

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



أثر القنوات الغنائية على الشباب المراهق الجامعي (اليوتوب نموذجاً)

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

د. جدي قدور

إعداد الطالبة:

شريف فاطمة

دهيمي أسماء

السنة الجامعية: 2021-2022

الشكر والتقدير

أحمد الله عز وجل بداية على منه وكرمه وأشكره على
توفيقه لإتمام هذا

العمل

وإنجازه على هذا الوجه

وأقدم بخالص الشكر والامتنان لأستاذ الفاضل جدي قدور
على توجيهاته ونصائحه الثمينة وعلى وسعة أفقه .
والشكر لكل من ساعدني في إنجاز هذه المذكرة وأخص
بالذكر

كل من ساعدني لإتمام هذا العمل المتواضع بكلمة، بفكرة،
بمرجع .

الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى
وأجملنا بالعافية،

أتقدم بإهداء عملي

المتواضع إلى:

من أحسن إلي أبي العزيز.

وإلى من أنارت في قلبي حب العلم أُمي العزيزة.

وإلى كل الأصدقاء كبيرهم وصغيرهم.

وإلى كل من قدم إلي المساعدة سواء من قريب أو من بعيد.

ملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير القنوات الغنائية (اليوتيوب) على الشباب المراهق الجامعي -دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي، وقد تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات طبقت على عينة عشوائية قدرت بـ100 فرداً، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- بينت الدراسة أن غالبية الطلاب أكدوا في مجملهم أن المضامين الاجتماعية هي الأولى في استخدامهم للموقع وتوجههم له ثم المضامين العلمية ثم المضامين النفسية ثم الرياضية ثم الترفيهية السياسية ومضامين أخرى انحصرت في المضمون الثقافي أو الديني.

- جاءت التأثير من حيث الشعور النفسي أثناء استخدام الطالب لليوتيوب أن المتعة هي أولى الأشياء التي يحصدها نفسياً بنسبة 65% وباقي الرغبات النفسية بعيدة كل البعد عن حاجاته.

- حقق اليوتيوب من حيث مجمل التأثيرات وكميتها بالنسبة للطلاب بدرجة أحياناً بنسبة 78% أي أن رضا الطالب عليه ليس ممتازاً ولكن بنسبة عالية فهو أكثر من جيد.

الكلمات المفتاحية: اليوتيوب، الطالب الجامعي، التأثير.

Summary

The aim of the study was to identify the impact of YouTube on young adolescents in university - a field study on a sample of students of information and communication sciences at the University of Mesele. This study is part of descriptive studies. We have relied on the descriptive curriculum. The questionnaire form was used as a data collection tool for a random sample estimated at 100 individuals. The study reached the following results:

- The study showed that the majority of students in their entirety confirmed that the social content is the first in their use of the site and their orientation to it and then scientific, psychological, sports, political recreation and other contents limited to cultural or religious content.
- The effect in terms of psychological feeling during the student's use of YouTube was that pleasure is the first thing that he psychologically harvests by 65% and the rest of the psychological desire is far from his needs.
- YouTube has achieved in terms of overall effects and quantity for the student, sometimes with a score of 78%, i.e. the student's satisfaction with him is not excellent but a high percentage is more than good.

Keywords: YouTube, University Student, Influence.

فهرس المحتويات

الشكر والتقدير

الإهداء

ملخص الدراسة

- فهرس المحتويات

أ

مقدمة

الإطار المنهجي: إشكالية الدراسة ومدخلها النظرية والمنهجية

1- إشكالية الدراسة

- 4 1-1- تحديد الإشكالية
- 4 1-2- أسباب اختيار الموضوع
- 6 1-3- أهمية الدراسة
- 6 1-4. أهداف الدراسة
- 7 1-5. الدراسات السابقة
- 10 1-6. تحديد المفاهيم والمصطلحات
- 13 2- المدخل النظري للدراسة
- 15 3- الإجراءات المنهجية للدراسة
- 15 1-3. مجالات الدراسة
- 16 2-3. منهج الدراسة
- 16 3-3. أدوات جمع البيانات

الإطار النظري:

- 18 أولاً: الطالب الجامعي
- 18 1- مفهوم الطالب الجامعي
- 18 2- خصائص الطالب الجامعي
- 19 1-2- الخصائص الجسمية
- 20 2-2- الخصائص العقلية
- 21 2-3- الخصائص النفسية

22	4-2 الخصائص الاجتماعية
23	5-2- الخصائص الروحية
24	3- حاجات الطالب الجامعي
24	3-1- الحاجة إلى الأمن
25	3-2- الحاجة إلى الحب والقبول
25	3-3- الحاجة إلى التقدير الاجتماعي
25	3-4- الحاجة إلى تأكيد تحقيق الذات
25	3-5- الحاجة إلى الإنجاز والنجاح
26	3-6- الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي
27	ثانيا: موقع اليوتيوب
27	1- تعريف موقع اليوتيوب
27	2- الالتزامات عند التسجيل في موقع اليوتيوب
28	3- مميزات و عيوب موقع اليوتيوب
30	4- تأثير موقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت

الإطار التطبيقي

33	-تمهيد
34	7-1- تفرغ البيانات وتحليلها
46	7-2- النتائج النهائية للدراسة
59	- خاتمة
52	- قائمة المراجع
54	- قائمة الملاحق

مقدمة

الإعلام أصبح شيء مهم وضروري في حياتنا فمن المستحيل العيش بدونه وكل التطورات والتغيرات التي تحدث في مجال الإعلام ساعدت علي جعل العالم قرية صغيرة فوسائل الإعلام أصبحت الآن تؤثر على الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية في المجتمع، ولا يخلو أي منزل اليوم من وجود جهاز تليفزيون وذلك لما يحتويه من خصائص ومميزات كثيرة منها اعتماده على حاسبي السمع والبصر، فالصورة تعتبر عامل جذب وإثارة ولها تأثير كبير على الحواس الأخرى ويمكنها توصيل المعنى إلى المشاهد أسرع من الكلمة، فيمكن للتليفزيون أن يرسخ ويكسب بعض سلوكيات ومفاهيم وقيم أو يقوم بإلغاء بعض العادات والتقاليد والمفاهيم المتعارف عليها فهو يعتبر مصدر مهم للأخبار والمعلومات والترفيه والتسلية وأحد عناصر عمليات التنشئة الاجتماعية فالتليفزيون يبقى الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في الناس.

وشهد العالم العربي تطورات مهمة ومنها ظهور القنوات الغنائية التي انتشرت بصورة سريعة وأصبحت تنبت كالقطن وظهرت بأشكال مختلفة من حيث ملكيتها وأهدافها وتخصصاتها وتوجهاتها وبالرغم من الاختلاف بين القنوات وخاصة في اختيار برامج التسلية والترفيه بها فإنها تتفق على شيء واحد وهو الربح السريع والسهل.

فبدأت القنوات الغنائية بكافة أنواعها تتنافس مع بعضها البعض في تقديم أفضل ما لديها بأفضل التقنيات الموجودة للفت نظر الجمهور لها ولجذب أكبر عدد من المشاهدين، وذلك للاحتفاظ بمكانتها واستمرارها في ظل هذا الكم الهائل من القنوات الأخرى فكل قناة تضم أنواع مختلفة ومتعددة من البرامج.

ولكن هذه القنوات الغنائية لها سلبياتها ومخاطرها على الشباب المراهق الجامعي قليلي الخبرات الاجتماعية الذين مازالوا في مرحلة التكوين الفكري والثقافي، فهذه القنوات تتعارض مع قيمنا وعاداتنا وتقاليدنا الإسلامية لأنها تعتبر نسخة معربة من الغرب، وبالتالي سوف يتأثر الشباب المراهق الجامعي الذين يشاهدونها ثقافياً واجتماعياً وسوف ينعكس ذلك على سماتهم الشخصية وسلوكهم داخل المجتمع، فمثل هذه القنوات يكون هدفها في المقام الأول تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح المادي مستخدمه في ذلك كل وسائل الإغراء الممكنة وتقليد نمط حياة دول أخرى أجنبية لا تتشابه مع تقاليدنا وعاداتنا

مقدمة

العربية. فهذه القنوات تمثل اتجاه مؤثر بشكل خاص وهو ما يجعلها مثيرة للاهتمام فهي تمتلك قاعدة كبيرة من الجمهور ويمكن أن تؤثر على أعداد أكبر من المشاهدين، والمال الذي يجلب منها يعني أنها تمثل نموذجاً لشبكات تسعى إلى التكاثر

ولقد انشغل الإنسان منذ القدم بمحاولة فهم نفسه والتعرف على سماته الشخصية وكذلك معرفة طبيعة السمة وصفات كل شخصية يتم التعامل معها وكيف تتعامل هذه الشخصيات في كثير من المواقف التي تتعرض لها. وتوصلت العديد من الدراسات إلى طرق علمية نستطيع من خلالها التعرف على السمات الشخصية التي تكون سلوك الإنسان هذا السلوك الناتج من تفاعل مكونات اجتماعية وانفعالية ونفسية ومثل هذه القنوات تؤثر بشكل كبير على السمات الشخصية لمشاهديها وبالتالي سوف ينعكس ذلك على سلوكهم .

وبالتالي فالتغير والتطور الذي يحدث في برامج القنوات الفضائية وبخاصة برامج المسابقات الغنائية التي تعمل على تقديم مضمون يتنافى مع قيمنا وعاداتنا وتقاليدينا يؤدي إلى شعور الفرد بعدم انتماءه للمجتمع الذي يعيش فيه فينفضل وينعزل عن مجتمعه ويشعر بالاغتراب والقلق والتوتر وهو بداخله وبالتالي كل ذلك سوف ينعكس على سماته الشخصية .

من هذا المنطلق كانت أهمية إجراء هذه الدراسة للانتشار الكبير التي شهدته خريطة القنوات الفضائية لمثل هذا النوع من البرامج وذلك للتعرف على تأثير القنوات الغنائية على الشباب المراهق الجامعي.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

1-الاشكالية:

1-1-تحديد الإشكالية:

يشهد العالم تطورا ملحوظاً بحيث لا يتمكن الإنسان من مواكبة تطورات العصر في مجال تكنولوجيا الاتصال ولا سيما مع ازدياد عدد القنوات الفضائية ومنها العامة والمتخصصة إلى جانب الأنترنت. وازدياد التنافس بين المحطات في جذب الجمهور لتلقي مضامينها الإعلامية حيث أصبح من الصعب على الفضائيات الحفاظ على جماهيرهم في ظل الكم الهائل من القنوات الموجهة.

كما أنه لوسائل الاتصال دور مهم في الاهتمام بالفن والغناء والموسيقى، وتكمن هذه الأهمية في أنها إحدى وظائف العملية الاتصالية المتمثلة في الوظيفة الترفيهية، حيث تقوم الوسيلة الاتصالية بتسليّة الجمهور المتلقي، من خلال بث رسائلها المتنوعة.

وتبرز أهمية القنوات الغنائية في هذا المجال، بإفراح الوقت أمام الجمهور للتعرض إلى كل ما يلي حاجاتهم النفسية، بعد أن انغمرت القنوات الفضائية ببث مضامين عامة ومتنوعة، أدت إلى تهميش الوظيفة الترفيهية. حيث يرى البعض من القائمين بالاتصال ومدراء المؤسسات الاتصالية، بأن الوظيفة الترفيهية أقل أهمية من الوظائف الاتصالية الأخرى المتمثلة في الإعلام والأخبار والتعليم...، لذا لم يتم تخصيص الوقت المناسب والمطلوب لها في بعض القنوات، وقد استطاع الإعلام مؤخرًا، أن يساهم في معالجة هذه المشكلة، وهناك اتجاه آخر، يشير إلى أن الوظيفة الترفيهية لا تقل أهمية عن الوظائف الاتصالية الأخرى.

وقد شهدت الساحة الإعلامية العربية في العقد الأخير من القرن الماضي نوعية جديدة من الأغاني، عرفت بأغاني الفيديو كليب تذاع بشكل كبير في القنوات الغنائية، وتزايد الاهتمام من جميع القنوات بهذه النوعية من الأغنيات، مما أدى إلى زيادة إنتاجها كي يلاحق منتجها الطلب الدائم عليها من القنوات - وخاصة اليوتوب-، مما أثر بشكل كبير في طبيعة إنتاج الفيديو كليب، حتى إن بعض المحطات خصصت قنوات خاصة للفيديو كليب تقليداً للمحطات الأوروبية، وسعيًا وراء الربح.

وفي ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها المنطقة العربية في تنافس القنوات الفضائية الغنائية العربية والأجنبية للاستحواذ على اهتمامات الجمهور بشكل عام والشباب بشكل خاص، تزايد القلق من

جانب الباحثين في مجالات علم النفس وعلم الاجتماع واللغويات للحد من الخطورة التي يمكن أن تحدثها هذه القنوات على الشباب المراهق خاصة الشباب الجامعي الذين أصبحوا يرددون كلمات الأغاني ويقلدون النماذج الغربية التي تظهر بها، بعدما خرج مضمون معظم الأغاني عن الهدف الأساسي لها، وهو توصيل الأغنية من الكلمة واللحن إلى الجمهور، وأصبح يعطى الاهتمام الأكبر لعرض بعض المشاهد غير اللائقة أكثر من الأغنية أو الفن أو الطرب الذي صنع من أجله.

