على هذا العالم إلا ويتم فيها خلق فكرة إبداعية

جديدة، المنافسة على أوجها ولم تعد المعايير قائمة على ذلك الزخم الكبير المتعلق بالحجم أو الألوان أو غيرها بل أصبحت الوظائف الجديدة الذكية السهلة والمتنوعة هي المعيار، ببساطة هي لغة التكنولوجيا . (بدر الدين بن بلعباس، 2011، ص 67)

- **التوفير والاقتصادية:** إن مجانية الاشتراك والتسجيل أتاحت للفرد البسيط إمكانية امتلاك فضاء على الفيس بوك، وبات يشعر بانتمائه ولم يعد ذلك حكر على أصحاب الأموال فأبي فرد يرغب في فتح صفحة على "الفيس بوك" فله ذلك، غير أن "الفيس بوك" وكونه مؤسسة استثمارية تخصصت في المجال الرقمي، فإنه يحصل سنويا عشرات الملايير من الأرباح الناتجة عن تداول الافراد لأنشطتهم وصورهم وتفاعلاتهم اليومية. فالحرص على بقاء "الفيس بوك" كما هو مجاني هو في الأساس حرص على زياد مؤشرات الأرباح. (بدر الدين بن بلعباس، 2011، ص 68)

7- **إيجابيات وسلبيات الفيس بوك:**

7-1 **إيجابيات الفيس بوك:**

- يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم، وفيما يلي أهم إيجابيات موقع الفيس بوك والتي نذكر منها:
- يتيح الفيس بوك نافذة مطلعة على العالم وساحة للتعبير، وابداء الرأي وفي التواصل، ومشاركة أصدقاؤك تفاصيل حياتهم، كان له أقوى الأسباب بارتباط مستخدمي الانترنت بالفيس بوك.
- إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع حتى وان كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي
- إمكانية تصنيف الأصدقاء حسب معلومات مضافة عنهم كزملاء الدراسة أو حسب المهنة
- إمكانية التواصل مع الأصدقاء والتفاعل معهم من خلال الدردشة والرسائل وإبلاغهم عن الأعمال الحالية التي تقوم بها
- يقدم خدمات جليلة للشركات وأصحاب الأعمال من خلال الإعلان عن الوظائف اختيار الموظفين، وكذا الترويج والتسويق للمنتجات.
- يتيح الفيس بوك كذلك فرصة تحميل ألبومات صور. (على خليل شقرة، د ت، ص 65)
- ساهم فيسبوك كثيرا وتلقائيا إلى عملية النشر الإلكتروني، فأبي مستخدم للانترنت يجد نفسه أنه في فيسبوك، قد ازدادت معدل كتابته وبالتالي قراءته وتطور سرعة الكتابة على الكيبورد والموبايل.
- فيسبوك فرصة للاتصال بالدعاة، وطلبة العلم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط، وتكثر صفحاته عددا هائلا من المجموعات الدعوية والقرويات الثقافية والإعلامية.

الفصل الأول _____ الإطار النظري لموقعي الفيس بوك واليوتيوب

- المشاركة في دعم الحملات، والنشاطات الخيرية، عبر الانضمام لمجموعة معينة، تمثل أنت وأصدقائك، بنسبة مقدره في قياس قبول الرأي العم لتلك الفكرة.

أصبح مصدر أصيل من مصادر الأخبار، لكثير من روادها وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فريدة حرة غالبا لاحترافية لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية. (عبد الرزاق محمد الديلمي، 2011، ص 183)

7-2- سلبيات الفيس بوك:

الفيس بوك حاله حال الكثير من الاختراعات والتقنيات التي أثرت في حياة البشر فإلى الجانب المضيء للمجموعات والنشاطات التي ساعدت الشباب على تنفيذ آمال مفيدة، وتحقيق الكثير من الأهداف هناك الكثير من الآثار السلبية على مستخدميه منها:

- إضاعة الوقت: بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل، من صفحة لأخرى، ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه، دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره، فالفيسبوك يهدر أكثر من وقت الشباب دون فائدة تحنى، فهناك أعداد كبيرة من طلاب الجامعات، يقضين أكثر من 10 ساعات في تصفح الفيسبوك فقط (فايز الشهري، 1422هـ، ص36)

- الإدمان واضعاف مهارة التواصل: هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا للشباب والمراهقين، فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري، و عن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع، وبما أن التواصل بين الناس بشكل مباشر، يؤدي إلى تطوير المهارات التي تساعد الشباب في مجالات الاتصال الإنساني، حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية، فإن ادمان الشباب على التواصل الإلكتروني يؤدي بهم للعزلة الاجتماعية وفقدان مهارة التواصل المباشر مع المجتمع.

- انتحال الشخصيات: مازالت عمليات انتحال شخصيات المشاهير تضرب أطنانها بقوة في الشبكة العنكبوتية، متخذة منها مكانا خصبا للتشويه والابتزاز وترويج الشائعات وكسب المال وتحريف الحقائق عن مسارها.

- الإعلانات الدعائية المزعجة ظهرت في الآونة الأخيرة من منتصف عام 2010، الكثير من البوستات الدعائية التي تدعو لكسب المال، وأخرى تدعوك لزيارة مكان معين، وأصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجتمعات التي يزيد بها الألف. (زاهر الغريب، 1421هـ، ص 23)

المبحث الثاني: ماهي موقع اليوتيوب

1- تعريف اليوتيوب:

اختلفت الآراء حول موقع اليوتيوب ما إذا كان الموقع شبكة اجتماعية أو لا حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو **video sharing** ، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظرا في اشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع، وذلك للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات إضافة إلى المزايا العديدة التي يتمتع بها . (حنان قواسمية، 2015-2016، ص 34)

واليوتيوب هو وأحد أشهر المواقع الايكترونية على شبكة الانترنت وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يكون المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن المشاهد من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من جهة نظر مستخدم الموقع وطبق لموقع اليكسا العالمي فإن موقع اليوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث تصنيف أكثر المواقع مشاهدة (يوسف خالد عمان المقدادي، 2013، ص 160).

وفي مفهومه البسيط موقه اليوتيوب هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة الفيديوهات بشكل مجاني. (سليمان بكر کران، 2015، ص 199)

ويعد موقع اليوتيوب أفضل المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل الفيديو وعرضه ونشره دون قيود رقابية، ويلاحظ أن موقع اليوتيوب يتحول تدريجيا إلى وسيلة تشبه إلى حد كبير التلفزيون الذي يبث برامجه على شبكة الانترنت. (حارث عبود ومزهر العاني، 2013، ص 43)

يعرف اليوتيوب على أنه من المواقع العالمية التي تقدم خدمات الفيديو بالصوت والصورة في مختلف المجالات، ويعد أكبر المواقع على شبكة الانترنت، ويسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني لكونهم مستخدمين عاديين (حصة بنت عبد الكريم الزيد، د ت، ص 258)

2- نشأة وتطور اليوتيوب:

استطاع اليوتيوب بفترة وجيزة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مجموعة هامة من مواقع التواصل الاجتماعي بفعل تفرد بخصائص ومميزات مكنته من البقاء في مسار منافسة قوية، حيث أسس اليوتيوب العالمي في 5 فيفري 2005، على يد ثلاثة شباب جامعيين وموظفين في باي بال

وهمر تشاد هيرلي من مواليد 1977، وستيف تشين من مواليد 1978، جواد كريم من مواليد 1979 صاحب أول فيديو على اليوتيوب لصورة له في حديقة الحيوانات. (علي خليل شقره، 2014، ص 90) قد نشأت فكرة إنشاء اليوتيوب في مدينة سان برونو كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، عندما كان الأصدقاء في حفلة لأحد الزملاء والنقط مقاطع فيديو وأراد نشرها بين زملائهم ولم يتمكن من إرسالها عبر البريد الإلكتروني، لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة ومن هنا تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الأنترنت. (حليمة قادري، 2015، ص 124)

وفي أكتوبر 2006 أعلنت "غوغل" « Google » رسمياً ملكيتها لليوتيوب لاتفاقية شراء قدرت بنحو 165 مليار دولار أمريكي، وفي "يوليو" 2007 وطن موقع اليوتيوب في 43 دولة بالإضافة إلى النسخة العالمية، كما تتيح واجهة اليوتيوب 61 لغة 2010 أطلق اليوتيوب نسخة مجانية مدعمة بتقنية HTML5 والتي تسمح بتشغيل الفيديو دون الحاجة إلى **Flash Player**. كما تستمر منصة "اليوتيوب" بتقديم خدمات مبتكرة مثل توفير استديوهات متخصصة بتصوير المحتوى ورفعته إلى الأنترنت، وخدمات مشاهدة العروض المجسمة ثلاثية الأبعاد (D3) وغيرها. (ريهام عاصم عديم، 2015، ص 63)

3- وظائف وخدمات اليوتيوب:

بفعل التطور التقني انفرد اليوتيوب بخصائص جعلته أكثر وظيفية بفعل دمج الوسائط المتعددة وعنصر التفاعلية وغيرها من الخصائص، وفيما يلي أهم الوظائف التي يقدمها اليوتيوب:

3-1- الوظيفة الإخبارية: يقدم موقع اليوتيوب خدماته الإخبارية للمستخدمين عبر وجود عدد كبير من المواقع والقنوات التي تقدم الخدمات الإخبارية من خلال نقل مختلف الأحداث والقضايا ومتابعة التطورات، فضلا عن أن موقع اليوتيوب بعد مصدرا مهما من مصادر الأخبار والمعلومات، خاصة أن بعض الأحداث تحدث مباشرة أمام الجمهور، مما جعل كبرى القنوات الفضائية تعتمد المحتوى الإخباري الذي يظهر على قناة اليوتيوب. (المحمد الأمين أحمد عبد مرزوك الجنابي، د ت، ص 79)

استطاع الإعلام الرقمي الجديد استقطاب كبرى الفضائيات والمؤسسات الإعلامية ذات الطابع الإخباري، وذلك للاستفادة من خصائص هذه المواقع الاجتماعية ومن شهرتها العالمية، مكنت هذه المواقع من تغطية الكثير من الوقائع والأحداث.

وتصدر السبق الصحفي لأفراد عاديين ما يمسي صحافة المواطن، والذي أعلى الصيغة العالمية لقضايا كانت مهمشة، ومن أبرز المواقع ذات التنوع في المحتوى منصة اليوتيوب.

حيث يرفق المستخدمون حوالي 65 ألف مقطع فيديو على موقع اليوتيوب كل يوم يرتبط البعض منها بأحداث وقضايا سياسية أو وثائق مهمة، ففي دراسة لذكريا ابراهيم الدسوقي حول معالجة مقاطع اليوتيوب للقضايا الأقلية المسلمة في الدول الغربية وعلاقتها بالصورة الذهنية للغرب عند المراهقين، حيث جاءت النتائج كالاتي: تمثلت المصادر الإعلامية للحدث في موقع اليوتيوب في المقدمة بنسبة 55.2%، كما تمثلت النتائج حول أنواع المحتوى كالاتي: تصدرت مقاطع الفيديو حول معالجة القضايا بنسبة 44.2%، يليها تقرير مصور بنسبة 23.8%، ثم جاء في المرتبة الثالثة برنامج حوار بنسبة 20%، وأخيرا جاء فيلم وثائقي بنسبة 12%. (ذكريا ابراهيم الدسوقي، 2017، ص 390)

كما أكدت نسبة 43.5% من أفراد العينة من الإناث يحرصن على التعرض للمقاطع الفيديو على اليوتيوب التي تعرض قضايا الأقلية المسلمة بشكل دائم.