وفي هذا الإطار، تشير بعض الدراسات إلى أن الخطورة تكمن في إساءة استخدام الشباب المراهق الجامعي لهذه القنوات الغنائية، وظهور الشباب الجامعي بشكل لا يتلاءم وأخلاقيات المجتمعات الغربية، وأن هؤلاء الشباب قد يقلدون النموذج الغربي المقدم عبر أغاني الفيديو كليب في شكله وملابسه وثقافته باعتباره النموذج الأجمل الذي يجب أن يحتذى به، مما يهدد فقدان هوية الشباب الجامعي في ظل تيارات العولمة التي بدأت تغزو المجتمعات العربية عامة والمجتمع الجزائري بصفة خاصة.

وفي ضوء التزايد الكبير في انتشار القنوات الغنائية والاعتماد الكبير على وسائل الإعلام في شتى المجالات الحياتية، فإن فئة الشباب بشكل عام والشباب الجامعي بشكل خاص تعد من أكثر فئات المجتمع استخداما لها، وبالتالي أكثرهم تأثرا بالمضمون الذي تقدمه هذه القنوات للغنائية سلبا أو إيجابا، وعليه تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر القنوات الغنائية على الشباب المراهق الجامعي -اليوتوب نموذجا-. وبناء على ذلك تتلخص مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

ما مدى تأثير القنوات الغنائية على الشباب المراهق الجامعي؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات عدة وهي:

- ماهي عادات وأنماط استخدام الشباب المراهق الجامعي للقنوات الغنائية؟
- ما مدى مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الغنائية؟
- ما هي أكثر القنوات الغنائية التي يفضل الشباب المراهق الجامعي بجامعة المسيلة مشاهدتها؟
- ما أسباب أو دوافع مشاهدة الشباب المراهق الجامعي بجامعة المسيلة للقنوات الغنائية؟
- ما التأثيرات التي تحدثها القنوات الغنائية من وجهة نظر الشباب المراهق الجامعي بجامعة المسيلة؟
- ما هي الحلول للتقليل من التأثير السلبي للقنوات الغنائية من وجهة نظر الشباب المراهق الجامعي بجامعة المسيلة؟

1-2- أسباب اختيار الموضوع:

أ- الأسباب الذاتية:

- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق
- الرغبة الشخصية في الغوص في مجال القنوات الغنائية.
- الاهتمام والميل الشخصي للموضوع الذي تأتي من الأثر الكبير الذي تلعبه القنوات الغنائية على المراهقين الشباب خاصة منهم الشباب الجامعي.
- قلة الدراسات في هذا الجانب

ب- الأسباب الموضوعية:

- التعرف على أثر القنوات الغنائية على الشباب الجامعي 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 بالقنوات الغنائية خاصة فئة الشباب الجامعي.

1-3- أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوعها، بحيث نجد أن هناك تغلل كبير للقنوات الغنائية بين أفراد المجتمع عامة والشباب الجامعي خاصة انطلاقا من سهولة استخدامها دون بذل جهد، وهذا لا يتطلب سوى هاتف نقال بفتح هذه القنوات والاطلاع على محتوياتها.

كما أن دراستنا تكمن في معرفة الإشباع التي تحققها القنوات الغنائية، ومدى تأثيرها على أفراد المجتمع الجزائري خاصة فئة الشباب الجامعي منهم كون مرحلة الشباب باعتبارها من أهم المراحل التي يمر بها الفرد ويكتسب فيها خبرات ومعارف جديدة وتتلور فيها الاتجاهات والأفكار والقيم والمعتقدات التي تشكل وتوجه سلوك الشباب الذين يشعرون بواقعية المضمون المقدم لهم، وبالتالي فهم فئة مستهدفة لمثل هذه القنوات.

بالإضافة كذلك لأهمية دراسة القنوات الغنائية وبخاصة التي تم استنساخها من الدول الأجنبية وتعريبها وإذاعتها في الدول العربية باعتبارها ظاهرة انتشرت في الآونة الأخيرة وجذبت عدد ليس بالقليل من المشاهدين وخاصة الشباب الجامعي سواء كان مشاركا فيها أو مشاهدا لها، كل هذا من أجل إفادة الباحثين بالنتائج المتوصل إليها من إحصائيات ومعلومات دقيقة حول أثر القنوات الغنائية على فئة الشباب الجامعي.

1-4- أهداف الدراسة:

تسعى هذا الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على حجم تعرض الشباب الجامعي بجامعة المسيلة للقنوات الغنائية.
- التعرف على أهم القنوات الغنائية التي يفضل الشباب الجامعي بجامعة المسيلة مشاهدتها.
- التعرف على دوافع مشاهدة الشباب الجامعي بجامعة المسيلة للقنوات الغنائية.
- التعرف على التأثيرات التي تحدثها القنوات الغنائية على الشباب الجامعي بجامعة المسيلة.
- التعرف على الحلول للتقليل من التأثير السلبي للقنوات الغنائية على الشباب الجامعي بجامعة المسيلة.

1-5- الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

دراسة مُجَّد التي أجريت في مصر عام (2004) وحاول الباحث فيها التعرف إلى استخدامات الشباب الجامعي المصري للفضائيات الغنائية وما تحققه لهم من إشباعات مستخدما الأسلوب المقارن بين ثلاث جامعات مصرية هي: المنيا، والقاهرة، وجامعة 6 أكتوبر. وأثبتت نتائج دراسته ارتفاع معدلات مشاهدة القنوات بين طلاب الجامعات الثلاث لصالح جامعة 6 أكتوبر بنسبة 100%، تلتها جامعة القاهرة بنسبة 90%، فجامعة المنيا بنسبة 78%، ولم تثبت نتائج دراسته عند اختبار الفروض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الوسيطة كالسن والتخصص والنوع ومشاهدة الفضائيات الغنائية، كما لم يثبت وجود فروق بين المتغيرات الوسيطة والإشباعات المتحققة فيما يتصل بمتغير التخصص، في حين تبين أن ثمة فروقا تتصل بمتغير السن وبعض الدوافع النفعية.

وفي فلسطين أجرى أبو شنب دراسة عام (2004) ركز فيها على العلاقة بين الشباب الجامعي الفلسطيني وبرامج الترفيه والتسلية والأغاني المصورة، ومدى تأثير ذلك في القيم والعادات والهوية الفلسطينية، وقد أثبتت نتائج دراسته أن نسبة الذين يشاهدون القنوات الغنائية بلغت 67%، في حين بلغت نسبة الذين لا يشاهدون الأغاني المصورة 33%، كما أثبتت النتائج أن دوافع المشاهدة لا تؤثر في الواقع في الهوية الوطنية الفلسطينية، التي في معظمها ترى في الدوافع مجرد عادة أو إشغالا لأوقات الفراغ، والتسلية والترفيه والابتعاد عن المشاكل والهروب من الدوافع والإشباع و الفضول، وتبين من نتائج دراسته عند اختبار الفروض وجود فروق دالة إحصائية في درجة التأثير السلبية في مكان السكن وبخاصة سكان المخيم، وعدم وجود فروق في تأثير الأغاني المصورة في اهتمام الشباب بالانتفاضة حسب متغير الجامعة ومتغير مستوى المعيشة والجنس.

وفي عمان أجرى الرواس عام (2004) دراسة ميدانية على عينة عشوائية بلغت 400 مفردة من طلاب الجامعات العمانية بهدف التعرف إلى استخدامات هؤلاء الشباب للقنوات الفضائية الغنائية والإشباع المتحققة. وتبين من نتائج دراسته ارتفاع نسبة مشاهدة الطلبة للقنوات الغنائية، وتمثلت أهم الدوافع الطقوسية للمشاهدة في تمضية وقت الفراغ والشعور بالسعادة، ثم تقليد الأغاني الواردة في القنوات الغنائية، أما الدوافع النفعية فتمثلت في معرفة أغاني شعوب دول أخرى ثم تنمية الجوانب العاطفية عند المبحوثين وزيادة ارتباطهم بالناس والمجتمع. وعند اختبار الفروض تبين من نتائج الدراسة وجود ارتباط دال إحصائيا بين تعرض الشباب العماني للقنوات الغنائية والدوافع الطقوسية والنفعية لذلك التعرض، ووجود علاقة بين التعرض والإشباع شبة التوجيهية والتوجيهية والاجتماعية، بينما لم تثبت العلاقة مع الإشباع شبة الاجتماعية، وتبين كذلك عدم وجود فروق في معدل تعرض الشباب العماني للقنوات الغنائية وبين المتغيرات الديمغرافية كالنوع والسن والجامعة التي ينتمون إليها.

وفي منطقة الخليج أجرت مجلة ولدي عام (2004) استفتاء حول متابعة أغاني الفيديو كليب على عينة قوامها (122) مفردة من الآباء والأمهات، و (65) مفردة من الأبناء في ثلاث دول خليجية في الكويت والسعودية والإمارات، وقد أشارت النتائج إلى أن المتابعين للفيديو كليب معظمهم من المراهقين والأطفال وتتراوح أعمارهم من 13-18 سنة، وأن 92.3% يشاهدون الفيديو كليب

دائماً مقابل 7.7% % يشاهدونها أحياناً، وكانت دوافع مشاهدتهم مرتبة لجمال المغني أو المغنية أو الراقص أو الراقصة يليها كلمات الأغنية ثم الإثارة والتشويق.

وفي مصر أجرى جلال عام (2004) دراسة بهدف البحث عن أفضل الوسائل والسبل لتفعيل دور الأغنية العربية في التعبير عن الهوية العربية من خلال التعرف إلى ما تقدمه هذه الأغاني حالياً من أفكار وقيم ومضامين. وتبين من النتائج أن هناك اختلافاً في معدلات التغريب التي تشهدها الأغنية العربية المصورة باختلاف جنسية مطرب الأغنية وهناك علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل إذاعة الأغاني وطبيعة القيم الواردة فيها؛ إذ يزداد عرض الأغاني التي تروج للقيم السلبية، وهناك علاقة ارتباط إيجابية بين نمط البث ونوع الأغنية التي تقدمها القناة من حيث كونها تحتوي على إثارة عالية أو متوسطة أو محدودة.

وفي دراسة أجرتها الظاهري حول صورة المرأة في الأغاني الشبابية العربية الخليجية بالاعتماد على الأسلوب السميولوجي في تحليل الصورة جاءت النتائج لتؤكد تدني مكانة المرأة وصورتها كما تبرزها أغاني الفيديو كليب، فقد ظهرت المرأة العربية بملامح المرأة الغربية ونمط ملابسها، ومعظم المشاهد التي ظهرت فيها لا تمت للمجتمع العربي بصلة في محاولة لإقناع الجمهور بالنموذج الغربي الأجل الذي يهدد بفقدان المرأة لهويتها العربية في ظل تيارات العولمة التي بدأت تغزو المجتمعات العربية.

الدراسات الأجنبية:

من هذه الدراسات دراسة الشرمان و دومينك "Sherman and Dominick عام (1986) بهدف التعرف إلى أثر العنف والجنس في موسيقى وأغان الفيديو كليب وخاصة على قناة MTV؛ فقد تم تحليل 42 ساعة أغان بواقع 166 أغنية بمعدل 8.7 أغنية لكل ساعة، وقد تبين من النتائج احتواء تلك الأغاني على قدر كبير من العنف والجنس، وأحياناً يمتزجان معاً فيكون الجنس المصحوب بالعنف، كما ثبت احتواء هذه الأغاني على قدر كبير من الإثارة اللفظية وغير اللفظية.

وقد أجرى "بليه وزيلمان وويفر" Bleih, Zillman and Weaver دراسة عام (1991) بهدف معرفة محتوى الأفكار والقيم التي يتم الترويج لها في موسيقى الروك وأثرها في الشباب، وتكونت العينة من الشباب من سن 16-19 سنة، وقد تبين أن أغاني الروك تحظى بجاذبية خاصة لدى الجمهور نابعة من تراكم عناصر الإثارة فيها، لأنها تحتوي على قيم الخيانة والعنف والإثارة الحسية.

وهذا يساهم بشكل أو بآخر في الترويج لبعض القيم والأنماط السلوكية غير المرغوبة، كما تثير مشكلات متعلقة بالقيم والمفاهيم التي تروج لها.

وفي دراسة أجراها "هانسن وكرايجوسكى" Hansen and Krygowski | (1994) للتعرف إلى أثر موسيقى وأغاني الفيديو التي تحتوي على الجنس في المشاهدين، تبين أن أغاني الفيديو قادرة على إحداث حالة من الإثارة الجنسية حتى بالنسبة لهؤلاء الذين قد يصفونها بصفات غير إيجابية، وثبت حدوث الإثارة لجميع المبحوثين ولكن بدرجات متفاوتة، وكانت الإثارة لدى الإناث أكبر منها لدى الذكور.

وقد أجرى الماكز "Makris" دراسة عام (1999) حول العنف في الكليبات المصورة (على الإنترنت) لعينة من الأغنيات بلغ حجمها (789) أغنية مما تم بثه على ثلاثة مواقع إلكترونية، وخلص إلى انخفاض معدل مشاهد العنف في أغاني الفيديو كليب المبتوحة على الإنترنت، بما لا يزيد على 2.40% فقط من الوقت المخصص لأغاني الفيديو كليب في هذه المواقع، وأنها قد تركزت على الفيديو الخاص بموسيقى الراب والهارد روك.