وهذا ويمثل موقع اليوتيوب نموذج للبحث يشبه البحث التلفزيوني والفضائي والذي يتميز من ناحية القدرة على التحكم في وقت المشاهدة، كما يوفر أكثر من 80 قناة مختلفة عالمية ومحلية، كما يحتوي تطبيق بث مباشر يوتيوب لايف على (07) سبعة تصنيفات مختلفة يمكن التصفح عبر قنوات بث مباشر يوتيوب بسهولة ومنها القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية الأجنبية، ومن أبرز هذه القنوات قناة فرنس 24 فقد أشارت الدراسات أن القادة تجذب 41.7 مليون مشاهدة أسبوعيا. (المانى عبد الرؤوف محمد أحمد، 2020، ص 232)

3-2- الوظيفة الترفيهية: يتيح موقع اليوتيوب عدد كبير من مواقع الفيديو التي تعمل على إزالة التوتر والترويح وذلك عن طريق بث مسرحيات ألغاز أفلام أو تحميل مقاطع فيديو الإسكاتشات من تصوير أفراد كذلك بث ألبومات أو مقال لأطفال، حيوانات وغيرها.

يمثل الترفيه أحد أبرز الحاجات التي يسعى الأفراد إلى إشباعها من خلال المحتوى الإعلامي على الشبكات الاجتماعية أهمها اليوتيوب الذي يعرض العديد من المضامين الإعلامية الترفيهية التي تعتمد الأسلوب الكوميدي لمعالجة القضايا السياسية والاجتماعية وغيرها.

هذا ما أكدته دراسة عبد الصادق حسن الموسومة باستخدام الشباب البحريني للمقاطع الترفيهية على مواقع اليوتيوب والإشباع المتحققة والتي جاءت كالاتي: أكدت 35% من عينة الدراسة أنهم يستخدمون المقاطع الترفيهية بموقع اليوتيوب أكثر من سنة، أما فيما يخص ساعات الاستخدام فقد أكدت النتائج أن نسبة 32% من عينة الدراسة يستخدمون المقاطع الترفيهية لموقع اليوتيوب من ساعتين إلى ثلاث ساعات بشكل متصل في حين كانت نسبة 26.5% من المبحوثين يستخدمون

المقاطع الترفيهية على اليوتيوب دون القيام بأي أنشطة أخرى. (العبد الصادق حسن، 2020، ص 79-81)

3-الوظيفة التعليمية: يعمل موقع اليوتيوب على نشر المعرفة العلمية وتبادلها عبر نشر وتبادل الأفكار والمعلومات عن طريق مقاطع الفيديو ذات المحتوى العلمي قصد رفع المستوى المعرفي والأكاديمي في جميع التخصصات والمجالات العلمية.

وبعد استخدام الفيديوهات التعليمية أحد التقنيات الهامة في التعليم يسهم في التحفيز واكتساب المعرفة وتنشيط الذاكرة وتنويع الأنماط التعليمية وتعزيز الفهم ومهارات المنافسة، حيث أكدت دراسة عالية الرفاعي حول فعالية استخدام الفيديوهات التعليمية الرقمية (اليوتيوب) في تحسين تحصيل التلاميذ الصم في مادة العلوم في الصف الثالث، جاءت النتائج كالاتي: تفوق التعليم باستخدام الفيديوهات التعليمية الرقمية على الطريقة التقليدية لوجود تحسن واضح في تحصيل تلاميذ المجموعة التجريبية بعد تدريسهم باستخدام الفيديوهات التعليمية مقارنة بتحصيّل تلاميذ المجموعة الضابطة. (عالية الرفاعي، 2021، ص 242)

هذا ما أكدته نتائج دراسة ريهام عاصم غنيم بعنوان: اليوتيوب في الاستشهاد المرجعي بالإنتاج العلمي الأكاديمي والتي كانت كالاتي: رصد ((10257) من منشورات Scopus استشهدت على الأقل بواحدة من فيديوهات اليوتيوب، كما بينت الدراسة أن قطاع العلوم الانسانية والاجتماعية والإنسانيات هو الأعلى نسبة (48.7%) بين القطاعات العلمية المختلفة في الاستشهاد باليوتيوب والعلوم الطبية والصحية بنسبة (57.6%). (ريهام عاصم عديم، 2015، ص 52)

3-4- الوظيفة التثقيفية: يسهم موقع اليوتيوب في عملية التعرف على عادات وتقاليد المجتمعات، وأنماط التفاعلات والممارسات التنظيمية للجماعات المحلية القومية أو العالمية والذي يعرف بعملية التثاقف، حيث انتشرت قنوات تبث الحياة اليومية لبعض الأفراد، وفي بعض المحتوى الذي شاع في الفترة الأخيرة: قنوات الطبخ النسيج وغيرها، حيث أكدت دراسة الباحثة: هادية معمري حول استخدامات المرأة الجزائرية لاستثمارات اليوتيوب والإشباع المحققة أن نسبة 88.3% من النساء في العينة تفضلن استخدام ومشاهدة قنوات الطبخ وتفسر هذه النتيجة انتشار قنوات الطبخ الخاصة للمدونات الجزائريات بشكل لافت، كما عبرت مفردات العينة دائما عن تعرضهن لقنوات التجميل بما نسبته 60.8% وهذا كون المرأة الجزائرية تحب الجمال. (هادية معمري، 2021، ص189).

3-5 - الوظيفة الإعلانية: وهي وظيفة تسويقية لمختلف المنتجات والخدمات التسويقية التي تقدمها مختلف المؤسسات أو الأفراد للترويج لمنتجاتهم وعرضها على نطاق واسع محليا أو عالميا، حيث يستفيد صانع المحتوى من مميزات اليوتيوب كالمجانية والرأسمال الافتراضي الذي يدعم المحتوى وميزة المشاركة للاستثمار في توسيع نطاق إنتاجه وخدماته بفعل التسويق الإلكتروني في ظل التجارة الرقمية. وقد سجل موقع اليوتيوب من بين أعلى عدد مشاهدات للفيديوهات التي تنشر في موقع فيديو إعلاني لشركة الملابس الرياضية نايك "Nike" والذي ضم مجموعة من أبرز لاعبي كرة القدم بحيث سجل هذا الفيديو عدد مشاهدات تجاوز 98 مليون مشاهدة، إذا لم تستطع أشهر الإعلانات عبر وسائل الإعلام التقليدية أن تحقق نسبة مشاهدة كهذه. (وسام فاصل راضي، 2017، ص 223)

وهذا ما أكدته الكثير من الدراسات أهمها دراسة مروة صبحي. محمد بعنوان: "الاستراتيجيات التي يوظفها المؤثرون لتسويق المنتجات الجديدة عبر اليوتيوب واستجابة الجمهور نحوها" والتي ركزت على توظيف المؤثرين عبر فيديوهات اليوتيوب كاستراتيجية لجذب الجمهور، حيث جاءت النتائج كالتالي: هي تنوع أساليب التي يوظفها المؤثرون، كذلك تبيان أهمية التسويق بالمؤثرين في تكوين اتجاهات الجمهور المنتجات الجديدة وأهميتها في اشتراك المستهلكين في الاتصالات الإلكترونية، وهذا ما جعل موقع اليوتيوب من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في مجال التسويق بالمؤثرين حيث تتعدى القوة التأثيرية لليوتيوبرز أضعاف القوة التأثيرية للمشاهير التقليديين في التأثير على النوايا الشرائية للمستهلكين خاصة المتابعين للمؤثر. (المروة صبحي محمد، 2020، ص 31-39)

4- إيجابيات اليوتيوب:

- يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة مشاهدة في مرات عديدة وحسب الطلب: وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث حديث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن، وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في الذهن، ويؤثر في الآراء بشكل كبير على سبيل المثال مقاطع الفيديو الخاصة بأحداث 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية بما تحويه من مشاهد الدمار والقتل، فقد أتيح للملايين من الناس تكرار مشاهدة هذه الأحداث عبر اليوتيوب، مما ساهم في ترسيخ المقولات والإذاعات الأمريكية بحربها على الإرهاب وفي توفير أنصار ومؤيدين لها في البداية.

- إعطاء الإمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب: وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع والتأكد من اعتماد التعديل فورا. (علي خليل شعرة، 2014، ص 94)

- ضخامة مساحته التخزينية.

الفصل الأول _____ الإطار النظري لموقعي الفيس بوك واليوتيوب

- تنوع وغزارة مقاطع الفيديو من أي نوع: يضم موقع اليوتيوب أعداد كبيرة من المشتركين من جميع أقطار العالم وبالتالي يضم عددا هائلا من مقاطع الفيديو في معظم المجالات.
- سهولة تحميل ومشاهدة مقاطع الفيديو: من السهل تحميل مقاطع الفيديو ومشاهدتها موقع اليوتيوب يتمتع بواجهة محببة للمستخدم تجعل كما يمكن نشر بعض الإعلانات في بداية بعض مقاطع الفيديو.
- سهولة ربطه بالمواقع والمدونات الإلكترونية.
- تنوع وتعدد مستخدميه.
- مجانية الموقع وكثرة خياراته ومواده.
- الموقع الأكثر زيارة عالميا وهو يتربع على المركز الأول عالميا منذ سنتين. (المروة عصام صلاح، 2015، ص 209)

5- سلبيات اليوتيوب:

- إمكانية اختراقه من قبل بعض الأشخاص أو الجهات وتعطيل ما يحمله من أفلام ومحاضرات، بل قد تم بث برامج تعارض وتناقض الهدف الأساسي من الموقع كأن: يتم اختراق موقع إسلامي ويبث فيه أفلام ومشاهد تتعارض مع قيم أخلاق الإسلام وشريعته.
- قيام بعض الدول بحجب الموقع: بحيث تم منع فائده عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر مالا ترضى عنه الدول، كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب.
- معلومات مضللة: نادرا ما تخضع مقاطع الفيديو المنشورة على الموقع للمراقبة المسبقة والتدقيق، وقد يحدث ذلك في وقت لاحق وبحلول ذلك الوقت يكون الضرر قد حدث بالفعل، ولكن موقع اليوتيوب لا بالتأكيد على مقاطع الفيديو التي تحتوي على عنف حقيقي أو ممارسات غير أخلاقية ذات علاقة يسمح بالجنس أو المخدرات، ومع ذلك ينشر عدد من المستخدمين مقاطع فيديو من نفس المحتوى، مما يجعل من الصعب للغاية رؤية كيف يخطط موقع اليوتيوب للتعامل مع هذا الأمر.
- موافقة الوالدين والقاصر: اكتشف موقع اليوتيوب أن بعض مستخدميه وخاصة القصر يقومون بتحميل المحتوى مباشرة على المنصة، ووجد أن بعض المحتويات المحملة تتم دون موافقة الوالدين، وهذا يمثل مشكلة لكل من موقع اليوتيوب والقاصرين ذو الصلة ولهذا السبب يقوم اليوتيوب بتحديث صفحة شروط الخدمة الخاصة بهم وذلك لدرء المسؤولية القانونية (علي خليل شقرة، 2014، ص 95)
- عدم قدرة الموقع على مراقبة ما يتم نشره.