1-6- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

هو ضبط المعنى المستخدم لها في البحث لأنه عادة ما نجد المصطلح الواحد أكثر من معني فيقوم الباحث بشرحه اللغوي من خلال قواميس وموسوعات علمية والمعاجم

1-القنوات الغنائية:

تعرف القنوات الفضائية بأنها استقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلية دجون تدخل من محطات الاستقبال الأرضية الكبيرة (المبرز، 2011)

ومن خلال هذا التعريف يمكننا تعريف القنوات الغنائية بأنها قنوات الموسيقى والمنوعات، وهي القنوات التي تبث مواد موسيقية تركز أساسا على الأغاني والكليبات المصورة مباشرة أو المسجلة، وتدخل هذه القنوات ضمن تصنيف الإعلام المتخصص وتطلق عليها تسمية القنوات المتخصصة كونها تبث الأغاني والموسيقى والفيديوهات فقط بهدف إشباع الجمهور. (جنار نامق حسن، 2019، ص

(905)

التعريف الإجرائي:

نقصد في دراستنا الحالية بالقنوات الغنائية هي القنوات التي تبث الأغاني والموسيقى والفيديو كليب المصورة أو المسجلة والتي يتعرض لها الشباب الجامعي بجامعة المسيلة والتي تبث عبر موقع اليوتوب.

2- الشباب الجامعي:

-لغة:

يرجع اصطلاحاً الفتوة إلى المجتمع العربي قبيل الإسلام و الفتوة معناها الشباب و قد اشتقت من كلمة فتى فقالوا : في أي صار شابا ، و قالوا :فتى في السن ، عند العرب هو الشباب اليافع إلا أن كلمة في أخذت من معنى أوسع الإسلام حيث عنى به الإنسان الكامل النبيل ، ذو المروءة ، الشجاع، الكريم ، كما استعمل الفتوة بمعنى و لان الشباب عنوان القوة (ابن منظور، 2003، ص 256). من حيث المعنى اللغوي من مادة شب أو شبيب، وهو جمع شاب، وأيضا الشبان والشابات و الشبيبة وتعني الحداثة، وهو خلاف الشيب، نقول شب الغلام ويشب شبابا وشبيبة، وامرأة شابة وهذا جميعه يؤدي إلى نفس المعنى.

-اصطلاحا:

تعرف مرحلة الشباب بالمرحلة التي يحدث فيها تغيير كمي ونوعي في ملامح الشخصية. (بدون مؤلف، د ت، ص 4)

إذن فالشباب مرحلة عمرية تبدأ في العادة بعد انتهاء مرحلة الطفولة والمراهقة و تنتهي في أواخر السنة الرابعة و العشرون. (عمر الرحال، 2006، ص 20)

وتمثل مرحلة الشباب فترة التحول الكبرى في حياة الإنسان من حالة طفولة واعتماده على غيره، إلى حال يتم فيها الاعتماد على النفس و اكتمال النمو الجسمي والعقلي والعاطفي. وعموما مرحلة الشباب حددها مؤتمر الشباب الأول في جامعة الدول العربية بالقاهرة عام 1969 انسجاما مع المفهوم الدولي - بأن مفهوم الشباب يتناول أساس من تتراوح أعمارهم بين 15-25 سنة المتفق عليه في هذا الشأن. غير أن ظروف العالم العربي وطبيعة الشخصية الشابة النامية فيه تستوجب تخصيص رعاية

متكاملة مرحلة الطلائع التي تسبق سن الخامس عشر وربما تفرض الظروف امتدادا هذه الرعاية إلى ما بعد الخامسة والعشرون وفق متطلبات الشباب في كل قطر عربي فحسب هذا التعريف فالشباب يضم الطلاب في المراحل الإعدادية و الثانوية والجامعية ومن مثلهم في قطاعات المجتمع العاملة". (لامية صابر، 2009/2010، ص27)

التعريف الإجرائي:

الشباب الجزائري الجامعي وهم الفئة العمرية من السن 18-25 سنة والذين يمثلون أكثر من 50% من المجتمع الجزائري. يمثل الشباب الجزائري فئة الشباب الذين يزاولون على تحصيلهم على مستوى الجامعات الجزائرية وفي دراستنا نقصد طلبة جامعة المسيلة.

3- اليوتوب:

- لغة:

كلمة مشتقة من كلمتين يو- تيوب أي وعاءك أن مفرد لكلمة أوعية الإلكترونية والضمير أنت لمخاطبة الفرد المتصفح والموقع عامة بعد كإعلام جديد وإلكتروني. (بارش لعور، 2016، ص18).

- اصطلاحا:

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني. (حساوي، 2016، ص9).

يقوم موقع اليوتوب على فكرة مبدئية: هي بث لنفسك أو ذع لنفسك يوضع هذا الشعار في الصفة الأولى وهو مكان في شبكة الأنترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي يتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية. (مصطفى صادق، 2008، ص276).

- التعريف الإجرائي:

هو إحدى المواقع التواصل الاجتماعي له شعبية كبيرة بين أفراد المجتمع خاصة فئة الشباب، يستخدم لمشاهدة مقاطع فيديو وغيرها ومشاركتها والتعليق عليها.

2- المدخل النظري للدراسة

النظرية: النظرية المعتمدة في الدراسة هي نظرية الاستخدامات الاشباعات

2-1- مفهوم نظرية الاستخدامات الاشباعات:

هي نظرية تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عوقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك الارتباط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون من وسائل الإعلام (المعجم العربي الأساسي، 1989، ص 206)

فروض النظرية:

يلخص كارتر وزملائه افتراضات هذه النظرية في النقاط التالية:

- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الجمهور (درويش، 2005، ص 20)

- هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد، يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم و بالتالي يختارون التي تشبع تلك الحاجات يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الوسائل فقط (بوزيان، 2010، ص 41)

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

ترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساساً في: حاجات معرفية أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام، حاجات عاطفية كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة

والفرح، حاجات اجتماعية وحاجات تحقيق الذات والحاجة إلى الترفيه، ويضاف إليها الحاجة إلى الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر، أما الدوافع فيقسمها روبن إلى فئتين هما: (لونيس، 2008، ص34)
أ-الدوافع الوظيفية (النفعية):

وتستهدف تفضية الوقت والتنفيس و الاسترخاء والهروب من الروتين اليومي والمشكلات ، يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الوسائل فقط (بوزيان، 2010، ص41)

دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

ترتبط دوافع استخدام وسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات منها الحاجة المعرفية أي الحاجة إلى الخبرة والمعرفة بشكل عام، حاجات عاطفية كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات والحاجة إلى الترفيه يضاف إليها الحاجة إلى الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر ونجد روبن قسم الدوافع إلى فئتين هما:

-الدوافع الطقوسية: وتستهدف تفضية الوقت والتنفس والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي

-الدوافع الوظيفية (النفعية): وتعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون لوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجاته من المعلومات والمعرفة

إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

ويفرق لورانس وينر بين نوعين من الإشباعات:

أ-إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي نوعين:

إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، وإشباعات اجتماعية يقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية

ب-إشباعات عملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة وهي نوعين: إشباعات شبه توجيهية وتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في برنامج التسلية والترفيه والإثارة، وإشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقة الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة (لونيس، د س، ص34)

نقد النظرية:

يبدو مما سبق أن هذه النظرية تقع على النقيض من النظريات التي تقدر تأثير وسائل الاتصال، ولأجل ذلك تلقت مجموعة من الانتقادات أكثرها شهرة هي التي أوردها ماكوبيل 1979: "تعتبر مقارنة نفسية جدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين (لوينس، د س، ص 34)

3- الإجراءات المنهجية للدراسة:

3-1- مجالات الدراسة:

أ-المجال البشري:

جميع الشباب الجامعيين الذين يتابعون القنوات الغنائية والذين يتشكل منهم مجتمع جامعة المسيلة، واخترنا أسلوب العينة القصدية بلغ عددها 50 طالبا من طلبة جامعة المسيلة.

ب- المجال المكاني:

اخترنا جامعة المسيلة محالا للدراسة بحكم الرغبة العلمية في اكتشاف أثر القنوات الغنائية على الشباب المراهق الجامعي، إذ تعتبر جامعة المسيلة من بين الجامعات التي تشهد في الفترة الحالية انتشارا واسعا لتعرض طلابها للقنوات الغنائية بشتى أنواعها.

ج- المجال الزمني:

امتدت الدراسة طيلة شهرين نظرا لأهمية الموضوع من جهة والصعوبات التي واجهتني أثناء الدراسة من أبرزها الوضع الصحي الذي تعاني منه البلاد المتمثل في وباء كوفيد 19 والذي عرقله عملية التواصل بالأشخاص المبحوثين المعنيين بالدراسة بسبب نظام التفويج المعتمد من قبل الجامعة، بالإضافة إلى عدم تجاوب بعض المبحوثين مع الأسئلة بحكم خصوصية المعلومات.

3-2- منهج الدراسة:

أ- المنهج الوصفي:

يستخدم ويقوم بجمع البيانات والمعلومات عن الظواهر والتحليل لهذه المعلومات والبيانات للوصول إلى استنتاجات تساهم في فهم الواقع وتطويره، وتتخذ الدراسات الوصفية عدة أنماط منها (التل، 2007، ص84)

ويرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها أو تحديثه أو استكماله أو تطويره (عبد الحميد، 1983، ص35).

ب- الدراسة المسحية:

هي الدراسات التي تقوم أو تحاول تحليل وتفسير وعرض واقع ظاهرة ما أو تحاول تحليل محتوى الوثائق للوصول إلى استنتاجات أو تعميمات تتعلق بالواقع أو وصف المهام والمسؤوليات المرتبطة بعمل أو وظيفة (عطوي، 2007، ص50)

تعريف العينة القصدية:

اعتمدنا في اختيارنا العينة القصدية وهي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك دون غيرهم، ولكون تلك الخصائص هي من الأمور المهمة للدراسة (مُجَّد، 1999، ص96). ولقد قمنا باختيار العينة القصدية نظرا لطبيعة دراستنا.

3-3- أدوات جمع البيانات:

أ- استمارة الاستبيان:

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)

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

أولاً: الطالب الجامعي.

1- مفهوم الطالب الجامعي:

هو ذلك الشخص الذي يمثل مرحلة هامة من مراحل العمر، ألا وهي مرحلة الشباب ، والتي عرفها مُجَّد علي مُجَّد " بقوله: " إن الشباب ظاهرة اجتماعية أساساً تشير إلى مرحلة تعقب مرحلة المراهقة، وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي واضحة، والطلبة الجامعيون من وجهة النظر العلمية التقليدية يمثلون " جماعة أو شريحة من المثقفين بصفة عامة، إذ يتركز المئات والألوف من الطلبة في نطاق المؤسسات العمومية. (مُجَّد علي مُجَّد، 1985 ، ص92)

و عرف " إسماعيل سعد " الطلبة على أساس الشباب وأن الشباب " فئة عمرية تشغل وضعاً متميّزاً في بناء المجتمع، وهي ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما أنها تكون ذات بناء نفسي وثقافي يساعد على

التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة، تعمل على تحقيق أهدافه وتطلعاته. (مُجَّد علي مُجَّد، 1985، ص92)

ويقصد بالطالب الجامعي في هذه الدراسة " ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية من الانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني، أو الفني العالي إلى الجامعة. الطالب الجامعي :هو ذلك الطالب الذي تحصل على شهادة البكالوريا(الثانوية) وعلى إثرها التحق بالجامعة لدراسة تخصص معين.

الطالب الجامعي هو من يمتلك قدرات ومهارات ومعارف تحصل عليها في فترة تكوينه بالجامعة وتسند له أهم العمليات التي تعقب النهوض بأمته (مُجَّد علي مُجَّد، 1985 ، ص92)

2- خصائص الطالب الجامعي:

إن الحديث عن خصائص مرحلة ما، معناه التطرق لمختلف التغيرات التي تحدث فيها، والتي تتميزها عن

بقية المراحل الأخرى في جميع الجوانب المختلفة، الجسمية، النفسية، العقلية، والاجتماعية ... ، وقد اهتم علم النفس بالتغيرات التي تطرا على سلوك الفرد عبر مراحل نموه الزمنية المختلفة، محاولاً وضعها في

إطارها الملائم من حيث التفسير والفهم، وبالتالي التنبؤ بمظاهر الاختلاف والتشابه بين الأفراد، وأسباب الاضطرابات التي يمكن أن تعترى مسار الارتقاء العقلي والانفعالي السليمين. (وفاء مُجَّد البرعي، 2002، ص 123)

2-1- الخصائص الجسمية:

يعتبر النمو الجسمي أهم جوانب النمو في هذه المرحلة، حيث يعتبر أدق مؤشر إن لم يكن المؤشر الوحيد لهذه المرحلة، ويشتمل على مظهرين من مظاهر النمو الفيزيولوجي التشريحي والنمو العضوي، والمقصود بالنمو التشريحي هو نمو الأجهزة الداخلية غير الظاهرة للعيان، التي يتعرض لها الطالب أثناء البلوغ وما بعده، ويشمل ذلك بوجه خاص نمو الغدد الجنسية، أما النمو العضوي يتمثل في نمو الأبعاد الخارجية للطالب كالطول، الوزن، العرض، والتغير في ملامح الوجه وغيرها من الظواهر التي تصاحب عملية النمو و التغيرات والتطورات الجسمية العامة، التي تحدث في هذه المرحلة تتأثر الخصائص الجسمية بكثير من العوامل الوراثية والبيئية والتي منها:

- انتقال الصفات الوراثية عبر الأجيال.