الفصل الأول _____ الإطار النظري لموقعي الفيس بوك واليوتيوب

- هناك نوع من العنف على بعض من أشرطة الفيديو على الموقع يسجلها المراهقون وغيرهم لنشره أو التفاخر بالاعتداء على البشر والحيوان.
- تحول الموقع لقناة لترويج الفضائح والإبتزازات خصوصا في المجتمعات المحافظة ذلك بنشر فيديوهات مخلة للآداب العامة. (صفاء بن صابرة وسهيلة لحلو، 2019، ص 46)

المبحث الثالث: أثر موقعي الفيس بوك واليوتيوب على التحصيل العلمي للطلاب الجامعي

ويرى بعض التربويين أن موقع الفيس بوك واليوتيوب وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدت في حل مشكلة تربوية تمثلت في افتقاد التعليم الإلكتروني للجانب الإنساني "تعليم جامد" لأنها أضافت الطابع الانساني الاجتماعي من خلال مشاركة وتفاعل العنصر البشري مع العملية التعليمية مما ساعد على جذب المتعلمين وزيادة الرغبة في التعلم. (عليا بنت الجندي، د ت، ص 5)

ويمكن لفيس بوك واليوتيوب أن يساهما في التحصيل العلمي للطلاب من خلال الخدمات التي يمكن له أن يوفرها ومن هنا تبرز أهميته الكبرى، وذلك انطلاقا من الأدوار العديدة التي تمكنه منها مميزاتة المختلفة والعديدة. وتتمثل في:

1- المجموعات:

تعتبر خدمة المجموعات التي يوفرها موقع الفيس بوك واليوتيوب أحد أهم الوسائل الناجحة في تعزيز التعليم، حيث للمعلم أو الطالب أن ينشئ مجموعة عبر الموقع خاصة فقط بطلاب فصل معين أو مادة تدريسية ما ويدعو الزملاء إليها، فهي تتيح الحوار والنقاش حول مواضيع لها علاقة بتلك المادة الدراسية أو أي موضوع كان. (سامية عواج، 2016، ص 124).

كما توفر هذه المجموعات فرصة تطوير مهني وأكاديمي لمنتسبيها أيضا الاشتراك بالمؤتمرات الحية والحوار مع الأكاديميين ومعرفة التطورات الأكاديمية الحاصلة في العالم والحصول على جديد الدوريات المتخصصة. وقد توصلت دراسة نورة الهزاني (2013) إلى أن الطالبات موفقات غالبا على أن الشبكات الاجتماعية هي فرصة لتكوين مجموعات ذات اهتمامات علمية مشتركة. (خالد منصر، 2015، ص 285)

2- تعزيز البحث العلمي:

وذلك من خلال اطلاع الطلاب على الكتب والمجلات والدوريات والبحوث العلمية والمقالات والمعلومات الإلكترونية من خلال وضع روابط الدخول إلى مراكز المعلومات ومحركات البحث المختلفة للحصول على أي مرجع موجود في المكتبات العالمية الموصولة بالإنترنت والحصول على ملخصات لهذه المعلومات أو المقالات كاملة يمكن تخزينها إلكترونيا، وهي تعد مكامنا مثاليا لإجراء البحوث، بسبب الوفرة الهائلة في مصادر المعلومات ويمكن الوصل إليها دون أي عناء. وفي هذا الإطار أكدت

دراسة (نورة الهزاني 2013) أن هذه المواقع تستخدم غالبا من أجل توثيق البحوث العلمية. (خالد منصر، 2015، ص 287)

3- نشر الاستطلاعات للدراسات الطلبة:

في الآونة الأخيرة انتشر ما يعرف بالاستطلاع أو الاستبيان الالكتروني الذي تعددت أنواع حسب شركات الاتصال، التي أتاحت مثل هذه الخدمات، وفي هذا المنحى عمد الطلبة الباحثون أو الطلبة الذين يعدون رسائل التخرج، إلى نشر استبياناتهم عبر الموقع في خطوة سهلت الكثير من العمل الميداني، حيث يتوجه الباحث مباشرة إلى عينته من خلال مجموعة تضمهم أو عبر ارسالها في رسائل خاصة للمعنيين بالدراسة، وبذلك أصبح موقع الفيس بوك واليوتيوب حقلًا لإجراء الدراسات دون أي جهد يذكر.

4- دعم التعلم التعاوني:

إن التعلم التعاوني ينقل الطلاب من العزلة إلى العمل الجماعي الذي ينسب فيه النجاح لكل أفراد المجموعة، ويحتوي موقع الفيس بوك واليوتيوب على مجموعة من الأدوات التي يمكن استخدامها للتعلم التعاوني، فيمكن من خلاله تقسيم الطلاب المجموعات وربطهم بمجموعات داخل الموقع أو صفحات معينة. وهذا ما توصلت إليه (barseghain,2010) في دراستها حول أن موقع الفيس بوك واليوتيوب يشجعان على التعاون حيث يمكن الطلاب من التحدث والعمل معا كما تمكنهم من عقد لقاءات اجتماعية خارج الفصول الدراسية، ويضيف (shaltry,2013) أن قوة الموقع تكمن في انشائه مجتمعا يتعلم فيه الطلاب بعضهم من بعض. وفي دراسة فرنسية (Panckhurst, 2009) وتوصلت إلى أن استخدام الشبكات الاجتماعية والويب (2.0) يمكن استخدامها بكفاءة في النواحي التعليمية من أجل تعلم تعاوني، وتحقق فاعلية عالية مادامت تتم في بيئة تربوية يشارك فيها المعلمون والطلاب وأولياء الأمور. (خديجة عبد العزيز إبراهيم، 2014، ص 420)

5- استضافة العديد من الاستراتيجيات في التدريس:

يعتبر موقعا الفيس بوك واليوتيوب منصة تعلم يمكن من خلالها استضافة الكثير من الاستراتيجيات الحديثة في التدريس، مثل التعلم القائم على المشروعات وحل المشكلات... وهنا تجدر الإشارة إلى تجربة قامت بها "ساره ريمانين" معلمة تاريخ في الولايات المتحدة حيث كانت تدرس طلابها بالطريقة التقليدية، عن طريق تكليف الطلاب بمشاريع ويقومون بجمع المعلومات وتجهيز عرض باور بوينت عن المشروع، ويعرضه أمام زملائه، فاستحدثت المعلمة طريقة "الفيس بوك" لعرض تسلسل

الفصل الأول _____ الإطار النظري لموقعي الفيس بوك واليوتيوب

الأحداث التاريخية فطلبت من كل طالب أن ينشئ صفحة على الموقع، وأن يختار شخصية تاريخية معينة ثم يقوم الطلاب بالبحث عن المعلومات حولها ويضعونها في صفحته الشخصية، بما في ذلك صورته الشخصية وعائلته حتى أن بعض الطلاب صور الميلاد والمنزل الذي تربت فيه الشخصية ... وبعد اكتمال المشاريع يدخل كل طالب إلى الصفحة التي أنشأها زملاؤه ويقدم تعليقا على ما ورد فيها من معلومات، حتى أصبح هناك كم كبير من النقاشات التي دارت داخل الصف الدراسي " وجاءت دراسة اسبانية لـ (أكيرو وآخرون 2011) حيث أقر (88.35%) منهم يفضلون التعليم عن طريق شبكات التواصل، ويرون أنها تعزز الأفكار الخاصة وتسهل العمل كفريق وتساعدهم على ابداء الرأي حول القضايا والمشكلات وتساعدهم على التنسيق مع زملائهم في الأنشطة التعليمية (خديجة عبد العزيز إبراهيم، 2014، ص 420)

وعليه يكون لابد من توظيف هذه التقنية في التعليم بالجامعات، لأنها تقوم بإعداد المتعلم الذي يجب أن يواكب التقدم التكنولوجي، وهذه الشبكات باعتبارها تمثل نوعية جيدة من الاتصال بين الطلاب وبعضهم البعض، وبينهم وبين عضو هيئة التدريس، وبالتالي لابد من دمجها في المناهج الدراسية وخاصة في جميع برامج اعداد المتعلمين. (خديجة عبد العزيز إبراهيم، 2014، ص 433)

الفصل الثاني:

الجانب التطبيقي للدراسة

لقد تطرقنا في الدراسة النظرية لأهم النقاط حول موضوع موقعي الفيس بوك واليوتيوب وأثرهما على التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين، ولتسليط الضوء أكثر على الموضوع قمنا بإجراء دراسة تطبيقية لمعرفة هذا الأثر لدى الطلبة، سنحاول في هذا الجزء إبراز الطريقة المستخدمة وكذلك من خلال عرض نتائج الوصف الاحصائي، وسيتم في هذا الفصل التطرق إلى:

المبحث الأول: عرض ميدان الدراسة والأدوات المنهجية للبحث

المبحث الثاني: التحليل الوصفي لعينة الدراسة وأدوات البحث

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشتها

المبحث الأول: عرض ميدان الدراسة والأدوات المنهجية للبحث

حيث يتم تقسيمه إلى ثلاث مطالب المطلب الأول لمحة تعريفية عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة المسيلة والمطلب الثاني بناء أدوات الدراسة والمطلب الثالث الأدوات الإحصائية.

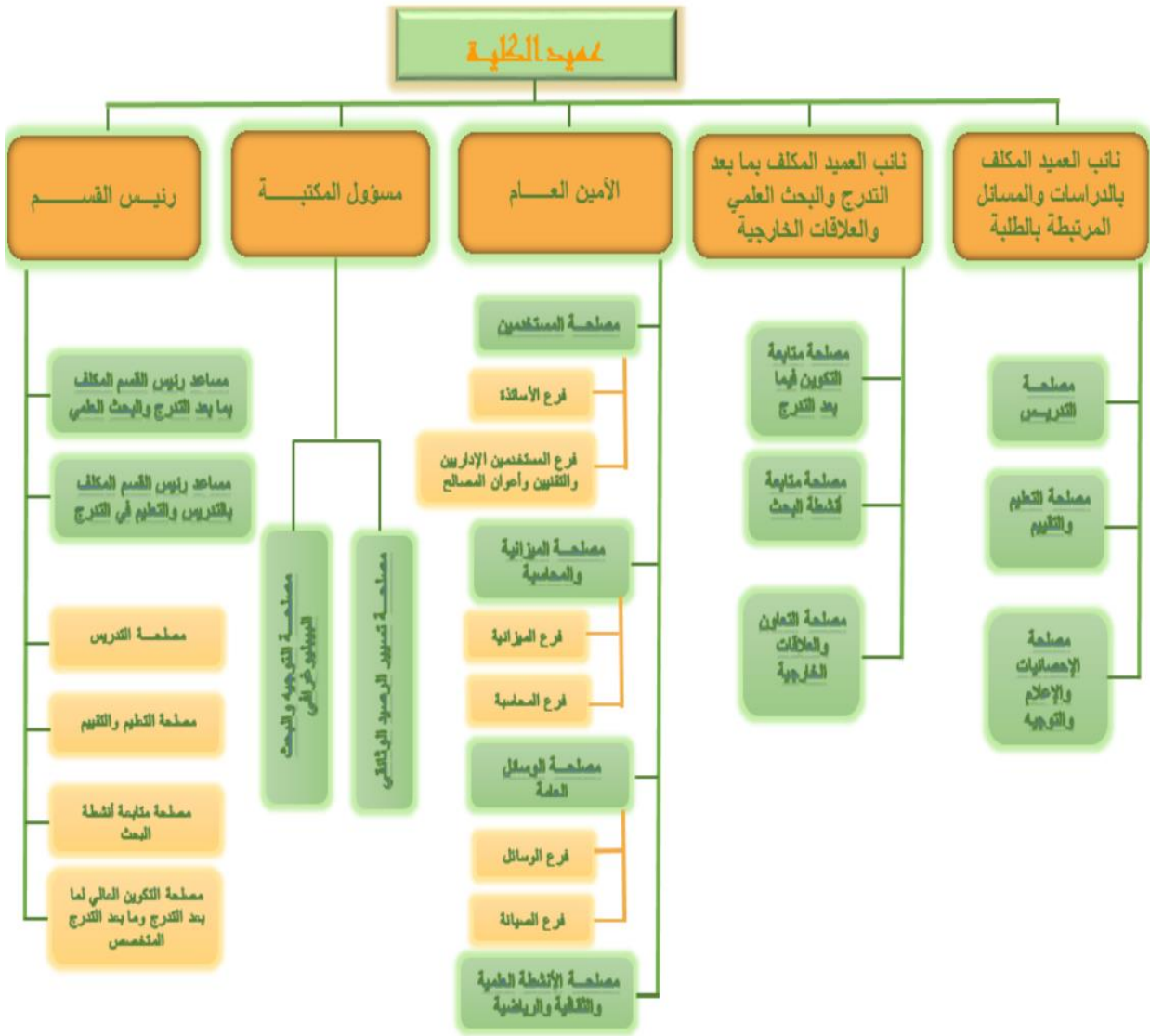
1- عرض ميدان الدراسة

1-1- نشأة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

بدأت كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير كبداية بسيطة في شكل قسم العلوم التجارية سنة 1988 من خلال فتح تخصصات: مالية ومحاسبة وضرائب في سنة 1992 تم إنشاء المركز الجامعي بالمسيلة، أنشأت الكلية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 274/01 المؤرخ في 30 جمادى الثانية عام 1422هـ الموافق ل 18 سبتمبر 2001 والمتضمن إنشاء جامعة المسيلة وتضم حالياً أربعة أقسام: قسم علوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، قسم علوم المالية والمحاسبة، قسم العلوم التجارية، توفر الكلية لطلبتها مجموعة من الهياكل منها مكتبة بها أكثر من 8000 كتاب، قاعة مطالعة 600 مقعد، 08 مدرجات، 06 قاعات تدريس، قاعة مخصصة لمناقشة الدكتوراه، كما عقدت الكلية العديد من الاتفاقيات التعاونية في مجال البحث العلمي مع بعض الكليات على المستوى الوطني والدولي لتبادل الخبرات والمعارف.

1-2- الهيكل التنظيمي

شكل رقم (01): الهيكل التنظيمي للكلية



المصدر: مصلحة المستخدمين بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

تمتلك كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير هيكل تنظيمي يتضمن توزيع المهام ما بين المصالح، والذي يتمثل في خمسة فروع (مصالح) كما هي موضحة في الجدول:

جدول رقم (01): فروع كلية الاقتصاد ومهامها

المهام	المصالح
تقوم بتسيير المسار المهني لكل التابعين للكلية بدءاً من التوظيف إلى مرحلة التقاعد ومراحل ترقبته	مصلحة المستخدمين
- تقوم بضمان تزويد المصالح المشتركة بالوسائل ومسك سجلات الجرد - تتفرع إلى: فرع الوسائل، فرع الصيانة، فرع العتاد، فرع المخزون	مصلحة الوسائل والصيانة
-تقوم بنشاط تنظيم المسابقات العلمية والرياضية للطلبة -تقوم بتكريم العاملات بمناسبة عيد المرأة	مصلحة النشاطات الثقافية والرياضية
-تقوم بتحضير ميزانية الكلية -تتولى تسديد الأجور (الساعات الاضافية، جور الصفقات).	مصلحة المالية والميزانية
-تحتوي على كتب لمختلف الاختصاصات موجهة للطلبة لتزويدهم بالمعلومات وتطويرهم -تقوم بمسك بطاقية الرسائل والمذكرات وتتكفل باقتناء المراجع والتوثيق	المكتبة

المصدر: مصلحة المستخدمين بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

احصائيات طلبة قسم علوم التسيير لكلية الاقتصاد جامعة المسيلة

جدول يمثل عدد طلبة قسم التسيير لكل السنوات والتخصصات لسنة 2022

جدول رقم (02) طلبة قسم التسيير سنة 2022

سنة 1 لسانس	سنة 2 لسانس	التخصصات	سنة 3 لسانس	سنة 1 ماستر	سنة 2 ماستر
288	374	إدارة مالية	22	64	41
		إدارة الاعمال	303	229	146
		تسيير عمومي	/	69	62
		إدارة استراتيجية	/	20	43
		إدارة الموارد البشرية	/	35	19
288	374		325	382	311
1680					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد الى معلومات من نائب عميد الكلية

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

من الجدول أعلاه نرى أن عدد الطلبة لمختلف السنوات متقاربة نوعاً ما حيث كان للمرتبة الأولى في عدد الطلبة للسنة أولى ماستر 382 طالب ثم يليها طلبة سنة ثانية لسانس بلغ عددهم 374 وبعدها يليها سنة ثالثة لسانس، سنة ثانية ماستر، السنة أولى لسانس بعدد الطلبة 325، 311، 288 على التوالي حيث بلغ مجموع طلبة قسم التسيير ب 1680 طالب مسجل للسنة الجامعية 2020-2023.

التخصصات الحالية لكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة المسيلة:

جدول رقم (03): تخصصات كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة المسيلة

الأقسام	التخصصات
قسم علوم التسيير	<ul style="list-style-type: none"> ✓ إدارة مالية ✓ إدارة أعمال ✓ إدارة استراتيجية ✓ تسيير عمومي ✓ إدارة الإنتاج والتمويل
قسم العلوم الاقتصادية	<ul style="list-style-type: none"> ✓ اقتصاد كمي ✓ اقتصاد دولي ✓ اقتصاد نقدي وبنكي ✓ اقتصاد التأمينات
قسم العلوم التجارية	<ul style="list-style-type: none"> ✓ تسويق ✓ تجارة دولية ✓ مالية وتجارة دولية ✓ تسويق مصرفي ✓ تسويق الخدمات
قسم العلوم المالية والمحاسبة	<ul style="list-style-type: none"> ✓ محاسبة ومالية ✓ مالية البنوك والتأمينات ✓ مالية وبنوك ✓ محاسبة وتدقيق ✓ محاسبة وتدقيق ومراقبة التسيير ✓ محاسبة وجباية معمقة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على موقع الكلية

2- بناء أدوات الدراسة

2-1- تعريف الاستبيان:

تم الاعتماد في دراستنا الحالية على أداة استمارة الاستبيان حيث تعتبر استمارة البحث من أكثر أدوات جمع البيانات استخداما وشيوعا في البحوث الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى الميزات التي تحققها هذه الأدوات سواء بالنسبة لاختصار الجهد أو التكلفة أو سهولة معالجة بياناتها إحصائيا، واستمارة البحث نموذج يضم أسئلة إلى المبحوثين من أجل الحصول على المعلومات يتم ملؤها مباشرة من طرف المبحوثين (فروخ، 2003، ص92)

2-2- أهميته في الدراسات الكمية:

يلعب الاستبيان دورا كبيرا في البحث العلمي بصفة عامة وفي الدراسات الكمية بصفة خاصة، وتأتي أهمية الاستبيان كأدوات لجمع المعلومات بالرغم مما يتعرض له من انتقادات، فهو اقتصادي في الجهد والوقت إذا ما قورن بالمقابلة والملاحظة، فالاستبيان يتألف من استمارة تحتوي على مجموعة من الفقرات يقوم كل مشارك بالإجابة عليها بنفسه دون مساعدة أو تدخل من أحد.

2-3- خطوات بناء استبيان:

بالاعتماد على الدراسات السابقة نذكر تم تحديد أهم العبارات التي تخدم موضوع دراستنا وعلى أساس ذلك تم بناء أداة الاستبيان وتصميمه وفق أهداف وفرضيات الدراسة. حيث يتكون الاستبيان في دراستنا من جزئين:

الجزء الأول: تضمن بيانات عامة الخاصة بمفردات العينة محل الدراسة مشتملة على: الجنس، المستوى الجامعي، مكان الإقامة

الجزء الثاني: ينقسم إلى ثلاث محاور:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفيس بوك واليوتيوب حيث بلغ عدد فقراته 06 عبارات.

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة لموقعي الفيس بوك واليوتيوب في التحصيل العلمي حيث بلغ عدد فقراته ككل إلى 09 عبارات.

المحور الثالث: الإشباع المحققة من استخدام الطلبة لموقعي الفيس بوك واليوتيوب في التحصيل العلمي حيث بلغ عدد فقراته ككل إلى 06 عبارات.

2-4- صدق الاستبيان:

من أجل التحقق من صدق الاستبيان باعتباره خطوة أساسية لمعرفة مدى صلاحية الأداة لجمع البيانات، قمنا بعرض أسئلة الاستبيان في صورته الأولى على الأستاذ المشرف نظراً لضيق الوقت وتركزت التوجيهات التي طرحها المشرف على ضرورة التقليل والحذف لبعض العبارات وإعادة صياغتها، إلى أن تم تصحيحها بالكامل وقمنا بتوزيع الاستبيان على الطلبة حيث كان هناك بعض الاستفسارات عن بعض العبارات وتم شرحها لهم وتتجسد أهم توجيهات المشرف فيما يلي:

- الجزء الأول: البيانات الشخصية:

- لم يتم التغيير أو التصحيح فيه.

- الجزء الثاني: المتكون من المحور الأول والمحور الثاني

- تغيير بعض المصطلحات.

- مراجعة إملائية.

- إعادة صياغة بعض الأسئلة.

- حذف بعض العبارات وتفكيك المركبة منها.

وبناء على الملاحظات والتوجيهات التي أقرها الأستاذ المشرف قمنا بإجراء التعديلات التي اتفقنا عليها لتكون الاستمارة في صورتها النهائية.