- الإفرازات الغددية وجنس الفرد.

- نوع التغذية ودرجة صحته. (وفاء - مُجَّد البرعي، 2002، ص 124)

و يكون في هذه المرحلة نمو العظام أسرع من نمو العضلات، وتنمو أعضاء التناسل كذلك نمواً سريعاً، ويزداد الطول زيادة طفيفة عند كلا الجنسين، ويكون الذكور أطول من الإناث بشكل واضح ويستمر كذلك فيما بعد، وتتضح النسب الجسمية الناضجة، وتعدل نسب الوجه وتستقر ملامحه، ويتضح تحسن في صحة الطالب .

كما يتم في هذه المرحلة بروز مظاهر النضج الحركي، حيث يقترب النشاط الحركي إلى الاستقرار والرزانة والتآزر، وتزداد المهارات الحسية والحركية بصفة عامة. ومن هنا يتضح أن هذه المرحلة تتميز بتغيرات عنيفة، وذلك في جوانب النمو الجسمي التكوينية والوظيفية.

يقترب من خلالها الطالب بأن يكون راشداً، إلا أن ذلك لا يمكن أن يكون عاماً، لأن هناك فروق كبيرة فيما بينهم، وعليه فإن ظهور تلك الخصائص قد يختلف فيما بينهم حسب طبيعة كل فرد و تبدو أهمية النمو الجسمي في الأثر الذي تتركه على سلوك الطالب، سواء من الناحية النفسية أو

الاجتماعية بسبب علاقة الطالب مع نفسه، وعلاقته بالآخرين، وكلها نتاج لتغير نظرة الطالب التي تنتقل بفضل التربية والاحتكاك بالآخرين، إلى بناء علاقة مع الذات ومع الآخرين لا يمكن فصلها عن بعضها البعض، وهذا ما يفسر لنا أن كل مجتمع له تربيته الخاصة النابعة من جذوره التاريخية، وانتمائه الحضاري وواقعه المعاش المتفاعل مع العوامل الداخلية والخارجية تتطور الحياة العقلية المعرفية للطالب تطوراً ينحوا نحو التمايز لإعداده للتكيف الصحيح مع بيئته المتغيرة والمعقدة و لهذا تبدو أهمية أو القدرات التي تؤكد الفروق الواسعة العريضة بين الأفراد المختلفين.

2-2- الخصائص العقلية:

إن الحديث عن الخصائص العقلية معناه الحديث عن الذكاء"، الذي يعتبر من أهم الموضوعات التي درسها علم النفس ، وتوجد عدة نظريات تقسّر التكوين العقلي والقدرات الفعلية لدى الطالب ، وكانت أقدمها الفكرة السائدة بين علماء النفس التي ترى أن الذكاء وحده لا يعدو يتمثل في القدرة العامة التي تقابل القدرات الخاصة، تم تغيرت هذه النظرة لينشأ عنها عدة نظريات تحاول تفسير الذكاء والنشاط العقلي بصورة عامة على أسس جديدة، و يمكن تحديد مميزات النمو العقلي لمرحلة الطالب الجامعي في النقاط التالية: (سليمان إبراهيم العسكري، 2006 ، ص 10)

- ظهور الميل العقلي فالميل والمجهود منفصلان تماما ويكمل كل منهما الآخر، فكلما كان ميل الفرد قويا نحو موضوع بعينه، كان المجهود المبذول منه أكثر لتحقيق هذا الموضوع وكان استعداده أقوى التقبل الأفكار والمعاني وتعلم المهارات الجديدة المتصلة بذلك الميل

- التأكيد على الاتجاه الذي يعرفه " البورت على أنه " حالة استعداد عقلي و عصبي تنتظم عن طريق الخبرة، وتؤثر بصورة دينامية على استجابة الفرد لكل الموضوعات والمواقف.

- تمايز العمليات العقلية: والمتمثلة في: عملية الإدراك، عملية التذكر، عملية التفكير، عملية التحليل.

وغالبا ما نجد أن الميول السائدة في مرحلة الشباب، أو لدى الطالب الجامعي تتنوع كما يلي:

1- الميل إلى القراءة: يتنوع الميل إلى القراءة ويختلف باختلاف الجنسين فعلى سبيل المثال:

- تميل الفتيات في مرحلة الشباب إلى قراءة القصص الرومانسية، التضحية، الخيال والعلاقات الإنسانية ثم الموضوعات الفكاهية. (وفاء محمد البرعي، 2002، ص 315-319)

- يميل الذكور في هذه المرحلة إلى قراءة قصص المخاطر والرحلات وتراجم العظماء والاختراعات الفضائية والخيال العلمي والبطولات الخارقة، ثم الرياضة وأخبار الأفلام، وقد يميل بعض الطلبة إلى البحث فيما وراء الطبيعة والموضوعات الفلسفية والقضايا العقائدية.

2- الميل إلى الاستماع والمشاهدة: تنوع وتختلف على اختلاف فئات الشباب، فبعضهم يميل إلى سماع الموسيقى الغربية والأغاني على اختلاف لغا، والبعض الآخر يفضل مشاهدة المسلسلات التاريخية والبطولية، بينما يميل البعض الثالث إلى متابعة أفلام العنف والمخاطر والخيال العلمي، ونجد بعض الفئات تلم بالأحداث الجارية وأخبار المجتمع السياسية والاقتصادية، ثم الموضوعات التعليمية والثقافية

3- الميل إلى المهنة في إطارها الاجتماعي: لا تتوقف ميول الشباب أو الطلبة في هذه المرحلة عند القراءة والمشاهدة والاستماع، بل تتعداها لموضوعات البيئة المحيطة الاقتصادية أو السياسية أو الدينية أو الرياضية، فنجد الطالب يتجه نحو الاهتمام بالجندية والألعاب الرياضية، حيث يميل إلى أن يصبح ضابطا أو نجما رياضيا أو لاعبا مشهورا، كما تتوق نفسه إلى إيجاد فرص عمل، أو استكشاف الواقع وإمكانية حصوله على عمل أو وظيفة شريفة. (زينب عبد الحفيظ فرغلي، 2002، ص55)

2-3- الخصائص النفسية:

إن التغيرات الجسمية والفسولوجية التي يمر على الطالب تؤثر على حياته النفسية والانفعالية، ويذكر حامد زهران أن مظاهر الانفعالات تظل قوية، حيث ينضج الميل نحو الجنس الآخر، ويميل الشباب إلى التركيز على عدد محدود من أفراد الجنس الآخر و من أبرز الخصائص النفسية والانفعالية للطلاب الجامعي ما يلي:

- اهتمامه بمظهره وشعبيته ومستقبله وميله للجنس الآخر، واتساع علاقاته الاجتماعية .
- الرهافة والتي تعني شدة حساسية الشاب الانفعالية وشدة تأثيره بالمميزات الانفعالية المختلفة، وذلك نتيجة للتغيرات الجسمية السريعة التي يمر في أول هذه المرحلة ولاختلال اتزان الغددي الداخلي. (وفاء محمد البرعي، 2002، ص 315. 319)

- الكآبة: يشعر الطالب في هذه الفترة بالكآبة والانطواء والحيرة، محاولا بذلك كتم انفعالاته ومشاعره عن المحيطين به، حتى لا يثير نقدهم ولومهم.

- التهور والانطلاق بحيث يندفع الشاب وراء انفعالاته وسلوكيات شديدة التهور والسرعة قد يلوم نفسه بعد أدائها، وتبدو علامة من علامات سداخته البريئة في المواقف العصبية، التي لم يألفها من وأيضا صورة من صور تخفيف شدة الموقف المحيط به، ووسيلة لتهدئة التوتر النفسي في مثل هذه المواقف الغريبة عليه.

- الحدة والعنف حيث يثور لأنفه الأسباب ويلجأ إلى استخدام العنف، ولا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية

- التقلب والتذبذب: يلاحظ ذلك حين يقع الشاب في موقف اختيار، نجده في مدي قصير يتقلب في انفعالاته ويتذبذب في قراراته الانفعالية، بين الغضب والاستسلام، وبين السخط الدائم والرضا، بين المثالية والواقعية، وهي كلها مظاهر لقلقه وعدم استقراره النفسي لما يصاحبه من تغييرات سريعة في النواحي الفسيولوجية ومتطلبات، وفشله في إشباع حاجاته النفسية والفسيولوجية.

2-4 الخصائص الاجتماعية:

يقصد بالنمو الاجتماعي ذلك التغير الذي يطرأ على عادات الفرد وقيمه واتجاهاته الاجتماعية، وعلى علاقته وتصرفاته مع الآخرين في هذه المرحلة، ويضيف حامد زهران أن النمو الاجتماعي هو النمو في الذكاء الاجتماعي والقدرة على التصرف في المواقف الاجتماعية والرغبة في توجيه الذات والسعي لتحقيق التوافق الشخصي والاجتماعي. (عبدالرزاق الله، 1987، ص 109-110).

وهذه الخصائص والمميزات تتمثل في:

- إحساس الشاب بذاتيته ورغبته الأكيدة في إثبات نفسه وسط الجماعة، وهو لذلك دائم القيام بأعمال تلفت الأنظار، كالملايس الغريبة، التحدث بلغة خاصة مع رفاقه، رفع الصوت أثناء الحديث، الدخول في مناقشات تفوق مستواه الثقافي وخبراته السابقة، يطيل الجدل في حوارات الموضوعات بعينها دون عقيدة أكيدة لديه بل حبة في أدلة.

- الرغبة في التحرر من سيطرة السلطة المتمثلة في الأسرة / الوالدين، ثم المعلمين والإدارة المدرسية، ثم الحرس الجامعي، الأمن في الشوارع العامة، ورغبته في اختيار هواياته وقراءاته وألفاظه وملابسه...

- الميل إلى الانضمام لجماعة من الرفاق يختارها مثل عمره، لأن في ذلك إرضاء لحاجاته النفسية والانفعالية، كالحاجة إلى التجانس مع الآخرين، الحاجة إلى الأمن والاستقرار، وهنا يحاول أن يقيد نفسه

بقيم ونظم وأهداف الجماعة، وأن يظهر بمظهرهم ويتحدث بلغتهم، حيث يشعر بالاحترام المتبادل وسطها.

- اتساع دائرة التفاعل الاجتماعي والاهتمام بالتودد إلى الجنس الآخر، مما يجعله يشارك في الندوات واللقاءات الثقافية والمسابقات الرياضية، والرحلات والمعسكرات، وينضم إلى جماعات خدمة البيئة والتبرع بالدم، مما يعكس رفضه للانعزالية والوحدة، فهو يجسد نفسه وسط الآخرين، مما ينمي رغبته في الاهتمام بمظهره ونظافته وحديثه وملابسه وأسلوب الحوار، وذلك لجذب الأنظار وكسب رضا وإعجاب الآخرين، محاولاً بذلك النفاذ إلى أعماق السلوك ويلائم بين الناس وبين نفسه الآخرين .

- البصيرة الاجتماعية: يستطيع الشاب من خلالها أن يدرك العلاقات القائمة بينه وبين أفراد اتمع، وأن يتلمس ببصيرته آثار تفاعله مع الناس، فهو دائم السعي وراء التأمل وربط العلاقات و يتأثر نمو الطالب الاجتماعي في هذه المرحلة بعدة عوامل (عبدالرزاق الله، 1987، ص 111).

- تأثير الثقافة في عملية التنشئة الاجتماعية، والتطبع الاجتماعي، سواء في ذلك الثقافة المادية وغير المادية، وكذلك تأثير الأسرة) حجم الأسرة، نوعية العلاقات الأسرية، المستوى التعليمي والثقافي للأسرة وجماعة الرفاق، والمؤسسة التعليمية ووسائل الإعلام.

2-5- الخصائص الروحية:

لقد دلت البحث العلمي أن الطالب بوصفه إنسان يمتاز من الناحية الدينية بأمرين، أما الأول فروح التنين، إذ أن التدين الحق الذي ينبعث من أغوار الفطرة الإنسانية لا يقع في عهد الطفولة، وإنما يظهر في عهد وفترة الشباب، عهد الحرية والاستقلال الفكري. و أما الثاني، فهو الحديث عن الحادث الديني الذي أثار اهتمام المربين منذ أقدم العصور، وهو أن هذا العصر هو عصر الشك في كل التقاليد، وتبعاً لذلك تتفق نتائج البحوث التي قام " استبارك كورجوس، هول " على حقيقة هامة، مفادها أن مرحلة الشباب تعتبر هي المرحلة التي يظهر فيها أكثر من كل ما عداها الشعور الديني الأصيل عند الطالب (عبد الرزاق الله ، 1987، ص 208 .)

وهذا لا ينكر أن شيئاً من هذا قد يحدث في مرحلة الطفولة أو المراهقة، لكن التفتح الديني القوي المنبثق من أغوار الفطرة الإنسانية، إنما يحدث في العادة في مرحلة الشباب عند كل الجنسين، وليس ثمة شك في أن هذه الظاهرة تحدث تأثير عوامل مختلفة، فالنمو الجسمي والعقلي والنفسي

والاجتماعي له في هذه الظاهرة أثارا لا سبيل إلى إنكارها، وإنما الشعور الديني يستيقظ حينما يحس وقع هذه العوامل، ومن الدلائل التي تبين ذلك، ما ذهب إليه علم النفس الديني، من أن ظاهرة الاهتداء والتحول إلى الدين يحدث أكثر ما يحدث ما بين العاشرة والخامسة والعشرين من عمر الإنسان، ففيها تحدث اليقظة الدينية في أعلى النسب وأكثر الأعداد، وتتضح من هنا أن هذه الحقيقة تشمل مرحلة الشباب.

وقد أجرى عبد الرحمن العيسوي بحثا عن الشعور الديني، حيث أعد مقاييس الشعور الديني والخلقي، وطبقه على عينة ضمت شبابا جامعيًا من الجنسين ومن النتائج المتوصل إليها ما يلي:

- معظم أفراد العينة لديهم شعور بالتسامح الديني، وقبول معتنقي الديانات الأخرى.

- الطلاب أكثر تدينا من الطالبات، سواء على مستوى العقائد والقيم أو على مستوى السلوك الديني.

- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين الاتجاه الديني والسلوك الديني، فكلما زاد إيمان الفرد بالقيم الدينية زاد سلوكه الديني قوة.

- معظم أفراد العينة يلمون بأركان الإسلام الخمسة، والطلاب أكثر إلماما بالمعرفة الدينية من الطالبات.

- الغالبية العظمى من أفراد العينة يؤمنون بقيم خلقية كالحق، والخير والصدق، ويوجد ارتباط موجب بين الدين والأخلاق.

3- حاجات الطالب الجامعي:

الحاجة هي الافتقار إلى شيء ما إذا وجد حقق الإشباع والرضا والارتياح للكائن الحي، والحاجة شيء ضروري إذ أن خصائص أية شخصية تتوقف عليها، وتنبع من حاجات الفرد، ومدى إشباعها، ولا شك أن معرفة حاجات الطالب الجامعي وطرق إشباعها، يضيف إلى قدراته مستوى أفضل للنمو بمختلف جوانبه ويجعله يتوافق مع بيئته، وأهم هذه الحاجات ما يلي: (كرم رضاء شباب بلا مشاكل، 2002، ص 28)

3-1- الحاجة إلى الأمن:

يحتاج الطالب الجامعي إلى الشعور بالطمأنينة، والأمن بالانتماء إلى جماعة الأسرة، إذ أنه يحتاج إلى الرعاية في جو أمن، يشعر فيه بالحماية من كل العوامل الخارجية المهددة، ويشعره بالأمن في حاضره ومستقبله، ويجب مراعاة الوسائل التي تشبع هذه الحاجات لدى الطالب، حتى لا يشعر بتهديد خطير

لكيانه مما يؤدي به إلى أساليب سلوكية قد تكون انسحابية أو عدوانية. و تتضمن هذه الحاجة ما يلي: الحاجة إلى الاسترخاء والراحة، الحاجة إلى الشفاء عند المرض والحاجة إلى المساعدة في حل المشكلات الشخصية.

3-2- الحاجة إلى الحب والقبول:

وتعتبر من أهم الحاجات الانفعالية التي يسعى الطالب إلى إشباعها فهو يحتاج إلى أن يشعر أنه محبوب وأنه مرغوب فيه، والطالب الذي لا يشبع هذه الحاجة فإنه يعاني من الجوع العاطفي، ويشعر أنه غير مرغوب فيه، ويصبح سيء التوافق مضطربا نفسيا.

3-3- الحاجة إلى التقدير الاجتماعي:

يحتاج الطالب إلى أن يشعر أنه موضع تقدير وقبول واعتراف واعتبار من الآخرين، وإشباع هذه الحاجة يمكن الطالب من القيام بدوره الاجتماعي السليم الذي يتناسب مع سنه، والذي تحدده المعايير الاجتماعية التي تبلور هذا الدور، وتلعب التنشئة الاجتماعية دورا هاما في إشباع هذه الحاجة. (كرم رضاء. 2002، ص 130)

3-4- الحاجة إلى تأكيد تحقيق الذات:

يحتاج الطالب إلى أن يشعر باحترام ذاته وتأكيدا لها، وأنه كفء ليحقق ويعبر عن نفسه في حدود قدراته وإمكانياته، وهذا يصاحب عادة احترامه للآخرين ويسعى دائما للحصول على المكانة المرموقة التي تعزز ذاته وتؤكد أهميتها، وهو هنا يحتاج إلى عمل الأشياء التي تبرز ذاته، كما يحتاج إلى استخدام قدراته استخداما بناء.

3-5- الحاجة إلى الإنجاز والنجاح:

يحتاج الطالب إلى التحصيل والإنجاز والنجاح، وهو يسعى دائما عن طريق الاستطلاع، الاكتشاف والبحث وراء المعرفة الجديدة حتى يتعرف على بيئته المحيطة به وحتى ينجح في الإحاطة بالعالم من حوله، وهذه الحاجة أساسية في توسيع إدراك الطالب وتنمية شخصيته

3-6- الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي:

في هذه المرحلة تنمو لدى الطالب الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي، ولنلبي هذه الحاجة وتحقق إلا بتكوين أسرة، على اعتبار أن الأسرة هي وحدة تمع التي يمارس أفرادها علاقات معينة، تؤدي إلى جو يسوده الانسجام والتآزر إن الحاجات السابقة، ليست مجرد أحوال جسمية ونفسية يشعر الفرد فحسب، بل هي دوافع للسلوك؛ بمعنى قوة دافعة وحافلة على العمل والنشاط وبذل الجهد لإشباعها وإرضائها، ويشارك الحاجات في صفة الدافعية كثير من المفاهيم النفسية الأخرى، كالرغبات، الحوافز والدوافع، فهذه جميعا تعبر عن القوى الديناميكية الدافعة للسلوك، وهي مرتبطة ببعضها البعض، فإذا ما تثير أي دافع من شأنه أن يمهد لظهور حاجة مناسبة له، وإذا ما تحرك الدافع وظهرت الحاجة المقابلة لهذا الدافع، فإنه من غير شك ستظهر الرغبة في كل ما من شأنه أن يرضي هذه الحاجة ويشبع ذلك الدافع. (سليمان إبراهيم العسكري ، 2006، ص.15)

ثانيا: موقع اليوتيوب

1- تعريف موقع اليوتيوب

يوتيوب: بالإنجليزية (YouTube) هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها عبر البث الحي (بدل التنزيل ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك). أسسه في 14 فبراير سنة 2005 م ثلاث موظفين سابقين من شركة "باي بال" هم تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم، في مدينة سان برونو، وكان يستخدم تقنية برنامج أدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، أما الآن فيعتمد تقنية اتش تي ام ال 5، ومحتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفاز، والموسيقى، وكذلك الفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها وهو حالا مزود بأكثر من ألفي موظف.

وفي أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google التوصل لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 1.31 مليار يورو، ويعتبر الموقع من مواقع ويب 2.0، و اختارت مجلة تايم الأمريكية موقع يوتيوب على الإنترنت كشخصية هامة عام 2006 لدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها في الموقع، يسمح يوتيوب لأصحاب المحتوى الحصول على المال من خلال جوجل أدسنس بوضع الإعلانات القابلة للتخطي.

تقترح واجهة يوتيوب نسخة محلية للمستخدم بناء على العنوان الذي يتصل منه، و في بعض الحالات تظهر رسالة "هذا الفيديو غير متاح في دولتك" بسبب قيود حقوق النشر أو محتوى غير لائق، و يعتبر موقع يوتيوب بحسب إحصائية موقع "أليكسا" ثاني أكثر المواقع شعبية في العالم حالياً بعد موقع جوجل Google. (ويكيبيديا، 2022)

2- الإلتزامات عند التسجيل في موقع اليوتيوب

ينبغي الموافقة على التزمات وقيود معينة على نوع المحتوى القابل للنشر وفي أي حال من الأحوال، يجب ألا تقوم بتحميل أي محتوى يحتوي على مواد يحظر القانون امتلاكك إياها أو يحظر استخدام يوتيوب لها، والعديد من القيود الواردة أدناه لا تزيد عن تلك التي يتوقعها المستخدمون في قوانين دولة ما الأخلاق والسلوك اللائق: يجب ألا يقوم المستخدمون بتحميل أي من المحتويات التالية:

- محتويات ذي طبيعة إباحية أو جنسية صريحة.

• المحتويات التي تشجع على الأنشطة الخطيرة أو غير القانونية، بما في ذلك تعليم صنع القنابل أو تعاطي المخدرات أو أية أفعال أخرى قد تؤدي إلى إصابات خطيرة.

• المحتويات التي تشتمل على عنف وقد يكون المحتوى ذو الأسلوب الوثائقي مقبولاً، إلا أن المحتوى الذي يهدف بشكل أساسي إلى أن يكون صادمة أو مثيرة أو غير محترم لا يعد مقبولاً.

• المحتويات التي تروج للعنف أو الكراهية ضد أفراد أو مجموعات بناء على سمات معينة كالعرق أو الدين. وفي الحالات التي يكون فيها مقطع الفيديو مقبولاً لكنه غير ملائم للمشاهدين الصغار، قد يطبق موقع يوتيوب القيود الخاصة بالعمر. _ التحرش وتشويه السمعة يحظر على المستخدمين القيام بأي سلوك عنيف أو المطاردة أو التهديد أو التحرش بالآخرين، وقد يشمل التحرش نسخ مخطط قنوات أي مستخدم، باستخدام أي اسم مستخدم مماثل أو انتحال صفة شخص آخر، وقد يتم منع أي مستخدم يقوم بهذه الأشياء منعا دائما من استخدام يوتيوب، كما يحظر أيضا إجراء أية اتصالات من النوع غير المرغوب به. (أشرف الدين بارش وصابر لعور، استخدام الطلبة الجزائريين لليوتيوب و الإشاعات المحققة منه ، (مجهول، 2016 ، ص 69)

- الإبلاغ عن المشكلات: يمكنك الوصول إلى مختلف المعلومات والأدوات المستخدمة في الإبلاغ عن المحتوى، وحتى يمكنك الإبلاغ عن أكثر من محتوى أو تقديم معلومات أكثر تفضيلاً يوفر يوتيوب أداة للإبلاغ، ويمكن استخدام هذه الأداة في الإبلاغ عن إساءة الاستخدام ، حيث يعتمد موقع يوتيوب على إبلغات مستخدميه في إبقاء أو حذف المحتوى الموجود على الموقع، بحيث تتم مراجعة المحتوى بعد الإبلاغ عنه، وفي حال وجود أية مخالفات الإرشادات الموقع (كنشر المقاطع الإباحية أو التي تحتوي مشاهد قاسية أو غير ذلك)، فيتم حذف المحتوى (https://support.google.com/youtube).

- الحقوق في المحتوى (مبدأ الاستخدام العادل) : هذا هو المنفذ الذي لا يجيد استخدامه الكثير من أصحاب قنوات يوتيوب وهو مبدأ الاستخدام العادل ، و هو أحد مبادئ قانون الولايات المتحدة لحقوق الطبع والنشر والذي يمكنك باستخدام أي مادة خاضعة لحقوق ملكية ولكن بحدود وليس استخدامها كما تشاء. بمعنى أنك بالفعل تستطيع استخدام اي فيديو يوتيوب حتى إن كان له حقوق ملكية ولكن الاستخدام الفيديو ضمن مبدأ الاستخدام العادل يجب أن تتوفر فيه بعض الشروط منها:

- أن تقوم بإضافة قيمة إبداعية على الفيديو الذي قمت بالاقتراس منه.
 - الهدف الغير ربحي من استخدام الفيديو هو اقرب للاستخدام العادل من الفيديوهات التي تستهدف تحقيق أرباح، كذلك الأعمال التي يكون محتواها مادة علمية أو دراسات علمية)
 (http://www.aksbonline.com

3- مميزات و عيوب موقع اليوتيوب

يعتبر اليوتيوب من أقوى و أشهر تطبيقات الويب 2.0 على شبكة الإنترنت، و رغم أن أغلب الناس يستعملونه من أجل الترفيه، إلا أن اليوتيوب يمكن أن يكون وسيلة فعالة و أداة تعليمية مفيدة، سواء في الأبحاث، أو العروض التعليمية، و ذلك نظرا لما يتيح من المحتوى الرقمي الذي لا حصر له، وقد نقلت صحيفة نيويورك تايمز عن المؤلف الشهير جون غرين John Green قوله: "اليوتيوب يمكن حقا تصويره كعالم ، حيث يمكن لأي شخص متصل بالإنترنت عالية السرعة، و كان محفزا بما يكفي و يعمل بجد، الحصول على تعليم جيد من خلال الفيديو على الانترنت. (الحسين أوباري، د ت).