2-5- الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم إخضاع البيانات إلى عملية التحليل الإحصائي وتم الاعتماد على التكرارات والنسب المئوية لوصف أفراد عينة الدراسة وإجاباتهم على عبارات الاستبيان.

المبحث الثاني: التحليل الوصفي لعينة الدراسة وأدوات البحث

2-1- مجتمع وعينة الدراسة

2-1-1- مجتمع الدراسة:

ينكون مجتمع الدراسة من 1680 طالب بقسم علوم التسيير حيث أخذنا عينة عشوائية قدرت بـ 40 طالب، ووزع على الطلبة استمارة الاستبيان بشكل مباشر وتم استرجاعها كاملة. حيث تمت إدارة الاستبيان وفقاً للإحصائيات التالية:

جدول رقم (13): يوضح نسبة مجتمع وعينة الدراسة

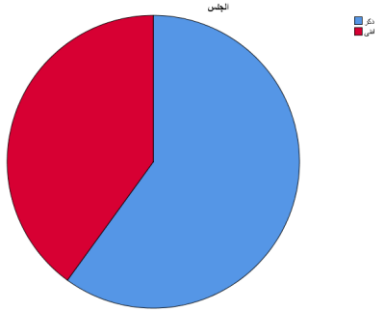
البيان	المجتمع	العينة	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات المسترجعة	الاستبيانات الصالحة للتحليل
العدد	1680	40	50	43	40

2-1-2- خصائص عينة الدراسة

-توزيع عينات الدراسة حسب متغير الجنس

لدراسة وتحليل توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير الجنس نستعرض الجدول التالي:

الجدول رقم (01) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	24	%60
أنثى	16	%40
المجموع	40	% 100

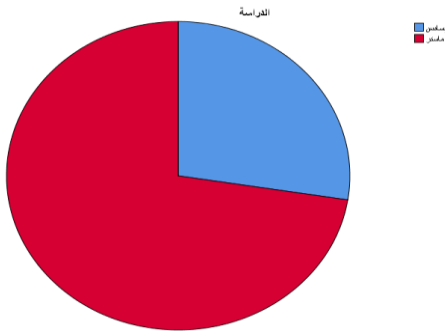
المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

يشكل الطلبة الذكور أغلبية مفردات العينة محل الدراسة بنسبة (60%) بالمقارنة مع نسبة الإناث التي شكلت نسبة (40%).

-توزيع عينات الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي

لدراسة وتحليل توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي نستعرض الجدول التالي:

الجدول رقم (02) توزيع عينات الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي



الدراسة	التكرار	النسبة
ليسانس	11	% 27.5
ماستر	29	%72.5
المجموع	40	%100

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه نجد أنه تشكل الفئة الذين لهم مستوى الماستر ما نسبته (72.5%)، في حين أن من لديهم مستوى ليسانس قدرت نسبتهم ب(27.5%).

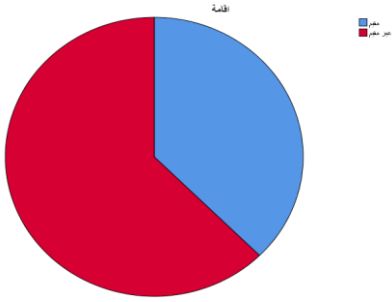
الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

- توزيع عينات الدراسة حسب متغير مكان الإقامة

لدراسة وتحليل توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير مكان الإقامة نستعرض الجدول

التالي:

الجدول رقم (03) توزيع عينات الدراسة حسب متغير مكان الإقامة



النسبة	التكرار	الإقامة
37.5%	15	مقيم
62.5%	25	غير مقيم
100%	40	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال نتائج الجدول نجد أن الطلبة غير المقيمين بالإقامات الجامعية قدرت نسبتهم (62.5%)

بينما نسبة الطلبة المقيمين بالإقامات الجامعية بلغت نسبتهم (37.5%)، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى الفترة الزمنية التي وزع خلالها الاستبيان.

2-2- التحليل الوصفي المحتوى الاستبيان

2-2-1- التحليل الوصفي لعبارات محور عادات وأنماط استخدام الفاسبوك واليوتيوب

السؤال الرابع: هل تستخدم الفيس بوك واليوتيوب؟

الجدول رقم (04) يبين نسبة استخدام الطلبة للفاسبوك واليوتيوب

النسبة	التكرار	الخيارات
77.5%	31	دائما
22.5%	9	أحيانا
0%	0	نادرا
100%	40	المجموع

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يستخدمون موقعي الفيسبوك واليوتيوب دائما بنسبة تقدر بـ 77.5%، بينما آخرين يستخدمونه أحيانا بنسبة تقدر بـ 22.5%، أما من يستخدمونه نادرا فقط بنسبة تقدر بـ 0%.

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

السؤال الخامس: في العادة ما هو معدل الساعات التي تقضيها في تصفح موقعي الفيس بوك واليوتيوب يوميا؟

الجدول رقم (05): يبين معدل ساعات استخدام الطلبة للفاسبوك واليوتيوب يوميا

الخيارات	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	1	2.5%
من ساعة الى 3 ساعات	6	15%
اكثر من ثلاث ساعات	33	82.5%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يستخدمون موقعي الفيس بوك واليوتيوب بأكثر من ثلاث ساعات بنسبة 82.5% بينما آخريين يستخدمونه من ساعة الى 3 ساعات بنسبة تقدر بـ 15%، أما فئة قليلة جدا من الطلبة يستخدمونه اقل من ساعة بنسبة تقدر بـ 2.5%. وهذا يبين أن أغلب الطلب تقضي ساعات طويلة في المواقع التواصل نظرا للإدمان الكبير عليها.

السؤال السادس: ماهي الفترات التي تستخدم فيها الفيس بوك واليوتيوب

الجدول رقم (06): يبين فترات استخدام الطلبة للفاسبوك واليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة
صباحا	9	22.5%
مساء	13	32.5%
ليلا	14	35%
حسب الظروف	4	10%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يستخدمون موقعي الفيس بوك ليلا بنسبة تقدر بـ 35%، بينما آخريين يستخدمونه مساء بنسبة تقدر بـ 32.5%، بينما آخرون من الطلبة يستخدمونه صباحا بنسبة 22.5% ثم من يستخدمونه حسب الظروف بـ 10%

السؤال السابع: في اغلب الأحيان اين تستخدم فيها الفيس بوك واليوتيوب"

الجدول رقم (07): يبين أين يتم استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة
منزل	10	25%
مقهى انترنت	0	0%
الجامعة	7	17.5%
الإقامة الجامعية	10	25%
أي مكان	13	32.5%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يستخدمون موقعي الفيسبوك واليوتيوب في أي مكان بنسبة تقدر بـ 32.5%، بينما آخرين يستخدمونه في الإقامة الجامعية بنسبة تقدر بـ 25% بالتساوي مع المنزل، أما أخيراً فيستخدمونه في الجامعة بنسبة 17.5%. حيث نلاحظ ان الطلبة الجامعيين يستخدمون الفيسبوك واليوتيوب في أي مكان لملء الفراغ وكون استخدام تلك المواقع ليس حكراً في مكان محدد.

السؤال الثامن: منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك؟

الجدول رقم (08): يبين مدة استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة
أقل من سنة	2	5%
سنة	5	12.5%
سنتين	11	27.5 %
أكثر من سنتين	22	55%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يستخدمون موقعي الفيسبوك حيث تحتل نسبة أكثر من ثلاث سنوات 55% بنسبة لمن يستخدمون الفيس بوك تليها لمن يستخدم الفيس بوك منذ سنتين بنسبة 27.5% تليها الافراد الذين يستخدمون الفيس بوك منذ سنة واحدة بنسبة 12.5% وأخيراً الافراد الذين يستخدمون الفيس بوك لأقل من سنة بنسبة 5%. حيث نلاحظ أن جل العينة يستخدمون الفيس بوك لسنوات عديدة نظراً لشهرة الموقع وعلم جميع الناس به.

السؤال التاسع: ماهي الوسيلة التي تستخدمها لتصفح موقعي الفيس بوك واليوتيوب؟
الجدول رقم (09): يبين وسيلة استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة
كمبيوتر محمول	12	30%
الكمبيوتر الثابت	6	15%
الهاتف الذكي	17	42.5%
اللوحة الذكية	5	12.5%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يستخدمون وسيلة الهاتف الذكي لتصفح اليوتيوب والفيسبوك بنسبة 42.5% الفيسبوك، تليها من يستخدمون الكمبيوتر المحمول بنسبة 30% لتصفح اليوتيوب والفيس بوك، ثم تليها من يستخدمون الكمبيوتر الثابت لتصفح بنسبة 15%، تليها من يستخدمون اللوحة الذكية لتصفح بنسبة 12.5% حيث نلاحظ تفوق الهاتف الذكي لاعتبارات عديدة كالخفة الهاتف وسهولة حمله في الجيب وسرعة البحث والتواصل التي يتيحها والاتصال بالشبكة

2-2-2- التحليل الوصفي لعبارات محور دوافع استخدام الطلبة لموقعي الفيس بوك واليوتيوب في التحصيل العلمي

السؤال العاشر: هل تستخدم موقعي الفيس بوك واليوتيوب بغرض؟

الجدول رقم (10): يبين غرض استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة
التسلية والترفيه	10	25
الدراسة	4	10%
إقامة علاقات	7	17.5%
التفاعل مع منشورات العلاقة بالتخصص	7	17.5%
التواصل مع زملاء الدراسة	8	20%
الانضمام الى مجموعات ذات علاقة بالتخصص	4	10%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يستخدمون الفيس بوك واليوتيوب لغرض التواصل مع الأصدقاء بنسبة 20% تليه من يستخدمون مواقع التواصل لإقامة علاقات بالتساوي

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

مع التفاعل مع منشورات العلاقة بالتخصص بنسبة 17.5% وأخيرا من يستخدمون مواقع التواصل والدرشة والانضمام الى مجموعات ذات علاقة بالتخصص بنسبة 10%، حيث نلاحظ أن أغلبية الطلبة الجامعيين تستخدم مواقع التواصل لغرض التواصل وبناء علاقات بدرجة الأولى.

السؤال 11: ماهي طبيعة المواضيع التي تستهويك أثناء تصفحك موقعي الفيسبوك واليوتيوب؟

الجدول رقم (11): يبين المواضيع التي تستهوي عند استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة
ثقافية رياضية سياسية	12	30%
اجتماعية دينية علمية	19	47.5%
اخرى	9	22.5%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول ان اغلبية الطلبة تستهويهم المواضيع الاجتماعية والدينية والعلمية بنسبة 47.5% تليها المواضيع ثقافية ورياضية وسياسية ب30% بينما آخرون تستهويهم مواضيع التسلية واللعب أو المواضيع الفنية كالمشاهير وكذا مواضيع فكاهية بنسبة 22.5% نلاحظ ان جل اهتمام الطلبة المبحوثين منصب على مواضيع الاجتماعية ودينية والعلمية خاصة المتعلقة بالأحداث اليومية وما يعايشه المجتمع بصفة يومية.