ومع ذلك، لا يمكن استخدام اليوتيوب في التعليم كأداة رئيسية أو بديلة، بل كأداة مساعدة، علاوة على ذلك يتميز موقع اليوتيوب بمجموعة من الإيجابيات التي لا غنى عنها و المتمثلة في:

- أن استخدام خدمة يوتيوب للوصول إلى وسائل الإعلام هي رخيصة وسهلة.
- خدمات يوتيوب نظيفة وواضحة وسهلة الاستعمال والاشتراك.
- يوتيوب لديه مجموعة واسعة من أشرطة الفيديو في مختلف الفئات.
- يمكنك البقاء محدث مع أشرطة الفيديو الجديدة التي يتم إضافتها دائما إلى يوتيوب
- يمكنك عرض إبداعك ومهارتك من خلال يوتيوب ولهذا فائدة كبيرة عليك.
- يمكنك التعرف على الناس من خلال يوتيوب .
- يمكنك التعلم من خلال يوتيوب والحصول على قدر كبير من المعلومات و إعطاء المعلومات الكثير من الناس في فترة قصيرة من الوقت.

الإطار النظري للدراسة

- يوفر المال والجهد: لا حاجة لظن من المعدات، والكمبيوتر، وأجهزة الفيديو، وميكروفون وبرامج تحرير الفيديو.
- يمكنك ربح المال من يوتيوب وذلك أما بربط حساب ادسنس " بقناة يوتيوب الخاص بك وبالأفلام الموجودة فيها أو عبر أي عملية تسويق الكتروني أخرى.
- و رغم الإيجابيات التي يتميز بها موقع اليوتيوب عن سائر مواقع الويب و التي تؤهله الآن يكون في الريادة إلا أن ذلك لا يغطي عن بعض السلبيات التي يجب الإحاطة بها و المتمثلة في أنه:
- أي شخص يمكنه مشاركة فيديو خاص به مهما كان محتواه : هناك نوع من العنف على بعض من أشربة الفيديو على الموقع يسجلها المراهقين وغيرهم لنشره او التفاخر بالاعتداء على البشر والحيوان.
- هناك أشربة فيديو مخلة للآداب العامة.
- قد يؤدي استخدام الخدمة الى غزو الخصوصية.
- قد يؤدي استخدام الخدمة إلى التعدي على حق المؤلف. (مصطفى فتحي، 2019)

4- تأثير موقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت

قام موقع يوتيوب بإحداث طفرة في عالم الإنترنت فقبله كان مستخدمو الإنترنت لا يستطيعون نشر فيديوهاتهم أو عرضها للمشاهدة أونلاين ، فقد كان المتاح هو إرسالها عبر البريد الإلكتروني بحد أقصى ثواني معدودة، ولكن مع موقع يوتيوب فقد أصبح من السهل نشر و مشاركة الفيديوهات ليشاركها كل مستخدمي الإنترنت حول العالم وأصبح كل شخص حتى من الهواة يمكنه عمل قناة خاصة في أي مجال سواء كانت كوميدية، علمية موسيقية أو سياسية بدون أية قيود أو رقابة، وتماشى ظهور هذه الخدمة مع انتشار الكاميرات الرقمية ودمجها في الهواتف الجواله، الأمر الذي جعل المستخدمين يصنعون الكثير من العروض وعدم القدرة على تخزينها ومشاركتها مع الآخرين بسهولة، إلا من خلال يوتيوب.

و لقد غير استخدام الإنترنت بشكل جذري، حيث أصبح أكثر من مجرد موقع يعرض النصوص والصور ليصبح مكتبة عروض تحتوي على ملايين العروض المثيرة للاهتمام، وقدمت هذه المنصة آلية لآلاف الأفراد ليقدموا عروضهم الخاصة ويتحولوا إلى مشاهير ويحصلوا على المال. (أشرف الدين بارش وصابر لعور، 2016 ، ص 64)

وتستمر المنصة في تقديم الخدمات المبتكرة، مثل توفير استوديوهات متخصصة بتصوير المحتوى

ورفعه إلى الإنترنت، وخدمات مشاهدة العروض المجسمة ثلاثية الأبعاد (D3) وغيرها.

وتواجه الخدمة اليوم منافسة حادة من شركات عملاقة، حيث تعزم «فيسبوك» الدخول في مجال خدمات

عروض الفيديو بكامل ثقلها، لكن «يوتيوب» تطور خدماتها بشكل جذري، حيث كشفت مؤخرا عن

خدمة: يوتيوب سبيسز " (YouTube Spaces) التي توفر استوديوهات تصوير تحتوي على أحدث

المعدات وتدريب الممثلين والمخرجين وتقديم الدعم اللازم لإنتاج أفلامهم ومسلسلاتهم ونشرها

للجميع عبر يوتيوب. (<http://www.alwasatnews.com>)

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

بعدها قمنا بجمع المعلومات النظرية والمعرفية حول المهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة، سوف نقوم بتطبيقها في الميدان وذلك من خلال مجموعة من الأفراد بمؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية المسيلة، وذلك من خلال بداية الإجراءات الميدانية وتحليل وعرض البيانات وصولاً إلى أهم النتائج.

1-تفريغ البيانات وتحليلها:

المحور الأول: البيانات الشخصية

جدول رقم (01) بين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة
ذكر	29	%29
أنثى	71	%71
المجموع	100	%100

تم توزيع الاستمارة على 100 مفردة من الطلبة الجامعيين في مُجَّد بوضياف وتم تحليل فاعينة خاضعة للدراسة قد بلغت نسبة الطلبة الذكور ب %29 بواقع 29 مفردة ونسبة الطلبة الإناث 71 % بواقع 71 مفردة الإجمالي 100 مفردة

ونلاحظ أن عدد الطلبة الإناث يتجاوز بثلاث أضعاف عند الطلبة الذكور وهذا مرده إلى أسباب كثيرة من بينها أن مجموع الطلبة الذكور في جامعة المسيلة أقل بكثير من عند الطلبة الإناث والسبب هو عزوف الطالب عن الذهاب اليومي إلى الجامعة وعقلية الطلبة عموما في هذه الولاية ترى ان الطلبة عموما نجدهم يمتنون مهن متنوعة تكفي لسد حاجاتهم اليومية. أما نسبة الغالبة منهم ترى ان الحياة المهنية أولى بكثير من الدراسة وبالنسبة للطلبة الإناث تجد العكس فتراهم مقبلين على الجامعة من أجل الشهادات و فقط.

جدول رقم (02) بين خصائص عينة الدراسة من حيث المستوى الجامعي

المستوى الجامعي	التكرارات	النسبة
ليسانس	82	%82
ماستر	18	%18
المجموع	100	%100

نلاحظ أن الغالبية من الاستمارة قد استحوذ عليها طلبة التدرج أو طلبة ليسانس بنسبة فاقت %82 أما طلبة ما بعد التدرج فجاءت النسبة قليلة بسبب نقص الكمي لديهم في الاستمارة بعدد 18

طالب وطالبة ونسبة 18% ومرد ذلك إلى أن عدد الطلبة ما بعد التدرج يكون قليلا على أساس اختيار الطالب وقت المعدل في شهادة ليسانس وفي جميع الفروع العلمية والأدبية وجميع التخصصات.

المحور الثاني: بيانات حول عادات و أنماط استخدام الطالب لموقع اليوتيوب:

جدول رقم (03) استخدام الطلبة موقع اليوتيوب

النسبة	التكرارات	استخدام اليوتيوب
43%	43	دائما
38%	38	أحيانا
19%	19	نادرا
100%	100	المجموع

إن استخدام اليوتيوب جاءت نسبة استخدامه دائما 43% وأما النسبة أحيانا 38% في حين كانت أقل نسبة 19% وخاصة بنادرا وهذا راجع لقابلية الطلبة في الجامعة ومعرفتهم لمحتواه وبكل ما له من إيجابيات وسلبيات أي استهلاه عموما بشكل روتيني.

الجدول رقم (04) بين فترات استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب الفترات

النسبة	التكرارات	استخدام اليوتيوب
05%	05	الفترة الصباحية
37%	37	الفترة المسائية
30%	30	الفترة الليلية
28%	28	فترة نهاية الأسبوع
100%	100	المجموع

جاء استخدام الطلبة الجامعين لموقع اليوتيوب بحسب الفترات أن نسبة 5% كانت خاصة بالفترة الصباحية والفترة المسائية كانت ب 37% و الفترة الليلية جاء استخدام الطلبة لها بنسبة 30% ثم نهاية الأسبوع جاءت نسبة استخدام ب 28% أكل هذا مرده أن الفترة الصباحية معظم الطلبة الجامعين يلتحقون بمقاعد الجامعة وهي سبب وراء انخفاض استخدام أقل من 5% أما الفترة المسائية تجاوزت 37% حينها يكون معظم الطلبة متفرغون للإنترنت ثم الفترة الليلية وهي نفس التحليل ينطبق

على الفترة السابقة أما نهاية الأسبوع فكانت نتيجة إستخدام في تلك الفترة 28% وهي أني نسبة بين الفترتين المسائية والليلية ورغم ذلك هي أعلى بكثير من الفترة الصباحية
الجدول رقم (05) يبين الوقت المقتضي في استخدام الطالب لليوتيوب.

النسبة	التكرارات	الوقت
46%	46	أقل من ساعة
32%	32	أكثر من ساعتين
22%	22	أكثر من 03 ساعات
100%	100	المجموع

نتائج الدراسة حول تحليل بيانات وقت استخدام اليوتوب أشارت نتائج الدراسة الميدانية أن الشباب الجامعي في جامعة المسيلة يستخدمون اليوتوب بشكل غير كبير حيث أن نسبة 46% جاءت في حالة أقل من ساعة من استخدام ثم تليها نسبة 32 لاني أكثر من ساعتين من استخدامه ثم 22% في حالة أكثر من 3 ساعات وهذا راجع في تقديري إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أدخلت الحيز والكم الساعي أكبر من اهتمامات الطلب اليومي وفي دراسة سابقة لمدى استخدام الشباب الجزائري في البحرين لموقع يوتوب جاءت النتائج بنسبة 39.3% يستخدمون الإنترنت أقل من ساعة في اليوم و22.2% يتعرضون للإنترنت لفترة زمنية بين ساعة وساعتين و15 لا يقضون أكثر من 3 ساعات وهم يتصفحون الموقع

الجدول رقم (06) يبين مكان استخدام الطالب لموقع اليوتيوب .

النسبة	التكرارات	الوقت المكان
71.92%	82	المنزل
13.17%	15	مقهى الأنترنيت
11.40%	13	الجامعة
3.5%	04	مكان آخر
100%	100	المجموع

جاءت تكرارات في ما يخص المنزل ب 82 تكرار بنسبة 71.92% مقهى الإنترنت ب عدد 15 تكرار بنسبة 13.15% و الجامعة 13 تكرار بنسبة 11.40% و مكان آخر بعدد 4 تكرارات

بنسبة 3.5% وهذا الطالب الجامعي نرى أن مكان استخدامه لليوتيوب في المنزل بالدرجة الأولى ثم تليها مقاهي الإنترنت وذلك لغياب الإنترنت المنزلي لدى الكثير من الطلبة أما الجامعة فمرد ذلك أن إنتشار الطلبة في المكتبات الجامعية وفروع الأقسام أما أقل نسبة فكانت من إختيار الطلبة لأماكن أخرى 3.50% ومثال على ذلك النقل الجامعي وفي أوقات الفراغ يؤثر فيهم بالإيجاب في استهلاك اليوتيوب وجاءت دراسة سابقة شبه مطابقة لها وهي كذلك على معرفة المكان الذي يتصفح فيه الطالب الموقع ونتائج تلك الدراسة أن 41% ممن يستخدمون يوتيوب يتصفحونه في منازلهم و بينما يدخل 27.1% منهم على الموقع في مقاهي الأنترنت المرتبة الثالثة في الجامعة بنسبة 15% وهنا نتحدث عن نفس ترتيب النهائي بين استمارة الدراسة السابقة و الدراسة الحالية.

الجدول رقم (07) وسيلة استخدام الطالب لموقع اليوتيوب .

الوسيلة	التكرارات	النسبة
الحاسوب الآلي	44	34.64%
اللوحة الإلكترونية	20	15.75%
الهاتف الذكي	17	13.82%
المجموع	123	100%

جاءت إجابة الحاسب الآلي 44 تكرار بنسبة 34.64% ثم اللوحة الإلكترونية ب 20 تكرار بنسبة 15.75% ثم الهاتف الذكي 63 تكرار بنسبة 49.60% و تحليل هذه النتائج يدل على أن الحاسب الآلي أو جهاز الكمبيوتر مازالت له القيمة الفعالية لدى الطالب الجامعي رغم مغريات الألواح الإلكترونية فجاء في المرتبة الثانية و اللوحة الإلكترونية جاء في المرحلة الثالثة أما الهاتف الذكي فله حصة الأسد بنسبة فاقت 49% فهو في أولى المراتب كوسيلة استخدام و تصفح سهلة و مباشرة مع تقنية الجيل الثالث و الرابع على شرائح المكاملة.

الجدول رقم (08) يبين المشاركة من عدمه في استخدام الطالب لليوتيوب .

النسبة	التكرارات	تشارك
67.48%	83	بمفردك
18.69%	23	مع الأصدقاء
13.82%	17	مع أفراد العائلة
100%	123	المجموع

إستخدام الطلبة لموقع اليوتيوب مع أنفسهم دون الآخرين من الأشخاص أو مع أفراد العائلة كالاتي إستخدام اليوتيوب من طرف الطالب وحده بنسبة 67.46 % أي 83 تكرار ومع الأصدقاء 23 تكرار بنسبة 18.69 % ومع أفراد العائلة 17 تكرار بنسبة 13.82% وهنا تحليل النسب يدل أن النسبة الأعلى هي إستخدام الطالب لليوتيوب بمفرده بنسبة 67.48% حسب المواد التي يتصفحها إن كانت علمية رياضية وإجتماعية و مع الأصدقاء و كان ترتيبها ثانيا بنسبة 18.69% و هذا مرده أن تشارك لقطات الفيديو المضحكة أو الترفيه عن النفس أما النسبة الأقل فقد حازت بها تشارك مع أفراد العائلة بنسبة 13.82% ومرد ذلك إلى صعوبة تحكم في محتوى الفيديوهات على اليوتيوب و إحتوائها على الكثير من الأشياء المنافية للعادات و أخلاق الأسرة الجزائرية .

المحور الثالث: دوافع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب:

الجدول رقم (09) يبين دوافع إستخدام الطالب لليوتيوب .

النسبة	التكرارات	الدوافع
26.83%	54	التحميل منه
3.34%	7	النشر فيه
2.87 %	6	المشاركة و التعليق
7.65%	16	المشاهدة فقط
25.40%	51	التسلية و الترفيه
22.50%	44	التعليم و التثقيف
11.40%	21	قضاء وقت الفراغ
-	-	أخرى
100%	209	المجموع

نتيجة تحليل الجدول بينت أن التحميل من اليوتيوب كانت له 54 تكرار بنسبة 26.83 % النشر فيه 7 تكرارات بنسبة 3.34 % و المشاركة و التعليق 6 تكرارات و نسبتها 2.87% المشاهدة فاقت 16 تكرار بنسبة 7.65 % والتسلية و الترفيه 51 تكرار بنسبة 25.40 % و التعليم و التثقيف 44 تكرار بنسبة 22.05 % قضاء وقت الفراغ 21 تكرار بنسبة 11.4 % بمجموع 209 تكرار بنسبة 99.99% و كتحليل للنتائج و ترتيبها جاءت خاصية التحميل منه الأولى بنسبة 26.85 % و الترفيه بنسبة 7.65 % والنشر فيه 3.34% كمرتبة 6 و خاصية المشاركة و التعليق نسبتها 2.87%جاءت الأخيرة هنا الطالب في جامعة المسيلة يرى أن اليوتيوب كمرجع له إلى أن نسبة التحميل منه احتلت المرتبة الأولى ثم الترفيه و التسلية و الملاحظ أن النسبة الأخيرة المشاركة و التعليق احتلت المرتبة الأخيرة السابعة وذلك مرده إلى عدم تحكم معظم الطلبة في التطبيقات الخاصة باليوتيوب كالتعليق والمشاركة فهي ليست بسهولة مواقع تواصل أخرى و جاءت دراسة السابقة أخرى حول دوافع استخدام الشباب الجامعي لليوتيوب فيه مطابقة في حالتين هما التسلية و الترفيه و اشترك في المرتبة الثانية و النسبة المئوية بين 25 و 26 .

الجدول رقم (10) المضامين المتناولة لدى الطلبة في اليوتيوب .

المضامين	التكرارات	النسبة
مضامين إجتماعية	50	22.98%
مضامين رياضية	27	11.21%
مضامين ترفيهية	60	95.60%
مضامين سياسية	07	3.16%
مضامين نفسية	16	15.31%
مضامين علمية	46	19.07%
مضامين أخرى	6	2.66%
المجموع	209	100%

تعددت تنوعات و مضامين التي رغب الطلبة الجامعين تصفحها و قد خاصة نتائج الدراسة إلى أن المضامين ترفيهية و علمية كانت في أعلى ترتيب وهذا أهم ما أراد الطلبة تصفحه على اليوتيوب والنسب جاءت

25.60% أي 60 تكرار خاصة المضمون الترفيهي و22.98% أي 50 تكرار خاصة بالمضامين الاجتماعية و19.07% أي 46 تكرار تليها المضامين النفسية رياضية سياسية ومضامين أخرى تنوعت بين اختبار الطالب أو الطلبة للمضمون الديني أو الثقافي و تشير هذه النتائج بشكل عام أن المواد الترفيهية و الاجتماعية هي أكثر المضامين تفضيلا لدى طلبة الجامعيين لجامعة المسيلة تليها بفارق بسيط المضامين العلمية وفي قائمة الموضوعات الأقل تفضيلا تأتي المضامين النفسية بنسبة 15.31% ثم المضامين الرياضية 11.21% ثم مضامين سياسية 3.16% وربما يرجع ذلك إلى الطابع المميز لهذه الولاية و ابتعادهم عن الانشغالات السياسية.

بعد شعور نفسي أحد أهم المظاهر الخفية في تركيبة الطالب التي تساعد على طول المشوار الجامعي في التحصيل العلمي ويرافقه هذا الشعور في حياته اليومية لهذا جاء الجدول التالي في تحليله للشعور النفسي أثناء تصفح اليوتيوب ثم المرتبة الثالثة القلق أن أكبر نسبة هي 65% كانت المتعة ثم الراحة النفسية بنسبة 29% صم المرتبة الثالثة القلق بنسبة 6% ومن هذا التصنيف نجد أن المتعة هي أهم إشباع لدى نفسية الطالب أثناء تصفحه لليوتيوب و أن الراحة النفسية هي ما يلي هذه المتعة أما بالنسبة العامل القلق فهذا قد يكون مرده إلى بعض المواد قد تظهر على بعض الصفحات التي يكون الطلب غير متوقع حدوثها .

المحور الرابع: اشاعات المحققة من استخدام الطالب لموقع اليوتيوب :

الجدول رقم (11) الشعور النفسي أثناء استخدام الطلبة لليوتيوب .

المضامين	التكرارات	النسبة
الشعور النفسي	65	65%
المتعة	6	6%
القلق الراحة النفسية	29	29%
المجموع	100	100%

يعد الشعور النفسي احد اهم المظاهر الخفية في تركيبة الطالب والتي تساعد على طول المشوار الجامعي في التحصيل العلمي ويرافقه هذا الشعور في حياته اليومية ولهذا جاء الجدول التالي في تحليله لشعور النفسي اثناء تصفح اليوتيوب ثم المرتبة الثالثة القلق أن النسبة الأكبر هي 65% كانت المتعة ثم

الراحة النفسية بنسبة 29% ثم المرتبة الثالثة القلق بنسبة 6% ومن هذا التصنيف نجد أن المتعة هي أهم إشباع لدى نفسية الطلبة اثناء تصفحه لليوتيوب وان الراحة النفسية هي ما يلي المتعة بالنسبة لعامل القلق فهذه الصفحات التي تكون الطالب غير متوقع قد يكون مرده إلى بعض المواد التي قد تظهر على بعض حدوثها.

الجدول رقم (12) مستوى تحقيق اليوتيوب للإشباع لدى الطلبة .

النسبة	التكرارات	تحقيق الإشباع
19%	19	جيد
78%	78	متوسط
3%	3	ضعيف
100%	100	المجموع

تعد إشباعات الطلبة ومستواها أثناء تصفحهم لموقع اليوتيوب صعبة التحقيق وفي تحليل الجدول نجد أن الطلبة كان مستوى إشباعهم في إختيارهم أحيانا بنسبة 78 تكرار اي 78 و 19 % أي 19 تكرار جاءت في إختيارهم دائم وباقي التكرارات 3 مرات بنسبة 3% جاءت في أبدا وهذا يرجع سبب علم إشباع اليوتيوب لرغبات الطالب بنسبة قربت إلى 80% مرده إما غياب الخبرة لدى الطالب في إستعماله الموقع اليوتيوب و بالتالي وجود صعوبة في إيجاد المحتوى الذي يريد وأن المواد التي يريد البحث عنها توجد بصيغ اخرى مثل PDF أو منتديات إلكترونية ولا توجد بصيغة الفيديو .

الجدول رقم (13) اشباعات المحققة من استخدام الطالب لليوتيوب.

النسبة	التكرارات	إشباعات المحققة
20.81%	89	إشباعات اجتماعية
34.21%	39	أحوال الناس ومجتمعات
22.80%	26	أفات و مشاكل إجتماعية
36.24%	12	إعادة مشاهدة حصص وبرامج إجتماعية
6.12%	7	أخرى
99.99%	144	المجموع

%12.41	53	إشباعات سياسية
%25.01	19	متابعة كل قضايا سياسية
%14.74	11	تصريحات مسؤولين و نشاطهم
%56.57	43	فضائح الشخصيات السياسية
%3.94	3	أخرى
%99.99	129	المجموع
%15.45	66	إشباعات رياضية
%19.85	23	إطلاع على تقنيات ممارسة الرياضة
%33.75	36	كرة القدم
11.50 %	14	فنون قتالية
14.99 %	28	ركوب الدرجات الهوائية
19.90 %	24	السياحة
5.73 %	7	أخرى
%99.99	85	المجموع
%18.09	73	إشباعات ترفيهية
%52.94	45	الإثارة
%47.05	40	الغرابة و الطرافة
%99.99	85	المجموع
%18.09	73	إشباعات علمية
%61.54	56	إنجازات البحوث
30.76 %	28	التعرض للمحاضرات العلمية
%17.69	7	أخرى
%99.99	91	المجموع

إشباعات نفسية	69	16.15%
المتعة	39	41.93 %
الفضول النفسي	30	32.25 %
الراحة النفسية	22	23.65 %
أخرى	02	2.15%
المجموع	93	99.99%
مجموع الإشباعات	427	99.99%

جاءت الإشباعات المحققة بمضامينها 28 متفاوتة بالنسبة ل 100 عينة التي رأت فيها جل أو تقريبا كل ما يلمس إشباعاتهم في الجانب الإجتماعي التكرارات 89 تكرر بنسبة 20.86% و أهم إشباع يروونه مناسب على اليوتوب هو إعادة مشاهدة حصص و برامج إجتماعية بنسبة 36.24% تلتها أحوال الناس و المجتمع بنسبة 34.21% و جاءت الإشباعات السياسية بنسبة 12.41% بمجموع تكرر قدر ب 53 و قد ركز الطلاب على الفضاخ السياسية في الجزائر لمسؤوليها و أهم إشباع بنسبة 56.57 بمجموع تكرارات يساوي 43 ثم تلاها متابعة القضايا السياسية بنسبة 25.01% بعد تكرارات يقدر ب19.

وفي الإشباعات الرياضية جاءت مجموع التكرارات ب 66 تكرر بنسبة 15.15% و أهم إشباع رياضي كان ممارسة كرة القدم من خلال الإطلاع عليها على الموقع و متابعة المقابلات بملخص أو كاملة ثم تلاه متابعة السياحة و إشباع المحقق منها بمجموع 24 تكرر أي نسبة 19.90% ثم تلته باقي الرياضات مثل الفنون القتالية و الإطلاع على مختلف تقنيات ممارسة رياضات مختلفة و فيما يخص الإشباعات الترفيهية جاءت بنسبة 17.09% بمجموع 77 تكرر جاءت الإثارة هي الأم فيما يثيرهم و يحفز تصفحهم على الموقع بمجموع 45 تكرر و نسبة ب52.94% و المههم الغرابة و الطرافة بنسبة 47.5% و مجموع تكرارات قدر ب 40 تكرر وعامة الإشباعات الترفيهية جاءت كأحد أهم ما يفضلونه في مختلف الإشباعات المحققة بالنسبة للإشباعات العلمية جاءت بمجموع 73 تكرر أي بنسبة 18.9% و كان أهم ما تم الإجماع عليه من طرف طلبة جامعة المسيلة هو استغلالهم لليوتوب في

إنجازهم للبحوث بنسبة 61.54% ثم التعرض للمحاضرات العلمية بنسبة 30.76% وهذا أرجع إلى الكم العلمي الهائل في مختلف التخصصات و في مختلف قنوات اليوتيوب

أما الإشباعات النفسية فمجموع تكراراتها 69 و بنسبة 16.5% فجاء إختيارهم للمتعة أثناء تصفحهم للموقع بنسبة 41.93% و الفضول النفسي بنسبة 32.25% و الراحة النفسية بنسبة 23.65% وهذا عامة مجمل الإشباع النفسي والذي أكد الطالب أو الطالبة أن المتعة هي العنصر الأول في إقبال النفس عليه و في مجمل المجموع الإشباعات نجد 427 تكرار بنسبة 99.99%.

الجدول رقم (14) يبين النقائص الموجودة في اليوتيوب.

النقائص	التكرارات	النسبة
غياب الرقابة	59	47%
نقص الجودة	21	16.8
غياب المصدقية	41	30%
أخرى	4	3.2%
المجموع	125	100%

كانت نتائج الجدول الخاص بنقائص اليوتيوب كالتالي غياب الرقابة بنسبة 47% و بتكرار 59 مرة ونقص الجودة بتكرار 21 مرة بنسبة 16,8% وغياب المصدقية 41 تكرار بنسبة 33% ونقائص أخرى بنسبة 3.2% بواقع أربع تكرارات.