السؤال 12: هل تستخدم موقعي الفيس بوك واليوتيوب لأغراض دراسية؟

الجدول رقم (12): يبين نسبة استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب لأغراض دراسية

الخيارات	التكرار	النسبة
دائما	27	67.5%
أحيانا	8	20%
نادرا	5	12.5%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يستخدمون مواقع اليوتيوب والفيس بوك بصفة دائمة بنسبة 67.5% تليها من يستخدمونهم أحيانا بنسبة 20%، وأخيرا من يستخدمونه الى قليلا بنسبة 12.5%، حيث نلاحظ أن استخدامات الطلبة لموقعي الفيسبوك واليوتيوب هي استخدامات مفيدة كونهم يخصصونها للدراسة فعليا.

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

السؤال 13: هل استخدام موقعي الفيسبوك واليوتيوب يساعدك في تبادل المعارف مع زملاء الدراسة؟
الجدول رقم (13): يبين نسبة استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب في مساعدة في تبادل المعارف

مع الزملاء الدراسة

الخيارات	التكرار	النسبة
دائما	34	85%
أحيانا	3	7.5%
نادرا	3	7.5%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة استخداماتهم للفيسبوك واليوتيوب يساعدهم دائما في تبادل المعارف مع زملاء الدراسة بنسبة تقدر بـ 85%، بينما آخريين يساعدهم أحيانا بنسبة تقدر بـ 7.5%، بالتساوي مع من يساعدهم نادرا، نلاحظ ان نسبة كبيرة من طلبة استخدامهم للفيسبوك واليوتيوب يساعدهم على تبادل المعرف مع زملاء الدراسة بشكل كبير.

السؤال 14: استخدامك لموقعي الفيس بوك واليوتيوب يساعدك على متابعة مختلف التطورات في مجال تخصصك؟

الجدول رقم (14): يبين نسبة استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب في مساعدة في متابعة مختلف

التطورات

الخيارات	التكرار	النسبة
دائما	12	30%
أحيانا	15	37.5%
الى حد ما	8	20%
ابدا	5	12.5%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يساعدهم الفيس بوك واليوتيوب احيانا بنسبة تقدر بـ 37.5%، بينما آخريين يساعدهم أحيانا دائما بنسبة تقدر بـ 30%، تليه من يساعدهم الى حد ما بنسبة تقدر بـ 20% وأخيرا من يساعدهم بنسبة تقدر بـ 12.5%.

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

السؤال 15: هل تتشارك في دردشات جماعية مع زملائك في موقعي الفيسبوك واليوتيوب حول مناهج الدراسية؟

الجدول رقم (15): يبين نسبة مشاركة في دردشات الفيسبوك واليوتيوب مع الزملاء الدراسة

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	26	65%
لا	14	35%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يتشاركون الدردشة جماعية مع الزملاء بنسبة تقدر بـ 65%، بينما آخرين لا يتشاركون الدردشة بنسبة تقدر بـ 35%. نلاحظ وجود علاقات جيدة مبنية بين الطلبة في مواقع الفيس بوك واليوتيوب.

-إذا كانت اجابتك بـ: نعم ما هو موضوع الدردشات؟

مناقشة المحاضرات اليومية	8	20%
تحضير الدروس	11	27.5%
مناقشة البحوث والاعمال التطبيقية	4	10%
اخرى	3	7.5%

من خلال الجدول نلاحظ ان جل مواضيع الدردشة بين الطلبة تنصب في تحضير الدروس أولاً بنسبة 27.5% تليها مناقشة المحاضرات ليومية بنسبة 20% تليها مناقشة البحوث والاعمال التطبيقية بنسبة 10% وأمور أخرى بنسبة 7.5%

السؤال 16: استخدامك لموقعي الفيس بوك واليوتيوب في التحصيل الدراسي يكون بـ؟

الجدول رقم (16): يبين نسبة استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب في المساعدة في تبادل المعارف

الخيارات	التكرار	النسبة
التعليق	9	22.5%
الدردشة	13	32.5%
ابداء اعجاب	7	17.5%
مشاركة المواضيع	6	15%
التصفح	5	12.5%
المجموع	40	100%

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يكون استخدامهم للفيس بوك للتحصيل الدراسي يكون من خلال الدردشة بنسبة %32.5، تليه من يستخدمون الفيس بوك للتحصيل من خلال التعليق بنسبة %22.5، تليه من يستخدمون الاعجاب للتحصيل الدراسي بنسبة %17.5، تليه من يشاركون مواضيع بنسبة %15 وأخيرا من يستخدمون الفيسبوك للتحصيل الدراسي من خلال التصفح بنسبة %12.5.

السؤال 17: هل انت عضو في مجموعة أو مجموعات علمية ذات العلاقة بتخصصك؟

الجدول رقم (17): يبين نسبة انضمام الطلبة في مجموعات علمية خاصة بتخصصك

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	24	%60
لا	16	%40
المجموع	40	%100

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة أعضاء في مجموعة أو مجموعات علمية بنسبة %60 بينما الطلبة الذين ليسوا أعضاء في مجموعات علمية فيتمثلون نسبة %40 بالمئة حيث ان من اجابوا بنعم منظمون في نوادي كنادي البهجة وشباب توداي او مجموعات فيسبوكية ذات علاقة بتخصص تضم أعضاء ذلك التخصص، وسبب عدم الانضمام لتلك النوادي يبقى لأسباب ذاتية أو التردد أو عدم الثقة في النفس أو الاعتقادات الخاطئة لدى الطالب على أن تلك النوادي ماهي إلا للمرح واللعب.

السؤال 18: ما الدافع الذي يجعلك تفضل موقعي الفيس بوك واليوتيوب على بقية المواقع الأخرى

الجدول رقم (18): يبين نسبة تفضيل موقعي الفيسبوك واليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة
سهولة استخدام الموقع	16	%40
شهرة وشعبية الموقع	20	%50
مجانية الموقع	2	%5
الإخراج الجيد للموقع	0	%0
اخرى	2	%5
المجموع	40	100%

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يفضلون موقعي الفيس بوك واليوتيوب لشهرة وشعبية الموقع بنسبة 50%، تليها سهولة استخدام الموقع من طرف الطلبة بنسبة 40%، ثم كون الموقع مجاني وامور أخرى بنسبة 5%.

2-2-3- التحليل الوصفي لعبارات محور الاشباعات المحققة من استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك في التحصيل العلمي

السؤال 19: هل يساهم الفيس بوك في تحقيق ما تبحث عنه في المجال الدراسي؟

الجدول رقم (19): يبين نسبة مساهمة الفيسبوك واليوتيوب في تحقيق ما ابحت عنه

الخيارات	التكرار	النسبة
دائما	20	50%
أحيانا	5	12.5%
الى حد ما	15	37.5%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يساهم الفيس بوك في تحقيق ما يبحثون عليه في مجال دراستهم دائما بنسبة تمثل بـ 50%، تليها الطلبة الذي يساهم الفيس بوك في تحقيق ما يبحثون عنه أحيانا بنسبة تمثل بـ 12.5%، وأخيرا الطلبة الذي يساهم الفيس بوك الى حد ما في تحقيق ما يبحثون عليه بنسبة 37.5%.

السؤال 20: ماهي الاشباعات التي يحققها موقعي الفيس بوك واليوتيوب في تحصيلك الدراسي؟

الجدول رقم (20): يبين نسبة الاشباعات التي يحققها الفيسبوك واليوتيوب في تحقيق ما ابحت عنه

الخيارات	التكرار	النسبة
الحصول على المراجع العلمية	9	22.5%
التواصل مع الاساتذة	10	25%
تبادل المعلومات	9	22.5%
الحصول على اخر الدراسات العملية	5	12.5%
الاطلاع على مواعيد الامتحانات	7	17.5%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يحققون اشباعا بالتواصل مع الأساتذة بنسبة تقدر بـ 25% وتليها الاشبايع للحصول على المراجع العلمية وتبادل المعلومات بنسبة

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

تقدر بـ 22.5%، تليها الشباغ للاطلاع على مواعيد الامتحانات بنسبة 17.5%، وأخيرا إشباع الحصول على آخر الدراسات العلمية بنسبة 12.5%.

السؤال 21: هل تعتقد ان موقعي الفيس بوك واليوتيوب يساعدك في الحصول على معلومات متعلقة بتخصصك؟

الجدول رقم (21): يبين نسبة مساعدة موقعي الفيس بوك واليوتيوب في الحصول على معلومات متعلقة بتخصصك

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	32	80%
لا	8	20%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة اجابوا بأن موقعي الفيس بوك واليوتيوب يساعد في الحصول على معلومات متعلقة بتخصص بنسبة 80% أما الباقي فأجابوا بـ لا لا يساعد في الحصول على المعلومات بنسبة 20% - إذا كانت اجابتك ب لا هذا راجع الى؟

الخيارات	التكرار	النسبة
لا أتق في ما ينشر عبر هذا الموقع	3	7.5%
تتناول مواضيع بعيدة عن مجال الدراسة	3	7.5%
ناشرون غير متخصصون	2	5%

كانت الإجابات مقاربية حيث ذهب البعض الى أنه لا يثق فيما ينشر في هذا الموقع بنسبة 7.5% بالتساوي مع يتناول مواضيع بعيدة عن مجال الدراسة وآخرون يقولون أن الناشرون غير متخصصون بنسبة 5%

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

السؤال 22: ماهي اهم الاشباعات العلمية والمعرفية المحققة من خلال موقعي الفيس بوك واليوتيوب في تحصيلك العلمي؟

الجدول رقم (20): يبين نسبة مساهمة الفيسبوك واليوتيوب في تحقيق ما ابحت عنه

الخيارات	التكرار	النسبة
زيادة الرصيد العلمي والمعرفي	18	45%
انجاز البحوث العلمية	8	20%
الاطلاع على المستجدات في مجال الدراسة	10	25%
المساهمة في معالجة طرح القضايا العلمية	4	10%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة تتمثل اهم اشباعاتهم العلمية والمعرفية في زيادة الرصيد العلمي بنسبة 45%، تليها للاطلاع على مستجدات الدراسة بنسبة 25%، ويليها اشباع انجاز البحوث العلمية بنسبة 20% وأخيرا اشباع المساهمة في معالجة طرح القضايا العلمية بنسبة 10%.

السؤال 23: هل تثق في المضامين العلمية التي يقدمها موقعي الفيس بوك واليوتيوب؟

الجدول رقم (23): يبين نسبة مساهمة الفيسبوك واليوتيوب في تحقيق ما ابحت عنه

الخيارات	التكرار	النسبة
دائما	21	52.5 %
أحيانا	10	25%
الى حد ما	9	22.5%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يتقون في مضامين العلمية التي يقدمها موقعي الفيس بوك واليوتيوب دائما بنسبة 52.5%، تليه من يتقون أحيانا بنسبة 25%، وأخيرا من يتقون الى حد ما بنسبة 22.5%.

الفصل الثاني _____ الجانب التطبيقي للدراسة

السؤال 24: هل ترى ان هناك تفاعل للطلبة مع الجوانب الدراسية على موقعي الفيس بوك واليوتيوب؟
الجدول رقم (24): يبين نسبة التفاعل للطلبة مع جوانب الدراسة على موقعي الفيسبوك واليوتيوب

الخيارات	التكرار	النسبة
كبير	21	52.5%
متوسط	9	22.5%
ضعيف	10	25%
المجموع	40	100%

التعليق على الجدول: نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية الطلبة يرون ان هناك تفاعل كبير مع الجوانب الدراسية في موقعي الفيس بوك واليوتيوب بنسبة 52.5% يليه من يرون ان التفاعل ضعيف بنسبة 25% وأخيرا الطلبة الذين يرون ان التفاعل في مواقع الفيس واليوتيوب هو متوسط بنسبة 22.5%

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة

توصلت الدراسة الميدانية التي اجريناها على طلبة قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة المسيلة إلى مجموعة من النتائج أبرزها هي:

- كشفت دراستنا أن أغلب المبحوثين هم من جنس الذكور حيث قدرت نسبتهم بـ 60%.
- كشفت دراستنا أن طلبة طور الماستر هم أكثر أفراد العينة حيث قدرت نسبتهم بـ 72.5%.
- كشفت دراستنا أن أغلب أفراد العينة هم طلبة غير مقيمين بالإقامة الجامعية اذ قدرت نسبتهم بـ 62.5%.
- نتائج المتعلقة بعادات وأنماط استخدام الطلبة لموقعي الفيسبوك واليوتيوب.
- بينت دراستنا أن اغلب أفراد العينة يستخدمون موقعي الفيسبوك واليوتيوب بصفة دائمة بنسبة 77.5%.
- بينت دراستنا أن فئة كبيرة من أفراد من المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك واليوتيوب لمدة ثلاث ساعات فما فوق يوميا وقدرت نسبتهم بـ 82.5%.
- أن اغلب أفراد العينة يتصفحون حساباتهم بشكل غير محدد يوميا وكانت نسبتهم 73%.
- تبين من دراستنا أن الطلبة ليس لهم وقت محدد لفتح حسابهم على موقع الفيسبوك واليوتيوب ويفتحونه ليلا وجاءت نسبتهم هي 35%.
- توصلت نتائج هاته الدراسة الى أن أغلب المبحوثين يتصفحون موقع الفيسبوك واليوتيوب في أي مكان وقدرت نسبتهم بـ 32.5%.

- أكثر من نصف المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك واليوتيوب منذ أكثر من سنتين وجاءت نسبتهم 55%

- بينت دراستنا أن اغلب افراد العينة يتصفحون موقع الفيسبوك واليوتيوب عبر الهاتف الذكي بنسبة 42.5%

نتائج متعلقة بدوافع استخدام الطلبة قسم علوم التسيير لموقع الفيسبوك في التحصيل الدراسي:

- تبين لنا أن الطلبة يستخدمون موقع الفيسبوك واليوتيوب بدافع التواصل مع الأصدقاء فكانت نسبتهم 20%، كما يستخدمونه من أجل إقامة علاقات والتفاعل مع المنشورات بنسبة متساوية قدرت 17.5% على التوالي، وكذا بدافع الدردشة والانضمام إلى المجموعات بنسبة متساوية قدرها 10% على التوالي.

- توصلت النتائج أن افراد العينة سواء المقيمين أو غير المقيمين تستهويهم بشكل أكبر المواضيع الدينية والعلمية حيث قدرت نسبتهم بـ 47.5%، تليها المواضيع الرياضية والسياسية بنسبة 30%، وأخيرا المواضيع الأخرى بنسبة 22.5%.

- أكثر من نصف المبحوثين يعتمدون على موقع الفيسبوك واليوتيوب لأغراض دراسية بنسبة 67.5%، وذلك راجع لسهولة استخدامه ووجود صفحات ومجموعات ثرية بالمعلومات

- توصلت النتائج أن أغلب أفراد العينة دائما ما يستخدمون موقع الفيسبوك واليوتيوب لتبادل المعارف مع زملاء الدراسة حيث قدرت نسبتهم بـ 85%.

- توصلت النتائج أن أفراد العينة أن موقع الفيسبوك واليوتيوب يساعدهم على متابعة مختلف التطورات في مجال تخصصهم حيث قدرت نسبتهم 30% بصفة دائمة ونسبة 37.5% أحيانا.

- توصلت النتائج أن أفراد العينة يشاركون في دردشات جماعية مع زملائك في موقعي الفيسبوك واليوتيوب حول مناهج الدراسية حيث قدرت نسبتهم بـ 65%، حيث يكون محتوى الدردشات لتحضير الدروس بنسبة 27.5% و مناقشة المحاضرات اليومية بنسبة 20% ومناقشة البحوث والاعمال التطبيقية بنسبة 10%

- توصلت النتائج أن أفراد العينة يرون أن موقع الفيسبوك واليوتيوب يساعدهم في التحصيل العلمي من خلال الدردشة بنسبة 32.5% والتعليقات بنسبة 22.5%، إبداء الإعجابات بالمواضيع المنشورة والتفاعل معها بنسبة 17.5%، مشاركة المواضيع بنسبة 15% وأخيرا تصفح الصفحات والمنشورات بنسبة 12.5%

- توصلت النتائج أن أفراد العينة هم أعضاء في مجموعة أو مجموعات علمية ذات العلاقة بتخصصهم حيث قدرت نسبتهم 60%.

- توصلت النتائج أن أفراد العينة يفضلون موقع الفيسبوك واليوتيوب بسبب شهرتهما وشعبيتهما بنسبة 50%، أما نسبة 40% فيفضلون موقع الفيسبوك واليوتيوب بسبب سهولة الاستخدام، في حين نسبة 10% يفضلونهما بسبب مجانيتهما.

- توصلت النتائج أن أفراد العينة يرون أن موقع الفيسبوك واليوتيوب دائماً ما يساهم في تحقيق ما يبحثون عنه في المجال الدراسي بنسبة 50%.

- توصلت النتائج أن أفراد العينة حققوا إشباعاً كبيراً من خلال موقع الفيسبوك واليوتيوب في التحصيل العلمي حيث جاءت النسبة المتحصل عليها كالاتي: (25% للتواصل مع الأساتذة، 22.5% لكل من الحصول على المراجع العلمية وتبادل المعلومات، 17.5% للاطلاع على مواعيد الامتحانات، و12.5% للحصول على اخر الدراسات العملية)

- توصلت النتائج أن أفراد العينة يرون إشباعاً علمياً والمعرفية المحققة من خلال موقعي الفيس بوك واليوتيوب في تحصيلهم العلمي يكون من خلال زيادة الرصيد العلمي والمعرفي بنسبة 45% والاطلاع على المستجدات في مجال الدراسة بنسبة 25%، بالإضافة إلى انجاز البحوث العلمية بنسبة 20% وأخيراً المساهمة في معالجة طرح القضايا العلمية بنسبة 10%.

- توصلت النتائج أن أفراد العينة يتقنون في المضامين العلمية التي يقدمها موقعي الفيس بوك واليوتيوب بنسبة 52.5%.

- توصلت النتائج أن أفراد العينة يرون أن هناك تفاعل للطلبة مع الجوانب الدراسية على موقعي الفيس بوك واليوتيوب بشكر كبير حيث قدرت نسبتهم بـ 52%.

خلاصة الفصل:

من خلال هذه الدراسة الميدانية التي قمنا بها في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة المسيلة، والتي حاولنا من خلالها معرفة دور الفيسبوك واليوتيوب في التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين بالكلية محل الدراسة.

ومن أجل ذلك تطرقنا في بداية هذا الفصل إلى التعريف بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير من حيث النشأة والهيكل التنظيمي، ومصالح الكلية، وتقديم احصائيات لطلبة قسم التسيير. ثم تطرقنا إلى شرح الطريقة المتبعة في الدراسة والتعريف بالمجتمع المدروس والإجراءات التي تم اتخاذها للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة.

كما قمنا بالتحليل الوصفي لنتائج إجابات العينة المدروسة في مختلف محاور الاستبيان للخروج بنتائج عامة للدراسة.

الخاتمة





الخاتمة

من خلال دراستنا لهذا الموضوع الذي كان بعنوان أثر موقعي الفيسبوك واليوتيوب على التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين نستنتج أن معظم الطلبة يستخدمون موقعي الفيسبوك واليوتيوب بصفة دائمة كما أنهم يعتمدون عليه في تحصيلهم العلمي نظرا للصفحات والمجموعات الدراسية المتواجدة عليه وسهولة استخدام الموقعين أيضا ومجانيته وفي مقابل ذلك هناك من أثر عليه في التحصيل العلمي بشكل إيجابي مما ساهم في زيادة معارفه في مجال تخصصه، وهناك لم كان له أثر سلبي على تحصيله العلمي لأنه توجد به معلومات توضع وتكون خاطئة وغير صحيحة. وفي الأخير يمكن القول إن هذين الموقعين مثلما فيهما إيجابيات متعددة فيهما أيضا سلبيات لا تحصى إذا لم يستغل بالشكل الأمثل خاصة على المستوى التعليمي.

قائمة المصادر والمراجع





قائمة المراجع:

- 1) أحمد المهدي الزواوي، خيرة الزواوي (2018)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المقاصد السياحية الداخلية، "مدينة بوسعادة نموذجاً" مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد 06 المجلة 03
- 2) بدر الدين بن بلعباس (2011)، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر
- 3) بن جديدي سعاد (2016)، علاقات مستوى النرجسية بالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك لدى المراهق الجزائري" أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث (LMD) في علم النفس، تخصص علم النفس العيادي، قسم العلوم الاجتماعية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة
- 4) حارث عبود ومزهر العاني (2013)، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1
- 5) حسنين شفيق (2014)، مواقع التواصل الاجتماعي ادوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دط، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع،
- 6) حصة بنت عبد الكريم الزيد، أثر استخدام الانترنت على الفتيات في مجال الدعوة موقع اليوتيوب نموذجاً، دراسة ميدانية في منطقة البحرين، مجلة الجامعة الإسلامية، العدد 166
- 7) حليلة قادري (2015)، التواصل الاجتماعي، ط1، دار المنهجية لنشر والتوزيع، عمان
- 8) حنان، شعشوع الشهري (2014). أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر أنموذجاً، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز بجدة .
- 9) خالد غسان يوسف المقداد (2013)، ثورات شبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية على الوطن العربي والعالم دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، ط 1
- 10) خالد منصر (2015)، شبكات التواصل الاجتماعي كأوعية علمية (دراسة للمجموعات الاعلامية بموقع الفيسبوك مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة حماة لخضر الوادي
- 11) خديجة عبد العزيز إبراهيم (2014)، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعة صعيد مصر، مجلة العلوم التربوية، العدد 3، مصر
- 12) ريهام عاصم عديم (سبتمبر 2015)، اليوتيوب في الاستشهاد المرجعي بالإنتاج العلمي الأكاديمي، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف المجلد 2 العدد 3 مصر،