وفي هذا نجد أن الطالب أو الطالبة في جامعة المسيلة قد أكد وأعلى هم شيء وهو غياب الرقابة على الفيديوهات وصفحات اليوتيوب بنسبة قاربت 60% وفي رأي الكثير من الفيديوهات على اليوتيوب في الجزائر مليئة بالفضائح و هو ما أكد في غياب الرقابة على المعلمين أو المروجين على اليوتيوب و هو يحدد وبشكل كبير نقص فادح ونقص الجودة من حيث الصوت و الصورة يرجع إلى الفيديوهات الأشخاص هواة فير محترفين أما غياب المصدقية في اليوتيوب فمرده إلى الحرية الواسعة في استخدامه ورمي فيه شتى الصور و الأخبار بدون مراعاة لمصداقيتها

الجدول رقم (15) يبين تقييم الطالب لموقع اليوتيوب

النسبة	التكرارات	النقائص
34%	38	جيد جدا
63.10%	70	متوسط
2.90%	3	ضعيف
100%	125	المجموع

جاء تقييم الذي أختره مجمل الطلبة محصورا على ثلاثة اختبارات جيد جدا أو متوسط أو ضعيف والطلبة أكدوا في غالبيتهم أن اليوتيوب متوسط في كنه المعرفي و باقي العلوم بنسبة 70 تكرار مقابل نسبة 63,10% وتقييمهم باختياره الجيد جدا بتكرارات 38 مرة ونسبة 34% رجاء تقسيمهم باختبارهم الضعف اليوتيوب عامة بنسبة 2,90% و بتكرار 3 مرات.

2- نتائج الدراسة:

- استهدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير القنوات الغنائية (اليوتيوب) على الشباب المراهق الجامعي (طلبة الجامعة)، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:
- جاءت أولى النتائج من حيث عدد الطبة والطالبات أي متغير الجنس حيث فاق عدد الطالبات الإناث عدد الطالب الذكور بنسبة 29% للطبة و71% للطالبات.
 - أكدت الدراسة أن عدد طلبة ما بعد التدرج قليل جدا مقارنة بعدد طلبة التدرج بنسبة 18% لمستوى ما بعد التدرج والمستوى التدرج بنسبة 82%.
 - أن الطلبة الجامعيين في جامعة المسيلة يستخدمون اليوتيوب بشكل دائم حيث يتصفح الطلبة الموقع بنسبة 43% بشكل يومي و أن الفترة المسائية هي أكثر الفترات تصفحا للموقع.
 - أكدت الدراسة أن الوقت الذي يعطيه الطالب للموقع هو أقل من ساعة واحدة في اليوم بنسبة 46% من مجموع الوقت المتاح لدى الطالب.
 - حددت الدراسة في نتيجتها حول مكان استخدام موقع اليوتيوب أن المنزل هو أكثر الأماكن التي يفضلها الطالب أثناء تصفحه للموقع بنسبة 71,92% أين يجد نفسه مرتاحا أكثر جاءت وسيلة استخدام أو تصفح الموقع هي الهاتف الذكي بنسبة 60، 49% وهو ما يفضله الطلبة عموما لخصوصية الجهاز وسهولة حمله.
 - توصلت النتيجة العامة حول تشارك الطلبة للموقع مع أي فرد آخر أن الطلبة الجامعيين وبنسبة فاقت 67% أكدوا أن الموقع يتصفحونه لوحدهم و بخصوصية دون المشاركة مع الآخر.
 - كانت النتيجة النهائية حول دوافع استخدام اليوتيوب من طرف الطلاب في التسلية و الترفيه في المقام الأول بنسبة 25,46% و% تليها التعليم و التثقيف بنسبة 22,50%.
 - بينت الدراسة أن غالبية الطلاب أكدوا في مجملهم أن المضامين الاجتماعية هي الأولى في استخدامهم للموقع وتوجههم له ثم المضامين العلمية ثم المضامين النفسية ثم الرياضية ثم الترفيهية السياسية ومضامين أخرى انحصرت في المضمون الثقافي أو الديني .
 - جاءت التأثير من حيث الشعور النفسي أثناء استخدام الطالب لليوتيوب أن المتعة هي أولى الأشياء التي يحصدها نفسيا بنسبة 65% وباقي الرغبات النفسية بعيدة كل البعد عن حاجاته.

- حقق اليوتيوب من حيث مجمل التأثيرات وكميتها بالنسبة للطلاب بدرجة أحيانا بنسبة 78% أي أن رضا الطالب عليه ليس ممتازا ولكن بنسبة عالية فهو أكثر من جيد .

الخاتمة

لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير علاقات الناس فأصبح الفرد يستغني عن اللقاءات المباشرة ويرى في شاشة الكمبيوتر بديل له من شأنه إن يختزل الوقت المخصص للأشخاص الواقعيين في حياته .

وكشفت الدراسة حول أنماط استخدام أن اليوتيوب يعد وسيلة هامة في حياة الطالب من حيث أنماط تصفحه للموقع وحجم استهلاك الساعي له في اليوم والمكان الذي يقصده من اجل التصفح ومعظم غالبية الطلبة يستخدمون اليوتيوب في المساء أو في الليل لان هذه الفترات تعد بمثابة أوقات فراغ لدي الطالب وكشفت الدراسة أيضا أن معظم الطلبة يستعملون اليوتيوب لأغراض التحميل منه والترفيه. كما بينت الدراسة أن المضامين المتناولة أثناء استخدام اليوتيوب انحصرت في المضمون اجتماعي وتلاه المضمون اجتماعي وتلاه المضمون العلمي كما توصلنا في دراستنا إلى أن الاشباعات المحققة كانت في المتعة أثناء استخدام الموقع وحول تحقيق اليوتيوب. كانت إجابات الطلبة وإشباعات اجتماعية السياسية والرياضية والترفيهية وعلمية والنفسية جاءت في مجموعها الاشباعات الاجتماعية أهم ما يحققه الطالب على اليوتيوب وفي النتيجتين الأخيرتين أكد الطالب أن غياب الرقابة على اليوتيوب وتقييمه للموقع عامة بالمتوسط هر لهم ما توصلت إليه الدراسة ونستنتج من كل ما تقدم أن الشبكة العنكبوتية والأنترنت عامة واليوتيوب خاصة هو فضاء معلوماتي مفتوح للطلبة وهذا الفضاء لا يخضع لضوابط محددة حتى داخل الأسرة أو المجتمع المحافظ حيث لاحظنا أن النسبة الكبيرة من المستخدمين يقصدون مقاهي الأنترنت.

توصيات الدراسة:

وفي الأخير نؤكد على مجموعة من التوصيات وأولها وأهمها:

- توظيف موقع اليوتيوب في التدريس الجامعي والتركيز على استخدامه لتنمية المهارات العلمية ومهارات استخدام اليوتيوب والحاسوب.

-توظيف الفيديو في المقررات الدراسية لدى الأساتذة والكف عن الطرح التقليدي للدروس واللجوء إلى مسقط الضوء *datashow " وإلزامهم بذلك لأنهما الوسيطان الوحيدتان اللتان تجمعان بين النظري والتطبيقي في وقت واحد ووجيز.

- يعد الجانب العلمي والتثقيفي في موقع اليوتيوب أهم ما يساعد الطالب في استيعاب دروسه وتحصيله العلمي على مستوى عالي شرط التصفح بطريقة محترفة لأن الموقع يحتوي على أكثر من 5 ملايين فيديو بعدد من الساعات كبير جدا والاستفادة من محتوى المادة المسجل بالفيديو والمادة العلمية التي أعدها الباحث في التدريس.

- تشجيع المحاضرين على استخدام مواقع الفيديو الإلكتروني كأحدى أدوات التعليم في مقرراتهم الإلكترونية.

- تشجيع الطلبة والأساتذة على فتح قنوات خاصة في اليوتيوب والمساهمة في الإعلام الحر بمختلف أشكاله ومضامينه.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

- 1) مصطفى صادق، عباس. (2008). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (ط1). عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 2) بدون مؤلف: الشباب ورؤى المستقبل: الوسائط الجديدة. مذكرة لنيل شهادة الماستر.
- 3) لامية صابر (2009/2010): الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق، قسم علوم الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة ، جامعة الحاج لخضر، باتنة
- 4) ابن منظور (2003): لسان العرب، مج 2، دار الحديث للنشرة التوزيع ، القاهرة
- 5) بارش، أشرف الدين، العور، صابر. (2015-2016). استخدام الطلبة الجزائريين لليوتيوب للإشباع المحققة. تخصص صحافة وإعلام إلكتروني. كلية علوم الإعلام والاتصال. جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي. مذكرة لنيل شهادة الماستر.
- 6) بلال، هدى، برص، حورية. (2018). هل أصبحت قنوات اليوتيوب ملاذ الكثير من المراهقين؟ <https://horrya.metarchives>
- 7) بوشنافة، إسماعيل، بن شناف، حسان (2018) استخدام الطلبة الجزائريين لموقع اليوتيوب والإشباع المحققة منه. علوم الإعلام والاتصال. اتصال جماهيري
- 8) جنار نامق حسن، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الكوردية والإشباع المحققة، دراسة ميدانية، مجلة شبكة المؤتمرات العربية، جامعة صلاح الدين، أربيل
- 9) عساوي، أكرم. (2015-2016). اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار. قسم علوم الإعلام والاتصال. جامعة العربي التبسي. تبسة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير.
- 10) العقل، أحسن. (2020). طريقة عمل قناة في اليوتيوب <https://blog.hotmart.com>
- 11) عمر الرحال (2006) : الشباب و المؤسسات و الأطر والمشاريع و النوادي و الشبابية، حث مقدم إلى منتدى شارك الشبابي، نيسان.
- 12) عيش، نسرین. (2020). إنشاء قناة على اليوتيوب والربح منها <https://madoo3.com>.
- 13) فتحي، مصطفى. (2020). ما هي مميزات و عيوب اليوتيوب؟ <https://www.ts3a.com>

قائمة الملاحق

المعلومات الشخصية.

- 1-الجنس: ذكر أنثى
- 2-السن: 25-35 سنة 35-45 سنة أكثر من 45 سنة
- 3-المستوى الجامعي: ليسانس ماستر
- 4- مكان الإقامة: الإقامة الجامعية المنزل

المحور الأول: عادات وأمماط استخدام الطالب لموقع اليوتيوب

- 5-هل تستخدم موقع اليوتيوب ؟
- نعم أحيانا نادرا
- 6- ما هي الفترات التي تستخدم فيها اليوتيوب؟
- الفترة الصباحية الفترة المسائية
- الفترة الليلية نهاية الأسبوع
- 7-ما هو الوقت الذي تقضيه في استخدام اليوتيوب ؟
- أقل من ساعة أكثر من ساعتين أكثر من ثلاث ساعات
- 8- أين تستخدم موقع اليوتيوب ؟
- المنزل مقهى الأترنت الجامعة
- الجامعة مكان الدراسة مكان آخر
- 9-تستخدم اليوتيوب عن طريق:
- الحاسب الآلي اللوح الإلكتروني الهاتف الذكي
- 10-هل تستخدم اليوتيوب ؟
- بمفردك مع الأصدقاء مع أفراد العائلة

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب

- 11- تستخدم اليوتيوب من أجل ؟
- التحميل منه النشر فيه المشاركة والتعليق المشاهدة فقط
- التسلية والترفيه التعليم والتنقيف قضاء وقت الفراغ أخرى:

12- ما هي المضامين التي تتناولها عند استخدامك لموقع اليوتيوب؟

- مضامين اجتماعية مضامين رياضية مضامين ترفيهية
 مضامين سياسية مضامين نفسية مضامين علمية

أخرى:

المحور الثالث: تأثير اليوتيوب على الطالب

13- بماذا تشعر عند استخدامك لليوتيوب؟

- الراحة النفسية المتعة القلق

14- هل يحقق لك اليوتيوب إشباعات؟ دائما أحيانا أبدا

15- إذا كانت إجابتك ب"دائما" أو "أحيانا" فما هي الإشباعات المحققة من استخدامك لليوتيوب؟

إشباعات اجتماعية:

أحوال الناس والمجتمعات

الآفات والمشاكل الاجتماعية

إعادة مشاهدة حصص وبرامج اجتماعية

أخرى:

إشباعات سياسية:

متابعة كل القضايا السياسية

تصريحات المسؤولين ونشاطاتهم

فضائح الشخصيات السياسية

أخرى:

إشباعات رياضية:

الاطلاع على تقنيات ممارسة الرياضة

كرة القدم

فنون قتالية

ركوب الدراجات الهوائية

السباحة

أخرى:

إشباعات ترفيهية:

الإثارة

الغرابة والطفرة

إشباعات علمية:

انجاز البحوث

التعرض للمحاضرات العلمية

أخرى:

إشباعات نفسية:

المتعة

الفضول النفسي

الراحة النفسية

أخرى:

16- من وجهة نظرك، ما هي النقصان الموجودة في اليوتيوب

غياب الرقابة

نقص الجودة

غياب المصداقية

أخرى:

17- ما هو تقييمك لموقع اليوتيوب

جيد جدا متوسط ضعيف