- 13) زاهر الغريب (1421هـ)، فكرة عامة عن شبكة الانترنت المركز العربي للبحوث التربوية، مصر، ط1
- 14) زكريا ابراهيم الدسوقي (أفريل 2017)، معالجة مقاطع اليوتيوب للقضايا الأقلية المسلمة في الدول العربية وعلاقتها بالصورة الذهنية للعرب عند المراهقين"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، العدد 10، مصر
- 15) سامية عواج، سامية تيري (2016)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التعليم عن بعد لد الطلبة الجامعيين ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الحادي عشر حول التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، طرابلس.
- 16) سعد بن محارب المحارب (2011)، الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، جداول للنشر والتوزيع، ط1، بيروت لبنان
- 17) سليمان بكر کران (2015)، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار الرياءة للنشر والتوزيع، عمان، ط1
- 18) صفاء بن صابرة وسهيلة لحو (2019)، دور وسائط الاتصال الجديدة الفيسبوك واليوتيوب في التغيير الاجتماعي لدى الشباب الجزائري، مذكرة ماستر قسم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل.
- 19) طاهر حسن أبو زيد (2012)، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين
- 20) عباس مصطفى الصادق، (2008)، الإعلام الجديد، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- 21) عبد الرزاق محمد الديلمي (2011)، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع
- 22) العبد الصادق حسن (2020)، استخدام الشباب البحريني للمقاطع الترفيهية على موقع اليوتيوب الإشباع المحققة، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق العدد 12 البحرين
- 23) علي خليل شعرة (2014)، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1،
- 24) عليا بنت الجندي (د ت)، فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحصيل العلوم والاتجاه نحو مجتمع المعرفة لدى طالبات الصف الثالث المتوسط بالمدينة المنورة، أطروحة دكتوراه منشورة قسم المناهج وطرق التدريس، جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية



- 25) فايز الشهري (شعبان-1422هـ)، استخدامات شبكة الانترنت في العالم الأمني العربي، مجلة البحوث الأمنية، كلية الملك فهد السعودية، العدد التاسع عشر
- 26) فهمي طلبه (د ت)، نحو الاستخدام الأمن لمواقع التواصل الاجتماعي، كلية الحاسبات والمعلومات، جامعة عين شمس.
- 27) كاظم المقدادي (2013)، الإعلام الدولي الجديد وتصدع السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 28) الماني عبد الرؤوف محمد أحمد (جانفي 2020)، خاصية البث المباشر الحي على اليوتيوب وأهميتها في ثراء الخريطة البرمجية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 19، مصر
- 29) المحمد الأمين أحمد عبد مرزوك الجنابي (د ت)، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل)، المركز الديمقراطي العربي برلين، ألمانيا
- 30) محمد منتصر (2013)، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 31) المروة صبحي محمد (2020)، الاستراتيجيات التي يوظفها المؤثرون للتسويق المنتجات الجديدة عبر اليوتيوب واستجابة الجمهور نحوها، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، العدد 54، مصر
- 32) المروة عصام صلاح (2015)، الإعلام الإلكتروني " الأسس وآفاق المستقبل"، دار الإعصار للنشر والتوزيع، الأردن، ط1
- 33) هادية معمري (2021)، استخدامات المرأة الجزائرية لاستثمارات اليوتيوب الإشباع المحققة، مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الشهيد حمة لحضر، الوادي، مج 05 العدد 1، الجزائر.
- 34) وائل مبارك (2010)، خضر فضل الله، اثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، مصر
- 35) وسام فاصل راضي (2017)، مهده حميد التصميمي الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، لبنان،
- 36) وسيم شفيق الحجار (2017)، النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي "واتس آب"، تويتر، دراسة قانونية مقارنة حول الخصوصية والحرية الشخصية والمسؤولية والاختصاص المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، جامعة الدول العربية، ط1، بيروت، لبنان،
- 37) يوسف خالد عمان المقدادي (2013)، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن

الملاحق



الملحق رقم 01 : استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص: إدارة استراتيجية

استمارة استبيان بعنوان:

أثر استخدام موقعي الفيس بوك واليوتيوب في تحسين مستوى التحصيل العلمي للطالب

الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة

أخي الطالب، أختي الطالبة: السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته وبعد، تتدرج هذه الاستمارة لمعرفة أثر استخدام موقعي الفيس بوك واليوتيوب في تحسين مستوى تحصيلكم العلمي، وذلك في إطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر - تخصص: إدارة استراتيجية، ولذلك فإن هذا البحث يركز على مدى مساهمتكم في الإجابة بكل صدق على أسئلة الاستمارة، كما نؤكد على أن إجاباتكم ستظل سرية ولا تستعمل إلا لأغراض علمية وشكرا على حسن تعاونكم.

ملاحظة: من فضلك ضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة لاختيارك

إشراف الدكتور:

قروش عيسى

إعداد الطلبة:

فهد لعواس

سباع عبد النور

السنة الجامعية: 2022-2023

بيانات عامة:

- 1-الجنس: ذكر أنثى
- 2-المستوى الجامعي: طور الليسانس طور الماستر
- 3- مكان الإقامة: مقيم غير مقيم
- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفيس بوك واليوتيوب.**
- 4- هل تستخدم الفيس بوك واليوتيوب؟ دائما أحيانا أبدا
- 5- في العادة ما هو معدل الساعات التي تقضيها في تصفح موقعي الفيس بوك واليوتيوب يوميا؟
أقل من ساعة
من ساعة إلى 3 ساعات
أكثر من ثلاث ساعات
- 6- في العادة ماهي الفترات التي تستخدم فيها الفيس بوك واليوتيوب؟
صباحا مساء ليلا حسب الظروف
- 7- في أغلب الأحيان أين تستخدم الفيس بوك؟
المنزل مقهى الانترنت الجامعة الإقامة الجامعية أي مكان
- 8- منذ متى وأنت تستخدم موقع الفيسبوك؟
أقل من سنة سنة سنتين أكثر من سنتين
- 9- ماهي الوسيلة التي تستخدمها لتصفح موقعي الفيس بوك واليوتيوب؟
الكمبيوتر المحمول الكمبيوتر ثابت الهاتف الذكي اللوح الذكي
- المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة لموقعي الفيس بوك واليوتيوب في التحصيل العلمي**
- 11- هل تستخدم موقعي الفيس بوك واليوتيوب بغرض؟
التسلية والترفيه
الدرشة
إقامة علاقات
التفاعل مع منشورات ذات العلاقة بالتخصص
التواصل مع زملاء الدراسة
الانضمام إلى مجموعات ذات العلاقة بالتخصص
- 12- ما هي طبيعة المواضيع التي تستهويك أثناء تصفحك موقعي الفيس بوك واليوتيوب؟
ثقافية رياضية سياسية
اجتماعية دينية علمية
- أخرى أذكرها

12- هل تستخدم موقعي الفيس بوك واليوتيوب لأغراض دراسية ؟

دائماً أحيانا أبدا

13- هل استخدامك لموقعي الفيس بوك واليوتيوب يساعدك في تبادل المعارف مع زملاء الدراسة؟

دائماً أحيانا أبدا

14-استخدامك لموقعي الفيس بوك واليوتيوب يساعدك على متابعة مختلف التطورات في مجال

تخصصك؟

دائماً أحيانا إلى حد ما أبدا

15-هل تتشارك في دردشات جماعية مع زملائك في موقعي الفيس بوك واليوتيوب حول المناهج

الدراسية؟ نعم لا

إذا كانت إجابتك " نعم " ما هو موضوع هذه الدردشات ؟

مناقشة المحاضرات اليومية

تحضير الدروس

مناقشة البحوث والاعمال التطبيقية

أخرى أذكرها.....

16-استخدامك للفيسبوك في التحصيل الدراسي يكون ب ؟

التعليق

الدردشة

ابداء الاعجاب

مشاركة المواضيع

التصفح

17- هل أنت عضو في مجموعة او مجموعات علمية ذات العلاقة بتخصصك؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك " نعم " أذكرها.....

.....

إذا كانت إجابتك " لا " ما هو سبب عدم الانضمام؟.....

.....

18- ما الدافع الذي يجعلك تفضل موقعي الفيس بوك واليوتيوب على بقية المواقع الأخرى؟

سهولة استخدام الموقع

شهرة وشعبية الموقع

مجانية الموقع

الإخراج الجيد للموقع

أخرى تذكر.....

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك في التحصيل العلمي

19- هل يساهم الفيس بوك في تحقيق ما تبحث عنه في المجال الدراسي ؟

دائماً أحياناً إلى حد ما

20- ماهي الإشباعات التي يحققها موقعي الفيس بوك واليوتيوب في تحصيلك الدراسي؟

الحصول على المراجع العلمية

التواصل مع الأساتذة

تبادل المعلومات

الحصول على آخر الدراسات العلمية

الاطلاع على مواعيد الامتحانات

-أخرى تذكر.....

21- هل تعتقد أن موقعي الفيس بوك واليوتيوب يساعدك في الحصول على معلومات متعلقة

بتخصصك؟ نعم لا

-إذا كانت الإجابة "لا" هذا راجع إلى:

لا أثق في ما ينشر عبر هذا الموقع

تتناول مواضيع بعيدة عن مجال الدراسة

ناشرون غير متخصصون

-أخرى تذكر.....

22- ماهي أهم الاشباعات العلمية والمعرفية المحققة من خلال موقعي الفيس بوك واليوتيوب في

تحصيلك العلمي؟

زيادة الرصيد العلمي و المعرفي

انجاز البحوث العلمية

الاطلاع على المستجدات في مجال الدراسة

المساهمة في معالجة طرح القضايا العلمية

-أخرى تذكر.....

23- هل تثق في المضامين العلمية التي يقدمها موقعي الفيس بوك واليوتيوب؟

دائماً أحياناً إلى حد ما

24- هل ترى أن هناك تفاعل للطلبة مع الجوانب الدراسية على موقعي الفيس بوك واليوتيوب؟

كبير متوسط ضعيف

المسيلة في:

رقم:/.....

إلى السيد:
العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
المسيلة

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء التريض الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة و بعد...

في إطار افتتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة: التخصص:
فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء تريضهم الميداني بمؤسستكم.
تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب.ت.و.ر.س.	الإمضاء
01	لحواس فهد	171735083998	109990352014220004	
02	سباع عبد المنور	181835048512	109981017009820008	
عنوان المذكرة: المسألة				
المشرف (الاسم و اللقب و الإمضاء)		هيئة التريض (الإمضاء والختم)		رئيس القسم (الإمضاء والختم)
د. فريحتي حسي		الأمين العام		الأمين العام

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

Université Mohamed Boudiaf a M'sila

Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion

Département:

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم:

تصريح شرقي

بالالتزام بمعايير الأمانة و النزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسقله:

الطالب (ة): السيد التور المولود(ة) بتاريخ: 1998 / 06 / 07 ب: (المسلك)
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: 982 000 8 الصادرة بتاريخ: 2017 / 06 / 09 عن: (المسلك)
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: تخصص: خلال السنة الجامعية: 2017 / 2018
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: "....."
.....
.....
أصريح بشرفي أني إلتزمت بمراعاة معايير الأمانة و النزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2018 / 06 / 07

التوقيع و البصمة

.....

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